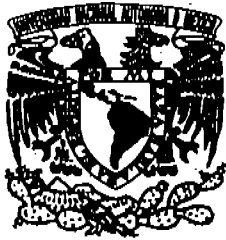


**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**LOS JÓVENES Y EL USO DEL CORREO ELECTRÓNICO Y EL
CHAT; DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL A LA
COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADAS EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN PRESENTAN:**

**QUERO IZQUIERDO GRISELDA
REYES BAÑALES MARÍA GUADALUPE**

DIRECTORA DE TESIS: MTRA. NORMA PATRICIA MALDONADO REYNOSO

**MÉXICO, D.F.
2008**



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.

A mis padres, gracias por su confianza, sus enseñanzas, pero sobre todo gracias por la libertad. Los quiero.

A mis padres, a quienes admiro, gracias por su amor, su apoyo en todo momento y por creer en mí.

A mis hermanos porque han estado junto a mí en este recorrido y siempre. Dany, Ivan, Mariana y Geo, gracias por su energía.

A mi hermana por ser en mi vida un ejemplo constante de lucha y éxito; por tu cariño y apoyo.

A mi esposo, por tu amor, paciencia y el día a día. Te amo

A mi esposo y a mi hija por ser una parte fundamental en mi vida.

A ti Lupita, gracias por compartir conmigo esta aventura.

A Lily por ser más que una gran amiga, por tu cariño y los momentos compartidos.

Gris.

A Gris, muchas gracias porque juntas comenzamos el camino y por mantenerte cerca de mí para no claudicar. Eres una gran persona y una gran amiga. Te quiero.

Lupita.

Hacemos especial mención a:

La maestra Paty, por su tiempo, dedicación y motivación en todo momento.

Marco Moreno por su paciencia y apoyo incondicional.

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

NOMBRE: Quero Izquierdo Griselda

FECHA: 7 ENERO 2004

FIRMA: X^a YGIB

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	
1.1. COMUNICACIÓN.....	1
1.2. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.....	9
1.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.....	10
2. SURGIMIENTO DE INTERNET Y SUS SERVICIOS	
2.1. HISTORIA.....	19
2.2. SERVICIOS DE INTERNET.....	25
2.2.1. CORREO ELECTRÓNICO.....	32
2.2.2. CHAT.....	35
2.3. COMUNICACIÓN EN INTERNET.....	36
2.4. INTERACTIVIDAD EN INTERNET.....	42
3. COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA	
3.1. COMUNICACIÓN INTERACTIVA.....	49
3.2. COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA.....	52
4. LOS JÓVENES PROTAGONISTAS DE LA GENERACIÓN CONECTADA A INTERNET	
4.1. LOS JÓVENES E INTERNET.....	63
4.2. LOS JÓVENES Y EL USO DEL CHAT Y EL CORREO ELECTRÓNICO.....	71
5. LOS JÓVENES Y EL USO DEL CORREO ELECTRÓNICO Y EL CHAT	
5.1. UNIDADES DE ESTUDIO.....	79
5.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	83
CONCLUSIONES.....	107
ANEXO: CUESTIONARIO.....	114
FUENTES DE CONSULTA.....	115

INTRODUCCIÓN

La sociabilidad del ser humano, su organización en grupos con base a un esquema jerarquizado de valores, y criterios morales establecidos le otorgan la posibilidad de relacionarse con los otros seres humanos.

Sólo por la palabra y el diálogo somos capaces de descubrir el ser, el colectivo y el individual; sólo gracias a ello podemos relacionarnos con los demás e identificarnos a nosotros mismos como seres humanos.

Los nuevos medios de comunicación han modificado sensiblemente nuestro modo de comunicarnos y desarrollar numerosas actividades creativas, lúdicas y profesionales. Pensamos que los nuevos medios de comunicación e información son manifestaciones que caracterizan el entorno comunicativo en que vivimos; sin embargo, si consideramos su historia, nos damos cuenta de que éstos son a menudo el resultado de tendencias, investigaciones y manifestaciones vivas en nuestro contexto cultural a partir al menos de los años sesenta.

En las últimas décadas, las tecnologías de soporte a la comunicación han experimentado una nueva evolución ligada a la progresiva integración de las telecomunicaciones con la informática. En décadas anteriores, las computadoras habían sido concebidas como meros instrumentos de cálculo, mientras que a partir de este siglo empiezan a ser concebidas como instrumentos en condiciones de transformar cualquier tipo de informaciones codificadas: textuales, gráficas, etc.

Así, el universo de la comunicación se ha visto influido por la intervención de novedades técnicas que han revolucionado las características tanto de las modalidades operativas como de los valores y los aspectos culturales. La invención fundamental, que ha producido remarcables consecuencias sea en el campo de la difusión-distribución, sea en el de la

construcción de los signos y de los símbolos involucrados en los diversos lenguajes y en los correspondientes mensajes, ha sido sin duda la de la transformación de la forma de la señal de su tradicional modelo analógico al numérico o digital.

La etapa por la que atravesamos en el desarrollo tecnológico llamada por algunos "era de la informática", "de la automatización", "de la cibernética" o "la cuarta revolución de la comunicación humana" y en la que se utiliza principalmente a la computadora como herramienta de trabajo, provoca cambios no sólo en aquellas sociedades que las producen sino también en aquellas que las consumen, ocasionando en el hombre manifestaciones de diversa índole en función de la aceptación, indiferencia o rechazo de la tecnología.

En el universo de los nuevos medios están presentes sistemas que tienden a excluir la necesidad de cualquier desplazamiento por parte del individuo como: el uso del correo electrónico y el chat.

A estas modalidades de comunicación que tienden a hacer entrar al mundo en la posición del usuario corresponde una tendencia inversa, representada por otros medios que tienden a hacer entrar al usuario en el mundo haciéndola móvil, transportable y permitiendo al individuo realizar cualquier tipo de actividad desde su propia vivienda o desde su propia oficina, así como trabajar, comunicarse y actuar incluso durante sus desplazamientos.

Entonces, la red como herramienta informativa o computacional y el aspecto interactivo que la caracteriza, comienzan a tener impacto en las maneras tradicionales de comunicarnos, porque no sólo reconocemos la comunicación oral a través del teléfono o encuentros cara a cara y a la comunicación escrita por medio del telégrafo o la carta personal, sino que estamos ante una forma de comunicación donde convergen estas posibilidades a través de un monitor que nos permite la interacción con personas que se encuentran cerca o quizá en lugares muy lejanos.

Así un elemento característico de la comunicación interactiva es su capacidad de proporcionar respuestas rápidas hasta tal punto que el tiempo real, a menudo es indicado como el tiempo sobre el que se basa tecnológicamente la interactividad.

Hoy día mucha gente y sobre todo muchos jóvenes, permanecen cada vez más tiempo *on line*, dialogando durante horas en los grupos de la red, buscando información, escuchando música, observando videos de todo tipo, enfrascados en la resolución de videojuegos, etc.

La relación de los jóvenes con la computadora es poderosa, en cierta medida han hecho suyo el sistema. Ellos lo programan, lo descubren, lo interrogan, les acoge en una realidad diferente e imaginativa donde las responsabilidades son diferentes a las del mundo cotidiano.

Ante esta situación, para nosotras es importante analizar si los jóvenes del Distrito Federal de entre 15 y 20 años con acceso a las computadoras, han cambiado su forma de interacción interpersonal con la introducción de las mismas y los sistemas multimedia, en particular, si con el uso del correo electrónico y el chat han modificado la comunicación interpersonal, basándose ahora en una comunicación mediada por computadora, dejando de lado el contacto físico para adentrarse en las relaciones virtuales.

Nuestro análisis está enfocado básicamente en jóvenes que cursan el nivel medio superior y que viven en 6 diferentes delegaciones políticas del Distrito Federal, seleccionadas con base en el ingreso mensual que perciben en su familia, según datos del X Censo General de Población y Vivienda 2001 del INEGI; es decir, dos delegaciones con nivel de ingreso alto, dos de ingresos medios y dos de bajos ingresos.

La tendencia teórica sobre la cual encuentra apoyo este trabajo es el Determinismo Tecnológico que agrupa dos corrientes: la tecnócrata optimista y la humanista pesimista. La primera ve en el desarrollo tecnológico una liberación progresiva del hombre, el advenimiento de una sociedad democrática y proclama los efectos benéficos de la tecnología. En la segunda, se

encuentran aquellos que califican a los adelantos tecnológicos como alienantes, deshumanizantes y vislumbran una sociedad programada, robotizada, donde se viola la vida privada y genera una despersonalización de las relaciones humanas.

Algunos autores representativos de esta tendencia son: Marshall McLuhan: La aldea global; Nicholas Negroponte: Ser digital; Giovanni Sartori: La sociedad teledirigida; Gianni Vattimo: La sociedad transparente; entre otros.

En esta investigación tratamos de no adoptar una posición apocalíptica pero tampoco integrada, tratamos de resaltar lo positivo o benéfico de las computadoras, así como también observar los aspectos negativos que genera su uso en la comunicación interpersonal.

Las hipótesis que dieron origen al desarrollo de este trabajo son:

1. Con las nuevas tecnologías de comunicación, especialmente con la Internet las relaciones interpersonales entre los jóvenes mediadas por el correo electrónico y el chat se estructuran de manera que se genera un cambio en el concepto de emisor.

2. Para los jóvenes del Distrito Federal, con el uso del correo electrónico y el chat se restringe la efectividad de la comunicación mediada por computadora.

3. Las relaciones sociales de los jóvenes con acceso a las nuevas tecnologías de comunicación e información, se dan principalmente en el ciberespacio apartándose de las relaciones personales con los demás seres humanos.

Esta tesis se divide en cinco capítulos. En el primero, denominado "Comunicación Interpersonal", abordaremos la definición básica de comunicación, se plantearán las funciones comunicativas que influyen en el comportamiento verbal y no verbal, así como los niveles de comunicación, en donde destacaremos la comunicación interpersonal. Haremos además un breve análisis de la llamada "incomunicación".

En el segundo capítulo titulado "Surgimiento de Internet y sus servicios", conoceremos cómo es que surge Internet y sus servicios, enfatizando de entre ellos al correo electrónico y chat. Presentaremos un breve análisis de cómo se da la comunicación vía Internet, así como las peculiaridades de su interactividad.

El tercer capítulo denominado "Comunicación mediada por computadora", contiene las características de la comunicación interactiva y la comunicación mediada por computadora; la diferencia entre la comunicación y la interacción cara a cara, además de la que se da por medio de un instrumento técnico y que genera un cambio en el entorno sensorial, tanto en el espacio como en el tiempo, lo que conlleva a una nueva manera de establecer relaciones sociales.

El capítulo cuarto titulado "Los jóvenes protagonistas de la generación conectada a Internet", consta de un panorama general sobre el uso que dan los jóvenes al Internet, correo electrónico y chat, por qué y para qué los utilizan, las ventajas y desventajas de éstos, así como las nuevas formas de relación que surgen con el manejo de esos servicios.

En el capítulo cinco denominado "Los jóvenes y uso del correo electrónico y el chat", presentaremos los resultados del estudio cuantitativo de la aplicación de 384 encuestas sobre lo que opinan los jóvenes que cursan el nivel medio superior en 6 delegaciones políticas del Distrito Federal, acerca del uso de los servicios de Internet y cómo éstos han modificado su forma de comunicarse con las demás personas, si consideran son un buen medio para ampliar y mantener sus relaciones sociales y/o amorosas y si ante esto, actualmente prefieren una comunicación mediatizada o si la comunicación cara a cara sigue teniendo mayor peso para su interacción cotidiana.

Finalmente, se llega a las conclusiones obtenidas a la largo de la presente investigación.

Consideramos que el producto de este trabajo servirá a los estudiantes y profesionales del área de la comunicación, particularmente del estudio de las nuevas tecnologías de comunicación e

información, para conocer las relaciones que establecen los jóvenes en el Distrito Federal a través de Internet en el periodo de finales de los noventa y el inicio del siglo XXI.

CAPITULO 1. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

En el presente capítulo abriremos el contexto de esta investigación con las definiciones y características básicas de comunicación y de comunicación interpersonal, que son el punto clave para el desarrollo de la misma; los elementos verbales y no verbales que determinan el comportamiento de un individuo en el acto comunicativo, así como un breve análisis de lo que se entiende por incomunicación, donde la transmisión permanente de contenidos no implica un contacto humano profundo, ni el reconocimiento del otro como persona.

1.1. COMUNICACIÓN

La comunicación es base de la sociedad humana y de toda relación social. Es el vehículo que hace posible que los hombres intercambien sus ideas o sentimientos.

"Comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado.

*El significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante. El significante puede recibirse por cualquiera de los sentidos y evocará un concepto. El significante puede ser una palabra, un gesto, un sabor, un olor, algo suave o áspero."*¹

Según esta definición de J. Antonio Paoli, para comunicarnos necesitamos experiencias similares evocables en común. Y para poderlas evocar en común necesitamos significantes comunes. Requerimos experiencias comunes y cuánto más ricas sean éstas, más y mejor podremos comunicarnos.

¹ Paoli, J. Antonio, *Comunicación*, p.15.

El modo de interpretar y valorar la realidad dependen del contexto social. La relación de conocimiento que se tiene de una cosa no es inmediata; siempre es la cultura, asimilada por el individuo, en un contexto social y un medio ambiente determinados, que permiten conocer el objeto y darle ciertas funciones. Esto no implica que entre los individuos que forman un grupo no haya diferencias, sino que es más amplio el campo de los significados comunes y más las posibilidades de darles un sentido similar.

Los hombres pueden evocar en común algunos conceptos mediante diversos significantes. Estos significantes pueden evocar una pluralidad de sentidos, entre los cuales uno es preponderante y se evoca en común. En algunas ocasiones lo comunicado tiene el mismo sentido para los que se comunican, y en otras tiene sentidos diferentes pero entendibles por los que participan de la relación comunicativa. Si no hay aunque sea un mínimo de sentido comprensible por los sujetos, no hay comunicación.

Abraham Moles, considera en su teoría de la comunicación, al hombre como individuo profundamente relacionado con su medio ambiente, del cual ha recibido siempre los primeros mensajes comunicativos y con el cual mantiene estrecha relación. Como consecuencia directa, modifica su comportamiento en función de los mensajes recibidos.

Ante esto podemos decir, que existen elementos importantes que desempeñan una función determinante en la comunicación y el comportamiento individuales, tanto verbales (donde todo lo que se comunica es en términos escritos o hablados y que implica escuchar leer o escribir) como no verbales (donde el lenguaje del cuerpo, expresiones faciales, tono de voz o vestimenta pueden reforzar los mensajes verbales o contradecirlos) como son:²

A. El comportamiento como función del ambiente:

² Ricci, Bitti, Pio y Cortesi, Santa, *Comportamiento no verbal y comunicación*, p. 15.

El comportamiento esta influenciado por la situación en la que se halla inmerso el individuo.

Al respecto, Brim en su libro *"Personality Development as Role Learning"*, sostiene que: cuando el individuo contempla lo que sucede a su alrededor, descubre una gran variedad de comportamientos individuales según las diferentes situaciones cotidianas: un individuo alterna, por ejemplo, su papel profesional con los diferentes papeles familiares o su papel como vecino con el de miembro de la comunidad.

B. La postura interactiva:

Palabras, frases, constataciones, comportamientos, todo tiene un significado con relación a la situación desde la que los individuos interactúan. Muchas veces se puede constatar que el contexto comunicativo es vivido por los participantes como un contexto distinto.

Kurt Lewin, máximo exponente de la escuela psicológica de Berlín que abrió el camino a la investigación experimental en el campo de la psicología de la voluntad, de la decisión y de las acciones, sostiene que el comportamiento está determinado en función de la persona y del ambiente.

Para Lewin el ambiente psicológico es "el conjunto de objetos, de personas, de actividades e incluso de situaciones presentes o futuras, con las que el individuo, en un momento determinado y de una forma más o menos consciente, se halla en relación".³

Por tanto, el ambiente físico forma parte del ambiente psicológico de la persona sólo en la medida en que es real para el propio sujeto, en la medida en que le influencia. Y sin embargo,

³ *Ibid*, p.17.

no son los datos físicos los únicos elementos constitutivos del ambiente, la máxima importancia hay que atribuírsela a las personas.

También hay que incluir en el ambiente psicológico la temporalidad, en el sentido de que situaciones y actividades que no pertenecen al presente también pueden incidir sobre el comportamiento; y lo mismo puede decirse de la dimensión realidad-irrealidad, expresada por datos concretos, por hechos agradables y desagradables, por dificultades, por esperanzas, por sueños, por fantasías.

C. El comportamiento no verbal:

Las funciones desarrolladas por la comunicación no verbal son múltiples: se puede considerar como un "lenguaje de relación"; medio primario para señalar las actitudes interpersonales; se puede considerar como un medio principal para expresar y comunicar las emociones; tiene especial valor simbólico que denota con un lenguaje corporal elemental, actitudes acerca de la imagen de sí mismo y del propio cuerpo y participa en la presentación de uno mismo a los demás; sostiene y completa la comunicación verbal y finalmente, asume funciones de sustitución de la comunicación verbal en situaciones que no admiten el uso del lenguaje.

En situaciones de interacción cada integrante envía diferentes tipos de comportamiento no verbal, de los que únicamente vamos a indicar las principales características: está basado en los movimientos del cuerpo, de la cara, de las manos, en la disposición espacial que asumen los cuerpos al interactuar, en la entonación de la voz, en el ritmo y las inflexiones del discurso.

Las frases, constataciones y comportamientos asumen significado con relación a la situación, es decir, a aquellas determinadas circunstancias que, en un momento dado, rodean a

una persona (o a más personas) e influyen su comportamiento. Estas circunstancias pueden ser más o menos evidentes y compartidas, pero en cualquier caso ofrecen, generalmente en términos no verbales, pero de todas formas verbalizables, una red de comunicación fundamental para las personas que se hallan en aquel contexto.

D. Contacto físico:

Esta señal es particularmente interesante porque constituye la forma más primitiva de acción social y está presente en todos los animales. Además afecta a múltiples partes del cuerpo y puede asumir formas muy distintas: existen, de hecho, contactos sexuales, agresivos, de empujones, de choque, manotazos en los hombros, diversas y múltiples modalidades de estrechar las manos. La frecuencia del contacto físico transmite, en general, sentido de intimidad.

E. Proximidad-distancia:

La persona prefiere la proximidad de individuos que le gusten, que sean sus amigos, y que no dirijan su mirada sobre ella (manteniéndola baja o cerrando los ojos). Estas tendencias pueden ser explicadas por el hecho de que una fuerte proximidad física constituye fundamentalmente una forma de invasión del "territorio" personal del individuo, del que tienden a ser excluidas las personas consideradas hostiles, antipáticas, o con las que se han establecido relaciones puramente formales. Podemos decir que la proximidad física es importante con relación a la intimidad y a la dominación.

F. Orientación:

Así se define el ángulo según el cual las personas se sitúan en el espacio, de pie o sentadas, unas respecto a otras; constituye un elemento de comunicación de las actitudes interpersonales. Las dos orientaciones principales que dos personas suelen asumir en el curso de una interacción son la de "cara a cara" y "lado a lado". Parece que esta señal indica las

relaciones de colaboración, intimidad o de jerarquía (superioridad-inferioridad) que pueden establecerse entre dos personas que interactúan.

G. Funciones del comportamiento no verbal:

Argyle, investigador del funcionamiento de la comunicación no verbal, atribuye tres funciones distintas a este tipo de comunicación:⁴

1) gestión y control de la situación social inmediata; 2) apoyo y complemento de la comunicación verbal; 3) sustitución de la comunicación verbal.

1. Gestión y control de la situación social inmediata.- En la comunicación no verbal humana los canales de comunicación son utilizados para exteriorizar actitudes interpersonales, mientras los canales verbales suelen serlo principalmente para transmitir informaciones. En situaciones de interacción, de hecho, los individuos comunican más o menos conscientemente sus actitudes recíprocas utilizando el aspecto exterior, la postura, la expresión de la cara, la mirada, el tono de la voz, etc.

Un segundo aspecto de esta función es el representado por la comunicación de los estados emotivos. Éstos pueden distinguirse de las actitudes interpersonales porque no tienden a una comunicación explícitamente dirigida a otras personas, sino que son simplemente estados de cada individuo en particular. Sin embargo, aunque sin voluntad de intercambio, las emociones más comunes (ira, ansiedad, alegría, depresión) pueden ser percibidas ya que son expresadas por un cierto comportamiento externo.

Existe además el problema de la "presentación de sí mismo", en el sentido de que una persona quiere ofrecer a las demás una cierta imagen de sí misma: la persona puede alcanzar el resultado deseado (por ejemplo, parecer excéntrica, de elevado status social, de gran ingenio)

⁴Citado en Rkcl, Bitti Pio y Cortesi, *Santa, Op.Cit.*, p. 117.

mediante la manipulación del aspecto exterior (ropa, peinado, maquillaje) de los aspectos no estrictamente lingüísticos del discurso (acento, tono de voz, rapidez de la elocución) del estilo global del comportamiento, verbal y no verbal.

2. Apoyo y complemento de la comunicación verbal.- Si bien hablamos con los órganos vocales, conversamos con todo el cuerpo. Una persona durante la conversación, además de hablar mueve continuamente las manos, la cabeza y el cuerpo. Se puede observar que existe una estrecha coordinación entre estos movimientos y el discurso, y que los primeros forman parte integrante de la comunicación considerada en su totalidad. Los gestos de quien habla pueden suministrar ritmos, nexos lógicos, agrupaciones de las partes del discurso, enfatizar, indicar objetos o personas, dibujar movimientos, formas y dimensiones. En este sentido las señales no verbales desarrollan una función de complemento del significado de las expresiones.

3. Situación de la comunicación verbal.- Existen determinadas situaciones en las que la comunicación no verbal asume funciones de sustitución de la comunicación verbal. Es el caso de los lenguajes de signos y de los lenguajes gestuales.

La comunicación no verbal puede ser considerada como un lenguaje de relación basado en sensaciones y como un medio primario para indicar las transformaciones de calidad acaecidas durante el desarrollo de las relaciones interpersonales.

Resumiendo lo hasta aquí expuesto: para que haya comunicación es preciso que el símbolo comunicado sea captado e interpretado por sus destinatarios. Cuando falta esta posibilidad de captación, entonces no hay comunicación.

Según Ruesch y Bateson existen 4 niveles de comunicación:⁵

⁵ Bateson G. y Ruesch, J., *Comunicación*, p. 230.

1 Intrapersonal.- Comunicación del individuo con él mismo. En este nivel el observador es totalmente participante, pero en lugar de origen y destino de los mensajes se halla localizado dentro de un organismo y, por lo tanto, la corrección de los errores es difícil.

Dentro de este nivel intrapersonal podemos distinguir tres grupos distintos de funciones: la recepción, la transmisión y las funciones centrales, que incluyen la coordinación, la interpretación y el almacenamiento de información.

2 Interpersonal.- Es la comunicación que establece un individuo con otro. En este nivel la capacidad de recibir, transmitir y evaluar mensajes está repartida en formas iguales, de modo que el sistema está compuesto de partes potencialmente iguales: los individuos participantes. Los emisores y los receptores conocen tanto el origen como el destino de los mensajes, de ahí que sea posible corregir la información.

La persona que observa a otras debe ser necesariamente parte participante y en parte observador. Tanto la participación como la observación son parte de una misma experiencia y, por lo tanto, formas de recoger información. Los dos tipos de información obtenida se complementan, pero esta complementación nunca es total.

3 De uno a muchos.- Es la comunicación que un individuo transmite a un grupo, aquí las posibilidades de recibir y transmitir mensajes están repartidas por partes iguales entre las distintas personas. Generalmente, en los grandes grupos organizados, los participantes tan sólo pueden distinguir y conocer ya sea la fuente o el destino de los mensajes; el aspecto desconocido se relaciona con el hecho de que los individuos pueden actuar como origen y destino o como canales que tan sólo pasan el mensaje a otros individuos. De ahí que se retrase la corrección de los mensajes y que, frecuentemente, tan sólo sea posible hacerlo a través de un atajo en los senderos establecidos.

4 De muchos a muchos.- En esta comunicación los mensajes son transmitidos por muchas personas a muchas otras. Permanecen desconocidos la fuente y el destino de los mensajes, no se identifica a quienes tienen la posibilidad de recibir y transmitir los mensajes, por lo que la corrección de la información se vuelve imposible; la gente, habitualmente, no se percató de que está recibiendo o emitiendo mensajes.

La comunicación se manifiesta mediante formas concretas de interacción entre las que destaca la comunicación interpersonal.

En este trabajo no abordaremos todos los niveles de comunicación, exclusivamente nos enfocaremos a la comunicación interpersonal y al mediado por computadora, ya que el punto de desarrollo de esta investigación radica en analizar el desplazamiento del acercamiento y contacto físicos por el acercamiento y contacto dado mediante el uso de la computadora, sin que por ello satanicemos a ésta ni dejemos de reconocerle su importancia como instrumento informativo y comunicativo.

1.2. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Un propósito del proceso comunicativo es despertar en otras conciencias imágenes, conceptos, ideas, sentimientos o actitudes. En particular la comunicación interpersonal tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en ella se utilizan los cinco sentidos, con realimentación inmediata.

“Se define como una situación de interacción en la cual un individuo (el comunicador) transmite en un contexto cara a cara, estímulos (por lo general símbolos verbales) para modificar la conducta de otros individuos (comunicados).”⁶

⁶ Schramm, Wilbur, *Hombre, mensaje y medios*, p. 130.

Las palabras, los símbolos vocales articulados, son los soportes de significados y mensajes por excelencia; pero no sólo transmitimos información mediante las palabras y los sonidos, sino también a través de los gestos.

El lenguaje y la significación varían también según sea la comunicación: la personal se nutre de elementos no simbólicos, pero con gran carga comunicativa, que acompañan al diálogo (el tono, la inflexión, la mirada, los ademanes). En la interacción personal hasta el silencio es una forma de comunicación.

En la comunicación interpersonal no sólo juega un papel importante la transmisión informativa, sino que el gesto, el tono de voz, la proximidad o la mirada refuerzan o debilitan la transmisión de los mensajes. Es el prototipo de la comunicación directa, la más elemental o primaria; se efectúa sin intermediarios, a través de ella, una persona (emisor) entra en contacto con otra persona o con un grupo reducido (receptor) por medio de un proceso físico (gestos) o de un sistema de símbolos (lenguaje), de los que uno y otro poseen el mismo código, se trata de la reciprocidad con respuesta inmediata.

1.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.

Se han identificado cinco características de este tipo de actividad comunicativa según Dean C. Barnlund: ⁷

1.- Inicialmente hay una participación perceptual de dos o más personas físicamente próximas. Aunque sea una base incompleta para la comunicación interpersonal, esta suerte de contacto social rudimentario es un requisito previo.

⁷ Citado en H. Blake, Reed y O. Haroldsen, Edwin, *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. p.30.

2.- La participación perceptual aporta la interdependencia comunicativa que permite la interacción enfocada: hay un único foco de comunicación cognitiva visual, por ejemplo en una conversación. En la interacción enfocada cada participante proporciona señales como respuesta directa a las dadas por el otro u otros participantes.

