



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**CONSUMO DE INTERNET DE LOS EGRESADOS DE LA FES ACATLÁN
PARA CONOCER LA FORMA EN QUE INFLUYE EN EL DESARROLLO
DE SU CAPITAL CULTURAL Y PRÁCTICAS SOCIALES**

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA
PRESENTA**

NORMA LETICIA GARCÍA CARBAJAL

Asesor: Pimentel Bautista Enrique

NOVIEMBRE 2007



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.

*Con cariño para Michelle y Germán,
mis dos amores.*

Índice

Índice	V
Introducción	VII
Capítulo 1. Internet, un fenómeno cultural	1
1.1 Consumo cultural	3
1.2 Cultura y comunicación	8
1.2.1 La comunicación de masas	10
1.2.2 Las nuevas tecnologías de información y comunicación	12
1.2.3 Internet	13
1.2.4 La educación superior	15
1.3 Concepción estructural de la cultura de Thompson	16
1.3.1 Características de la concepción estructural de cultura	17
1.3.2 Transmisión cultural	19
1.3.3 Impacto interaccional	21
1.4 Consumo	23
1.4.1 Apropiación y uso	26
1.5 Capitales	27
Capítulo 2. Digitalización y telecomunicaciones	31
2.1 Medios de comunicación	33
2.2. Internet	34
2.3 Sociedad de la información	37
2.4 La educación superior en el siglo XXI	38
2.4.1 Internet en las universidades	39
2.4.2 La FES Acatlán	41
2.4.2.1 La red en la UNAM	43
2.4.2.2 La red en Acatlán	45
2.4.3 ¿Quiénes son los principales consumidores de Internet?	46
Capítulo 3. Estadística y análisis	51
3.1 ¿Por qué Internet?	53
3.2 Métodos y técnicas	57
3.2.1 Elección y construcción de los instrumentos	60
3.2.2 La encuesta	62
3.2.3 La entrevista	66
3.2.4 Aplicación de los instrumentos	67
3.2.5 Sistematización de la información	68
3.3 Los egresados de la FES Acatlán e Internet	70
3.3.1 Prácticas de consumo	69
3.3.1.1 Los cibernautas y la apropiación de la red	71
3.3.1.2 Usos	72
3.3.1.3 Interacción	74

3.4 Prácticas sociales y capital cultural	78
3.5 Valorización de la red	80
Capítulo 4. Prácticas sociales, consumo cultural e Internet	83
4.1 Consumo y capital cultural	85
4.1.1 Internet hoy	87
4.1.2 Internet en los campos educacional y laboral	87
4.1.3 Consumo, apropiación y uso	91
4.1.4 Interacción virtual	94
4.2 Algunas reflexiones sobre las Prácticas sociales y capital cultural	96
4.3 Conclusiones	99
Fuentes de consulta	106
Páginas electrónicas	107
Anexos	111

Introducción

El desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación ha revolucionado los medios de comunicación masiva y a través de la combinación digitalización-telecomunicaciones dio lugar al surgimiento de Internet, que se convirtió rápidamente en un fenómeno cultural digno de admiración, investigación e interpretación porque está transformando la forma de percibir la realidad de muchos actores sociales. Hoy en día, la red está cambiando las prácticas sociales que llevan a cabo miles de personas en todo el mundo. Por tales razones, ésta se convierte en un fenómeno social que encuentra cabida para estudiarse dentro de la investigación social.

La red de redes permite la interacción con pares a través del correo electrónico, del Messenger o de las páginas electrónicas, interacción en donde se pueden establecer conversaciones (sociabilizar) en el mismo tiempo y espacio o fuera de éstos; asimismo posibilita el acceso a una amplia gama de información de cualquier tipo, que es útil en los ámbitos laboral o académico y que por tanto puede incrementar el capital cultural de los individuos.

La aplicación tecnológica a la vida académica se ha vuelto una necesidad de la educación; las prácticas culturales actuales sobre el consumo de Internet han cambiado las formas de interactuar de los universitarios. La red, ofrece una gran variedad de alternativas, no sólo para el trabajo académico y de investigación, sino también en otros temas que cumplen las expectativas del consumo cultural de los egresados de la universidad. Bajo este contexto, debe reconocerse la importancia que tiene el

consumo de Internet como práctica cultural entre universitarios.

El objetivo de esta investigación es conocer el consumo de Internet de los egresados de la FES Acatlán y la forma en que influye en el desarrollo de su capital cultural y en sus prácticas sociales, para lo cual es necesario saber qué es lo que consumen en la red estos egresados a fin de conocer cuál es el valor simbólico que le asignan a Internet y por qué se apropian de ésta. Para ello la investigación se divide en cuatro capítulos: teórico, contextual, metodológico y de interpretación.

En el capítulo teórico se abordan los conceptos de Comunicación y Cultura, que son la base de esta investigación; tales conceptos se explican, bajo la visión de varios teóricos reconocidos en el tema; además, también se hace énfasis en conceptos como medios de comunicación masiva y consumo, educación superior, Internet y nuevas tecnologías que permiten abordar el objeto de estudio desde un punto de vista macrosocial a microsocioal.

En el capítulo contextual se hace una referencia histórica a los antecedentes más importantes y la forma en que ha evolucionado el objeto de estudio, Internet; asimismo, se habla sobre la educación universitaria y su importancia para el desarrollo socioeconómico de las sociedades. Se menciona la evolución de la conexión a la red desde sus inicios en la UNAM y luego en la FES Acatlán.

En el capítulo tres se explica y justifica la metodología a partir de la cual se realiza la investigación, se hace énfasis en la importancia del enfoque cualitativo como método para llevar a cabo el estudio de fenómenos culturales. Además, se establece la forma de aplicación y operacionalización de los datos, así

como el análisis de éstos, asimismo, se presenta una primera interpretación de los resultados obtenidos.

En el capítulo 4 se lleva a cabo una interpretación de los datos de manera más profunda, se realizan algunas reflexiones sobre el objeto de estudio y la investigación misma. Más adelante se realizan las conclusiones del trabajo y se establece si la hipótesis se comprobó y porqué. Se proponen alternativas que podrían ser válidas para realizar estudios sobre el consumo de Internet en otros ámbitos educativos como el nivel medio superior y superior, principalmente, considerando las posibles consecuencias del consumo de la red en el ámbito educativo si no se llevan a cabo medidas mediadoras. Al final de estos capítulos se encuentran los anexos, en dónde se podrán revisar las transcripciones y datos obtenidos con los instrumentos aplicados.

En las siguientes páginas se encontrará un trabajo de investigación sobre un fenómeno cultural de suma importancia en el mundo actual y en los años venideros, un fenómeno a nivel mundial que refleja las conductas de su uso y apropiación de posiblemente miles de estudiantes. Y al final del capítulo 4 se encuentran los anexos 3 y 4; los anexos 1, 2, 5, 6 y 7 se encuentran en archivo electrónico.



Capítulo 1

Internet, un fenómeno cultural

1.1 Consumo cultural

Lo importante es no dejar de preguntarse. La curiosidad tiene su propia razón de existir. Podría no ser de utilidad, pero una persona podría intimidarse al contemplar los misterios de la eternidad, de la vida y de la maravillosa estructura de la realidad.

Es suficiente con que uno intente simplemente comprender un poco de los misterios cotidianos. Nunca pierdas la curiosidad.

Albert Einstein

En los últimos años, el consumo cultural ha sido objeto de diversos estudios abordados desde las ciencias sociales por parte de reconocidos investigadores en esta área. A través de estas investigaciones se conoce la forma en que los actores sociales se apropian de un objeto y lo hacen parte de su vida, ya sea la música, la escuela, el cine, etc.; Internet, desde su popularización, se ha convertido en un fenómeno que ha traído consigo cambios culturales en muchos países y que ha sido objeto de estudio de las ciencias sociales en diferentes ámbitos.

Internet es un medio que ha cambiado muchas de las prácticas sociales que se llevan a cabo en diferentes espacios; conocer qué es lo que hacen los universitarios en la red, si ésta es útil para incrementar sus conocimientos o si influye en el proceso de enseñanza aprendizaje, y saber las nuevas formas de sociabilización que está creando, son temas que han dado origen a diversas investigaciones del consumo cultural de la red y que han realizado teóricos reconocidos en esta área. A continuación se mencionan algunos de estos estudios con diversos enfoques, por la importancia

que tienen como antecedente en las investigaciones de consumo cultural y prácticas sociales de Internet y nuevas tecnologías de información y comunicación.

Rosalía Winocur del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM Xochimilco realizó una investigación sobre "Procesos de socialización, prácticas de consumo y formas de sociabilidad de los jóvenes universitarios en la red"¹ donde menciona que las universidades públicas son lugares privilegiados de socialización informática relacionados no sólo con las exigencias curriculares sino también con la cultura universitaria. Éstas constituyen un universo simbólico que establece códigos de pertenencia bajo ciertos símbolos y circuitos de consumo cultural: de alimentación de aspiraciones de superación personal, y de crear expectativas de desarrollo profesional exitoso. En este estudio se observó que las prácticas de consumo de los universitarios en la red son principalmente de información de todo tipo y naturaleza, pero la privilegiada, en particular en el caso de los varones, es la información que la red produce acerca de sí misma: programas, herramientas y aplicaciones diversas para crear páginas, montar dispositivos multimedia, bajar música, películas, comics, traducir lenguajes, etc. En segundo término, buscan, bajan y editan información para distintos cursos de la carrera. En tercer lugar consultan sitios que funcionan como carteleras de espectáculos relacionados con sus gustos sobre cine, música, y programas televisivos. El valor fundamental de este consumo de información es de carácter simbólico (además de instrumental). La investigadora menciona que la red contiene

¹ Disponible en www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%2010/rosalia.pdf, consultado el 4 de marzo de 2007.

todo lo que en términos de las culturas juveniles se ha vuelto relevante y significativo de exhibir y compartir con los otros. Los jóvenes construyen redes de intercambio conversacional. Hacen de la información un objeto de relación cotidiana con los otros. En esos relatos, editados y reescritos con material de sus imaginarios tecnológicos, los jóvenes afirman su identidad social y cultural.

Laura González en su estudio sobre "Las Nuevas Tecnologías de Comunicación como una Nueva Expresión de las ideologías de exclusión: el Caso del Sistema Educativo Mexicano a Nivel Superior"² explica que estas tecnologías constituyen una preocupación fundamental en el campo de la investigación, en particular, en conjunto con la Educación; en este sentido, sus estudios hablan sobre la incorporación de estas tecnologías a los procesos de enseñanza aprendizaje y conformación de proyectos a nivel institución educativa. En especial, menciona a la comunicación educativa en el aula (CEA) como una forma específica de educar, donde se propone el uso de los lenguajes de los medios de comunicación para enriquecer la experiencia educativa en el salón de clase, con el diseño de estrategias, con materiales verboaudiovisuales, que contemplen cuatro ejes: el de los contenidos de la materia; la carga horaria; los principios de carácter didáctico y el de la evaluación. González se centra de manera concreta en tres manifestaciones de las Nuevas Tecnologías de Comunicación: Internet, Realidad Virtual y Videoconferencia, y menciona que desde el punto de vista social, las Nuevas Tecnologías de Comunicación representan una transformación de la escena urbana y de las relaciones interpersonales, nuevas formas de percepción del tiempo y del espacio, en otras

² Disponible en www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/mcluhan/lgonza.htm, consultado el 19 de febrero de 2007.

palabras, significan una redistribución diferente de los espacios de la cotidianidad.

Elizabeth Robles, en su artículo "Cultura y era tecnológica"³ confirma que la tecnología, como parte del ambiente humano, está siempre ligada a la cultura; y que las nuevas tecnologías en comunicación se vuelven uno de los principales retos para las instituciones, porque los procesos de aprendizaje requieren de dichas tecnologías. La confluencia de las innovaciones en sectores de la informática, las telecomunicaciones y los medios de comunicación ofrecen nuevas posibilidades, entre las que se destaca la interactividad, pero también nuevos desafíos para la educación.

María Cecilia Acosta, en su artículo "Tecnología y nuevas tecnologías de comunicación: reflexiones desde una perspectiva histórica"⁴ afirma que: hablando de consumo de nuevas tecnologías de comunicación, es indudable que el progreso en la informática y la INTERNET, han sido factores que han hecho posible la globalización de la educación. Además, hace énfasis en que el chat, como medio socializador de las personas, marca una nueva forma de reestructuración social y conceptual de los procesos de socialización del hombre.

Roxana Cabello, Susana Morales y Silvina Feeney, en su artículo "La incorporación de medios informáticos en la enseñanza: políticas y propuestas para la formación

³ Disponible en www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n35/erobles.html, consultado el 4 de marzo de 2007.

⁴ Disponible en www.ateneonline.net/datos/92_03_Acosta.pdf, consultado el 6 de marzo de 2007.

docente"⁵, abordan el término apropiación, bajo el contexto de uso de las tecnologías de información y comunicación desde dos perspectivas. Estas autoras mencionan que de acuerdo con Roger Silverstone (1996), se entiende como el momento del consumo en el que un objeto pasa a ser propiedad de alguien, es decir traspasa el umbral del circuito formal de intercambio (el mercado) para formar parte de la economía moral, la economía del valor simbólico que tiene el objeto para el sujeto. Por otro lado, las autoras comentan que con Prieto Castillo (1983) se entiende que la apropiación significa que los niños y jóvenes puedan encontrar sentido a los datos con los que toman contacto, que desarrollen un método de búsqueda, de ordenamiento, de análisis de la información; que aprendan a interpretar los mensajes y su componente imaginario, para estar en condiciones de proponer alternativas a las situaciones sociales en que están insertos. Estas autoras han encontrado que el acceso equitativo a las TIC implica su utilización de manera efectiva como recursos para la creación, expresión, producción e intercambio cultural, reconociendo sus limitaciones y posibilidades, apropiándolas críticamente para cada contexto de uso según objetivos individuales y colectivos.

Como se puede ver, estos estudios abordan e investigan el consumo de Internet y de las nuevas tecnologías de información y comunicación, y su relación en los sistemas de enseñanza aprendizaje. Todos ellos, de una u otra forma, concuerdan en que éstos son recursos en los que se puede interactuar y obtener información, que empleada de forma

⁵ Disponible en www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiguos/n52/32CabelloMoralesyFeeney.pdf, consultado el 12 de marzo de 2007.

adecuada es útil en el ámbito educativo. Cabe hacer mención que los principales investigadores sobre consumo cultural y de público en México, incluyen, entre otros, a Néstor García Canclini, Julio Gullco, María Eugenia Módena, Eduardo Nivón, Mabel Piccini, Ana Rosas Mantecón y Graciela Schmilchuk.

Pese a que existen diversos estudios sobre el consumo de la red por parte de los universitarios, no se encontró algún estudio que haga referencia al consumo de ésta por los egresados de las universidades, aquellos profesionistas que hoy en día se encuentran en constante capacitación ya sea por iniciativa propia o por aspectos laborales. Esta investigación parte de lo que ya se ha dicho sobre el consumo de Internet por estudiantes universitarios. Sin embargo, se realiza en egresados de la FES Acatlán considerando de manera importante y sin perder de vista a lo largo de los capítulos, que dicha población ya cuenta con estudios de licenciatura, es decir con cierto capital cultural adquirido a lo largo de su formación académica y que actualmente se encuentra en el mercado laboral. Tales situaciones (muy diferentes a las que viven la mayoría de los universitarios) cambian en forma considerable las características del consumo que ellos hacen de Internet.

1.2 Cultura y comunicación

Los resultados de estos estudios reflejan que los universitarios interactúan a través de la red, y estas nuevas formas de interacción, que están incorporando a su vida cotidiana, pueden llevarse a cabo gracias a las tecnologías de información y comunicación (TIC), con las cuales se está creando una cultura nunca antes vista, una nueva cultura en la que construyen su realidad social a partir de una

construcción simbólica (Duch). Ellos están incorporando a su vida cotidiana el uso del correo electrónico para comentar, consultar e intercambiar información; uso del Messenger y consulta de páginas electrónicas con diversos fines comunicativos o de consulta de información. La red cada vez más se está volviendo una práctica cotidiana, ya sea por el acceso que tienen a ella en la escuela, el trabajo, en un café Internet o en el hogar. Al ser una práctica cotidiana, ésta forma parte de su cultura (Geertz), alrededor de ella, los actores sociales construyen diversas significaciones en las que se van introduciendo cada vez más, y que expresan a través de formas simbólicas, la comunicación; la cual difunde, produce y reproduce a la cultura (Duch). Por tales razones, es innegable que las nuevas tecnologías son productoras de cambios sociales y culturales que han causado un gran impacto en los ámbitos familiar, laboral y educativo de las sociedades modernas. El uso de TIC está transformando la manera en que se relacionan los individuos, quienes cada vez más las están incorporando a su forma de vida realizando otras formas de interacción y otras prácticas sociales por medio de la red.

Jesús Galindo menciona que "La Cibercultura ha nacido: una nueva forma de construcción de vida social a través de nuevas formas de contacto y de relación, de vínculo. Este concepto implica un pensamiento más complejo de los individuos a diferencia de las generaciones anteriores y supone una construcción de vida a través de diferentes categorías."⁶ Para dicho autor, este concepto surge de la unión de los conceptos de cultura y cibernética y se encuentra compuesto por tres dimensiones sistémicas la de la

⁶ Disponible en <http://www.geocities.com/arewara/galindo092.htm>, consultado el 18 de junio de 2007

información, la de la comunicación y la del conocimiento; y, los sistemas de conocimiento están por encima de la información y la comunicación, las incluyen y al mismo tiempo parten de ellas, no existen sin ellas.⁷ Internet constituye por sí misma una fuente inagotable de información, y a través de la expresión de sus formas simbólicas apropiadas en forma crítica, puede obtenerse conocimiento, considerando por supuesto el capital cultural del individuo y sus intereses personales.

Por desgracia, el acceso a Internet es una práctica que sólo puede llevarse a cabo por algunos privilegiados cuyos capitales económico y cultural⁸ se lo permiten; o bien, en la escuela o en el trabajo. Al respecto, González (1994) menciona: "La cultura es, pues, una visión que nos define el mundo. Sin embargo esa visión es, al mismo tiempo y por efecto de las desigualdades posiciones dentro de la estructura social, una división práctica efectiva y operante del mundo". Ante esta situación, antes de hacerse una generalización del consumo de Internet debe considerarse la desigualdad que existe actualmente en el acceso a las TIC, lo cual es un factor determinante para hablar de globalización y sociedades modernas. En los siguientes párrafos se muestra cómo el advenimiento de los medios de comunicación masiva ha influido en las prácticas sociales que hoy en día se están realizando.

1.2.1 La comunicación de masas

Actualmente, la mayor parte de la información que se recibe en todo el mundo se encuentra mediada por los medios de comunicación masiva, los cuales tienen una función importante

⁷ Disponible en <http://www.cibersociedad.net> Galindo Cáceres, Luis Jesús, 2003, *Cibercultura en la investigación. Intersubjetividad y producción de conocimiento.*, Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 3. Temática Variada. Consultado el 11 de septiembre de 2007.

⁸ Véase más adelante, en este mismo capítulo el apartado de capitales.

en la forma en que los actores sociales perciben la realidad y llevan a cabo prácticas sociales. La red, es un medio de comunicación (llamado por algunos autores "medio de comunicación inteligente"⁹) que contiene medios de comunicación masiva como radio, televisión, revistas y periódicos; es un medio que ha transformado las prácticas sociales de aquellos que tienen acceso a ella. Respecto a la comunicación de masas, Thompson menciona que, definida como la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación, ha transformado las formas de interacción social y los modos de experiencia en las sociedades modernas y, que los medios técnicos, tienen una función fundamental en las maneras en que la gente actúa o interactúa entre si, lo cual posibilita nuevas formas de interacción social que modifican o debilitan las viejas formas de interacción.

