



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
IBEROAMERICANA S. C.



INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CLAVE 8901-25

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

“EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y EL INTERNET
EN LA FORMACIÓN DE LOS ADOLESCENTES EN LA
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA UTECI”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:

CONTRERAS GUZMÁN MAGDALENA

ASESOR DE TESIS:

MTRA. ILDA ROBLES GONZALEZ

XALATLACO, ESTADO DE MÉXICO DE 2019.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A mis padres:

Quiero agradecer a estas dos grandes personas que son mis maravillosos padres por a verme apoyado hasta el último momento de mi carrera de igual manera han estado conmigo en las buenas y en las malas, dándoles las gracias por todos sus sacrificios que han tenido así mí siempre buscando la forma de que me siguiera superando y así haber podido llegar hasta donde ahorita estoy es por eso que les dedico este trabajo mis queridos padres porque sin su apoyo yo no sería nada en esta vida gracias por estar siempre pendiente de mí y aguantar esas noches de desvelo junto conmigo al tener que realizar un trabajo no tengo más palabras solo gracias papas.

A mi hermano:

Quiero agradecerte querido hermano por el apoyo incondicional en todo momento por motivarme día a día para seguir superándome agradezco tus regaños, enojos porque sé que si lo asías era por mi bien ahora te agradezco porque también muchas veces me aclaraste y sacaste de mis dudas durante mis estudios gracias mi querido hermano.

A mi hija:

A ti mi adorada pequeña por a verme tenido calma y paciencia durante varios meses quiero decirte que este logro también es tuyo pequeña; tú has sido mi motor, mi alegría, mi fortaleza, mi mundo eres la persona por la que la vivo. Llegar de la escuela ver tu sonrisa, tus ojitos siempre ha sido hermoso para mí gracias bebe hermosa te amo mucho. Con esto poder ofrecerte una mejor vida donde no te falte nunca nada bebe” gracias hija te amo”.

A mis profesores:

Gracias les doy a todos y cada uno de los licenciados que me brindaron sus enseñanzas para yo aprender de lo hermosa que es esta profesión durante la carrera para poder ser lo que hoy en día soy Lic. En psicología algunos siendo más que mis profesores a hora son grandes amigos para mi gracias nuevamente por brindarme su aprendizaje para mi enseñanza de linda y hermosa carrera que es la psicología aprendí de cada uno de ustedes algo muy especial siempre ser sencilla ante todo y ante todos gracias mis queridos licenciados por a verme brindado su enseñanza para mi carrera profesional. Nunca los olvidare

INTRODUCCION

Hoy en día el Impacto de la Redes Sociales y el Internet en la formación de los jóvenes Las nuevas redes sociales, como: Hi5, Messenger, My Space, Facebook, etc., deben ser analizadas, para conocer su influencia directa en los jóvenes de las universidades.

La idea es mostrar por qué estas redes atrapan la atención, de una manera tan rápida, que hasta se olvidan de quien está a su lado, pues no usan los signos ortográficos adecuados, no respetan signos de puntuación y cómo esto ha dado lugar a un nuevo lenguaje virtual.

Estas redes se han convertido en una forma más de comunicación, porque estas páginas son visitadas diariamente. También es importante conocer con qué propósito fueron creadas estas páginas, y cómo estas redes atrapan al usuario de una manera persuasiva.

Se hará un análisis del comportamiento juvenil, revisando documentos afines al tema, también realizando entrevistas, para saber qué piensan los jóvenes respecto al tema, cuáles son sus comportamientos inmediatos luego de haber interactuado en estas redes, qué de bueno tiene, que aspecto positivo encontraron en ello, qué cambiarían.

Y por último se dará un enfoque hacia la tecnicidad, y de cómo ésta se ha venido vinculando estrechamente con la comunicación, contando la historia de cómo aparecieron las redes sociales en el Internet.

Este tipo de espacios cuentan con perfiles de usuarios, pero con ritmos de crecimiento distintos, marcados por generación de contactos, quienes ingresan con el fin de ponerse en contacto con personas cercanas y no tan cercanas, para comunicarse, o bien para compartir música, videos, fotografías e información

personal. Por ejemplo, Tuenti obtuvo 2.843.000 visitantes en el 2007, Hi5 registraba 2.279.000, en tanto, MySpace y Facebook registraban cerca de 1.200.000 visitantes únicos al mes (Watts, 2003). “A diferencia del modelo de LinkedIn y Xing, donde predomina la autenticidad de los perfiles publicados, las redes generalistas cuentan con infinidad de perfiles ficticios y con casi nulo control sobre los mismos”, afirma Celaya (2008).

Durante los últimos años, se ha registrado la aparición de redes sociales especializadas en una determinada actividad social o económica, un deporte o una materia. Esto permite satisfacer una necesidad inherente del ser humano de formar parte de grupos con características e intereses comunes, lo cual según la escala de necesidades de Maslow o pirámide de Maslow.

INDICE

Pág.

Introducción	
Capítulo 1: Comunicación y tecnología.....	1
1.1. Medios de comunicación.....	2
1.2. Tecnología informática.....	11
1.3. La tecnología es privada.....	13
1.4 Relación entre medios de comunicación y tecnología.....	15
Capítulo 2: Internet.....	21
2.1. ¿Qué es el internet?.....	21
2.2. Lenguaje Hipertextual.....	22
2.3. Definición y función de una interfaz.....	33
2.4. Redes sociales.....	40
Capitulo 3: La juventud frente a las nuevas tecnologías.....	46
3.1. El papel de los jóvenes en siglo XXI	
3.2. Relación entre las tic's y la formación de los jóvenes.....	51
3.3. ¿Qué saben los jóvenes acerca de las nuevas tecnologías.....	54
3.4. Influencia de las redes sociales en las tribus urbanas.....	56
Capítulo 4: Postmodernidad y educación.....	60
4.1. Un universo modelo de comunicación educativa.....	60
4.2. La interactividad en las nuevas tecnologías multimedia (NTM).....	63
4.3. Hipercomunicados pero socialmente aislados.....	77
4.4. Analfabetismo audiovisual.....	81

4.5. Convergencia mediática.....	87
Capítulo 5: Metodología.....	95
5.1. Planteamiento del problema.....	95
5.2. Justificación.....	96
5.3. Objetivos.....	98
5.4. Tipo de estudio.....	99
5.5. Definición de variable.....	99
5.6. Definición de universo de estudio.....	100
5.7. Definición muestra.....	100
5.8. Diseño de investigación.....	101
5.9. Tipo de enfoque	102
5.10. Procesamiento de información.....	102
5.11. Glosario.....	104
Bibliografías.....	107
Anexos.....	110
Conclusiones.....	112
Recomendaciones.....	116

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA

El término tecnologías de información y comunicación (TIC) (ICT en inglés) tiene dos acepciones. Por un lado, se utiliza con bastante frecuencia el término 'tecnologías de la información'. Este lo hace para referirse a cualquier forma de hacer cómputo.

Por otro lado, se usa como nombre de un programa de licenciatura que se refiere a la preparación que tienen estudiantes para satisfacer las necesidades de tecnologías en cómputo y organización.

Sin embargo las TIC se desarrollan a partir de los avances científicos producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Las TIC son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción.

Por primera vez es el elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente, Internet. Como indican diferentes autores, Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre.(Cabero 1998).

A diferencia de que se pueden considerar las tecnologías de la información y la comunicación como un concepto dinámico. Por ejemplo, a finales del siglo XIX, el teléfono podría ser considerado *una nueva tecnología* según las definiciones actuales.

Por Esta se considera podía aplicarse a la televisión cuando apareció y se popularizó en la década de 1950. Sin embargo, estas tecnologías hoy no se incluirían en una lista de las TIC y es muy posible que actualmente los ordenadores ya no puedan ser calificados como nuevas tecnologías. A pesar de esto, en un concepto amplio, se puede considerar que el teléfono, la televisión y el ordenador forman parte de lo que se llama TIC en tanto que se tratan de tecnologías que favorecen la comunicación y el intercambio de información en el mundo actual (Beck, U. 1998).

1.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y, en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan son como un reflejo de la sociedad del momento, como un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinados.

Por esta razón los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, y es preciso definirlos desde su condición más esencial; es decir, desde el origen de su naturaleza, pues es por intermedio de esta delimitación que es posible comprender el significado y la manera en que entendemos a los medios de comunicación.

Sin embargo son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva¹; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc.

Son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.(Printer Colombia, Bogotá, 1995).

1.1.1. Estructura física

(Cabrero 1998) Es importante recordar que los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

a) Medios audiovisuales: los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información.

Por lo que hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último es poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; en cuanto a la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, científicos y ambientales, etc., conforman la gran variedad de formatos de índole informativa que se emiten a través de los medios audiovisuales.

b) Medios radiofónicos: la radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir.

También vale decir que, por la gran cantidad de emisoras, la radio, como medio masivo, tiene más posibilidades que la televisión, ya que su público es amplio y heterogéneo; además, a diferencia de los medios audiovisuales, ésta puede ser transportada con facilidad, pues tan sólo necesita un radio de transistores, una

grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa. Así mismo, es un medio que, a pesar del tiempo, conserva una gran dosis de magia, pues puede crear imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos.

b) Medios impresos: Éstos son las revistas, los periódicos, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Son el medio menos utilizado por el público en nuestro país, pues aparte de que para acceder a ellos se necesita dinero, la mayoría de las veces implican saber leer, así como tener alguna habilidad de comprensión, que desafortunadamente no todos la tienen. Igualmente requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos.

Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos, pues a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su modo.

El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad.

d) Medios digitales: También llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de Internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues

es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador. Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de este medio una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida. Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

1.1.2. Estructura según su carácter

Los medios de comunicación, según su carácter, esto según:(Juana Vázquez 2008). Se dividen en:

a) Informativos: su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales.

b) De entretenimiento: hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos animados, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por

desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes.

c) De análisis: son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretende comunicar.

d) Especializados: dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales (SANDOVAL, Carlos García y Al-Ghassani, 1990).

1.1.3. Interactividad en los medios.

Existen diversas definiciones de interactividad pero que podríamos esquematizar en tres centrales. Aquellas que ponen el acento en el programa multimedia, las que lo hacen en el usuario y una tercera, que representa el enfoque adoptado por Multimedia Machine.

En el primer caso, definimos la interactividad como la demanda de acción que efectúa el producto multimedia al usuario. Esta acción/reacción puede tener distintos medios de expresión: tocar la pantalla, entrar texto en un determinado campo, realizar determinadas manipulaciones usando el mouse –clic, doble clic, arrastrar y tirar, etc. Desde el punto de vista del usuario, interactividad es la cantidad de control que éste tiene sobre los contenidos. Esta definición alude a los grados de interactividad que puede tener el producto. El más bajo de estos niveles de interactividad es el agotado y agotador recurso de teclear una y otra vez enter – lo que algunos, con indudable gracia, han dado en llamar "enteractividad". Mientras que un alto grado de interactividad, en cambio, implica una modificación en la propia estructura del "relato" multimedia: se pasa de una presentación linear donde todo el control es del autor a la multilinearidad donde el control es del usuario. El usuario es así el dueño de la secuencia y del tiempo dedicado al contenido. Cuánto más alto el grado de interactividad mayor es la complejidad del producto y por lo tanto exige mayor tiempo de desarrollo y tiene un más alto costo³. Es por ello que el grado de interactividad a utilizar debe seleccionarse mediadamente de acuerdo a los objetivos del proyecto. Creemos que existe un tercer enfoque, que no toma una u otra perspectiva, sino que pone el acento en el diálogo que debe producirse entre el usuario y los contenidos, un diálogo dinámico que no sólo podemos medir por las acciones que el usuario realiza sino también por las que NO realiza -o al menos no son visibles-, esto es: cuando el material interactivo provoca no sólo la acción sino también la reflexión.

Interactividad en la televisión.

La televisión (TV) es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes (en movimiento) y sonido a distancia (Se denomina telecomunicación a la técnica de transmitir un mensaje desde un punto a otro, normalmente con el atributo típico adicional de ser bidireccional. Proviene del griego tele, que significa distancia. Por tanto, el término telecomunicación cubre todas las formas de comunicación a distancia, incluyendo radio, telegrafía, televisión, telefonía, transmisión de datos de interconexión de ordenadores).

Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las redes es el televisor. La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "vicio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV. La televisión interactiva se podría definir de múltiples modos. Por ejemplo, podría entenderse como la radiodifusión de un medio de transmisión de información de imagen y sonido que es capaz de recibir información de cada usuario y tenerla en cuenta para modificar su propio contenido en tiempo real, es decir, mientras se realiza la emisión. Evitando este tipo de expresiones formales, que muchas veces aún confunden más a lectores poco expertos, se podría definir también como una televisión en la que el telespectador puede hacer algo más que simplemente verla o/y oírla, pasando a ser una especie de "tele participante", ya que tiene la posibilidad de realizar acciones que pueden cambiar el contenido mostrado por su televisor. La idea inicial con la que nació la televisión interactiva fue la de ofrecer posibilidades de acción a un telespectador. No obstante, para que esta tecnología adquiriera una cierta estabilidad se requiere una masa crítica de usuarios. Los primeros intentos fracasaron debido a la escasez de usuarios, provocada por diferentes motivos tales como: la falta de promoción de la televisión interactiva, sus limitaciones tecnológicas iniciales, la asociación del concepto de televisión

interactiva a televisión de pago, la aparición de la recesión tecnológica de principios del milenio, o las desafortunadas copias de modelos de uso como el traspaso de la navegación por internet al televisor, la cual demanda una mayor actividad de la que una persona que se encuentra cómodamente sentada en un sofá.

¿Qué se espera ahora de la TVI?

Cuando apareció la TV, los primeros programas eran simples grabaciones de programas de radio, con todas las personas sentadas delante de micrófonos. Se necesitó un tiempo para saber aprovechar la inclusión de la imagen en la radiodifusión de contenidos audiovisuales. Con la interactividad pasa lo mismo: inicialmente se trasladan directamente comportamientos de otros ámbitos, hasta que, poco a poco, se aproveche realmente la potencialidad de tener conjuntamente audio, imagen e interactividad. Es una modalidad muy joven, que requiere una adecuación de sus contenidos de forma diferente. Hay que tener en cuenta múltiples factores, desde los más técnicos hasta los más artísticos y sociales, lo cual le confiere una dificultad de tratamiento importante. No obstante, las posibilidades son muy grandes y están aún, seguramente, por descubrir. El informe INSPIRA, del año 2007, reveló que las aplicaciones interactivas estudiadas tuvieron un uso mayoritario, al ser utilizadas por el 70% de los hogares encuestados en su análisis. En este informe también se habla de la baja calidad de los servicios interactivos ofrecidos como una posible causa adicional de la baja implantación de la TVI hasta el momento: "Niños y adolescentes manejan con soltura el mando del decodificador, pero no les atrae eso de la interactividad porque dicen que los servicios que les ofrecen les aburren o les interesan poco".

Interactividad en la radio.

La interactividad de la publicidad también llega a la radio, aunque es más difícil encontrarla. La verdad es que, entendiendo la interactividad en el sentido más amplio del término, siempre existe cuando consumimos publicidad, o casi siempre. En la radio, decidimos si encenderla o apagarla, o si cambiar de emisora cuando hay publicidad, como suele hacer la mayoría de la gente con la televisión. Pero no es esta la interactividad a la que nos referimos. También es cierto que en la radio, sobre todo en las emisoras locales o regionales, donde el anunciante está más cerca del consumidor, se suele proporcionar un teléfono de contacto con la marca anunciante, de modo que el público, si así lo quiere, podrá interactuar en el sentido en que podrá comunicarse con la marca. Pero tampoco era éste el tipo de interactividad que queríamos exponer y analizar en este trabajo, como ya se ha podido ver.

Queremos dar ejemplos de publicidad en la que el receptor tiene un papel importante para completar el mensaje, en la que la marca necesita del target, o al menos así se lo hace creer. Como ya hemos dicho, la gente está saturada de publicidad, necesita algo en lo que actúe como espectador pasivo, necesita interactuar. Y en la radio, aunque parece más difícil, también se les permite hacerlo. Es importante mencionar que las campañas interactivas pertenecen a emisores interactivos, que es lo verdaderamente fundamental. Una campaña no funciona durante mucho tiempo si no tiene unas bases verdaderas y patentes detrás. En el medio radio, la interactividad se ha convertido en algo muy importante. Se invita al oyente a participar en los programas, en las tertulias, con llamadas, e-mails, correos ordinarios o mensajes cortos mandados a través de los móviles. Incluso hay programas dedicados únicamente a escuchar las opiniones o las vivencias de los oyentes. La publicidad también les da la oportunidad de participar, de ser parte del anuncio y de la marca anunciante, con lo que también se consigue una mayor identificación de los consumidores con la marca. Anuncios con finales abiertos, que los oyentes tienen que completar; peticiones de ayuda para sacar un producto al mercado; juegos interactivos, la publicidad en radio también se inclina por cuñas interactivas que hagan al público partícipe del mundo publicitario.⁶ La Internet es básicamente interactiva por su bilateralidad, entendida

a través del mismo canal de comunicación que técnicamente permite el intercambio de roles, emisor-receptor-emisor. Es interactiva por su horizontalidad, porque sus contenidos, además de verificarse e intercambiarse entre el usuario y la interfaz; entre el usuario y los contenidos, se intercambian y verifican horizontalmente, entre los propios usuarios, (lectores-lectores). A estas cualidades añadir la revolucionaria impronta de la Red digital interactiva: su gramática (lenguaje hipertextual) y la convergencia mediática en un mismo soporte (lenguaje multimedia).

1.2. TECNOLOGÍA INFORMÁTICA

La Tecnología Informática (IT), según lo definido por la asociación de la Tecnología Informática de América (ITAA) es “el estudio, diseño, desarrollo, puesta en práctica, ayuda o gerencia de los sistemas informáticos computarizados, particularmente usos del software y hardware.” En fin, se ocupa del uso de computadoras y del software electrónico de convertir, de almacenar, de proteger, de procesar, de transmitir y de recuperar la información. Hoy, el término tecnología informática se ha ampliado para abarcar muchos aspectos referidos a la computadora y la tecnología informática. Los profesionales realizan una variedad de deberes que se extienden de instalar usos a diseñar redes de ordenadores y bases de datos complejas. Algunos de los deberes que los profesionales, Ingenieros e Ingenieros Técnicos en Informática, realizan pueden incluir:

- Gerencia de datos
- Establecimiento de una red de la computadora
- Diseño de los sistemas de la base de datos
- Diseño del software
- Sistemas de información de gerencia
- Gerencia de sistemas

1.2.1. Organizaciones de la industria

La tecnología de la informática del mundo y la alianza de los servicios (WITSA) es un consorcio sobre 60 asociaciones de la industria de la tecnología informática (IT) de economías alrededor del mundo. Fundado en 1978 y conocido originalmente como la asociación de la industria de servicios del mundo que computaba, WITSA ha asumido cada vez más un papel activo de la defensa en las ediciones internacionales del orden público que afectaban la creación de una infraestructura de datos global robusta.

La asociación de la tecnología informática de América (ITAA) es un grupo comercial de la industria para varias compañías de la tecnología informática de los EE.UU.

Fundado en 1961 como la asociación de las organizaciones de servicios de proceso de datos (ADAPSO), la asociación de la tecnología informática de América (ITAA) proporciona el orden público global, el establecimiento de una red del negocio, y la dirección nacional para promover el crecimiento rápido continuado del IT industrial. ITAA consiste en aproximadamente 325 miembros corporativos a través de los EE.UU., y es secretaria de la tecnología informática del mundo y mantiene la alianza (WITSA), una red global de IT de los 67 países asociados. NASSCOM es el cuerpo de la industria/la Cámara de Comercio para las compañías de la tecnologías informáticas en la India. Ha sido instrumental en ayudar a la industria india de la tecnología informática. (Shelly, Gary, Cashman, Thomas, Vermaat, Misty, y Walker, Tim. Descubrir las computadoras 2000).

1.2.2. Industrias dependientes

Aunque muchas organizaciones dependen mucho de IT para conseguir su trabajo hecho, las industrias siguientes son directamente dependientes en IT.

- Computación
- Software
- Consultoría de la tecnología informática
- La tecnología informática con servicios
- Outsourcing de proceso del negocio

1.3. ¿LA TECNOLOGÍA ES PRIVADA?

La privacidad se refiere al derecho a tener un control exclusivo sobre un ámbito de retiro, tranquilidad, soledad, secreto e intimidad. En esta esfera el individuo busca alejarse de los demás y estar libre de interferencias externas.

Es un acto de apropiación de sí mismo. Las nuevas tecnologías permiten nuevas variantes de intromisiones ilegítimas, que cabe agrupar en dos modalidades: las vulneraciones del derecho a la intimidad vía internet y las bases de datos obtenidas sin consentimiento del perjudicado y sin un fin legítimo que lo justifique.

Para los romanos, creadores del derecho tal y como lo entendemos hoy, sólo podría ser objeto de propiedad aquello que pudiéramos poseer físicamente (una finca, un esclavo), los derechos estaban vinculados a la posesión.

La apropiación de las ideas surge con el triunfo del modo de producción capitalista. Al mismo tiempo que se privatizan los montes públicos (y las propiedades de la iglesia) mediante la amortización, se "inventan" y desarrollan las denominadas propiedades industrial e intelectual, a las que se cataloga como formas "especiales de propiedad" por las que el uso de determinada técnica se atribuía sólo al titular inscrito en el registro de la propiedad intelectual o industrial.

La distinción entre una y otra propiedad radica básicamente en el uso de ellas. Así la propiedad industrial protege las marcas y las invenciones con usos industriales, mientras que la intelectual se ocupa de las obras artísticas, literarias o científicas. A pesar de vivir en economías de mercado, la investigación y desarrollo depende, muchas veces, de entidades financiadas con presupuestos públicos, es decir, financiadas por todos nosotros.

Como las universidades, muchos avances tecnológicos se desarrollan en estos centros, para ser apropiados seguidamente por entidades privadas. Además, prácticamente todos los investigadores son formados en las universidades públicas. No es ilógico creer que las personas formadas en entidades financiadas a cargo de sociedad estén en deuda con ella y que, sin perjuicio de ser profesionales bien pagados, los frutos de su trabajo reviertan en mayor medida al colectivo social que ha invertido en su formación. Quizás, lo más grave no sea el aspecto económico, sino la privatización de las herramientas para comunicación.

En la era de las comunicaciones, estas están en manos de un monopolio llamado Microsoft, su sistema operativo, navegador, cliente de correo son de uso mayoritario, creando estándares haciendo complicada la subsistencia de otros programas.

Es como si el español o el inglés estuvieran sujetos a patente y la mayoría de la gente los usara gratis pero "pirateados" y de forma clandestina. Si, realmente, el poder político tiene un sincero interés en fomentar la sociedad de la información no lo puede hacer sino desde herramientas de todos nosotros, es decir, software de código abierto y libre.