3.- Esta interacción enfocada prosigue mediante un intercambio de mensajes en el cual los participantes se ofrecen recíprocamente señales que, según creen, el otro ha de interpretar conforme con lo que se tenía en mira, señales que transmitirán al otro el mensaje deseado.

4.- Se trata de una interacción cara a cara donde los participantes se confrontan en forma total.

5.- Por último, el contexto interpersonal es, en gran parte, no estructurado. La frecuencia, forma o contenido de sus mensajes pueden apegarse o no a reglas establecidas.

Así en una situación cara a cara existe la mayor oportunidad para el rápido intercambio de información. La comunicación en ambos sentidos es fácil y existe una oportunidad continua de valorar el contenido del mensaje para corregir, explicar, ampliar y responder a cualquier estímulo.

Wilbur Schramm señala que los elementos de la comunicación humana son: el comunicador, el mensaje y el perceptor. ⁸ *Ver figura 1

1) El comunicador puede ser una persona (que habla, escribe, dibuja o hace gestos) o una organización informativa (un periódico, una estación de televisión o un estudio de cine).

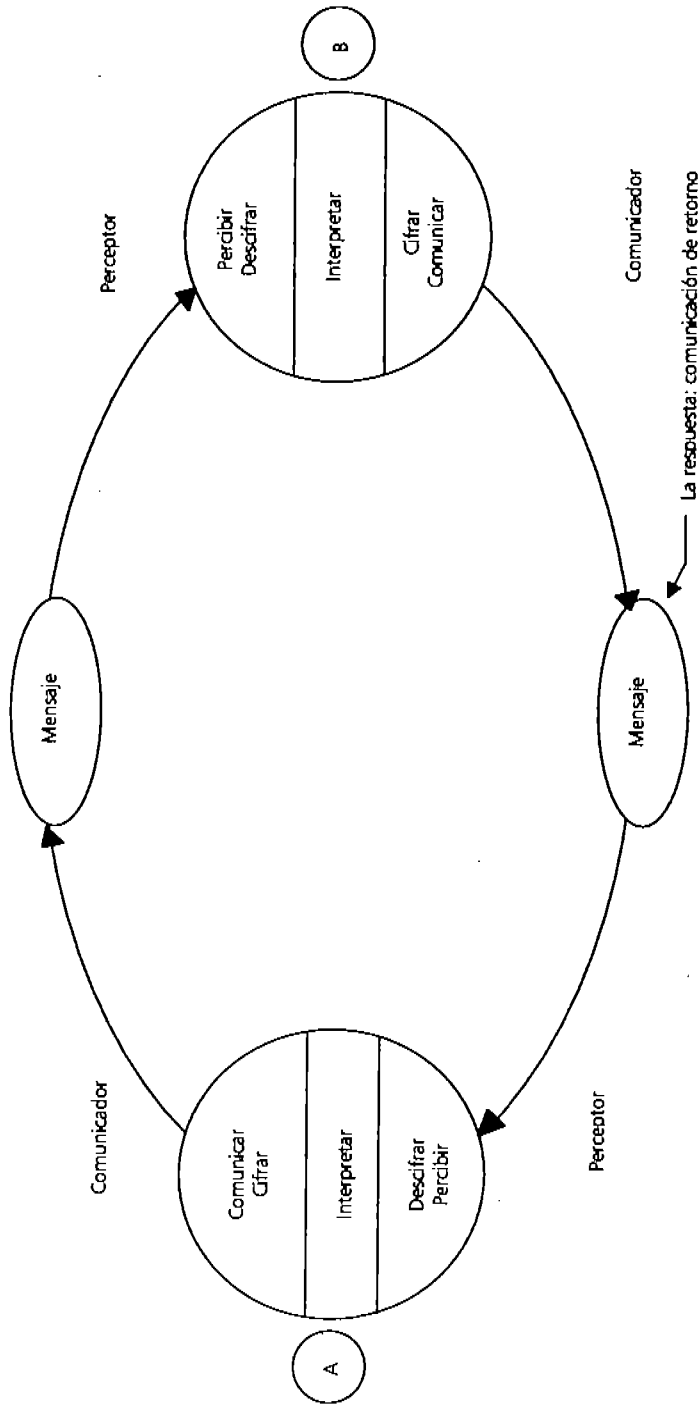
2) El mensaje puede tomar la forma de la tinta en el papel, de las ondas sonoras en el aire, de los impulsos de una corriente eléctrica, de un movimiento de la mano, o de cualquier otra señal cuyo significado pueda interpretarse.

3) El perceptor puede ser una persona que escucha, observa o lee; un miembro de un grupo, un grupo que discute, una multitud en el fútbol.

⁸ Schramm, Wilbur, Procesos y efectos de la comunicación colectiva, p. 9.

FIGURA No. 1

MODELO DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL DE WILBUR SCHRAMM



Fuente: CIESPAL: El proceso de la comunicación, p. 11

La comunicación directa va normalmente dirigida a una persona o a un grupo en su forma más común: el diálogo, o sea, la comunicación existencial entre el yo y el tú, que establece una relación viva entre personas como tales personas.

La comunicación indirecta elimina el contacto físico entre el emisor y el receptor, interponiendo entre ambos un medio o documento, por lo que la respuesta del destinatario se produce de forma más lenta que en la comunicación directa. La comunicación indirecta nació con la escritura, que ofrece la posibilidad de enviar un mensaje a través de un canal objetivo o estabilizado, prescindiendo de la relación personal entre el emisor y el receptor.

“En la comunicación cara a cara, es posible estimular todos los sentidos y, al interlocutor, le es posible poner tal hecho en relación con su comunicación personal total. Cuando se interpone algo, se producen ciertas restricciones en el uso de los sentidos.”⁹

En la comunicación cara a cara, una persona puede formular preguntas, ayudar a orientar la conversación y ejercer cierto control sobre sus ritmos, en ésta, gran parte de toda la información disponible o accesible es no verbal. Por tanto, el lenguaje silencio, el lenguaje de los gestos, del énfasis y de los movimientos del cuerpo son más fácilmente codificables en un sistema de proximidad que en un sistema mediado por algún instrumento.

La comunicación es un proceso de relación concertada entre personas, orientada, no sólo a la transmisión de información, sino principalmente a la creación de relaciones que pongan en común sentimientos, motivaciones y proyectos.

En situaciones de comunicación frente a frente todos los participantes inician y responden a los mensajes mientras mutuamente se influyen unos a otros: las funciones de la fuente y del receptor se intercambian rápidamente.

⁹ Schramm, Wilbur, Hombre, mensaje y medios, p. 135.

"Se llama comunicación interpersonal al hecho de hablar juntos en un nivel uno a uno o uno a varios. Este es el tipo de comunicación que la mayoría de nosotros practicamos la mayor parte del tiempo".¹⁰

Los mensajes interpersonales son únicos debido a que el nivel no verbal es tan importante como el verbal. En las situaciones interpersonales recibimos respuestas faciales de quien nos escucha al igual que las respuestas verbales. Algunas veces también son empleados los movimientos del cuerpo. Gracias a esto recordamos a una persona con más facilidad si la podemos tocar, oler, oír y ver, que si tan sólo podemos hacer una de estas cosas. Cuando se incrementan el número de canales sensoriales empleados para comunicarnos con otras personas, no sólo se aumenta el interés que los otros puedan sentir por la comunicación, sino que también se incrementa la credibilidad de su mensaje y de su propia imagen, elevando las posibilidades de que el receptor se vea emocionalmente más envuelto.

La retroalimentación se produce durante todo el tiempo que las personas están envueltas en una situación de comunicación interpersonal. El papel del que habla como el del que escucha están entrelazados en la comunicación interpersonal; se influyen uno al otro en un grado más importante que en cualquier otra forma de comunicación.

"La comunicación interpersonal opera en dos niveles: el primero es el nivel emocional y el segundo el racional. La parte emocional del mensaje expresa los sentimientos del orador. La parte racional expresa los pensamientos."¹¹

La comunicación interpersonal, con frecuencia, es emocional debido a que no está planeada, ni preparada, ni estructurada. Está afectada por las actitudes, necesidades, metas, experiencias pasadas, así como por estados de ánimo.

¹⁰ Hybels, Sandra y Weaver, Richard, *La comunicación*, p. 45.

¹¹ *Ibid*, p. 66.

Tan sólo en una situación de comunicación interpersonal se pueden experimentar todos los componentes relacionados con la comunicación como las habilidades y actitudes que se tiene para llevarla al cabo, el conocimiento previo del otro, la capacidad para procesar la información y la intención de comunicar para lograr algún fin. La comunicación interpersonal no es sólo una de nuestras actividades sociales más frecuentes, es también un ingrediente principal que determina en gran medida las percepciones sobre nuestras vidas.

En cambio, en una comunicación masiva la proximidad física está limitada, ya que se reducen los canales (soportes físicos para la transmisión del mensaje) y la retroalimentación se refleja a través de la conducta que adoptan los consumidores de determinados programas televisivos, revistas o periódicos.

En contraste, una conversación entre dos amigos favorece la cercanía gracias a la proximidad, permite a quienes conversan, el empleo de los canales sensoriales, y hace posible la retroalimentación inmediata para ambos comunicadores.

Millé sugiere dos razones de por qué una comunicación se vuelve cada vez más interpersonal.

“Primero, se espera que las personas que mantienen una relación cercana descubran lo más que puedan la una de la otra. La adquisición de conocimiento explicativo es vista, entonces, como un importante fin dentro de la relación, una señal pública de que los participantes están entregados con intensidad a mantenerla y expandirla. Segundo, conforme una relación se hace más interpersonal, los participantes se interesan más y más en otras áreas del comportamiento del otro, y se esfuerzan por establecer áreas mayores de predicción y control.”¹²

¹² R. Miller, Gerald, Ritos, roles, reglas y relaciones: Ubicación de la persona dentro de la comunicación interpersonal, en Fernández Collado, Carlos y L. Dahnke, Gordon, *Comunicación Humana*, p.42.

La sed de conocimiento en las relaciones cercanas es tan poderosa que constituye un ingrediente crucial de confianza mutua. Los participantes en una relación interpersonal no sólo están interesados en los comportamientos sino también en las causas de esos comportamientos. La persona que se comunica de manera interpersonal ejercerá mayor poder de relación, ya que será capaz de realizar predicciones más precisas sobre las opciones de mensajes, y entenderá mejor los motivos y razones del comportamiento del otro.

En resumen, la comunicación personal se da en situaciones sociales relativamente informales donde las personas –en encuentros cara a cara- mantienen una interacción mediante el intercambio recíproco de señales verbales y no verbales, sin perder de vista que aunque exista un grado de confianza entre los que interactúan hay también un alto grado de información que no se transmite y a la que Carmen Millé denomina “incomunicación” y que abordaremos más adelante.

La comunicación cara a cara se produce en un segundo. Así sucede, excepto al grabar, con los medios electrónicos de comunicación. Es difícil, por tanto, para una persona volver a vivir la experiencia de una imagen en movimiento o disfrutar de un programa de TV de nuevo, excepto en la memoria personal. La comunicación personal se realiza sin intermediarios técnicos; aunque se encuentra irremediabilmente mediada por los aspectos culturales (normas sociales, morales, religiosas, políticas y económicas); en la comunicación tecnificada el contacto interactivo, depende de instrumentos eléctricos y electrónicos (pantallas, teclados, micrófonos, altavoces, etc.)

“El hecho de que el hombre esté en relación cada vez más no con otro hombre, sino con las máquinas; en el trabajo, la escuela, el hogar, el supermercado, incluso en su tiempo libre, en sus diversiones, lo llevará a estar en contacto con los demás seres humanos ya no de manera

innata, natural, común, sino de una forma especial, esporádica y tal vez necesariamente aprendida."¹³

Mientras permanezcamos en el terreno de la comunicación personal, del intercambio de informaciones privadas o de sentimientos íntimos, nos basta y sobra el contacto directo. Pero si deseamos extender nuestras posibilidades comunicativas más allá del ámbito de lo cotidiano, tendremos que contar necesariamente con el apoyo de la tecnología.

El ser humano se ha ido identificado con los objetivos económicos, comerciales, políticos y culturales de algunas comunidades más amplias que las estrictamente locales o nacionales, que le permite contar con más información.

La tecnología se ocupa de dar respuesta a estas necesidades creando sistemas de comunicación que ponen en contacto de la forma más rápida, al mayor número de receptores. Ofrece nuevos recursos (nuevas formas de actuar, de pensar, de sentir) que pueden o no ser adoptados; la tecnología es un mediador que por sí mismo carece de poderes; los poderes residen en las manos de quienes la emplean.

Si consideramos la comunicación personal como un instrumento creador de relaciones, de identidades, de solidaridad, entonces tiene sentido preguntarnos si la comunicación a través de instrumentos técnicos es capaz de cubrir este tipo de valores.

Según Carmen Millé, cualquier forma de comunicación humana, mediada o no por instrumentos, implica la existencia de una comunicación "falsa", es decir una incomunicación, ya que el individuo responde a su necesidad de comunicarse intercambiando mensajes pero no llega a darle la posibilidad de comunicar lo que realmente siente, piensa o le preocupa.

¹³ Espíndola, Ma. Dolly y Arroyo, Ma. Leticia, *La Informática en la Industria Periodística*, p. 34.

La comunicación que se da en general, aún entre el grupo de amigos íntimos, mantiene una atmósfera de cordialidad ligera, en la que los mensajes no comunican más de lo que el interlocutor espera. Esta incomunicación el ser humano la acepta como si estuviera comunicándose realmente, pero en mayor o menor grado se encuentra aislado de los demás, a quienes hay muchas cosas que no dice y quienes, a su vez, le han de ocultar gran parte de lo que son.

Millé explica que en la incomunicación que padece el ser humano existe transmisión permanente de contenidos, pero esto no implica un contacto humano profundo, ni un conocimiento de sí mismo, ni el reconocimiento del otro como persona. Así, el individuo cuenta con una infinidad de medios a su alcance para comunicarse, sin embargo, los utiliza para intercambiar mensajes que tienen sólo apariencias de un proceso de comunicación, pero que nunca llegan a la esencia.

"Por ello puede afirmarse que aún entre personas conocidas, el diálogo no incluye temas que involucren la esfera íntima. Cuando esta norma de comportamiento social se rompe, la persona que la violó provoca incomodidad en quienes la escuchan y demuestra su debilidad. Se ha observado que por lo común, este trasgresor tartamudea o se encuentra emocionalmente trastornado, salvo que se trate de un niño pequeño, que no ha internalizado aún la norma, lo que ha llevado a la cultura popular a elaborar el refrán de que "sólo los niños y los locos dicen la verdad".¹⁴

Así, y a pesar de esto, consideramos que la comunicación personal, el contacto directo, es la fórmula comunicativa más efectiva y persistente.

¹⁴ Millé, Carmen, *La necesidad de comunicarse*, p. 24.

CAPITULO 2. SURGIMIENTO DE INTERNET Y SUS SERVICIOS

Analizando la forma de comunicación y de interactividad que se deriva con Internet, en este capítulo realizamos una breve historia del surgimiento de ésta, así como de sus principales servicios entre los que destacaremos, por su importancia para esta investigación, el correo electrónico y el chat, ya que hemos podido constatar que son de los servicios más utilizados en la red.

2.1. HISTORIA

Internet es sin duda el invento, en tecnologías de la comunicación, más relevante del siglo XX porque es eficaz y rápido, inacabable fuente de información y vía de acceso a otras culturas y otros mundos. A través de Internet es posible acceder de inmediato a información como textos, fotos, sonido y animaciones provenientes de los más diversos puntos del planeta. No sólo está disponible la información publicada en libros, revistas o informes. También hay una variedad infinita de material de personas de todo el mundo a disposición de los usuarios de la red. Su aparición ha revolucionado tanto la forma de actuar del ser humano como su manera de pensar.

Internet nació a mediados de la década de los 70's, como resultado del interés del Departamento de Defensa de los Estados Unidos para interconectar varias redes por medio de satélite y radio. Se buscaba mantener una red de información, sobre todo con fines de investigación militar pero además pensando en la eventualidad de una interrupción súbita de las comunicaciones, por ejemplo en caso de una crisis bélica. La red creció y pronto fue dominada por la información que fluía de y hacia las universidades.

El primer paso había sido, en 1969, la creación de ARPANET por parte de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados del Departamento de la Defensa (*Advanced Research Projects Agency*). Posteriormente, con el propósito de facilitar el trabajo de investigadores universitarios que estuvieran al servicio del Departamento de Defensa, conectaron las computadoras de cuatro instituciones académicas: Universidad de los Ángeles California, el Instituto de Investigaciones de la Universidad de Stanford, la Universidad de Utah y la Universidad de California en Santa Bárbara.

En 1972 se implementó el correo electrónico (*electronic mail = e-mail*) y la comunicación se libera de la dependencia de los horarios. Con estos servicios ARPANET permitía que investigadores situados en diferentes zonas geográficas pudieran trabajar conjuntamente en un mismo proyecto.

En 1973 la agencia ARPA, ya con el nombre de *Defense Advanced Research Project Agency* (DARPA) desarrolló el proyecto denominado *INETERNETTING*, cuyo objetivo era encontrar la forma de poder conectar distintas redes de conmutación de paquetes. El resultado es la presentación del protocolo TCP/IP (*Transmisión Control Protocol / Internet Protocol*) por parte del Ingeniero Robert Kahn (que participó en el desarrollo de ARPANET) y el informático Vinton G. Cerf (experto en computadoras).

TCP/IP es básicamente el sostén de Internet y se puede considerar como una de las razones principales de éxito que ésta ha alcanzado.

En 1980 se interconecta la red CSNET (una red que conectaban con ordenadores de los departamentos de ciencias de algunas universidades de Estados Unidos) a ARPANET. Con esto la CSNET se convierte en la primera red independiente en conectarse a aquella.

Con lo anterior, ARPA Internet empieza a ser utilizada por agencias gubernamentales (entre ellas la NASA) y su nombre cambia a *Federal Research Internet*, luego a TCP/IP Internet y finalmente a sólo Internet.

En 1981 aparece la BITNET que ofrecía el servicio de correo electrónico, listas de correo y capacidad para transferir archivos. Se creó como una pequeña red de grandes computadoras IBM en la *City University of New York*.

La red creció, hasta que en 1983 fue denominada, aún con funciones militares, MILNET. Entonces, sucedió algo extraño: más que una vía para enviar archivos técnicos o documentos científicos, la red se convirtió en un medio de comunicación. En sus márgenes comenzó a desparramarse una nueva cultura.

Pronto la red incorporó el respeto al bien común con los derechos individuales de expresión. Así fue como se desarrolló no sólo una red sino, en sentido estricto, una enorme colección de ellas, todas interconectadas en lo que ha sido llamado como el sistema INTERNET.

A finales de la década de los ochenta la agencia del gobierno norteamericano Fundación Nacional de Ciencias (NSF) tenía como propósito conectar seis supercomputadoras¹⁵ en diversos puntos del país, para permitir el acceso a estos sistemas a la comunidad universitaria, centros educativos, empresas particulares y agencias gubernamentales.

La NSF crea su propia red en 1986 bajo la dirección, operación y desarrollo de la compañía *Merit Inc.*, *MCI Corporation* e IBM.

¹⁵ Una supercomputadora es el tipo de computadora más potente y más rápido que existe. Estas máquinas están diseñadas para procesar enormes cantidades de información en poco tiempo, son utilizadas para trabajos científicos, particularmente para crear modelos matemáticos del mundo real, llamados simulación. Algunos ejemplos de uso lo son: exploración y producción petrolera, análisis estructural, dinámica de fluidos computacional, física, química, diseño electrónico, investigación de energía nuclear, meteorología, diseño de automóviles, efectos especiales de películas, trabajos sofisticados de arte, planes gubernamentales y militares y la fabricación de naves espaciales por computadoras. (www.lafacu.com).

Estas tres compañías se unen y forman la *Advanced Net Work And Services, Inc. (ANS)* y desarrollan la NSFNET basada en la tecnología IP de ARPANET, llegando a conectar una gran cantidad de redes con la política de no permitir el acceso comercial. Para 1990 la NSFNET había tomado el lugar de ARPANET.

Esta mayor facilidad de uso propició que Internet saliera del ámbito académico y se convirtiera en un fenómeno popular en todo el mundo. Si algo ha distinguido a la red de redes en su desarrollo en los años ochenta y noventa, es su creciente diversificación lo mismo temática que geográfica.

*"De hecho, INTERNET puede ser considerada como omnitemática, en tanto que en ella caben todos los asuntos, todos los problemas, de la misma forma que es posible denominarla como a-geográfica en vista de su capacidad para rebasar fronteras y, de hecho, construir su propia topografía."*¹⁶

En 1990 el Ingeniero de Sistemas británico Tomy Berners-Lee del Consejo Europeo de Investigación Nuclear, desarrolla la Word Wide Web con el objetivo de resolver el problema de falta de relación entre la información de diferentes universidades e institutos alrededor del mundo, a través de un prototipo de sistema hipermedia (que es el enlace de diferentes elementos a través de imágenes, texto, sonidos, películas, etc.) que podía contener todo el material generado en Internet.

La implantación del WWW (Word Wide Web) aceleró un crecimiento gigantesco y desordenado de Internet, convertida ya para entonces en una auténtica "red de redes", una tela de araña.

¹⁶ Trejo Delarbre, Raúl, *La nueva alfombra mágica*, p. 54.

Internet es la infraestructura en la cual se asienta, se reproduce y extiende el ciberespacio, es decir, el espacio o la colección de espacios creados por la comunicación entre computadoras.

*"Las infopistas nos devuelven la imagen de millones de hombres y mujeres hablando con sus semejantes a lo largo y ancho del orbe. Y es ésta la percepción más poderosa y defendible de su aportación a la moderna construcción de la sociedad. Gracias a las redes, al viaje cibernético de los bites a través del nuevo espacio virtual, nos vemos sumergidos en una especie de diálogo universal y multiforme, sin aparentes fronteras ni más limitaciones que las que nosotros mismos nos imponemos."*¹⁷

El funcionamiento de Internet descansa en el esfuerzo conjunto de centenares de sistemas de información que concurren en ésta que, así, puede ser llamada red de redes.

*"Una red es un sistema autónomo de computadoras interconectadas entre sí para la transferencia de datos. Se han ponderado sus bondades para la enseñanza, los negocios y el entretenimiento".*¹⁸

La red electrónica mundial ha permitido incorporar mensajes que, junto con el texto tradicional, incluyen información icónica y auditiva en todos los formatos (fotografías, mapas, imágenes con movimiento, música, discursos, mensajes de voz, etc).

Tras la invención del hipertexto (tecnología que nace en 1945 con el nombre de *memory extender* pero que es utilizado con el nombre de *hipertexto* a partir de 1967), hubo que esperar todavía la aparición del primer navegador llamado Lynx, capaz de interpretar el lenguaje de la red y traducirlo de forma inteligible para el usuario.

La abundancia de direcciones, foros, servicios y espacios cada vez más diversificados en las redes, amenazaba con volverse inconmensurable. Desde los años ochenta, se han desarrollado

¹⁷ Cebrian, Juan Luis, *La red*, p.61.

¹⁸ Trejo Delarbre, Raúl, *Op. Cit.*, p.55.

diversos localizadores que son programas capaces de organizar directorios según las preferencias o necesidades del usuario.

Internet se ha diversificado. Por un lado, la conexión de varios usuarios con un solo sistema, o servidor (que es una computadora conectada a Internet de la cual se puede obtener información), permite que tengan intercambios de opiniones o conversaciones de manera simultánea. Es decir, ya no es preciso esperar a que alguien responda dentro de varias horas o días a un mensaje que hemos colocado para saber si hay reacciones y de qué índole. Ahora es técnicamente posible que varios centenares de usuarios coincidan al mismo tiempo, en la discusión de un asunto específico. Estas conferencias son usuales en los sistemas de comunicación electrónica.

Internet 2 es un proyecto alternativo creado con infraestructura de fibra óptica para una nueva red internacional con fines de investigación académica y servicios sociales con valores superiores de confiabilidad, flexibilidad y mayor ancho de banda que la convierten en una red de alta velocidad.

En 1996 aparece como un proyecto de la Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet Avanzado (UCAID), impulsado principalmente por el gobierno de Estados Unidos bajo la idea de conectar mediante una red de alta velocidad a universidades y centros de investigación con el patrocinio de más de 40 empresas de la industria de cómputo y telecomunicaciones.

Internet 2 inició sus operaciones el 24 de febrero de 1999 con el nombre de *Abilene*, siendo sus objetivos principales servir de columna vertebral para la disponibilidad de aplicaciones avanzadas; ser una red independiente para prueba y demostración de alta capacidad; definir estándares de calidad de servicio y seguridad avanzada; además de ser una

red independiente para investigación sobre redes. Actualmente integra poco más de cien instituciones educativas y de investigación.

En México se conformó el 8 de abril de 1999 la Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet (CUDI), cuya misión es promover y coordinar el desarrollo y difusión de aplicaciones de tecnología avanzada de redes de telecomunicaciones, entre sus prioridades se encuentra poner en funcionamiento Internet 2 en nuestro país.

El CUDI cuenta con el apoyo de las principales universidades del país: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Politécnico Nacional, Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad de Guadalajara y la Universidad de las Américas-Puebla; así como de las secretarías de Educación Pública y de Comunicaciones; empresas del ramo de cómputo y telecomunicaciones, entre las que destaca Teléfonos de México.

Entre otras aplicaciones de Internet 2 se encuentran: la creación de bibliotecas digitales, video y teleconferencias, teleinversión y laboratorios virtuales.

2.2. SERVICIOS DE INTERNET

Los sistemas de redes que conforman Internet han dado lugar a diferentes servicios prestados por la Red Internacional de redes de Computadoras.

Un usuario puede entrar a Internet a través de una institución pública o académica, o a través de un servicio comercial que le cobrará una cuota de acuerdo con el tiempo de conexión que mantenga y la índole de la información que requiera. Pero además, conforme los espacios se han diversificado, cada vez hay más áreas destinadas ya no sólo a intercambiar experiencias científicas o gubernamentales, sino a proporcionar entretenimiento, facilitar negocios o hacer compras en los órdenes más diversos.

Al conectarnos a Internet es posible enviar, recibir, compartir información y comunicarnos a distancia a prácticamente cualquier parte del mundo a donde cuenten con una computadora conectada a un servidor de Internet. Con la finalidad de facilitar la búsqueda de la información disponible en la red así como la interacción personal, se han desarrollado diferentes servicios especializados en ofrecer una función en particular como:¹⁹

WWW: Está organizada a partir de páginas a las que el usuario acude para encontrar numerosas opciones de información. En términos cibernéticos es un seleccionador de hipertexto, es decir, una manera de vincularse electrónicamente a documentos distribuidos a través de diversos sistemas. Lamentablemente, la información no se encuentra organizada sino almacenada anárquicamente. El problema, entonces, es cómo encontrarla.