Este autor menciona cuatro características de la comunicación de masas (Thompson, 1998:320-324)

- La producción y la difusión institucionalizada de bienes simbólicos, la cual tal vez sea la única característica que no cumple Internet para ser un medio de comunicación masiva, bajo la línea teórica de Thompson.
- La ruptura instituida entre la producción en la recepción: existe una ruptura porque los bienes se producen para receptores que casi nunca están físicamente presentes; están mediados literalmente por

⁹ Disponible en <http://www.cem.itesm.mx/ric/menu/internet/index.html>;
<http://www.saladeprensa.org/art195.htm>;
<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui286.htm>. Consultado el 31 de octubre de 2007.

los medios técnicos.

- La extensión de la disponibilidad en el tiempo y en el espacio: con el desarrollo de las telecomunicaciones, la comunicación masiva alcanzan un nivel de distanciamiento espacial en una cantidad mínima de tiempo.
- La circulación pública de las formas simbólicas: la comunicación masiva está pensada para un gran número de receptores, sus productos circulan en un dominio público y dependen de todo aquel que posea los medios técnicos las habilidades y los recursos para adquirirlos. La forma en que los receptores se apropian de las formas simbólicas depende del medio, el producto los canales de difusión y las condiciones sociales y técnicas de recepción.

La red, es un medio de comunicación que cumple con algunas de estas características, pero también va más allá de lo que menciona el autor con respecto al flujo unidireccional de las formas simbólicas; actualmente, gracias al surgimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación, el flujo puede ser unidireccional, bidereccional o multidireccional y el receptor puede intervenir en la difusión y transmisión de éste.

1.2.2 Las nuevas tecnologías de información y comunicación

Actualmente, los medios de comunicación masiva han creado gran asombro por la velocidad con la cual producen, transmiten y generan información a cualquier lugar del mundo a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación. "Digitalización y telecomunicaciones propician la integración -también llamada convergencia- de medios que

se habían desarrollado por separado. A esos recursos habitualmente se les conoce como tecnologías de la información y la comunicación-TIC". (Trejo, 2006:33). Hoy en día, en las sociedades modernas los medios tienen una función esencial en la transmisión de formas simbólicas y la mayor parte de la información que reciben los seres humanos se encuentra mediatizada por éstos; como consecuencia, han contribuido a una mayor interconexión entre las sociedades.

De acuerdo con Thompson, el desarrollo de telecomunicaciones y de nuevas tecnologías hace posible la extensión de la disponibilidad en el tiempo de las formas simbólicas. Asimismo, con las redes de comunicación computarizadas o vía satélite se extiende dicha posibilidad en espacio y tiempo y dan a los usuarios una mayor flexibilidad y control sobre las condiciones de uso.

1.2.3 Internet

Internet es el medio más notable que ha surgido de estas tecnologías de información y comunicación. No hay duda que en la actualidad la red está generando grandes cambios sociales y culturales que el individuo está adaptando a casi todos los ámbitos de su vida (laboral, educativo, familiar). Asimismo, a partir de estas tecnologías, se habla del surgimiento de una nueva sociedad caracterizada por el incremento de la información, "la sociedad de la información", que tiene como base el uso de TIC en los ámbitos económico y social; Manuel Castells difiere del término "sociedad de la información", en lo que él llama la "era de la información"¹⁰, que es un cambio

¹⁰ Los autores mencionados difieren en el uso de los términos "Sociedad de la información" y "Era de la Información", sin embargo, ambos están pensados con base en las TIC. En este estudio no se realizará un análisis de ninguna de ellas, sólo se tomarán como punto de referencia del surgimiento con las nuevas tecnología de información y comunicación

que están sufriendo las sociedades y que se desarrolla en la llamada "nueva economía", la cual está por fin permitiendo prever la posibilidad de un salto histórico en la relación entre la forma de actividad económica y generación de riqueza. "Esta economía tiene una base tecnológica. Esa base tecnológica es tecnologías de información y comunicación de base microelectrónica y tiene una forma central de organización cada vez mayor, que es Internet".¹¹

Internet se encuentra constituido por un gran número de computadoras en red, las cuales poseen información que pueden compartir entre todas ellas. "Internet es el más notable e influyente entre los medios surgidos de la concurrencia entre digitalización y telecomunicaciones. Comprimidos en paquetes de información, los contenidos generados en un ordenador pueden ser difundidos a muchos más cuando se les pone a circular en la red de redes. La arquitectura de Internet, que a diferencia de los medios de comunicación convencionales no tiene un centro sino que está estructurada, precisamente, de manera reticular, permite una rápida pero además multilateral circulación de esa información prácticamente sin restricciones." (Trejo, 2006:33) La red permite la comunicación simultánea y múltiple entre personas conectadas a ella, sin importar en qué parte del mundo se encuentren.

La red de redes, Internet, se ha convertido entonces en un medio importante de comunicación en todo el mundo, creando prácticas sociales que cambian las formas de interactuar de los actores sociales sin importar las distancias ni el tiempo; además de influir de manera importante en el

¹¹ Disponible en <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/castells12.htm>, La ciudad de la nueva economía Manuel Castells. Consultado el 30 de mayo de 2007.

desarrollo del capital cultural de los individuos, de acuerdo con la información que consumen en este medio. "Internet es la columna vertebral de la sociedad de la información. No hay medio más dinámico, flexible, incluyente y diverso que la red de redes. En Internet, al ser digitalizados, los contenidos se vuelven mensajes. Y al estar disponibles en ella estos contenidos pueden propagarse de manera más extensa y constante que en cualquier otro medio de comunicación". (Trejo, 2006:33). La red se convierte en un medio a través del cual se lleva a cabo la circulación masiva de formas simbólicas que son utilizadas por los individuos para comunicarse entre sí, y la interpretación y uso que hacen, ya sea en forma individual o colectiva, forma parte de su capital cultural.

1.2.4 La educación superior

Las nuevas TIC rompen con las fronteras del conocimiento, la red, producto de éstas se convierte en una fuente con un gran número de información que se encuentra "disponible¹²" para los estudiantes de las universidades y públicas o privadas, por lo que las instituciones de educación superior deben llevar a cabo una transformación sustantiva y contar con la infraestructura y herramientas necesarias para que sus alumnos tengan acceso ilimitado a Internet, a fin de mantenerse al día con los avances tecnológicos para generar una mejor calidad educativa orientada a competir en un mercado mundial. "Si entendemos el conocimiento como el resultado de entender un hecho o una circunstancia a partir del ejercicio del raciocinio, podemos reconocer que no sería posible sin un bagaje de información previa. La sociedad de

¹² Al hablar de disponibilidad se hace referencia al hecho de que el alumno tenga acceso a Internet en la escuela, hogar, trabajo, etc., y cuente con el capital cultural para discriminar información.

la información ofrece elementos para el entendimiento. Internet es un *instrumento* del conocimiento -para poner a trabajar la inteligencia. La red de redes es o puede ser, en segundo lugar, un espacio para que se expresen el raciocinio y la creatividad" (Trejo, 2006:228-229).

Por tales razones, se debe vincular a la educación con una cultura tecnológica porque esta última tiene una función importante en el crecimiento personal y éxito profesional y laboral de los egresados de las universidades. La aplicación de TIC a la vida académica se ha vuelto una necesidad. "En el gran escenario del ciberespacio, los primeros en tomar la mano después del destape fueron los académicos..."¹³.

Internet como fenómeno cultural que ha transformado las prácticas sociales de miles de personas en todo el mundo, implicando las áreas laborales y educativas, constituye un objeto de estudio importante desde el punto de vista social y comunicativo para comprender la forma en que actualmente los actores sociales, en este caso los egresados de la universidad, perciben la realidad en diferentes contextos. Por tal motivo, en esta investigación se considera la concepción estructural de la cultura de Thompson para abordar dicho fenómeno.

1.3 Concepción estructural de la cultura de Thompson

Se ha considerado esta concepción porque aquí se enfatiza tanto el carácter simbólico de los fenómenos culturales como el hecho de que tales fenómenos se inserten siempre en contextos sociales estructurados. "Podemos ofrecer una caracterización preliminar de esta concepción al definir «el

¹³ Disponible en <http://www.geocities.com/arewara/galindo092.htm>. Consultado el 18 de junio de 2007.

análisis cultural» como el estudio de las formas simbólicas - es decir las acciones, los objetos y las expresiones significativas de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas". Este concepto tiene una gran relación con el objeto de estudio porque son los mismos puntos que se van a analizar: formas simbólicas, qué acciones están realizando los egresados de la FES Acatlán, en determinados contextos sociales, en un momento de gran desarrollo tecnológico (Internet), para conocer la apropiación y uso que hacen de este medio.

1.3.1 Características de la concepción estructural de cultura

Thompson establece cinco características de dicha concepción, las cuales se mencionan a continuación en forma breve; sin embargo, la que se considerará para este estudio es la contextual porque, como se explica más adelante, cumple con los aspectos necesarios para comprender mejor este fenómeno.

1) Intencional: los mensajes son transmitidos a fin de expresar lo que se quiere decir; la publicidad, creación de páginas electrónicas, Messenger®, correo electrónico, servicios de mensajería instantánea, etc., tienen un fin y una intención para los receptores.

2) Convencional: En el aspecto convencional, se refiere a la producción, construcción o empleo de estas formas, así como su interpretación por parte de los sujetos que las reciben, por lo común son procesos que implican reglas, códigos o convenciones de diversos tipos.

3) Aspecto estructural: se refiere a que las formas simbólicas son construcciones que presentan una estructura articulada porque por lo común, se componen de elementos que guardan determinadas relaciones entre sí, con los cuales se está transmitiendo un mensaje.

4) Referencial: el contexto en el que se produce la forma simbólica es un aspecto importante de esta característica. Las formas simbólicas expresan algo acerca del objeto, sujeto o situación.

5) Contextual: Las formas simbólicas se producen y reciben en contextos sociohistóricos específicos. "La inserción de las formas simbólicas en los contextos sociales también implica que, además de ser expresiones dirigidas a un sujeto (o sujetos), estas formas por lo regular son recibidas e interpretadas por individuos que se sitúan también en contextos sociohistóricos específicos y que están en posesión de diversos tipos de recursos;..." (Thompson, 1998:217) Otra particularidad de lo contextual es que las formas simbólicas implican ser valoradas, evaluadas y refutadas, asignándoseles un valor, a lo cual Thompson denomina *procesos de valorización*, procesos en los cuales o mediante los cuales se les asigna cierto valor a las formas simbólicas, éste puede ser un "valor simbólico" que se refiere al valor que tienen dichas formas en virtud de las maneras en que las estiman los individuos que las producen y reciben, ensalzan o denuncian y atesoran o desprecian; y el "valor económico" que se explica como el valor que adquieren al ser ofrecidas en intercambio en un mercado. La apropiación y uso que hacen los actores sociales de las formas simbólicas se encuentran en estrecha relación con el valor simbólico que éstas representan para ellos.

Es importante hacer mención sobre la forma en que se lleva a cabo la transmisión de estas formas simbólicas en las sociedades modernas, a lo cual Thompson llama transmisión cultural y se muestra en el siguiente apartado.

1.3.2 Transmisión cultural

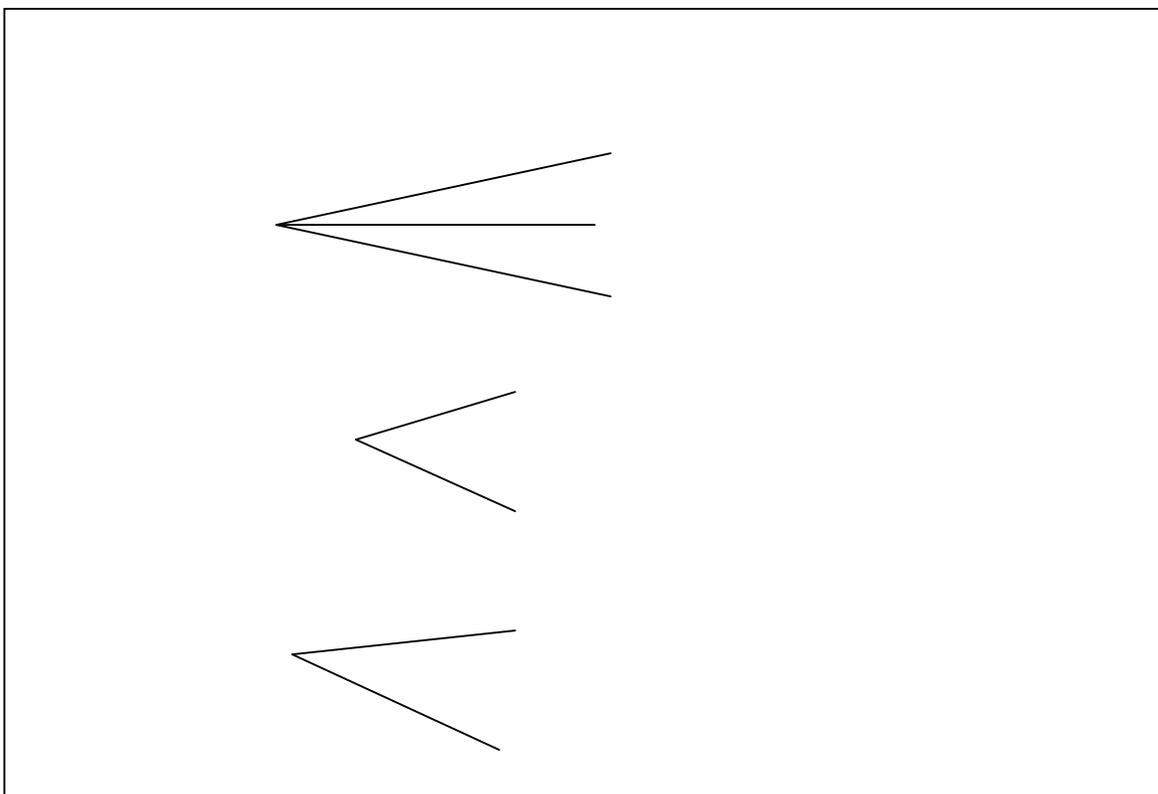
Hoy en día, los medios de comunicación tienen una función importante en la transmisión de las formas simbólicas. Thompson (1998) distingue tres características de la transmisión cultural: 1) el *medio técnico* de la transmisión; 2) el *aparato institucional* de la transmisión, y 3) el *distanciamiento espacio-temporal* implicado en la transmisión. También menciona que con el surgimiento y desarrollo de la comunicación masiva se combinan estas tres características para producir, mercantilizar y hacer circular en forma amplia las formas simbólicas a lo cual denomina "modalidades de transmisión cultural".

La red es un medio que está modificando la forma de vida de las personas, está cambiando su forma de interactuar a través de la transmisión de formas simbólicas que implica la transmisión cultural, es decir, el proceso por el cual éstas se transmiten de productores a receptores. Internet representa el medio técnico porque puede producir y transmitir formas simbólicas (Thompson los llama también, *mecanismos de acumulación de la información* [contenidos significativos]); su uso exige diferentes habilidades, facultades y recursos para interpretar los mensajes.

El aparato institucional de transmisión se refiere a un conjunto determinado de arreglos institucionales en los cuales se despliega el medio técnico. Asimismo, menciona Thompson que este aparato constituye no sólo los canales de

difusión selectiva, sino también un marco en el cual las formas simbólicas se pueden usar en el ejercicio del poder y se ven afectadas por él.

El distanciamiento espacio temporal es una de las características de la transmisión cultural muy peculiar de Internet porque la transmisión y recepción de las formas simbólicas se encuentran separadas de su contexto de producción tanto espacial como temporalmente. En relación con estas características de la transmisión existe un impacto interaccional en los actores sociales, permitiendo que interactúen en diferentes espacios y momentos gracias al desarrollo de telecomunicaciones y de nuevas tecnologías que hacen posible la extensión de la disponibilidad en el tiempo de las formas simbólicas. En el siguiente cuadro se resumen estas tres características de la transmisión cultural.



Aspectos de la transmisión cultural (Thompson, 1998:251)

1.3.3 Impacto interaccional

¿Cuál es entonces el impacto interaccional de Internet en los egresados de la FES Acatlán? Hoy en día, la red permite la interacción virtual a través de las diferentes herramientas con las que cuenta, como el correo electrónico, el Messenger o las páginas electrónicas; permite la realización de prácticas sociales a través de las cuales los individuos pueden establecer comunicación o buscar y consultar información. Thompson realiza un análisis sobre el impacto interaccional de los medios técnicos en donde distingue cuatro dimensiones, las cuales se muestran a continuación relacionadas con la red:

1. La interacción a través del tiempo y del espacio. La red permite la interacción en diferentes espacios y en diferentes tiempos¹⁴. En el caso de Internet, los actores pueden navegar y en cualquier momento consultar información, bajar música, realizar consultas, buscar entretenimiento, etc, sin que esto tenga relación directa con el emisor y tiempo en el que se "subió" esa información a la red; el uso del correo electrónico también se da en diferentes espacios y tiempos; el Messenger es una forma de interactuar que exige más de los tiempos, pero la comunicación se realiza a partir de diferentes espacios; todas estas herramientas ofrecen la comunicación horizontal.

2. Actuando en lugar de otros que están en lugares distantes. La red permite la interacción entre individuos en ausencia física de ellos, aunque, en algunos casos también limita la naturaleza de estas relaciones porque se puede

¹⁴ En este caso, no se considera la cuasiinteracción porque la comunicación que se establece en la red rompe con la característica de unidireccional y con los modos de respuesta limitados que plantea Thompson.

construir una autoimagen, en este caso, mediada por la computadora.

3. Actuando en respuesta a otros que se encuentran distantes. La red permite que los individuos actúen en lugar de otros que se encuentran distantes, y también crea nuevas oportunidades para que las personas actúen en respuesta a otros que están alejados en forma espacial y temporal. De acuerdo a los intereses de los receptores podría no haber una respuesta permanente y activa lo que causaría ausencia de retroalimentación inmediata; aunque, la red permite la retroalimentación que puede ser inmediata o no. "Sin embargo también está claro que, en algunos casos, las acciones de otros que se encuentran distantes, retransmitidas por medios como la televisión, pueden originar lo que podemos llamar *formas concertadas de acción responsiva*". (Thompson, 1998:340). Internet puede ser un ejemplo de esto cuando muestra ciertas formas simbólicas y los individuos pueden responder o actuar de diferentes maneras ante los mensajes que están recibiendo, lo cual se afecta también por el contexto en el que se encuentran.

4. La organización social de la actividad de recepción. Los individuos pueden interactuar entre sí, o realizar otra actividad, mientras participan en el proceso de recepción. Hoy en día, una persona puede estar en el Messenger con varios "contactos" y al mismo tiempo puede estar bajando música, buscando información, hablando por teléfono (ya sea a través de Internet o por vía telefónica), viendo televisión y platicando con alguien.

El impacto interaccional de la red está produciendo prácticas que están incorporando cada vez más a su forma de vida los actores sociales en ciertos contextos. A

continuación se abordará la forma en que están realizando dicha incorporación, a fin de conocer qué es lo que consumen y cómo este consumo genera otras prácticas sociales.