De todas formas el problema es de tipo económico, nuestros sueldos no nos alcanzan para, que una vez pagada la hipoteca, la comida, la luz y el agua, pagar lo que nos piden por la música, los libros, las comunicaciones o el software. La cultura no debe ser un bien accesible solo para los más pudientes. Tenemos un problema los ciudadanos con los "propietarios de la nada"

Pues nada es una idea registrada en un papel. Nunca como en la “Sociedad de la Información” las personas han estado tan expuestas a ojos extraños”. Los riesgos no proceden sólo del poder público, sino también de importantes poderes privados, que a través de las nuevas tecnologías de la información pueden adentrarse en la esfera privada y hacerse con el control de los datos de miles de personas.(MARTÍNEZ Carlos).

1.4. RELACIÓN ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA.

La Evolución de la Comunicación Humana desde la perspectiva tecnológica. La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación:

Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Desde siempre, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros.

La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. Tal vez por eso los grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como hito la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación.

La tecnología es justamente el medio que ha permitido responder cada vez mejor a las necesidades humanas facilitando y simplificando procesos. Cordero expresa al respecto que "...la tecnología es la que precisamente ayuda al progreso de la humanidad. Gracias a la tecnología avanzamos más y tenemos más tiempo para nosotros mismos.

Cada revolución tecnológica provoca transformaciones fundamentales que conllevan al mejoramiento de la vida de los seres humanos.(CANGA LAREQUI, J. 1988.)

La computación y la informática son apenas un ejemplo de las capacidades inventivas de la humanidad dirigidas en estos tiempos urbanos a simplificar las actividades del hombre. Pero ¿De qué se trata la tecnología? Etimológicamente, Tecnología significa "Ley o tratado de la técnica" porque se compone de los términos techne (Técnica) y logos (Ley o Tratado).

Según Mc Anany, (Citado por Canga Larequi, 1988) la Tecnología es: "El resultado de una aplicación racional de principios científicos y de ingeniería a la invención y la manufactura de una herramienta destinada a lograr ciertas tareas específicas."

La Tecnología es pues la técnica que emplea el conocimiento científico para controlar, transformar o crear determinados objetos o procesos. Se refiere a conocimiento científico aplicado con la intención de mejorar rutinas concretas. Ahora bien,

Es entonces un instrumento encaminado a obtener resultados prácticos y concretos en el campo determinado en el cual se aplica. Pablos (2001) afirma que "En todo caso, lo que encontramos es que las tecnologías modernizan el proceso, pero mantienen el producto.

Éste es el gran principio de las nuevas tecnologías, entender que sólo son piezas para aligerar un procedimiento, para obtener el mismo resultado con mayores facilidades, tal vez con menor esfuerzo humano...". Por tanto, es prudente destacar que el término "Tecnología" por sí mismo es genérico, responde a todo tipo de actividad, es un vocablo que adquiere sentido real cuando se acompaña de un término complementario que se refiera con precisión, a la actividad a la cual se aplica el conocimiento científico.(Canga Larequi 1988).

En este caso, la tecnología que se aplica para facilitar y mejorar el proceso de información y comunicación humana es entonces la que se conoce como Tecnología de Información y Comunicación (TIC). Tomando como base el concepto que se asume sobre Tecnologías de Información y Comunicación, éstas pueden entonces referirse incluso a las formas de comunicación más rudimentarias del hombre, porque al fin y al cabo la tecnología - por tratarse de conocimiento específicamente aplicado no es una concreción estática, sino que por el contrario es cíclica y dinámica:

Lo que resulte hoy novedoso y emergente fácilmente puede ser obsoleto mañana. Podría entonces tal definición aplicarse a la escritura, a la imprenta, al teléfono, a la radiocomunicación; en fin, a todo proceso o instrumento que en la historia de la humanidad represente un avance en cuanto a las técnicas de comunicación del hombre.

No obstante, la rapidez y constancia de los cambios en el mundo de hoy, es lo que da forma a la definición de Tecnologías de Información, porque es bien cierto que el término, aunque puede ser aplicable a otros modos remotos de comunicación, es prácticamente moderno y es reconocido a partir de la revolución que se observa en el mundo actual, caracterizada por la informática, la computación y el Internet.

Es decir, de Tecnologías de Información y Comunicación se habla a partir del instante en que la sociedad mundial comenzó a experimentar cada vez más rápidos y continuos procesos de cambio; cambios sustentados en un constante progreso científico- tecnológico.

En tal sentido, Canga Larequi define la tecnología de información y comunicación como un estudio sistematizado del conjunto de procedimientos que están al servicio de la información y la comunicación. Pero la concepción de Tecnologías de Información y Comunicación no puede verse de manera aislada porque se trata de una definición que se enmarca dentro de las actividades humanas.

Es así como los avances en la tecnología aplicada al proceso comunicativo dependen en cierta medida de los avances tecnológicos que la humanidad logre en otras áreas del conocimiento científico y esta evolución es la que ha permitido que el proceso comunicativo del hombre tenga hoy características casi ilimitadas en cuanto a tiempo y espacio.

Por lo tanto esta perspectiva, la concepción moderna de las tecnologías de información y comunicación comprende entonces aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, texto e imágenes, manejables en tiempo real.

Se relaciona con equipos de computación, software, telecomunicaciones, redes y bases de datos. Porque como ya se ha dicho, la evolución del proceso comunicativo humano está directamente relacionada con la evolución tecnológica de la humanidad. Medios de Comunicación o Tecnología aplicada a la Información y Comunicación Masiva. (Pablo 2001).

A partir de las afirmaciones precedentes, se puede entonces incluir a los medios de comunicación (Radio, Prensa, Televisión) dentro de la concepción que se ha logrado construir en relación con las Tecnologías de Información y Comunicación. ¿Acaso no son los medios de comunicación, precisamente, instrumentos que facilitan y mejoran el proceso comunicativo del hombre, al hacer de éste una actividad de alcance masivo? Se afirma que las tecnologías de información representan un aporte significativo en los procesos de producción, gestión y gerencia dentro de las organizaciones.

Los medios de comunicación social, como factores de producción, no escapan a tales beneficios; pero además, sociólogos y comunicólogos aseguran que esta

denominada revolución de la información logra cambios inclusive en las formas de comunicación social, tal como el hombre las conoce. Ya desde hace un buen tiempo, la tecnología se abrió paso para revolucionar los rudimentarios procesos con los cuales se vio nacer a todos y cada uno de los medios de comunicación. En los periódicos, por ejemplo, hace más de una década que se habla de redacción electrónica. Pablos (2001) asegura que hace tiempo que el periódico es electrónico: "El moderno rotativo diario o semanario que lo mismo da es un puro producto electrónico. Periódicos y revistas, como las redacciones de las agencias de prensa, son lugares de trabajo bañados del influjo de la electrónica. De esta forma, electrónica es la moderna redacción de textos y su recepción y transmisión..."

En la Radio y la Televisión han sido valiosos los avances en programas computarizados para la edición de imágenes y sonido, así como la inclusión de sistemas cada día más especializados para lograr transmisiones a distancia en directo.

Así, desde siempre la evolución de la tecnología ha sido también importante para mejorar la labor de los medios de comunicación. En el Cine por su parte, ya se habla de dibujos animados elaborados totalmente a través de programas de computación y los efectos especiales son más accesibles. Además, todos estos avances, aunque resulten costosos al inicio, han logrado en cada medio de comunicación el abaratamiento de los procesos tanto de producción como de transmisión de sus mensajes.(Pablo 2001).

El último aporte ha sido la cámara digital, mucho más pequeña que las convencionales y con la opción de grabar (guardar) la información audiovisual en formatos digitales (disquete o disco compacto). Así mismo han mejorado notablemente los programas de edición de imágenes. En síntesis, la informática, la computación y las tecnologías hace tiempo que generan transformaciones positivas en los medios tradicionales.

A partir de la incorporación de nuevas tecnologías el trabajo dentro de los medios de comunicación social se ha hecho menos laborioso, más eficaz, óptimo y con estándares de calidad adaptados a la constante evolución humana.

El impacto ha sido, hasta ahora, positivo. Según Mc Anany, (Citado por Canga Larequi, 1988)

CAPITULO 2

INTERNET

2.1. ¿QUE ES INTERNET?

Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, EE. UU.

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la Word Wide Web (WWW, o "la Web"), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Ésta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión.

Existen, por tanto, muchos otros servicios y protocolos en Internet, aparte de la Web: el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P), las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea, la transmisión de contenido y comunicación multimedia-telefonía (VoIP), televisión (IPTV), los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otras máquinas (SSH y Telnet) o los juegos en línea.(Robert Kahn y Vinton Cerf 1970).

Según el Diccionario de la Real Academia Española. Internet tiene un impacto profundo en el trabajo, el ocio y el conocimiento a nivel mundial. Gracias a la web, millones de personas tienen acceso fácil e inmediato a una cantidad extensa y diversa de información en línea. Un ejemplo de esto es el desarrollo y la distribución de colaboración del software de Free/Libre/Open-Source (SEDA) por ejemplo GNU, Linux, Mozilla y OpenOffice.org. Comparado con las enciclopedias y con las bibliotecas tradicionales, la web ha permitido una descentralización repentina y extrema de la información y de los datos. Algunas compañías e

individuos han adoptado el uso de los weblogs, que se utilizan en gran parte como diarios actualizables. Algunas organizaciones comerciales animan a su personal para incorporar sus áreas de especialización en sus sitios, con la esperanza de que impresionen a los visitantes con conocimiento experto e información libre.

“Internet ha llegado a gran parte de los hogares y de las empresas de los países ricos, en este aspecto se ha abierto una brecha digital con los países pobres, en los cuales la penetración de Internet y las nuevas tecnologías es muy limitada para las persona”.(Lawrence G y Ray Tomlinson 1970).

No obstante, en el transcurso del tiempo se ha venido extendiendo el acceso a Internet en casi todas las regiones del mundo, de modo que es relativamente sencillo encontrar por lo menos 2 computadoras conectadas en regiones remotas. Desde una perspectiva cultural del conocimiento, Internet ha sido una ventaja y una responsabilidad. Para la gente que está interesada en otras culturas, la red de redes proporciona una cantidad significativa de información y de una interactividad que sería inasequible de otra manera. Internet entró como una herramienta de globalización, poniendo fin al aislamiento de culturas. Debido a su rápida masificación e incorporación en la vida del ser humano, el espacio virtual es actualizado constantemente de información, fidedigna o irrelevante.(CASTELLS, M. 2001)

2.2. LENGUAJE HIPERTEXTUAL

El hipertexto es una tecnología que organiza una base de información en bloques distintos de contenidos, conectados a través de una serie de enlaces cuya activación o selección provoca la recuperación de información.

2.2.1. Definición

El hipertexto es una tecnología que organiza una base de información en bloques distintos de contenidos, conectados a través de una serie de enlaces cuya activación o selección provoca la recuperación de información.

El hipertexto ha sido definido como un enfoque para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una red de nodos conectados

por enlaces. Los nodos contienen textos y si contienen además gráficos, imágenes, audio, animaciones y video, así como código ejecutable u otra forma de datos se les da el nombre de hipermedio, es decir, una generalización de hipertexto. Considerando cómo se representa el conocimiento humano, el hombre opera por asociación, saltando de un ítem al próximo, en forma casi instantánea. El paradigma hipermedia intenta modelar este proceso con enlaces entre pedazos de información contenidos en nodos.

A diferencia de los libros impresos, en los cuales la lectura se realiza en forma secuencial desde el principio hasta el final, en un ambiente hipermedial la "lectura" puede realizarse en forma no lineal, y los usuarios no están obligados a seguir una secuencia establecida, sino que pueden moverse a través de la información y hojear intuitivamente los contenidos por asociación, siguiendo sus intereses en búsqueda de un término o concepto.(DÍAZ, P., CATENAZZI, N, AEDO, I. 1996)

En términos más sencillos, y a la vez más amplios, un hipermedio es un sistema de bases de datos que provee al usuario una forma libre y única de acceder y explorar la información realizando saltos entre un documento y otro. En la literatura se utiliza, a veces, en forma indiscriminada los términos hipertexto, sistemas hipertexto e hiperdocumento; sin embargo, es necesario aclarar que se hace referencia a objetos distintos, y que en lo sucesivo se utilizará las siguientes definiciones para evitar confusiones:

1.- Hiperdocumento: Es el contenido de información, incluyendo los fragmentos de información y las conexiones entre esos fragmentos, indiferente sea el sistema utilizado para leer o escribir tal documento.

2.- Sistema hipertexto: Es una herramienta de software que permite leer y escribir hiperdocumentos. Este sistema no contiene un hiperdocumento.

3.-Hipertexto: Es un sistema hipertexto que contiene hiperdocumentos.

4.- Hiperespacio: Es el término que describe el número total de locaciones y todas sus interconexiones en un ambiente hipermedia.

Según Landow, el hipertexto es una forma distinta de literatura; define hipertexto *"como el uso del computador que trasciende la linealidad, límites y calidad fija de la tradicional forma de escritura de texto"*.(Landow 1988).

Otro autor en el campo de la literatura, Bolter, define:

"hipertexto consiste de tópicos y sus conexiones; los tópicos pueden ser párrafos, oraciones o palabras simples. Un hipertexto es como un libro impreso en el cual el autor tiene disponible un par de tijeras para cortar y pegar pedazos de redacción de tamaño conveniente. La diferencia es que el hipertexto electrónico no se disuelve en una desordenada carpeta de anotaciones: el autor define su estructura definiendo conexiones entre esas anotaciones"(Bolter 1960)

En publicaciones menos formales como Byte, Fiderio, da la siguiente definición:

"hipertexto, en el nivel más básico, es un manejador de base de datos que permite conectar pantallas de información usando enlaces asociativos.

En un nivel mayor, hipertexto es un ambiente de software para realizar trabajo colaborativo, comunicación y adquisición de conocimiento. Los productos de este software emulan la habilidad del cerebro para almacenar y recuperar información haciendo uso de enlaces para un acceso rápido e intuitivo". Para Balzer hipertexto es *" una base de datos que tiene referencias cruzadas y permite al usuario (lector) saltar hacia otra parte de la base de datos, si éste lo desea".*(Balzer 1888).

Según Rada, el término hipertexto:

"se relaciona con el término 'espacio hiperbólico', debido al matemático Klein, en el siglo XIX. Klein utilizó el término hiperespacio para describir una geometría de muchas dimensiones; por lo anterior, se puede deducir que hipertexto es texto multidimensional, considerándose el texto como una estructura unidimensional".(Randa 1990).

2.2.2. Características básicas de un hipertexto.

Esta tecnología de información ha sido defendida y elogiada debido a las grandes ventajas que proporciona; sin embargo no todos los hipertextos que se han implementado y están disponibles en distintas plataformas e instalaciones cumplen cabalmente con todas las expectativas de los usuarios. Un sistema hipertexto, en términos ideales, debe cumplir con las siguientes características:

- Esta tecnología debe proveer un medio adecuado para organizar y presentar información poco o nada estructurada, no ajustada a esquemas tradicionales y rígidos como es el caso de las bases de datos. Pueden utilizarse esquemas jerárquicos para la utilización de sistemas de documentación de texto tradicionales, muy organizados o simplemente creando estructuras de redes con poco o ningún atributo de precedencia.
- Tener asociada una interfaz de usuario muy intuitiva, pues se pretende imitar el funcionamiento de la mente humana, haciendo uso de modelos cognitivos, por lo que el usuario no debería realizar grandes esfuerzos para obtener la información requerida.
- La información se encuentra distribuida y puede ser accedida en forma concurrente por varios usuarios, por lo tanto es un ambiente compartido.
- Es un ambiente colaborativo: un usuario puede crear nuevas referencias entre dos documentos cualesquiera en forma inmediata e independiente de los tipos de contenido, haciendo crecer su hiperdocumento, sin generar cambios en el hiperdocumento referenciado. Estas referencias pueden estar embebidas en el documento, de modo que aunque éste se cambiara de instalación, el enlace seguiría proporcionando acceso a la información referenciada.
- Tiene asociados varios mecanismos de recuperación y búsqueda de información a través de las navegaciones, ya sean dirigidas o no dirigidas.

Estas características hacen de este paradigma que sea utilizado en una variedad muy amplia de aplicaciones, en las cuales se tienen al menos los siguientes requerimientos: gran cantidad de información organizada en distintos fragmentos y

contextos, los cuales pueden estar relacionados entre sí, que el usuario necesita en forma discreta, y que pueda estar implantado en un ambiente electrónico o computacional.

Dados estos requerimientos, el dominio de las aplicaciones hipermediales incluye: ayudas y documentación, diccionarios y enciclopedias electrónicas, herramientas CASE para desarrollo de software, organizadores de ideas, sistemas de información turísticos y geográficos, venta electrónica, soporte para enseñanza y aprendizaje, trabajo colaborativo y comunicaciones.

Estas aplicaciones pueden ser implementadas tanto en ambientes cerrados o en ambientes abiertos.

Un ambiente hipermedio cerrado es aquel donde todo el repositorio de información se encuentra concentrado en una única unidad de almacenamiento o servidor, y los enlaces entre hiperdocumentos sólo puede realizarse entre fragmentos de información que residen en el mismo servidor.

En cambio, cuando el ambiente es abierto, los contenidos y fragmentos de información pueden encontrarse distribuidos en diversos repositorios de almacenamiento o varios servidores, es decir la información se encuentra físicamente distribuida en servidores distintos y se permiten hacer referencias entre hiperdocumento que residen en servidores distintos: este es el caso del Word Wide Web . Aunque no se considerará necesario distinguir entre aplicaciones cerradas y abiertas, a menos que sea necesario

2.2.3. La enseñanza/aprendizaje mediante el hipertexto

El hipertexto además tiene algunas características que lo hacen especialmente útil para soportar el proceso humano del aprendizaje, ya sea en un contexto de educación formal como material complementario de un diseño didáctico más amplio, o en situaciones de educación informal en las que la persona que aprende lleva toda la iniciativa y utiliza al hipertexto como medio para construir su propio conocimiento.

Ahora bien la distancia que hay entre disponer de la información idónea y asimilarla en conocimiento no puede acortarse con ningún instrumento, cada uno debe dar el salto de forma personal, interna e intransferible según sus aptitudes, deseos y necesidades.

Sin embargo el hipertexto puede ayudar a obtener la información adecuada, en el momento preciso, incluso sin saber de antemano qué información es la adecuada. Un aspecto esencial del proceso de aprendizaje es relacionar la nueva información con conocimientos que ya se poseen y de este modo comprender e interpretar lo nuevo en relación a lo ya conocido.

En este proceso a menudo también es necesario reestructurar estos conocimientos anteriores para la asimilación de nueva información y de este modo evolucionar la propia estructura cognoscitiva.

Por tanto, no es una trivialidad obtener la información adecuada al propio nivel de aprendizaje que nos permita realizar conexiones significativas entre lo nuevo y lo conocido, para obtener un aprendizaje significativo e integrado en el cuerpo de conocimientos preexistente.

Según Vygotsky diferencia entre lo que un individuo puede aprender solo, sobre un dominio del conocimiento (desarrollo efectivo) y lo que puede aprender con ayuda de otras personas o de instrumentos externos (desarrollo potencial). Identificando a la diferencia entre el desarrollo potencial y el desarrollo efectivo como la zona de desarrollo próximo de ese individuo para ese dominio.

Pues bien, obtener la información adecuada en el momento preciso es encontrar los nuevos contenidos en la propia zona de desarrollo próximo. Desde esta perspectiva, un proceso de enseñanza consistirá en que el educador sitúe la información no conocida por los educandos en sus zonas de desarrollo próximo, de manera que puedan convertirla en conocimiento al relacionarla de manera significativa con su bagaje anterior.

Cada individuo tiene su peculiar estructura cognitiva, con puntos en común con personas de su mismo entorno cultural, pero que exigirá una nueva información

con graduación, forma y contexto acordes a sus peculiaridades. Esta modulación es el reto diario de los educadores en entornos de educación formales y el objetivo constante en aprendizajes auto dirigidos.

Un buen diseño del hipertexto facilitará la obtención de la información necesaria para construir el propio aprendizaje. Esta premisa está basada en la posibilidad que ofrece este medio de representar diferentes estructuras semánticas sobre un mismo dominio.

Los nodos tratan un solo concepto o idea simple, los enlaces relacionan diversos nodos formando una red de relaciones semánticas y la estructura general resultante puede ser representada en índices, sumarios o mapas cognitivos. Nada impide que subsistan dos o más estructuras sobre el mismo conjunto de nodos o que dos o más estructuras se solapen, compartiendo una parte importante de sus nodos.

Es responsabilidad del usuario escoger la estructura que encaje mejor con su nivel de aprendizaje y estilo cognitivo. Un sumario jerárquico puede ser una representación ideal para los usuarios inexpertos y en cambio resultar poco adecuado para personas con más conocimientos sobre el contenido del hipertexto y con una estructura cognitiva interna ya consolidada.

La red semántica de relaciones que ofrece una estructura jerárquica es muy pobre cuando se busca la comprensión de un tema desde diferentes puntos de vista o cuando se intenta la construcción de nuevas relaciones entre sus conceptos. Para los expertos es ideal un hipertexto rico en enlaces significativos porque permite profundizar en la comprensión de sus contenidos, descubriendo y realizando nuevas conexiones entre sus conceptos, antes de la elaboración de un discurso ya estructurado.

El hipertexto ofrece más ventajas con contenidos con una estructura poco rígida y a menudo difusa, como la historia, la literatura y en general todas las disciplinas de humanidades.(Vygotsky 1948).

En ellas cualquier tema puede interpretarse simultáneamente a la luz de diferentes teorías o desde múltiples puntos de vista. También las ciencias aplicadas como la medicina o la ingeniería (por lo general bien estructuradas) tienen aspectos poco estructurados, debido a la gran cantidad de factores que intervienen y por la posible aplicación de diferentes principios, a menudo contradictorios.

El hipertexto es un buen medio para facilitar el aprendizaje de estos contenidos porque permite representar las múltiples conexiones entre sus componentes y su constante reestructuración por parte del usuario.

Obviamente el aprendizaje en contextos poco estructurados se intentará solo cuando hayan sido asimilados los aspectos básicos de la materia en cuestión.

A modo de conclusión y siguiendo el excelente trabajo de Park y Hannafin, se expone a continuación una serie de principios psicopedagógicos que tienen significativas repercusiones prácticas para el diseño de entornos hipertextuales que faciliten la adquisición del conocimiento.

El resultado de aplicar estas sugerencias será la creación de una herramienta de aprendizaje utilizable como medio complementario en contextos de educación formal o como poderoso recurso de autoaprendizaje individual (Vygotsky).

2.2.4. Principio de la representación múltiple de la información

La representación múltiple y relacionada de la información mejora la decodificación de la información, y como consecuencia el aprendizaje mejora cuando el número de estímulos complementarios utilizados en la representación de los contenidos se incrementa, como por ejemplo cuando los gráficos proporcionan información redundante que complementa al texto. Implicaciones para el diseño Hay que representar la información utilizando estímulos visuales, sonoros y verbales de manera coherente, complementaria y desde múltiples perspectivas.