Correo electrónico (e mail): Fue diseñado para lograr comunicación entre amigos, familiares, compañeros, etc., que se encuentran conectados a la red en donde cada usuario tiene una dirección única y puede transmitir mensajes interactivos que además de texto, pueden incluir sonido y video.

Foros de discusión asíncronos: Conferencias continuas en las que se abren temas de discusión y los participantes pueden integrarse en cualquier momento y aportar a los demás su propias opiniones.

Grupos de noticias: Forman un sistema que recibe el nombre de USENET, son un conjunto de mensajes, bases de datos o boletines de información por temas que abarcan los intereses más variados cuya estructura jerárquica por nombres es libre.

Charlas síncronas (chat): Hacen referencia a varias personas que se encuentran conectadas a la red conversando en tiempo real con otros usuarios en las llamadas salas virtuales.

¹⁹ Wallace, Patricia, *La psicología de Internet*, p. 19-25.

Dimensión Multi-usuario (MUD): El nombre de MUD aparece en 1978 cuando Roy Trushow escribió lo que él mismo llamó Multi-User Dungeon. MUD era un juego multiusuario participado en red que permitía a los jugadores comunicarse entre sí, cooperar o luchar unos contra otros. Hoy el acrónimo original se ha transformado en Multi-User Dimension o Multi-User Domain.

Los MUD se han dividido en varias subcategorías:

- MUD orientado a objetos (MOO): Se contruye a partir de la descripción de lugares y objetos.
- Alucinación compartida por multiples usuarios (MUSH): simulación de lugares de novelas o películas donde los participantes comienzan a jugar sin la posibilidad de construir nada.
- MUD educativos y profesionales (Media MOO): Comunidad virtual dedicada a los investigadores de los medios de comunicación.
- Metamundos: Mediante un software especializado la pantalla de la computadora se llena de lugares virtuales y personajes gráficos con personalidad propia llamados avatares.

Existen software que se pueden bajar de Internet y que permiten saber qué amigos o conocidos están conectados a la red en el mismo momento, por ejemplo el ICQ o Messenger entre otros, que hacen posible que se mantengan conversaciones en tiempo real a través de texto, voz e imágenes en movimiento. Para que la transmisión de datos sea posible es necesario que las partes utilicen el mismo programa. Permiten envío de mensajes, archivos e incluso jugar con otros usuarios conectados.

Perdersé en la red es una de las frustraciones más frecuentes, sin embargo, existe una herramienta sumamente útil para no perdersé entre tanta información: los buscadores.

*Un buscador es un conjunto de programas instalados en un servidor conectado a Internet: un sitio más al que se puede acceder en el Web.*²⁰

Su historia puede resumirse de la siguiente forma:

- Nacieron de la necesidad de organizar la información anárquica contenida en la Internet.
- Se basaron en una herramienta llamada *Gopher* creada por la Universidad de Minesotta a principios de los '90.
- Fueron desarrollados por empresas, organizaciones o individuos e instalados en servidores conectados a Internet.
- Los buscadores más utilizados, como *Yahoo* u *Opentext*, forman parte de algunos de esos emprendimientos exitosos.
- A medida que un buscador se hace más popular, comienza a concentrar más y más datos.

En muchos sitios se utiliza inadecuadamente el término "motores de búsqueda" para referirse a los buscadores. Esto se debe a una traducción literal del término "*search engines*" pero ese término no es totalmente representativo de la verdadera definición de estas herramientas.

Los buscadores se componen de varias partes en delicado equilibrio e interacción, cada una con una función específica:

- Programas robot que recolectan la mayor cantidad de información de todo el mundo y la almacenan en una enorme base de datos.

²⁰ Rodríguez Gómez, Roberto, Revista electrónica *Internet World*, Julio 1999. (consultada en agosto de 2001).

- Un equipo de expertos en la organización de la información que la catalogan por temas (categorías) o palabras clave.
- Un servidor de Web que, a través de un programa que examina la base de datos del buscador, recibe los pedidos de información del usuario y le devuelve los resultados.

La información contenida en el Web presenta enlaces entre sí, lo que se denomina hipertexto, que es un documento escrito en HTML (lenguaje de marcación de hipertexto que contiene enlaces a otros documentos que pueden ser a su vez documentos hipertexto. Los documentos hipertexto son accedidos normalmente a través de navegadores WWW).

Esto significa que en un solo espacio se pueden colocar mensajes con uno o varios formatos: textos, gráficos, audio e inclusive video, están presentes cada vez con mayor calidad, cantidad de información y velocidad de transmisión.

Entre otros servicios desarrollados para Internet, además del WWW, destacan el *e-mail*, telnet, FTP, Gopher y nuevos lenguajes denominados "estándares tecnológicos"

En el área del *e-mail* se encuentran:

Finger: Ofrece información básicamente referente a la conexión que guarda un usuario con la computadora que le proporciona el servicio. Este servicio es dependiente de los datos de los clientes disponibles (autorizados por ellos mismos) para ser compartidos públicamente. A partir de conocer el identificador de usuario o el nombre bajo el cual está registrada una persona, se puede solicitar información respecto a ella, como lo es por ejemplo su dirección electrónica.

Whois: Permite el acceso a una base de datos del Centro de Información de Red Internet, es decir, un directorio para consultar una base de datos de nombres y direcciones de correo

electrónico, entre otros. Para utilizar este servicio se envía una petición vía correo electrónico al servidor, se espera la realización de la búsqueda y la respuesta es enviada por correo electrónico.

Netfind: Proporciona datos de registro de un usuario ante su servidor como nombre y login (nombre que identifica el acceso de un usuario a una red de computadoras). No tiene una base de datos; cuando se le hace una petición acude a diversos servidores y pregunta por la persona a la que se busca.

Listas de correo: Son grupos de personas que se comunican vía correo electrónico para discutir sobre determinado tema de interés. Los usuarios pueden hablar, argumentar, discutir problemas, compartir información, etc. A un grupo de personas se les localiza mediante un "alias", es decir, una dirección oficial que representa a un círculo de personas a las cuales cuando se genera información se les manda el mismo mensaje a todas.

Telnet: Es el modo de intercambio de información a distancia utilizado por científicos. Consiste en poder ingresar a la computadora de otra persona, la cual se puede encontrar al otro lado del mundo, manejando el teclado de nuestra computadora, es decir, es un programa de cómputo para conectarnos con un ordenador a través de Internet. Telnet maneja una serie de comandos para hacer posible el acceso a una computadora distante, para lo cual necesita saber la dirección del ordenador que se desea contactar así como su nombre.

File Transfer Protocol (Protocolo de Transferencia de Archivos): Es el medio para lograr hacer una transmisión de información almacenada en los archivos de una computadora a otra. Permite obtener un listado de los archivos disponibles, navegar entre ellos, así como realizar una copia de éstos. Este servicio corresponde al sistema conocido como "cliente/servidor", donde el ordenador local es el cliente y el proveedor es el servidor.

Archie: Es el primero en su tipo cuyo objetivo es crear un índice básico de directorios de los servidores FTP. El requisito para localizar archivos o programas es saber su nombre. Archie

busca en su base de datos y muestra en la pantalla el *host* (nombre de dominio como .com, .net, .edu, etc.) FTP que tiene la información, y de hecho hasta el directorio en el cual está ubicada.

Gopher: Con este servidor podemos conectarnos a otra computadora, localizar los archivos con la información que buscamos, además de hacer la transferencia de los mismos. Al utilizar Gopher se debe saber la dirección del servidor Gopher, no así la de la ubicación de la información (puede ser simplemente texto, o incluso archivos de sonido o video).

Veronica: Busca una lista de títulos de servidores Gopher. Explora los índices y los títulos a nivel mundial. Para acceder a Verónica sólo se debe buscar este comando en el menú de Gopher. Cuando aparecen los resultados en el monitor sólo es necesario hacer clic en la entrada del elemento deseado para recuperarla.

Jughead: Busca información en Gopher, aunque en áreas limitadas y proporciona resultados en breve.

Wais: Es un servidor de información de área amplia (*Wide Area Information Server*) que ofrece un servicio de búsqueda de texto específico o archivos multimedia en una base de datos. No se limita a los archivos de texto, busca también en los de sonido, video e incluso programas. Existe una gran variedad de servidores de este tipo disponibles gratuitamente a través de FTP.

Internet Relay Chat (IRC): Es un protocolo mundial para conversaciones simultáneas. Permite comunicarse por escrito entre sí, a través de ordenadores a varias personas en tiempo real. Este servicio está estructurado mediante una red de servidores, cada uno de los cuales acepta conexiones de programas cliente, una por cada usuario.

Citamos estos servicios por haber servido de base o soporte para el desarrollo de otras utilidades, no obstante los servicios en los que ahondaremos serán el correo electrónico y el chat por ser parte fundamental de la presente investigación.

2.2.1. CORREO ELECTRÓNICO

El servicio que goza de mayor popularidad en Internet es el sistema de correo electrónico (*e-mail*). Consiste sencillamente en el envío de mensajes a través de una red de comunicación. En vez de escribir un mensaje, meterlo en un sobre y depositarlo en un buzón, este mensaje se envía a través de Internet a cualquier persona y a cualquier parte.

La manera de funcionar del correo electrónico es parecida al correo ordinario, ya que cada usuario tiene una dirección única en la cual recibe sus mensajes; el que desea enviar un mensaje, debe de conocer la dirección de la persona a la que le desee enviar el correo, para que éste llegue a su destino.

El correo electrónico se conocía originalmente como protocolo de transferencia de correo sencillo (*Simple Mail Transfer Protocol, SMTP*). Ahora se ha recortado a *e-mail* o correo electrónico. Es un medio para transmitir información entre dos computadoras.

El correo electrónico fue diseñado para lograr la comunicación entre personas que trabajan en computadoras y se encuentran conectadas a la red. Es uno de los principales recursos de Internet y mediante él se pueden transmitir mensajes interactivos que, además del texto, pueden incluir sonido y video.

Las ventajas que ofrece el correo electrónico son obvias. Es barato, muchas veces más barato que el envío por correo de un mensaje y, casi siempre, más barato que el costo de una llamada telefónica. Es rápido, en cuanto los mensajes se entregan en cuestión de segundos. Es muy cómodo.

El correo electrónico se puede utilizar para:

- Enviar un solo mensaje a muchas personas.
- Enviar un mensaje que incluya texto, voz, video o gráficos.
- Enviar un mensaje a un usuario en una red fuera de Internet.

Podemos afirmar que el *e-mail* se diferencia de otros servicios de Internet en dos rasgos importantes:

1. La computadora que transmite el mensaje y la que lo recibe no necesitan entrar en contacto al mismo tiempo una con otra. Es más, la computadora a la que se dirige el mensaje puede estar desconectada o temporalmente fuera de servicio y la recepción se efectúa de igual forma.

En este sistema la computadora local envía el mensaje escrito por el usuario a una computadora configurada especialmente para ser lo que se denomina servidor de correo electrónico (*SMTP Server*), que se encarga de elegir la ruta más apropiada para que el mensaje llegue a su destino.

En este proceso cada servidor almacena el mensaje y lo retiene hasta que el siguiente servidor esté en condiciones de recibirlo. Es por eso que si algún punto de la red está temporalmente fuera de servicio, el mensaje no se pierde.

2: La otra característica es que el correo electrónico excede el marco propio de Internet. Muchas redes y ordenadores que no tienen una conexión directa con Internet pueden recibir y enviar mensajes. Esto hace que sea posible comunicarse por este medio con mucha más gente que la que está conectada inicialmente a Internet.

Como el correo electrónico proporciona una transferencia de alta velocidad y permite que el receptor escoja cuándo contestar, éste combina los beneficios de una comunicación instantánea con la libertad de interrumpirla.

Si bien el correo electrónico hace que llegue el mensaje, no logra reemplazar los resultados obtenidos con un programa de procesador de texto. Cuando se envía un mensaje de texto por el correo electrónico de Internet, eso es lo que se transmite, texto.

Muchos consideran que los mensajes de correo electrónico son una especie de conversación. Aunque es cierto que la comunicación se establece a través de mensajes por escrito, se trata de un intercambio menos formal que cuando éstos están escritos en papel. Por ello, es que muchos escriben sus mensajes como si estuvieran charlando con el destinatario, de manera muy informal. La desventaja es que el destinatario no puede vernos el rostro ni tampoco puede escuchar las inflexiones de nuestra voz.

"El e-mail puede servir para enviar el mismo mensaje a varias personas simultáneamente. Pero, desde luego no es la solución a todos los males del mundo ni tampoco podrá reemplazar a un informe con un bello formateo ni tampoco a los encuentros y entrevistas personales".²¹

No podemos negar a este respecto, que la caligrafía en una carta hace más cálida e íntima la comunicación.

Lo que para algunos es un comentario irrespetuoso y sarcástico, puede parecer a la persona a quien llega y lo lee más bien terriblemente serio. Aquí hay un problema tanto individual como cultural. Algunas personas (y culturas) son más serias que otras. Lo que para algunos resulta evidentemente una broma, quizá no resulte tan evidente a otros.

Debido a que una lista de correo permite que un grupo indeterminado de personas intercambie memorándums, ésta proporciona una forma para que un grupo de personas que comparte un tema en común participe en una discusión, ya que la mayor parte de las redes de computadoras ofrece el servicio de correo electrónico que opera con Internet. El correo electrónico puede incluir texto, gráficas y voz, se puede utilizar para transferir documentos o mensajes grabados de audio. El *e-mail* permite una movilidad extraordinaria, sin que nadie tenga por qué saber dónde se encuentra uno.

²¹ Kent, Peter, *Internet fácil*, p. 97.

2.2.2. CHAT

Otro servicio muy utilizado en Internet es el chat.

El servicio de Internet Relay Chat (charla retransmitida de Internet), también conocido como IRC, fue desarrollado en Finlandia en 1988 por Jarkko Oikarinen; mediante este servicio se pueden mantener verdaderas conversaciones interactivas de la misma forma que si se estuviese hablando a través de una línea telefónica, pero en texto escrito.

De hecho, el chat ofrece unas particularidades que no ofrece el teléfono y es que docenas de personas de todo el mundo, aún sin conocerse, pueden participar en una misma conversación. Este servicio es utilizado habitualmente tanto para mantener serias discusiones sobre un tema como para establecer simples conversaciones de entretenimiento.

Podemos llevar a cabo diálogos a larga distancia utilizando los medios necesarios que la red pone a nuestro alcance. Según sea la necesidad, así será la utilización de los recursos de la red.

Las ventajas del chat son innegables: ²²

- La comunicación se puede realizar entre diferentes usuarios de manera simultánea.
- La tarifa es el costo de una llamada local.
- La conversación se puede realizar en grupo o privadamente. En una conversación en grupo se utilizan los canales disponibles, mientras que en una privada se utiliza un canal privado.
- Las conversaciones en grupo pueden realizarse mediante acceso con *password*.
- Los diferentes grupos pueden conectarse a horas preestablecidas.

²² *Ibid*, p. 115.

- Se utilizan signos gráficos para sustituir la carencia de sonido: se trata de los *Smyleis* y abreviaturas.

La utilización del chat puede englobarse dentro de lo que actualmente es un amplio abanico de posibilidades de compartición de recursos dentro de la red.

Este abanico incluye los siguientes puntos:

- Diálogo escrito, utilizando el chat.
- Diálogo escrito con intercambio de dibujos e imágenes.

Las posibilidades de comunicación personalizadas son las siguientes:

- Comunicación de uno a uno.
- Comunicación de muchos a muchos.

Es posible llevar a cabo charlas públicas, abiertas a cualquiera, y también a un grupo determinado de participantes.

Sea cual sea el medio que se utilice, es evidente que el crecimiento de las posibilidades de comunicación dentro de la red está entrando de lleno en el campo de las necesidades individuales.

2.3. COMUNICACIÓN EN INTERNET

La globalización del hecho comunicativo es, en definitiva, lo más notable y trascendente de la aparición de Internet. Las jerarquías culturales, sociales y de todo tipo para quienes hacen uso de esta tecnología, no desaparecen, pero se da paso a la creación de sensibilidades diferentes: una cultura, un lenguaje y una conciencia colectiva común entre individuos enormemente distantes, que ni siquiera se conocen (incluso pueden llegar a dudar de su existencia más allá de la realidad virtual), con experiencias, historiales y preocupaciones distantes, que confluyen única, y quien sabe si excepcionalmente, en su cibernavegación.

Los emisores del mensaje pueden variar desde una persona hasta un grupo y pueden ser tradicionales noticias periodísticas creadas por reporteros o editores, así como simples conversaciones que se desarrollan entre grupos de charla. Los receptores de los mensajes pueden ser también uno o millones y las audiencias ser al mismo tiempo productoras de mensajes.

Lo más notable es que las redes conectadas entre sí pueden servir para el establecimiento de células de diálogo absolutamente informales, no sometidas a ningún control y capaces de atravesar fronteras. *"Muchos usuarios de Internet se comportan hasta ahora, en cierta medida, como lo hacían en el pasado los radioaficionados, y navegan por el espacio cibernético en busca de interlocutores lejanos e ignotos que les proponen desde una cita erótica hasta una cata de vinos."*²³

Proliferan los ciber-cafés, las charlas, los clubes de todo género en los que los jóvenes y adultos ocupan sus horas libres polemizando sobre los temas menos inimaginables.

La posibilidad de tener a millones de personas hablando entre sí, en círculos cuya composición racial, nacional, social o cultural ofrece infinitas variantes, permite imaginar que el sistema de ordenación jerárquica de valores de cada sociedad puede ser transformado. En la red, la información se transmite horizontalmente: todos son a la vez potencialmente emisores y receptores de la misma.

Además de las comunicaciones diferidas vía *e-mail*, es posible utilizar Internet para tener comunicaciones tanto entre individuos como entre grupos. Se trata de nuevas posibilidades de comunicación que pone la red a nuestro alcance y que permiten desde una participación en conversaciones por escrito, a través de lo que se denomina tradicionalmente chat, hasta la participación en las videoconferencias con los medios más modernos a nuestro alcance.

²³ Cebrián, Juan Luis, *La red*, p.66.

"La explosión de la potencia de la red tiene uno de sus mayores auges en el impacto que representa la faceta de la comunicación humana más espontánea: la transmisión de comunicación, desde la escrita hasta la imagen, pasando por el sonido sin prácticamente ninguna complicación".²⁴

La llamada autopista electrónica (el concepto de autopista remite a una vía con puntos de salida y llegada, a un espacio cerrado pero también a un canal de ida y vuelta, como si la información se transportara como las personas) es auténticamente la comunicación de la abundancia, en la cual por un lado las aplicaciones del ciberespacio son realmente infinitas (como lo son la capacidad de información y mensajes) mientras la capacidad de canales de los sistemas de cable se está expandiendo rápidamente.

"Con el nacimiento y extensión de las redes, de las autopistas de la información, las telecomunicaciones no imponen ya, como casi lo hacían en un principio, una interconexión uni o bidireccional, sino multidireccional. Y ello, en teoría, ofrece la posibilidad de que aparezcan tantas fuentes y motores de información como posibilidades, como polos o como nodos pueda haber en las redes, que son teóricamente infinitos, desde el momento en que cada individuo puede convertirse en emisor y difusor de información".²⁵

Utilizado de forma inexacta, el término "superautopista de la información" se suele referir a *"un conjunto de dos visiones de la aldea global; una de ellas en gran parte producto de la informatización, unidas a las redes complejas de información, almacenamiento y recuperación asociadas actualmente con el Internet, llamado a veces simplemente "the net" (la red)."*²⁶

De acuerdo con este enfoque, la superautopista llega a las casas mediante la computadora personal o algún otro dispositivo.

²⁴ Guim, Jordi, *Internet. La guía más fácil para dominar la red*, p. 163.

²⁵ Linares, Julio y Ortiz Chaparro, Francisco, *Autopistas inteligentes*, p. 118.

²⁶ Everette, Dennis, "Configuración y comprensión de la inminente superautopista de la información", en Diaz Nosty, Bernardo, et al, *La sociedad de la información*, p. 19.

Para Michael Dertouzos el término superautopista o autopista de la información no está correctamente empleado porque quiere decir que la información se transporta como las personas y lo que se tiene en mente no es simplemente un transporte de información. Hoy se pone una carta en un sobre y se manda a algún lugar, se envía la información, no simplemente se transporta. Las autopistas se limitan a transportar físicamente bienes y personas., por esto, es preferible utilizar el término "mercado de información".

Algunos autores, de manera muy explícita proponen agrupar a los productores de comunicación y a las audiencias de la gran red electrónica en cuatro categorías:²⁷

1)Uno a uno en comunicación asincrónica (donde hay un retraso en tiempo real) como el correo electrónico.

2)Muchos a muchos en comunicación asincrónica como el boletín electrónico o los pizarrones y las listas de servidores para que el receptor se registre por un servicio y para acceder a mensajes sobre un tema específico.

3)Comunicación sincrónica (que ocurre simultáneamente en tiempo real) de uno a uno , de uno a pocos o de uno a muchos como los Chat Rooms en servicios comerciales.

4)Comunicación sincrónica, caracterizada por la necesidad de los receptores de acceder a información, la cual puede involucrar de muchos a uno, de uno a uno o de uno a muchos, del transmisor al receptor y viceversa.

Voces, texto, fotografías, animación, video, realidad virtual están en Internet. Ninguno de los autores o entidades tiene autoridad, su estructura parece no tener organización y la comunicación tiene una rapidez indudable y puede ser consumida a mediano, corto y largo plazo; en la Internet la comunicación interactiva es la principal rectora.

²⁷ Uresti de Regil, Yolanda, "Un nuevo medio alternativo" en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 55, año diez, p. 24.

Internet tiene la posibilidad de convertirse en un medio de comunicación masiva, sin embargo, es un medio alternativo en el que no se presenta el control que caracteriza a los medios tradicionales (televisión, radio, periódicos, discos, libros) a los que podemos identificar como las formas industrializadas de producir información y entretenimiento en prácticamente toda la población urbana y gran parte de la población rural.

En contraste con Internet, la comunicación de masas convencional no es interactiva, porque el flujo comunicativo en una dirección no permite que los integrantes del público envíen una transmisión en dirección inversa; el comunicador de masas no sabe que hace, piensa o siente el receptor.

"Comunicación de muchos a muchos; foro internacional de la libertad de expresión; juguete tecnológico del siglo XX; lo más cercano a la anarquía perfecta..."

La red puede definirse en términos gruesos como la suma de todos los medios conocidos, con el añadido de interactividad.

*Texto, imagen, sonido, enlace entre miles de organizaciones públicas y privadas y millones de individuos. El único medio que permite la comunicación real de muchos con muchos."*²⁸

Morris y Ogan en el libro *Introduction to Psychological aspects of Internet use*, consideran en definitiva a Internet como un medio de comunicación masivo y multifacético, que contiene diferentes aspectos comunicativos entre los que podemos destacar:

1. La interacción del receptor con la información es directa, coloquial y sin intermediarios.
2. El receptor que se encuentra en línea interactúa con la información en tiempo real, él es quien evalúa la importancia de la información a la que accede.

²⁸ Sánchez de Armas, Miguel Ángel, "Los dilemas de una red mundial", en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 43, año ocho, febrero-abril, 1996, p.40.

3. El receptor elabora la información en un documento con diversos lenguajes, combinando texto, imagen y sonido; no está sujeto a una estructura lineal de la información.
4. Cada receptor crea su propio documento con la intención de una percepción orientada por su decisión.
5. Una conexión en red, amplía el espacio de comunicación en donde el receptor accede a diversas páginas de información en el momento en que lo desee.

Estos autores encuentran que las variadas formas de Internet muestran la conexión entre una comunicación interpersonal y una comunicación masiva, que ha sido asociada a un flujo de información en dos pasos por investigadores como Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, quienes afirman que existen algunas personas que se encuentran más expuestas a la influencia de los medios de comunicación, mismas que transmiten cara a cara al grupo la información seleccionada, estas personas son las denominadas "líderes de opinión" y quienes representan el enlace entre los medios de comunicación y las audiencias. Los "líderes de opinión" son los que interpretan y transmiten los mensajes en un grupo.

"Internet no sólo es interesante como red global masiva y penetrante, sino también como ejemplo de algo que ha evolucionado sin un diseño determinado, manteniendo su forma mediante el mismo mecanismo que la bandada que vuela en forma de "v". Nadie es el jefe, y todas las piezas se acomodan admirablemente." ²⁹

Juan Luis Cebrián opina que la red es un medio de comunicación que permite una actividad social ya que se puede entrar en contacto con varias personas a la vez aunque la navegación se haga de forma individual.

²⁹ Negroponte, Nicholas, *Ser digital*, p.96.

La actividad en la red es muy individual, según el profesor Martín Serrano de la Universidad Complutense de Madrid *"el cibernauta no es sólo un navegante, es además un navegante solitario."*³⁰

Muchos usuarios se pasean por Internet como si entraran y salieran de las tiendas de un centro comercial. Es posible moverse y "mirar aparadores" utilizando herramientas como un mosaico. También es posible sumarse a grupos de discusión en tiempo real.

La explosión de las nuevas redes nos coloca ante un escenario de consecuencias todavía impredecibles, pero al que resulta indispensable prestar mucha atención, dado que *"la comunicación basada en la red se caracteriza por ser hipertextual, gozar de sincronidad y posibilitar la interactividad, además de ser multimedia."*³¹

2.4. INTERACTIVIDAD EN INTERNET

Se puede definir la interactividad como *"un diálogo hombre-máquina que haga posible la producción de objetos textuales nuevos, no completamente previsibles a priori."*³²

Una de las particularidades más notables de Internet es la interactividad. *"La interactividad consiste, en la imitación de la interacción por parte de un sistema mecánico o electrónico, que contemple como su objetivo principal o colateral también la función de comunicación con un usuario (o entre varios usuarios). Los medios interactivos simulan precisa y exclusivamente interacciones comunicativas."*³³

Por una parte, la relación usuario-sistema conserva la característica de la conversación textual; por otra, el usuario participa activamente en la producción del texto; ejemplo de ello

³⁰ Citado en: Cebrían, Juan Luis, *La red*, p. 81. (extraído de *Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual*, Madrid, Universidad Complutense, 1996).

³¹ Uresti de Regil, Yolanda, "Un nuevo medio alternativo", en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 55, año diez, p. 24.

³² Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto, *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, p. 17.

³³ *Ibid*, p. 151.

son las salas de chat, en donde los participantes se encuentran dialogando por medio, no de la voz sino a través de un texto escrito.

*"En las computadoras el modo interactivo o conversacional es una secuencia de alteración, de entradas y respuestas entre el usuario y la máquina, semejante a un diálogo".*³⁴

Diálogo que se da en un espacio diferente al geográfico, y en el que éste no resulta tan importante como en la interacción cara a cara, ya que en ésta si el espacio no coincide entre las personas que interactúan simplemente no se da la comunicación.

El usuario interactúa con el sistema según posibilidades que están ciertamente preordenadas y predefinidas y, a pesar de ello, el resultado de la interacción no es totalmente previsible: las elecciones del usuario generan un producto nuevo y, por tanto, dan origen a una situación no totalmente precodificada. El proyecto del enunciador es sólo condición necesaria, pero no suficiente para la realización del texto o del intercambio comunicativo.