1.4 Consumo

El consumo cultural se ha vuelto un objeto de estudio de las ciencias sociales en los últimos años; Internet, un fenómeno cultural a nivel mundial merece especial atención por la forma en que ha transformado las prácticas sociales de miles de personas. Es importante conocer cuál es este consumo que realizan los actores sociales de la red y la forma en que influye en la realización de dichas prácticas, la cuales pueden ser ahora una necesidad para los usuarios. Al respecto, García Canclini menciona que las necesidades surgen en sus diversas "presentaciones" culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los deseos. De acuerdo al grupo al que pertenecemos necesitamos ciertos objetos y los apropiamos de cierta manera. En el sentido común se supone que los bienes son producidos por su valor de uso, para satisfacer necesidades sin embargo actualmente se añade el valor simbólico que condiciona la existencia, circulación y uso de los objetos. El valor simbólico que tiene la red ha traspasado fronteras, hoy en día ésta representa gran aceptación por todos aquellos que tienen acceso, se apropian de ella a través de sus diferentes herramientas y el uso que hacen de ésta es de comunicación, búsqueda de información o entretenimiento, entre otros.

Actualmente, el consumo y las prácticas culturales son tema de diversas investigaciones por varios académicos del área de comunicación y sociología en diversas universidades.

Internet, como se mencionó antes, constituye un medio de consumo que se está volviendo una práctica cultural común¹⁵ en todo el mundo. Pero, ¿qué es lo que determina este consumo? Posiblemente, sean los capitales económicos y culturales de cada persona, tal vez sea el espacio en dónde los egresados de la universidad pasan una gran parte de su vida, la escuela o el trabajo, o la necesidad y el deseo de estar al día en cuanto a tecnología e información. Por otra parte ¿cuál es el consumo que se hace de Internet y cómo se convierte éste en una práctica cultural? García Canclini menciona que no existe una teoría sociocultural del consumo, por lo tanto, él trata de acercarse a una conceptualización global del consumo, y lo define de la siguiente manera: "... podemos definir inicialmente el consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan en la apropiación y los usos de los productos." (García, 1993:24).

Para la realización de este trabajo se ha considerado que todos los factores mencionados en el párrafo anterior (principalmente el capital cultural) tienen una función importante para propiciar el consumo de la red y lo que se consume, lo cual genera una práctica cultural para los egresados de la FES Acatlán como grupo social. El consumo, menciona De Certau, (1999) se ha convertido en el determinante de la satisfacción personal a corto plazo; la vida privada se reestructura en función de la vida social, creando la premisa de que el nivel socioeconómico es paralelo al nivel de felicidad de los individuos.

A fin de explicar por qué los actores sociales llevan a cabo el consumo de Internet se considerarán dos de los seis

¹⁵ Siempre que se mencione en este trabajo de investigación que Internet es una práctica común, se hace en referencia a todos aquellos privilegiados que tienen acceso a este medio.

modelos propuestos por dicho autor, que se encuentran en relación con todos los aspectos que se han tratado a lo largo de este capítulo, relacionados con la línea teórica cultural sobre los diversos autores que se han mencionado y principalmente la importancia de la formas simbólicas.

Modelo 3. El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. Este modelo resalta el gusto por lo que se consume y el consumo en si mismo implica un nivel socioeconómico. El consumo tiene una representación simbólica importante y se personifica en función de sus gustos y capitales culturales (quien soy). También nos distinguimos desde el consumo (lo que consumimos). Lo cual hace que el éste sea igual a una práctica social o cultural que da como resultado distinción (Durand). ¿Cuáles son las nuevas prácticas culturales que están llevando a cabo los egresados de la FES Acatlán con el consumo de Internet? ¿Estas prácticas los hacen diferentes como grupo social, de otros grupos sociales?

¿Es posible que el valor simbólico del consumo cultural de Internet predomine más que el valor de uso? De acuerdo con García Canclini los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles. Otro de los aspectos de este trabajo consiste en establecer cuál es el valor simbólico que tiene la red para los usuarios y conocer, entonces, si este valor es determinante para consumir la red. Para Canclini, el consumo cultural es "el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se

configuran subordinados a la dimensión simbólica"¹⁶.

Modelo 4. El consumo como sistema de integración y comunicación. Internet constituye un escenario en donde es posible integrar a partir de la comunicación que se establece en diferentes circunstancias. ¿De qué manera interactúan las personas en la red? ¿Cuáles son las formas que utilizan para comunicarse? ¿Qué comparten los universitarios en la red y qué uso le dan? ¿Cómo trasladan la forma de interactuar en Internet a la realidad social? Todas estas preguntas tratarán de responderse con base en la apropiación y uso que hacen los egresados de la red.

1.4.1 Apropiación y uso

Uno de los aspectos importantes de este trabajo es conocer la apropiación que hacen los egresados de la Internet y el uso que le dan, para saber si esto influye en el desarrollo de su capital cultural y crea otras formas de interacción. Estos aspectos se tratarán de comprender a partir de la definición de Thompson (1998): "apropiarse de un mensaje consiste en tomar su contenido significativo y hacerlo propio. Consiste en asimilar el mensaje incorporarlo a la propia vida, un proceso que algunas veces tiene lugar sin esfuerzo y otra supone un esfuerzo consciente. Cuando nos apropiamos de un mensaje lo adaptamos a nuestras vidas y a los contextos en los que vivimos". ¿Cuál es el contenido significativo de Internet para los usuarios y por qué?, ¿cómo lo incorporan a su vida? Para responder éstas y otras de las preguntas planteadas en este capítulo, debe mencionarse que se ha considerado de manera importante el capital cultural con el que ya cuentan los egresados, a partir del cual generan

¹⁶ Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>. Consultado el 17 de mayo de 2007.

prácticas sociales y contribuye también al desarrollo del mismo.

1.5 Capitales y prácticas sociales

Como ya se mencionó antes, el objetivo de este estudio es conocer el consumo de Internet de los egresados de la FES Acatlán y la forma en que influye en el desarrollo de su capital cultural, y en sus prácticas sociales. Para realizar esto, se considera en forma importante las condiciones actuales que ellos viven; el hecho de ser egresados de una licenciatura, encontrarse estudiando actualmente y laborar en alguna empresa pública o privada son situaciones que les confieren ciertos capitales, entre los que se incluyen el cultural y el económico. Tales capitales hacen diferente a esta población de cualquier otra y la sitúan en un espacio social diferente; al respecto, Bourdieu (2005) menciona que "el espacio social es construido de tal modo que los agentes o los grupos son distribuidos en él en función de su posición en las distribuciones estadísticas según los dos principios de diferenciación que, en las sociedades más avanzadas, como Estados Unidos, Japón o Francia, son sin ninguna duda los más eficientes: el capital económico y el capital cultural".

El capital cultural que ya tienen los egresados de la FES Acatlán es, entonces, un factor que se considera importante en este estudio porque con base en éste ellos llevan a cabo diversos tipos de consumo en la red, tienen la capacidad para discriminar información y utilizarla de acuerdo a sus intereses personales, profesionales y académicos, lo cual resulta de importancia y puede influir en el desarrollo de dicho capital llevando implícita la realización de otras prácticas sociales. Asimismo, se

consideran los capitales económico y simbólico de estos actores sociales, los cuales también tienen importancia en el tipo de consumo que hacen de Internet. "Para los propósitos que perseguimos aquí, podemos distinguir entre tres tipos principales de capital: el "capital económico", que incluye la propiedad, la riqueza y los bienes financieros de diversos tipos; el "capital cultural" que incluye el conocimiento de las habilidades y los diversos tipos de créditos educativos; y él "capital simbólico", que incluye los elogios, el prestigio y el reconocimiento acumulados que se asocian con una persona o una posición. En cualquier campo dado de interacción, los individuos aprovechan estos diferentes tipos de recursos a fin de alcanzar sus objetivos particulares". (Thompson, 1998:220).

El consumo de la red es considerado por algunos autores como una nueva forma de interactuar, como una nueva práctica social llevada a cabo por miles de actores sociales y que han hecho parte de su vida cotidiana. A través de estas prácticas se busca un beneficio material o simbólico, y el *habitus*¹⁷, la forma interiorizada en la que el sujeto ha incorporado formas de hacer, de ser y todos los saberes con los que cuenta, tiene una función determinante en las prácticas que realiza comúnmente. "Como disposiciones a actuar, sentir, percibir y valorar, el *habitus* es un instrumento de análisis que permite dar cuenta de las prácticas en términos de estrategias, dar razones de las mismas, pero sin hablar propiamente de prácticas racionales. Los agentes sociales son razonables y sus estrategias obedecen a regularidades y a configuraciones coherentes y socialmente inteligibles y explicables por la posición que ocupan en el

¹⁷ Concepto de *habitus* retomado de los apuntes del Maestro Fernando Martínez, del seminario "Comunicación, prácticas sociales, producción, circulación y consumo de bienes culturales" de 2007.

campo que es objeto de análisis y por los *habitus* incorporados”¹⁸.

Por las razones mencionadas, resulta esencial entonces realizar una relación entre el capital cultural de los egresados y lo que consumen en la red y establecer si esto influye en el desarrollo de su capital cultural y de nuevas prácticas sociales. Para poder realizar esto también debe considerarse el contexto social e histórico en el que se están transmitiendo estas formas simbólicas y el contexto mismo de los egresados, lo cual se revisa en el siguiente capítulo

¹⁸ Véase <http://www.astrolabio.unc.edu.ar/articulos/bordes/articulos/martinez.php>. Consultado el 1 de Noviembre de 2007.

Capítulo 2
Digitalización y telecomunicaciones,
el origen de la red

2.1 Medios de Comunicación

La realidad es una mera ilusión, aunque muy persistente.

Albert Einstein

A partir de que el hombre apareció en la tierra se ha comunicado a través de diversas maneras a fin de transmitir mensajes. Al principio se expresaba por medio de gestos o señas; más tarde, empezó a utilizar formas de comunicación que eran entendidas por los individuos de su entorno; "...a medida que fue desarrollándose el conocimiento humano, se hizo necesaria la escritura para transmitir información. La primera escritura, que era pictográfica, con símbolos que representaban objetos, fue la escritura cuneiforme, es decir, con rasgos en forma de cuña grabados con determinado estilo en una tabla de arcilla. Posteriormente se desarrollaron elementos ideográficos, en donde el símbolo no sólo representaba el objeto, sino también ideas y cualidades asociadas a él."¹⁹ También se inició el uso del lenguaje hablado con significados colectivos lo cual mejoró la comunicación de manera importante. Primero, el hombre se comunicaba dentro de su grupo y más tarde, sólo una parte privilegiada tenía acceso a noticias de otras comunidades, de otros grupos sociales dentro de su mismo país, e incluso de otras naciones. Con el surgimiento de los medios de comunicación masiva se inicia la difusión y el intercambio de información a mayores distancias. "Los orígenes de la comunicación masiva pueden remontarse a fines del siglo XV, cuando las técnicas asociadas [...] Ese fue el comienzo de una serie de desarrollos que, desde el siglo XVI hasta el presente, iban a transformar de modo radical las maneras en que las formas simbólicas eran producidas, transmitidas y

¹⁹ Disponible en <http://www.rppnet.com.ar/hiscomunicacion.htm>, Consultado el 18 de agosto de 2007.

recibidas por los individuos en el curso de su vida cotidiana" (Thompson, 1998:242)

Entre las fechas de mayor relevancia, en cuanto al surgimiento de estos medios, destacan las siguientes:

Siglo XIV: invención de la imprenta.

1605: se publica en Alemania el primer periódico.

1895: orígenes del cine, los hermanos Lumière proyectaron públicamente la salida de obreros de una fábrica francesa en París.

1896: se transmitió el primer mensaje telegráfico a una distancia de 250 metros.

1897: Se monta la primera estación de radio del mundo.

1906 primeros desarrollos de la imagen en movimiento que es lo que caracteriza a la televisión.

1926: se realiza la primera demostración pública del funcionamiento de un sistema de televisión.

1928: primeras transmisiones comerciales de televisión.

Internet tiene su origen en 1969. En el siguiente apartado se muestra el desarrollo de este medio de comunicación, con mayor detalle por ser el objeto de estudio de este trabajo.

2.2 Internet

Internet, la red de redes, como se mencionó en el capítulo 1, surge de la combinación de la digitalización y las telecomunicaciones; se ha vuelto un medio de producción y circulación de información, llevando a los actores sociales a realizar nuevas prácticas sociales. Asimismo, puede contribuir a la producción de conocimiento, y por tanto al desarrollo del capital cultural a partir del uso que se haga de dicha información. Tales razones hacen de este medio un objeto de estudio importante de las ciencias sociales, y bajo

la concepción estructural de la cultura de Thompson es esencial conocer su contexto actual e histórico a fin de comprender su impacto social y cultural.

La red se inició hace casi cuatro decenios, en primer lugar, como una red destinada a enlazar a los militares norteamericanos para el seguimiento de proyectos estratégicos y más adelante como enlace entre instituciones académicas. Roman Gubern (2000) menciona que Internet nació en 1969 con el nombre de ARPANET (Advanced research Projects Agency + net), como una red de comunicación multidireccional entre ordenadores, para proteger el sistema científico-militar de sabotajes o ataques nucleares. "El primer paso vital en lograr que una computadora se comunicara con otra fue dado el 2 de septiembre de 1969, Kleinrock, considerado el padre de la Internet, y su equipo lograron conectar su computadora a un gran interruptor del tamaño de un refrigerador, conocido como interfase procesadora de mensajes". (Jijena, 2003:16)

La red permite el intercambio de información entre los habitantes de todo el mundo²⁰ y posibilita el acceso a todo tipo de contenidos; entre otras, las diferentes aplicaciones que se pueden utilizar son: "navegar" por la WWW, mandar y recibir mensajes de correo electrónico, etc. "La más grande de las redes abiertas o públicas, caracterizadas al contrario de las cerradas porque nadie puede ser impedido de acceder y operar en ellas, se llama "Internet", que consiste en un conjunto mundial de servidores y redes computacionales entrelazados gracias a los llamados "proveedores de acceso o conectividad" -que son múltiples y en competencia- y al uso

²⁰ Siempre y cuando estas personas cuenten con los requisitos para acceder a Internet, lo cual se especificará más adelante.

de un único protocolo de comunicaciones también conocido, "la telaraña de la información." (Jijena, 2003:14)

La expansión comercial de Internet sucedió entre 1991 y 1992 cuando la red ya no dependía de los fondos del gobierno de E.U., y el mayor uso social, que se dio en ese mismo año, fue mayor con el lenguaje "hipermedia", que permitió la transferencia de mensajes con imágenes y sonidos. En esos años, el físico Tim Berners desarrolló el sistema compuesto por http (hyper text transport protocol) que permitió a las computadoras conectarse con servidores, html (hiper test markum language) que es el lenguaje en el cual están escritas las páginas en Internet y URL (uniform resource locators) que son direcciones con las cuales se identifican las páginas en la red. Junto con éstos se inició la creación de la WWW (World Wide Web). Marc Andersen desarrolló el primer navegador o browser llamado mosaico que permitía visualizar la información con base en los nombres de éstos: .com, .edu, .gov, .net. etc.

Internet un medio con una amplia disponibilidad de información y constituyó la base para el surgimiento de la sociedad de la información. Claudia Benassini Félix²¹, investigadora de la Cátedra de Comunicaciones Estratégicas del Tecnológico de Monterrey afirma que a Daniel Bell corresponde el mérito de haber introducido el concepto "sociedad de la Información".

²¹ Disponible en <http://chasqui.comunica.org/content/view/120/61/>. Consultado el 13 de septiembre de 2007.

2.3 Sociedad de la información

El surgimiento y avances en las tecnologías de información y comunicación (TIC) ha traído consigo cambios importantes en todo el mundo; se habla de "sociedad de la información" (Trejo, 2006), "era de la información", surgimiento de una "nueva economía" (Castells, 2002) globalización (García, 2006), en donde Internet se considera la columna vertebral de todos estos cambios. Como consecuencia, también han surgido nuevas prácticas sociales por parte de todos aquellos que tienen acceso a dichas tecnologías, prácticas que llevan a cabo todos los días y que están formando su vida cotidiana, transformando sus formas de relacionarse, pensar y mirar el mundo.

El término "sociedad de la información" fue introducido en la década de los 70 y existe gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación en las cuales se sustenta. El reconocido sociólogo Manuel Castells establece que la información es parte fundamental de esta transformación de las sociedades modernas y que el auge tecnológico se centró principalmente en Estados Unidos en la década de los 70 aunque sus antecedentes se remontan 20 años atrás.

Internet se convierte entonces en la base de la sociedad de la información por ser un medio a través del cual se puede obtener una gran cantidad de información y propagarse de manera extensa y constante en cuestión de instantes. El uso de esta información puede influir en el desarrollo del capital cultural de los actores sociales. Así, "lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el

carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos (Castells en Ramos, 2007:8)

2.4 La educación superior en el siglo XXI

La educación superior no puede quedar fuera del contexto de la sociedad de la información, en particular por los usos que se hace de la red y la forma en que se apropian de ésta a través de la aplicación tecnológica a la vida académica y laboral, además del ocio y el entretenimiento. La movilidad real y virtual de profesores y estudiantes forma parte de nuevas prácticas sociales que surgen por el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en especial, Internet. Asimismo dichas tecnologías han traído consigo un nuevo reto en la educación en las formas de enseñanza aprendizaje tradicionales en comparación con el uso de estas tecnologías.

El correo electrónico, el Messenger y la consulta de páginas electrónicas, entre otros, son hoy en día las nuevas formas de comunicación y de búsqueda de información entre los universitarios, ya sea como parte de su trabajo académico o laboral, con lo cual se contribuye al desarrollo de su capital cultural o sólo por gusto (llevando a cabo prácticas sociales que dan por resultado nuevas formas de interacción); dichas prácticas incrementan el capital cultural de estos actores porque Internet les proporciona una amplia gama de información y la habilidad (adquirida con la práctica misma)

en el manejo de las nuevas tecnologías de comunicación e información, lo cual, desde el punto de vista de la globalización es un requisito para incorporarse al mercado laboral. Asimismo, con la red se crean nuevas formas de interacción, en comparación con las formas en que interactuaban los actores hace apenas una década.

Los universitarios han ido incorporando Internet a sus prácticas sociales, lo han hecho parte de su vida diaria y por tanto, parte de su cultura (Geertz). En lo que se refiere a las formas de interacción, vale la pena mencionar la opinión de Jesús Galindo²² quien menciona que "Trabajos como los de Wellman (2001) miden la influencia de Internet sobre otros tipos de socialización y rompen con sus mitos. Él encontró lo que denomina 'cuánto más, más', es decir, cuando más red social se tiene, más se utiliza internet, cuánto más se utiliza, más se refuerza la red física que uno tiene. Por lo tanto, encontró una correlación entre sociabilidad presencial y en línea. En casos de débil sociabilidad presencial, internet se utiliza para salir relativamente de este aislamiento". Hoy, la red se ha vuelto una necesidad en el ámbito educativo, por toda la diversidad de opciones que ofrece para los universitarios.

2.4.1 Internet en las universidades

Las universidades, por ser lugares privilegiados formadores de profesionistas en diferentes áreas del conocimiento son sitios de demanda de tecnologías de información y comunicación, por lo que Internet se convierte entonces en una

²² Disponible en <http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/grup.php?idioma=es&id=51>. Consultado el 16 de julio de 2007.

herramienta necesaria por los estudiantes para llevar a cabo diversas investigaciones, trabajar en grupo, buscar información, visitar sitios virtuales, estar en contacto con sus pares, tener contacto virtual con otras universidades o alumnos en otras partes del mundo, etc. Actualmente, se ha desarrollado un sistema denominado Internet2 que "es una red de cómputo con capacidades avanzadas separada de la Internet comercial actual. Su origen se basa en el espíritu de colaboración entre las universidades del país y su objetivo principal es desarrollar la próxima generación de aplicaciones telemáticas para facilitar las misiones de investigación y educación de las universidades, además de ayudar en la formación de personal capacitado en el uso y manejo de redes avanzadas de cómputo."²³ En México, las redes académicas CUDI ya se han integrado a Internet2.