2.2.5. Principio del esfuerzo mental

El aprendizaje aumenta cuando la cantidad de esfuerzo mental invertido se incrementa y la inversión de esfuerzo aumenta cuando el medio de aprendizaje es percibido como difícil en relación a las propias capacidades. Implicaciones para el diseño Incluir actividades en el hipertexto para incrementar la percepción de la dificultad del medio y aumentar el esfuerzo mental a invertir. Estas actividades pueden consistir en la realización de nuevas relaciones entre elementos del contenido o en la enunciación de hipótesis demostrables con la información contenida en el hipertexto.(LANDOW, G y DELANY, P 1991.)

2.2.6. Conclusión

Internet despierta opiniones, actitudes y propuestas diversas. Abundan los temores frente a los riesgos a los que están expuestos los más jóvenes, como también las alternativas tecnológicas y comerciales que suponen que la educación se transforma automáticamente porque se instalan computadoras y se utiliza Internet en el proceso enseñanza-aprendizaje.

Hay quienes sostienen que Internet llega solamente a los niños y adolescentes de las grandes ciudades y que el mundo rural está por fuera de estas tecnologías y que vivimos, por ende, una fractura digital. Internet es hoy para los jóvenes una forma de comunicación, se utiliza como una extensión de su relación entre pares y con la finalidad de mantenerse informados, básicamente sobre todo aquello que es parte de su vida social y cotidiana.

Sin embargo los jóvenes aprecian que Internet y los medios audiovisuales son una importante posibilidad de "conocer" sobre muchos aspectos que la escuela no les permite y le asignan un valor de complemento a la educación que reciben en el aula. Los propios profesores están muy entusiasmados con Internet, aunque poco

capacitados en su uso, y en aulas y colegios con equipamiento muy elemental, envían a sus estudiantes a realizar las tareas por Internet.

Los estudiantes, son eficientes y buscan soluciones para conectarse cuando la universidad no se lo facilita. Además el uso que realizan de Internet es mayoritariamente profesional y académico ya que las actividades más frecuentes son el correo electrónico, y la búsqueda de información general o de estudio.

- Los usos más frecuentes de Internet se relacionan con actividades académicas y profesionales de la Red: correo electrónico (95%), búsqueda de información general (95%) y búsqueda de información sobre estudios (89%).
- Mientras que el chat (61%) y MP3 (51%) tienen un nivel de utilización medio, la banca electrónica (14%), compra de productos (14%), sexo (22%), búsqueda de empleo (27%), lectura de prensa (37%) y juegos (35%).
- La relación entre el sexo y los usos de Internet se encuentra sesgada ya que la distribución de hombres y mujeres no es homogénea³⁰. Teniendo este hecho en cuenta se observa que el correo electrónico es más utilizado por mujeres que hombres, mientras que la lectura de prensa, banca electrónica, juegos, compras, pornografía y MP3 son más utilizados por los hombres.

Sin definir si es por fines académicos o personales, los sitios más visitados son Google, YouTube, Wikipedia, Fotolog, Messenger (MSN) y páginas específicas sobre música, moda, deportes y juegos. Muchos utilizan la Internet para descargar música, películas y otros trabajos.

Hay fuentes que cobran por su uso y otras gratuitas, usando los servidores centralizados y distribuidos, las tecnologías de P2P. Otros utilizan la red para tener acceso a las noticias y el estado del tiempo.

Si bien 97% de los casos los alumnos reciben de sus maestros la petición de buscar información en Internet, la mayoría no especifica el sitio en el cual hacerlo

y sólo 11% de los encuestados respondió sitios En el Ecuador, según los registros de la Superintendencia de Telecomunicaciones, hasta junio de 2005, el Ecuador tenía 188 mil usuarios de Internet, menos del 3% de cobertura nacional. Nuestro país se encuentra a la cola comparado con otros países del entorno: Venezuela, 1,70; Colombia, 1,60; Perú, 1,50; Bolivia, 0,40 y, Ecuador 0,30.

Sin embargo, el número de computadores en el país 225 mil rebasa los que tiene Bolivia (60mil). ¿Dónde está el problema de la falta de conexión a Internet en el Ecuador.

Este es un entresijo de pequeñas redes unidas entre sí. Millones de computadores están entrelazados sin control ni propiedad de ninguna autoridad nacional o internacional. No hay leyes, cualquier internauta puede acceder a la Internet. Pero muchos gobiernos y especialmente los del Tercer Mundo o totalitarios consideran que este maravilloso servicio de información es peligroso, entre otros: China, Arabia Saudí, Cuba, Siria, Irán, etcétera. Contrariamente, los países europeos y no digamos los Estados Unidos, el Canadá dan total libertad al uso de la Internet.

El caso de México es interesante; ha liberalizado las telecomunicaciones, mediante Acuerdo P/22 19097 de octubre de 1997 que dice: Que de acuerdo al Programa del Sector de Comunicaciones es necesario lograr una mayor cobertura y penetración del servicio telefónico para aumentar la productividad de la economía en su conjunto, brindar más oportunidades de desarrollo e incrementar la diversidad de los servicios, con precios accesibles de un mayor número de usuarios. Convertir las telecomunicaciones en un derecho libre debería ser nuestra meta, claro está, a bajos precios. Deberíamos extender la conectividad a la Internet en banda ancha a los centros educativos y culturales, implantar la tarifa plana.

El consejo nacional de telecomunicaciones Resolvió lo siguiente: Que debido a los avances tecnológicos y la seguridad en él envió de mensajes, garantizados a través de la aplicación de la Ley de Comercio Electrónico , Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, se hace necesario considerar procedimientos que impliquen la

realización de trámites, sin necesidad de que el peticionario , concurra personalmente.

Por lo tanto en la actualidad existen registrados en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones aproximadamente trescientos Centros de Información y Acceso a la Red de Internet, cuando se conoce extraoficialmente que en el país, existe un número mayor de centros en donde se realiza este tipo de actividad.

Que el servicio que prestan los Centros de Información y Acceso a la Red de Internet es de fundamental importancia para la colectividad, puesto que, han permitido contribuir a la masificación del Internet, especialmente, por el bajo nivel de penetración de Internet que existe aún en el país, a nivel de los hogares. Que la Voz sobre Internet está regulada mediante Resolucion 491-21-CONATEL-2006 de 8 de septiembre del 2006, publicada en el Registro oficial No. 363 de 25 de septiembre del 2006. Que la regulación de telecomunicaciones debe basarse en criterios objetivos, no discriminatorios, proporcionales y transparentes.(VYGOTSKY, L. S.)

2.3. DEFINICIÓN Y FUNCIÓN DE UNA INTERFAZ

En software, parte de un programa que permite el flujo de información entre un usuario y la aplicación, o entre la aplicación y otros programas o periféricos. Esa parte de un programa está constituida por un conjunto de comandos y métodos que permiten estas intercomunicaciones. Interfaz también hace referencia al conjunto de métodos para lograr interactividad entre un usuario y una computadora.

Una interfaz puede ser del tipo GUI, o línea de comandos, etc. También puede ser a partir de un hardware, por ejemplo, el monitor, el teclado y el mouse, son interfaces entre el usuario y el ordenador. En electrónica, un interfaz es el puerto por el cual se envían o reciben señales desde un sistema hacia otros. Por ejemplo, el interfaz USB, interfaz SCSI, interfaz IDE, interfaz puerto paralelo o serial, etc.

ACLARACIÓN: es incorrecto el uso de "interfase" como sinónimo de interfaz (o, en inglés, interface). Interfase significa otras cosas en biología y físico-química. Las interfaces básicas de usuario son aquellas que incluyen cosas como menús, ventanas, teclado, ratón, los beeps y algunos otros sonidos que la computadora hace, en general, todos aquellos canales por los cuales se permite la comunicación entre el ser humano y la computadora. La mejor interacción humano-máquina a través de una adecuada interfaz (Interfaz de Usuario), que le brinde tanto comodidad, como eficiencia.

2.3.1. Tipos de interfaces de usuario

Dentro de las Interfaces de Usuario se puede distinguir básicamente dos tipos:

- A)** Una interfaz de hardware, a nivel de los dispositivos utilizados para ingresar, procesar y entregar los datos: teclado, ratón y pantalla visualizada; y
- B)** Una interfaz de software, destinada a entregar información acerca de los procesos y herramientas de control, a través de lo que el usuario observa habitualmente en la pantalla.

2.3.2. Funciones principales

Sus principales funciones son las siguientes:

- Puesta en marcha y apagado
- Control de las funciones manipulables del equipo
- Manipulación de archivos y directorios
- Herramientas de desarrollo de aplicaciones
- Comunicación con otros sistemas
- Información de estado
- Configuración de la propia interfaz y entorno
- Intercambio de datos entre aplicaciones
- Control de acceso
- Sistema de ayuda interactivo

2.3.3. Tipos de interfaces de usuario.

Interfaz de hardware.- A nivel de los utilizados para ingresar, procesar y entregar los datos como son: teclado, ratón y pantalla visualisadora

Interfaz de software.- Destina a entregar información acerca de los procesos y herramientas de control, a través de lo que el usuario observa habitualmente en la pantalla.

Interfaz de software/hardware.- establece un proceso entre la máquina y las personas. Permite a la maquina entender el código binario a información legible.

2.3.3.1. Según la forma de interactuar del usuario

Atendiendo a como el usuario puede interactuar con una interfaz, nos encontramos con varios tipos de interfaces de Usuario:

- Interfaces alfanuméricas (intérpretes de mandatos) que solo presentan texto.
- Interfaces gráficas de usuario (GUI, Graphics User Interfaces), las que permiten comunicarse con el ordenador de una forma muy rápida e intuitiva representando gráficamente los elementos de control y medida.
- Interfaces táctiles, que representan gráficamente un "panel de control" en una pantalla sensible que permite interaccionar con el dedo de forma similar a si se accionara un control físico.

2.3.3.2. Según su construcción

Pueden ser de hardware o de software:

- Interfaces hardware.- Se trata de un conjunto de controles o dispositivos que permiten la interacción hombre-máquina, de modo que permiten

introducir o leer datos del equipo, mediante pulsadores, reguladores e instrumentos

- Interfaces software.- Son programas o parte de ellos, que permiten expresar nuestros deseos al ordenador o visualizar su respuesta.

2.3.4. Valoración

El principal objetivo de una interfaz de usuario es que éste se pueda comunicar a través de ella con algún tipo de dispositivo, conseguida esta comunicación, el segundo objetivo que se debería perseguir es el de que dicha comunicación se pueda desarrollar de la forma más fácil y cómoda posible para el usuario, sin embargo, las interfaces no siempre son intuitivas tal como es el caso de las interfaces de línea de órdenes (CLI), que se encuentran por ejemplo en algunos sistemas operativos como los NOS de los Routers o algunos Shell de Unix, DOS, etc. Estas interfaces son las primeras que utilizaron los ordenadores y están anticuadas, aunque los nostálgicos las siguen prefiriendo porque se saben de memoria los comandos.

También es importante reconocer las interfaces de línea de órdenes, como el mejor medio para que el administrador del sistema pueda llevar a cabo tareas complejas, de ahí que se sigan utilizando y todo sistema operativo disponga de un intérprete de comandos (Shell en Unix, consola o símbolo del sistema en Windows) como parte fundamental del interface del usuario.

Se dispone de un programa que se activa con doble clic del ratón y se rellena una serie de datos en una ventana de diálogo. Mucho más fácil que recordar el comando y las opciones para hacerlo; ahora es el administrador de un sistema que debe crear 200 usuarios.

Esto se soluciona creando lo que se llaman "scripts" o programitas que realizan tareas en un sistema operativo. Son ficheros BAT en Windows y shell scripts en Unix/Linux. Estos programitas utilizan el conjunto de comandos que ofrece el sistema. Además no todo se puede hacer con la interfaz gráfica, hay ciertas

funciones (para usuarios avanzados y administradores) para las cuales solo es posible realizarlas con algún comando.

El diseño de la interfaz es crítico para el manejo del equipo, hay algunas muy bien diseñadas que incorporan controles intuitivos y de fácil manejo, en cambio existen otras que no se entienden bien y el usuario no acierta a manejarlas correctamente sin estudiar un manual o recibir formación del experto. Las características básicas de una buena interfaz podrían sintetizarse en:

- ❖ Facilidad de comprensión, aprendizaje y uso
- ❖ Representación fija y permanente de un determinado contexto de acción (fondo)
- ❖ El objeto de interés ha de ser de fácil identificación
- ❖ Diseño ergonómico mediante el establecimiento de menús, barras de acciones e iconos de fácil acceso.
- ❖ Las interacciones se basarán en acciones físicas sobre elementos de código visual o auditivo (iconos, botones, imágenes, mensajes de texto o sonoros, barras de desplazamiento y navegación...) y en selecciones de tipo menú con sintaxis y órdenes.
- ❖ Las operaciones serán rápidas, incrementales y reversibles, con efectos inmediatos
- ❖ Existencia de herramientas de Ayuda y Consulta
- ❖ Tratamiento del error bien cuidado y adecuado al nivel de usuario

2.3.5. Metáforas y Modelos mentales

Cuando accedemos a cualquier Web por primera vez, rápida e inconscientemente buscamos pistas para saber cómo funciona y qué abarca. De esta forma creamos un modelo mental, una imagen esquemática de la interfaz que nos ayuda a comprender su funcionalidad y comportamiento.

Este modelo mental nos proporciona tanto un esquema del sitio como una imagen de identidad y ambos influyen en lo que, como usuarios, esperamos del sitio al otorgarle una estructura interna de funcionamiento mediante suposiciones que hacemos de una primera impresión. Los humanos construimos modelos mentales en ambos entornos: en situaciones virtuales y en situaciones reales.

Utilizar por vez primera un sitio Web es como navegar en un espacio público poco familiar: esquematizamos qué vemos y lo comparamos con nuestra experiencia acumulada para determinar cuál es la mejor manera de proceder. Los modelos mentales son especialmente importantes en los entornos virtuales y en cualquier otro tipo de aplicación informática, de hecho muchos de nosotros utilizamos software sin necesidad de consultar ningún manual de uso con ayuda de la experiencia acumulada en la interacción con software similar.

Una forma de hacer trascender los aspectos abstractos del software es presentar las interfaces de forma metafórica.

Las metáforas permiten a los usuarios equiparar las funciones de un elemento de interfaz con algo de la vida real, presentándola de forma más simple en lugar de usar una terminología técnica.

Por ejemplo, en un software de tratamiento de imágenes una herramienta que aparece en el entorno de interfaz representada como un pincel tiene para el usuario mucho más significado que si en lugar de la imagen apareciera una proposición verbal como la siguiente: “herramienta que permite editar globalmente los valores relativos de cualquier parte de un mapa de bits”.

2.3.6. Características humanas del diseño de interfaz.

El diseño de interfaz de usuario o ingeniería de la interfaz es el resultado de definir la forma, función, usabilidad, ergonomía, imagen de marca y otros aspectos que afectan a la apariencia externa de las interfaces de usuario en sistemas de todo tipo (computadoras de uso general, sistemas de control, dispositivos de comunicación móviles, software de sistemas, software de aplicaciones, sitios web, etc).

El objetivo final del diseño de la interfaz de usuario es hacer que la interacción entre el usuario y el sistema del que es interfaz sea tan simple y eficiente como sea posible, en términos de cumplimiento de los objetivos del usuario. Sigue por ello una filosofía de diseño centrado en el usuario.

2.3.6.1. Factores Humanos

- Al diseñar interfaces de usuario deben tenerse en cuenta las habilidades cognitivas y de percepción de las personas, y adaptar el programa a ellas. Así, una de las cosas más importantes que una interfaz puede hacer es reducir la dependencia de las personas de su propia memoria, no forzándoles a recordar cosas innecesariamente a repetir operaciones ya realizadas. La persona tiene unas habilidades distintas de la máquina, y ésta debe utilizar las suyas para evitar las de aquella.
- Velocidad de Aprendizaje.- Se pretende que la persona aprenda a usar el sistema lo más pronto posible.
- Velocidad de Respuesta.- El tiempo necesario para realizar una operación en el sistema.
- Tasa de errores.- Porcentaje de errores que comete el usuario
- Retención.- Cuánto recuerda el usuario sobre el uso del sistema en un período de tiempo
- Satisfacción.- Se refiere a que el usuario esté a gusto con el sistema

Además de éstos existen otros a considerar

2.3.6.2. Adecuación

- Características Físicas.- Hay algunas personas que no les gustan los teclados mientras que a otras sí. Es por eso que hay teclados ergonómicos
 - Ambiente.- El lugar donde va a ser usado el sistema
 - Visibilidad.- Tomar en cuenta la cantidad de iluminación del lugar.
 - Personalidad.- De acuerdo a la edad, nivel socio-económico, etc
 - Cultura.- Los japoneses no tienen las mismas pantallas, ventanas, etc. Este factor es importante si el mercado para el sistema es a nivel internacional.
- Según la función tenemos:

2.3.6.3. Motivación

- Sistemas Vitales.- Son de vida o muerte; muchas personas dependen de ellos. Ejemplo: un sistema para reactores nucleares. Este sistema trabaja en tiempo real, y es de suma importancia la seguridad y efectividad del mismo.
- Sistemas Comerciales e Industriales.- Sirven para aumentar la productividad y vender más.

- Sistemas de Oficina, Hogar y Juegos.- Factor importante: el mercado a quien está dirigido; tienen que ser muy amigables y satisfacer al cliente.
- Sistemas de Investigación.- Realizan tareas muy específicas y tratan de imitar el medio en el que se desenvuelve el usuario.

2.4. REDES SOCIALES

Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas y sobretodo en lugares para encuentros humanos. Para comprender un poco este fenómeno en crecimiento presuroso cabe citar en principio alguna definición básica que nos permita comprender que es una red social, cómo funcionan en Internet y algunas nociones sobre su historia.

2.4.1. Definiendo a las redes sociales

“Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida.

La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.” No difiere lo dicho sobre una red grupal y lo que sucede a nivel subjetivo en Internet, al menos en las que se dedican a propiciar contactos afectivos nuevos como lo son las redes de búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses sin fines de lucro.

En las redes sociales en Internet tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo

obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo.

Mientras tanto las redes sociales en Internet suelen posibilitar que pluralidad y comunidad se conjuguen y allí quizás esté gran parte de toda la energía que le da vida a los grupos humanos que conforman esas redes. Las redes sociales dan al anónimo popularidad, a la discriminada integración, a la diferente igualdad, a la malhumorada educación y así muchas cosas más.

La fuerza del grupo permite sobre el individuo cambios que de otra manera podrían ser difíciles y genera nuevos vínculos afectivos y de negocios. Sólo con estas incompletas reflexiones sobre los beneficios psicosociales que brindan las redes a los individuos ¿Queda alguna duda acerca de cuál es la causa del éxito y popularidad que ganan a gran velocidad las redes sociales en Internet?

2.4.2. Un poco de historia

Alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Hacia 2003 se hacen populares con la aparición de sitios tales como Friendster, Tribe y MySpace. Rápidamente algunas empresas ingresan a las redes sociales. Google lanza en enero de 2004 Orkut apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre.

En 2005 ingresan Yahoo 360° y otros. Básicamente el funcionamiento comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico Y he aquí que se transforma en un interesante negocio.

Creo que un buen ejemplo de esto es Facebook, una red social enfocada a estudiantes, muy similar a MySpace, con millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft.

Se corría el rumor que esta red social podría ser adquirida por Yahoo en un valor de nada menos que mil millones de dólares.

Otro es del inicio que ha alcanzado ya la cifra del millón de usuarios, cifra que supera en tres la cantidad de hace sólo nueve meses atrás. Mysapce.com es otra red social, que tiene más de cien millones de usuarios, pertenece a News Corp (la transacción rondó los \$580 millones al previo dueño) posicionándose como la mayor en su tipo e incluye temáticas tan diversas como búsqueda de personas desaparecidas.

Claro está que no todo es buenaventura para las redes sociales, conforme se fue convirtiendo en buen negocio, surgieron intereses y por lo tanto, corre cierto peligro, al menos en su filosofía de funcionamiento libre ya que la empresa Friendster.com logró que la Oficina de Patentes de los Estados Unidos le acepte una patente sobre redes sociales la cuál cubre: “todo sistema, método y aparato para conectar usuarios en sistemas computarizados en línea basándose en sus relaciones en redes sociales”.

2.4.3. Herramientas de las redes sociales.

Las herramientas que proporcionan en general las redes sociales en Internet son:

- Actualización automática de la libreta de direcciones
- Perfiles visibles
- Capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.

En cuanto a habla hispana podemos destacar las siguientes redes sociales:

- Networking Activo: Agrupa a una serie de empresarios y emprendedores complementándose con una revista impresa y distintos eventos presenciales.
- Neurona: proclama que su objetivo es para ampliar y mejorar la red profesional de contactos, un espacio virtual en el que interactúan diariamente más de medio millón de profesionales presentes en más 50 sectores productivos y más de 100 de comunidades profesionales. Fue adquirida por Xing, aunque aún no ha sido fusionada.
- Tuenti: De reciente creación y accesible solo por invitación, ha despertado gran interés y un crecimiento muy acelerado para conectar a jóvenes universitarios y de nivel secundario.

- Conozco: se presenta como una herramienta que te permite contactar con miles de profesionales a través de tus conocidos de confianza y donde puedes acceder a nuevas oportunidades para desarrollar tu carrera profesional. Fue también adquirida por Xing, fusionándose recientemente con dicha red.
- Cielo: parece la red más completa, combina contactos en línea con una comunidad cara a cara donde estos medios se complementan el uno al otro.
- Dejaboo.net: que es una red social orientada a la cultura, en la que los usuarios pueden compartir sus reseñas y gustos literarios, musicales o de cine, la cual anuncian que sigue en fase de pruebas.
- Quedamos: se anuncia como el nuevo portal para buscar pareja y amigos en español. El registro y todos los servicios son gratuitos.
- Spaniards: se presenta como la Comunidad de Españoles en el Mundo. Indican que la misión de esta red es ayudar y poner en contacto a todos los españoles que viven en el extranjero, bien sea por motivo de estudios, trabajo o placer, además de a todos aquellos que buscan salir de España, temporal o permanentemente.
- Linkara: enfocado hacia las relaciones de amistad, se presenta como la primera red social para conocer gente a través de aficiones y opiniones. Y en cuanto al funcionamiento lo explican de manera muy simple, diciendo.” Expresa tu opinión, conéctate con tus amigos, conoce gente nueva”.

2.4.4. La fiebre del Hi5.

El hi5 es una red social que desde que se inició ha ido, no solo reclutando miles de usuarios, sino que también ha ido evolucionando acorde a los tiempos.

En un inicio solo se podía agregar fotos, comentarlos y dejar testimoniales a tus amigos. Hoy en día hay una mayor interactividad, pudiendo insertar videos,

audios, imágenes en flash y lo que tu imaginación obtenga, ya sea en tu propio perfil como en los testimoniales y comentarios de fotos. Esto último gracias a que ahora uno puede jugar con CSS (es un lenguaje que sirve para dotar de presentación y aspecto, de “estilo”, a páginas web (documentos HTML). CSS no es un lenguaje de programación) y HTML (HTML es un lenguaje de marcado que se utiliza para el desarrollo de páginas de Internet. Se trata de la sigla que corresponde a HyperText Markup Language, es decir, Lenguaje de Marcas de Hipertexto, que podría ser traducido como Lenguaje de Formato de Documentos para Hipertexto).