*"La interacción, que tanto caracteriza el desarrollo de los nuevos medios, no es más que el aspecto más evidente de la tendencia a la particularización del uso de los medios. A través de la interacción se modifica y se adapta el medio a las exigencias individuales, apropiándose de él, personalizándolo, en busca de un reconocimiento directo del medio y de su usuario."*³⁵

En esta interacción la persona que hay detrás de la pantalla es la responsable de su participación y de la configuración de su mensaje. Y en este intercambio de información está inmerso el feedback o retroalimentación entre los participantes.

³⁴Santacruz, Lino, "La interactividad: industria del futuro", en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 30, año cinco, julio-agosto 1993, p. 44.

³⁵Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto, *Op. Cit.*, p. 153.

Con respecto a los llamados medios tradicionales no se puede hablar de feedback que se de en forma inmediata o de manera simultánea cuando se envía el mensaje, ni por supuesto que se utilice el mismo canal de transmisión, por ello son calificados como unidireccionales.

*“A pesar de la posibilidad de verificar la presencia de determinadas formas de interacción en la comunicación permitida por los medios tradicionales no es posible calificarlos como interactivos puesto que la interactividad no corresponde a la posibilidad de la instauración de una interacción, sino que define determinadas modalidades comunicativas permitidas por los nuevos medios.”*³⁶

La interactividad que se da en los llamados nuevos medios, las personas con las que se puede interactuar al mismo tiempo se multiplican, así como la cantidad de información que se transmite y los diferentes formatos que se utilizan para ello (imágenes, sonido, texto).

Entonces, podemos destacar que la interactividad se caracteriza por:

- La pluridireccionalidad en las informaciones.
- El papel activo del usuario en la selección de las informaciones.
- El particular ritmo de la comunicación.
- Situarse en un espacio-tiempo flexible que hace coincidir a los sujetos involucrados que entran contacto.

Se trata de una interacción que se diseña en un contexto audiovisual y no en una interacción determinada por elementos físicos y materiales. Las redes que facilitan la interacción son multidireccionales, a ellas están conectadas computadoras que reciben y envían información, pues están dotadas de dispositivos de interfase hombre- máquina que permiten que usuarios y sistema entre en comunicación.

³⁶ *Ibid*, p. 153.

*"La interfase es un dispositivo de tipo informático que permite comunicar dos sistemas que no hablan el mismo lenguaje: por ejemplo, un canal de comunicación que transporte datos de tipo analógico y una terminal que procese datos de tipo digital, como puede ser la computadora."*³⁷

Sin embargo, también es una interfase cualquier instrumento que permita comunicar el sistema del emisor y el del receptor para comunicar. Es pues, una mediación material y lógica que permite el control y manejo de los instrumentos y la comprensión del entorno; permite unir soportes lógicos (*software*) y materiales (*hardware*) para intercambiar informaciones; opera como un transformador que facilita la conexión.

En este caso nos encontramos frente a dos tipos de interfase que se definen como *hardware* y *software*. La interfase *hardware* está constituida por teclados, ratón y pantallas táctiles. La interfase *software* está constituida por menús e íconos que muestran las opciones que el usuario puede utilizar dentro del sistema.

Así, la interactividad permite que el usuario oriente el desarrollo de sus operaciones paso a paso y casi instantáneamente o sea en tiempo real. Los sujetos implicados en la interacción cubren alternativamente el papel de emisor y receptor.

"La interactividad permite establecer una comunicación alterna y en doble sentido con un interlocutor".³⁸

La interactividad rompe con la inflexibilidad en la secuencia, el espacio y el tiempo inherentes a la comunicación unidireccional; esto, unido al papel activo del usuario en el

³⁷ Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto, *Op. Cit.*, p.125.

³⁸ Gómez Mont, Carmen, "El nuevo espacio social", en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 29, año cinco, mayo-junio 1993, p.65.

intercambio de información que representa el diálogo interactivo, justifica una similitud con la interacción entre individuos.

Esta interactividad permitida por los nuevos medios presenta características que la hacen diferente de la interacción real entre individuos, de las que podemos citar entre otras: 1) ausencia en algunos aspectos de dinamicidad de la interacción y 2) los interlocutores no tienen la posibilidad de rediseñar su desenvolvimiento o renegociar las reglas que predominan en el intercambio

Estamos ante unas redes de transmisión que funcionan de manera informal y no necesariamente jerarquizada, en las que los participantes de la información son con frecuencia sus propios receptores y emisores. *"La interactividad recupera para el individuo la posibilidad del diálogo, le devuelve así a su propia condición ética y le sitúa nuevamente en el centro de la creación."* ³⁹

Naturalmente ya existía una gran interactividad en las relaciones sociales e individuales, y algunas tecnologías como el teléfono, contribuyeron enormemente a potenciarla. En algunos aspectos, no es sino un teléfono mejorado que sirve para hacer muchas más cosas que hablar y que se beneficia de la implantación de los sistemas digitales de banda ancha, los cuales son capaces de multiplicar la cantidad de información hasta ahora transmitida por métodos analógicos, así como de mejorar la calidad en la transmisión de imágenes y sonidos.

Con la interactividad ahora se puede participar activamente en las reuniones de grupo, jugar o discutir un tema, en los concursos televisivos o competir mediante videojuegos con otras personas distantes. Ahora es posible la telecompra paseando por un centro comercial y elegir

³⁹ Cebrián, Juan Luis, *La red*, p. 64.

los productos durante este paseo virtual. Se accede al periódico desde el hogar seleccionando sólo la información que interesa y se recibe publicidad personalizada e interactiva.

La interactividad ofrece al individuo ser un sujeto interactuante activo y no sólo un objeto pasivo de flujo informativo, de esta forma es posible determinar diversos niveles de interactividad.

Se pueden identificar dos niveles de interactividad: el primero es el de selección, en el que la intervención activa del usuario se da a través de una serie de elecciones, de búsqueda o de operaciones que éste puede realizar.

Y, consideremos el elemento temporal. La presencia de respuestas casi instantáneas o en "tiempo real"⁴⁰ por parte del sistema. Cuanto más rápido es el tiempo de respuesta de éste a las solicitudes formuladas por el usuario, tanto más elevada es la calidad del diálogo interactivo.

*"La casi inmediatez de la respuesta del sistema no se plantea desde la óptica de una simulación de los tiempos de la conversación interpersonal, sino que desarrolla la función de mantener el contacto con el usuario, de confirmar la existencia de una relación de consecuencialidad entre la acción del individuo y la reacción del sistema."*⁴¹

El tiempo real en el ámbito de una comunicación interactiva de diálogo entre usuario y sistema, no simula los tiempos de la interacción real, sino que suple la ausencia del contacto, incluso durante las pausas de la interacción real entre individuos. La velocidad, la casi instantaneidad, son elementos característicos del procesamiento informativo, siendo un soporte útil de la actividad humana.

⁴⁰ Entendido como un tiempo casi instantáneo, convencionalmente fijado en dos segundos, que determina el máximo umbral de espera de una respuesta, más allá del cual el usuario ya no percibe la comunicación como interactiva. En dos segundos debe recibir una respuesta exhaustiva a su solicitud o una señal intermedia que lo invita a esperar". Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto, *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, p. 290.

⁴¹ *Ibid*, p. 167.

El segundo nivel es la complejidad del diálogo. Este aspecto puede ser valorado asumiendo como término de comparación y de valoración, la conversación interpersonal con relación a la capacidad del sistema de simular el comportamiento de un interlocutor real.

En una posición intermedia entre estos dos niveles se sitúan las posibilidades de comunicación entre usuarios permitidas por sistemas interactivos como el videotel, que se utilizó en Italia después de los años 80's, cuyo canal de comunicación era la red telefónica, se necesitaba contar con una conexión telefónica, un módem y un monitor de 9", pero resultaba muy costoso el consumo telefónico pues se cobraba por tiempo y no por llamada. En este caso el individuo interactúa con el sistema de modo creativo realizando un texto que es visualizado en el interespacio.

Así concluimos que, en el ámbito de la interacción dos o más usuarios interactúan entre sí visualizando los mensajes que se han enviado y respondiendo a ellos. La interactividad propone, pues, hacer partícipes a los usuarios de forma casi instantánea de un diálogo textualizado que no supe a las relaciones interpersonales, pero que es capaz de ponernos en contacto con personas muy distantes geográficamente.

CAPITULO 3. COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA

En el presente capítulo abordaremos las características de la comunicación interactiva y la comunicación mediada por computadora. La exposición de los siguientes párrafos es de gran importancia ya que la incorporación de la comunicación mediada no sustituye las prácticas presenciales, sino que le otorga otras características, las produce de una forma más fragmentada y volátil. Ante esto, analizamos las características que han adquirido las relaciones interpersonales dadas a través de estas formas comunicativas.

3.1. COMUNICACIÓN INTERACTIVA

El elemento característico de la comunicación interactiva es la capacidad de proporcionar respuestas rápidas en tiempo real, sobre el que se basa tecnológicamente la interactividad.

El espacio en que se efectúa la interacción se identifica como un espacio simbólico que se visualiza en la pantalla y el tiempo cronológico se define o integra cuando se despliega la interacción misma.

Interacción se refiere a *"la co-presencia de los actores en el espacio o en el tiempo."*⁴²

En la interacción cara a cara, por ejemplo, el espacio geográfico es determinante: si éste no coincide entre las dos o más personas que interactúan no hay fenómeno de interacción.

La interacción comunicativa se considera una forma particular de acción social en la relación entre sujetos y, por consiguiente, una de las tantas formas de interacción. También se

⁴² Huerta Wong, Enrique y Villegas López, Rebeca, "Medios de Comunicación, transición y democracia", en *Revista electrónica razón y palabra.org.mx*. p. 6.(consultada en agosto de 2001).

puede hablar de interacción comunicativa en los casos de las relaciones de uno o más sujetos con un texto y de las relaciones de uno o más sujetos con una máquina.

Nosotras podemos mencionar que hay al menos tres grandes diferencias respecto de la comunicación tradicional:

- La primera de ellas es la interactividad: cada usuario puede ser receptor y emisor en el mundo de mensajes que circulan por la superautopista informativa.

- La segunda es la multiubicación de las fuentes de propagación de mensajes, pues a diferencia de otros medios de comunicación, aquí los emisores no se concentran en unas cuantas empresas o instituciones.

- La tercera es la accesibilidad.

Internet es un espacio de interacción donde personas de diferentes estratos y conductas encuentran un punto de reunión e interacción formal sin necesidad de presencia física.

Con la Internet, las personas con las que se puede interactuar al mismo tiempo se multiplican, la cantidad de información que se transmite es enorme, se mezclan diferentes formatos de información (imágenes, sonido, escritura, etc.) y la memoria de la interacción es prácticamente infinita, ya que las bases de datos que posibilitan esta acción registran y reproducen la información con un nivel de pérdida y transformación mínima.

Así, las formas de interacción que tienen lugar a través de la computadora mediante un conjunto de textos escritos, imágenes y sonidos, que se relacionan formando totalidades pueden ser igual de importantes que una palabra.

El receptor-emisor asume un papel activo, es un agente en condiciones de iniciar y desarrollar acciones reales que permiten orientar el desarrollo de la interacción con relación a las propias necesidades y objetivos. Se trata de acciones que van de la simple selección entre diversas opciones visualizadas en forma de menú, hasta la posibilidad de actuar sobre las

imágenes visualizadas en la pantalla manipulándolas o contribuyendo activamente en su creación.

La implicación activa del usuario en el intercambio comunicativo hace que esté en condiciones de cooperar activamente en la determinación de qué informaciones compondrán el intercambio, de los tiempos en que se desarrolla la interacción y de sus mismos resultados.

Entonces, el individuo es quien determina la emisión de las informaciones e imágenes y es quien las utiliza cuando quiere.

Ante todo él puede determinar el inicio y el fin de la interacción. Por consiguiente, puede disfrutar del medio en función de sus propias exigencias y no en momentos predeterminados por el aparato de emisión.

*“El usuario actúa concretamente en el ámbito del intercambio, pero interactúa con unos significantes visualizados en la pantalla y para poder realizar su propia acción se ve obligado a una actividad de desmaterialización y de asunción de un cuerpo figurado. Para poder interactuar debe alargar sus sentidos. En la comunicación interactiva el usuario es asistido en esta actividad por los instrumentos de interfase que pueden considerarse como verdaderas prótesis que permiten que el sujeto acceda a lugares de otro modo vedados”.*⁴³

La naturaleza de la comunicación que se da entre individuos a través de la computadora, en esta investigación referido a Internet, y el hecho de que el individuo interactúe con representaciones icónicas o perciba al interlocutor exclusivamente como el emisor empírico de un mensaje escrito que le llega en el ámbito de un diálogo con el sistema, han sido identificados como causas de una pérdida de la referencialidad de la comunicación o de una disminución de la conciencia del interlocutor.

⁴³ Betteini, Gianfranco y Colombo, Fausto, *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, p. 170.

"Hay muchas posibilidades de decir algo, pero tan amplias que unas con otras compiten hasta prácticamente neutralizarse: puede que existe plena libertad de expresión, pero hay tanta gente gritando cosas tan distintas que los mensajes corren el riesgo de terminar trivializándose en medio de la bulla discursiva. La interacción no es pues, una característica posible de la comunicación, sino su propia estructura." ⁴⁴

Así, pues, Internet permite la interacción en un mismo espacio y en tiempo real, así mismo funciona cuando transcurren lapsos temporales más o menos largos entre las acciones de unos y las respuestas de otros. Posee la característica de permitir la comunicación interactiva, y la participación activa de los usuarios, admitiendo un real proceso de retroalimentación entre ellos. Esto es lo que se denomina comunicación mediada por computadora.

3.2. COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA

El término de comunicación mediada por computadora se refiere a una amplia gama de servicios que permiten a las personas comunicarse entre sí, utilizando computadoras y, como ya mencionamos, redes (*networks*) de telecomunicación. El más conocido de estos sistemas es el correo electrónico (*e-mail*) así como las listas de discusión (*listserv*) con suscriptores que reciben *mail*, donde las personas pueden desarrollar un intercambio en torno a temas específicos, y *newsgroups* que es una manera de leer mensajes sin necesidad de estar suscrito y sin que se inunde la cuenta de *mails*; con un programa adecuado se pueden consultar los mensajes publicados y enviar nuevos mensajes; son redes que facilitan el acceso a bancos de información.

En esencia, este tipo de comunicación se produce a través de ambientes electrónicos, que no son otra cosa que los programas con los que se alimenta la computadora, éstos son: el

⁴⁴Sánchez, Antulio, *La era de los afectos en Internet*, p. 10.

correo electrónico, los *Newsgroups* y *Bulletin Board System (BBS)*, el *Internet Relay Chat (IRC)*, *NetMeeting*, *ICQ*, entre otros, y todos ellos trabajando en el entorno que brinda la *WWW*. Además, estos programas funcionan como recursos de comunicación ya sea sincrónicos, en donde los usuarios pueden comunicarse como lo harían en una llamada telefónica, por ejemplo, pero sin el costo de larga distancia; o asincrónicos: los mensajes llegan al servidor y después son recuperados por el destinatario.

Guillermina Vázquez Dueñas refiere que los tipos básicos de comunicación mediada por computadora que permiten a los cibernautas interactuar socialmente son: ⁴⁵

- El correo electrónico: éste es asincrónico, lo que significa que las personas o grupos que reciben nuestro mensaje no necesariamente tienen que estar conectadas en el mismo momento a Internet. Es privado, aunque se puede enviar la misma información a distintos destinatarios que poseen direcciones electrónicas diferentes. Además, el envío de mensajes de esta manera es rápido, pero como ya decíamos, el mensaje llega al servidor proveedor para después ser recuperado por el destinatario, así que, entre una acción y otra pueden pasar desde minutos hasta días.
- El chat es otra forma de comunicación mediada. Las charlas que se dan en este entorno pueden ser públicas o privadas en tiempo real, es decir en forma sincrónica. El sistema de charla más conocido por los usuarios de la red es el *Internet Relay Chat*. Esta forma de comunicación está basada en un sencillo programa que permite introducir texto y enviarlo al destinatario, quien al recibirlo

⁴⁵ "Tecnología necesaria para ser un Cibernauta" www.maz.uspnet.mx (consultada en agosto de 2001).

regresa en el mismo momento una respuesta. Lo interesante de este tipo de comunicación mediada es que al mismo tiempo pueden estar interconectados cinco, diez o más usuarios sosteniendo un flujo recíproco de mensajes.

- La última de las formas de comunicación mediada por computadora es la que engloba tanto a los grupos de interés (*newsgroups*) como a los tableros de avisos (*bulletin board system, BBS*). Esta forma de comunicación es asincrónica, lenta y pública. La información que se recibe y “publica” en los grupos de interés o los tableros de avisos va desde la más general hasta la altamente especializada. Los grupos se organizan por temas de interés, de tal manera que es sencillo encontrar la información requerida.

Así, la comunicación mediada por computadora consigue que individuos con intereses y valores distintos en ambientes físicos distantes o en situaciones eventuales diferentes interactúen, los actores pueden desarrollar visiones del mundo compartidas y/o surgir relaciones y colaboraciones para el logro de objetivos comunes.

Según Ana García-Valcárcel las características de la comunicación mediada por computadora se pueden resumir en las siguientes: ⁴⁶

- **Multidireccionalidad:** Las distintas aplicaciones permiten relaciones diversas: uno a uno (correo electrónico), uno a grupo (listas de distribución), uno a muchos (servidores de información), grupo a grupo (videoconferencia, debate telemático), muchos a muchos (noticias de la red). Entendiendo a “grupo” como el conjunto de personas identificadas, y a “muchos” como un conjunto indeterminado de personas.

⁴⁶ García-Valcárcel, Ana, “Experiencia de aprendizaje”, en Revista electrónica vamosaeducar.com (consultada en agosto de 2001).

- Interactividad ilimitada: El ordenador puede soportar complejos procesos de interacción entre los participantes. En la comunicación mediada las posibilidades de retroalimentación entre los participantes son infinitas.
- Multiformato: Se puede intercambiar cualquier tipo de información susceptible de digitalización (texto, imagen –estática y dinámica-, audio, video).
- Flexibilidad temporal: No requiere que los participantes hagan nada al mismo tiempo. Pueden leer los mensajes y contestar cuando dispongan de tiempo (correo electrónico, debate).
- Flexibilidad en la recepción: se recibe cómodamente la información. Se indica si un mensaje ha sido ya leído, el tamaño, la fecha de emisión y el receptor.
- Entornos abiertos o cerrados: la comunicación mediada por computadora puede realizarse en entornos cerrados (redes en las que todos los participantes están localizados y comparten objetivos) o abiertos como la Internet.

Estas características hacen de Internet un medio de información y comunicación sofisticado. La instantaneidad que brinda proporciona una retroalimentación prácticamente inmediata, y disponemos de un medio que es público y privado, individual y colectivo.

Por su parte, Javier Echeverría refiere que Internet posee cualidades mediáticas y por eso se dice que la red es:⁴⁷

1. Un medio de comunicación, no sólo público sino también privado e íntimo.
2. Un medio de información e instrumento que transforma las ciencias de la documentación, y en general la obtención, procesamiento, recuperación y transmisión de datos, documentos, etc.

⁴⁷ Echeverría, Javier, *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. p. 52.

3. Un medio de memorización. Las posibilidades de almacenar y memorizar todo tipo de mensajes en formato digital permite introducir procedimientos automáticos de procesamiento, organización y recuperación de dichos mensajes, sean éstos de interés público, privado o íntimo.
4. Un medio de producción. Es un medio excelente para la producción, elaboración, compra-venta y distribución de información.
5. Un medio de comercio e intercambio porque posibilita la compra-venta de numerosos productos, e incluso la distribución de mercancías por la propia red.
6. Un medio para el ocio y el entretenimiento. Internet tiene la doble vertiente de la televisión y la radio, por una parte es un medio de información y por otra de entretenimiento.
7. Un medio de interacción. Las redes telemáticas son ante todo, medios de interacción humana, y no simplemente medios de comunicación e información.

Es entonces que la tecnología, vía la informática y las redes de comunicación, constituye la base de la comunicación mediada por computadora. Así, sirviéndose de ese soporte tecnológico, los individuos utilizan la red para conectarse a nivel local o global, con el objeto de informarse, recoger datos o debatir sobre temas de interés común, pero la tecnología es solo el canal que permite el proceso, siendo en realidad las personas quienes le imprimen sentido a la acción –que no es mecánica- de contactarse con otros e interactuar a través del ciberespacio.

El ciberespacio es un concepto creado por William Gibson en su novela de ciencia-ficción *Neuromance* (1984). En un sentido amplio, hace referencia al espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de las computadoras y de sus recursos. Esta definición comprende el conjunto de sistemas de comunicación electrónicos digitales (incluyendo el conjunto de redes hertzianas y telefónicas clásicas). Desde este punto de vista Internet no abarca todo el

ciberespacio (aunque hoy por hoy es su expresión más extensa) sino que es el ciberespacio quien se sirve de Internet.

Con ello Internet modifica profundamente la estructura y las propiedades de nuestro entorno sensorial, tanto por lo que respecta al espacio como con respecto al tiempo.

Ante esto, Javier Echeverría asegura que *"el espacio sensorial es un espacio-tiempo, marcado por el aquí y ahora."*⁴⁸

Ello equivale a decir que sólo podemos percibir objetos de él si estamos presentes corporalmente, los objetos están presentes físicamente, además, están situados a corta distancia, entonces denomina al cuerpo como nuestro primer entorno interior.

El segundo entorno lo caracteriza como aquello que no es natural sino cultural y social, y lo denomina como entorno urbano; en él encontramos formas de expresión como las lenguas, las costumbres, la música, los números y los signos en general.

El llamado tercer entorno está posibilitado por una serie de tecnologías, entre las cuales se encuentran el teléfono, la radio, la televisión, el dinero electrónico, las redes telemáticas, los multimedia y el hipertexto. "Internet es la expresión más desarrollada del tercer entorno".

El tercer entorno puede ser considerado como una expansión de las culturas de la imagen, dado el predominio de lo visual. Sin embargo, el tacto ha tenido y tiene una gran importancia tanto en el primer entorno como en el segundo, sobre todo en los ámbitos íntimos y privados. De ahí que ambos tengan enorme ventaja sobre el tercer entorno por su capacidad pluri-sensorial, que resulta irrenunciable desde el punto de vista del bienestar y la calidad de vida.

La fuerza de los dos primeros entornos radica en posibilitar el contacto físico entre las

⁴⁸ *Ibid*, p.29.

personas y los objetos, con toda la inmensa pluralidad de sensaciones y experiencias que de dicho contacto se derivan de dicho contacto. Y aunque Internet aporte cambios fundamentales para las interrelaciones humanas, en el tercer entorno ya no hay reunión, sino interconexión. Se actúa desde el nodo de una red no desde un recinto, reunirse implica proximidad y presencialidad, ahora las relaciones y las reuniones de grupo se pueden dar a través de un monitor en un diálogo con texto, imágenes y sonido.

Según Rheinhold las comunicaciones mediadas por computadora tienen el potencial de cambiar nuestras vidas a partir de tres niveles diferentes pero a la vez interinfluyentes.⁴⁹

El primero se refiere a que, como seres humanos tenemos percepciones, personalidades y pensamientos que ya fueron formados por otras tecnologías de la comunicación y que sin embargo, en la medida en que la tecnología avanza, la personalidad humana cambia, actualmente, nos sentimos inclinados hacia imágenes llamativas y efectos especiales, particularmente los jóvenes quienes se encuentran en la búsqueda de nuevas maneras de experimentar y expresar la forma en que perciben el mundo.

El segundo nivel es el de la interacción persona a persona, donde se producen las relaciones, las amistades y las comunidades. La tecnología de las comunicaciones mediadas por computadora provee una nueva posibilidad de comunicación de muchos a muchos, en donde lo importante es visualizar si es posible a través de la red crear alguna clase de comunidad en donde los elementos que ligan a los individuos aislados en una comunidad sean los "bienes colectivos", es decir aquello que se puede obtener sólo si se encuentran unidos.

⁴⁹ Rheinhold, Howard, *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras* p.28.

El tercer nivel se refiere a la política, ésta es vista como la combinación de comunicación y poder físico, en las sociedades democráticas, el papel de los medios de comunicación entre la ciudadanía es importante.

Nos queda claro que las personas pueden construir relaciones personales y normas sociales que son completamente reales y significativas para sus miembros en el entorno de comunicación mediada por computadora. Es posible constituir auténticas comunidades virtuales, permitiendo a la gente comunicarse a bajo costo, intercambiando ideas y experiencias, coordinando sus actividades y proporcionando la clase de identidad y sentimientos de pertenencia al grupo en el que se encuentran, como en comunidades en las que las relaciones son cara a cara.

En las comunidades tradicionales acostumbramos a encontrar personas y luego conocerlas, en las comunidades virtuales primero se puede llegar a conocer a la persona y luego decidir si encontrarse con ella. En la comunidad tradicional buscamos entre nuestro grupo gente que comparta nuestros valores e intereses, hablamos de ellos y podemos entablar contacto estrecho. En una comunidad virtual nos podemos dirigir directamente al lugar donde se está discutiendo nuestro tema favorito y después contactarnos con la gente que comparte nuestras ideas o que usa las palabras de un modo que nos parece atractivo.

Negroponete en su libro "Ser Digital", coincide en que la asincronicidad en la comunicación mediada por computadora cambia la noción de tiempo real, en el sentido de que deja de ser factor de presión para comunicarnos con los otros.

Ante esto, J. B. Walther dice que de este cambio ha surgido la comunicación hiperpersonal, a la que define como *"Comunicación mediada por computadora que es socialmente más deseable que la que tendemos a experimentar en interacción cara a cara"*.⁵⁰

⁵⁰Citado en "Medios de comunicación, transición política y democracia". Revista electrónica razonypalabra.org.mx, febrero-abril, 2000. (consultada en agosto de 2001).

Aunque sea así, consideramos que esta nueva realidad comunicativa requiere que los usuarios permanezcamos muchas horas frente al monitor para recrear nuevos lazos sociales, disolviendo las fronteras de la identidad, lo que significa pretender ser alguien más, o varias personas en situaciones diferentes y no ser uno mismo.

La comunicación mediada en la red y la invisibilidad física de los comunicantes aporta una ventaja y un inconveniente a la vez: protege a los comunicantes con un anonimato porque ello les permite o una mayor franqueza comunicativa o, por el contrario, una ocultación de defectos propios; pero esta invisibilidad hace también que la comunicación sea menos completa (y a veces menos gratificadora) que si fuera cara a cara.

En la comunicación interpersonal interactuamos a través del diálogo cara a cara lo que se denomina formato dialógico; en la comunicación de masas tradicional se da a través de un solo canal y se denomina monológica.

En cambio, las comunicaciones por medio de la computadora brindan, a través de diferentes servicios, una nueva manera de establecer relaciones sociales, es decir, éstas en el nuevo contexto se dan a través de un monitor y son llamadas telelógicas. La nueva forma de interacción no es monomodal, sino que permite una amplia gama de formatos comunicativos (textos, imágenes, sonidos) y la posibilidad de integrarlos coherentemente, esto quiere decir que ya no hablamos de un único formato de relación: el cara a cara, la interacción telefónica, el formato de carta tradicional, etc.