Los espacios educativos, y en particular las universidades, representan posiblemente el primer lugar en el que los estudiantes tuvieron contacto con la red y muy probablemente, este primer contacto fue con fines académicos. El objeto de estudio de esta investigación son los egresados de las universidades; qué consumen, cómo se apropian de la red y qué usos le dan son los tópicos que se pretenden conocer de los egresados de la FES Acatlán, a fin de establecer si a partir de éstos realizan nuevas prácticas sociales y si contribuyen al incremento de su capital cultural. Por tales razones es importante contextualizar este espacio educativo y mencionar la forma en que dicha institución tuvo acceso a la red.

²³ Disponible en <http://www.cudi.edu.mx/>. Consultado el 17 de septiembre de 2007.

2.4.2 La FES Acatlán²⁴

La Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) Acatlán fue inaugurada el 1º de marzo de 1975 para responder a la necesidad de la Universidad Nacional Autónoma de México de beneficiar a un mayor número de estudiantes con la educación universitaria; introducir innovaciones educativas; impulsar la interdisciplina y la multidisciplina; vincular la investigación y la docencia; integrar la teoría y la práctica y vincularse con el entorno. Convertida desde el 5 de marzo de 2004 en Facultad de Estudios Superiores Acatlán (FESA) por contar con al menos un programa de doctorado, ha logrado consolidarse como una entidad universitaria tanto en lo académico, como en lo cultural y deportivo.

En sus inicios la ENEP Acatlán recibió a sus primeros 4 mil 300 alumnos, atendidos por 406 profesores, que impartían clases en 13 licenciaturas: Actuaría, Arquitectura, Ciencias Políticas y Administración Pública, Derecho, Economía, Filosofía, Historia, Ingeniería Civil, Lengua y Literatura Hispánicas, Pedagogía, Periodismo, Relaciones Internacionales y Sociología. En poco más de 30 años Acatlán incrementó sus licenciaturas a 16 en el sistema escolarizado y tres en el de Universidad Abierta: Derecho, Relaciones Internacionales y Enseñanza de (alemán), (español), (francés), (inglés), (italiano) como Lengua Extranjera. Además, a partir de 2001 participa en cuatro programas de posgrado pertenecientes al Padrón Nacional de Excelencia del CONACyT: Derecho, Economía, Ciencias Políticas y Sociales y Urbanismo, y también es participante en la Maestría en Docencia para la Educación Media Superior (MADEMS).

²⁴ Disponible en <http://www.acatlan.unam.mx/campus./314/> Consultado el 24 de mayo 2007.

Hoy en día, la comunidad estudiantil y académica de Acatlán está conformada por cerca de 18 mil alumnos de licenciatura y posgrado y un promedio de 1500 profesores y además atiende un promedio de 13 000 miembros de la comunidad externa en sus servicios extensionales.

La FES Acatlán, al igual que otras universidades se encuentra ante un gran reto de nuevas formas de enseñanza a causa del surgimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en especial Internet, por tal motivo debe estar a la vanguardia de estos avances tecnológicos para que sus egresados sean competitivos en el mercado laboral actual. Como se ha mencionado a lo largo de estos capítulos, Internet se ha vuelto una fuente de información importante para los alumnos de las universidades y Acatlán no es la excepción, por tanto, consciente de los exigencias del mundo actual, ha llevado a cabo una revisión de sus planes de estudio y ha incorporado nuevas materias que se encuentran en estrecha relación con las nuevas tecnologías de información y comunicación. Tal es el caso de la carrera de Comunicación, anteriormente Periodismo y comunicación colectiva, en donde a partir de la revisión de los planes de estudio se han incorporado asignaturas que permiten tener un panorama más completo acerca de las nuevas prácticas sociales y cultura así como obtener conocimientos sobre las nuevas tecnologías (véase anexo 1 para realizar la comparación entre los dos planes de estudio). Entre dichas asignaturas se encuentran:

- Sociedad, Arte y Cultura
- Taller de análisis de imágenes en movimiento
- Computación Aplicada a la Comunicación Organizacional

- Taller de Comunicación Educativa
- Seminario de Lenguajes Audiovisuales
- Medios Electrónicos para la Educación
- Administración de Proyectos en Medios Electrónicos
- Seminario de Tecnología de los Medios Electrónicos
- Cibernética, Nuevas Tecnologías y Comunicación
- Investigación en Comunicación Alternativa
- Seminario de Cultura de Masas

Además, hoy en día la FES Acatlán cuenta con una conexión de banda ancha para satisfacer las demandas de su comunidad. En los siguientes apartados se muestra la forma en que se logró dicha conexión.

2.4.2.1 La red en la UNAM

Aunque Internet surgió, a finales de la década de los 60, en México se conoció hasta 20 años después. En los 60 y los 70, la UNAM inició la etapa de la telecomunicación de datos; se realizaron las primeras conexiones de teletipos con una computadora central, mediante líneas telefónicas de cobre, sobre la recién instalada red telefónica del campus de Ciudad Universitaria. Luego, el mecanismo se difundió al exterior para efectuar múltiples y diversos enlaces, desde conexiones de terminales de caracteres, graficación e impresión, hasta la interconexión de estaciones de trabajo remotas a través de líneas telefónicas.²⁵ A continuación se muestra un breve resumen sobre cómo la UNAM se conectó a Internet (para mayor información véase referencia anterior).

²⁵ Disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.4/num3/art5/jul_art1.doc. Consultado el 18 de septiembre de 2007.

En 1987 se aceleró la apertura de América Latina a la red y dos instituciones académicas se lograron conectar con la red BINET; en junio se conectó el ITESM a través de la Universidad de Texas, en San Antonio y en noviembre lo hizo la UNAM, a través del ITESM.

En 1988 se aprueba el financiamiento en la UNAM para comprar dos estaciones terrenas con las que se realizaría la conexión. En septiembre de 1989 se inauguró oficialmente el primer enlace con Boulder, Colorado, y, en consecuencia, con la red NSFnet, El segundo enlace importante de México hacia el exterior lo hizo la UNAM con la red Euronet, también establecida en dicho lugar. Más tarde, se estableció la red interna de la Universidad y las conexiones con otras instituciones académicas, con el fin de extender los enlaces a través de Internet a todo el territorio nacional. La inauguración oficial de la Red Integral de Telecomunicaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México tuvo lugar en 1992 y para 1998 esta red académica era la más grande de América Latina.

La RedUNAM atiende diariamente a 400 mil usuarios, de los cuales alrededor de 170 mil son parte de la Universidad, y los 230 mil restantes corresponden a conexiones de centros de institutos de investigación, universidades públicas y privadas de todo el país, hospitales y dependencias de gobierno con las que la UNAM colabora. La UNAM cuenta con más de 38 mil computadoras, 30 mil puertos de red, 350 servidores Internet; 1 950 kilómetros de fibra óptica, dentro de los diversos campus universitarios. Recientemente entró en funcionamiento la primera conexión de Internet2 entre Ciudad Universitaria y el Centro de Supercómputo de San Diego,

California, que permite enlaces de alta capacidad con las redes académicas de Estados Unidos, Canadá, Chile, Brasil y Argentina de manera directa.²⁶

2.4.2.2 La red en Acatlán

La red dentro de la FES Acatlán, tuvo lugar por primera vez en 1992 en el edificio A-5 que fue útil para los trabajos de servicios escolares. A mediados de 1993 se inició el diseño de un sistema de red global interna a fin de agilizar los procedimientos académicos-administrativos y se instaló en el Centro de cómputo, el Edificio de Gobierno, Servicios Escolares y Secretaría Administrativa. En los enlaces entre edificios se instaló fibra óptica y dentro del conmutador un concentrador de fibras conectado a un ruteador que permitía integrar a la ENEP Acatlán a RedUnam y a Internet. Más tarde, se realizan instalaciones en los edificios donde se encuentran las divisiones y programas (A-1, A-2, A-3, A-6, A-8 y A-12), además de realizar expansiones en número de nodos en los edificios del CIE y centro de cómputo. Con la instalación de esta red, se obtuvo conexión con la red UNAM y acceso a Internet.

En 1995 se modificó la infraestructura de la red por los problemas de tráfico constante y en 1998 se actualizaron los equipos y se modificó la topología. En enero de 2007 se incrementó la banda ancha a 10 Mb. Actualmente, 24 de 30 edificios tienen conectividad y todos los estudiantes tienen acceso a la red, lo cual muestra el interés de la administración por mantenerse a la vanguardia en tecnología y proporcionar a su comunidad este servicio. Asimismo, se ha

²⁶ Disponible en <http://www.dgsca.unam.mx/dtd/estadis.html>. Consultado el 19 de septiembre de 2007.

instalado la red inalámbrica universitaria que permite la conexión de equipos portátiles.

De acuerdo con información proporcionada por el Ing. Fernando Istael González Trejo, jefe del Departamento de Redes y Soporte Técnico, administrador de la red y responsable técnico de videoconferencia de la FES Acatlán, en 1993 todos los alumnos tenían acceso a Internet, pero les era indiferente este servicio y sólo muy pocos de las carreras de Matemáticas aplicadas a la computación, Actuarial e Ingeniería y algunos de la carrera de Relaciones internacionales se interesaban en ese momento y el "boom" se dio en 1994 con la integración de elementos multimedia (antes era solo texto). En los últimos tres años ha habido mayor difusión, tal vez por la proliferación de servicios, donde en realidad el estudiante lo único que desea es "Chatear" y pocas veces realiza labores de investigación. Ahora con la integración de la RIU en la FES, al parecer hay avances pero se limita la cantidad de personas que tiene equipos móviles y aun pese a eso, la gran mayoría lo "mal utiliza" derivado del llamado "analfabetismo informático" y donde no existe la mayor intención de comprender mejor los usos y formas de la computadora y prácticamente utilizarlos en algunas tareas (copia y pega para tareas), correos personales (difusión de cadenas y chistes) y chatear, sin contar el "bajar música" y ver videos.

2.4.3 ¿Quiénes son los principales consumidores de Internet?

El pasado 17 de mayo se celebró el día mundial de Internet, motivo por el cual se llevaron a cabo diversos eventos en varios países del mundo. En México, la Asociación Mexicana de

Internet (Amipci)²⁷ publicó una encuesta realizada sobre los usuarios de Internet, la cual reporta que en comparación con el año 2006, en el 2007 el número de usuarios creció en 12.75% para alcanzar un total de 22.7 millones, y además, en el país existen 8.7 millones de computadoras con acceso a Internet; la directora comercial de Televisa digital explicó que este dato fue obtenido de un cruce de información con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la Comisión Nacional de Población (CONAPO), la consultora Select y TGI Kantar Media Research.

La red no sólo constituye un fenómeno en México, sino que éste es a nivel mundial; en la siguiente tabla se muestra el crecimiento que ha tenido en diferentes lugares del mundo:

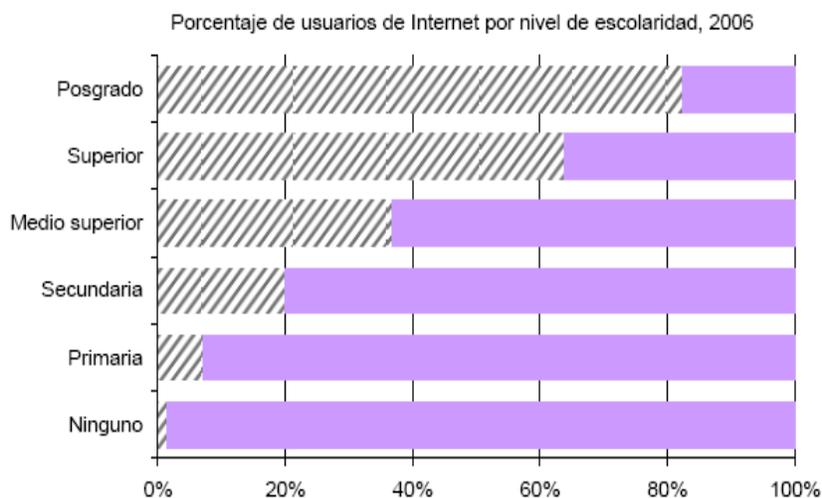
	Usuarios en 2000	Usuarios en 2005	Usuarios crecimiento to 2000-2005%	Población del mundo %	Usuarios en cada región %	Usuarios en el mundo %
África	4.514.400	16.174.600	258	14,0	1,8	1,7
Asia	114.303.000	323.756.956	183	56,4	8,9	34,5
Europa	103.075.900	269.036.096	161	11,4	36,8	28,7
Medio Oriente	5.272.300	21.770.700	312	4,1	8,3	2,3
Norte América	107.919.000	223.392.807	107	5,1	68,0	23,8
América Latina y Caribe	18.072.000	68.130.804	277	8,5	12,5	7,3
Oceanía	7.619.500	16.448.966	116	0,5	49,2	1,8
Total Mundial	360.776.100	938.710.929	160	100	14,6	100

Como puede observarse, el número de usuarios en todo el mundo, hasta el año 2005 creció en 160%, lo cual nos hace pensar

²⁷ Disponible en <http://tecnologia.prodigy.msn.com/LandinTech/landingpage.aspx?cp-documentid=4882875>. Consultado el lunes 21 de mayo de 2007.

el valor tiene la red para los actores sociales. “La red de redes ha seguido expandiéndose y, en su constante diversificación, ha permitido nuevos usos mercantiles, sociales, educativos, culturales y políticos. Sin embargo, la brecha entre quienes tienen acceso a esa información y aquellos que siguen marginados de ella no se ha cerrado con la misma rapidez”. (Trejo, 2006:61).

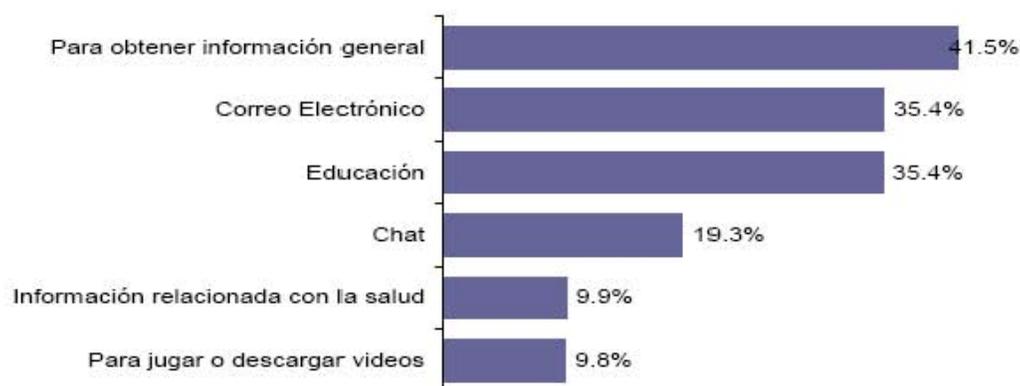
A continuación se muestran las Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información y comunicaciones 2006²⁸, estas gráficas incluyen el uso por nivel académico y los tópicos que más se consumen en la red. A continuación se muestran las Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información y comunicaciones 2006²⁹, estas gráficas incluyen el uso por nivel académico y los tópicos que más se consumen en la red.



²⁸ Disponible en <http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2007/internet07.pdf>, Consultado el 1 de junio de 2007.

²⁹ Disponible en <http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2007/internet07.pdf>, Consultado el 1 de junio de 2007.

Porcentaje de usuarios de Internet según actividades más frecuentes, 2006



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, 2006.

En la gráfica número 1, los porcentajes del consumo de Internet por parte de los universitarios y de los egresados de las universidades que tienen algún posgrado (más de 60% y más de 80%, respectivamente), representan cifras significativas que deben hacer pensar en cuáles son las razones de este consumo. En la gráfica número 2 se observa que el consumo de temas sobre educación corresponde a un porcentaje importante. Esta información, ofrece un panorama considerable sobre el uso de Internet en aspectos académicos.

Una vez que se ha establecido el marco teórico de esta investigación y se han contextualizado y relacionado los factores que afectan o tienen relación con el consumo de Internet y el papel actual de las universidades en esta sociedad de la información, en el siguiente capítulo se establecerá la metodología a seguir para comprobar la hipótesis planteada: El consumo de Internet contribuye al desarrollo del capital cultural de los egresados de la FES Acatlán y está creando otras formas de interacción, fortaleciendo la interacción física ya existente

Capítulo 3
Estadística y análisis

3.1 ¿Por qué Internet?

La estadística es la única ciencia que permite que diferentes expertos utilicen las mismas cifras para obtener diferentes conclusiones.

Una de las características distintivas de la época actual es el surgimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), que son producto de la digitalización y las telecomunicaciones. Estas tecnologías han cambiado la velocidad y forma en que los individuos generan, procesan y transmiten información a cualquier lugar del mundo. Asimismo, son la base de la llamada "sociedad de la información" y de la red de redes, Internet, un medio que representa uno de los fenómenos culturales más importantes que han surgido en las últimas décadas del siglo XX e inicio del siglo XXI que ha sido causa de nuevas prácticas sociales en la educación, trabajo, ocio, entretenimiento, y nuevas formas de interacción, las cuales, los actores sociales cada día incorporan más a su estilo de vida cambiando así la forma de percibir la realidad.

A través de la red, los actores sociales llevan a cabo el consumo de información, productos, servicios, etcétera, que se expresa a través de sus prácticas sociales, que hoy, son diferentes a aquellas que llevaban a cabo hace apenas una década. Dichas prácticas se encuentran en relación con sus capitales económico y cultural; a través de la construcción del significado que realizan estos individuos de lo que consumen le dan un valor simbólico que finalmente forma parte de su cultura y del conjunto de situaciones sociales y condiciones históricas que ellos viven.

Dado que en fechas recientes se ha incrementado en forma notable el consumo de Internet, uno de los objetivos de este capítulo es conocer de qué manera dicho consumo influye en las prácticas sociales de los egresados de la FES Acatlán. El consumo, de acuerdo con García Canclini (1993) se considera como un sistema de integración y comunicación; Internet, por sí mismo constituye formas simbólicas en las que los actores sociales adoptan códigos de pertenencia bajo ciertas formas de consumo cultural a través de las cuales se comunican bajo diferentes circunstancias. El Messenger, por ejemplo, constituye un medio a través del cual las personas socializan, se puede interactuar de una forma totalmente diferente a la interacción física, cumpliendo con las características mencionadas por Thompson (1998) en lo que se refiere al impacto interaccional. (Véase capítulo 1). Asimismo, el correo electrónico y las páginas electrónicas contribuyen a la integración y comunicación de los actores sociales; estos pueden ser grupos de trabajo ya sea académico o laboral o grupos en donde simplemente se sociabiliza en la red.

Otro de los objetivos de este estudio es conocer de qué manera Internet contribuye al desarrollo del capital cultural de los egresados de la FES Acatlán (partiendo de la premisa que ellos consumen a partir del mismo capital cultural que ya tienen), considerando, por supuesto, el uso y apropiación que se hace de este medio, los cuales también constituyen una forma alternativa de obtener conocimientos que finalmente formarán parte de su capital cultural.

Hoy en día Internet constituye un objeto de estudio de importancia porque el desarrollo de las sociedades tiene una

relación implícita con el uso de las tecnologías de comunicación e información, éstas han cambiado de manera espectacular la relación en espacio tiempo y las formas en que se comunican, informan, generan riqueza, investigan, etcétera, las personas en todo el mundo y que incorporan a su vida cotidiana de acuerdo a sus intereses, necesidades y preferencias. Asimismo, la red forma parte de nuestra realidad social, es llevada a cabo por diversos actores sociales, fomenta el desarrollo de prácticas sociales, se accesa a ella en diversos espacios sociales como la escuela, trabajo, café Internet, hogar; es un recurso donde se puede llevar a cabo la expresión, producción e intercambio cultural, y de acuerdo con algunos investigadores, ha hecho posible la globalización de la educación (capítulo 1).