Esto en parte de positivo, ya que obliga a que los usuarios aprendan lo básico de css y puedan jugar modificando sus perfiles. La red social que hay en hi5 no tiene límites. Puedes encontrar gente de todas partes del mundo e incluso a personas que no hayas visto en tiempo y no tenías como contactarlos.

Además de poder conocer nuevos amigos, ya sea matando el tiempo viendo perfiles o entrando a los grupos sociales que se forman según el estilo de música que prefieren, por ejemplo ahí tenemos a los rockeros, punkeros, hardcore, ska, góticos, reguetoneros y los emo que prefieren temas más románticos. Ojo y que tal nombrecitos que le ponen a los grupos.

Es casi como una enfermedad, un vicio para los usuario. Ir viendo las fotos, dejar testimoniales, prácticamente comunicarse vía mensajes privados, en fin. La gente siempre busca una forma de, no solo estar en contacto con algún pariente o amiga, sino también que lo aprovechan para conocer nuevas personas. Ya no solo les basta el MSN o el cel. o un teléfono. Hi5 es una red social global destinado a jóvenes donde más de 50 millones de miembros han creado sus cuentas y páginas personales.

Por lo tanto en Hi5 se conectan desde Miami a Mumbai, desde Lima a Lisboa, Sídney a San Francisco y son solo unos ejemplos de la diversidad de jóvenes de distintos lugares que se registran en esta red social, en la Hi5 los jóvenes llegan a estar en contacto con amigos, conocen gente nueva crean y exploran nuevos contenidos siendo esta una forma de expresarse.

Si bien es cierto en hi5 los miembros descubren nuevas amistades también esta red social ofrece una plataforma para que artistas y la gente común ganen presencia entre un público mundial.

Los miembros de Hi5 expresan sus opiniones y aumentan la importancia de un artista, una persona o una pieza de contenido como por ejemplo una campaña de Marketing Social. Cada día millones de personas en todo el mundo se reúnen para descubrir, conectarse y comunicarse en Hi5.

Esta plataforma social actualmente está participando en el proyecto Open Social que es la Api desarrollada por Google para poder acceder a diversos datos de las diferentes redes sociales de una forma estandarizada ya que para poder hacer uso de las Api's de las distintas redes sociales es algo complicado y según algunos era como aprenderse un nuevo lenguaje de programación.

Esto seguirá creciendo, no es una simple moda. Mientras haya cosas para innovar por parte del staff del hi5, los usuarios seguirán conectados.

Estos son algunos enlaces muy usados por los hi5-adictos.

Blinkyou.com: uno puede crear interesantes notas con peculiares diseños.

Youtube.com: como les dije, también se puede agregar videos, y gracias a youtube podemos lograrlo mediante un código que nos proporciona cada video.

Slide.com: uno puede hacer diversas presentaciones con fotos personales.

Glittergraphics: de todo tipo de gráficos, ya sea tipografías de letras hasta dibujitos.

Music Codes: videos y audios para insertar y Audio Codes: solo audios.

2.4.5. Características Hi5

Entre las características más importantes caben resaltar las diversas formas de personalizar tu Hi5 agregándole elementos como:

- ❖ Comentarios para Hi5
- ❖ Fondos para Hi5
- ❖ Imágenes para Hi5

CAPÍTULO 3

LA JUVENTUD FRENTE A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

La **juventud** (del latín *iuventus*) es la edad que precede inmediatamente a la edad adulta y se sitúa después de la infancia.

La Organización Mundial de la Salud postula que la juventud comprende, en general, el rango de edad entre los 17 y los 20 años, aun cuando reconoce por ejemplo que puede haber «discrepancias entre la edad cronológica, la biológica y las etapas psicosociales del desarrollo», o también «grandes variaciones debidas a factores personales y ambientales». Abarca la pubertad o adolescencia inicial (de 10 a 16 años), la adolescencia media o tardía (de 17 a 19 años) y la juventud plena (de 20 a 24 años).

El 12 de agosto es el Día Internacional de la Juventud. La fecha fue proclamada el 17 de diciembre de 1999 por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

3.1. EL PAPEL DE LOS JÓVENES EN EL SIGLO XXI.

La generación juvenil es portadora de un conjunto de formas de ver, sentir, pensar y hacer que guían su conducta y la caracteriza, diferenciándola de otros grupos sociales

Sin embargo el periodo juvenil asume características diferentes según la época en que se viva, por lo tanto, al analizarla diacrónicamente surge el concepto de “generación”, es decir, el conjunto de marcas, símbolos, ideas, aspiraciones, objetivos y sentidos que caracterizan a la juventud de una determinada época.

En este fluir histórico, los jóvenes adoptan conductas, modos, lenguajes, modas, etc, que los van caracterizando y haciendo diferentes de jóvenes de otras épocas y lugares. Más allá de las diversas perspectivas teóricas a partir de las cuales se puede analizar e interpretar a los jóvenes, interesa comprender sus conductas colectivas, la articulación de propuestas en función de objetivos comunes, la organización de manifestaciones, etc.

A partir de los resultados de una investigación sobre la exclusión juvenil realizada en 30 países de Europa, Asia, África y América Latina por François Houtart y

Geneviève Lemercinier, N. David plantea la existencia de un conjunto de características que tipifican diferentes tipos de mentalidad en los jóvenes de América Latina. Las variables consideradas en el análisis fueron el sexo, la edad, la educación, el medio económico y social y la religión. Los resultados indican la existencia de tres tipos de mentalidad:

1. La ignorancia: La gran mayoría de los jóvenes latinoamericanos tienen una opinión acerca de los mecanismos de la sociedad y en este grupo mayoritario las opiniones se dividen en dos grupos similares: los partidarios de una economía de mercado y al contrario, los que se muestran favorables al socialismo.

2. El conformismo social.- Se puede cambiar a la sociedad cambiando los corazones de la gente y reconciliando las diferentes clases sociales, en vez de cambiar la política, apostando a la lucha de clases. Estos jóvenes desconfían de los políticos y de sus discursos. Su visión de la sociedad corresponde a la ideología neoliberal.

3. La crítica social.- Critican el modo de funcionamiento de las sociedades latinoamericanas. Ellos se oponen a la reconciliación entre las clases sociales, rechazan la ideología neoliberal y proponen una alternativa socialista.

El análisis parte de la constatación de la existencia de la dicotomía tradición modernidad y en este eje polar, las actitudes de rebeldía o de conformismo de los jóvenes están referidas a la sociedad tradicional.

3.1.1. Jóvenes y la autoestima

En los sectores populares se vive precariedad muchos sentidos: económica, de vivienda, salud, educación. Por lo general, se tienen pocas posibilidades para acceder a una educación de calidad, no existe privacidad, se tiene poco acceso a la producción cultural (aparte de la televisión), el clima predominante en la familia es de autoritarismo o de ningún tipo de control, con frecuencia está ausente la figura del padre. Esta atmósfera sociocultural contribuye a generar una autoestima negativa en los jóvenes, ya que desde niños han carecido de imágenes adultas y estimuladoras.

La autoestima negativa se encuentra a la base de lo que se ha denominado daño psicosocial, el que se presenta como la culminación de un proceso de baja valoración de sí mismo y de permanentes frustraciones en distintos planos, lo que aumenta la autoimagen desvalorada. Producto de ello serían la drogadicción, el alcoholismo, el embarazo precoz, la prostitución juvenil y cierto tipo de delincuencia.

3.1.2. Integración/Exclusión de los jóvenes: falso dilema.

Se trata de superar la imagen del joven-problema. A pesar de ello, señalan los autores, es evidente que hay allí muchas potencialidades que son posibles de convertir en hechos, acciones y actitudes concretas, tanto en su relación personal como en su relación con el mundo laboral y con la comunidad donde habitan.

Para los autores, el problema de los jóvenes de los '90 radica en la ausencia de visiones del mundo, de proyectos sociales en los que cobre sentido los proyectos personales. En esta lógica de análisis, la caracterización del joven como apático (no estoy ni ahí) proviene del ámbito institucional, no de los jóvenes mismos, de los soportes valóricos y normativos de la estabilidad cultural.

No es que se hayan acabado las luchas por la igualdad o por las libertades, sino que la gente considera que en esas luchas no se agota el sentido de sus vidas. . Esto es particularmente claro entre los jóvenes pobladores.

Existe consenso en considerar que los jóvenes son efectivamente consumistas, por ejemplo, hay muchos jóvenes que salen a pasear a los “malls”, situación que antes no existía. Seissus plantea que, en general, los jóvenes consumen marcas y esto significa comprar imagen, se trata de adquirir algo de identidad, sentido de pertenencia, para que los demás se relacionen con uno. Por eso la publicidad conoce los deseos de los jóvenes y les presentan-venden- modelos que les resultan atractivos.

3.1.3. Protagonismo Juvenil.

Desde la perspectiva de Marco Bazán (2001) Desde la juventud popular, de los barrios, señala algunos enunciados de lo que significa el protagonismo como acción cultural y política:

- El protagonismo es participar en política que consiste en tener como parte de la sociedad al poder del estado. Creemos que es utilizar el poder en beneficio del bien común y en particular de los excluidos y marginados de la sociedad.
- La voz desde el otro, distinto, diferente, desigual.
- Los jóvenes constituyen un sector en condición de subordinación social, los Jóvenes del sector popular constituyen un sector de los jóvenes en condición de marginación social; los Jóvenes en extrema pobreza constituyen un sector de los jóvenes en condición de exclusión social.
- El protagonismo popular de los jóvenes consiste en su participación directa en los asuntos políticos que les compete, en auto representarse en los espacios de decisión sin intermediarios y la necesidad de dejar de ser jóvenes sociobiológicamente determinados.

- No hay protagonismo real sin organización sectorial, peculiar, diferenciada de afirmación de identidades diversas a lo que se presume globalizado.

Marco Bazán afirma también que “es necesario un protagonismo juvenil que promueva y cambie la crisis de la cultura adulta, por lo que el reclamo, actuación y proyecto de los jóvenes por reconstruir las relaciones democráticas, simétricas respetuosas, tolerantes y de aceptación de la alteridad de otras identidades se va convirtiendo cada día en el paradigma de las organizaciones de jóvenes” No sin razón los jóvenes de este tiempo no creen nada de lo que dicen los adultos, y cuestionan su falta de coherencia, su hipocresía, mucha de esta "rebeldía según los adultos" es cuestionamiento a estas incongruencias de los adultos que no han sabido construir una sociedad mejor e inclusiva., y la posibilidad de que los jóvenes estén ya construyendo un nuevo modelo o protagonismo social.

Del modelo que tengamos de juventud, dependerá mucho la necesidad de apostar por este protagonismo juvenil, que se contradice totalmente con el paternalismo, autoritarismo y toda forma que no reconozca la capacidad de los jóvenes para resolver sus propios problemas, para elaborar propuestas porque tienen la capacidad para hacerlo, pero si no nos ubicamos o rompemos los modelos pre-establecidos por la cultura adulta, seguiremos creyendo que los jóvenes son un problema, son incapaces, etc.(Marco Bazan 2001).

La posibilidad de una sociedad mejor democrática, participativa, incluyente, solidaria, justa y fraterna está en las y los jóvenes y en los niños también, desde esa perspectiva el aporte generacional de todos los jóvenes en cualquier tiempo y que debemos tener siempre está dado en lo que algunos llaman el espíritu juvenil:

- La posibilidad de construir sueños y utopías.
- La capacidad para cuestionar modelos establecidos y que no funcionan
- La posibilidad de proponer nuevas cosas, distintas y bastante analíticas
- La alegría, el optimismo y la vitalidad en lo que uno hace.
- La posibilidad de "tener mente abierta y tolerante para respetar lo diferente y hasta ambiguo quizás
- Las reserva moral que habita en los jóvenes dependiendo desde el marco de referencia en que se construya, nosotros creemos en los jóvenes de

parroquia, otros apostaran por los jóvenes de barrio, otros por los jóvenes académicos, estas propuestas no deben ser excluyentes.

- La posibilidad de crear nuevos modelos superando lo que los adultos no hicieron bien o dejaron de hacer.

3.2 RELACIÓN ENTRE LAS TIC's Y LA FORMACIÓN DE LOS JÓVENES.

Como señala la Secretaría para la Alianza Global para las TIC's y el Desarrollo (Youth and ICT as Agents for Change), "El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) en las esferas económicas, sociales, culturales, políticas e individuales ha transformado profundamente a las sociedades de todo el mundo.

Y en este mundo cambiante, la generación más joven parece encontrarse más cómoda con el uso de las TIC's y más adepta a ellas para expandir su conocimiento. Demográficamente, alrededor de un 85% de la juventud mundial (entre los 15 y los 25 años de edad) reside actualmente en países en vías de desarrollo y estas cifras se están incrementando en muchas partes del mundo, como África y Oriente Medio.

La importancia de estas cifras subraya el hecho de que para conseguir los Objetivos del Milenio, la planificación para el desarrollo debe comprender y reconocer que muchos de los objetivos están orientados a la juventud, como es el caso de la educación, la salud, el sida, etc.

"Dada la importancia demográfica de la población joven mundial y el enorme interés de las personas que se encuentran en este grupo de edad por las TIC's continúa el documento, es necesario evaluar la forma en que las TIC's han transformado las vidas de los jóvenes en todo el mundo, cómo la juventud ha visto influenciadas sus vidas y las de las personas que viven en sus comunidades, cómo está afectando a las vidas de las generaciones futuras y cómo las

comunidades, los gobiernos y la comunidad internacional pueden ayudar para que se haga realidad el desarrollo de la juventud global mediante las TIC's".

Por su parte, el IISD (Internacional Institute for Sustainable Development, Engaging Young People in the Policy Change Process Lessons from the Information Society and Sustainable Development: Next Generation Policy Directions Project, Dolma Dongtotsang, Maja Andjelkovic y Terri Willard, mayo 2006) dice: "mucho más que los de cualquier otra generación, los jóvenes de hoy son los líderes en la creación, desarrollo, adopción, adaptación y utilización de las TIC's. Son también el grupo más preocupado por las cuestiones sociales y del entorno y tienen la energía y entusiasmo requeridos para enfrentar estos problemas".

"Los resultados de las fases de Ginebra y Túnez de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información han marcado un camino claro para una sociedad de información centrada en las personas y en el desarrollo.

La Cumbre puso un acento particular en la juventud y las TIC's como agentes de cambio positivo en las sociedades. Reconocía que los jóvenes constituyen la fuerza laboral del futuro, y los creadores líderes y los primeros usuarios de las TIC's.

Por tanto, se les debe capacitar como estudiantes, desarrolladores, contribuyentes, empresarios y tomadores de decisiones" (Global Forum on Youth and ICT for Development, Youth and ICT as Agents of Change Ginebra, 24-26 Septiembre 2007). Los datos del mundo en vías de desarrollo ponen de relieve que los jóvenes acceden más a las tecnologías de radio y el teléfono y tienen un acceso más limitado a Internet. Y entre los jóvenes, la utilización de Internet va muy por detrás del acceso a Internet.

Las TIC's, y en particular Internet, proporcionan oportunidades de empleo, pero debía de tenerse en cuenta que el impacto económico de Internet en los países en vías de desarrollo tiene sus limitaciones.

Los jóvenes son los primeros creadores y los primeros usuarios de las TIC's, pero su compromiso con los procesos políticos de las TIC's sufren a menudo de una falta de continuidad, de apoyo institucional y de capacidad para crear oportunidades.

La Meta 18 relacionada con la promoción y aumento de las TIC's toca de manera especial a los jóvenes, tanto por su característica de usuarios primordiales de estas tecnologías como por las orientaciones políticas, a veces simplificadoras, que las han convertido en un fin y no en un medio del desarrollo de la juventud.

Es cierto que los jóvenes deben y pueden integrarse especialmente a la sociedad del conocimiento por medio de las TIC's, pero en variados discursos políticos, inclusive en los propios ODM, se expresa una simplificación desmedida que les otorga el rasgo de "desarrollo en sí mismo" cuando son un vehículo para acceder a la información y de ahí a la inclusión social y el desarrollo.

Esta distinción es de crucial importancia para diseñar políticas de acceso a las TIC's que abatan la brecha digital al interior de los países en desarrollo y con relación a los desarrollados, en tanto que su promoción sin una visión integral y estratégica convertiría a los jóvenes en simples consumidores de software y hardware.

Según CEPAL predomina el "uso blando" de la tecnología mientras el "uso productivo" es aún incipiente, lo cual produce el efecto denominado "paradoja de la productividad": aunque la inversión en TIC's es alta, los aumentos de productividad son pequeños o nulos. De ahí que la estrategia de fomento de la innovación y de la inversión en infraestructura de ciencia y tecnología deba tener como correlato una estrategia coherente de inversión en capital humano que incorpore la educación, en particular de los jóvenes, como eje estratégico.

3.3. ¿QUÉ SABEN LOS JÓVENES ACERCA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS?

El uso de las TICs, hace que se hagan indispensables en la vida social y de trabajo de todos nosotros. Por lo cual las personas se tienen que preparar para hacer frente a todo este nuevo mundo informático del cual somos parte, y esto llega en gran medida a los jóvenes que están muy de cerca con esta nueva era, ya que por la misma educación en sus escuelas y hogares se les enseña, pero sobre todo se habla día a día acerca de todas las nuevas formas de comunicación, que efectivamente muchos de ellos las utilizan para actividades que no tiene nada que ver con sus estudios, pero en un momento dado si las utilizan para actividades de investigación.

En esta comunicación se expone el impacto trascendental que ha tenido la tecnología en la vida diaria y cotidiana de los jóvenes. Los jóvenes son mucho más susceptibles de utilizar las nuevas TIC, ya que es una manera rápida y divertida de compartir sus gustos, ideas, juegos, experiencias, estudios, etc., con sus compañeros y amigos.

Además de aprender a utilizarlas muy rápido y el hacer uso por ejemplo del Internet o del teléfono móvil les crea un sentimiento de bienestar por sentirse a la moda por tener el último modelo de teléfono móvil o la mejor computadora del mercado y que decir cuando en sus pláticas no puede faltar que comenten sus experiencias en Internet, ya sea haciendo nuevos amigos de diferentes partes del mundo o de sus mejores habilidades para poder entretenerse sin salir de casa.

Basándonos en pláticas informales, entrevistas en los diversos medios de comunicación, tanto impresos como visuales, se manifiesta que la juventud considera como positiva la influencia que ejerce en su vida escolar las TICs, en lo concerniente a la búsqueda de información. A lo largo de los últimos años se ha presentado una excesiva atención al teléfono móvil, provocando en algunos estudiantes dispersión y falta de concentración a la hora de estudiar. Pero no debemos confundirnos, el Internet y el teléfono móvil no son los causantes del

fracaso escolar, las bajas calificaciones no tienen nada que ver con la utilización de los aparatos más demandantes de las nuevas tecnologías, pero se reconoce que puede ser un factor que puede influir para tal efecto.

Los usos de las nuevas tecnologías de información (TICs) para los jóvenes son enfocados para pasar el tiempo, mismo que es utilizado para divertirse y olvidarse un poco de sus actividades diarias, usan la red como un medio de comunicación con el cual pueden relacionarse con otras personas y conocerlas, platicar, así como intercambiar fotos, experiencias y tener conversaciones con personas que probablemente no conocerán nunca en la vida.

También utilizan la telefonía móvil para comunicarse con sus amigos y familiares por medio de los mensajes cortos y con la nueva metodología de escritura (SMS) con la cual nace una nueva forma de comunicarse con símbolos, abreviaciones de las palabras y tonos e imágenes.

Los teléfonos móviles o celulares han venido a generar un gran mercado para las empresas prestadoras de este servicio, a través de la moda de comunicación, donde todos debemos traer un teléfono móvil, los jovencitos caen en la mercadotecnia que se le está dando a esta tecnología y son grandes consumidores de las tarjetas telefónicas para poder comprar información, tiempo aire y la conexión a la Internet.

Nicholas Burbules, doctor en Filosofía de la Educación de la Universidad de Stanford, afirma que atravesamos un momento histórico único porque “hoy los jóvenes saben más que los docentes sobre las tecnologías de la comunicación”.

Y va más allá: “Si los profesores midieran la cantidad de horas que los jóvenes pasan trabajando en sus blogs, deberían preguntarse si ellos pueden reunir tanta energía y volcarla en una actividad de aprendizaje”.

3.4. INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS “TRIBUS URBANAS”

Una tribu urbana se constituye como un conjunto de reglas específicas (diferenciadoras) a las que el joven decide confiar su imagen parcial o global, con diferentes (pero siempre bastante altos) niveles de implicación personal.

Una tribu funciona casi como una pequeña mitología en donde sus miembros pueden construir con relativa claridad una imagen, un esquema de actitudes y comportamientos gracias a los cuales salir del anonimato con un sentido de la identidad reafirmando y reforzado.

En una tribu tienen lugar juegos de representaciones que les están vedados a un individuo normal.

El look más extremado y menos convencional revela una actitud (y una necesidad) auto expresiva más intensa de lo habitual, y en consecuencia también más activa, pudiendo manifestarse de forma agresiva y violenta. Las referencias básicas de la mayoría de los grupos juveniles se expresan masivamente de forma audiovisual: música (cintas, discos compactos, videocintas, etc.) y películas.

Por lo tanto el proceso de definición y localización de tribus urbanas es variable y huidizo. Resulta difícil objetivar en un cuadro fijo y definitivo. Otro punto de dispersión está en la circulación de noticias y de la contaminación recíproca entre los distintos puntos de vista. Los medios de comunicación juegan aquí un papel decisivo ayudando a la construcción social de las tribus.

Sin embargo el papel que actualmente cumple Internet no resulta sorprendente, ya que desde su origen los medios y canales como éste han tenido siempre una gran influencia sobre el colectivo adolescente. Baste recordar que esta influencia adquirió diversos formatos a lo largo de los distintos momentos que enmarcan la órbita que recorrió el planeta adolescente.

En el caso de las tribus urbanas podemos decir que hoy en día estos movimientos o también denominados modismos en los adolescentes se pueden encontrar tanto en las calles de las ciudades como en el mundo virtual de Internet debido a la necesidad de los jóvenes de expresarse y de darse a conocer a través éste.

Hay muchos blogs dedicados a las tribus que tienen más antigüedad y que tienen origen en Londres, la tribu urbana denominada Punk que siempre se manifestó por su música, su forma de vestir y sus costumbres excéntricas.

Refiriéndonos más específicamente al entorno virtual en el cual se maneja esta tribu podemos decir que existen páginas Web en donde estos jóvenes o miembros de esta comunidad por así decirlo tienen la oportunidad de participar entre ellos, de opinar acerca de temas, de conectarse con miembros de la misma tribu alrededor del mundo, de descargar música Punk, de comprar atuendos, de subir fotos de grupos entre ellos y asimismo de intercambiarlas; Hasta tienen la oportunidad de saber qué tipos de espectáculos, eventos o recitales de este tipo de música se están haciendo en este momento a lo largo del planeta.