Actualmente, millones de hombres y mujeres de todas las edades utilizan las posibilidades que les ofrecen las redes telemáticas para comunicarse con personas a las que muchas veces no conocen físicamente. Muchos de ellos lo hacen para empaparse de nueva información, otros pasar el rato, buscar amigos con quienes compartir buenos momentos, buscar de algún amor, estudiar, comprar, vender, buscar trabajo, iniciar negocios, ofrecer servicios, entre otros.

Para las personas ni el tiempo ni el espacio son un impedimento para que nazca una relación afectiva. Y ante esto constantemente nos preguntamos ¿Por qué sucede esto, si estamos rodeados de hombres y mujeres cuya presencia es más evidente, cercana y real? ¿Qué tienen de especial el chat, el correo electrónico y en general la comunicación mediada por computadora que logra sumergir a los usuarios en un mundo que existe por momentos?.

Así, la primera respuesta que tenemos está relacionada con el simple esparcimiento, la red puede convertirse en el espacio ideal para asumir roles, para esconder la verdadera personalidad y “tomar el pelo”. Como no nos vemos en el espacio virtual el sexo, la edad, la nacionalidad y los rasgos físicos no se ven hasta el momento en que alguien desea conocer dichas características, por ejemplo, las personas cuyos impedimentos físicos les dificultan las relaciones para hacer nuevas amistades, pueden encontrar en las comunidades virtuales un trato digno como seres que piensan y que sienten.

Existe otra posibilidad, la de ver a la red como el sitio ideal para desinhibirse pues con la ayuda de monitores y seudónimos los usuarios revelan mucho más de su intimidad de lo que se sentirían inclinados a hacer sin intermediación.

También, la red puede brindar nuevas formas de engañar a los demás. Algunas usuarios han sentido comprometidas afectivamente; otras mantienen su pensamiento en un ser sin nombre ni rostro real; otras se preparan para un chat siguiendo las reglas del ritual de un encuentro cara a cara. Otras comentan haber dicho a su interlocutor anónimo lo que nunca habían manifestado al amigo más íntimo.

Sin embargo, como sostiene Daniel Boorstin: *“las nuevas tecnologías no anulan a las viejas, sino que definen todavía más su función, o incluso la redefinen y crean nuevos espacios para ellas”*.⁵¹

⁵¹ INEGI, Revista Electrónica ciberhábitat.gob.mx, p.3. (consultado en agosto de 2001).

Así, las transformaciones que se aprecian en el contexto comunicativo se dan en la presencia, el tiempo y el espacio principalmente. Los seres humanos hemos pasado de desenvolvernos habitualmente en relaciones personales directas a procesos comunicativos de contactos a distancia. El tiempo y el espacio, condiciones relativamente estables en la comunicación tradicional, han encontrado nuevas vertientes: tiempo real y espacios virtuales. Nos movemos en situaciones comunicativas que no se basan en lo concreto, local y personal.

Finalmente, cualquiera que sea la tecnología a la que se recurra, existen diferencias notables entre una comunicación físicamente establecida y la que se mantiene a través de la mediación de una máquina. Sin embargo, y a pesar de sus limitaciones, los medios técnicos consiguen acercar personas que de otro modo nunca hubieran llegado a conocerse.

En este sentido, Internet ofrece un espacio con múltiples experiencias de interacción social.

CAPITULO 4. LOS JÓVENES PROTAGONISTAS DE LA GENERACIÓN CONECTADA A INTERNET

En este capítulo presentamos las características e importancia del uso de Internet, el correo electrónico y el chat en las nuevas formas de relación entre los jóvenes ya que son ellos, junto con los niños, el sector social en el que la apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación e información se produce de manera más sencilla y natural.

4.1. LOS JÓVENES E INTERNET

La juventud es la etapa que comienza con la pubertad y termina con la madurez, en ella podemos encontrar cuatro características fundamentales: plenitud biológica, consolidación de la personalidad, productividad económica y claridad en el concepto de amor y de amistad. En esta etapa el joven ya es capaz de vivir por sí mismo y comprometerse con una tarea.

Los jóvenes se caracterizan por la búsqueda y la construcción de sus identidades y también se distinguen por las transformaciones o mutaciones que experimentan.

*"El Instituto Mexicano de la Juventud define a los jóvenes como aquella población cuya edad queda comprendida entre los doce y veintinueve años por su importancia estratégica para el desarrollo del país."*⁵²

Aunque muchos datos nos hacen deducir que los jóvenes nacidos a principios o mediados de los setenta forman parte de la generación que nace con nuevas tecnologías de información y comunicación, es aventurado afirmar que tanto su identidad como su proceso de socialización se están consolidando únicamente por la influencia de esas tecnologías.

⁵²Crovi Druetta, Della y Girado, Cristina, *La convergencia tecnológica en los escenarios laborales de la juventud*, p. 77

Los años noventa llegaron acompañados del impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación, que si bien se habían venido desarrollando desde principios de los setenta, es en la última década del siglo cuando alcanzan a captar a un número considerable de usuarios. Los jóvenes han sumado las computadoras a su vida cotidiana junto con la televisión, el teléfono, la radio, el video, que desde hacía varias décadas habían impactado a la sociedad.

*"Se ha dicho que Internet es el medio propio de la generación X, pues la creciente movilidad geográfica favorece las relaciones a través de la red. De manera que las relaciones y amistades no se forjan por la proximidad física, sino por la identidad de sus intereses, y su vínculo virtual sustituye a su vínculo personal, o por lo menos lo modifica profundamente."*⁵³

Conocida generalmente como generación "X" a los jóvenes que se encuentran entre los 18 y 25 años y ahora comienzan a poner los cimientos de la creciente generación "e" (*e-business, e-mail, e-commerce, e-change*, entre otras novedosas formas de interacción social).

En nuestra investigación consideramos jóvenes a aquellas personas que se encuentran en el rango de 15 a 20 años de edad que se encuentran fuera del ámbito laboral.

La incorporación de las nuevas tecnologías a la vida cotidiana de los jóvenes es también la incorporación a su cultura. Cada día son más los que toman contacto con esas nuevas tecnologías para responder a las exigencias sociales de trabajo, estudio o relaciones interpersonales, pero también porque son signo evidente de la cultura de su tiempo.

Si a los jóvenes de finales de siglo les ha tocado nacer y crecer en medio de una crisis económica que determina su forma de ser, les ha tocado también ser partícipes del desarrollo Tecnológico que está dando lugar a la construcción de nuevas formas de relación social, tanto

⁵³ Gubern, Roman, *El eros electrónico*, p.137.

en el trabajo como en su tiempo libre y en sus afectos.

*"...para el sector de la juventud que ha incorporado las nuevas tecnologías a su vida cotidiana, sobre todo para aquellos que ya las integran a su cultura y viven conforme a un nuevo paradigma social, el proceso de convergencia ocupa un lugar destacado en la construcción de sus identidades."*⁵⁴

En las sociedades postindustriales, muchos jóvenes pasan más tiempo relacionándose con pantallas y teclados de computadoras que con personas. Para los adictos a la informática, su relación con la máquina no sólo es amistosa, sino que puede llegar a ser erótica. De hecho, algunos usuarios no únicamente otorgan un nombre y una personalidad a su computadora, sino que le atribuyen un sexo masculino o femenino, pues puede ser el ordenador o la computadora, aunque esto no es privativo del medio.

En un estudio publicado en <http://litteralis.galeon.com/internet.htm>⁵⁵ la participación a nivel mundial de los usuarios en la red se daba en el año 2002 de la siguiente manera: 407.1 millones de usuarios en el mundo, de los cuales 9.3 millones corresponden a América Latina y representan el 1.8% del total de la población y se proyectaba que para el 2003 serían 37.6 millones de usuarios que representarían el 6.8% de la población. En México, existían 1.0 millones de usuarios que representaban el 1.0% de la población, para el 2003 se proyectaba un aumento a 4.8 millones de usuarios que representaría el 4.4% del total de la población.

En noviembre de 2002 la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), publicó en www.noticias.com/publicaciones/2002⁵⁶ una investigación sobre el porcentaje en edad de los usuarios de Internet a nivel mundial quedando de la siguiente manera: 42% oscilan entre los 25

⁵⁴ Crovi Druetta, Delia, *Op. Cit.*, p.47.

⁵⁵ <http://litteralis.galeon.com/internet.htm>(consultada en enero, 2003).

⁵⁶ www.noticias.com/publicaciones/2002(consultada en enero, 2003).

y 34 años de edad, 21% entre 18 y 24 años, 20% de 35 a 44 años, 13% más de 45 años y 4% entre 12 y 17 años.

Sin duda, el uso de las nuevas tecnologías influye cada vez más en el conocimiento, percepción y representación del mundo de los jóvenes, debido a que los procesos para sociabilizarse se facilitan.

En este sentido, el tiempo que se invierte frente a la pantalla es para algunos jóvenes tiempo perdido, mientras que para otros resulta efectivo en cuanto al contacto con personas cercanas siendo más interesantes sus relaciones "cibernéticas" que las "reales".

"Con el surgimiento de Internet se pensaba en un futuro brillante, abierto a múltiples relaciones interpersonales, donde el individuo podía enriquecerse y desarrollarse al máximo gracias al contacto permanente con otros. Hoy por hoy, sin embargo, esta idea empieza a diluirse. Cada vez son más los casos de personas que, enganchadas día y noche a la red, perdieron comunicación con quienes las rodean. Aunque esto suene irónico, ya que el objetivo principal de Internet es, precisamente, comunicar".⁵⁷

Los jóvenes disfrutan de la hipertextualidad, es decir, gozan la posibilidad de abrir muchas ventanas y participar en muchos escenarios al mismo tiempo. Por otro lado, el chatear resulta todo un entrenamiento muy bueno para después un encuentro personalizado.

El uso y apropiación por parte de los jóvenes de Internet y sus servicios permite que algunos se sientan más cómodos y encuentren incluso más gratificante el intercambio virtual vía la red de redes, que el que llevan a cabo de manera presencial, impregnado de realidad y condicionado por ella.

Internet ofrece espacios para las llamadas comunidades virtuales, unas comunidades

⁵⁷ Aguilar, Claudia, "La otra cara de Internet", *Revista exp.* año 1, No. 3, marzo-abril 2001, p.72.

on-line que constituyen foros de debate o grupos de discusión, que pueden ser abiertos o cerrados, y que se corresponden en nuestra tradición cultural con la función de los clubes.

Tapscott defiende que las comunidades que se construyen en línea se parecen a aquellas que se construyen en la vida real entre la escuela y los amigos del barrio. En ambos, el valor social de la conversación y el compartir son importantes y además, la Internet tiene la atracción agregada de poder conversar con un número infinito de amistades.

*"Una comunidad (a escala temática) es un subgrupo social que comparte intereses temáticos comunes y que está cohesionado por la mutua empatía de sus miembros, creando entre ellos una proximidad virtual."*⁵⁸

Tales miembros pueden no llegar a conocerse personalmente ni verse, por lo que puede afirmarse que son, de hecho, comunidades invisibles, incluso para sus participantes, unidos solamente por la comunicación escrita. Por eso el espacio o territorio de la comunidad virtual es más conceptual que perceptual.

La comunidad sin proximidad física ni emocional convierte a la sociedad en un desierto lleno de gente. Y es evidente que el nuevo *Homo* tiende a sustituir masivamente la comunicación sensorio-afectiva por la comunicación meramente informativa, con ocho horas ante la pantalla de la computadora y luego tres o cuatro ante la pantalla del televisor.

De tal modo que los signos tienden a suplantar a las personas y las cosas, como la flor de plástico a la flor natural o los peces estampados en la cortina al medio acuático.

*"El triunfo de la cultura de los interfaces, mediadores que transportan hasta los ciudadanos representaciones y experiencias mediadas del mundo físico, supone una grave mutilación sensorio-afectiva."*⁵⁹

⁵⁸ Gubern, Román, *El eros electrónico*, p. 139.

⁵⁹ *Ibid*, p. 165.

Estas nuevas formas de comunicación establecidas entre los jóvenes a partir de los chats y correos electrónicos, entre otros, generan vínculos más efímeros y superficiales ya que por la ausencia de contacto físico la soledad pasa a formar parte de los sentimientos. Además, la posibilidad de anonimato va produciendo un cambio importante en la noción de identidad al debilitarse la alteridad, modificando el concepto clásico, hacia una identidad más flexible y descentralizada.

*"El creciente uso de Internet se asocia directamente con la disminución en el nivel de comunicación familiar, la reducción del círculo social..."*⁶⁰

Indudablemente, Internet ofrece enormes atractivos. La posibilidad de acceder a todo tipo de información, conocer otras formas de pensar y ampliar la propia esfera de acción con rapidez, eficacia y, si se desea, el anonimato constituyen las más grandes ventajas de la red. No obstante estos mismos atributos hacen que jóvenes descuiden sus actividades laborales, profesionales o escolares en aras de permanecer conectados durante el mayor tiempo posible.

La Internet es una fuente inagotable de información, donde se produce un tipo de relaciones completamente nuevas a las que veníamos teniendo hasta ahora; que pueden ser afectivas, de distinta índole y sobre todo de búsqueda de información, por lo tanto creemos que Internet se está convirtiendo en un gran medio canalizador de emociones, de afectos en general.

Los jóvenes, en particular, empiezan a tener relaciones con gente de otros países, que van desde poder entablar amistad, hacer una relación afectiva, e incluso en algunos casos puede ser hasta amorosa. En las relaciones digitales o por Internet, el cuerpo no se ve, no se toca, sin

⁶⁰ Aguilar, Claudia, "La otra cara de Internet", *Revista exp.*, año 1, No. 3, marzo-abril 2001, p.72.

embargo puede llegar a sentirse por los estados y situaciones de ánimo una cercanía con el otro.

Las emociones desempeñan una función decisiva en la atención selectiva, la percepción, la cognición, la motivación, el aprendizaje y la creatividad del ser humano, por supuesto, resultan fundamentales en la toma de decisiones humanas, por mucho que se presenten como asépticamente lógicas y racionales.

La importancia que desempeñan las emociones en los procesos intelectuales está actualmente tan admitida, que en 1985 Marvin Minsky pudo escribir en *The Society of Mind*: "No se trata de si las máquinas inteligentes pueden tener emociones, sino de si las máquinas pueden ser inteligentes sin ellas".⁶¹

Puede decirse que las emociones están siempre presentes, de un modo o de otro, en las actividades humanas, incluyendo en éstas, por supuesto, la interacción entre el joven y la computadora, a pesar de que la computadora fue inventada como una máquina despersonalizada para efectuar cálculos complejos, almacenar información o procesar textos.

Aunque la materia prima de la comunicación a través de la red es la escritura, los textos son palabras despojadas de un contexto subjetivo, a diferencia de la entonación y los gestos que acompañan la comunicación cara a cara, y a diferencia también de las cartas manuscritas, en las que la caligrafía, el papel perfumado o los pétalos de flor pueden añadir un importante contexto emocional al mensaje. Para darle al texto escrito cierta calidez emocional se han inventado los *emoticons* (de *emotions* + *icons*), que son figuras formadas con signos de puntuación del teclado, para expresar estados de ánimo y otras características de los interlocutores, como: sonrisa, infelicidad, personaje que lleva gafas, labios sellados, etc.

⁶¹ Gubern, Román, *Op.cit.*, p.101.

Este uso de *emoticons* es muy común encontrarlos si se visita alguna página de sala de chat de jóvenes, incluso pueden predominar aún más que el texto escrito.

"Con su comunicación escrita, las relaciones interpersonales en la red retroceden al coqueteo a través de la palabra escrita que era propio del epistolario galante de las clases altas del siglo XVIII, pero sin su expresiva calidez grafológica ni su papel perfumado. Por supuesto, se le pueden añadir emoticons al texto, pero son siempre figuras estereotipadas." ⁶²

Y esto sin embargo, está desprovisto de las particularidades que ofrecen la comunicación verbal y no verbal en un encuentro personal.

En la comunicación verbal, lo que se dice, el contenido semántico del mensaje, supone sólo una quinta parte del proceso comunicativo, pues el resto atañe al cómo se dice, que no sólo es una cuestión de entonación de la voz, sino también de lenguaje no verbal (miradas, gestos, etc.), de alto valor emocional. Y en el joven, así como para el resto de seres humanos, comprender es también sentir y los significados que maneja en sus operaciones comunicativas trascienden su dimensión semántica, pues poseen también para él un contexto emocional.

Según la distancia, los sentidos reaccionan de diversa manera: en una distancia íntima, el calor, el olor y el tacto pueden transmitir informaciones; a mayor distancia se usan la vista y el oído y su eficacia disminuye con el aumento de la distancia.

La comunicación interpersonal es la que transmite la máxima información emocional, porque añade a la comunicación verbal (con su entonación, inflexiones de voz y sus pausas) el inmenso campo de estímulos de la comunicación no verbal: expresiones faciales, miradas, gestos, olores, etc. Las mediaciones técnicas de la comunicación reducen siempre tal riqueza de

⁶² *Ibid*, p.141.

mensajes y de matices. Así por ejemplo, la video conferencia transmite menos información que la relación cara a cara, el teléfono menos y el correo electrónico menos todavía.

En la comunicación cara a cara, la expresividad no verbal –que emite importantísimos subtextos emocionales- es simultánea al mensaje verbal, mientras que la lectura de los *emoticons* es sucesiva a las palabras escritas, lo que les resta eficacia. A diferencia del famoso “amor a primera vista” en la realidad cara a cara, que empieza por lo visual (como la propia expresión lo indica), en la red empieza por la escritura o lo conceptual, cuyo impacto sensorial es muy inferior.

Pero también es cierto que los textos escritos se pueden leer, releer, degustar, interpretar y reinterpretar, a diferencia de las palabras oídas. Y existe por supuesto, una larga tradición de amistades por correspondencia que han desembocado a veces en bodas.

4.2. LOS JÓVES Y EL USO DEL CHAT Y EL CORREO ELECTRÓNICO

En lo académico, lo profesional e incluso en un ámbito más personal, actualmente es difícil concebir la vida sin correo electrónico o una página web.

Pocos medios combinan tantos elementos de comunicación y ofrecen tal cantidad de estímulos como Internet, cualidades que lo convierten en una alternativa sumamente atractiva para las personas, especialmente para los jóvenes.

La comunicación en la red puede ser sincrónica o asincrónica. En la primera los participantes están simultáneamente *on-line* y se responde inmediatamente unos a otros. Su efecto de tele-presencia es más intenso y emocional que en el segundo caso.

Esto sucede en particular con el chat y no con el correo electrónico, pues en este el mensaje queda depositado en el *mail* del destinatario, para ser consultado a su conveniencia. El chat tiene otras características. Al chatear, el anonimato puede ayudar a ser más suelto en las

opiniones, porque se pueden hacer preguntas o decir cosas que no se expresan libremente en otras circunstancias, brinda la posibilidad de convertirse en un personaje, esto se puede verificar al entrar a una sala de chat, en la que encontramos un sin fin de sobrenombres, algunos extravagantes, que nos revelan cómo los usuarios encubren su verdadera identidad.

Esto también obedece a la velocidad con la que los jóvenes tienen que enfrentarse a asumir múltiples identidades, aunque de alguna manera, en la vida diaria, son los medios de comunicación los que favorecen ciertas actitudes.

Inclusive si esto lo trasladamos a las consecuencias que tiene en la vida cotidiana, vemos que mucha gente se ha conocido, se ha casado, o viajan a conocer un lugar porque establecen relación estrecha con alguien chateando. De alguna manera se acerca con la información a otros espacios y con el diálogo y con la relación a otras personas.

Según Reicher bajo las condiciones de anonimato las personas pueden ser más sinceras en línea que en la vida real.⁶³ Aunque no podemos perder de vista que esta situación no es exclusiva del medio, aún en la vida interactiva física hay quienes se manejan falseando información sobre su personalidad y su vida.

Digamos que en la comunicación que se establece en la red, la invisibilidad física de los comunicantes, aporta una ventaja y un inconveniente a la vez: 1) protege a los comunicantes con un anonimato y ello les permite o una mayor franqueza comunicativa o, por el contrario, una ocultación de defectos propios, o una simulación ventajosa; 2) pero esta invisibilidad hace también que la comunicación sea menos completa (y a veces menos gratificante) que si fuera cara a cara.

⁶³ Citado en *Psychology and the Internet: Introduction to psychological aspects of Internet use*, p. 54.

Aunque cualquier usuario de la red puede crear o inventar una personalidad, así como construir un mundo de fantasías, la discusión acerca de si con ello está reemplazando o no a la realidad está todavía muy lejos de llegar a un punto final. Si bien la interacción vía Internet en muchos casos puede reemplazar carencias, por ejemplo una personalidad débil presentarla como una fuerte o viceversa, esto no significa que los usuarios tiendan a confundir la vida en red de la vida real.

Pero, un joven, o cualquier otro usuario, puede emplear varios nombres y personalidades falsas, para satisfacer las distintas necesidades de su ego, la falsa identidad es vivida como si fuera una verdadera identidad y puede transitarse entonces la débil línea que conduce a la personalidad psicótica.

Internet puede ser usado como un medio para canalizar o ayudar a encontrar lo que tal vez no se encuentra en la vida real; se pueden sustituir o hallar atenuantes para lo que se está padeciendo o careciendo. El joven que rehuye del contacto social, sea por personalidad o por cuestiones de desmotivación o depresión, puede recurrir a la red como una forma de escape.

Asimismo, la desinhibición también se aplica en una comunicación vía *e-mail*, ya que las personas se vuelven más francas. La desinhibición en la Internet también sugiere que las relaciones entre los jóvenes puedan desarrollarse de manera diferente estando en línea, puesto que se sienten con apertura para poder expresar lo que sienten y piensan de manera muy peculiar, la causa obvia es la falta de interacción cara a cara.

No hace falta ser un experto psicólogo para saber que muchas veces la gente no dice lo que piensa, pero, sin embargo, suele hacer lo que siente, revelando que la esfera afectiva es más determinante en la conducta que la esfera lógico-verbal. Por eso se afirma a veces que somos lo que hacemos y no lo que decimos.

La red ofrece ciertas ventajas para la comunicación sentimental. Resulta ideal para los tímidos y los solitarios forzosos, como los jóvenes que efectúan tareas nocturnas o viven en zonas despobladas. El anonimato estimula, además, la desinhibición social y la red permite así las relaciones entre extraños con más facilidad que las discotecas y los bares, en donde la mirada o la voz pueden flaquear. Es ideal para los inseguros y, además, desplaza, por el anonimato de la comunicación, los efectos negativos del racismo étnico, social y físico.

Con su sola existencia, la pantalla se convierte en generadora de deseos, con su posibilidad de encontrar y conocer a través de ella a personas de los cinco continentes, con las que uno jamás podría haber entrado antes en contacto, y que tal vez comparte los mismos deseos y fantasías.

“La capacidad memorística de la máquina y su especial performatividad, fruto de unas operaciones de interacción muy intensas, parecen dotarle de animus y le convierten en un objeto animista, en un artefacto “vivo” con el que se dialoga y sobre el que se descargan los estallidos del mal humor. En algunos casos puede ser percibida como una mascota inorgánica, algo equivalente a los populares tamagotchis que hoy cuidan con esmero los niños de la generación informática.”⁶⁴

La red es una fuente más y vehículo inagotable de fantasías y conversaciones sexuales, que tienen su lugar privilegiado en los *hot chats* (literalmente, charlas calientes) y de las que, a veces, acaban por derivarse la formación de parejas con encuentros cara a cara.

En muchas ocasiones dos jóvenes deciden retirarse de un chat para dar paso a comunicación privada a través, del correo electrónico, construir una relación de “mayor intimidad afectiva”. Esto significa la red es utilizada para conocer a otras personas fuera de ella.

⁶⁴ Gubern, Román, *Op. Cit.* p. 103.

Es decir, la escritura constituye el preámbulo y la vía que conduce a una comunicación integral, que empieza por lo epistolar y puede acabar en lo táctil.

Generalmente entre las parejas de jóvenes se suelen empezar escribiendo sobre ideas generales y gustos personales produciéndose así una intimidad progresiva. De ahí se pasa a informaciones más personalizadas sobre uno mismo y después a hablar de sentimientos. Y al igual que en la correspondencia ordinaria (por así llamarla), se puede escanear un retrato fotográfico para que la persona con la cual nos estamos contactando lo vea en su correo electrónico.

Será, sin duda, una fotografía favorecedora, tal vez retocada, o incluso modificada favorablemente, cuando se tiene poca información sobre la otra persona es fácil proyectar los deseos y fantasías sobre ella, en todos los casos, el paso del mensaje sentimental al sexual es sumamente delicado. Hay que saber en qué momento se puede dar el paso sin tropezar y ello requiere intuición y sinceridad, o tal vez astucia.

Cuando uno se describe a sí mismo con palabras, para un interlocutor ausente, difícilmente lo hace de un modo objetivo. Mejor dicho, no puede ser objetivo. Tiende a favorecerse y a proyectar una imagen atractiva de sí mismo. Pero si es una persona depresiva o que padece trastornos de personalidad puede proyectar en cambio una imagen decididamente negativa a través de sus palabras.

Parece ser frecuente entre los jóvenes que tratan de establecer relaciones afectivas el temor a la frustración en los encuentros físicos. El temor a la decepción puede paralizar el encuentro físico con una persona que se ha idealizado a través de la comunicación escrita. Se le desea conocer, pero a la vez se teme que el encuentro pueda defraudar y a veces este temor conduce a prolongar una relación que jamás desemboca, por inseguridad o timidez, en reuniones cara a cara.

Del mismo modo, el temor a estar por debajo de las expectativas creadas por una comunicación exitosa puede paralizarlo. En este segundo caso, esta reacción puede constituir un síntoma de fobia social.

Según la psiquiatra norteamericana Esther Gwinnell, la mayor parte de las relaciones sentimentales por correo electrónico duran unos tres meses, aunque asegura que no hay estadísticas al respecto.

"Internet está despersonalizando la comunicación. Ahora es más fácil mandarle un correo a tu amigo porque no tienes tiempo para hablar con él en persona" ⁶⁵

No es raro idealizar a la persona que no se ha visto, y fantasear sexualmente con él o ella, eludiendo el encuentro físico para mantener perpetuamente viva aquella idealización. En definitiva, se ama a la persona imaginada, no a la persona real, desmintiendo el popular refrán que asegura que "ojos que no ven, corazón que no siente". La relación amorosa a través de la pantalla no puede decepcionar, pues los jóvenes sólo ofrecen un rostro favorable y se elimina todo lo que pudiera ser negativo, desde el mal aliento y el sudor, hasta el reparto conflictivo de las tareas domésticas.