En la tabla que se muestra en el capítulo 2 (número de usuarios a nivel mundial) se observa la forma en que se ha extendido Internet por todo el planeta. Del año 2000 al 2005 el número de usuarios de la red creció en 160%, por lo cual se puede considerar que la percepción que tienen los usuarios sobre el uso de la red tiene cada vez mayor valor. La red contiene, en términos generales, todo lo que a una persona egresada de la universidad, le podría ser significativo: información (de todo tipo), música, literatura, espectáculos, deportes, acceso a compras, libros, artículos, etcétera El consumo de temas de interés y principalmente académicos genera conocimientos y el manejo mismo de una computadora y de Internet, contribuyen a incrementar el capital cultural de los usuarios. Este último tiene casi el mismo peso que el capital económico (Bourdieu, 1997:30) y ambos tienen una función importante en los espacios sociales y grupos en los que se sitúan los individuos. "El consumo como lugar de

diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. El consumo construye y comunica diferencias sociales. (No sólo en lo que se refiere a capitales económicos sino también a capital cultural.)" (García Canclini, p.26, 1993)

A través de la interacción en Internet se puede promover la cultura de la información, en la cual los actores sociales realizan búsqueda de diversa información que responde a sus intereses o necesidades de ese momento; ya sea información personal (entretenimiento, espectáculos, noticias, etcétera) laboral (de acuerdo al área en la que se desempeña) o académica (a fin de mejorar su desarrollo profesional), etcétera; asimismo se promueven las prácticas de la comunicación en las cuales están creando nuevos vínculos con otros actores sociales. Sin embargo, estas premisas deben ser comprobadas, ¿qué es lo que hacen los actores en Internet? ¿Cómo se apropian de este medio? ¿Forma parte de su vida cotidiana?

Internet se constituye en un objeto de estudio importante dentro de los estudios culturales por varias razones, 1) por el valor simbólico que representa por sí mismo para una gran cantidad y variedad de actores sociales, 2) la información y la comunicación son esenciales en las nuevas prácticas sociales, 3) Internet permite la multiinteractividad, 4) parte de la realidad social, 5) los actores sociales interactúan a través de este medio 6) permite la realización de prácticas comunicativas.

3.2 Métodos y técnicas

Conocer cuál es el placer de utilizar Internet y cuáles son las consecuencias de esto se ha convertido en el objetivo de este estudio. La manera en que Internet como forma simbólica está cambiando la cultura de millones de personas en todo el mundo es un fenómeno social digno de admiración, comprensión e interpretación. De qué forma la interacción de los actores sociales en la red (ya sea el correo electrónico, el Messenger o la consulta de diversas páginas electrónicas) de acuerdo a sus intereses, crea o conduce a diferentes formas de acción, influyendo en su estilo de vida es el aspecto fundamental que se tratará de conocer a través de la aplicación de dos instrumentos de recolección de datos en este capítulo.

Para tal propósito se realizará una combinación de las metodologías cualitativa y cuantitativa; la primera ofrece poder reconstruir la realidad tal y como la observan los actores sociales, porque uno de sus aspectos es comprender el fenómeno en su propio ambiente. Se tratará de obtener información sobre lo que consumen las personas en Internet y por qué lo consumen, es decir se reinterpretará la realidad de actores sociales vinculados en su propio contexto, conociendo su propia opinión sobre el consumo de Internet y las condiciones bajo las cuales se lleva acabo esto.

La metodología cualitativa tiene como objetivo primordial la descripción de las cualidades de un fenómeno; hace uso de técnicas que rescatan la interioridad del sujeto, tales como: historia de vida, grupos de discusión, análisis semántico basado en imágenes (asbi), etnografía, entrevista

no estructurada, observación, observación participante, observación sistemática, entrevista de profundidad, entrevista conversacional informal, entrevista semiestructurada, entrevista abierta estandarizada.

La metodología cuantitativa "utiliza la recolección y el análisis de los datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente establecidas, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población" (Sampieri, 2003: 5). La importancia de este enfoque metodológico radica en obtener información para conocer qué porcentaje de la muestra estudiada consume Internet y qué porcentaje de dicha muestra satisface las variables que se proponen en este estudio.

"En términos generales, los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan 5 fases similares y relacionadas entre sí (Grinnell en Sampieri, 1997):

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones e ideas como consecuencia de la evaluación y observación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas o incluso para generar otras.

El tema de esta investigación lo constituye el consumo cultural de la Internet, que es un espacio virtual en donde los individuos interactúan de diversas formas, las cuales se encuentran en relación con sus capitales económico, cultural y el valor simbólico que ellos le asignan a la red. Este medio de comunicación, de acuerdo con Thompson (1998), ha transformado los modos de experiencia y los patrones de interacción característicos de las sociedades modernas. "Podemos subrayar ciertos aspectos donde la experiencia cultural es distinta en las sociedades modernas de las formas de experiencia cultural características de sociedades en que las formas simbólicas se transmitían exclusiva o principalmente por medios escritos u orales" (Thompson, 329:1998).

Las variables que se consideran de manera importante en este estudio son: nivel académico (capital cultural), nivel de ingresos (capital económico), prácticas sociales que realizan a partir del consumo de la red, tiempo que la consumen, uso que hacen de ella (Messenger, chat, correo electrónico, páginas electrónicas), apropiación de la red y formas de interacción. En estas variables se considera el marco teórico que incluye a la cultura, comunicación, prácticas sociales, espacios sociales y consumo, entre otros, mencionado en el primer capítulo.

El fenómeno social de Internet no se puede entender como algo aislado, por tanto, se debe comprender desde lo general (lo macro) a lo particular (lo micro), en lo cual la economía del país y su inversión en nuevas tecnologías de información y comunicación tiene una función esencial porque permite el acceso a la red y los costos se relacionan con dicha

inversión. Asimismo se considera en forma importante las instituciones sociales como la escuela, el trabajo (instituciones gubernamentales o de la iniciativa privada) hogar, a fin de conocer la importancia de éstas para que los individuos tengan acceso a Internet.

La investigación en Ciencias Sociales busca estudiar la interacción y las prácticas que se dan entre estructuras y sujetos, considerando en este sentido a las estructuras como las reglas que rigen la interacción de los actores sociales. En este capítulo se establece de qué manera tales estructuras sociales (los egresados por sí mismos, la escuela, su capital cultural, el lugar donde laboran, nivel académico, etcétera) orientan la manera en que se entiende un producto comunicativo y la interpretación que se hace de éste como forma simbólica. En este caso se trata de interpretar a través de la opinión de los sujetos, cómo viven desde sus propias condiciones el uso de la tecnologías, específicamente Internet, cómo se apropian de ésta para llevar a cabo otras prácticas culturales a partir de la construcción simbólica que es resultado de su propia cultura y del conjunto de situaciones sociales y momento histórico.

3.2.1 Elección y construcción de los instrumentos

La elección de las técnicas de investigación se llevó a cabo con base en el objetivo e hipótesis formulados para esta investigación. Dichas técnicas incluyen la recolección, procesamiento y análisis de la información obtenida sobre el objeto de estudio.

En primer lugar se eligió la encuesta, que es una técnica de la metodología cuantitativa, porque con este instrumento se pretende conocer con precisión la forma en que los egresados de la FES Acatlán se apropian de la red y que uso hacen de ella, a fin de establecer si ésta contribuye al desarrollo de su capital cultural y de otras prácticas sociales a través de las cuales interactúan en la red.

El segundo instrumento a través del cual se obtendrá información es un método cualitativo porque "... ponen énfasis en la "visión" de los actores y el análisis contextual en el que ésta se desarrolla, centrándose en el significado de las relaciones sociales"³⁰. Se utilizó la entrevista cualitativa porque se está realizando un estudio sobre el consumo cultural y se quiere conocer la forma en que los egresados se apropian de l red. Con dicha técnica se pretende comprender a partir de las experiencias de los actores sociales cuál es el encanto de la red, si es que éste existe; por qué se apropian de este medio y cómo lo hacen parte de su vida cotidiana y cuáles son los procesos socio-culturales que intervienen en el uso, socialización y significación que hacen de la red como grupo social.

La construcción de los instrumentos se llevó a cabo a través de la elaboración de una tabla de especificaciones, la cual se realizó de la siguiente manera:

A partir de la hipótesis propuesta para esta investigación, se consideraron los conceptos implícitos en la misma y se colocaron en el primer nivel de la tabla, porque

³⁰ Disponible en <http://books.google.com/books?id=3b9CdG8fMbIC&pg=PA68&lpg=PA68&dq>. CV. Consultado el 12 de agosto de 2007

representan los aspectos más importantes de la investigación; en el segundo nivel se establecieron las dimensiones que incluyeron cada uno de los componentes de los conceptos, en estas dimensiones se consideran las variables propuestas en la hipótesis, las cuales tienen una función importante para su comprobación, por ejemplo, de qué manera Internet influye en el desarrollo del capital cultural y nuevas formas de interacción social a través de la apropiación y uso que hacen los actores sociales de la red; en tercer lugar, de acuerdo con Boundon se llevó a cabo la elección de los indicadores, que son básicamente las características de la vida cotidiana que se encuentran en relación con el objeto de estudio y a partir de los cuales se puede obtener información de la dimensión; luego se llevó a cabo la formación de los índices. En este paso se sintetizaron los datos elementales obtenidos durante las etapas anteriores, a través de los cuales se trató de establecer de qué manera se realiza la apropiación de Internet. Al final se diseñaron los tópicos posibles, de acuerdo al objeto de estudio y a partir de aquí se inició la redacción de las preguntas para el cuestionario y la entrevista.

3.2.2 La encuesta

Una vez que se establecieron los indicadores y los índices, se llevó a cabo el diseño de los instrumentos. Se eligió la encuesta porque es una técnica que permite recoger información por medio de preguntas escritas que se encuentran organizadas en un cuestionario impreso y responde a las necesidades de investigar al objeto de estudio de manera general. "La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales... Debido a su intenso uso y difusión, la encuesta es la

representante por excelencia de las técnicas del análisis social”³¹. Dicha técnica, tiene características que la hacen idónea para utilizarla en esta investigación, porque responde a las necesidades de obtención de información sobre el impacto de Internet como consumo cultural en la vida cotidiana de la población que se desea analizar. Asimismo, facilita la comparación de los resultados, la tabulación de los datos y el diseño mismo de la encuesta puede realizarse en forma rápida y eficaz a través de medios tecnológicos, los cuales también permiten obtener resultados de manera rápida y precisa, y además, son rentables.

De acuerdo con el enfoque metodológico, se trata de una encuesta de tipo descriptivo porque el propósito es describir con precisión las características del fenómeno observado, y de acuerdo a la unidad estudiada se trata de una encuesta de población porque el estudio se aplicará en personas que consumen Internet.

El diseño de esta técnica se realizó considerando los siguientes aspectos:

- Muestra: Se estableció la población a estudiar y los aspectos que más nos interesan de ésta, con base en lo que se quiere conocer; en este caso, son de interés la edad, nivel académico, institución de la que egresaron y forma en que se apropian y usan la red a través de diferentes preguntas. Se eligió una muestra no probabilística de una población de 400 egresados

³¹ Disponible en <http://books.google.com/books?id=5a0Jdv7Ip9oC&pg=PA33&dq=Debido+a+su+intenso+uso+y+difusi%C3%B3n,+la+encuesta+es+la+representante&hl=es&sig=Sed6uxy0GEoGCnftvq3ZEpOgGOQ>. Consultado el 15 de agosto de 2007.

inscritos actualmente en algún seminario, diplomado, curso de actualización, etcétera (de acuerdo con datos proporcionados en el Centro de educación continua de la FES Acatlán por el Lic. Mauricio Bautista), es decir, personas que han concluido sus estudios universitarios y actualmente tienen actividades académicas; esto con el fin de partir de la premisa de que a partir del capital cultural con el que ya cuentan y de acuerdo con sus actividades son más selectivos en lo que consumen, lo cual contribuye al desarrollo del mismo capital cultural. "Los tipos de muestra son probabilística y no probabilística. La primera permite que todos los elementos de la población sean considerados como candidatos de selección, la principal ventaja consiste en que puede ser medible el tamaño de error e incluso reducirlo, lo que origina una mayor precisión en el tamaño del universo. En tanto a la muestra no probabilística o dirigida, se determina por medio de la selección de ciertos elementos según los intereses del investigador." (Hernández, 102:2006).

- Medición: "Es el proceso mediante el cual las ideas o conceptos son dimensionalizados de acuerdo a reglas. A través de este proceso las ideas abstractas son operacionizadas y cuantificadas"³². La dimensionalización se llevó a cabo a través de las preguntas que se realizaron a partir de los indicadores e índices. El cuestionario debe ser válido y confiable en la medida que arroje

³² Disponible en <http://books.google.com/books?id=5a0Jdv7Ip9oC&pg=PA33&dq=Debido+a+su+intenso+uso+y+difusi%C3%B3n,+la+encuesta+es+la+representante&hl=es&sig=Sed6uxy0GEoGCnftvq3ZEpOgGOQ#PPA34,M1>. Consultado el 15 de agosto de 2007

resultados compatibles con lo que se quiere conocer de la población.

- Técnicas de medición: La técnica de medición que se utilizó para esta encuesta es de preguntas cerradas.
 - ✓ Preguntas cerradas: Presentan alternativas de respuesta. Éstas deben ser exhaustivas (consideran todas las alternativas posibles; excluyentes (las respuestas posibles pertenecen a una sola categoría); relevantes (para el estudio y el repertorio de respuestas del encuestado), y formuladas con el mayor nivel de precisión.
 - Las características que se deben considerar para la redacción de las preguntas son: Focalización, brevedad, claridad, simplicidad, relevancia, no dirigidas.
- Recolección de la información: la recolección fue personal, el encuestador se presentó ante el encuestado para solicitarle su apoyo una vez que le explicó el objetivo de la encuesta.
- Evitación de sesgos: a fin de que la aplicación de la encuesta sea lo más objetiva posible, se piloteó el cuestionario y se realizaron las modificaciones pertinentes tanto en las instrucciones como en las preguntas (véase anexo 3).
- Los reactivos: se elaboró el cuestionario de acuerdo a bloques de preguntas por tema, de lo general a lo particular, con base en los índices y tópicos de la tabla de especificaciones.

3.2.3 La entrevista

Hoy en día, el consumo cultural de las sociedades modernas se encuentra en estrecha relación con los avances tecnológicos. Para establecer cuál es la importancia de la tecnología, cuál es el valor simbólico que se le asigna y cómo contribuye a nuevas prácticas sociales, se ha elegido a la entrevista, como técnica de la metodología cualitativa, para conocer desde sus propias palabras, cómo están viviendo los actores sociales la tecnología, de qué manera se apropian de ella y cuál es el sentido que le dan o que ésta les da a sus vidas, para lo cual es necesario un trabajo interpretativo, en donde se entrelacen opiniones, ideas y sentimientos de los sujetos.

“La entrevista cualitativa proporciona una lectura de lo social a través de la reconstrucción del lenguaje en el cual los entrevistados expresan los pensamientos, los deseos y el mismo inconsciente; es, por tanto, una técnica invaluable para el conocimiento de los hechos sociales, para el análisis de los procesos de integración cultural y para el estudio de los sucesos presentes en la formación de identidades”³³ Esta técnica, de acuerdo con dicho autor, contiene riqueza porque en ella confluyen las experiencias, sentimientos, subjetividades e interpretaciones que cada persona hace de su realidad social; asimismo, contiene limitaciones porque al tener un carácter único no siempre puede afirmarse con plena seguridad el descubrimiento de los aspectos claves que conduzcan a un conocimiento generalizable. Pero, con todo ello, ésta tiene un papel en la investigación social. Por

³³ Disponible en

http://books.google.com/books?id=3b9CdG8fMbIC&pg=PA68&lpg=PA68&dq=la+entrevista+cualitativa+proporciona+una+lectura+de+lo+social+a+trav%C3%A9s+de+la+reconstrucci%C3%B3n+del+lenguaje&source=web&ots=T9vqZu9MZU&sig=JsJnr_RjdIIKpX3IJVzDnC69kJs#PPA1,M1. Consultado el 12 de agosto de 2007.

tales razones, se realizara una entrevista cualitativa no estructurada porque ésta tiene un alto grado de libertad y profundidad "una entrevista no estructurada nunca se apoya en una lista de preguntas establecidas con relación al orden en que se efectúan o en la forma como son planteadas, sino más bien en una conversación libre;..."³⁴

3.2.4 Aplicación de los instrumentos

A continuación se describe la forma en la que se llevó a cabo la aplicación de la encuesta y de la entrevista cualitativa a los egresados de la FES Acatlán.

1) Encuesta: El 23 de junio de 2007 se realizó la aplicación de la encuesta piloto con 20 cuestionarios (anexo 3) a una muestra de 20 egresados de la FES Acatlán; una vez analizados los resultados, junto con la observación verbal de los participantes, se hicieron los cambios necesarios a la encuesta (anexo 3) y el 30 de junio de 2007 se aplicaron 100 cuestionarios a una muestra no probabilística de egresados de diversas carreras de la FES Acatlán. La dinámica de aplicación fue la siguiente: a) el lugar en donde se llevaron a cabo las encuestas fue la FES Acatlán, b) se abordó a los egresados de manera personal solicitándoles su cooperación para responder el cuestionario y se les explicó el objetivo de éste, c) se les entregó el cuestionario 5) se recogió el cuestionario y se les agradeció su atención.

2) Se realizaron tres entrevistas a tres egresados de la FES Acatlán, dos hombres y una mujer: Elizabeth Rojas egresada de la carrera de diseño gráfico en 2001; Martín Herrera egresado

³⁴ Disponible en <http://books.google.com/books?id=3b9CdG8fMbIC&pg=PA68&lpg=PA68&dq>. Consultado el 12 de agosto de 2007.

de Periodismo y Comunicación Colectiva en 1990; y Carlos Madrigal egresado de la carrera de relaciones internacionales en 1996. El objetivo fue el mismo en el que ha girado esta investigación: Conocer el consumo de Internet de los egresados de la FES Acatlán y la forma en que contribuye en el desarrollo de su capital cultural y en sus prácticas sociales; el diseño de la entrevista se realizó con base en los tópicos e índices de la tabla de especificaciones con preguntas abiertas que permitieran al entrevistado manifestar su punto de vista al tiempo que hacía lo mismo con sus emociones, que en ocasiones comunican más que el lenguaje verbal. Estas entrevistas se llevaron a cabo de la siguiente manera: a) El lugar en donde se realizó la entrevista lo escogió cada entrevistado; dos de las entrevistas se llevaron a cabo en un café y otra se realizó en la FES Acatlán; b) sólo estuvieron presentes el entrevistador y el entrevistado; c) la entrevista se llevó a cabo en una sola sesión; d) se utilizó una grabadora digital con puerto USB que se conecto a una computadora para transcribir la información y se guardaron los archivos de voz.

3.2.5 Sistematización de la información

Una vez que se recolectaron los datos a través de las encuestas y entrevistas, se llevó a cabo la sistematización de éstos a fin de realizar su análisis; esta sistematización se realizó de dos maneras: en forma cuantitativa sobre la aplicación de encuestas y cualitativa en lo que se refiere a las entrevistas.

El análisis cuantitativo de los datos (cuestionarios), se realizó a través de la codificación de éstos en una base de

datos de access que se guardó en un archivo de computadora, a partir de la cual se pudieron obtener en forma rápida y eficaz reportes específicos de la información (anexo 4).

La base de datos de access es idónea para el vaciamiento de la información porque: a) sistematiza y ordena la información; b) permite realizar consultas individuales de cada tópico c) permite realizar cruces de información sobre diferentes tópicos. Antes de realizar la codificación de datos se debe crear la base de acuerdo a las necesidades del investigador, haciendo énfasis en cada punto que desea conocer sobre los datos. Una vez realizado esto, se podrá tener gran accesibilidad a la información, en forma general o específica, con rapidez y precisión. Lo que se pretende con esta técnica es conocer las tendencias sobre el objeto que se está investigando.