En conclusión, podemos observar cómo estas tribus urbanas se van convirtiendo más rápidamente en las denominadas “Tribus Urbanas Virtuales” ya que por la facilidad que Internet les brinda a estos adolescentes de conectarse entre ellos, de intercambiar experiencias y un sin número de cosas más, de alguna manera los ayuda a ser personas diferentes dentro del mundo virtual.

Hace 40 años, era impensable que esta tribu Punk pudiera tener la capacidad de conectarse entre sus miembros de forma fácil y eficaz como lo es hoy en día con el Internet. Además sus políticas o sus filosofías dentro de la tribu en esos momentos no lo hubieran permitido pues ellos se caracterizaban por ser completamente independientes.

Debido a las nuevas tecnologías, a la Web 2.0, o sea al Internet parece que esas filosofías quedaron atrás pues hoy en día hasta las tribus urbanas más excéntricas e independientes pierden eso debido a la necesidad de conectarse entre sus miembros e informarse acerca de nuevas tendencias acerca de la tribu.

La de los floggers es apenas una de las nuevas tribus urbanas que recorre las calles platenses dibujando un escenario nuevo en el que la tecnología gana terreno y en el que la adscripción a las distintas estéticas se produce a edades cada vez más tempranas. Pero no es la única que expresa esta tendencia, un grupo de chicos hace gala de una sensibilidad superior a la del promedio, es la tribu Emo, derivada de un subgénero del rock llamado Emotional Hardcore y expresan su pertenencia al grupo a través de largos flequillos volcados sobre un solo ojo, mucho maquillaje y ropa en la que predominan el negro y el fucsia.

Es una disciplina que la mayoría aprendió viendo videos del venezolano Daniel Dhers en You-tube (la página de videos de Google). A esa misma página subirán las imágenes de sus propias destrezas para compartirlas con otros bikers.

Cerca de ellos un grupo de miembros de la tribu “Dark” (oscuros) exhiben sus atuendos negros y sus cruces con reminiscencias medievales. Pero no por eso renuncian a los fotologs ni al uso intensivo de Internet.

3.4.1. Mundo Flogger, Mundo Emo

“La ropa es lo de menos. Lo importante es el tiempo que le dedicas a tu fotolog y la cantidad de visitas que tienes, que es lo que mide tu popularidad”, dice Ttucelu de 16 años para explicar la diferencia entre tener un fotolog y ser un flogger. También contribuye a esa diferencia el lenguaje que hace el contenido de un flog difícil de comprender para quien no maneja los códigos. Un lenguaje en el que abundan expresiones como “arré” (para consignar que no se habla totalmente en serio), “carita ruborizada” (para expresar vergüenza), o “efear” (agregar un fotolog a la lista de favoritos).

Los floggers platenses no se conforman con las reuniones y también organizan desfiles y matinés donde se baila música electrónica, cuenta Lisandro (17 años). Y

destacan que los paseos de compras se perfilan como los lugares preferidos de la tendencia.

Entre los Emos, lo principal son las emociones: “el Emo no tiene obligación de estar triste, pero tiene una predisposición a sentir con más intensidad ese tipo de sensaciones”, dice Maxi (17), vestido con la rigurosa ropa negra característica de una tribu que despertó más de una polémica y hasta fue prohibida en Rusia a partir de su visión negativa del mundo. Con todo, los Emos platenses desdramatizan: “hay mucho mito alrededor de esto y también mucho de moda. Para la mayoría ser Emo consiste en vestirse de negro, usar mucho maquillaje, escuchar a bandas como My Chemical Romance, Alesana o Tokio Hotel”, que adscriben a la estética de la tribu. Lo que no niegan es la influencia de Internet, un instrumento cotidiano para bajar música de sus bandas de referencia -como My Chemical Romance, Alesana o Tokio Hotel y estar conectado e informado: “también tenemos fotologs, pero los usamos mucho menos que los floggers”, admiten. Se puede concluir en lo siguiente: los jóvenes buscan identidad, respeto, lo que los lleva a agruparse en estas “Tribus Urbanas” y a pasar horas de horas en el Internet, lo que no es tan positivo la mayoría de veces, puesto que se encierran en su mundo y conocen gente desconocida (valga la redundancia) en las salas de chat o blog.

CAPÍTULO 4

POSTMODERNIDAD Y EDUCACIÓN

La postmodernidad educativa tiene un parangón o modelo filosófico en el cual se inspira; se trata de las filosofías postmodernas, que inspiradas acaso en la obra de Nietzsche, propugnan desde el pensamiento, desde el impacto de la tecnología y desde la filosofía de sistemas, una nueva concepción del hombre.

La postmodernidad es pues una filosofía antihumanista y en consecuencia, individualista que en el plano de la educación se dirime en la hegemonía de la tecnología, en la importancia del saber y del conocimiento en la sociedad del futuro y en la necesidad de la innovación permanente.

Ante el valor de la razón y de la racionalidad para el logro de la verdad de hecho sería Descartes y Kant los grandes valedores de la modernidad surge como precedente de lo que denominamos postmodernidad, la figura y la obra de Nietzsche.(Descartes y Kant).

4.1 UN NUEVO MODELO DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA.

Para la esta temática seguiremos con cuidado las apreciaciones de Alfonso Gutiérrez. Este modelo se centra en la interactividad⁴⁹ (relación persona-medio) y en la propuesta comunicativa de los programas.

El modelo comunicativo de cada aplicación multimedia interactiva viene determinado y puede ser estudiado a partir del análisis de diferentes dimensiones: técnica, estética, interactiva, didáctica e ideológica. Estas dimensiones son dependientes y no excluyentes.

Esta propuesta se centra sobre todo en analizar cómo cada una de estas dimensiones favorece o dificulta la interacción (relación usuario-sistema), la comunicación multimedia (relación interpersonal mediada) y el aprendizaje.

4.1.1. Dimensión técnica.

La primera impresión que el usuario tiene de un programa depende sobre todo de sus características técnicas: si es de fácil instalación (si es autoejecutable), si resultan claras las instrucciones de cómo comenzar a usarlo. Y si es fácil de usar van a estar predispuestos a una interacción.

4.1.2. Dimensión estética.

Una de las principales funciones asignadas a los nuevos medios es la motivación. Para que una aplicación cumpla esta función tiene que gustar al usuario y tiene que tener una presentación agradable a los sentidos. Esto va a depender del diseño de pantalla, el tipo de letras, gráficos, sonidos y de su distribución a lo largo del desarrollo del programa.

Puede darse el caso de que una estética innovadora signifique un ruido en la comunicación y dificulte la comprensión del usuario necesaria para el aprendizaje.

4.1.3. Dimensión interactiva.

El nivel y el tipo de interactividad pueden analizarse atendiendo a tres aspectos básicos:

- Facilidad de navegación.
- Cantidad y calidad de las opciones del usuario
- Capacidad del programa para dar una respuesta adaptada a cada usuario

Se valora que el usuario pueda pasar de cualquiera de las pantallas a otras y sepa en cada momento en qué parte del programa está, cómo ha llegado y cómo acceder a otras secciones, apartados o actividades de la aplicación.

Se controla el sistema y el sentido de la interacción que es unidireccional. El papel del alumno usuario en el primer caso es el de receptor, y en el segundo de interlocutor.

Estos programas, que se conocen como programas de autor suelen utilizarse en entornos educativos para que el profesor elabore sobre todo ejercicios de evaluación o control del aprendizaje, aunque pueden, en manos de profesores y alumnos, servir para elaborar documentos multimedia con la máxima implicación del usuario.

Otro aspecto para analizar es el tipo de intervenciones que se pide al usuario en la relación interactiva. El tercer aspecto básico es si el programa, además de pedir información al usuario, tiene en cuenta las respuestas de éste.

Esta información puede servir tanto para a darla a conocer al profesor y al alumno, como para que, en base a ella, el propio programa recomiende repasar, advierta de determinados errores, aconseje un uso distinto de la aplicación, etc.

4.1.4. Dimensión didáctica

Con este modelo se trata de analizar aplicaciones multimedia de carácter educativo, y consideramos como tales aquellas que estén específicamente diseñadas para generar aprendizaje, habría que añadir un experto en contenidos y un experto en aprendizaje. El aprendizaje con multimedia supone una serie de operaciones mentales y físicas simultáneas. El programa debe proporcionar facilitadores del aprendizaje. Se les puede pedir. Entre otras actividades mentales, adivinar, buscar, repetir, imitar, expresarse, descubrir y hacer refuerzos.

4.1.5. Dimensión ideológica.

La ideología de un libro, o de un programa de video, se considera asociada a los contenidos del texto o el documento audiovisual.

Los alumnos o profesores que utilizan los sistemas multimedia en sus clases, están recibiendo una propuesta de tratamiento de la información, una propuesta de interacción y relación interpersonal.

Del estudio de los programas multimedia educativos podríamos llegar a deducir que en algunos casos, con las tecnologías al servicio del profesor, se refuerza el modelo de comunicación unidireccional tradicional; y en otros se proponen nuevos modelos de relación o interacción hombre-máquina.

Para potenciar las ventajas de las nuevas tecnologías y disminuir sus efectos negativos, los investigadores de la Universidad de Navarra plantean unas recomendaciones, entre las que destacan tres:

1. Por los retos educativos que plantea y su influencia en la vida de los jóvenes, hay que atender la posición privilegiada que Internet y el móvil tienen entre las tecnologías de la información y la comunicación.
2. Se necesita una nueva información y formación, adecuada a los jóvenes, padres y profesores, en el ámbito de las TIC. Esa formación tiene una doble perspectiva, tecnológica y humanística: atiende a los medios y a los fines de la educación.
3. Un gran reto pasa por tratar de convertir las TIC en cauce de aprendizaje de participación social, de proyectos cooperativos: en los centros educativos, las familias y otros ámbitos sociales.

4.2. LA INTERACTIVIDAD EN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA (NTM)

La interactividad es una de las principales características de los nuevos medios, y es tal vez la característica de estos nuevos dispositivos y documentos con más potencial en entornos de enseñanza-aprendizaje. Por interacción se entiende la acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.

Las aplicaciones o dispositivos capaces de establecer esa interacción son los que se consideran interactivos, y por lo tanto podemos considerar la interactividad como una característica que poseen algunos medios de simular la relación comunicativa humana.

El tipo de relación que se establezca y las funciones que se asignen tanto al alumno como al medio va a definir la teoría de aprendizaje en la que se basan los programadores que hay detrás de la aplicación. El apretar un botón, para ir de una información a otra, es similar a la de pasar hojas en un libro, que no supone ninguna actividad significativa del estudiante en el proceso de aprendizaje.

La interacción propia de la navegación, de muy bajo nivel en la implicación mental del alumno, no es per se educativa. La interacción propia de la navegación permite un mayor control del ritmo y secuencia de presentación de la información, y así al alumno se le permite elegir entre una serie de opciones.

En Gutiérrez Martín (2000), se establecen los distintos niveles de interactividad y señalábamos que un nivel mínimo de interacción del hombre con la máquina se produce cuando nos conectamos a ésta. Conseguir este nivel de “diálogo” con un ordenador o una aplicación multimedia interactiva no aporta demasiadas ventajas para la enseñanza. Al igual que se puede decir que el modelo matemático de Shanon and Weaver no es el más apropiado para el estudio de las relaciones comunicativas en situaciones de enseñanza aprendizaje, hay peligros en la interactividad de la multimedia.

Desde el punto de vista educativo habría que distinguir entre una interactividad cuantitativa y una interactividad cualitativa. Para valorar cómo una aplicación puede favorecer el aprendizaje.

Las personas son quienes pueden alcanzar un mayor grado de interacción al comunicarse unos con otros.

Ahora bien Laurillar (2003) acusa de didactismo a la enseñanza asistida por ordenador (EAO) predominante, y considera que, aunque las limitaciones de los medios nos impidan dar a los alumnos total control sobre la estrategia del aprendizaje y la manipulación del contenido, deberíamos aprovechar el poder del ordenador para acercarnos lo más posible a un modelo comunicativo.

CAPÍTULO 4

POSTMODERNIDAD Y EDUCACIÓN

La postmodernidad educativa tiene un parangón o modelo filosófico en el cual se inspira; se trata de las filosofías postmodernas, que inspiradas acaso en la obra de Nietzsche, propugnan desde el pensamiento, desde el impacto de la tecnología y desde la filosofía de sistemas, una nueva concepción del hombre.

La postmodernidad es pues una filosofía antihumanista y en consecuencia, individualista que en el plano de la educación se dirime en la hegemonía de la tecnología, en la importancia del saber y del conocimiento en la sociedad del futuro y en la necesidad de la innovación permanente.

Ante el valor de la razón y de la racionalidad para el logro de la verdad de hecho sería Descartes y Kant los grandes valedores de la modernidad surge como precedente de lo que denominamos postmodernidad, la figura y la obra de Nietzsche.(Descartes y Kant).

4.1 UN NUEVO MODELO DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA.

Para la esta temática seguiremos con cuidado las apreciaciones de Alfonso Gutiérrez. Este modelo se centra en la interactividad⁴⁹ (relación persona-medio) y en la propuesta comunicativa de los programas.

El modelo comunicativo de cada aplicación multimedia interactiva viene determinado y puede ser estudiado a partir del análisis de diferentes dimensiones: técnica, estética, interactiva, didáctica e ideológica. Estas dimensiones son dependientes y no excluyentes.

Esta propuesta se centra sobre todo en analizar cómo cada una de estas dimensiones favorece o dificulta la interacción (relación usuario-sistema), la comunicación multimedia (relación interpersonal mediada) y el aprendizaje.

4.1.1. Dimensión técnica.

La primera impresión que el usuario tiene de un programa depende sobre todo de sus características técnicas: si es de fácil instalación (si es autoejecutable), si resultan claras las instrucciones de cómo comenzar a usarlo. Y si es fácil de usar van a estar predispuestos a una interacción.

4.1.2. Dimensión estética.

Una de las principales funciones asignadas a los nuevos medios es la motivación. Para que una aplicación cumpla esta función tiene que gustar al usuario y tiene que tener una presentación agradable a los sentidos. Esto va a depender del diseño de pantalla, el tipo de letras, gráficos, sonidos y de su distribución a lo largo del desarrollo del programa.

Puede darse el caso de que una estética innovadora signifique un ruido en la comunicación y dificulte la comprensión del usuario necesaria para el aprendizaje.

4.1.3. Dimensión interactiva.

El nivel y el tipo de interactividad pueden analizarse atendiendo a tres aspectos básicos:

- Facilidad de navegación.
- Cantidad y calidad de las opciones del usuario
- Capacidad del programa para dar una respuesta adaptada a cada usuario

Se valora que el usuario pueda pasar de cualquiera de las pantallas a otras y sepa en cada momento en qué parte del programa está, cómo ha llegado y cómo acceder a otras secciones, apartados o actividades de la aplicación.

Se controla el sistema y el sentido de la interacción que es unidireccional. El papel del alumno usuario en el primer caso es el de receptor, y en el segundo de interlocutor.

Estos programas, que se conocen como programas de autor suelen utilizarse en entornos educativos para que el profesor elabore sobre todo ejercicios de evaluación o control del aprendizaje, aunque pueden, en manos de profesores y alumnos, servir para elaborar documentos multimedia con la máxima implicación del usuario.

Otro aspecto para analizar es el tipo de intervenciones que se pide al usuario en la relación interactiva. El tercer aspecto básico es si el programa, además de pedir información al usuario, tiene en cuenta las respuestas de éste.

Esta información puede servir tanto para a darla a conocer al profesor y al alumno, como para que, en base a ella, el propio programa recomiende repasar, advierta de determinados errores, aconseje un uso distinto de la aplicación, etc.

4.1.4. Dimensión didáctica

Con este modelo se trata de analizar aplicaciones multimedia de carácter educativo, y consideramos como tales aquellas que estén específicamente diseñadas para generar aprendizaje, habría que añadir un experto en contenidos y un experto en aprendizaje. El aprendizaje con multimedia supone una serie de operaciones mentales y físicas simultáneas. El programa debe proporcionar facilitadores del aprendizaje. Se les puede pedir. Entre otras actividades mentales, adivinar, buscar, repetir, imitar, expresarse, descubrir y hacer refuerzos.

4.1.5. Dimensión ideológica.

La ideología de un libro, o de un programa de video, se considera asociada a los contenidos del texto o el documento audiovisual.

Los alumnos o profesores que utilizan los sistemas multimedia en sus clases, están recibiendo una propuesta de tratamiento de la información, una propuesta de interacción y relación interpersonal.

Del estudio de los programas multimedia educativos podríamos llegar a deducir que en algunos casos, con las tecnologías al servicio del profesor, se refuerza el modelo de comunicación unidireccional tradicional; y en otros se proponen nuevos modelos de relación o interacción hombre-máquina.

Para potenciar las ventajas de las nuevas tecnologías y disminuir sus efectos negativos, los investigadores de la Universidad de Navarra plantean unas recomendaciones, entre las que destacan tres:

1. Por los retos educativos que plantea y su influencia en la vida de los jóvenes, hay que atender la posición privilegiada que Internet y el móvil tienen entre las tecnologías de la información y la comunicación.
2. Se necesita una nueva información y formación, adecuada a los jóvenes, padres y profesores, en el ámbito de las TIC. Esa formación tiene una doble perspectiva, tecnológica y humanística: atiende a los medios y a los fines de la educación.
3. Un gran reto pasa por tratar de convertir las TIC en cauce de aprendizaje de participación social, de proyectos cooperativos: en los centros educativos, las familias y otros ámbitos sociales.

4.2. LA INTERACTIVIDAD EN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA (NTM)

La interactividad es una de las principales características de los nuevos medios, y es tal vez la característica de estos nuevos dispositivos y documentos con más potencial en entornos de enseñanza-aprendizaje. Por interacción se entiende la acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.

Las aplicaciones o dispositivos capaces de establecer esa interacción son los que se consideran interactivos, y por lo tanto podemos considerar la interactividad como una característica que poseen algunos medios de simular la relación comunicativa humana.

El tipo de relación que se establezca y las funciones que se asignen tanto al alumno como al medio va a definir la teoría de aprendizaje en la que se basan los programadores que hay detrás de la aplicación. El apretar un botón, para ir de una información a otra, es similar a la de pasar hojas en un libro, que no supone ninguna actividad significativa del estudiante en el proceso de aprendizaje.

La interacción propia de la navegación, de muy bajo nivel en la implicación mental del alumno, no es per se educativa. La interacción propia de la navegación permite un mayor control del ritmo y secuencia de presentación de la información, y así al alumno se le permite elegir entre una serie de opciones.

En Gutiérrez Martín (2000), se establecen los distintos niveles de interactividad y señalábamos que un nivel mínimo de interacción del hombre con la máquina se produce cuando nos conectamos a ésta. Conseguir este nivel de “diálogo” con un ordenador o una aplicación multimedia interactiva no aporta demasiadas ventajas para la enseñanza. Al igual que se puede decir que el modelo matemático de Shanon and Weaver no es el más apropiado para el estudio de las relaciones comunicativas en situaciones de enseñanza aprendizaje, hay peligros en la interactividad de la multimedia.

Desde el punto de vista educativo habría que distinguir entre una interactividad cuantitativa y una interactividad cualitativa. Para valorar cómo una aplicación puede favorecer el aprendizaje.

Las personas son quienes pueden alcanzar un mayor grado de interacción al comunicarse unos con otros.

Ahora bien Laurillar (2003) acusa de didactismo a la enseñanza asistida por ordenador (EAO) predominante, y considera que, aunque las limitaciones de los medios nos impidan dar a los alumnos total control sobre la estrategia del aprendizaje y la manipulación del contenido, deberíamos aprovechar el poder del ordenador para acercarnos lo más posible a un modelo comunicativo.

Sin embargo los sistemas de aprendizaje asistido por ordenador se centraron más en la tecnología que en la práctica educativa, y el determinismo tecnológico se impuso sobre los principios educativos.

Según Crawley (2000) mantiene que, más que intentar adaptarnos a la forma de proceder de las máquinas, los sistemas multimedia han de diseñarse para que se adapten a las características que nos definen como humanos.

En cuanto a la escuela es crear nuevas formas de aprender y nuevas condiciones de aprendizaje. En el aprendizaje por descubrimiento y significativo, autónomo o dirigido, las NTM se conciben más como herramientas del alumno que sirven a éste para identificar, seleccionar y comprender la información.

En las interacciones comunicativas que se producen entre los tres elementos: profesor, alumno y medio, es la intervención del profesor la que más contribuye a que el aprendizaje sea significativo, a que se produzca la vinculación sustancial de las nuevas ideas y conceptos con el bagaje cognitivo del alumno. Ese es el rol fundamental del profesor.

Ante la imposibilidad de que el diseñador de aplicaciones multimedia educativas sepa los conocimientos previos y el estilo de aprendizaje de cada alumno en concreto, la intervención del profesor resulta sumamente necesaria para optimizar la utilización de los programas.

El aprendizaje depende de las disposiciones subjetivas para el aprendizaje de cada alumno en cada situación. Es el profesor de nuevo quien mejor conoce hasta qué punto el material multimedia es educativo, y cuáles son las disposiciones subjetivas idóneas para el aprendizaje.

Se considera el sistema como máquina autónoma que se relaciona directamente con el alumno, el diseñador o programador trata de establecer formas de indagar los conocimientos e intereses de cada usuario y de que la aplicación pueda darles respuesta. Cuando en la comunicación multimedia educativa el sistema asume el papel del profesor-emirec se convierte en una máquina de enseñar, y volvemos a los modelos de enseñanza programada y al aprendizaje mecánico, repetitivo, memorístico.

Las aplicaciones multimedia cerradas son aquellas que se pueden utilizar, pero no modificar, y a este grupo pertenecen la mayoría de las disponibles en el mercado. Las aplicaciones multimedia abiertas no sólo te permiten la interacción con los contenidos, sino que te permiten también modificarlos.

En la opinión de Gavriel Salomón, si se emplea para la creación de entornos de aprendizaje constructivista, puede afectar el desarrollo intelectual del individuo de diversas formas. Una de ellas consiste en la oportunidad que ofrece de construir el conocimiento con diversos sistemas simbólicos (palabras, gráficos, sonidos, imágenes).

El alumno debe estar activamente involucrado en la construcción, individualmente o en colaboración con otros compañeros, de documentos multimedia. Entwistle , dice que los estudiantes organizan sus conocimientos en redes, cuya densidad va aumentando a medida que el estudio progresa. La forma de organizar y estructurar la información en estas redes es similar a la utilizada en la elaboración de documentos hipermedia.

El que los medios vayan a ser interactivos también fuera de la escuela, significa para Savater el poder utilizarlos nosotros de una forma que no sea reflejo mimético de la vaciedad que habitualmente se nos da en ellos, sino que se

conviertan en instrumentos de comunicación personal y de creación. Con el aprendizaje cooperativo educamos también para la convivencia necesaria en esa sociedad democrática.