La red permite, en ciertos casos según la personalidad, un cambio de identidad sexual del usuario, para experimentar con la transexualidad virtual, pues cada sujeto puede jugar al cambio de sexo y de personalidad para explorar, sin riesgo, una alteridad sexual que le resultaría muy arriesgada y complicada en la interacción cara a cara. En un juego de rol un hombre puede jugar a ser un personaje femenino que simula ser un hombre, con lo que efectúa un verdadero juego de acrobacia psicológica.

⁶⁵ "La generación "e" irrumpe en la nueva economía", *Revista Exp.*, año 1, No. 1, octubre 2000, p. 22. (consultada en agosto de 2001).

La eliminación de la comunicación cara a cara en la red permite la seducción, pero impide las relaciones sexuales tradicionales, que involucran esencialmente la tactilidad, el encuentro físico. Pues lo relacional, en los seres humanos, no se limita al campo del decir, sino que se extiende sobre todo al del hacer, que define nuestra identidad en relación con los otros, sobre todo si tal relación ha adquirido un nivel elevado de intimidad.

Para el profesor de psicología social del Instituto de Interacción Humana por Computadora en la Universidad Carnegie Mellon, Robert Kraut *"casi todas las relaciones que se entablan mediante la red son esencialmente vacías, cuestión que conlleva a un decremento en el contacto con personas de carne y hueso"* ⁶⁶

Para concluir podemos decir que este tipo de comunicación puede resultar un arma de doble filo, ya que por una parte se pueden expresar con mayor libertad opiniones y dejar de lado momentáneamente los complejos, , pero por otra, se brinda la oportunidad de adoptar múltiples personalidades con sobrenombres y explorar una forma de ser que no necesariamente corresponde a la real, generando con esto relación-comunicación falseada.

⁶⁶ Citado en Aguilar Claudia, *Op. Cit.*, p. 74. (consultada en agosto de 2001)

CAPITULO 5. LOS JÓVENES Y EL USO DEL CORREO ELECTRÓNICO Y CHAT

Para nuestra disciplina, la ciencia de la comunicación, es el aspecto social el que nos permite seguir la evolución y acercarnos a las propiedades esenciales de los instrumentos que hacen posible los procesos de interacción de los seres humanos y que permiten la conformación del tejido social.

Es evidente que con el surgimiento de las nuevas tecnologías, y sobre todo con Internet, se está construyendo un nuevo espacio social, es decir un espacio distinto al geográfico en donde los encuentros ya no se dan exclusivamente en un ámbito físico, a través de la voz o la caligrafía, el principio de interactividad revoluciona radicalmente el papel que juegan el emisor, el mensaje y el receptor.

Si bien es cierto que el impacto recae en la sociedad en general, el presente estudio se ha centrado básicamente en los jóvenes de 15 a 20 años de edad que cursan la preparatoria y que viven en la ciudad de México, porque, como ya lo mencionamos en el capítulo anterior, consideramos que son ellos (al igual que los niños) uno de los sectores que más fácilmente se apropia y hace suyas como parte importante de su vida a las nuevas tecnologías.

El propósito de este capítulo es presentar los resultados del estudio cuantitativo para tener un panorama del uso que los jóvenes hacen de Internet, correo electrónico y chat en su vida diaria.

Escogimos este segmento debido a que consideramos que es el que está más vinculado al uso de las nuevas tecnologías por cuestiones escolares, de trabajo, diversión, entre otros.

El objetivo fue identificar si los jóvenes utilizan o no Internet, correo electrónico y chat y si creen que por su uso han modificado la manera de relacionarse con los demás, si han

cambiado las formas de interacción, si han cambiado la comunicación interpersonal y dejado de lado el acercamiento con los otros, prefiriendo los contactos a través de la computadora.

Para hacerlo equitativo decidimos encuestar a jóvenes que acuden tanto preparatorias públicas como a privadas.

Las preguntas que plasmamos en el cuestionario aplicado (*Anexo*) fueron para conocer si los jóvenes han utilizado alguna vez estos servicios, conocer desde dónde los utilizan, cuántas veces y cuánto tiempo a la semana se conectan, porqué y para qué los utilizan, cómo han modificado su manera de comunicarse con las demás personas y de qué manera prefieren hacerlo.

5.1. UNIDADES DE ESTUDIO

Del 2 al 12 de diciembre de 2002 encuestamos a 384 jóvenes de 6 delegaciones políticas del Distrito Federal con base en el nivel de ingreso mensual que se percibe en cada una: dos de bajos ingresos, dos de ingresos medios y dos con ingresos altos.

Según el X Censo General de Población y Vivienda 2000, en las delegaciones Tláhuac y Xochimilco se reportó un mayor porcentaje de población que percibe de 1 a 2 salarios mínimos. De acuerdo a la media establecida para este rango que es del 40.5%, en la primera se reporta un porcentaje de 49.3% y en la segunda del 44.7%, motivo por el cual las consideramos para este estudio como delegaciones de bajos ingresos.

En las delegaciones Venustiano Carranza y Azcapotzalco se notó que el ingreso mensual que se percibe es en su mayoría de más de 2 y menos de 3 salarios mínimos. De acuerdo a la media establecida para este rango que es del 15.4%, la primera reporta un porcentaje del 17% y la segunda del 18%, considerándolas entonces como delegaciones con ingresos medios.

Finalmente, las delegaciones Coyoacán y Benito Juárez son consideradas como delegaciones de ingresos altos, ya que la mayor parte de su población percibe más de 5 salarios mínimos. De acuerdo a la media establecida para este rango que es del 10.1%, en la primera se percibe un porcentaje del 16.3% y en la segunda del 24.1%.

De acuerdo a este Censo de Población y Vivienda 2000, en el Distrito Federal existen 416 escuelas de nivel bachillerato, 137 públicas y 279 privadas, a ellas asisten un total de 338,093 alumnos, de los cuales 162,425 asisten a preparatorias públicas, 85,097 a preparatorias privadas y el resto (90,571) a escuelas denominadas autónomas, éstas últimas son aquellas escuelas administradas y controladas por universidades públicas autónomas de los estados.

Para obtener el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Donde:

“Z” es igual al nivel de confianza requerido para generalizar los resultados hacia toda la población;

“pq” se refiere a la variabilidad del fenómeno estudiado;

“E” indica la precisión con que se generalizarán los resultados.

El nivel de confianza (Z) generalmente se emplea el 95 y 99 por ciento de confianza, es decir se tiene un error de 5 y 1 por ciento respectivamente.⁶⁷

⁶⁷ Rojas Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, p. 298

Cuando se sustituyen los valores en la fórmula no se coloca el 95 o 99% de confianza, se utilizan valores tipificados obtenidos de las tablas de áreas bajo la curva normal. Por ejemplo, si se trabaja con un 95% de confianza se divide dicho valor entre dos, ya que la curva normal está distribuida en dos partes iguales.

El resultado, 47.50%, se busca en las tablas pero antes debe dividirse entre cien (.4750), ya que los valores están dados en proporciones. Este valor se localiza en el cuerpo de la tabla; después el dato tipificado que le corresponde se busca en la columna Z de la derecha, auxiliándose del encabezado. En este caso es 1.96.

De igual manera se hace para el 99% u otro nivel de confianza.

El nivel de precisión simbolizado por una "E", significa la precisión con la que se generalizarán los resultados. Este valor permitirá calcular el intervalo en donde se encuentran los verdaderos valores de la población.

Para determinar el porcentaje de personas en toda la población que contestaría de igual manera; debe sumarse y restarse el 5 por ciento (precisión) al porcentaje de respuestas afirmativas (50%), o sea:

$$50\% \begin{cases} + \\ - \end{cases} \begin{cases} 55\% \\ 45\% \end{cases}$$

Es decir, se espera con un 95 % de confianza que la respuesta a nivel de toda la población oscile entre el 45% y 55%.

Es necesario aclarar que el nivel de precisión "E" no es el complemento del nivel de confianza (Z)

El otro término de la fórmula es "pq" y se refiere a la variabilidad del fenómeno. Se otorga a p y q la máxima variabilidad posible, es decir, $p = .5$ y $q = .5$. Se supone que existe una total heterogeneidad, o sea, se tiene una incertidumbre tal que lo más que se puede esperar es que el 50% de las personas contesten afirmativamente y el otro 50% lo hagan en forma negativa.

Entonces, empleando la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Y sustituyendo valores:

$$n = \frac{(1.96)^2 (.5) (.5)}{(.05)^2}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

Por lo cual, el tamaño de la muestra se conformó por 384 estudiantes.

Con base en la siguiente oferta educativa reportada en el Censo de Población 2002:

Azcapotzalco:	14 preparatorias públicas y 4 privadas;
Benito Juárez:	4 preparatorias públicas y 58 privadas;
Coyoacán:	16 preparatorias públicas y 36 privadas;
Tláhuac:	4 preparatorias públicas y 1 privada;
Venustiano Carranza:	6 preparatorias públicas y 6 privadas;
Xochimilco:	6 preparatorias públicas y 3 privadas;

se aplicaron 64 encuestas en cada delegación elegida; 32 encuestas para estudiantes de escuelas privadas y 32 encuestas para estudiantes de escuelas públicas como se muestra en la Tabla 1.

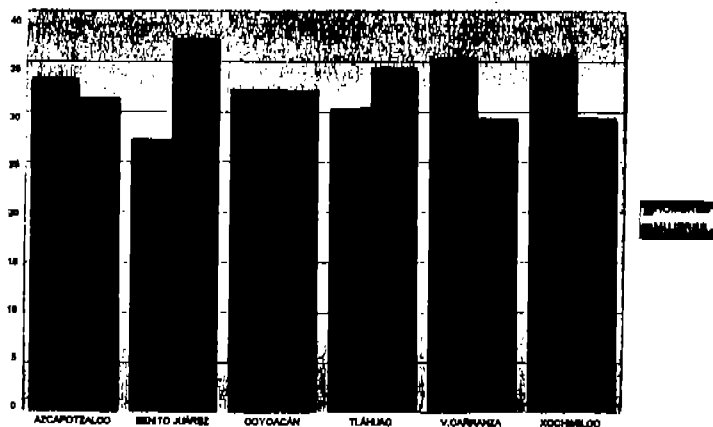
5.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados de acuerdo a la población estudiada por genero y tipo de escuela.

Tabla 1
Población por género y tipo de escuela de los jóvenes encuestados

DELEGACIÓN	GENERO				PRIVADA			PÚBLICA			
	TOTAL	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
AZCAPOTZALCO	64	33	51.6	31	48.4	32	17	15	32	16	16
BENITO JUÁREZ	64	27	42.2	37	57.8	32	10	22	32	17	15
COYOACÁN	64	32	50.0	32	50.0	32	16	16	32	16	16
TLÁHUAC	64	30	46.9	34	53.1	32	16	16	32	14	18
V. CARRANZA	64	35	54.7	29	45.3	32	19	13	32	16	16
XOCHIMILCO	64	35	54.7	29	45.3	32	19	13	32	16	16
TOTAL	384	192		192		192	95	97	192	95	97

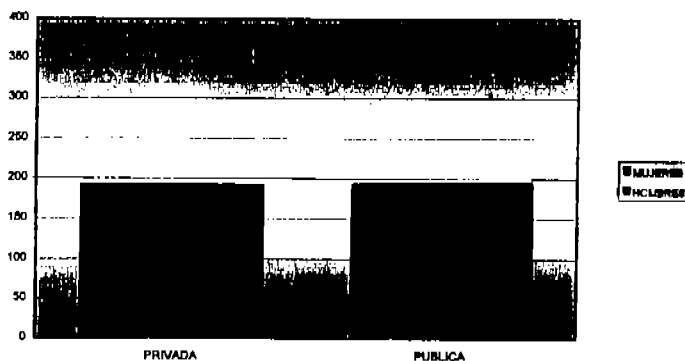
GRÁFICA 1
Género por delegación política de los jóvenes encuestados



Como se puede observar en la GRÁFICA 1, la distribución de población de hombres y mujeres en cada delegación es la siguiente: para la delegación Azcapotzalco tenemos 51.6% de hombres encuestados y 48.4% de mujeres; para Benito Juárez el 42.2% fueron hombres y 57.8% mujeres; en Coyoacán el 50% fue hombres y el 50% mujeres; para Tláhuac el 46.9% hombres y

53.1% fueron mujeres; en Venustiano Carranza se registró el 54.7% de hombres y 45.3% de mujeres; finalmente en Xochimilco se encuestaron 54.7% de hombres y 45.3% de mujeres.

GRÁFICA 2
Tipo de escuela y género de los jóvenes encuestados



En la GRÁFICA 2 encontramos que el porcentaje de hombres en escuela privada fue del 24.7% y en escuela pública del 25.5%, en tanto que la población femenina en escuela privada fue del 25.3% y en escuela pública del 24.7%.

Tabla 2
Edad por delegación de los jóvenes encuestados

DELEGACIÓN	15 AÑOS				16 AÑOS				17 AÑOS				18 AÑOS				19 AÑOS				20 AÑOS			
	T	H	M	%	T	H	M	%	T	H	M	%	T	H	M	%	T	H	M	%	T	H	M	%
AZCAPOTZALCO	4	2	2	6.3	19	7	12	29.7	18	11	7	28.1	13	7	6	20.3	2	0	2	3.1	8	4	4	12.5
BENITO JUÁREZ	6	2	4	9.4	25	5	20	39.1	13	7	6	20.3	17	9	8	18.8	5	3	2	7.8	3	1	2	4.7
COYOACÁN	11	6	5	17.2	26	10	16	40.6	7	5	2	10.9	10	6	4	15.6	3	3	0	4.7	7	2	5	10.9
TLÁHUAC	18	9	9	28.1	10	3	7	15.6	14	6	8	21.9	7	4	3	10.9	6	5	1	9.4	9	3	6	14.1
V. CARRANZA	4	2	2	6.3	13	4	9	20.3	20	11	9	31.3	13	8	5	20.3	6	4	2	9.4	8	6	2	12.5
XOCHIMILCO	4	1	3	6.3	20	12	8	31.3	18	7	11	28.1	12	8	4	18.8	8	6	2	12.5	2	1	1	3.1
TOTAL	47	22	25		113	41	72		90	47	43		67	42	25		30	21	9		37	17	20	

T Total
H Hombres
M Mujeres

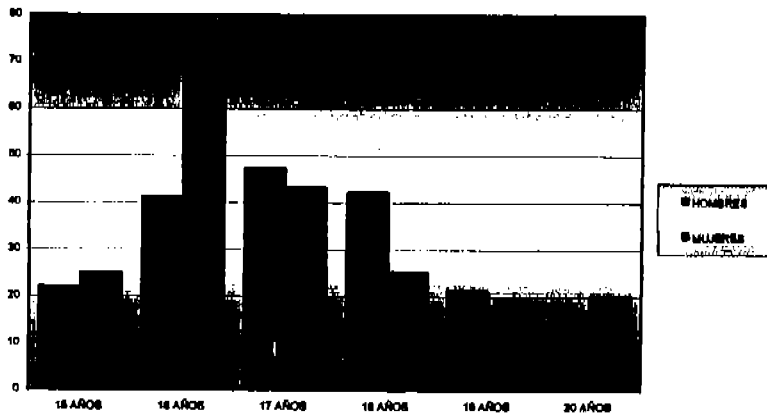
En la Tabla 2 encontramos la referencia por edades de los jóvenes encuestados en cada delegación.

Hallamos jóvenes de 15 a 20 años distribuidos por edad de la siguiente manera en cada delegación: en Azcapotzalco los jóvenes de 15 años representan el 6.3% del total de la población muestra, en Benito Juárez el 9.4%, Coyoacán 17.2%, Tláhuac 28.1%, Venustiano Carranza 6.3% y Xochimilco 6.3%; los de 16 años en Azcapotzalco representan el 29.7%, en Benito Juárez el 39.1%, Coyoacán 40.6%, Tláhuac 15.6%, Venustiano Carranza 20.3%, Xochimilco 31.3%; de 17 años en Azcapotzalco el 28.1%, en Benito Juárez 20.3%, Coyoacán 10.9%, Tláhuac 21.9%, Venustiano Carranza 31.3% y Xochimilco 28.1%; de 18 años en Azcapotzalco encontramos el 20.3%, Benito Juárez 18.8%, Coyoacán 15.6%, Tláhuac 10.9%, Venustiano Carranza 20.3% y Xochimilco 18.8%; los de 19 años en Azcapotzalco representan el 3.1%, en Benito Juárez 7.8%, en Coyoacán 4.7%, en Tláhuac 9.4%, en Venustiano Carranza 9.4% y Xochimilco 12.5%; finalmente los jóvenes encontrados de 20 años representan en Azcapotzalco el 12.5%, en Benito Juárez 4.7%, Coyoacán 10.9%, Tláhuac 14.1%, Venustiano Carranza 12.5% y Xochimilco 3.1%.

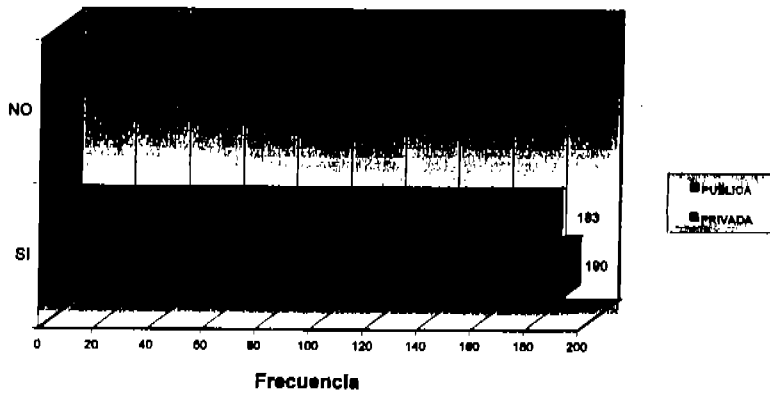
Reportándose el mayor porcentaje de encuestados en jóvenes entre 16 y 17 años, en donde los primeros representan un porcentaje total en la población muestra del 29.43% y los segundos el 23.4%.

En la GRÁFICA 3 se observa que de los 47 jóvenes encuestados de 15 años, el 5.7% son hombres y el 6.5% son mujeres; de 113 encuestados de 16 años, 10.6% son hombres y 18.7% mujeres; de 90 encuestados de 17 años, el 12.2% son hombres y el 11.2% mujeres; de 67 jóvenes de 18 años, el 11% son hombres y el 6.5% mujeres, de 30 jóvenes de 19 años, el 5.5% son hombres y el 2.3% son mujeres, por último de 37 jóvenes de 20 años, el 4.4% son hombres y 5.2% mujeres.

GRÁFICA 3
Edad y género de los jóvenes encuestados
% total de la población muestra



GRÁFICA 4
Uso de Internet de los jóvenes encuestados



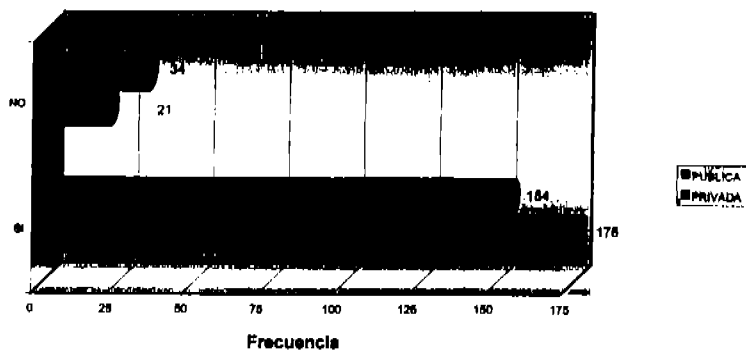
En la GRÁFICA 4 se muestra el número de jóvenes que acuden a escuelas públicas y privadas que han utilizado o no alguna vez Internet.

De los 190 jóvenes de escuela privada que sí han utilizado Internet, 31 pertenecen a Azcapotzalco, 32 a Benito Juárez, 32 a Coyoacán, 31 a Tláhuac, 32 a Venustiano Carranza y 32 a Xochimilco. De 183 de escuelas públicas, 30 pertenecen a Azcapotzalco, 32 a Benito Juárez, 32 a Coyoacán, 27 a Tláhuac, 30 a Venustiano Carranza y 32 a Xochimilco.

11 jóvenes no han utilizado este servicio, de los cuales 3 pertenecen a escuela privada, (2 de Azcapotzalco y 1 de Tláhuac) y 8 jóvenes de escuela pública (1 de Azcapotzalco, 5 de Tláhuac y 2 de Venustiano Carranza).

Puede observarse que de los 384 encuestados, únicamente 11 jóvenes que representan el 2.9% de la población muestra, no han utilizado ninguno de estos servicios, por lo que se dio por terminada la encuesta para ellos, apareciendo en adelante dentro del rubro denominado sin información.

GRÁFICA 5
Uso de correo electrónico de los jóvenes encuestados

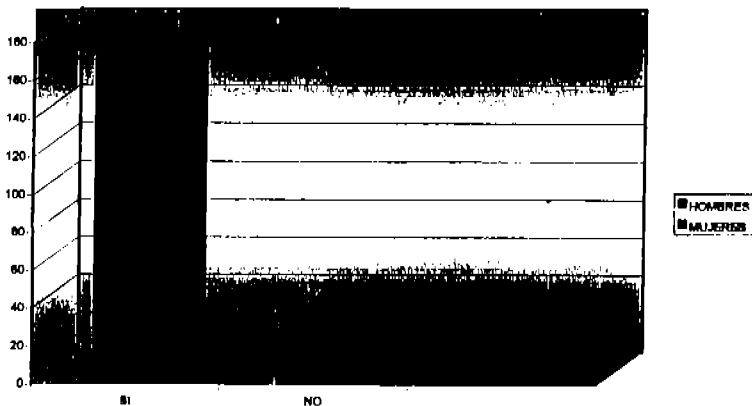


En la GRÁFICA 5 encontramos a los jóvenes de escuelas públicas y privadas que han utilizado o no alguna vez el correo electrónico.

De los 175 jóvenes de escuela privada que sí han utilizado el correo electrónico, 26 pertenecen a Azcapotzalco, 32 a Benito Juárez, 27 a Coyoacán, 28 a Tláhuac, 32 a Venustiano Carranza y 30 a Xochimilco; de 154 de escuela pública, 22 pertenecen a Azcapotzalco, 28 a Benito Juárez, 31 a Coyoacán, 20 a Tláhuac, 25 a Venustiano Carranza y 28 a Xochimilco.

De los 21 jóvenes de escuela privada que no han utilizado el correo electrónico, 6 pertenecen a Azcapotzalco, 4 a Benito Juárez, 5 a Coyoacán, 4 a Tláhuac, y 2 a Xochimilco. De los 34 jóvenes de escuela pública que no han usado este servicio, 10 pertenecen a Azcapotzalco, 1 a Coyoacán, 12 a Tláhuac, 7 a Venustiano Carranza y 4 a Xochimilco.

GRÁFICA 6
Uso del chat de los jóvenes encuestados



En la GRÁFICA 6 encontramos a los jóvenes de escuelas públicas y privadas que han utilizado o no alguna vez el chat.

De los 178 jóvenes de escuela privada que si han utilizado chat, 28 pertenecen a Azcapotzalco, 32 a Benito Juárez, 27 a Coyoacán, 30 a Tláhuac, 30 a Venustiano Carranza y 31

a Xochimilco. De 155 jóvenes de escuela pública, 25 pertenecen a Azcapotzalco, 29 a Benito Juárez, 31 a Coyoacán, 18 a Tláhuac, 23 a Venustiano Carranza y 29 a Xochimilco.

De los 14 jóvenes de escuela privada que no han utilizado chat, 4 pertenecen a Azcapotzalco, 5 a Coyoacán, 2 a Tláhuac, 2 a Venustiano Carranza y 1 a Xochimilco. De los 37 de escuela pública que no han usado este servicio, 7 pertenecen a Azcapotzalco, 3 a Benito Juárez, 1 a Coyoacán, 14 a Tláhuac, 9 a Venustiano Carranza y 3 a Xochimilco.

Tabla 4
Lugar de donde consultan los jóvenes encuestados Internet

DELEGACIÓN	TU CASA	PRIV.	PUB.	CAFÉ INTERNET	PRIV.	PUB.	TU ESCUELA	PRIV.	PUB.	OTRO	PRIV.	PUB.	1 o MAS OPCIONES	PRIV.	PUB.
AZCAPOTZALCO	37	22	15	16	3	13	2	2	0	2	2	0	4	2	2
BENITO JUÁREZ	33	18	15	15	0	15	3	3	0	1	1	0	12	10	2
COYOACÁN	42	23	19	11	0	11	1	1	0	1	0	1	9	8	1
TLÁHUAC	28	16	12	26	11	15	2	2	0	0	0	0	2	2	0
V. CARRANZA	29	14	15	13	4	9	8	5	3	4	2	2	8	7	1
XOCHIMILCO	29	14	15	19	6	13	9	7	2	1	1	0	6	5	1
TOTAL:	198	107	91	100	24	76	25	20	5	9	6	3	41	34	7

PRIV. escuela privada
PUB. escuela pública

En la tabla 4 tenemos que de los 198 jóvenes que se conectan a Internet desde su casa 37 son de Azcapotzalco, 22 asisten a escuela privada y 15 a pública; 33 son de Benito Juárez, 18 asisten a escuela privada y 15 a pública; 42 corresponden a Coyoacán, 23 de escuela privada y 19 de escuela pública; 28 son de Tláhuac, 16 de escuela privada y 12 de pública; 29 de Venustiano Carranza, 14 de privada y 15 de pública, 29 son de Xochimilco, 14 de privada y 15 de pública.

De los 100 que se conectan desde un café Internet tenemos que 16 son de Azcapotzalco, 3 asisten a escuela privada y 13 a pública; 15 son de Benito Juárez y todos asisten a escuela pública; 11 corresponden a Coyoacán y todos acuden a escuela pública; 26 son de Tláhuac, 11

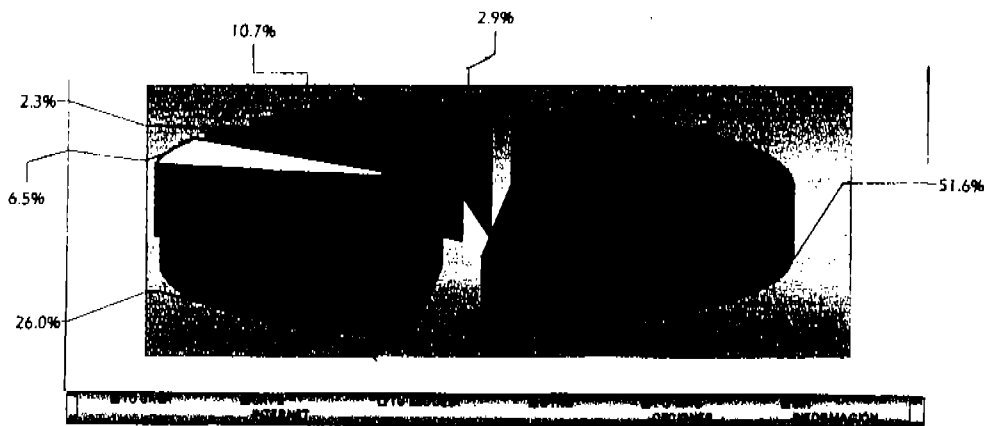
de escuela privada y 15 de pública; 13 de Venustiano Carranza, 4 de privada y 9 de pública; 19 son de Xochimilco, 6 de privada y 13 de pública.