Para llevar a cabo la sistematización de los datos obtenidos en las entrevistas se realizó el análisis de acuerdo con la propuesta hecha por Enrique Pimentel en su tesis de licenciatura (2002); en el primer nivel se realiza la transcripción de los datos (anexo 6); en el segundo nivel (anexo 7) se lleva a cabo la categorización de los datos a través de dos formas: 1) preguntas o temas que se hicieron en la entrevista y, 2) conceptos o categorías teóricas principales de la investigación (p. ej., consumo, uso, apropiación, etcétera) en este paso se revisaron nuevamente los datos obtenidos y se nombraron las categorías. En el tercer nivel se realizó la interpretación de las categorías por medio de una paráfrasis de lo que dijo el entrevistado; en el cuarto nivel se llevó a cabo la interpretación de las categorías. En el cuadro de vaciado de datos se realizó la

comparación de las tres entrevistas. Una vez realizados todos estos pasos se empezaron a establecer las conclusiones para conocer si se puede comprobar la hipótesis, de un estudio que al parecer se ha tocado poco, tal vez por la delimitación del mismo: consumo de Internet por egresados universitarios con un capital cultural de estudios profesionales y que actualmente continúan su superación profesional realizando alguna actividad académica con valor curricular para conocer si este consumo contribuye al desarrollo de su capital cultural y de otras formas de interacción que fortalezcan la interacción física.

3.3 Los egresados de la FES Acatlán e Internet

Actualmente existen diversos estudios culturales en universitarios y estudiantes de bachillerato sobre el consumo de Internet, de las nuevas tecnologías de información y comunicación, y su repercusión en aspectos de sociabilidad, prácticas sociales o culturales, usos sociales y políticos e incluso aspectos académicos, entre otros; sin embargo para la realización de esta investigación no se encontró algún estudio que haya analizado que está pasando con los egresados de las universidades en cuanto al consumo de Internet, si existe relación o no del consumo de Internet de acuerdo con su edad o con el tiempo que ha pasado desde que terminaron la universidad, si sus necesidades son las mismas que las de los universitarios o si están en relación con su trabajo o con aspectos personales o de superación, si se conectan en los mismos sitios que los estudiantes y si las prácticas sociales al interactuar en la red son las mismas en ambas poblaciones.

El objetivo de esta investigación es comprobar que el consumo de Internet influye en el desarrollo del capital

cultural de los egresados de la FES Acatlán y está creando otras formas de interacción, fortaleciendo la interacción física que ya existe entre los actores sociales (considerando siempre el capital cultural con el que ya cuentan para el desarrollo del mismo); para cumplir con dicho objetivo se utilizaron las técnicas mencionadas antes, con base en las siguientes variables: población de egresados de la FES Acatlán que actualmente se encontraban inscritos en alguna actividad académica en la misma facultad, carrera profesional, prácticas que realizan, tiempo que consumen internet, uso de Internet (Messenger, correo electrónico, páginas electrónicas), apropiación y uso, formas de interacción. Los resultados obtenidos se mencionan a continuación.

3.3.1 Prácticas de consumo

Antes de iniciar con el análisis de los resultados, es importante destacar que los encuestados (anexo 4) son egresados de ocho carreras diferentes de la FES Acatlán, su edad se encuentra entre 23 y 56 años, el año de egreso varía desde 1977 hasta 2006 (el 36% egresó entre 1977 y 1999, el 64% egresó entre 2000 y 2006) (Anexo 4). Asimismo, es importante mencionar que al momento de aplicación de los cuestionarios, todos los encuestados se encontraban tomando algún diplomado, curso de actualización, seminario de titulación o curso de especialización, todos tienen actividades académicas. El 87% de ellos trabaja actualmente y casi el 100% lo hace en su área de formación profesional. A partir de estos datos se puede observar en primer lugar que el capital cultural de esta población es nivel licenciatura. Asimismo, existe un amplio rango entre las edades, año de egreso y tipo de carreras, sin embargo esto no representa

algún obstáculo para acceder a la red porque el 100% de los encuestados conoce Internet y 96% opina que este medio facilita la consulta de información de todo tipo, lo cual constituye un número significativo y permite establecer que los egresados de la FES Acatlán pertenecen a una comunidad de cibernautas.

3.3.1.1 Los cibernautas y la apropiación de la red

A partir de los datos obtenidos con la aplicación de los instrumentos diseñados se observó de qué manera los egresados de la FES Acatlán se apropian de Internet al hacerla parte de su estilo de vida. Los tres egresados entrevistados utilizan comúnmente la tecnología, conocen y se conectan a la red todos los días porque les es de utilidad, principalmente en su trabajo y en su vida cotidiana, lo cual se puede observar con base en sus respuestas:

Martín: *Prácticamente se conecta diario. Se puede conectar diariamente en promedio 3 o 4 horas, fines de semana más.*

Elizabeth: *Por lo común se conecta 8 horas al día, pero no todo el tiempo está en Internet, tiene la página abierta pero está haciendo otras cosas, por lo general está en Internet, de 5 a 7 horas.*

Carlos: *Lo conoce desde 1997, le guste y lo utiliza todos los días, en el trabajo y en su vida cotidiana*

Internet se ha vuelto una necesidad, sin importar el lugar en el que las personas se encuentren, siempre habrá un lugar donde conectarse, un sitio en el que puedan continuar accediendo a la red y realizando prácticas culturales diferentes. El 31% de los encuestados se conecta sólo en su

hogar (aunque, el 53% se conecta en el hogar y en uno, dos o hasta tres sitios más [trabajo, escuela, café Internet]); 24% en el trabajo (aunque el 48% se conecta en el trabajo y en uno o dos sitios más [trabajo, escuela, café Internet]; 15% en café Internet; además, 13% accedan a la red en el hogar y en el trabajo; 5% en el hogar y café Internet; y 12% lo hace en diversas combinaciones de los lugares mencionados. De todos ellos, 45% se conecta diario; 24%, cuatro veces a la semana; 20%, dos veces a la semana; 10%, una vez a la semana. El 94% de los egresados cuenta con equipo de cómputo propio y 68% tiene acceso a Internet en el hogar.

Con estos resultados se puede observar la forma en que los egresados han incorporado Internet a su estilo de vida haciendo uso de ella en forma casi común, y más aún los entrevistados, quienes se conectan diario por un tiempo muy significativo del día.

Tanto los encuestados como los entrevistados viven la red, en mayor o menor medida, a través del correo electrónico, del Messenger (servicio de mensajería instantánea) y de las páginas electrónicas y, aunque por lo común utilizan las tres herramientas, 60% de ellos usa principalmente el correo electrónico, 23% las páginas electrónicas y 17% el Messenger. La opinión de Carlos, quien al igual que los otros dos entrevistados también utiliza con mayor frecuencia el correo electrónico fue:

"Lo utilizo para enviar y recibir correos electrónicos con fines laborales, me mandan muchos archivos en formato de Word, Excel y archivos PDF. En este momento estoy tomando un diplomado sobre administración y he

tomado varios cursos sobre calidad e ISO 9000. Utilizo Internet para establecer comunicación con algunos profesores que piden que se envíe información a través del correo electrónico y en los últimos meses me han enviado tareas por correo electrónico..."

Como se puede observar, esta población se apropia de la red de manera diferente a los universitarios (alumnos que aún cursan la universidad), de acuerdo con los estudios mostrados en el capítulo 1, quienes se apropian de Internet, principalmente a través del Messenger y del Chat para sociabilizar, y por medio de las páginas electrónicas, básicamente para bajar música. La red, responde entonces a diferentes intereses y necesidades de los actores sociales.

3.3.1.2 Usos

En Internet se encuentra mucho de lo que los egresados requieren sobre información, comunicación u ocio, conectarse implica saltar de lugar a lugar tratando de encontrar lo que satisfaga sus intereses de ese momento único e irrepetible. De acuerdo a los resultados obtenidos, 65% utiliza la red principalmente para consultar información, 22% con fines de comunicación, 7% para entretenerse; 6% no contestaron. Como se puede observar, lo que consumen principalmente los encuestados es información, y el 51% de ellos consulta información científica; 15% música; 14% espectáculos; y en menor medida consumen deportes, información comercial, juegos y noticias. Además, también consumen otros medios de comunicación masiva en Internet, éstos son: periódicos y revistas, 57%; libros, 28%; radio, 6%; otros, 3%. En este tópico, los entrevistados mencionaron que además de

utilizarlo frecuentemente como herramienta laboral, también consumen lo siguiente:

Martín: *Entre otras cosas, también revisa noticias, portales de periódicos y portales de noticias deportivas.*

Elizabeth: *Música, compra de boletos de avión, transacciones bancarias. Noticias, chismes de farándula o aspectos del gobierno.*

Carlos: *Paga la cuenta de televisión por cable... también acostumbra revisar periódicos electrónicos, por ejemplo la página del universal o reforma y también revisa algunas noticias en la página de t1MESENGER. Además: "...y con gran frecuencia utilizo Internet para bajar libros o información actualizada sobre mi área de trabajo*

Lo que los egresados consumen en la red es en primer lugar libros y en segundo lugar información científica; los entrevistados tienen un consumo muy similar al encontrado en las encuestas, el consumo, de acuerdo a los resultados de ambos instrumentos, está dirigido al incremento de su capital cultural por el uso que hacen de éste:

El 69% de los encuestados lo utiliza de mucho a bastante para bajar información que les ayude en sus actividades laborales; 75% se conecta de mucho a bastante para buscar información y documentarse en temas de actividades académicas. Estos datos tienen una relación estrecha con las respuestas de los entrevistados, Martín menciona que:

Internet es de fácil acceso a cualquier tipo de información, es inmediato, está actualizado, es

flexible, se puede acceder a todo tipo de información, desde lo académico y formal, diversión, noticias, hasta... información muy muy especilizada.

En cuanto al principal uso que hacen de cada herramienta, los resultados son los siguientes: el correo electrónico lo utiliza el 72% con fines de transmisión de información; el Messenger lo utiliza el 65% de ellos para comunicarse; y 80% consulta las páginas electrónicas para buscar información. Los entrevistados continúan en la misma línea del uso de Internet:

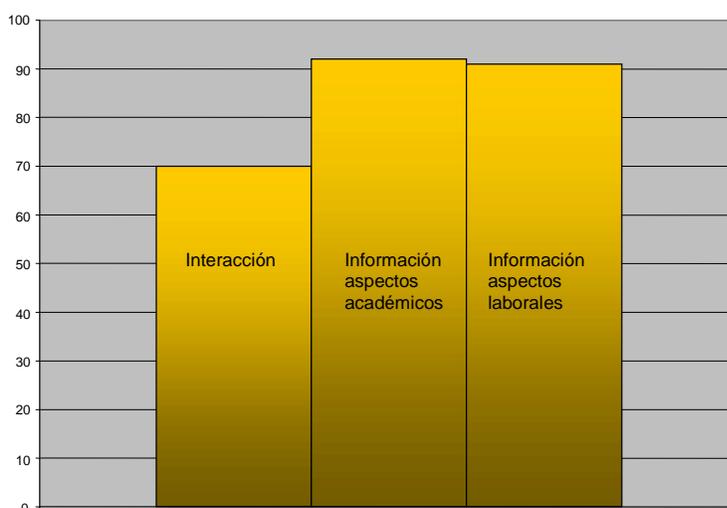
***Carlos:** Utiliza el correo electrónico porque le permite enviar archivos con gran rapidez es posible el trabajo prácticamente simultáneo... Casi 95% de los correos electrónicos que envía o recibo son con fines de trabajo... Menciona que en su caso no utiliza Internet para mantener comunicación con su familia, prefiere el uso de líneas telefónicas, a diferencia del trabajo, en donde prefiere la comunicación por vía electrónica pues la comunicación por teléfono suele ser muy difícil.*

3.3.1.3 Interacción

La red también ofrece alternativas para interactuar con personas que pueden encontrarse al otro lado del mundo o al lado nuestro. En lo que se refiere a la importancia de Internet para interactuar con familiares y amigos a través de conversaciones, los resultados fueron los siguientes: 9% opinó que ésta es bastante, 26% mucho y 35% regular. El 99% de los encuestados establece conversaciones a través de la red, el 49% de ellos interactúa principalmente a través del

correo electrónico; 44% por Messenger; 5% a través de páginas electrónicas; 1% por otra vía de Internet y 1% no entabla conversaciones. Los actores sociales con los que interactúan principalmente los egresados son: 61% familiares y amigos; 18% con familiares; 13% con amigos.

A partir de estos datos se puede establecer que Internet es un medio importante para interactuar en la red, sin embargo existen dos situaciones que tienen mayor peso para los egresados, éstas son la importancia de la red como apoyo en el aspecto laboral y en las labores académicas cuyas respuestas fueron: bastante 25% y 38%, mucho 44% y 37%, y regular 22% y 17%, respectivamente. Esta diferencia se muestra en la siguiente gráfica:



Tales resultados indican que en esta población el mayor uso que se hace de la red es para buscar información que contribuya al desarrollo del capital cultural de los actores sociales, porque dicha información los documenta sobre

aspectos importantes para tener conocimiento es sus áreas laboral y educativa. Asimismo, el valor simbólico que tiene para ellos interactuar en la red es significativo porque 99% de ellos establecen conversaciones en ésta. Además, en lo que se refiere a la importancia para fortalecer las relaciones interpersonales con familiares y amigos, 39% opinó que ésta es de mucha a bastante; es regular, 30%; es poca 16%; y es muy poca 4%; 1% no contestó. Se puede observar que la mayoría de los encuestados (79%) considera que la importancia de la red en esta situación es de regular a bastante lo cual constituye un valor significativo para dicha investigación. Al respecto Elizabeth comenta que:

"...a través del Messenger se fortalecen las relaciones interpersonales..." Además, menciona que entre las prácticas sociales que ha desarrollado a través de Internet se encuentra la comunicación a larga distancia, porque tiene un amigo en España y a veces se llega a conectar, y es cuando tiene comunicación con él, pero no con otras personas, sólo con amigos lejanos que casi no ve.

La red se constituye entonces un medio en donde se están llevando a cabo, en forma constante prácticas culturales que ahora forman parte de la vida de los actores sociales.

3.4 Prácticas sociales y capital cultural

Las nuevas prácticas sociales que se están realizando con la Internet permiten el desarrollo del capital cultural de los individuos porque a través de la búsqueda de información y la discriminación de la misma con base en su capital cultural ya

existente, incrementan sus conocimientos y habilidades en diversos temas y de manera significativa en los aspectos académicos y laborales que son de la mayor importancia para ellos. El 98% de los encuestados considera que al navegar en la red se obtienen conocimientos científicos y académicos, este dato tan significativo indica que hoy en día, la red definitivamente tiene una función esencial para que los egresados adquieran conocimientos y habilidades que influyen en el desarrollo de su capital cultural, lo cual se complementa con los datos mencionados antes sobre el uso que se hace de este medio en aspectos laborales, académicos y personales. El consumo, de acuerdo con Durand tiene una representación simbólica importante y se personifica en función de los gustos y capital cultural, el cual incluye (capítulo 1) el conocimiento, las habilidades y los diversos tipos de crédito educativo.

Todos los entrevistados coincidieron en que el consumo en la red contribuye al desarrollo de su capital cultural. Algunas de las opiniones son:

Elizabeth: *Si influye, tiene una gran ventaja su uso, te puedes documentar y te sirve para aprender más y saber más cosas.*

Carlos: *Internet ha sido una fuente importante de conocimiento.*

3.5 Valorización de la red

Actualmente, Internet forma parte de la vida de los egresados de la FES Acatlán, lo cual se ve reflejado a lo largo de la presentación de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas; forma parte de su cultura y el valor simbólico que tiene la red para ellos es muy alto. Al interactuar en la red se pueden llevar a cabo diversas actividades al mismo tiempo, lo cual hace de ésta un sitio virtual que se disfruta, y las opiniones de los entrevistados respecto a esto son:

Martín: *"Navegar en la red es un placer si te gusta leer, si te gusta estar investigando, si te gusta estar viendo información, es placentero si es tu hobby o tu gusto es informarte, si es placentero."*

Elizabeth: *Existe el placer de entretenerte, divertirte...*

Carlos: *... es una actividad que me satisface.*

Además, se les planteó a los entrevistados una situación hipotética de qué harían si Internet desapareciera y su respuesta fue:

Martín: *"¡Que no me lo quiten, no por favor!"*

Elizabeth: *"La falta de acceso a Internet me afectaría en todas las formas y estaría dispuesta a pagar el costo por volverlo a tener"*

Carlos: *"Mucho de mi desempeño depende de información transmitida de inmediato, y el no contar con esta información con la rapidez necesaria podría ocasionar grandes costos a mi empresa".*

"Las redes se constituyen desde la intencionalidad generosa, gratuita, desde el gozo, el placer de compartir, de

conversar, de estar, de relacionarse. En este juego se configuran tramas que permiten más de lo que inhiben". (Galindo Cáceres)³⁵ El consumo cultural de Internet se lleva a cabo a través de procesos socioculturales en los cuales los egresados realizan la apropiación y los usos de los productos (García), ellos integran la red a su forma de vida, ésta se ha vuelto un lugar para buscar información, sociabilizar, leer libros, leer periódicos, transmitir información, enterarse de las noticias, etcétera La red tiene prácticamente todo lo que un egresado necesita consultar. En el siguiente capítulo se abunda sobre estos resultados obtenidos y se concluye en forma precisa si la hipótesis de esta investigación se comprobó o no.

35 Disponible en de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n10/galindo.htm>. Consultado el 15

Capítulo 4
Prácticas sociales, capital
cultural e Internet

4.1 Consumo y capital cultural

*El pensamiento es la reflexión de la luz en un punto en concreto de nuestras neuronas,
pensar es contemplar de manera interna el reflejo de la realidad*

En este capítulo se lleva a cabo la interpretación de los datos obtenidos a fin de establecer si se cumple la hipótesis propuesta para este trabajo: *El consumo de Internet contribuye al desarrollo del capital cultural de los egresados de la FES Acatlán y está creando otras formas de interacción entre ellos, fortaleciendo la interacción física ya existente.* En esta interpretación de los datos obtenidos por medio de las encuestas y entrevistas, se consideran (como se mencionó en el capítulo 1) la concepción estructural de la cultura de Thompson, que enfatiza tanto el carácter simbólico de los fenómenos culturales, la importancia de Internet para los egresados, como el hecho de que tales fenómenos se inserten siempre en contextos sociales estructurados, en este caso la escuela, el hogar, el trabajo, la calle. Asimismo, se consideran los modelos de consumo de García Canclini propuestos también en el capítulo 1: *Modelo 3. El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.*

Modelo 4. El consumo como sistema de integración y comunicación Modelo 4. *El consumo como sistema de integración y comunicación.*

Internet como fenómeno cultural se inserta dentro la investigación social, lo cual, de acuerdo con Thompson ya constituye por sí mismo un campo preinterpretado por el sujeto, en donde se observa la presencia de un contexto sociohistórico en el que los sujetos interpretan lo que sucede en el mismo contexto en el que se encuentran

inmersos. Bajo estas aseveraciones, se realiza la reinterpretación que tienen los actores sociales del consumo de Internet en el contexto sociohistórico actual, en el cual día con día hay mayor desarrollo de los avances tecnológicos, a fin de conocer cómo se apropian de la red y la hacen parte de su cultura sin perder de vista la importancia de dicho contexto.