4.2.1. Paradigma informacional vs. Paradigma participativo.

La comunicación educativa ha tendido a limitar su ámbito a los media, a establecer una implícita equivalencia entre comunicación, medios y tecnologías de comunicación.

Sin embargo es necesario trascender esa visión reduccionista, postular que la comunicación educativa abarca ciertamente el campo de los medios, pero en prevalente lugar, el tipo de comunicación presente en todo proceso educativo. Esto supone considerar a la comunicación no como un mero instrumento mediático y tecnológico sino, ante todo, como un componente pedagógico.

Dicho de otra manera la comunicación educativa, así entendida, convergen una lectura de la pedagogía desde la comunicación y una lectura de la comunicación desde la pedagogía.

Sin embargo se concibe a la comunicación en esa dimensión amplia, se advierte que ella enfrenta una instancia crítica. Si el paradigma informacional, actualmente en auge, termina por entronizarse, a la comunicación educativa no le quedará otra función que la instrumental de proveer recursos didácticos y tecnológicos a un modelo de educación cuyas coordenadas pedagógicas están siendo determinadas sin su participación.

Por lo tanto al exponer las potencialidades de la informática en el desarrollo de la moderna sociedad del conocimiento, el autor vaticina para un futuro cercano y el pronóstico parece bastante factible- la implantación de "la educación a distancia por medios electrónicos", esto es, "la posibilidad, tecnológicamente cierta, de la

creación de aulas virtuales", en las cuales cada estudiante en su propia casa podrá disponer de "toda la información necesaria.

Es decir a red informática, el CD Rom, la Internet y los nuevos software, constituidos en herramientas de aprendizaje, le abrirán horizontes para sus tareas educativas"

Por el contrario desde una mirada tecnológica, no hay duda de que la conformación de este "ciberespacio educativo", implica un espectacular avance. Pero, desde una racionalidad pedagógica, ¿lo será también? ¿No estaremos ante la vieja "educación bancaria" tantas veces impugnada por Paulo Freire, solo que ahora en su moderna versión de cajero automático? Esa presagiada aula virtual se identifica, entre sus rasgos más salientes, por su carácter individuado, esto es, por estar dirigida a individuos aislados, receptores de instrucción. Ya la actual enseñanza, a todos los niveles, está marcada por esa matriz. Hasta una época reciente, el carácter social y comunitario de la educación era no solo reputado como una condición natural, inherente a la misma, sino como un valor.(Paulo Freire 1988). Escuela existía como el espacio generador de la socialización y posibilitador de las interacciones grupales, apreciadas como un componente básico e imprescindible de los procesos educativos.

Vygotsky y Bruner sostienen que el aprendizaje es siempre un producto social. "Aprendemos de los otros y con los otros, en el desarrollo (del educando) toda función aparece dos veces: primero a nivel social y más tarde a nivel individual; primero entre personas (intersubjetiva) y después en el interior del propio educando (intrasubjetiva). Todas las funciones superiores de la inteligencia -sea la atención voluntaria, la memoria lógica, la formación de conceptos- se originan como relaciones entre los seres humanos"

A lo cual Bruner añadirá que, si la reflexión es indudablemente una fase vital en todo auténtico proceso de aprendizaje, ella "es mucho más fácil de iniciar en compañía que en soledad. El pensamiento comienza siendo un diálogo que después se hace interior". Y eran tanto sociopolíticos como pedagógicos los

fundamentos que llevaron a Paulo Freire a postular que "el grupo es la célula educativa básica.

Pero este paradigma ya no parece regir. Ha perdido valor, peso, importancia. A medida que la enseñanza se ha ido masificando, cada vez hay menos espacio para la comunicación y los intercambios entre los educandos, también menos interés y menos voluntad para propiciarlos, menos conciencia de estos. Insensiblemente, sin pregonarlo, ha sido desplazado y sustituido por el paradigma informacional.(Bruner 1991).

Rowntree afirma que el estudio se realiza básicamente por medio de los materiales didácticos previamente preparados en tanto que "el contacto directo con los profesores es escaso".

Sarramona (1992) coincide en reconocer la inviabilidad de establecer a distancia, en forma fluida y frecuente, esta comunicación bidireccional docente/discente. Pero, aunque así no fuera, lo que importa subrayar es que, en el mejor de los casos, el educando cuenta con un único interlocutor; y ello solo para hacerle preguntas y despejar dudas sobre aspectos que no halle suficientemente claros en los textos de estudio.

No es de sorprender, entonces, que, con la revolución tecnológica, ese ascendente proceso de individuación y de fortalecimiento del paradigma de la información venga a culminar en esa "aula virtual" en la que un educando, recluso en total soledad, pueda abrir las compuertas a un torrencial volumen de información, el que supuestamente lo habilitará para apropiarse del conocimiento. Aun ese mínimo contacto con un supervisor o tutor es eliminado para ser sustituido por bases de datos informatizadas.

El lenguaje desempeña una función imprescindible: un aprendizaje comprensivo culmina con la adquisición e incorporación por parte del educando de los símbolos lingüísticos representativos de los conceptos adquiridos.

Vygotsky comenta lo siguiente: La relación entre pensamiento y palabra es un proceso viviente: el pensamiento vive a través de la palabra. Una palabra sin

pensamiento es una cosa muerta y un pensamiento desprovisto de palabras permanece en la sombra. El crecimiento intelectual depende del dominio de las palabras. El lenguaje es la herramienta del pensamiento. Según Bruner, es un medio de comunicación y a la vez una forma de representar el mundo acerca del cual nos comunicamos. No solo transmite sino que crea y constituye el conocimiento.

No basta recepcionar (oír) una palabra para incorporarla al repertorio personal, para que se suscite su efectiva apropiación es preciso que el sujeto la use y la ejercite, la pronuncie, la escriba, la aplique, ejercicio que sólo puede darse en la comunicación con otros sujetos, escuchando y leyendo a otros, hablando y escribiendo para otros.

Desde lo metodológico, cuando el sujeto educando logra expresar una idea de modo que los otros puedan comprenderla, es cuando él mismo la comprende y la aprehende verdaderamente. Comunicar es conocer, los educadores experimentan y se apropian de un conocimiento; la construcción del conocimiento y su comunicación no son, como solemos imaginarlas, dos etapas sucesivas en la que primero el sujeto se lo apropia y luego lo vierte, sino la resultante de una interacción: se alcanza la organización y la clarificación de ese conocimiento al convertirlo en un producto comunicable. Pero para que el educando se sienta motivado y estimulado a emprender el esfuerzo de intelección que esa tarea supone, necesita destinatarios, interlocutores reales: escribir sabiendo que va a ser leído.

Educarse es involucrarse en un proceso de múltiples flujos comunicativos. Una Comunicación Educativa concebida desde esta matriz pedagógica tendría como una de sus funciones capitales la provisión de estrategias, medios y métodos encaminados a promover el desarrollo de la competencia comunicativa de los sujetos educandos. Hay que promover medios para hablar.

Cuando se ve a la educación desde la perspectiva unidireccional que el paradigma informacional conlleva, se tiende caso a no asignar valor a la expresión de los educandos y a sus intercambios.

Afortunadamente, estas redes telemáticas están ya uniendo e intercomunicando a millares de grupos de estudiantes, abriéndoles canales de autoexpresión e interlocución, llevándolos a ser más participantes y más solidarios.

La evolución de estas redes debe estar organizada para la comunicación entre grupos más que entre individuos aislados y, por consiguiente como un ensanchamiento de la comunicación cara a cara y no como su vital sustitución.

Si se aspira a una sociedad global humanizante, la cooperación solidaria y la reafirmación de identidades culturales, el desarrollo de la competencia comunicativa de los sujetos actuantes aparece como un factor altamente necesario.

4.3. HIPERCOMUNICADOS PERO SOCIALMENTE AISLADOS.

Los jóvenes del futuro, tienden a ser aislados, emocionalmente fluctuantes, pero encuentran en las tecnologías una nueva forma de comunicarse, de actuar y ser escuchados, son considerados líderes en la creación, desarrollo y utilización de las TIC's. Esta es una nueva manera de integrarse a la sociedad, por extraño que parezca, estas redes unifican a miles de usuarios en el mundo.

Pero hay que indagar no solo lo que propone este proyecto de educación informatizada, sino también en lo que calladamente desdeña y substraer al estudiante: el grupo y la palabra.

El "aula virtual" instituye un educando que estudia sin ver a nadie ni hablar con nadie; y que, privado de interlocutores, queda confinado a un perenne silencio.

Hay preguntas para las que la educación a distancia en su modelo hegemónico no solo carece de respuestas sino que ni siquiera se las formula: ¿con quién se comunica tomado este verbo en su real dimensión este navegante solitario del conocimiento?, ¿qué canales le provee el sistema para ejercitar su propia expresión?, ¿qué espacio le es ofrecido para ser él, a su vez, leído y escuchado,

para dialogar con sus compañeros de navegación, enriquecerse con sus aportes y compartir y confrontar su propio pensamiento?, ¿la comunicación solo consiste en poder hacer consultas y aclarar dudas?, ¿el estudiante no tiene nada propio valioso que decir?, ¿la única comunicación que importa preservar es la del alumno con el docente; la comunicación de los estudiantes entre sí no es un componente capital en el proceso del aprendizaje?

Lo que estamos presenciando no parece encaminarse a la concreción de esa "aldea global" del sueño macluhaniano, sino más bien a la instauración de un archipiélago global, compuesto de seres tecnológicamente hipercomunicados pero socialmente aislados (encuentro a la interactividad sospechosamente ambigua, porque las más de las veces se está entendiendo por tal el ida-y-vuelta que se establece entre el ser humano y la máquina y no entre personas). Lo que sus profetas omiten preguntarse es qué podrán intercambiar y comunicarse personas que vivan recluidas las 24 horas del día. Tecnológicamente, tendrán más posibilidades que nunca de interconectarse; pero, extinguida la práctica de la participación social y ciudadana, ¿les quedará algo por comunicar más allá del intercambio de seudoexperiencias virtuales?.

Los regresivos saldos sociales y políticos de esta educación individuada aparecen suficientemente evidentes: de estudiantes educados en y para el silencio cabe esperar ciudadanos pasivos y no-participantes. Desde una perspectiva ética, advierte Morin, "moral, solidaridad, responsabilidad, no pueden ser dictadas en abstracto; no es posible acoplarlas en los espíritus. Deben ser inducidas a través del modo de pensamiento y de la experiencia vivida". Es decir, en la vivencia de la cooperación, en el trabajo grupal compartido, en la construcción común del conocimiento.

4.3.1. Universidad y Web 2.0.

Desde el nacimiento de Internet se visualizaba el gran impacto que iba a tener la “red de redes” en la transformación de las relaciones sociales y económicas. Si existe un 2.0 quiere decir que existió un “uno punto algo” la primera época de la red Internet, los 90s, en ese tiempo, en la web uno, la información que se encontraba disponible en la red era publicada por los técnicos de las instituciones llamados “webmasters”, los sitios web eran estáticos, la información casi no cambiaba. La necesidad de comunicar de las personas e instituciones en la naciente “sociedad red”, la breve caducidad de los contenidos en la web, y la gran cantidad de información, hizo que se rompa la dependencia de los webmasters y se crearon herramientas para que todos puedan de manera “libre” e independiente “hablar”, publicar, ideas, puntos de vista, preferencias.

Significados etc. Este paso contribuyó a que nacieran los sitios web dinámicos e hizo posible que los “navegantes” (usuarios de la red Internet) tengan confianza en el uso de la red produciendo nuevas formas de relación social y que muchas de las actividades cotidianas se las realice por el Internet, por ejemplo: escribir una carta, pagar los servicios básicos, realizar transacciones bancarias, confesarse, comprar y vender productos, enamorarse, estudiar, hacer campañas políticas, viajar virtualmente, visitar museos, trabajar remotamente, estudiar, participar en manifestaciones públicas, votar, hablar por Internet, investigar, etc.

No es casual que la revista Time haya denominado “persona del año” en el 2006 a todos los que propician los cambios en la red, no se refiere a los profesionales de la informática sino a todas las personas que participan en las redes sociales dando lugar al fenómeno denominado web 2.0.

El fenómeno 2.0 no son las páginas web, ni los portales, ni las tecnologías. 2.0 Se debe comprender como un cambio de comportamiento ¿o de paradigma? de las personas e instituciones en la red, de ser pasivos consumidores de información en una sociedad sostenida por una economía basada principalmente en la producción

de tangibles a ser activos “consumidores” de las diferentes formas de comunicación, de producción de intangibles, relación y procesos que ofrece la red Internet, es decir a no dejar de ser seres sociales en una naciente nueva sociedad sostenida en entornos reales físicos y virtuales que cambian de manera acelerada.

Educar a estudiantes siglo XXI con profesores del siglo XX y metodologías del siglo XIX es una realidad que está siendo modificada de manera rápida y no por una política pública nacional o por conciencia de los actores involucrados en el proceso educativo, sino por los desafíos al docente resultado de la gran cantidad de información y conocimiento que está siendo utilizada por los estudiantes. El acceso a diversas fuentes de información y el involucramiento en redes sociales hacen posible obras colaborativas –mingas del conocimiento- inmensas como el caso de la Wikipedia que se ha convertido en la enciclopedia más grande del mundo con 11 millones de artículos en 264 idiomas en tan solo ocho años de vida. La interacción de actores de diversas.

Culturas, experiencias, ámbitos del conocimiento, hacen que los portales y sitios basados en web 2.0 sean los generadores y gestores de redes sociales y estas a su vez productoras de conocimientos.

La incorporación de una estrategia para el desarrollo de una cultura digital en las instituciones en general y sobre todo en las universidades hará posible el fortalecimiento e innovación en los procesos de docencia e investigación como también en los procesos administrativos y de responsabilidad social institucional, llámese “extensión o vinculación”;

Para que esto sea posible es necesario entre otros, iniciar procesos de implementación y formación para el uso de herramientas web 2.0. La puerta natural de acceso a esta innovación estratégica institucional son las iniciativas colaborativas descentralizadas-libres-públicas de portales y sitios web en intranet e Internet en los que se evidencie alta interacción y colaboración en la producción de significados.

4.4. ANALFABETISMO AUDIOVISUAL

La educación en medios de comunicación tiene como función básica la formación de la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes activas y creativas en los estudiantes. El fenómeno del analfabetismo audiovisual es una realidad palpable en nuestra sociedad.

El consumo masivo e indiscriminado de los medios no lleva parejo un conocimiento de los códigos del lenguaje audiovisual, provocando situaciones de indefensión ante sus mensajes. La Educación para los Medios de Comunicación, representa un proceso que tiende a problematizar tanto el contenido como la relación que establece el sujeto receptor con los medios de comunicación.

En definitiva, se trata de incentivar una mirada sin prejuicio, a través de la cual los jóvenes se sitúen como consumidores de la televisión, la radio o el cine, sin culpa de serlo, y conocer los gustos o preferencias espontáneos que se poseen, los vacíos que cubren, las necesidades que satisfacen, buscando entender a qué patrones culturales, sociales, de sexo o edad corresponden. En segundo lugar, confrontar estas experiencias espontáneas con el sentido que los mensajes pretenden comunicar.

El Consejo Internacional de Cine y Televisión estableció que por Educación en materia de Comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión, a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento, como las Matemáticas, la Ciencia y la Geografía (UNESCO, 1984,).

Por tanto, la Educación en Medios de Comunicación pretende formar personas conocedoras de los nuevos lenguajes audiovisuales de nuestra sociedad, siendo capaces de apropiarse críticamente de ellos y de emplearlos creativa y activamente como canales personales de comunicación.

Los destinatarios de este nuevo eje transversal de la enseñanza pueden ser tanto maestros y profesores, de forma que ellos actúen directamente con los niños y jóvenes, que ya están expuestos diariamente a una dosis audiovisual considerable, sin conocimiento ni análisis de estos nuevos códigos de interpretación y expresión del mundo.

Además, las experiencias latinoamericanas así lo constatan, pueden ser también destinatarios de la Educación para los Medios, los grupos y responsables comunitarios (educadores, animadores, asociaciones, etc.), preferentemente de ámbitos populares.

Por último indicar que si bien hay un gran consenso mundial, tanto en la necesidad de poner en marcha programas de Educación para la Comunicación, como en los objetivos y metodologías de los mismos, hay en cambio una gran variedad de denominaciones para titular esta importante parcela curricular como: Educación en materia de Comunicación, Educación para el uso de los Medios de Comunicación, Lectura dinámica de Signos, Educomunicación, Pedagogía de los Medios, etc. Debemos llevar los medios al aula y crear espacios para la reflexión y elaborar una contrapropuesta cultural.

Sin embargo los sistemas de aprendizaje asistido por ordenador se centraron más en la tecnología que en la práctica educativa, y el determinismo tecnológico se impuso sobre los principios educativos.

(Crawley 2000) mantiene que, más que intentar adaptarnos a la forma de proceder de las máquinas, los sistemas multimedia han de diseñarse para que se adapten a las características que nos definen como humanos.

En cuanto a la escuela es crear nuevas formas de aprender y nuevas condiciones de aprendizaje. En el aprendizaje por descubrimiento y significativo, autónomo o dirigido, las NTM se conciben más como herramientas del alumno que sirven a éste para identificar, seleccionar y comprender la información.

En las interacciones comunicativas que se producen entre los tres elementos: profesor, alumno y medio, es la intervención del profesor la que más contribuye a

que el aprendizaje sea significativo, a que se produzca la vinculación sustancial de las nuevas ideas y conceptos con el bagaje cognitivo del alumno. Ese es el rol fundamental del profesor.

Ante la imposibilidad de que el diseñador de aplicaciones multimedia educativas sepa los conocimientos previos y el estilo de aprendizaje de cada alumno en concreto, la intervención del profesor resulta sumamente necesaria para optimizar la utilización de los programas.

El aprendizaje depende de las disposiciones subjetivas para el aprendizaje de cada alumno en cada situación. Es el profesor de nuevo quien mejor conoce hasta qué punto el material multimedia es educativo, y cuáles son las disposiciones subjetivas idóneas para el aprendizaje.

Se considera el sistema como máquina autónoma que se relaciona directamente con el alumno, el diseñador o programador trata de establecer formas de indagar los conocimientos e intereses de cada usuario y de que la aplicación pueda darles respuesta. Cuando en la comunicación multimedia educativa el sistema asume el papel del profesor-emirec se convierte en una máquina de enseñar, y volvemos a los modelos de enseñanza programada y al aprendizaje mecánico, repetitivo, memorístico.

Las aplicaciones multimedia cerradas son aquellas que se pueden utilizar, pero no modificar, y a este grupo pertenecen la mayoría de las disponibles en el mercado. Las aplicaciones multimedia abiertas no sólo te permiten la interacción con los contenidos, sino que te permiten también modificarlos.

En la opinión de Gavriel Salomón, si se emplea para la creación de entornos de aprendizaje constructivista, puede afectar el desarrollo intelectual del individuo de diversas formas. Una de ellas consiste en la oportunidad que ofrece de construir el conocimiento con diversos sistemas simbólicos (palabras, gráficos, sonidos, imágenes).

El alumno debe estar activamente involucrado en la construcción, individualmente o en colaboración con otros compañeros, de documentos multimedia. Entwistle , dice que los estudiantes organizan sus conocimientos en redes, cuya densidad va aumentando a medida que el estudio progresa. La forma de organizar y estructurar la información en estas redes es similar a la utilizada en la elaboración de documentos hipermedia.

El que los medios vayan a ser interactivos también fuera de la escuela, significa para Savater el poder utilizarlos nosotros de una forma que no sea reflejo mimético de la vaciedad que habitualmente se nos da en ellos, sino que se conviertan en instrumentos de comunicación personal y de creación. Con el aprendizaje cooperativo educamos también para la convivencia necesaria en esa sociedad democrática.

4.2.1. Paradigma informacional vs. Paradigma participativo.

La comunicación educativa ha tendido a limitar su ámbito a los media, a establecer una implícita equivalencia entre comunicación, medios y tecnologías de comunicación. Sin embargo es necesario trascender esa visión reduccionista, postular que la comunicación educativa abarca ciertamente el campo de los medios, pero en prevalente lugar, el tipo de comunicación presente en todo proceso educativo. Esto supone considerar a la comunicación no como un mero instrumento mediático y tecnológico sino, ante todo, como un componente pedagógico.

Dicho de otra manera la comunicación educativa, así entendida, convergen una lectura de la pedagogía desde la comunicación y una lectura de la comunicación desde la pedagogía.

Sin embargo se concibe a la comunicación en esa dimensión amplia, se advierte que ella enfrenta una instancia crítica. Si el paradigma informacional, actualmente en auge, termina por entronizarse, a la comunicación educativa no le quedará otra

función que la instrumental de proveer recursos didácticos y tecnológicos a un modelo de educación cuyas coordenadas pedagógicas están siendo determinadas sin su participación.

Por lo tanto al exponer las potencialidades de la informática en el desarrollo de la moderna sociedad del conocimiento, el autor vaticina para un futuro cercano y el pronóstico parece bastante factible- la implantación de "la educación a distancia por medios electrónicos", esto es, "la posibilidad, tecnológicamente cierta, de la creación de aulas virtuales", en las cuales cada estudiante en su propia casa podrá disponer de "toda la información necesaria.

Es decir a red informática, el CD Rom, la Internet y los nuevos software, constituidos en herramientas de aprendizaje, le abrirán horizontes para sus tareas educativas"

Por el contrario desde una mirada tecnológica, no hay duda de que la conformación de este "ciberespacio educativo", implica un espectacular avance. Pero, desde una racionalidad pedagógica, ¿lo será también? ¿No estaremos ante la vieja "educación bancaria" tantas veces impugnada por Paulo Freire, solo que ahora en su moderna versión de cajero automático?

Esa presagiada aula virtual se identifica, entre sus rasgos más salientes, por su carácter individuado, esto es, por estar dirigida a individuos aislados, receptores de instrucción. Ya la actual enseñanza, a todos los niveles, está marcada por esa matriz. Hasta una época reciente, el carácter social y comunitario de la educación era no solo reputado como una condición natural, inherente a la misma, sino como un valor.(Paulo Freire 1988). Escuela existía como el espacio generador de la socialización y posibilitador de las interacciones grupales, apreciadas como un componente básico e imprescindible de los procesos educativos.

Vygotsky y Bruner sostienen que el aprendizaje es siempre un producto social. "Aprendemos de los otros y con los otros, en el desarrollo (del educando) toda función aparece dos veces: primero a nivel social y más tarde a nivel individual; primero entre personas (intersubjetiva) y después en el interior del propio

educando (intrasubjetiva). Todas las funciones superiores de la inteligencia sea la atención voluntaria, la memoria lógica, la formación de conceptos se originan como relaciones entre los seres humanos"

A lo cual Bruner añadirá que, si la reflexión es indudablemente una fase vital en todo auténtico proceso de aprendizaje, ella "es mucho más fácil de iniciar en compañía que en soledad. El pensamiento comienza siendo un diálogo que después se hace interior". Y eran tanto sociopolíticos como pedagógicos los fundamentos que llevaron a Paulo Freire a postular que "el grupo es la célula educativa básica.