De los 25 que se conectan desde su escuela tenemos que 2 son de Azcapotzalco ambos asisten a escuela privada; 3 son de Benito Juárez y ellos acuden a escuela privada; 1 corresponde a Coyoacán acude a escuela privada; 2 son de Tláhuac, ambos asisten a escuela privada; 8 de Venustiano Carranza, 5 de privada y 3 de pública; 9 son de Xochimilco, 7 de privada y 2 de pública

Observamos también que quienes se conectan desde su escuela es únicamente el 6.5%, a pesar de que todas las escuelas cuentan con algún laboratorio de cómputo (lo que no implica que éste sea suficiente para la población estudiantil).

Se puede ver a detalle desde donde se conectan a Internet los jóvenes encuestados, estos resultados nos dan la GRAFICA 7.

GRÁFICA 7
Cuando consultas Internet lo haces desde:



En esta GRÁFICA 7 observamos que el mayor porcentaje, 51.6% de jóvenes encuestados se conectan desde su casa, el 26% desde un café Internet, el 6.5% desde su escuela, 2.3% desde otro, 10.7% eligió más de una opción, y el 2.9% no arrojó información.

No obstante, tienen más posibilidades de conectarse en su casa los estudiantes de escuelas privadas con respecto de los de escuelas públicas; éstos últimos se conectan mayormente desde un café Internet.

GRÁFICA 8
Cuántas veces a la semana te conectas a Internet



En la GRÁFICA 8 podemos observar que el 48.2% de los jóvenes que se conectan a Internet lo hacen de 1 a 2 veces a la semana, el 27.6% se conecta de 3 a 5 veces, el 21.3% lo hace 5 o más veces y 2.9% no arrojó información.

Tabla 5
Horas a la semana en el chat

DELEGACIÓN	1 A 2 HRS.	PRIV.	PUB.	H	M	3 A 5 HRS.	PRI V.	PUB.	H	M	5 O MÁS HRS.	PRIV.	PUB.	H	M
AZCAPOTZALCO	38	18	15	18	15	15	6	9	9	6	9	5	4	2	7
BENITO JUÁREZ	48	23	25	22	26	14	7	7	4	10	1	1	0	1	0
COYOACÁN	49	21	28	24	25	5	3	2	1	4	6	5	1	4	2
TLAHUAC	34	20	14	15	19	12	7	5	6	6	2	2	0	2	0
V. CARRANZA	37	14	23	22	19	15	10	5	10	5	8	7	1	2	6
XOCHIMILCO	41	19	22	23	18	10	5	5	5	5	8	7	1	5	3
TOTAL	242	115	127	124	118	71	38	33	35	36	34	27	7	16	18

PRIV. escuela privada
PUB. escuela pública

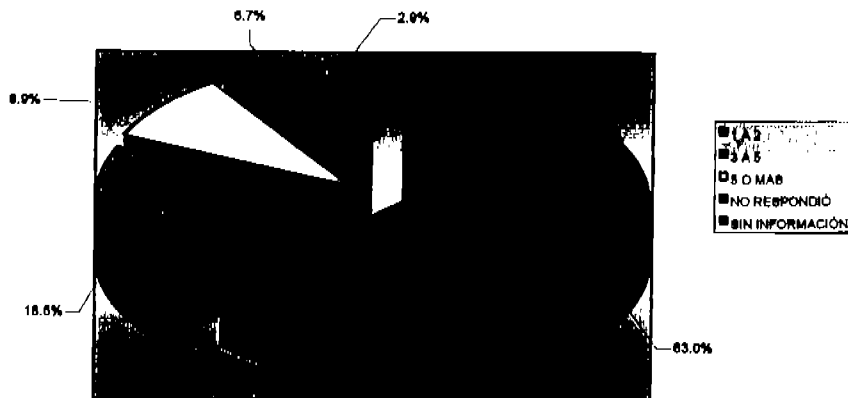
H Hombres
M Mujeres

La tabla 5 muestra que de 242 jóvenes que entran al chat de 1 a 2 horas a la semana, 38 pertenecen a Azcapotzalco, 48 a Benito Juárez, 49 a Coyoacán, 34 a Tláhuac, 37 a Venustiano Carranza y 41 a Xochimilco. De éstos, 115 asisten a escuelas privadas y 127 a públicas; 124 son hombres y 118 mujeres.

Los 71 que entran de 3 a 5 horas a la semana, 15 pertenecen a Azcapotzalco, 14 a Benito Juárez, 5 a Coyoacán, 12 a Tláhuac, 15 a Venustiano Carranza y 10 a Xochimilco, 38 pertenecen a escuelas privadas y 33 a públicas; 35 son hombres y 36 mujeres.

De los 34 que entran 5 ó más horas a la semana 9 pertenecen a Azcapotzalco, 1 a Benito Juárez, 6 a Coyoacán, 2 a Tláhuac, 8 a Venustiano Carranza y 8 a Xochimilco. De éstos, 27 son de escuelas privadas y 7 de públicas; 16 son hombres y 18 mujeres.

GRÁFICA 9
Cuántas horas a la semana entras al chat



En la GRÁFICA 9 podemos observar que el mayor número de jóvenes 63% se conecta al chat de 1 a 2 horas a la semana, 18.5% de 3 a 5 horas a la semana, 8.9% 5 o más horas, 6.7% no respondió y 2.9 % corresponde a los jóvenes que colocamos en el rubro de sin información.

Tabla 6
Por qué consultas Internet

DELEGACIÓN	TRABAJOS ESCOLARES	MODA		DIVERSIÓN			OTRO			1 O MAS OPCIONES					
		H	M	H	M		H	M		H	M				
AZCAPOTZALCO	26	10	16	1	1	0	17	14	3	3	2	1	14	5	9
BENITO JUÁREZ	16	9	7	0	0	0	27	9	18	4	3	1	17	6	11
COYOACÁN	10	4	6	0	0	0	20	11	9	2	2	0	32	15	17
TLÁHUAC	33	14	19	0	0	0	13	9	4	1	1	0	11	4	7
V. CARRANZA	21	13	8	0	0	0	18	15	3	2	0	2	21	7	14
XOCHIMILCO	33	14	19	0	0	0	15	10	5	1	1	0	15	10	5
TOTAL	139	64	75	1	0	0	110	68	42	13	9	4	110	47	63

H Hombres
M Mujeres

En la tabla 6 tenemos que de los 139 jóvenes que consultan Internet para trabajos escolares, en Azcapotzalco 10 son hombres y 16 mujeres; en Benito Juárez, 9 son hombres y 7 son mujeres; en Coyoacán 4 son hombres y 6 mujeres; en Tláhuac, 14 son hombres y 19 mujeres; en Venustiano Carranza, 13 son hombres y 8 mujeres; en Xochimilco, 14 son hombres y 19 mujeres.

Sólo 1 se conecta a Internet por moda que es de la delegación Azcapotzalco y es de género masculino.

Los 110 que se conectan por diversión en, Azcapotzalco 14 son hombres y 3 mujeres; en Benito Juárez, 9 son hombres y 18 son mujeres; en Coyoacán 11 son hombres y 9 mujeres; en Tláhuac, 9 son hombres y 4 mujeres; en Venustiano Carranza, 15 son hombres y 3 mujeres; en Xochimilco, 10 son hombres y 5 mujeres.

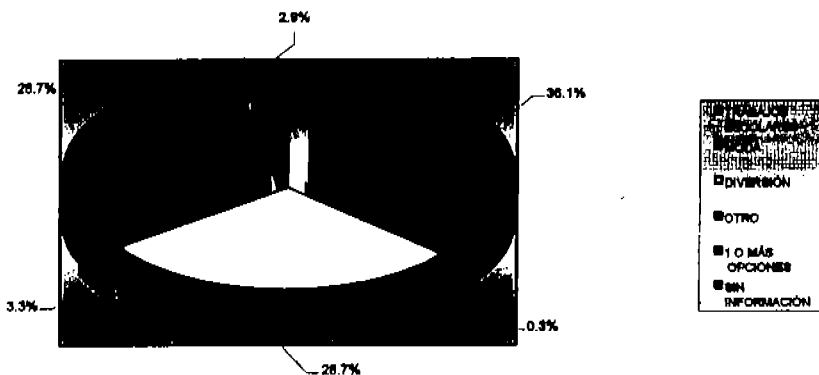
De los que respondieron la opción de otro, encontramos en Azcapotzalco 2 hombres y 1 mujer, en Benito Juárez 3 hombres y 1 mujer, en Coyoacán 2 hombres, en Tláhuac 1 hombre, en Venustiano Carranza 2 mujeres y en Xochimilco 1 hombre. De los que eligieron esta opción, 2 hombres consultan pornografía; 2 hombres y 1 mujer buscan información; 3 hombres y 1 mujer

lo consultan por trabajo; 2 mujeres y 1 hombre consultan para checar su e mail y 1 mujer para bajar música.

Los 110 jóvenes restantes que eligieron más de 1 opción, 81 se conecta por trabajos escolares y diversión; 35 son hombres y 46 mujeres; 5 se conectan por trabajos escolares y otro, 4 son hombres y 1 mujer; 1 hombre se conecta por moda y diversión; 5 se conectan por diversión y otro, 4 son hombres y 1 mujer; 17 se conectan por trabajos escolares, moda y diversión, 3 son hombres y 14 mujeres; 1 mujer se conecta por trabajos escolares, moda y otro.

Finalmente en el rubro de sin información tenemos a 11 jóvenes que representan el 2.9% de la población muestra.

GRÁFICA 10
Por qué te conectas a Internet



En la GRÁFICA 10 podemos observar que el 36.1% se conecta a Internet por trabajos escolares, el 28.7% por diversión, .3% por moda, 3.3% por otro, el 28.7% eligieron más de 1 opción y 2.9% no arrojó información.

En la GRÁFICA 11 donde se muestran los resultados sobre la pregunta si Internet es un medio para hacer nuevos amigos/as, buscar novio/a, mantener sus amistades y comunicarse con su familia, los datos porcentuales fueron:

	MUCHO	POCO	NADA	SIN INFORMACIÓN
Hacer nuevos amigos/as	24.0%	48.7%	24.4%	2.9%
Buscar novio/a	6.0%	25.5%	65.6%	2.9%
Mantener tus amistades	41.7%	38.0%	17.4%	2.9%
Comunicarte con tu familia	33.3%	39.8%	24.0%	2.9%

GRÁFICA 11
Internet es un medio para?

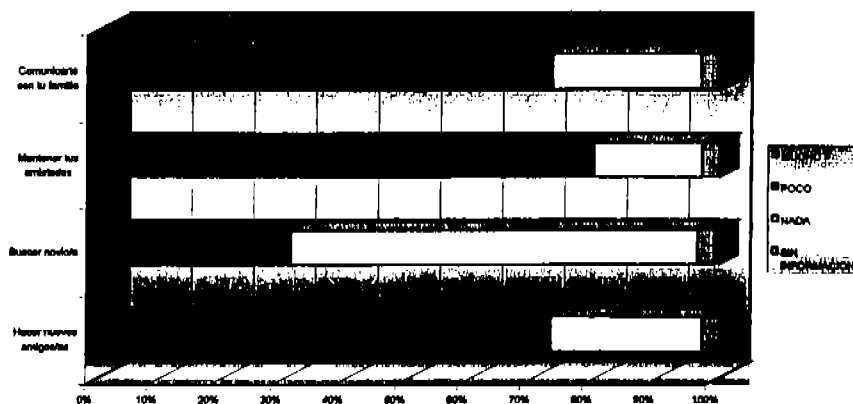


Tabla 7
Nuevos amigos/as en correo electrónico o chat

DELEGACION	SI	PRIV.	PUB.	H	M	NO	PRIV.	PUB.	H	M
AZCAPOTZALCO	28	14	14	14	14	30	14	16	15	15
BENITO JUÁREZ	29	17	12	11	18	35	15	20	16	19
COYOACÁN	21	6	15	11	10	43	26	17	21	22
TLÁHUAC	35	20	15	16	19	20	11	9	11	9
V. CARRANZA	26	14	12	13	13	33	17	16	21	12
XOCHIMILCO	27	15	12	18	9	36	17	19	17	19
TOTAL	166	86	80	83	83	197	100	97	101	96

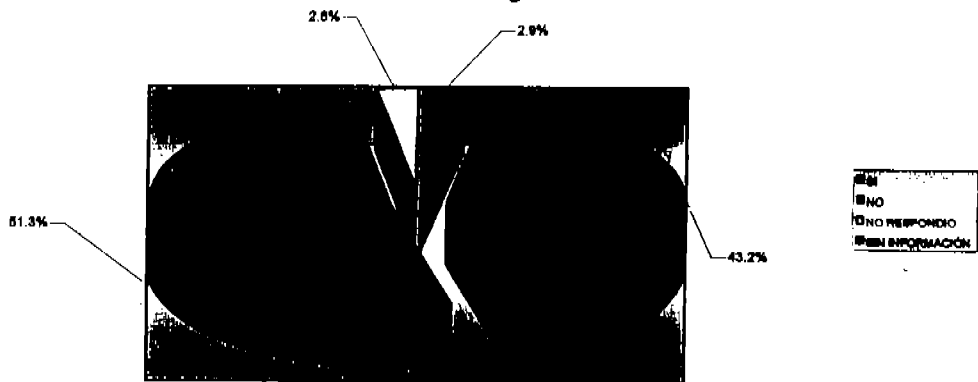
PRIV. escuela privada
PÚB. escuela pública

H Hombres
M Mujeres

En la tabla 7 se muestra que 166 jóvenes consideran sí haber hecho nuevos amigos/as en correo electrónico o chat, de ellos, 28 son de Azcapotzalco, 29 de Benito Juárez, 21 de Coyoacán, 35 de Tláhuac, 26 de Venustiano Carranza y 27 de Xochimilco; 86 acuden a escuelas privadas y 80 a públicas; 83 son hombres y 83 mujeres.

De 197 que respondieron no haber hecho amigos/as en chat o correo electrónico, 30 son de Azcapotzalco, 35 de Benito Juárez, 43 de Coyoacán, 20 de Tláhuac, 33 de Venustiano Carranza y 36 de Xochimilco; 100 acuden a escuelas privadas y 97 a públicas; 101 son hombres y 96 mujeres.

GRÁFICA 12
Consideras que haz hecho nuevos amigos/as en el chat o correo electrónico



En la GRÁFICA 12 podemos observar que el mayor número de jóvenes 51.3% respondió no haber hecho nuevos amigos en el chat o correo electrónico; 43.2% respondió que sí; 2.6% no respondió y 2.9% corresponde a la población considerada en el rubro de sin información.

No se observó diferencia significativa ante estos resultados entre los jóvenes de escuela públicas o privadas.

GRÁFICA 13
Con el chat y el correo electrónico se establecen relaciones superficiales



En la GRÁFICA 13 se aprecia que 62.2% (239 estudiantes) consideran que con el chat y el correo electrónico sí se establecen relaciones superficiales, mientras el 33.8% (130 estudiantes) considera que no, el 1.1% no respondió y 2.9% corresponde a la población localizada en el rubro de sin información.

Tabla 8
Importancia de comunicación cara a cara para los jóvenes encuestados

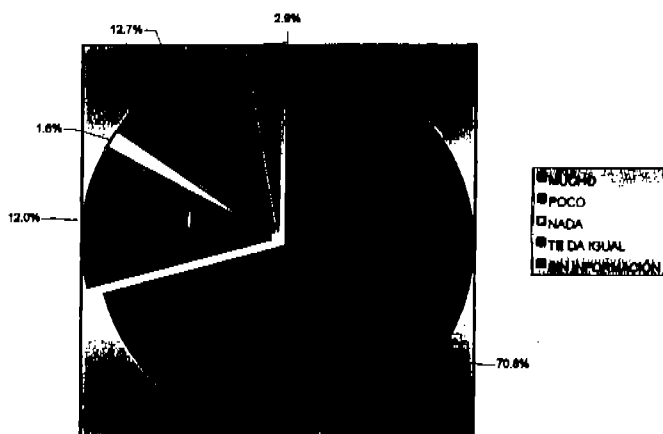
DELEGACIÓN	MUCHO	PRIV.	PÚBL.	H	M	POCO	PRIV.	PÚBL.	H	M	NADA	PRIV.	PÚBL.	H	M	TE DA IGUAL	PRIV.	PÚBL.	H	M
AZCAPOTZALCO	42	22	20	21	21	10	5	5	7	3	1	1	0	1	0	8	3	5	3	5
BENITO JUÁREZ	47	24	23	17	30	7	3	4	5	2	0	0	0	0	0	10	5	5	5	5
COYOACÁN	47	24	23	22	25	10	4	6	4	6	0	0	0	0	0	7	4	3	6	1
TLÁHUAC	40	21	19	18	22	11	7	4	8	3	2	1	1	1	1	5	2	3	1	4
V. CARRANZA	46	22	24	26	20	5	2	3	3	2	1	0	1	0	1	10	8	2	6	4
XOCHIMILCO	50	21	29	28	22	3	0	3	2	1	2	1	1	0	2	9	7	2	6	3
TOTAL	272	134	138	132	140	46	21	25	29	17	6	3	3	2	4	49	29	20	27	22

PRIV. escuela privada
PÚBL. escuela pública
H Hombres
M Mujeres

En la Tabla 8 podemos observar que 272 jóvenes que eligieron la opción mucho en la pregunta de qué tan importante era para ellos establecer una comunicación cara a cara 42 son de Azcapotzalco, 47 de Benito Juárez, 47 de Coyoacán, 40 de Tláhuac, 46 de Venustiano

Carranza y 50 de Xochimilco; mientras que 46 repondieron poco, de ellos, 10 son de Azcapotzalco, 7 de Benito Juárez, 10 de Coyoacán, 11 de Tláhuac, 5 de Venustiano Carranza y 3 de Xochimilco; de los 49 que respondieron que les daba igual, 8 son de Azcapotzalco, 10 de Benito Juárez, 7 de Coyoacán, 5 de Tláhuac, 10 de Venustiano Carranza y 9 de Xochimilco; de los 6 que respondieron nada, 1 es de Azcapotzalco, 2 de Tláhuac, 1 de V. Carranza y 2 de Xochimilco.

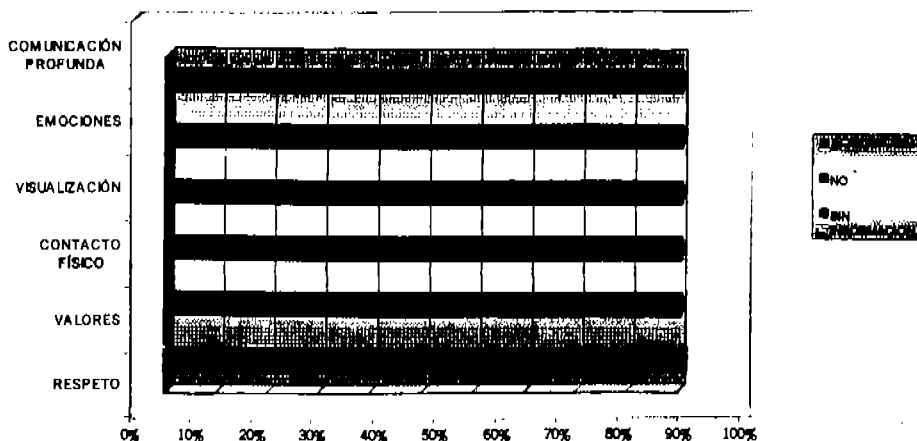
GRÁFICA 14
Importancia de comunicación cara a cara para los jóvenes encuestados



En la GRÁFICA 14 podemos apreciar que del 70.8% de los jóvenes que respondieron **mucho**, el 34.9% corresponde a escuela privada y 35.9% de pública; del 12% que respondieron **poco**, 5.5% corresponde a escuela privada y 6.5% a escuela pública; del 12.7% que respondieron que les daba **igual** el 7.5% corresponde a escuela privada y 5.2% a escuela

pública; del 1.6% que respondió nada, .8% corresponde a escuela privada y .8% a pública; finalmente del 2.9% corresponde a la población ubicada en el rubro de sin información.

GRÁFICA 15
Con el uso del correo electrónico y el chat hay una pérdida de:



La GRÁFICA 15 podemos observar que del 39.1% que respondieron que sí hay pérdida de respeto 25.3% acuden a escuela privada y 13.8% a pública, el 58% que respondió que no, 24.2% de escuela privada y 33.8% de pública.

Respecto a los que consideran que sí hay pérdida de valores que es el 32.6% de éstos, 20.8% acuden a escuela privada y 11.7% a pública, 64.5% opinaron que no, 28.6% son de escuela privada y 35.9% de pública.

El 73.7% opinó que sí hay pérdida de contacto físico, 37% son de escuela privada y 36.7% de pública, el 23.4% opinó que no, el 12.5% acude a escuela pública y 10.9% de pública; por otra parte, el 67.2% cree que sí hay pérdida de visualización, de ellos 32.6% son de escuela

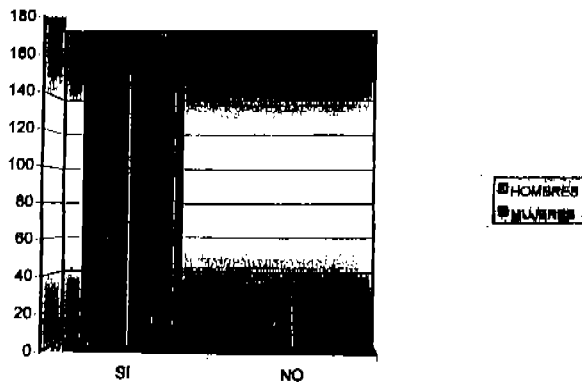
privada y 34.6% de pública, el 29.9% cree que no la hay, de ellos 16.9% son de escuela privada y 13% a pública.

Respecto de lo que opinan de la pérdida de emociones, 46.4% respondió que sí la hay, de ellos 22.2% de escuela privada y 24.2% de pública, el 50.8% respondieron que no, 27.3% son de escuela privada y 23.4% de pública.

Finalmente al cuestionarlos sobre la pérdida de comunicación profunda el 54.7% respondió que sí hay, de ese porcentaje el 25.8% de escuela privada y 28.9% de escuela pública, mientras que el 42.4% respondió que no, 23.7% de escuela privada y 18.7% de pública.

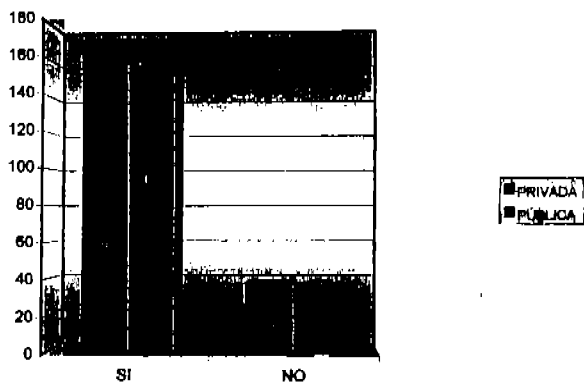
GRÁFICA 16
El correo electrónico y el chat son formas de comunicación
Impuestas por las nuevas tecnologías

Total por género



GRÁFICA 17
El correo electrónico y el chat son formas de comunicación
impuestas por las nuevas tecnologías

Total por tipo de escuela



En la GRÁFICA 16 Y 17 se aprecia que de 318 jóvenes que consideran que el chat y el correo electrónico **si** son formas de comunicación impuestas por las nuevas tecnologías, 162 van en escuela privada y 156 en pública, de éstos 155 son hombres y 163 mujeres; mientras 55 jóvenes opinan que **no**, 38 son de escuela privada y 17 de pública, de éstos 34 son hombres y 21 mujeres.

En resumen el 82.8% opina que **si** son formas de comunicación impuestas por las nuevas tecnologías, 14.3% que **no** y 2.9% corresponden a la población considerada en el rubro de sin información.

En la GRÁFICA 18 podemos observar que del 84.6% (325 jóvenes) que respondieron **no** haberse alejado de sus relaciones personales por adentrarse en el mundo virtual, 168 son de escuela privada y 157 de pública, de éstos 158 son hombres y 167 mujeres; el 12.5%, es decir,

48 jóvenes respondió que sí, 22 son de escuela privada y 26 de pública, de éstos 31 son hombres y 17 mujeres, finalmente el 2.9% que corresponde a la población que se ubica en el rubro de sin información.

GRÁFICA 18

Te haz alejado de tus relaciones personales por adentrarte en el mundo virtual

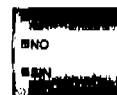


Tabla 9
Qué forma de comunicación prefieres?

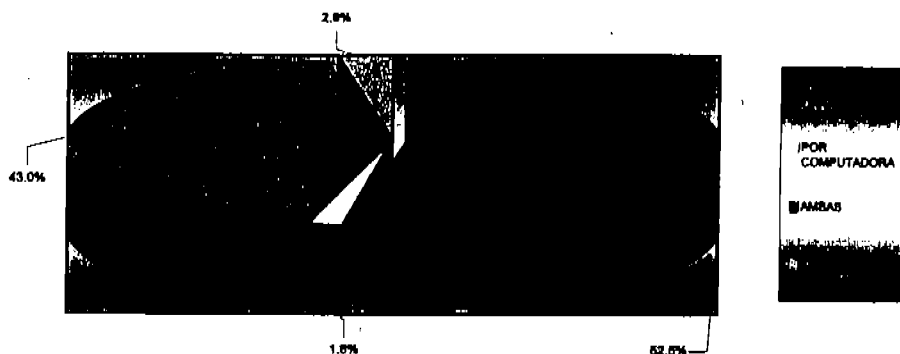
DELEGACIÓN	CARA A CARA	PRIV.	PÚBL.	H	M	POR COMPUTADORA	PRIV	PÚBL.	H	M	AMBAS	PRIV.	PÚBL.	H	M
AZCAPOTZALCO	30	16	14	17	13	3	3	0	2	1	28	12	16	14	14
BENITO JUÁREZ	36	16	20	16	20	0	0	0	0	0	28	16	12	11	17
COYOACÁN	38	16	22	17	21	0	0	0	0	0	26	16	10	15	11
TLÁHUAC	31	19	12	17	14	2	0	2	1	1	25	12	13	10	15
V. CARRANZA	30	14	16	22	8	0	0	0	0	0	32	18	14	13	19
XÓCHIMILCO	37	16	21	20	17	1	1	0	1	0	26	15	11	14	12
TOTAL	202	97	105	109	93	6	4	2	4	2	165	89	76	77	88

PRIV. escuela privada
PÚBL. escuela pública

Como puede observarse en la Tabla 9 la mayoría de los jóvenes prefieren la comunicación cara a cara, de los 202 jóvenes que prefieren esta comunicación 105, pertenece a escuela privada y 97 a pública, 109 son hombres y 93 mujeres; de los 6 que prefieren comunicarse a través de la computadora, 4 son de escuela privada y dos de pública, 4 son hombres y 2

mujeres y finalmente, los 165 jóvenes que prefieren ambos tipos de comunicación, 89 son de escuela privada y 76 de pública, 77 son hombres y 88 mujeres.