Para comprender el valor simbólico de la red para realizar nuevas prácticas sociales (que implican el consumo y la interacción) se considera a la hermenéutica de la vida cotidiana (Thompson) que es el punto de partida de la hermenéutica profunda. Para tales fines se llevó a cabo la aplicación de cuestionarios y entrevistas para conocer desde las experiencias propias de los egresados cómo se apropian, utilizan y viven la red haciéndola parte de su cultura, es decir se conocieron primero las prácticas culturales que llevan a cabo en forma cotidiana, las doxas, y la manera en que ellos las interpretan a fin de llegar a una mejor reinterpretación de dicho consumo.

Internet como forma simbólica se produce, transmite y recibe en condiciones sociales e históricas específicas. La red, no es algo que haya surgido de pronto, sino que desde la década de los sesenta, con el surgimiento de las TIC, se fueron dando las condiciones para su desarrollo.

En la reinterpretación de las respuestas de los entrevistados es importante conocer aspectos relevantes de éstas, cuál fue el énfasis que se hizo, en qué orden se dijo, cómo se dijo. "Las formas simbólicas o discursivas tienen lo que he descrito como un aspecto referencia: son construcciones que típicamente representan algo, se refieren a algo, dicen algo acerca de algo. Es este aspecto

referencial el que buscamos captar en el proceso de interpretación." (Thompson, 1998:421).

4.1.1 Internet hoy

Internet, la red de redes hoy en día, se encuentra inmersa en el contexto de la tecnología en un momento de gran auge, un fenómeno que ha revolucionado el mundo, porque cada vez más personas conocen y se apropian de la red, viven el espacio virtual en diferentes ámbitos de su vida, una experiencia que ha cambiando la forma de concebir su realidad e influye totalmente en las prácticas culturales que se llevan a cabo actualmente.

4.1.2 Internet en los campos educacional y laboral

Hoy en día, el uso de la red tanto en el campo educativo como en el laboral tiene una función importante, porque es un medio a través del cual se pueden obtener conocimientos para el desarrollo personal y profesional; actualmente se concibe como herramienta de búsqueda de información (de acuerdo con los resultados de las encuestas mostrados en el capítulo 3) que se ha vuelto imprescindible en dichos ámbitos. Estar conectado es común en los egresados de la FES Acatlán porque en la red encuentran mucho de lo que ellos necesitan. Internet contribuye al proceso de aprendizaje, a la obtención de conocimientos no sólo académicos sino también laborales, porque ofrece una mayor velocidad y eficiencia del proceso de comunicación, y acceso a un mayor número de fuentes de información permitiendo así la comparación entre diversas situaciones, por ejemplo, corrientes teóricas o puntos de vista de diversos escritores o autores, productos, entre otros. Tales premisas se apoyan en los resultados mostrados en el capítulo 3 respecto al uso de la red como apoyo en aspectos laborales y académicos y tipo de información que se

consulta. Respecto a este tópico los entrevistados comentan lo siguiente:

Martín: *Internet le ha ayudado bastante en el aspecto académico porque de primera instancia hay portales específicos de la carrera, del tema de comunicación, de ciencias de comunicación, por un lado, mucha información de los teóricos que están viendo, puede recurrir a textos que están escritos por ellos en Internet o donde se han hecho estudios tomando las posturas de estos teóricos...*

Elizabeth: *recientemente tomó un curso de actualización y menciona que Internet le sirvió muchísimo, porque ahí buscó toda la información que necesitó acerca... tanto de autores, como del tema que estaba tratando.*

Carlos: *"En este momento estoy tomando un diplomado sobre administración y he tomado varios cursos sobre calidad e ISO 9000. Utilizo Internet para establecer comunicación con algunos profesores que piden que se envíe información a través del correo electrónico y en los últimos meses han enviado tareas por correo electrónico y con gran frecuencia utilizo Internet para bajar los libros o información actualizada sobre su área de trabajo".*

Por tales razones, y con base en los conceptos manejados en el capítulo 1, se establece que la red contribuye al desarrollo del capital cultural de los egresados

Los usuarios adaptan y modifican el medio en relación a sus necesidades y preferencias, ellos establecen sus propias rutas en la red saltando de lectura a lectura en cuestión de segundos y, lo que es más importante pueden

escoger o discriminar la información, lo cual también tiene que ver con sus capitales culturales. Asimismo, los individuos también se ven beneficiados en su campo laboral, porque a través de la red obtienen información valiosa sobre su área laboral, establecen comunicación que les facilita el trabajo y toma de decisiones, lo cual ocasiona ahorro de dinero y de tiempo que resulta altamente beneficioso para las empresas en las que se desarrollan profesionalmente. "La red de redes ha seguido expandiéndose y, en su constante diversificación, ha permitido nuevos usos mercantiles, sociales, educativos, culturales y políticos. Sin embargo, la brecha entre quienes tienen acceso a esa información y aquellos que siguen marginados de ella no se ha cerrado con la misma rapidez". (Trejo, 2006:61). Los tres entrevistados coinciden en que obtienen grandes beneficios de la red en los aspectos educativo y laboral; al respecto, dos de ellos comentan lo siguiente:

Martín: *en el aspecto laboral, no sólo obtiene información de México sino de otros países y le da pauta para investigar más formalmente y tomar mejores decisiones.*

Carlos: *Lo utiliza en el trabajo, básicamente y es un medio de búsqueda de información y comunicación rápido, flexible y preciso. Además comenta que: Hace varios años cuando necesitaba información, acudía a la biblioteca y en ocasiones podía pasar toda una tarde para sacar 20 copias fotostáticas de un libro y revisaba en su casa. Ahora, le es posible revisar varios libros, bajarlos por completo, subirlos a su Palm y revisar la información en el momento que juzgue adecuado. Las opciones se han ampliado en forma considerable y esto le facilita el desempeño de sus actividades cotidianas. Por ejemplo, antes para*

revisar una guía de referencia de una computadora tenía que revisar manuales de 800 a 2000 páginas y ahora con las herramientas de búsqueda tanto de Acrobat Reader como de Word o Internet Explorer es posible localizar la información con mayor rapidez y precisión, lo que ahorra tiempo y hace más eficiente el trabajo.

El acceso a la información a través de la red, considerando de manera importante el interés de los usuarios y su capital cultural para poder discriminar información que no tenga validez, permite contribuir a la producción de conocimiento y con el aumento o intercambio de éste se incrementa el capital cultural de los individuos. Así, la red se convierte en un espacio en el que se benefician la educación y el trabajo, y además las relaciones interpersonales y el ocio. Además, por todo esto, Internet es un medio que facilita la integración y la comunicación entre diferentes grupos. La población estudiada, cuyo capital cultural (que es un factor determinante en lo que consumen en la red, básicamente información científica y relacionada con aspectos académicos, además de libros) corresponde por lo menos a conocimientos universitarios, se encuentra cada vez más dispuesta a formar parte de la "sociedad de la información" (véase capítulo 1 y 2) lo cual significa un aspecto importante porque los egresados de las universidades constituyen un factor importante del desarrollo del país en el aspecto laboral.

4.1.3 Consumo, apropiación y uso

Mucho de lo que consumen los cibernautas al navegar en la red adquiere sentido para ellos en la medida en que satisface sus intereses, adquiere un valor simbólico y es incorporado a sus capitales simbólico y cultural. "El

capital simbólico... sólo existe en la medida que es percibido por los otros como un valor. Es decir, no tiene una existencia real, sino un valor efectivo que se basa en el reconocimiento por parte de los demás de un poder a ese valor. Para que ese reconocimiento se produzca tiene que haber un consenso social sobre el valor del valor, por así decirlo”³⁶

La red transmisora de formas simbólicas se ha convertido en un espacio de búsqueda de información, de interacción y de ocio. El valor simbólico (véase capítulo 1) que tiene para los cibernautas, es decir, la manera en que ellos la perciben y la atesoran (100% de los encuestados conoce Internet y 96% opina que este medio facilita la consulta de información), difícilmente se podrá igualar con otro medio en cuanto a los beneficios que éste les ofrece. Al respecto cuando se les preguntó a los entrevistados que harían sin Internet comentaron:

Martín: *"Que no me lo quiten! no por favor! pues ahorita yo creo que ya me sentiría aislado en este momento... aislado de información, deja los libros, pues me salgo a la librería, a la biblioteca ¿no? Pero de noticias... de... saber de algunos amigos pues creo que... ni el celular."* **Elizabet** mencionó que: *"Continuaría usando Internet pagando su costo porque "ahorita ya es básico, además te ahorras mucho tiempo y eso es lo mejor, el fácil acceso a información".*

Las prácticas sociales que llevan a cabo los egresados en la red, como el uso, la interacción con pares, la consulta de información, el entretenimiento, etcétera implican la apropiación de este medio, la cual consiste en

³⁶ Disponible en <http://antroposmoderno.com/textos/bordieu/shtml/consucultu.shtml>. Consultado el 15 de junio de 2007.

"...tomar el contenido significativo del mensaje y hacerlo propio, radica en asimilar el mensaje incorporarlo a la propia vida, un proceso que algunas veces tiene lugar sin esfuerzo y otras supone un esfuerzo consciente. Cuando nos apropiamos de un mensaje lo adaptamos a nuestras vidas y a los contextos en los que vivimos." (Thompson, 1998)

La red está formando, cada vez más, parte de la vida de los cibernautas:

Carlos comenta que se conecta en el trabajo y en su casa. En su trabajo la conexión a Internet es permanente, por lo que desde que llega y enciende la computadora está conectado a Internet y su última actividad al salir de la oficina es cerrar el acceso a Internet y apagar la computadora. También cuenta con Internet en su casa, tiene una cuenta de banda ancha y por lo general acostumbra trabajar también en su casa, por lo que está conectado tanto en el trabajo como en su casa de manera casi permanente.

Los egresados estiman la forma simbólica desde el momento en que se apropian totalmente de ella, principalmente en aspectos académicos y laborales, los cuales son parte importante de la vida de dichos actores sociales; "utilizando la terminología de la hermenéutica, es el proceso de hacer propiedad de uno algo que es nuevo, ajeno o extraño;[...] en relación con los individuos particulares que, en el curso de sus vidas diarias, reciben los mensajes mediados, hablan acerca de ellos con los demás y que, a través de un proceso continuo de elaboración discursiva los integran a sus vidas". (Thompson, 1998:462)

El desarrollo de capital cultural en los individuos implica el uso de tecnología en dos sentidos, en el primero

los actores sociales desarrollan habilidades y conocimientos en el manejo de la computadora, búsqueda de información, formas de interactuar, entre otras; en segundo lugar adquieren un gran número de información de acuerdo a sus intereses, información que incrementa su capital cultural (véase capítulo 1) en sí mismo, ya sea en aspectos académicos y laborales (aspiraciones de superación personal y crecimiento profesional exitoso) o información sobre algún tema que simplemente les guste. El correo electrónico, la consulta de páginas electrónicas y el Messenger son las formas simbólicas a través de las cuales los egresados viven la red y la hacen suya, manifestando también sus capitales simbólicos y culturales por la influencia que tienen en lo que consumen. Básicamente, lo que ellos consumen en la red es información científica y libros (capítulo 3), lo cual tiene una representación simbólica importante para ellos como grupo social que los hace diferentes y los distingue de algún otro grupo. "El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos" (García, 1993:27)

4.1.4 Interacción virtual

El ciberespacio³⁷ abre nuevas formas de comunicación, la cultura cibernética es constructiva y además es horizontal, las conexiones se pueden dar en todas direcciones, rompiendo con tradiciones anteriores en donde la comunicación o la información se daban de manera vertical. "Lo que distingue a la Internet de otros medios es la amalgama de todos esos formatos y recursos y su carácter

³⁷ Término creado para describir el mundo de los ordenadores y la sociedad creada en torno a ellos. Es el territorio imaginario que hay al otro lado de la pantalla del ordenador y en el que se pueden visualizar programas, datos y otros elementos. En argot de Internet se podría decir que es el "área" por la que viajan los usuarios de ordenadores cuando "navegan" a través de una red. Disponible en http://www.google.com.mx/search?hl=es&defl=es&q=define:Ciberespacio&sa=X&oi=glossary_definition&ct=title. Consultado el 23 de septiembre de 2007.

abierto tanto en la variedad de contenidos, como en las opciones que ofrece para que sus consumidores interactúen - o no- delante de ellos. Se trata de un instrumento multimedia y con capacidades de intercambio recíproco"³⁸. Thompson (1998) menciona que hoy en día, la comunicación es una característica central de la vida social porque los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico, e Internet es un claro ejemplo de esto, permite la interacción entre personas, ya sea como un medio alternativo o complementario.

A diferencia de los resultados obtenidos en estudios realizados a universitarios que muestran que el Messenger es la herramienta de mayor uso por ellos para establecer interacción con pares (capítulo 1), la herramienta que más utilizan los egresados es el correo electrónico (aunque el Messenger es también útil para establecer comunicación), y no sólo para interactuar con amigos, sino que su interacción comprende aspectos laborales. Esto implica, entre otras, las diferencias que existen entre el consumo de Internet que hacen los estudiantes universitarios del que hacen los egresados de la universidad, cuyas necesidades son otras.

Martín menciona que *"con mayor frecuencia utiliza el correo electrónico para comunicarse con amigos..."*; **Elizabeth** utiliza con mayor frecuencia el correo electrónico y el Messenger para establecer comunicación laboral y con amigos que ve en forma esporádica o viven en el extranjero.
Carlos: usa el correo electrónico para mantener contacto laboral continuo y para realizar correcciones

³⁸ Disponible en <http://raultrejo.tripod.com/ensayosinternet/Lagranconversacion.htm>, Consultado el 4 de septiembre de 2007.

en línea con un grupo de trabajo. Por lo común la comunicación a través de Internet es sólo con fines laborales.

La red, hoy en día constituye un medio a través del cual se pueden fortalecer las relaciones físicas ya existentes, por medio de la producción de formas simbólicas que se mantiene con personas que se encuentran lejos del lugar donde éstas se producen. La red crea un ámbito diferente para la acción e interacción, lo cual está causando cierto impacto en la vida de las sociedades modernas, impacto que Thompson explica de la siguiente manera: 1) los medios facilitan la interacción a través del espacio del tiempo; 2) afectan las maneras en que los individuos actúan en lugar de otros; 3) afectan las maneras en que los individuos actúan en respuesta a otros que se sitúan en contextos distantes; 4) los medios afectan también las maneras en que los individuos actúan e interactúan en el proceso de recepción, (capítulo 1)

4.2 Algunas reflexiones sobre las prácticas sociales y capital cultural

El capital cultural, que como ya se mencionó, implica el conocimiento de las habilidades y los diversos tipos de créditos educativos, desempeña una función importante en lo que los egresados consumen en la red. Esta población, con ciertas características (trabajar, estudiar, edad adulta, etcétera) es diferente de otros grupos sociales por tener necesidades de información y de tiempo distintas. Por tales razones, la red tiene un valor simbólico diferente al que puede tener para otros; y bajo estas condiciones ayuda al desarrollo del capital cultural e influye en otras prácticas sociales.

Por todo lo antes mencionado se puede observar claramente cuáles son las prácticas sociales que están realizando día con día los egresados de la universidad, prácticas que tienen que ver con la interacción y el consumo de Internet, también, se observa que tales prácticas han contribuido de manera significativa al desarrollo del capital cultural de estos actores sociales. En algunas situaciones se puede considerar al consumo como un sistema de integración y comunicación (García Canclini, capítulo 1) porque los egresados interactúan en la red, mantienen o refuerzan relaciones físicas ya existentes, con actores sociales que no se encuentran presentes en el mismo tiempo y espacio. "La red, además de ofrecer un conjunto de herramientas para que los sujetos interactúen, se convierte en un entorno, un ciberespacio, en el cual se producen y reproducen las expresiones humanas."³⁹

La red se convierte entonces en un espacio en donde a pesar de que los grupos sociales se pueden apropiar de ella de diferentes maneras, ésta los integra al momento de realizar dicha práctica en forma cotidiana, un ejemplo de esto se puede observar en la tabla mostrada en el capítulo 3 sobre el uso de Internet por diversos niveles académicos. Los tres entrevistados coinciden en que Internet favorece el desarrollo del capital cultural y de nuevos conocimientos:

***Martín:** En la red existe información que fue escrita por teóricos reconocidos... A través de los libros y periódicos que consulta en Internet se incrementa su cultura...*

³⁹ Disponible en <http://raulrejo.tripod.com/ensayosinternet/Lagranconversacion.htm>, recuperado 04 de septiembre de 2007.

Elizabeth: Si influye en el capital cultural y además complementa sus conocimientos a través de documentarse en la red.

Carlos: Internet es una fuente importante de conocimiento. Puede bajar libros completos... Le facilita el desempeño de sus actividades cotidianas... Internet ha incrementado su cultura con lo que lee y aprende ahí.

Internet responde en gran medida a las necesidades de los usuarios convirtiéndose en un espacio en donde se sociabiliza y se adquiere información a la que los usuarios le asignan un valor de acuerdo a su satisfacción con ésta.

Las prácticas sociales llevadas a cabo en diferentes áreas, por ejemplo, las videoconferencias de científicos reconocidos hacia una comunidad repartida en diferentes países del mundo, la educación a distancia, la telemedicina y cirugía a distancia, las visitas virtuales a sitios como museos, universidades, etcétera, que implican interacción entre actores sociales son situaciones que contribuyen al repertorio de conocimientos (capital cultural) de los individuos. La interacción por sí misma con familiares, amigos, compañeros, profesores, es decir, el hecho de sociabilizar en la red constituye otras formas de interacción que fortalecen la interacción física ya existente.

Internet, desde el punto de vista social, representa una transformación en las prácticas sociales que llevan a cabo los egresados de la universidad, en las relaciones interpersonales, nuevas formas de percepción del tiempo y del espacio, nuevas formas de documentarse, Internet se está convirtiendo en un espacio de la cotidianidad de aquellos privilegiados que tienen acceso a ésta. A

continuación se manifiestan algunas conclusiones sobre esta investigación y se determina si se cumplió o no la hipótesis para la misma.

Tal es la importancia de la red en la contribución al desarrollo del capital cultural de egresados de las universidades, que se ha creado internet2, en donde se puede encontrar información sobre diferentes carreras, y cada vez más universidades se están incorporando a este sistema.

Conclusiones

A partir del conocimiento que se obtuvo sobre las prácticas que realizan los egresados en la red, y formas en que se apropian ésta, es posible establecer las siguientes conclusiones:

El surgimiento de nuevas tecnologías, a partir de las cuales surge también la "sociedad de la información", presenta nuevos retos a los sistemas educativo y laboral, cuyas formas tradicionales de enseñanza y de trabajo se han visto alteradas por la amplia gama de alternativas que presentan dichas tecnologías, principalmente Internet, la cual ofrece una nueva forma de consulta de información con buscadores como Google, Altavista, Yahoo, entre otros, a partir de los cuales se obtiene información sobre temas de interés personal en pocos segundos. La red, hace posible la globalización de la educación y de los mercados laborales, lo cual implica conocimiento y tecnología. En lo que se refiere al aspecto educacional, las exigencias de la globalización han tenido consecuencias sobre este ámbito, creando una "nueva forma de educar" por lo que las universidades han tenido que modificar sus planes y programas de estudio incluyendo materias que tienen relación estrecha con las nuevas tecnologías de información y comunicación, a fin de responder a esos retos. Por tales motivos se debe tener en mente que es esencial la capacitación y actualización de profesores (incremento de su capital cultural) en estas nuevas tecnologías para mejorar la calidad de la educación, que hoy y siempre, es una de las condiciones que necesitan todos los países y cada persona para acceder a una posición mejor dentro del mercado laboral, y mejorar su calidad de vida. Asimismo, hoy en día, este mercado que se está insertando en la globalización exige que los egresados cuenten con las

competencias necesarias para cubrir los puestos que ofertan.