Pero este paradigma ya no parece regir. Ha perdido valor, peso, importancia. A medida que la enseñanza se ha ido masificando, cada vez hay menos espacio para la comunicación y los intercambios entre los educandos, también menos interés y menos voluntad para propiciarlos, menos conciencia de estos. Insensiblemente, sin pregonarlo, ha sido desplazado y sustituido por el paradigma informacional.(Bruner 1991).

Rowntree afirma que el estudio se realiza básicamente por medio de los materiales didácticos previamente preparados en tanto que "el contacto directo con los profesores es escaso".

Sarramona (1992) coincide en reconocer la inviabilidad de establecer a distancia, en forma fluida y frecuente, esta comunicación bidireccional docente/disciente. Pero, aunque así no fuera, lo que importa subrayar es que, en el mejor de los casos, el educando cuenta con un único interlocutor; y ello solo para hacerle preguntas y despejar dudas sobre aspectos que no halle suficientemente claros en los textos de estudio.

No es de sorprender, entonces, que, con la revolución tecnológica, ese ascendente proceso de individuación y de fortalecimiento del paradigma de la información venga a culminar en esa "aula virtual" en la que un educando, recluido en total soledad, pueda abrir las compuertas a un torrencial volumen de información, el que supuestamente lo habilitará para apropiarse del conocimiento.

Aun ese mínimo contacto con un supervisor o tutor es eliminado para ser sustituido por bases de datos informatizadas.

El lenguaje desempeña una función imprescindible: un aprendizaje comprensivo culmina con la adquisición e incorporación por parte del educando de los símbolos lingüísticos representativos de los conceptos adquiridos.

Vygotsky comenta lo siguiente: La relación entre pensamiento y palabra es un proceso viviente: el pensamiento vive a través de la palabra. Una palabra sin pensamiento es una cosa muerta y un pensamiento desprovisto de palabras permanece en la sombra. El crecimiento intelectual depende del dominio de las palabras. El lenguaje es la herramienta del pensamiento. Según Bruner, es un medio de comunicación y a la vez una forma de representar el mundo acerca del cual nos comunicamos. No solo transmite sino que crea y constituye el conocimiento.

4.5. CONVERGENCIA MEDIÁTICA.

A inicios del nuevo milenio, el escenario de la comunicación descansa en la convergencia de las industrias de las telecomunicaciones, la informática y los contenidos. Las transformaciones en el terreno de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) anuncian una nueva era, saludada con optimismo por unos y con pesimismo por otros, que temen el control monopólico de los medios. Pero lo que nadie puede negar, es la magnitud de la revolución tecnológica que guía la sociedad de la información.

En la nueva era, surgirán nuevas formas de transmitir la información. Y ahí, en ese nuevo escenario que traspasa las fronteras hasta ahora conocidas, deberán situarse los actuales medios-prensa, radio y televisión.

La convergencia mediática es una realidad tal que ha conducido a la redefinición de la industria del conocimiento. Tanto la computadora con sus aditamentos de

multimedia e Internet como la televisión con su aproximación al WWW están acercándose a una nueva forma de enseñar y de entretener.

Sin la convergencia, la creación de una sociedad de la información presentaría un considerable retraso. Por ello, es necesario un marco flexible y equilibrado para su desarrollo, que favorezca la inversión y la aparición de nuevos servicios.

Los grandes avances en el campo de las TIC's generan cambios en los hábitos sociales y económicos, con tal rapidez que se habla de "una tercera revolución industrial", la sociedad de la información o del conocimiento.

Pero, ¿cómo la referida convergencia de los medios se relaciona con la manera en que se plantea la gestión de la información en salud en el contexto nacional? La respuesta a esta interrogante pasa por entender qué es la convergencia mediática, cómo se comporta este fenómeno en el mundo, cuáles son sus perspectivas, aplicaciones y desafíos, y qué trascendencia entraña para el futuro.

4.5.1. ¿Qué es la convergencia?

La idea de la convergencia descansa en la homogeneización de los soportes, productos, lógicas de emisión y consumo de las industrias infocomunicacionales, incluidas la prensa escrita, las telecomunicaciones, la informática y la industria audiovisual.

El término "convergencia" sugiere la idea de objetos que se mueven hacia un mismo punto. Cuando el término se emplea en referencia a las comunicaciones, significa la integración de la computación con las telecomunicaciones.

El Libro Verde de la Organización de Naciones Unidas ofrece dos definiciones: "Convergencia es la capacidad de diferentes plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares y la aproximación de dispositivos de consumo, como el teléfono, la televisión y la computadora".

La convergencia multimediática no es la aparición de una serie de servicios que combinan texto, voz, imagen en movimiento y sonido; es en realidad la desaparición de las fronteras firmes entre medios masivos y servicios de comunicación, y la convergencia de estos en un único mecanismo digital de transporte de datos, de banda ancha, conmutado (Internet), mediante una interfaz o envoltorio totalizador (la World Wide Web); tanto el mecanismo como la interfaz son accesibles desde una multitud de dispositivos, mediante muchos tipos de redes, y se utilizan los servicios que una gran cantidad de empresas proveedoras de productos y servicios tradicionalmente disímiles, ofrecen.

Mientras tanto las computadoras, que eran máquinas lentas y caras controladas por tarjetas perforadas, se han convertido en poderosas unidades de bajo costo. Al mismo tiempo, ha invadido nuestro mundo una maraña de cables telefónicos, fibras ópticas, cables submarinos, enlaces por microondas, canales de televisión y comunicaciones por satélite.

En la intersección de ambos fenómenos se encuentra Internet, resultado directo del cruce entre la tecnología informática y la tecnología de la comunicación.

Según un artículo del Scientific American, esa convergencia es en principio "la unión del audio, el video y la transmisión de datos en una sola fuente, recibida en un solo aparato y con una sola conexión."

La tecnología digital proporciona un mecanismo para integrar medios que hasta ahora necesitaban canales diferentes. La plena convergencia digital augura un acceso a la información en tiempo real en cualquier lugar del mundo, así como la posibilidad de comunicarse con alguien dondequiera que se encuentre mediante un texto, gráficos, video y audio. De hecho, no parecen existir límites tecnológicos a las posibilidades que se abren.

Las fusiones de los gigantes corporativos mediáticos obedecen a la necesidad de vincular, por una parte, continentes con contenidos (internet con empresas productoras de información, por ejemplo); por la otra, de explorar las potencialidades de las tecnologías de la información y la comunicación para

ofrecer servicios transparentes para el espectador: éste los recibe sin percatarse cómo, en una misma plataforma, convergen tecnologías varias.

Este el caso de los videos musicales, lanzados en su estreno mundial, por Internet, y que integran audio, video, texto y datos, de manera simultánea.

O bien, la posibilidad de recibir música o mensajes escritos, a través del teléfono portátil de "tercera generación" y, en tiempo real, responderlos. Es decir, diversas tecnologías, creadas de manera separada en sus inicios, convergen en un solo canal.

La convergencia digital convierte toda señal en un solo lenguaje, el de ceros y unos, y hace posible su manipulación en un solo aparato y el manejo simultáneo de voz, datos e imágenes mediante medios electrónicos que generan nuevas tecnologías de la información que, a la vez, crean nuevos escenarios para el desarrollo del hombre.

El futuro de la comunicación pasa por la digitalización de todo tipo de información en cualquier formato (audio, video, texto, datos...). Esta se comprime y entonces existe la posibilidad de manipularla, almacenarla y transportarla con gran rapidez mediante una red.

La revolución tecnológica y, concretamente, el paso de los sistemas analógicos a los digitales ha producido notables cambios en el área de la comunicación: nuevas redes, nuevas fórmulas de comunicación, nuevos soportes, nuevos formatos, nuevos lenguajes, nuevas formas de trabajo, etcétera.

4.5.2. La convergencia digital: plataformas, protocolos, soportes, lenguajes y formas de comunicación

Actualmente, el acceso a Internet se basa en conectar una PC a una banda angosta o línea telefónica, o a una conexión ADSL de alta velocidad. Hoy, existen,

al menos, dos plataformas o tipos de terminales adicionales, una es la televisión; y la otra, la terminal móvil.

Estas tres plataformas: PC, televisión digital y terminales móviles, probablemente serán con mayor frecuencia complementos más que sustitutos. Por su parte, los fabricantes, creadores e impulsores de plataformas buscan receptores capaces de integrar voz, datos e imágenes, de fácil manejo, para un público que podrá acceder a tecnologías con una magnitud desconocida en estos momentos.

Uno de los grandes retos de la convergencia en esta línea es la fusión del protocolo TCP/IP, base de Internet, y el sistema de codificación de la televisión digital, que permitirá fusionar las pantallas de la televisión con las de la computadora. En tanto, es posible contar con señales separadas, pero accesibles mediante el mismo aparato. Los medios de comunicación de masas, a la vez que continúan con sus soportes tradicionales, se adecuan a Internet y otros surgen exclusivamente para estar presentes sólo en la red.

Las agencias de televisión se han enriquecido con funcionalidades interactivas gracias a los decodificadores digitales y su conexión a las redes digitales. Ellos permiten el acceso a las redes de Internet y forman la interfaz de nuevos servicios de la televisión digital. Pero el proyecto de un terminal único para televisión e Internet, que muchos esperan como la gran síntesis tecnológica del usuario de masas, depende de los resultados comerciales, y estos por ahora no son muy satisfactorios.

Mientras tanto la radio digital utiliza como soporte de transmisión, tanto el DAB en el espectro electromagnético, como el cable, los diferentes sistemas de radio digital por satélite, la televisión digital terrestre y por satélite, la tecnología WAP y UMTS (la próxima generación de telefonía móvil), e Internet.

El teléfono (redes de telecomunicaciones) se fusiona con la radio y la televisión (broadcasting) y emerge el pointcasting, un sistema de difusión audiovisual que es, a la vez, universal y personalizado. Los continuos avances en las telecomunicaciones y las redes que se tienden hasta los hogares en los últimos

tiempos hablan de un futuro en el que la electricidad, el teléfono, la televisión y conexión web emplearán un mismo canal.

Otra de las características de lo digital es que se trata de un lenguaje y un entorno en el que confluyen diferentes dimensiones comunicativas. Por ejemplo, la radio pasa de ser un "unimedia" en el que sólo contaba con el sonido para ser ahora un "multimedia", un universo de síntesis.

Y se vislumbra que hay otros servicios de audio que no son la radio en el sentido tradicional del término. La radio digital deja de ser sólo sonido radiofónico para integrarse en otro lenguaje con el que se complementa.

Al cambiar la forma de hacer y presentar la oferta de los mensajes, se establece otra forma de acceso y consumo y se modifica el modelo de comunicación tradicional de la radio. "Se establece un modelo personalizado progresivamente alejado de las audiencias masivas, con diferentes niveles de interactividad, a demanda, en el que es posible la lectura diacrónica y sucesiva". En el caso de la televisión, " el paso del discurso televisivo unicanal al discurso multicanal y multitemático e interactivo", genera una nueva dimensión comunicativa.

"Los medios virtuales o sólo digitales, así como las versiones electrónicas de los medios convencionales constituyen nuevas realidades mediáticas que no se explican mediante el recurso a los viejos paradigmas matemáticos o ideológicos de la comunicación.

Hoy, un periódico, una radio o una televisión en la red llegan a parecerse tanto que comienza a resultar anacrónico seguirles llamando según su viejo nombre".

La convergencia mediática es un nuevo escenario para la gestión de información en el que se destaca:

1. La convergencia digital.
2. La tendencia a la creación de grandes multinacionales.
3. Las nuevas formas de comunicarse y de gestionar información.
4. . Las profundas transformaciones en el papel de los comunicadores
5. Los nuevos lenguajes y medios; interactivos, flexibles

6. La ampliación de los servicios: ofertas ilimitadas en multiplicidad de canales, los paquetes temáticos y las programaciones especializadas.
7. El aumento de las productoras de contenidos.
8. El surgimiento de nuevos hábitos de consumo
9. La profundización de la brecha digital
10. El surgimiento de nuevas oportunidades para el desarrollo social.

Los nuevos profesionales, los gestores de la información tendrán que asumir las funciones que les tiene reservada la sociedad en el nuevo escenario mediático, buscar alternativas que permitan aprovechar las innovaciones tecnológicas y ayudar a construir un mundo más justo.

No basta recepcionar (oír) una palabra para incorporarla al repertorio personal, para que se suscite su efectiva apropiación es preciso que el sujeto la use y la ejercite, la pronuncie, la escriba, la aplique, ejercicio que sólo puede darse en la comunicación con otros sujetos, escuchando y leyendo a otros, hablando y escribiendo para otros.

Desde lo metodológico, cuando el sujeto educando logra expresar una idea de modo que los otros puedan comprenderla, es cuando él mismo la comprende y la aprehende verdaderamente. Comunicar es conocer, los educadores experimentan y se apropian de un conocimiento; la construcción del conocimiento y su comunicación no son, como solemos imaginarlas, dos etapas sucesivas en la que primero el sujeto se lo apropia y luego lo vierte, sino la resultante de una interacción: se alcanza la organización y la clarificación de ese conocimiento al convertirlo en un producto comunicable. Pero para que el educando se sienta motivado y estimulado a emprender el esfuerzo de intelección que esa tarea supone, necesita destinatarios, interlocutores reales: escribir sabiendo que va a ser leído.

Educarse es involucrarse en un proceso de múltiples flujos comunicativos. Una Comunicación Educativa concebida desde esta matriz pedagógica tendría como una de sus funciones capitales la provisión de estrategias, medios y métodos encaminados a promover el desarrollo de la competencia comunicativa de los sujetos educandos. Hay que promover medios para hablar.

Cuando se ve a la educación desde la perspectiva unidireccional que el paradigma informacional conlleva, se tiende caso a no asignar valor a la expresión de los educandos y a sus intercambios.

Afortunadamente, estas redes telemáticas están ya uniendo e intercomunicando a millares de grupos de estudiantes, abriéndoles canales de autoexpresión e interlocución, llevándolos a ser más participantes y más solidarios.

La evolución de estas redes debe estar organizada para la comunicación entre grupos más que entre individuos aislados y, por consiguiente como un ensanchamiento de la comunicación cara a cara y no como su vital sustitución.

Si se aspira a una sociedad global humanizante, la cooperación solidaria y la reafirmación de identidades culturales, el desarrollo de la competencia comunicativa de los sujetos actuantes aparece como un factor altamente necesario.

CAPITULO 5

METODOLOGIA

5.1 Planteamiento del problema

El uso del Internet en la actualidad tiene fuertes implicaciones tanto en lo social, como en lo pedagógico, estas nuevas tecnologías trascienden cada día más y tienen cierta complejidad, tanto en su uso, como en su difusión. El Internet provoca un despertar de intenciones, con el estudiante y en el profesor esa necesidad de programar algo nuevo.

De manera que, la comunicación se produce en varios niveles, los jóvenes como receptores activos de la información no solo critican lo que ven, sino que tratan de manipular la información a su antojo, es decir toman decisiones en el ámbito educativo, cultural y político, ahora son capaces de aportar reflexivamente al desarrollo.

En esta investigación se utilizará la técnica cuantitativa para saber, ¿cuántos jóvenes se conectan a Internet diariamente?, y la técnica de investigación cualitativa para saber su conducta, cómo son con sus amigos, que piensan, cuáles son sus planes y metas a futuro y si algo bueno han sacado al estar horas y horas frente a una computadora. También la observación es importante para apreciar sus comportamientos con respecto a este fenómeno.

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase. Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

La perspectiva de esta investigación va desde el lado de la juventud, que es la que vive de cerca el fenómeno tecnológico, y conoce cómo afecta esto a su rendimiento académico. Y de esta forma, podremos comprobar que la

comunicación, en este caso una comunicación multimedia, está unida a la educación de cada uno de los individuos. (Celaya, 2008).

“La verdadera revolución está teniendo lugar justo en este momento, y son las redes sociales”, afirma María Azua (2009).

Según detalla su estrategia de campaña,(Rahaf Harfoush 2010), el éxito de esta gestión consistió en lograr un desarrollo integral y sistemático

De todos los canales de comunicación, y mecanismos disponibles, sincronizados estratégicamente, logrando así, causar un impacto de comunicación personalizada en cada uno de los mensajes.(Rahaf Harfoush 2010).

5.2 Justificación

En lo académico, el apresurado avance de las nuevas tecnologías de información, y sobre todo su inserción en la educación presencial y a distancia, requiere de una minuciosa investigación, comenzando desde las aulas, en donde se realiza el proceso de socialización. Los jóvenes de hoy, son los llamados “chicos del futuro”, porque todo lo tienen al alcance de su mano, y la verdad es que esto da lugar al facilismo y al consumismo. Pero uno debe darse cuenta de la satisfacción que se puede llegar a sentir cuando algo es realmente difícil.

Por lo tanto en lo Comunicativo, los medios de comunicación pueden usarse para separar o aislar. La “web” del futuro, en lugar de ser una comunidad global, ¿podría convertirse en una vasta y fragmentada red de personas aisladas abejas humanas en sus celdas, que interactúan con datos y no directamente unos con otros, ¿Qué sería de la solidaridad, o qué sería del amor, en un mundo como este? En lo sociocultural, esta investigación quiere demostrar que los usuarios del Internet se han convertido en protagonistas del mundo virtual, porque se abren las puertas a la curiosidad y al deseo de conocer lo ajeno, ya que los jóvenes han creado sus propios espacios para entenderse entre ellos. Ya no hay esa privacidad como la de antes, sino que ahora los chicos no temen en decir todo lo que sienten y piensan públicamente en el Internet.

Sin embargo en lo Educomunicativo, para establecer el tema de este trabajo de investigación se parte de la idea de reconocer a la Comunicación no como un mero instrumento mediático y tecnológico, sino ante todo como un componente pedagógico. (Oscar vallejos).

Por primera vez, las T.I.C.S se relacionan íntimamente con la realidad de los educandos y educadores, hoy en día el que no sabe acerca de las tecnologías, no está actualizado con este proceso globalizante y es posible que quede relegado de los demás.

Por tanto los medios audiovisuales son utilizados diariamente, es por eso que es imprescindible estudiar el paradigma informacional, y sus efectos a corto y largo plazo. La interrogante central plantea conocer ¿Cuál es el impacto que tienen las redes sociales y el Internet en la formación de los jóvenes, ya que la influencia puede ser positiva, pero también negativa y pueden afectar su personalidad y forma de integrarse a la sociedad.

Por otra parte la idea es hacer entrevistas personales a los chicos y mostrar un porcentaje real de quienes se conectan y quienes no, a qué hora del día se convocan todos para chatear. Para finalizar se puede afirmar que ésta investigación está enfocada desde la perspectiva juvenil y formación del joven cómo ser humano, continuando con un análisis del Internet como fuente de comunicación moderna o adicción social. Para esto, es necesario comprobar si estas redes sociales, es lo que los jóvenes prefieren más, en comparación con otro medio de los favoritos.(Oscar Vallejos).

La inquietud por realizar esta investigación nace a partir de que realice mi servicio social en el conalep Almoloya del Rio Estado de México y platicando con algunos jóvenes escuche que decían que muchos de ellos contaban con una o dos cuentas de internet y que muchos realizaban videos y los llaman youtubers

Y con forme suben videos requieren like, y esto les causa mucha (satisfacción) así algunos otros decían que les gusta pasar horas en el Facebook en su twitter así como metro flog etc. por esta razón muchos jóvenes descuidan su escuela

reprobando materias o quedando aplazados por no entregar trabajos en tiempo y forma por esta razón es que se me hace importante la realización de esta investigación, además de que la población está muy concentra en estas redes sociales.

Aunque es probable que hayan quedado otros muchos tipos de redes, estas son las que obedecen a una agrupación más general y son las que tienen un mayor nivel de visitas, según registros oficiales. Por ejemplo, según la fuente global de inteligencia de mercado "ComScore", Facebook logró superar a My Space en Junio del 2007 por 52 millones de visitas, y aunque My Space registraba para entonces 117 millones de usuarios, su crecimiento se había estancado durante los últimos en años en un 3% (Watts, 2003).

5.3 Objetivos

Objetivo General:

Especificar el impacto que tienen las redes sociales en la formación de los jóvenes, por medio del análisis en la Universidad Iberoamericana UTECI, para demostrar en qué medida afectan estos espacios cibernéticos a los estudiantes universitarios.

Objetivos específicos:

Demostrar que impacto tiene las redes sociales en la formación de los jóvenes usuarios de Internet, a través de encuestas a estudiantes de la Universidad UTECI de las diferentes carreras que tiene la universidad, para conocer las consecuencias negativas o positivas, que puedan tener con esta clase de comunicación virtual.

Así como exponer la relación que hay entre comunicación y tecnología en las aulas de la universidad, mostrando las semejanzas y diferencias que se manejan,

en base a una investigación bibliográfica, para saber qué es predominante la comunicación o las nuevas tecnologías.

5.4 Tipo de estudio

Una vez que se ha concebido la idea de investigación y el científico, estudiante o experto ha profundizado en el tema y ha elegido el enfoque cuantitativo, se encuentra en condiciones de plantear el problema de investigación.(Sanpieri 2012).

De nada sirve contar con un buen método y mucho entusiasmo, si no sabemos qué investigar. En realidad, *plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación.*

Ahora bien, como señala Ackoff (1967), un problema planteado correctamente está resuelto en parte; a mayor exactitud corresponden más posibilidades de obtener una solución satisfactoria. El investigador debe ser capaz no sólo de conceptualizar el problema, sino también de escribirlo en forma clara, precisa y accesible.

5.5. Definición de variable

Una variable es la propiedad que tiene una variación y que puede medirse u observarse (Hernández, Fernández y Baptista 2003). Las variables pueden ser definitivas conceptual y operacionalmente, la definición conceptual es de índole teórica, mientras que la definición operacional de la variable nos da las bases para su medición y la definición de sus indicadores, siendo estos el conjunto de actividades o características propias de un concepto, mismas que lo representan.

Por lo tanto, para la presente investigación se tuvo como variable de estudio

Variable independiente: jóvenes de la universidad UTECI.

5.6. Definición de universo de estudio

El universo está conformado por toda la población o conjunto de unidades que se quiere estudiar y que podrían ser observadas individualmente en el estudio (Bravo, 1998,). Para (Hernández Sanpieri 2012), "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones".

Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

La investigación se realizará en la Universidad Iberoamericana UTECI, a chicos y chicas de las diferentes carreras. Se efectuará aproximadamente 150 encuestas. Lo que proveerá resultados del ¿por qué las nuevas tecnologías se han vuelto tan necesarias en estos días? El propósito es observar a los jóvenes, ya que son los más vulnerables a dejarse influenciar por el uso masivo de las nuevas tecnologías, la investigación quiere mostrar cuales son las consecuencias del uso del Internet o si existen beneficios educativos.