GRÁFICA 19
Qué forma de comunicación prefieres?



En la GRÁFICA 19 se puede apreciar que el mayor porcentaje de la población muestra 52.5% prefiere la comunicación cara a cara, el 43% prefiere ambas formas de comunicación, es decir, cara a cara y por computadora, el 1.6% comunicación por computadora y, finalmente el 2.9% corresponde a la población que se ubica en el rubro de sin información.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Así pues, siendo uno de los objetivos a cumplir en esta investigación en el que se plantea la modificación del papel del emisor y el receptor con la introducción de las computadoras y el sistema multimedia, podemos afirmar que con el uso de Internet, el correo electrónico y el chat se establece una comunicación en la que los jóvenes u otros usuarios implicados asumen alternativamente el papel de emisor y receptor, en una

comunicación multidireccional, en la que el emisor-receptor ahora tiene la posibilidad de recibirlo y devolverlo de manera inmediata.

Con lo anterior se confirma la hipótesis que planteamos a este respecto, en la que consideramos que con Internet la comunicación interpersonal entre los jóvenes mediadas por el correo electrónico y el chat se estructuran de manera que se genera un cambio en el concepto de emisor, pues ya no es solo el que envía el mensaje si no que se vuelve también partícipe activo en el intercambio de información.

En cuanto al objetivo de conocer de si los jóvenes del Distrito Federal han cambiado su forma de interacción con la introducción de las computadoras y sistemas multimedia, creímos que aquellos habían abandonado las "viejas prácticas" de comunicación, tales como las cartas o las llamadas telefónicas; incluso considerábamos que actualmente les costaba cada vez más trabajo interactuar por medio de la palabra hablada. Pero esto no es tan cierto, ya que al entablar comunicación por medio de la red, el chatear es ante todo una manera de multiplicar sus comunicaciones convencionales.

Por otra parte, analizando si el uso del correo electrónico y el chat modifican los jóvenes la comunicación interpersonal, basándose en una comunicación mediada por computadora, con el resultado que nos arroja la aplicación del cuestionario pudimos darnos cuenta de que estos servicios son elementos complementarios para su vida social, laboral, escolar y no elementos de sustitución en el que prefieran la comunicación mediada por computadora a un encuentro cara a cara.

A pesar de lo que podamos pensar sobre que Internet, el chat y el correo electrónico son usados por los jóvenes como medio para hacer nuevas amistades, los resultados nos revelan que la mayoría de ellos considera que es poco factible que entablen relaciones en

este ámbito. En cuanto a las relaciones de noviazgo, la mayoría opinó que en definitiva estos servicios no son utilizados para entablar relaciones de este tipo.

Según los resultados, los jóvenes encuestados respondieron no usar el chat ni el correo electrónico para hacer nuevas amistades, no obstante les ayuda en mucho a mantener las que ya tienen; por el contrario, y quizá resultaría un tanto contradictorio, consideraron que para mantener sus amistades ayuda mucho, pero para comunicarse con su familia poco, (quizá porque la familia no tiene acceso a estos servicios).

De las relaciones que pudieran darse a través del chat y el correo electrónico, la mayoría de los encuestados aceptaron que son relaciones superficiales y que, con todo y las facilidades de comunicación que brinda este medio, siguen prefiriendo la comunicación cara a cara.

Los resultados nos revelaron que sí hay una conciencia por parte de los jóvenes en cuanto a la pérdida de algunos elementos importantes que nutren la comunicación interpersonal con la utilización de Internet. La mayoría opinó que sí hay una pérdida de comunicación profunda, de visualización, de emociones y, obviamente de contacto físico. Sin embargo, la mayoría no cree que exista una pérdida ni de valores ni de respeto.

Con lo anterior, queda confirmada la hipótesis acerca de que para los jóvenes del Distrito Federal, con el uso del correo electrónico y el chat, se limita la efectividad de la comunicación mediada por computadora, por la pérdida de los factores mencionados en el párrafo anterior.

Finalmente, muchos son los jóvenes que afirmaron no haberse alejado de sus relaciones personales, aunque hay una minoría que sí lo ha hecho por encontrarse inmersos en ese mundo lleno de información y contactos sin límites geográficos, culturales, etc., que ofrece Internet.

Sin embargo, aunque sea una minoría (12.6% del total de jóvenes encuestados) la población que sí se ha alejado de las relaciones interpersonales por adentrarse en el mundo virtual, la hipótesis sostenida de que las relaciones sociales de los jóvenes con acceso a las nuevas tecnologías de comunicación e información, se dan principalmente en el ciberespacio apartándose de las relaciones personales con los demás seres humanos, no está tan alejada de la realidad.

Afortunadamente hemos podido encontrar en este estudio que, aunque los servicios de Internet han revolucionado a la sociedad, aún sigue predominando el gusto y la necesidad por el acercamiento, el encuentro, el contacto físico como formas elementales o primarias de la comunicación interpersonal, ya que específicamente en ésta, se conserva la autenticidad de la vida humana.

CONCLUSIONES

En la historia de la comunicación podemos establecer dos etapas: en la primera, la información y la comunicación se establecían físicamente, por medio de informes, reuniones cara a cara, llamadas telefónicas analógicas o transmisiones a través de la radio y la televisión, discos, libros, etc.; en la segunda, la información en todas sus formas y las comunicaciones humanas tienen forma digital, disponibles a cualquier hora y lugar.

La configuración tecnológica de los nuevos medios determina la superación de uno de los caracteres de la comunicación unidireccional y difusiva propia de los medios tradicionales: la ausencia de un *feedback* inmediato, simultáneo a la emisión y enviado al receptor por el mismo canal de transmisión utilizado por el emisor.

Es así como los avances tecnológicos en el ámbito de las comunicaciones han producido cambios radicales en la recepción y transmisión de la información, así como reducido tiempos y traspasado fronteras locales, regionales y nacionales que nos acercan a personas, hechos y situaciones distantes y cercanas. Nos conectamos con personas que desconocemos, tenemos novedosos canales de expresión que nos ofrecen la posibilidad de que los mensajes lleguen más lejos y a un mayor número de personas; hay acceso casi inmediato a informaciones originadas en lugares distantes; producimos y recibimos más mensajes y hasta las condiciones laborales y el uso del tiempo libre también se ven trastocadas.

Hoy día, es innegable la influencia de la tecnología en todos los espacios de la vida y resaltamos que poco se ha contemplado esta influencia en los seres humanos.

La computadora se considera como una herramienta creada por el hombre para hacerle la vida más cómoda y placentera. Su uso reemplaza la realización tanto de trabajos físicos como intelectuales, por ejemplo, hacer una búsqueda física en libros, periódicos o revistas

sobre algún tema en particular, descentralización de espacios culturales de discusión, etc., lo que la califica como un avance prodigioso para el desarrollo de la humanidad, que pone de manifiesto las capacidades creadoras del ser humano y que al liberarlo de muchas tareas y actividades, debiera regresarlo al mundo que lo rodea, amigos, familia, naturaleza y a sí mismo.

Sin embargo, el uso de ésta tecnología también nos da otra característica: la inmovilidad física de las personas, pues ya no es necesario, en muchas ocasiones desplazarse para buscar un documento, trabajo, para comprar e incluso para realizar transacciones bancarias.

En efecto, es una relación que parece inversamente proporcional: entre más se adentra el ser humano por el universo, más pequeño resulta su espacio habitacional. Los medios de comunicación y, sobre todo, las modernas tecnologías, tienen su parte en esto: se ha vuelto cada vez más fácil desplazar informaciones a través de las redes de comunicación.

La política económica y técnica que hay detrás de todo esto reduce las posibilidades de contacto personal. El ser humano, en medio de este juego, tan solo maneja la ilusión de dominio desde su habitación, por medio del control remoto y de una pantalla sale al mundo externo. De esta forma, la terminal se transforma en una ventana más atractiva que la que realmente da a la calle. Películas, espectáculos, información general, videotextos, videojuegos; universos artificiales que provocan la impresión de movilidad y posesión del espacio exterior. No obstante dichas limitaciones, con todos estos avances nos sentimos cada vez más próximos al progreso.

Las ventajas generalmente admitidas que aportan las nuevas tecnologías son la descentralización de los espacios de decisión cultural y de emisión, la diversificación de los mensajes, la interacción o *feedback* entre receptor y emisor, y la programación que hace el usuario en su propia computadora.

El hecho de que el hombre esté en contacto cada vez más no con otro hombre, sino con las máquinas; en el trabajo, la escuela, el hogar, el supermercado, incluso en su tiempo libre, en sus diversiones, lo llevará a estar en contacto con los demás seres humanos ya no de manera innata, natural, común, sino de una forma especial y esporádica.

Podemos darnos cuenta que las jerarquías culturales, sociales y de todo tipo no sólo tienden a disminuir en la red, sino que ceden el espacio a la creación de sensibilidades diferentes: una cultura, un lenguaje y una conciencia colectiva común entre seres humanos distantes, que ni siquiera se conocen, con experiencias, historias y preocupaciones diferentes y que confluyen en la llamada "cibernavegación".

La aparición de Internet ha revolucionado la sociedad, ha creado conceptos como: ciberespacios, comunidades virtuales; ha cambiado hábitos de nuestra vida cotidiana y, sobre todo, ha forjado nuevas formas de comunicación, en donde la palabra escrita retoma fuerza .

Esta necesidad del ser humano de comunicarse le ha llevado a probar nuevas formas de relación; como es el caso de las relaciones afectivas a través de la red. En este tipo de relaciones cobra una vital importancia el lenguaje escrito, ya que la comunicación, en la mayoría de los casos, se produce mediante el texto escrito y mediante conversaciones en tiempo real. En este sentido nos preguntamos qué pasa con la comunicación no verbal y la respuesta que hemos encontrado es que ésta ahora pasa por señales que no provienen del cuerpo o del entorno físico, sino que está dada por elementos que incorporan señales del contexto socioemocional, utilizando texto imagen y sonido para construir la presencia física: los emoticons, en los cuales se recrean las emisiones gestuales.

Aunque el mito de la frialdad de las computadoras está extendido por toda la red, lo cierto es que está recorrida por todo tipo de sentimiento. Allí las identidades se transforman, se anulan, se proyectan. El tiempo importa poco, pues la instantaneidad está presente.

Es evidente que los avances de la técnica, la introducción de la computadora y los sistemas multimedia han hecho posible que podamos mantener actualmente conversaciones audiovisuales, ver y oír (lamentablemente no nos permiten no tocar ni oler) a la persona o personas con las que nos comunicamos a través de la computadora.

En esta investigación hemos encontrado que la interacción vía computadora está dada sobre la base de la ausencia, es decir, la presencia de "otra persona" (en el sentido físico) no es limitante para la interacción y la comunicación. Puesto que la información a la que se accede en Internet, y junto con ello los espacios que se presentan para el intercambio de experiencias, son lugares donde no necesitan de "otro presencial" para conversar, jugar, debatir, enamorarse, comprar, vender o transmitir información, pero, por otro lado, las instancias de interacción sincrónica que ofrece Internet no aseguran que la "otra persona" con quien se interactúa sea realmente quien se presenta, dado el anonimato que existe en este medio. Aunque también hemos mencionado que la doble personalidad no es exclusiva de éste. No se origina, ni se desarrolla en él, es una parte del ser de cada individuo.

Entonces, sí se han trastocado las formas tradicionales de interacción no solamente entre los jóvenes, y dos de los elementos más sobresalientes dentro de las posibilidades que ofrece Internet son los chats de conversación y el correo electrónico, a través de los cuales es posible la formación de relaciones interpersonales, manteniéndolas por largo tiempo sin necesidad del contacto físico.

Las características del medio son ineludibles, y condicionan las interacciones verbales de los jóvenes. Predominan las estructuras gramaticales sencillas. La necesidad de teclear deprisa ocasiona que las expresiones sean cortas y que la corrección ortográfica no importe. Muchos jóvenes afirman que intentan acercarse al máximo a lo que para ellos es una conversación cotidiana. No obstante, la conversación acontece por escrito.

Internet además de su velocidad, flexibilidad, diversidad de información, bajo costo, entre otras, ofrece a los jóvenes el mejor camino para buscar el amor, la amistad, la compañía, es el espacio ideal para asumir roles, esconder personalidades, desinhibirse, liberar la fantasía, reencontrar ilusiones y esperanzas, pero al mismo tiempo le permite explorar una forma de ser que muchas veces no corresponde a la realidad.

Todo lo que se dice en un chat está mucho más pensado que lo que se dice en una conversación oral. A ello cabe añadir el hecho de que siempre se habla más rápido de lo que se tecldea, entonces las expresiones resultan más resumidas y van más directamente al grano.

Básicamente lo novedoso y lo maravilloso de los chats y el correo electrónico, radica en que con la escritura se puede recrear la privacidad de una persona.

Aunque, como nuevo modelo de conducta, los chats y el correo electrónico plantean una ampliación de las paradojas, dadas también en el contexto del contacto personal, sobre la existencia y los sentimientos, en donde la verdad y la mentira, lo falso y lo legítimo, coexisten.

Tenemos que reconocer que siendo el chat un medio distinto de lo conocido tradicionalmente como espacio social de interacción, en éste se manejan las relaciones sociales interpersonales bajo cánones similares a los conocidos en las relaciones tradicionales.

Sin embargo, en este sentido consideramos que, a nivel comunicacional, la característica que más aleja a los chats y al correo electrónico de las interacciones orales es la ausencia de una información "extra": los gestos, la entonación, las miradas, los cuerpos, el ruido ambiental, el acento, la cadencia de la voz, etc., y la función comunicativa de estos factores "extra" nos sigue pareciendo crucial.

Pero, la interacción cara a cara ya no es limitante para que los sujetos formen y establezcan relaciones interpersonales, tan llenas de entusiasmo y afecto (aunque no de certeza) como en un encuentro físico, ya que en este muchas veces podemos identificar las intenciones

de alguien con verlo a la cara o escucharlo, cosa que no se logra en la comunicación mediada por computadora, sino hasta quizá después de un tiempo de relación.

A través de la investigación de campo se encontró que los jóvenes del Distrito Federal de edades que oscilan entre los 15 y 20 años y que utilizan Internet y sus servicios, la mayor parte de ellos acuden a escuelas privadas; los lugares desde donde lo consultan resultó ser su propia casa o un café Internet; se conectan de 1 a 2 veces por semana en un promedio de 1 a 2 horas y utilizan Internet para resolver trabajos escolares o por diversión.

Los jóvenes encuestados respondieron que Internet es un medio poco utilizado para hacer nuevos amigos o para buscar novio/a, les es útil para mantener sus amistades, no así para comunicarse con su familia. Además consideran que con el chat y correo electrónico se establecen relaciones superficiales y dan mayor importancia a establecer una comunicación cara a cara.

Probablemente si tenemos la oportunidad de asistir a un ciber-café, por ejemplo, nos podremos dar cuenta de que por muy superficiales que resulten las relaciones establecidas a través de los chats, los jóvenes pasan largo tiempo comunicándose o "platicando" y conociendo nuevas personas a través de este medio.

Del objetivo general de esta investigación que era analizar si los jóvenes del Distrito Federal han modificado su forma de interacción con la introducción de las computadoras y los sistemas multimedia, basándose en una comunicación mediada por computadora, nos sorprendimos gratamente al encontrar que la comunicación interpersonal sigue siendo para ellos más valiosa, ya que les permite mantener contacto directo, íntimo y espontáneo con las demás personas, aunque también resulte atractivo mantenerse en contacto con otras a las que no conoce.

Así pues, no podemos acusar a las nuevas tecnologías de ser, en sí, las causantes del aislamiento que padecen los habitantes de las grandes ciudades. Es la forma de aplicación o de

utilización de tales tecnologías dentro de cada estructura social, la que determina su función aislante o participativa.

Todas las tecnologías, en su momento y contexto han generado cambios en la vida de los seres humanos. Cada una de ellas se suma a las demás, por eso no debemos descalificar el desarrollo tecnológico.

La interactividad, lo digital y lo virtual son términos nuevos que nos arrojan las nuevas tecnologías y que sin embargo, nos alejan (aún cuando nos mantengamos en contacto unos con otros a través de algún instrumento de comunicación) de la riqueza que nos brindan las relaciones interpersonales.

Sin lugar a dudas, en la comunicación cara a cara es posible estimular los sentidos, cuando se interpone algo se producen irremediamente limitaciones en el uso de los mismos, quedando con esto comprobada nuestra hipótesis que plantea justamente que hay una restricción de la efectividad en la comunicación mediada por computadora.

La interacción se sitúa en un espacio-tiempo en cuyo ámbito se establece un campo de acción común en el que los sujetos involucrados deben poder entrar en contacto entre sí. Pero, no se trata ciertamente de una interacción natural, sino de una interacción humana mediada por máquinas.

ANEXO: CUESTIONARIO

Hola, estamos realizando una encuesta sobre la relación de los jóvenes con el Internet. Serías tan amable de regalarnos unos minutos de tu tiempo para responderla.

Sexo (F) (M)

Fecha de aplicación _____

Delegación _____

Edad _____
(Si no está en el rango de edad solicitado no llevar a cabo la encuesta)

Tipo de escuela: pública () privada ()

- 1.- Haz utilizado alguna vez Internet
Si () No ()
- 2.- Haz utilizado alguna vez el correo electrónico
Si () No ()
- 3.- Haz utilizado alguna vez el chat
Si () No ()

SI NO HA UTILIZADO NINGUNO DAR POR TERMINADA LA ENCUESTA

- 4.- Cuando te conectas a Internet lo haces:
a) desde tu casa
b) desde un café Internet
c) desde tu escuela
d) otro (especifica) _____
- 5.- Cuántas veces a la semana te conectas a Internet
1 a 2 () 3 a 5 () 5 o más ()
- 6.- Cuando estás en Internet lo consultas por:
a) Trabajos escolares ()
b) Moda ()
c) Diversión ()
d) Otro (especifica) _____
- 7.- Piensas que Internet es un medio un para:
Hacer nuevos amigos/as mucho () poco () nada ()
Buscar novia/o mucho () poco () nada ()
Mantener tus amistades mucho () poco () nada ()
Comunicarte con tu familia mucho () poco () nada ()
- 8.- Cuántas horas a la semana entras al chat
1 a 2 hrs. () 3 a 5 hrs. () 5 o más hrs. ()
- 9.- Consideras haber hecho nuevos amigos en el correo electrónico o en el chat
Si () No ()
- 10.- Crees que con el uso del correo electrónico y el chat se establecen relaciones superficiales
Si () No ()
- 11.- Qué tan importante es para ti establecer una comunicación cara a cara
mucho () poco () nada () te da igual ()
- 12.- Crees que por el uso del correo electrónico y el chat hay una pérdida o no de:
a) Respeto Si () No ()
b) Valores Si () No ()
c) Contacto físico Si () No ()
d) De visualización Si () No ()
e) De emociones Si () No ()
f) Comunicación profunda Si () No ()
- 13.- Crees que el uso de Internet, chat y correo electrónico son formas de comunicación impuestas por la nueva tecnología
Si () No ()
- 14.- En el último año, crees que te haz alejado de tus relaciones personales por adentrarte en el mundo virtual
Si () No ()
- 15.- Si tuvieras que decidir entre una comunicación cara a cara y una comunicación a través de la computadora ¿Cuál preferirías?
a) Comunicación cara a cara ()
b) Comunicación a través de la computadora ()
c) Ambas ()

Gracias.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

1. Albarrán, Agustín, Diccionario Pedagógico, México, Ed. Siglo nuevo editores, 1982.
2. Balle, Francis y Eymery, Gérard, Los nuevos medios de comunicación masiva, México, Ed. F.C.E., 1989.
3. Bateson G. y Ruesch, J., Comunicación, Barcelona, Ed. Paidós 1984.
4. Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto, Las nuevas tecnologías de la comunicación, España, Ed. Paidós, 1995.
5. Carballar, José, Internet. El mundo en sus manos, Estados Unidos, Ed. Addison-Wesley Iberoamericana, 1994.
6. Cebrían, Juan Luis, La red, Madrid, 2ª edición, Ed. Taurus, 1998.
7. CIESPAL, Esquemas del proceso de Comunicación, Quito, Ecuador, 1969.
8. Covi Druetta, Delia y Girado, Cristina, La convergencia tecnológica en los escenarios laborales de la juventud, México, F.C.P. y S., 2001.
9. De Kerckhove, Derrick, La piel de la cultura, Ed. Gedisa, España, 1999.
10. De Fleur, M.L y Batl-Rokeach, S. J., Teorías de la comunicación de masas, Ed. Paidós Comunicación, 1989.
11. Díaz Nosty, Bernardo, et al, La sociedad de la información, Madrid, Ed. Complutense, 1994.
12. Echeverría Javier, Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno, Barcelona, Ed. Destino, 1994.
13. Esebbag Benchimol, Carlos, Guía de iniciación. Internet, España, Ed. Anaya Multimedia, 1995.
14. Espíndola, Ma. Dolly y Arroyo, Ma. Leticia, La informática en la industria periodística, México, Ed. Colección modular UAM, 1989.
15. Fernández Collado, Carlos y L. Dahnke, Gordon, Comunicación Humana, México, Ed. McGraw-Hill, 1986.
16. Gackenbach Jayne and Evelyn Ellerman, Introduction to psychological aspects of Internet use, San Diego, Ed. Academic Press, 1998.

17. Galindo Cáceres, Jesús, Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación, México, Ed. Addison Wesley, 1998.
18. Giordano, Anna, traductora, Videoculturas de fin de siglo, España, Ed. Catedra, 1990.
19. Gómez-Mont, Carmen, Nuevas tecnologías de comunicación, México, Ed. Trillas, 1991.
20. Gubern, Román, El eros electrónico, Madrid, Ed. Taurus, 2000.
21. Guim, Jordi, Internet. La guía más fácil para dominar la red, Barcelona, Ed. Gestión 2000, 1997.
22. H. Blake, Reed y O. Haroldsen, Edwin, Taxonomía de conceptos de comunicación, México, Ed. Nuevo Mar, 1975.
23. Hybels, Sandra y Weaver, Richard, La comunicación, México, Ed. Logos Consorcio, 1978.
24. Ibáñez Brambila, Berenice, Manual para la elaboración de tesis, México, Ed. Trillas, 1992.
25. Gackenbach, Jayne and Ellerman, Evelyn, Psychology and the Internet: Introduction to psychological aspects of Internet use, California, Ed. Academic Press, 1998.
26. K. Berlo, David. El proceso de la comunicación, Buenos Aires, 9ª reimpresión, Ed. El Ateneo, 1978.
27. Kent, Peter, Internet fácil, México, Ed. Prentice Hall, 1995.
28. Linares, Julio, Autopistas Inteligentes, Madrid, Ed. Fundesco, 1995.
29. Marshall McLuhan, La aldea global, Barcelona, Ed. Gedisa, 1991.
30. McHale, John, El entorno cambiante de la información, España, Ed. Tecnos, 1981.
31. Millé, Carmen, La necesidad de comunicarse, México, Ed. Edamex, 1993.
32. Mortense, David, La comunicación; el sistema interpersonal, Argentina, Ed. Tres tiempos, 1972.
33. Negroponte, Nicholas, Ser Digital, México, Ed. Océano, 1996.
34. Paoli, J. Antonio, Comunicación, México, Ed. Edicol, 1979.
35. Pérez Tornero, José Manuel, Comunicación y educación en la sociedad de la información, España, Ed. Paidós, 2000.
36. Potter, James, Aprenda rápido Internet, México, Ed. Computec, 1996.

37. Rebeil Corella, Ma. Antonieta, ¿Cómo nos comunicamos? México, Ed. Alhambra, 1993.
38. Rheinhold, Howard, La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras, Barcelona, Ed. Gedisa, 1996.
39. Ricci, Bitti, Pio y Cortesi Santa, Comportamiento no verbal y comunicación, España, Ed. Gustavo Gili, 1977.
40. Rojas Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, México, Ed. UNAM, 1981.
41. Sánchez, Antulio, La era de los afectos en Internet, México, Ed. Océano, 2001.
42. Santamaría Vázquez, Rubén, Nuevas tecnologías de información y comunicación, México, Tesis UNAM, F.C.P. y S., 1990.
43. Sartori, Giovanni, La sociedad teledirigida, México, Ed. Taurus, 1998.
44. Schmelkes, Corina, Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación, México, Ed. Harla, 1988.
45. Schramm, Wilbur, Hombre, mensaje y medios, Madrid, Ed. Forja, 1982.
46. Schramm, Wilbur, Procesos y efectos de la comunicación colectiva, Quito, CIESPAL, 1964.
47. Silvestone, Roger y Hirsch, Eric, Los efectos de la nueva comunicación, España, Ed. Bosch Comunicación, 1996.
48. Toussaint, Florence, Crítica de la información de masas, México, Ed. Trillas, 1992.
49. Trejo Delarbre, Raúl, La nueva alfombra mágica, México, Ed. Diana, 1996.
50. Vattimo, Gianni, La sociedad transparente, España, Ed. Paidós, 1996.
51. Virilio, Paul, La bomba informática, Madrid, Ed. Cátedra, 1998.
52. Wallace, Patricia, La psicología de Internet, España, Ed. Paidós, 2001.
53. Wolf, Mauro, Los efectos sociales de los medios, España, Ed. Paidós, 1992.

HEMEROGRAFÍA

1. Aguilar Claudia, "La otra cara de Internet", Revista exp, año 1, número 3, marzo-abril 2001, México.
2. Gómez Mont, Carmen, "El nuevo espacio social" en Revista Mexicana de Comunicación, Núm. 29, año 5, mayo-junio 1993.
3. Redacción exp, "La generación "e" irrumpe en la nueva economía" Revista Exp, año 1, número 1, octubre 2000, México.
4. Rodríguez Gómez, Roberto, Revista electrónica Internet World, julio 1999.
5. Sánchez de Armas, Miguel Ángel, "Los dilemas de una red mundial", en Revista Mexicana de Comunicación, No 43, año ocho, febrero-abril 1996.
6. Santacruz, Lino, "La interactividad: industria del futuro", en Revista Mexicana de Comunicación, núm. 30, año cinco, julio-agosto 1993.
7. Uresti de Regil, Yolanda, "Un nuevo medio alternativo", en Revista Mexicana de Comunicación, No 55, año diez.

PÁGINAS ELECTRÓNICAS CONSULTADAS

www.lafacu.com

www.pm-press.com/noticias/oct98/not981007d.htm

www.starmedia.com.mx

www.ciberhabitat.gob.mx

www.razonypalabra.org.mx

www.quipo.it/parlaeuropa/primasp.html

www.umb.edu.co/edicion/pedagogia/poli/cuatro/red.html

www.maz.uasnet.mx/maryarena/diciembre/tecnologia necesaria.htm

www.vamosaeducar.com/mediosdecomunicacion/articulo.asp?did=87

www.hipersociologia.org.ar/papers/zelenersp.html

www.abacolombia.org/areapsicologiasocial

www.noticias.com/publicaciones/2002

<http://litteralis.galeon.com/internet.htm>