5.7. Definición de muestra

Sanpieri menciona que para seleccionar una muestra, primero se debe definir la unidad de análisis (esto se entiende como personas, organizaciones, periódicos etc.) en otras palabras, se refiere a "quienes van a ser medidos".

También afirma que se debe precisar el problema a investigar, así como los objetivos de investigación, lo cual llevara a delimitar la población que será estudiada y sobre la cual se pretenda generalizar los resultados obtenidos.

Por lo tanto de esta forma "la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones". (Sanpieri 2012).

5.8. Diseño de investigación

La presente investigación tendrá una metodología a desarrollar de tipo observacional, prospectiva, transversal.

- **Método observacional:** La ciencia comienza con la observación, que puede ser considerada como el método más antiguo y moderno de recogida de datos. Esta afirmación, aparentemente contradictoria, se justifica por la gran evolución que ha experimentado el método observacional en los últimos años. Ahora bien, la observación sin más, no puede ser considerada como método científico. Por ello resulta conveniente distinguir entre la observación ordinaria y la observación científica. (Sanpieri 2012).

Cuando llevamos a cabo un estudio con metodología observacional es necesario que el investigador complete las tres fases siguientes:

- Observar las conducta u objeto de estudio
- Realizar el análisis de los datos registrados

La complementación de lo ya observado nos permite tener un conocimiento fiable y valido de las respuestas obtenidas en la encuesta así asegurando la representatividad de los datos en unas condiciones concretas de muestra y ambiente.

Los indicadores básicos que se utilizan en la metodología observacional se basan en la medición de la frecuencia.(carreras 1991). El registro puede ser continuo o completo, cuando el observador anota la ocurrencia de las diferentes categorías a lo largo de la encuesta.

La presente investigación utilizara el método observacional ya que no se presentara manipular las conductas de los jóvenes que se utilizaran como muestra para la presente investigación ya que solo se observan las conductas que realizan los jóvenes al leer una pregunta de la encuesta.

- **Prospectivo:** estudio en el que toda la información se recogerá, de acuerdo con los criterios del investigador y para los fines específicos de la investigación después de la planeación de esta.

Será un estudio prospectivo ya que se aplicara una encuesta a los jóvenes universitarios para ver cuanta influencia tienen las redes sociales en los jóvenes y que tiempo duran conectados a una red social de las personas que conforman la muestra.

- **Transversal:** estudio en el cual se mide una sola vez la o las variables; se miden las características de uno o más grupos en un momento dado, sin pretender evaluar la evolución de esas unidades.

La investigación se realizara bajo el estudio transversal debido a que solo se aplicaran las encuestas para determinar si los jóvenes tienen alguna influencia a alguna red social los cuales servirán de muestra para la investigación.

5.9. Tipo de enfoque

El tipo de enfoque que se utilizó para la realización de esta investigación fue de tipo mixto ya que tiene características de enfoque cuantitativo y cualitativo.

Se llegó a la conclusión de que la investigación presenta datos de los cuales pueden ser cuantificables como por ejemplo cuantas personas tardan conectas a una red social. Así mismo es cualitativa debido a que muestra datos que no son medibles como por ejemplo las conductas de los jóvenes.

5.10. Procesamiento de la información

Las teorías del procesamiento de la información se concentran en la forma en que la gente presta atención a los sucesos del medio, codifica la información que debe

aprender y la relación con los conocimientos que ya tiene, almacena la nueva información en la memoria y la recupera cuando la necesita (Shuell , 1986).

Por otra parte Comenzaremos revisando la teoría y la investigación del aprendizaje verbal, cuyo estudio fue un precursor importante de la teoría actual. Otros trabajos del pasado que han ejercido su influjo en los supuestos y principios del procesamiento de información atañen a la psicología de la Gestalt.

Sin embargo la palabra Gestalt se refiere a una entidad específica concreta, existente y organizada que posee un modelo o forma definida. Gestalt significa cómo se perciben en la mente los objetos conocidos en la vida diaria". (Castanedo,.1997).

Actualmente la Psicología de la Gestalt es también conocida como Teoría de Campo, debido a que la Gestalt considera que la conducta tiene lugar en un medio ambiente que consiste en un organizado sistema de tensiones y esfuerzos (fuerzas), análogos a los que se dan en un campo gravitacional o en un campo electromagnético. (Castanedo,1997).

Al mismo tiempo la comprensión detallada por la cual se requiere de una investigación con respecto a la situación actual, el tipo de información que facilitara el proceso de toma de decisiones. La información debe ser definida de forma precisa con respecto al proyecto de investigación.

Por otro lado para adelantarse en algún tema a investigar es necesario conocer todos los antecedentes acerca del mismo (Hernández Sanpieri 1998).

5.11. Glosario

ADOLESCENTES: La adolescencia es un periodo de desarrollo biológico, psicológico, sexual y social inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad.

AUTOEXPRESIVA: Que con gran viveza su expresión de la manifestación mímica, ora escrita, musical o plástica, que muestra con viveza los sentimientos de la persona que se manifiesta por aquellos medios.

COMERCIO ELECTRONICO: conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés) o bien comercio por Internet o comercio en línea, consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como redes sociales y otras páginas web.

CENTROS DE INFORMACION: El centro de documentación es una unidad de información que reúne, gestiona y difunde la documentación de un área del conocimiento determinado o la producida por un organismo o institución a la que se circunscribe. Surge para hacer frente a la explosión documental, principalmente de contenido científico-técnico.

CSS: (hojas de estilo en cascada) es un lenguaje que define la apariencia de un documento escrito en un lenguaje de marcado.

FIRMAS ELECTRONICAS: es un concepto jurídico, equivalente electrónico al de la firma manuscrita, donde una persona acepta el contenido de un mensaje electrónico a través de cualquier medio electrónico válido.

FLOGGERS: es una tribu urbana que estaba estrechamente relacionada con Fotolog.com, un sitio web donde se subían fotos y donde sus usuarios podían comentar en ellas.

GUI: Interfaz Gráfica de Usuario (GUI, por sus siglas en inglés que significan Graphical User Interface) consiste entonces en la aplicación de una

forma en la cual un usuario puede interactuar con el ordenador, realizando distintas funcionalidades en forma intuitiva y dinámica.

HIPERDOCUMENTO: Es un documento no secuencial basado en una estructura jerárquica o de red de nodos que contienen información y/o datos multimedia (texto, gráficos, imágenes, video, audio y animación) que están interconectados por enlaces y a través de los cuales se puede navegar o desplazar en un orden.

HIPERESPACIO: Es una forma de espacio que tiene cuatro o más dimensiones. El término aparece tanto en geometría, como en la descripción informal de ciertas teorías físicas.

HIPERTEXTO: Sistema de organización y presentación de datos que se basa en la vinculación de fragmentos textuales o gráficos a otros fragmentos, lo cual permite al usuario acceder a la información no necesariamente de forma secuencial sino desde cualquiera de los distintos ítems relacionados.

HARDWARE: Conjunto de elementos físicos o materiales que constituyen una computadora o un sistema informático

INTERFAZ: Dispositivo capaz de transformar las señales generadas por un aparato en señales comprensibles por otro.

INTERNET: Red informática de nivel mundial que utiliza la línea telefónica para transmitir la información.

"navegar por internet; conectarse a internet; en internet puedes encontrar mucha información"

JERARQUICO: En el griego es donde encontramos el origen etimológico de la palabra jerarquía. Así podemos ver, de manera exacta, que emana del vocablo *hierarquía*, que es fruto de la suma de dos términos: *hieros*, que puede traducirse como "sagrado", y *arkhei*, que es sinónimo de "orden".

MP3: Formato de compresión digital para la transmisión rápida de archivos de audio y vídeo a través de Internet.

MYSPACE: Es un servicio de red social

NOS: Forma de la primera persona del plural para el objeto directo e indirecto sin preposición.

"nos llamó, pero no le hicimos caso; nos han ofrecido un aumento salarial"

P2P: También conocida en español como red entre pares, es en la actualidad una de las formas más importantes y populares de compartir todo tipo de material entre usuarios de Internet, sin importar la plataforma de software utilizada ni el lugar o momento en que se encuentren.

PLURARIDAD: Variedad de aspectos, tendencias o características que coexisten en una cosa.

BIBLIOGRAFÍA

- ADELMAN, C. *Un universo Postsecondary paralelo: El sistema de certificación en tecnología de información*. Washington, C.C.: LOS EE.UU. Departamento de la educación, 2000.
- AGUADED José Ignacio, *La educación para la comunicación la enseñanza de los medios en el contexto iberoamericano*. Universidad de Huelva.
- BALZER, R., BEGEMAN, M., GARG, P., SCHWARTZ, M., SHNEIDERMAN, B.: *Hypertext and Software Engineering*. Hypertext 1989. pp. 395-396
- BELTRÁN, L.R. "Adiós a Aristóteles. Comunicación Horizontal". *Comunicação & Sociedade* 6, IMS, São Paulo, 1980.
- BERNERS-LEE, T., CAILLIAU, R., LUOTONEN, A., NIELSE, H., SECRET, A: "The World Wide Web". *Communications of the ACM*, Vol. 37, Nº 8. Agosto 1994. pp 76-82
- BOLTER, J: "Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing", Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- BRUNER, J. *Acción, pensamiento y lenguaje*. Alianza, Barcelona 1984.
- CANGA LAREQUI, J. *La Prensa y las Nuevas Tecnologías*. Manual de la Redacción Electrónica. Ediciones Deusto S.A. Madrid, España. 1988.
- CASTELLS, M, *La Galaxia Internet – Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona (Plaza & Janés) 2001.
- CORDEIRO, José Luis. *Benesuela Vs. Venezuela. El Combate Educativo del Siglo*. Ediciones CEDICE. Caracas, Venezuela. 1998
- COSTA Pere-Oriol, TROPEA Fabio, *Tribus Urbanas: El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*, Editorial Paidós, Barcelona.
- CRAWLEY, R.M. *Evaluating Computer-Supported Collaborative Learning. Theorist Et Users Perspectives*. 2000.
- DÍAZ, P., CATENAZZI, N, AEDO, I. "De la Multimedia a la Hipermedia". RA-MA Editores, Madrid. 1996.

- VYGOTSKI, L. S. *Desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica. 1979.
 - SANDOVAL Mario, *Jóvenes del Siglo XXI: Sujetos y actores en una sociedad de cambio*, Ediciones UCSH, primera edición, Santiago de Chile, 2002
 - Azúa, M. (2009). *The Social Factor*. Editorial R.R. Donnelly, Estados Unidos.
 - Barquero, J. (2005). *Comunicación Estratégica: Relaciones Públicas, Publicidad y Marketing*. Editorial McGraw Hill, España.
 - Belch, G. y Belch M. (2004). *Publicidad y Promoción: Perspective del marketing integral*. Editorial McGraw Hill, México.
 - Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Editorial Grupo Planeta, España.
 - Harfoush, R. (2010). *Yes We Did: Cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales*. Editorial Grupo Planeta, España.
 - Watts, D. (2003). *Seis Grados de Separación. La ciencia de las redes en la era del acceso*. Nueva York. Editorial Norton, Estados Unidos.
 - Fundación Wikipedia Inc. (s.f.) *Redes Sociales*. En Wikipedia. Enciclopedia Virtual.
- Red Social: Consultado del siguienteURL:
http://es.wikipedia.org/wiki/Redes_sociales

Revistas y Artículos consultados:

- BORJA, R. 1966. "La democracia del futuro". Chasqui 56, Quito, diciembre 1966.
- CERDA Milton, Universidad, Sociedad y Web 2.0
- GONZÁLEZ Rogel, MARTÍNEZ Abad y ARRIETA Bello: "Las redes sociales en ayuda de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES)" en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 120, 2009.
- MEDINA Eva, Revista Investigación, *Uso del Internet por los estudiantes de la Universidad Autónoma de Madrid.*
- ORTIZ Chaparro Francisco. *Las TICS y la juventud en América Latina.* RESOLUCION 132-05-CONATEL-2009
- QUIROZ María Teresa, ¿Qué uso le dan los jóvenes a Internet?.
- SERRANO Carlos, *La influencia del Internet en algunos adolescentes y sus resultados. "Los Punks rockers como tribus urbanas virtuales."* Publicado en Mayo 2009.

Páginas Web y fuentes de Internet:

- es.wikipedia.org/wiki/Tecnología_Informática_(IT) –
- Pág.: http://www.lafogata.org/medios/med_3-.htm#arriba
- <http://www.unav.es/noticias/141103-02.html>
- <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/> (Mayo 2009).
- <http://tintafantasma.net/2006/07/10/hi5-por-que-es-tan-famoso/>

ANEXOS

Diseño de instrumento (encuesta)

La encuesta es la técnica más representativa que se destaca en el método cuantitativo. (Sanpieri 2012).

Nombre: ----- **edad:** -----

Escolaridad: -----

Instrucciones: esta encuesta es anónima y personal dirigida a estudiantes de la universidad UTECI, con el fin de recaudar información sobre las redes sociales se te pide contestes de manera seria y formal las siguientes preguntas que se te presentan a continuación.

1. Se ha perdido el contacto personal en la sociedad tecnologizada en que vivimos.

2. ¿consideras que la información en internet es totalmente confiable? Si No y porque

3. ¿cuál es el papel del profesor con respecto al uso de las tecnologías?

4. ¿qué influencia pueden tener las redes sociales en la formación de un estudiante?

5. En la universidad se han vinculado las TICS ¿de qué manera?

6. Los jóvenes o usuarios en general ¿son los protagonistas en este escenario de la web social?

Sí No

Porque

7. ¿Qué son las redes sociales y menciona algunos ejemplos?

8. ¿pertenece alguna red social y a cual perteneces?

9. ¿Qué ventajas no da el pertenecer a una red social?

10. ¿cuánto tiempo duras conectado a una red social y cuál es?

11. ¿cuál es la influencia del internet y las redes sociales en las tribus urbanas?

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusión introductoria a partir del objetivo principal.

Como objetivo principal está planteado especificar el impacto que tienen las redes sociales en la formación de los jóvenes, por medio del análisis en la Universidad Iberoamericana UTECI, para demostrar en qué medida afectan estos espacios cibernéticos a los estudiantes universitarios.

Sin embargo las redes sociales, son espacios mediante los cuales es posible que un grupo de personas compartan soluciones y propuestas para necesidades comunes. Las redes sociales te permiten definirte como individuo. En una red social compartimos anécdotas, nosotros hacemos que esta subsista. Rompe con el aislamiento porque son una forma de expresarse.

Ahora bien las redes sociales ofrecen consultas en espacios de la web, es publicidad que no tiene costo, así los chicos deciden ser parte de la red social que más les convenga (Hi5, Sonico, Facebook, etc) después envían las invitaciones por medio de la red social a sus amigos y así se dan a conocer como pertenecientes a esta, es decir que son portavoces, asociados a estas redes directamente ya que promocionan sus servicios, y así hacen que la red social crezca y tenga miles de usuarios cada día, los jóvenes van actualizando y mejorando la apariencia de su página personal, usando las Tecnologías de Información existentes en la web. Y para esto en la redes sociales, se necesita saber lo básico de Html y CSS, lo cual si aporta en gran parte a su aprendizaje.

El impacto de redes sociales ha transformado profundamente a las sociedades de todo el mundo. Y en este mundo cambiante, la generación más joven parece encontrarse más cómoda con el uso de las TICS y más adepta a ellas para expandir su conocimiento¹⁰⁶.

Estos espacios afectan a los estudiantes, porque son ellos los que buscan soluciones para conectarse cuando la Universidad no se lo facilita. Además el uso que realizan de Internet es mayoritariamente profesional y académico ya que las actividades más frecuentes son el correo electrónico, y la búsqueda de información general o de estudio.

Claro que el impacto de las redes sociales seguirá creciendo, cada vez dependeremos más de las Nuevas Tecnologías, hasta será preciso pertenecer a una red social, para expandir nuestros horizontes y conocer personas con diferente cultura e idioma, pueden ser expertos, aficionados, con los cuales podemos hacer negocios, intercambiar opiniones, en fin.

Sin embargo el impacto es real tanto en lo educativo como en lo comunicativo, ya que existe interactividad, las personas son quienes pueden alcanzar un mayor grado de interacción al comunicarse unos con otros. El papel del alumno usuario es el de receptor, y en el segundo de interlocutor. Pero hay otro aspecto para analizar y es un tanto negativo, y es el tipo de apertura que se les da a los estudiantes de la Universidad Iberoamericana UTECI para que accedan al departamento de Educación Virtual, porque se debería habilitar un centro de cómputo donde todos puedan hallar información y que no tenga ningún costo para los estudiantes, donde el horario sea conveniente para los chicos y los profesores. La intervención de los estudiantes debe ser diaria y debe mejorar su rendimiento académico.

Y de acuerdo al análisis realizado creo que son más los aspectos negativos o riesgos que los positivos, pero no le podemos dar la espalda al Internet, ni muchos menos deshacernos de él, y procurar no usarlo, es casi imposible, lo que si podemos hacer es concienciar a la sociedad para que tome en cuenta estos riesgos y use esta herramienta correctamente.

Conclusiones

1. Internet tiene un impacto profundo en el trabajo, el ocio y el conocimiento a nivel mundial. Las Redes Sociales se han convertido en una parte natural de las vidas de la juventud de hoy en día, porque son perfectas para conocer gente, para compartir, y porque son un lugar idóneo para obtener información. El Internet es una fuente de comunicación moderna, que puede causar adicción social, porque cuando un joven escribe, su único contacto es con la pantalla de un computador, sin ver ni escuchar a esa persona con la que supuestamente está comunicado, y pierde la noción del tiempo y de la gente a su alrededor, también los signos lingüísticos no se respetan en algunos sitios web o redes sociales.

2. El efecto más negativo que puede tener una red social es la pérdida de tiempo, para los chicos no puede tener importancia, pero en la realidad las salas de Chat y de más redes sociales son una fuente de distracción, es por eso que en los trabajos se está prohibiendo que las personas ingresen a estas páginas en horarios de oficina, porque la producción se hace más lenta. Lo positivo que podemos rescatar de estas redes sociales, es que son herramientas con las cuales podemos aprender de temas de actualidad, científicos, y desarrollar talentos: como cocinar, hacer experimento, cantar, danzar en fin, estas redes abren un mundo de posibilidades. Las redes sociales son una herramienta de comunicación, sirve para unirnos y conocer la opinión de personas en diferentes partes de América y el mundo, se acortan las distancias, debemos ser cautelosos y no permitir que estas redes nos atrapen y nos absorban por completo. Las redes sociales se expanden por todo el mundo y son un negocio fructífero, que ha contribuido para el progreso en la vida del ser humano.

3. Dentro de las Universidades, es una revolución total, actualmente se practica una educación on-line, que permite educarse a distancia, con los mejores profesores del mundo, se puede acceder a una base de conocimientos de expertos que comparten conocimientos. Por otra parte la comunicación se reconoce como un proceso de intercambio de información, un intercambio de ideas cuyo resultado es la concreción de ideas nuevas o el reforzamiento de las ideas preconcebidas.

4. Las tecnologías llaman la atención de todos: chicos y grandes, desde celulares hasta los increíbles robots casi humanos que se están fabricando. Las TIC atrapan de una manera tal, que muchos las consideran su mejor amiga y confidente. El aporte a la educación es positivo, hay que aprender a convivir con las Nuevas Tecnologías y aprender todo lo bueno que estas nos puedan ofrecer, no importa el precio que paguemos, lo importante son los resultados que se lograrán, una educación más actual y acorde con la velocidad con la que avanza este mundo.

5. Es necesaria la educación para las nuevas tecnologías, la educación del espectador. Las nuevas tecnologías no implican en sí mismas innovación si no hay un profundo cambio metodológico. La utilización de las nuevas tecnologías desde el punto de vista pedagógico tiene sentido si desarrolla en los alumnos habilidades para: plantear temas y problemas, buscar información pertinente, aumenta la capacidad para establecer conexiones, realizar valoraciones informadas y dotar de sentido al mundo en que viven. La perspectiva constructivista constituye un elemento clave para la adecuada implantación de las nuevas tecnologías en el proyecto educativo.

6. A pesar de las numerosas promesas que ofrece la era de información, debemos tener en cuenta que las TIC's, por sí mismas, no pueden satisfacer muchos de los retos principales a los cuales se enfrentan cada día los jóvenes, como sus sentimientos y emociones, muchos de ellos se pregunta ¿Cuál es su lugar en el mundo? y como no lo encuentran asumen una personalidad extraña que los lleva a comportamientos no tan aceptables.

Recomendaciones.

- Dotar a la Universidad Politécnica Salesiana, de infraestructuras adecuadas para el trabajo con las nuevas tecnologías, tanto a nivel de hardware como de software¹⁰⁷. Estableciendo proyectos curriculares en los que se contemple la incorporación de nuevas tecnologías como recursos de aprendizaje, de manera que cuando los chicos tengan que practicar en el mundo laboral, no les coja de sorpresa y sepan cómo funcionan los programa.

- Favorecer una disposición más abierta al uso de los nuevos medios por parte de los profesores, proporcionándoles la formación y el apoyo necesario. Porque el profesor debe estar preparado para afrontar los retos de las nuevas tecnologías en la educación, siendo capaz de diseñar, producir y valorar sencillos recursos didácticos que dinamicen sus clases, aprendiendo a incorporar materiales multimedia, informáticos y/o Internet. Los docentes deben incentivar a que los chicos investiguen, pero también expongan sus opiniones con libertad, y porque no, organizar debates con estudiantes de diferentes universidades en el país y luego que logren tener contacto con otros estudiantes de otras partes del continente y así la educación será más rica y dinámica.

- Crear contextos de enseñanza-aprendizaje en los que el trabajo en equipo esté incluido a la vida y al contexto social en que está inmersa la escuela. Para que el usuario de Internet no se desvíe de su objetivo principal, qué es la consulta e investigación de datos, ya que por la curiosidad y por lo atractivo de las páginas, se puede acceder a contenido riesgoso e inapropiado. La tecnología va en auge, así que hay que aprovecharla y no dejar que ella se aproveche de nosotros y nos controle.

❖ Los chicos deben tener mucho cuidado al momento de dar sus datos en las redes sociales, es mejor solo poner lo necesario, si es posible no con el nombre real, sino con un *nickname*, con el cual sus amigos si lo puedan reconocer. Hay que aprender a utilizar bien la tecnología, recogiendo información para la concientización social.

□ Hay que tener mucho cuidado con la gente que permitimos que sea parte de nuestra red de amigos, siempre hay que cerciorarse de que es alguien conocido, porque de lo contrario corremos el riesgo de tratar con gente indeseable, que solo quiere hacer daño, especialmente a las señoritas.

□ Creo que el control lo tenemos nosotros, solo nosotros sabemos hasta donde podemos llegar y que información ver, somos jóvenes adultos y estamos en la capacidad de tomar decisiones correctas que no atenten con la integridad de nuestra persona.

□ En la vida de un estudiante no solo influyen las amistades, sino también la formación que reciben en casa y en la universidad. Los padres y profesores deben estar alerta y aconsejar a los jóvenes para que al momento de encontrarse solos, sepan escoger bien las páginas que visitan.