Bajo tales premisas, es importante destacar que el profesor se está convirtiendo en un competidor más en la carrera por la información y el conocimiento, en la cual, si se atrasa, puede quedar vulnerable ante un grupo de estudiantes con información más actualizada cuyo capital cultural podría ser mayor que el del primero.

Los capitales culturales confieren al portador de ellos cierto poder simbólico en diferentes espacios sociales, que pueden ser la escuela o el trabajo.

Pese a que Internet facilita la obtención de conocimientos en los ámbitos mencionados, existen al menos tres limitaciones de importancia: no todos los grupos tienen las condiciones para poder acceder a la red; no todas las poblaciones cuentan con dicha tecnología; y sobre todo, no todos los usuarios de Internet tienen los conocimientos o dominio sobre los temas, o el capital cultural para poder discriminar toda aquella información que no tiene sustento teórico.

Los egresados consumen en la red mucho de lo que ellos necesitan en sus ámbitos laborales y académicos, los cuales constituyen (en tiempo y dinero) gran parte de su vida.

La red permite fortalecer las relaciones físicas ya existentes a través de la interacción virtual, ya sea por el poco tiempo disponible con el que pueden contar para mantener este tipo de relaciones, o porque los amigos o familiares con los que se tiene contacto viven en otras ciudades o países. Sin embargo, es imperativo preguntarse

qué está pasando en las relaciones con la familia más cercana, esposa (o), hijos, madre, padre, hermanos. Si las personas se encuentran conectados tanto tiempo en la red, ¿cuánto tiempo dedican a fortalecer su relación familiar más cercana y cuáles serán las consecuencias sociales de este fenómeno?

Siempre y cuando se cuente con las condiciones necesarias para "conectarse", Internet se percibe como un medio de comunicación y de obtención de información rápido, flexible y actualizado que contribuye de manera importante al desarrollo de capital cultural; y el hecho de trabajar actualmente y tener ingresos fijos permite contar con equipo de cómputo propio y en la mayor parte de los casos con acceso a Internet. Los capitales cultural y económico tienen una función importante en el consumo de Internet.

A partir de dichas conclusiones es posible dar respuesta a la pregunta de investigación planteada para este estudio:

¿Cómo contribuye el consumo de Internet al desarrollo del capital cultural y de nuevas prácticas en los egresados de la FES Acatlán? En las sociedades modernas, en un mundo como el que actualmente vivimos, en esta era de auge tecnológico, la red permite, a través de todas las herramientas con las que cuenta, la realización de prácticas sociales en donde se puede interactuar, consultar información, o simplemente entretenerse; éstas son las prácticas que están realizando los egresados de la FES Acatlán y a través de las cuales se está incrementando su capital cultural, considerando de manera importante el capital cultural con el que ellos ya cuentan.

Por supuesto, para realizar esta afirmación se cumplió con el objetivo de conocer qué es lo que hacen los egresados en la red, qué consumen; y escuchar de su propia voz cómo viven la red a fin de interpretar entonces, cómo contribuye ésta en el desarrollo de su capital cultural y prácticas sociales.

Asimismo, se comprobó la hipótesis propuesta para este estudio: *el consumo de Internet influye en el desarrollo del capital cultural de los egresados de la FES Acatlán y está creando otras formas de interacción entre ellos, fortaleciendo la interacción física ya existente.*

Tales resultados indican la necesidad de investigar más sobre la importancia de la red en otros aspectos, por ejemplo: ¿Cuánto dinero podrían ahorrar las empresas si capacitan a sus empleados en línea en horas de trabajo? ¿De qué magnitud sería la reducción de los costos y qué beneficios se obtendrían? El saber que Internet proporciona una amplia gama de información, ¿tendrá alguna influencia para decidir tomar algún curso de actualización en personas que trabajan tiempo completo? ¿Qué está pasando con los adultos mayores e Internet?

La red, como se mencionó antes, es un fenómeno cultural que ha cambiado la forma de concebir la realidad, pero ¿qué más se puede esperar de este medio? Quienes ahora, desde la infancia tienen la oportunidad de acceder a la red sin limitaciones estarán desarrollando capitales culturales que los pondrán por encima de aquellos que no cuentan con dicho privilegio, aún cuando el nivel académico pueda ser el mismo. Es probable que las diferencias sean muy marcadas lo cual se reflejará en sus capitales y poder simbólico. Las sociedades que cuenten con la

infraestructura para proveer a sus ciudadanos de este medio continuarán creciendo, favoreciendo el desarrollo de riqueza, mientras aquellas naciones que no cuenten de manera general con dicha tecnología tendrán más problemas para integrarse a la par de esas sociedades.

En la medida que la red contribuye al desarrollo del capital cultural (considerando en forma implícita el capital cultural que ya tiene los individuos para decidir qué consumir), favorece también la distinción de grupos, porque, como se mencionó en el capítulo 1, el capital cultural, al igual que el económico son factores de diferenciación en cualquier espacio social y ambos llegan a convertirse en poder simbólico y económico.

La red, permite la información y comunicación horizontales, a diferencia de hace algunos años, en donde éstas se daban sólo de manera vertical; permitiendo así, la expresión y participación de todos los que interactúan en este medio.

Los gobiernos de los países deben considerar todas estas situaciones y destinar recursos para proveer de tecnología suficiente a las instituciones educativas públicas, y más aún, pensar en las comunidades más alejadas de las áreas urbanas, al tiempo que deben exigir a las instituciones privadas que cuenten con dicha tecnología, con lo cual, a mediano y largo plazo observen los beneficios que se obtienen de esta inversión.

Con todo lo que aporta Internet a la educación, también se debe pensar, siguiendo este ritmo de avance tecnológico, que hoy en día, este medio permite la educación a distancia entre universidades de todo el mundo,

tomar diplomados, cursos de especialización, maestrías y doctorados en otros países, obtener título universitario o de posgrado a través de la educación a distancia. Todo esto, continuará contribuyendo, definitivamente, al desarrollo del capital cultural y de nuevas prácticas sociales.

Hoy en día la red se ha transformado en un medio que ofrece información en forma rápida, de fácil acceso, flexible, que trasciende fronteras, pero que hablando de México, se ha visto limitada por la poca inversión en esta área y el alto costo de la tecnología además de que se prefiere el consumo que la producción de tecnología. Con la inversión adecuada en dicha área, sería de esperarse que a futuro, hubiera una reducción de los costos de la tecnología y la mayor disponibilidad de accesos a Internet, lo cual contribuiría a mejorar la educación de regiones alejadas y favorecería el trabajo a distancia.

El consumo de la red contribuye al desarrollo del capital cultural bajo las condiciones que se han mencionado a lo largo de este trabajo; es importante mencionar la importancia actual que tiene o las implicaciones sociales, educacionales y económicas que habrá a corto y mediano plazo el hecho de que hoy en día, muchos actores sociales consumen Internet como apoyo para actividades académicas pero no discriminan la información, ni siquiera la analizan, únicamente ven que se trate del tema y "copian y pegan" y es así como entregan muchos de los trabajos de investigación que se les solicitan. ¿Qué va a pasar con el repertorio de conocimientos de estos universitarios que en algún momento de su vida serán egresados? ¿Realmente serán competitivos en su área de formación profesional? ¿Cuál es el papel de los profesores en tal situación?

La diferencia entre los estudiantes actuales de cualquier nivel académico y la población de egresados estudiada es que Internet tiene apenas una década que se popularizó en México y el acceso a este medio se dio de manera generalizada años después; los sistemas de enseñanza aprendizaje aún consistían principalmente en la documentación de libros, revistas científicas y periódicos, entre otros, lo cual les dio cierto repertorio de conocimientos, que ahora constituye un factor importante para discriminar información en la red. Por tal motivo, Internet representa un peligro potencial para aquellos que "se creen todo lo que hay en la red" y para aquellos que entregan trabajos de investigación como autores de los mismos cuando en realidad "plagiaron toda la información" y algunos profesores podrían no darse cuenta. Por tales razones, es necesario analizar esta situación que en algunos años puede representar un grave problema social y educativo, lo cual resulta un tema importante de investigación para las Ciencias Sociales.

Fuentes de consulta

- Auge, Mark, Imaginarios: horizontes plurales, Buap/CONACULTA/inha, México, 2001
- Bourdieu, P., Capital cultural, escuela y espacio social, Siglo XXI, Argentina, 2005
- Boudon, Raymond, Los métodos de las encuestas cualitativas, en Los métodos es Sociología Argentina, El Ateneo, 1978.
- Clifford, Geertz, La interpretación de las culturas, Gedisa, Barcelona, 1997.
- De Certau, Michel, La cultura en plural, Ed. Nueva visión, Buenos Aires, 1999
- Duch, Lluís, Estaciones del laberinto, Ensayos de Antropología, Herder, Barcelona, 2004.
- Durand, Gilbert, La imaginación simbólica, Buenos Aires, 1971
- García, C. Néstor, El consumo cultural en México, CNCA, México, 1993
- García, C. Néstor, Consumidores y ciudadanos, Grijalbo, México, 1995.
- García, C. Néstor, Diferentes, desiguales y desconectados, Gedisa, Barcelona España, 2006
- Geertz, Clifford, La interpretación de las culturas, Gedisa, Barcelona, 1997
- Gubern, Roman, El eros electrónico, Taurus, España, 2000
- Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación, McGraw-Hill México, 2003
- Jijena, R., Leiva, P.,. Téllez V., El derecho y la sociedad de información: la importancia de la red en el mundo actual, TEC de Monterrey Campus Edo.de México, ed. Miguel Angel Porrúa, México, 2003.

- Lizama, M., J., Hackers en el contexto de la sociedad de la información, Tesis de doctorado, México, 2005
- Pimentel, E., *Trazos llenos de sentido. Propuesta para diseñar un perfil de estancia del estudiante de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva a través de la perspectiva de investigación cualitativa.* Tesis de licenciatura, ENEP Acatlán, UNAM, 2002
- Ramos, V., F., Las tecnologías de la información en la comunicación educativa en la educación a distancia en la FES Acatlán, Tesis de maestría, México, 2007
- Thompson, J, B, Ideología y Cultura Moderna, UAM Xochimilco, México, 1998.
- Trejo Delarbre, Viviendo en el Aleph, la sociedad de la información y sus laberintos, Ilce-Gedisa, Barcelona, 2006.
- Vidal G. A., Derecho de marcas e Internet, editorial Tirant lo Blanch, biblioteca jurídica, cuatrecasas, 2002.

Páginas electrónicas

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>

[http://books.google.com/books?id=3b9CdG8fMbIC&pg=PA68&lpg=PA68&dq=Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social.](http://books.google.com/books?id=3b9CdG8fMbIC&pg=PA68&lpg=PA68&dq=Observar,+escuchar+y+comprender+sobre+la+tradici%C3%B3n+cualitativa+en+la+investigaci%C3%B3n+socia) María Luisa Tarrés.

[http://books.google.com/books?id=5a0Jdv7Ip9oC&pg=PA33&dq=De bido+a+su+intenso+uso+y+difusi%C3%B3n,+la+encuesta+es+la+representante&hl=es&sig=Sed6uxy0GEoGCnftvq3ZEpOgGOQ](http://books.google.com/books?id=5a0Jdv7Ip9oC&pg=PA33&dq=De+bido+a+su+intenso+uso+y+difusi%C3%B3n,+la+encuesta+es+la+representante&hl=es&sig=Sed6uxy0GEoGCnftvq3ZEpOgGOQ). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Jesús Galindo Cáceres

http://es.wikibooks.org/wiki/PSC:Competencia_y_Pr%C3%A1ctica_cultural#Campo_cultural_.28Pierre_Bourdieu.29

<http://raultrejo.tripod.com/ensayosinternet/Lagranconversacion.htm>
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/646/64601904.pdf>
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16008410>
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31600702>
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=37302903>
<http://tecnologia.prodigy.msn.com/LandinTech/landingpage.aspx?cp-documentid=4882875>
<http://www.acatlan.unam.mx/campus/314/>
<http://www.acatlan.unam.mx/campus/314/>
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/mcluhan/lgonza.htm>
<http://www.cem.itesm.mx/ric/menu/internet/index.htmlen>
<http://www.cibersociedad.netwww.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n35/erobles.html>
<http://www.cibersociedad.net/congres2004/foros/conversa.php?idioma=gl&tematica=244&grup=12&id=2650>
<http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/grup.php?idioma=es&id=51>
<http://www.cudi.edu.mx/>
<http://www.dgsca.unam.mx/dtd/estadis.html>
<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui286.htm>
<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui286.htm>
<http://www.saladeprensa.org/art195.htm>
<http://www.geocities.com/arewara/galindo092.htm>
<http://www.geocities.com/arewara/galindo092.htm>
<http://www.geocities.com/arewara/galindo093.htm> recuperado julio 15
http://www.geocities.com/global_cult_polit/
<http://www.globalcult.org.ve/doc/Tesis/TesisMonasterios.pdf>

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=tnf215&c=5566>

<http://www.inegi.gob.mx/est/default.aspx?c=119>

<http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/capsulas/2005/tecnologia/usuarios.asp?c=1580>

<http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2007/internet07.pdf>

<http://www.lafactoriaweb.com/articulos/castells12.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos22/etnometodologia/etnometodologia.shtml#origen>

http://www.pcmag.com/search_results/0%2C1208%2C%2C00.asp?qry=principales+buscadore&site=3

http://www.pcmag.com/search_results/0%2C1208%2C%2C00.asp?qry=principales+buscadore&site=3

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n10/galindo.htm>
recuperado julio 15

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/rosalia.pdf>

http://www.revista.unam.mx/vol.4/num3/art5/jul_art1.doc

<http://www.rrppnet.com.ar/hiscomunicacion.htm>

www.globalcult.org.ve/monografias.htm

www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/rosalia.pdf

Anexo 1

Programas de estudios de las carreras de Lic. en Periodismo y comunicación colectiva y Lic. en Comunicación¹.

Lic. En Comunicación	Lic. En Periodismo y comunicación colectiva
<i>Primer semestre</i>	<i>Primer Semestre</i>
Teoría social I	Introducción a la sociología
Epistemología de la Comunicación I	Teoría económica I
*Computación para Comunicadores	Técnicas de investigación documental y de Campo
Redacción	Introducción a la epistemología
Historia Mundial del Siglo XX	Introducción a las Matemáticas
<i>Segundo semestre</i>	<i>Segundo Semestre</i>
Teoría Social I	Introducción a la estructura del derecho
Epistemología de la Comunicación II	Teoría económica II
Estadística Aplicada	Elementos de lingüística
Nota Informativa	Metodología de las ciencias

¹ Programas de estudios obtenidos en la Coordinación de Periodismo y comunicación colectiva.

	sociales
Historia Latinoamericana del Siglo XX	Estadística descriptiva
<i>Tercer semestre</i>	<i>Tercer Semestre</i>
Teoría de la Comunicación I	Derecho constitucional
Investigación en Comunicación I	Géneros Periodísticos Informativos I (Nota informativa)
Legislación de la Comunicación en México	Introducción a las ciencias de la comunicación
Entrevista	Historia mundial del Siglo XX I
Sociedad y Política del México Actual	Introducción a la ciencia política
<i>Cuarto semestre</i>	<i>Cuarto Semestre</i>
Teoría de la Comunicación II	Teoría de comunicación colectiva I (Funcionalismo)
Investigación en Comunicación II	Géneros periodísticos II (entrevista)
Semiótica	Historia Mundial del Siglo XX II
Reportaje	Sociología y política del México actual
Estructura y Desarrollo de	Desarrollo de los medios de

los Medios I	comunicación colectiva en México I
	Sociolingüística
Quinto semestre	Quinto Semestre
Teoría de la Comunicación III	Teoría de comunicación colectiva II (estructuralismo)
Investigación en Comunicación III	Métodos de investigación y comunicación colectiva I (emisor-receptor)
Psicología I	Análisis de los problemas socioeconómicos y políticos de México
Producción Radiofónica	Desarrollo de los medios de comunicación colectiva en México II
Estructura y Desarrollo de los Medios II	Historia contemporánea de América Latina
	Géneros periodísticos informativos III (reportaje)
Sexto semestre	Sexto Semestre
Teoría de las Organizaciones	Géneros periodísticos de opinión I
Investigación en Comunicación IV	Teoría de la comunicación colectiva III (Marxismo)

Psicología II	Métodos de investigación y comunicación colectiva II (Mensaje)
Producción Televisiva	Ética de la comunicación
Sociedad, Arte y Cultura	Organización y funcionamiento de las empresas de la comunicación
	Séptimo semestre
	Géneros periodísticos de opinión II (Columna y crítica)
	Técnicas de información por radio y televisión
	Métodos de investigación en comunicación colectiva III (imagen)
	Octavo semestre
	Seminario de tesis I
	Noveno semestre
	Seminario de tesis II

PREESPECIALIDADES

Lic. en Periodismo y comunicación colectiva

Comunicación persuasiva

Séptimo semestre

Seminario de análisis de contenido

Psicología social

Octavo semestre

Publicidad

Opinión pública

Psicología de la comunicación colectiva

Noveno semestre

Propaganda

Relaciones públicas

Sociología de la comunicación colectiva

Investigación y docencia

Séptimo semestre

Teoría pedagógica

Octavo semestre

Seminario de metodología estructuralista

Análisis de los fenómenos de la comunicación colectiva en México

Didáctica de la especialidad

Noveno semestre

Seminario de metodología Marxista

Procesamiento de datos

Comunicación educativa

Periodismo electrónico

Séptimo Semestre

Periodismo y literatura

Octavo Semestre

Producción y programación radiofónicas

Adaptación de textos en medios de comunicación colectiva I
(radio)

Agencias informativas

Noveno Semestre

Producción y Programación Televisivas

Información especializada por TV

Adaptación de medios de comunicación colectiva II

Periodismo escrito

Séptimo semestre

Problemas actuales de la prensa en México

Octavo semestre

Agencias informativas

Seminario de periodismo especializado

Edición periodística I

Taller de fotografía periodística

Noveno semestre

Seminario de Historia y periodismo

Edición periodística

Periodismo y literatura

Materias Optativas

Lenguaje cinematográfico

Técnicas de elaboración de audiovisuales

Literatura latinoamericana contemporánea

Técnicas de cine documental

Comunicaciones internas

Investigación en comunicación alternativa

Seminario de cultura de masas

Lic. en Comunicación

Comunicación organizacional

Séptimo semestre

Seminario de Comunicación Institucional

Auditoría Comunicativa

Seminario de Teoría de las Organizaciones

Computación Aplicada a la Comunicación Organizacional

Ética del Comunicador

Octavo semestre

Seminario de Titulación I

Comportamiento Organizacional

Taller de Comunicación Organizacional

Seminario de Publicidad y Mercadotecnia

Optativa

Noveno semestre

Prácticas Profesionales en Comunicación Organizacional

Seminario de Imagen Corporativa

Admón. de Proyectos de Comunicación Organizacional

Optativa

Optativa

Investigación y docencia

Séptimo semestre

Ética del Comunicador

Teoría Pedagógica

Enseñanza e Investigación en Comunicación en México y América Latina

Computación Aplicada a la Investigación
Elaboración de Materiales Científicos

Octavo semestre

Seminario de Titulación I
Investigación Aplicada I
Seminario de Planes y Programas de Estudio
Seminario de Trabajo Áulico
Optativa

Noveno semestre

Investigación Aplicada II
Taller de Comunicación Educativa
Prácticas Profesionales en Investigación y Docencia
Optativa
Optativa

Medios electrónicos

Séptimo semestre

Ética del Comunicador
Seminario de Lenguajes Audiovisuales
Medios Electrónicos para la Educación
Administración de Proyectos en Medios Electrónicos
Taller de Guión I

Octavo semestre

Seminario de Titulación I
Producción Radiofónica Especializada
Taller de Guión II
Seminario de Tecnología de los Medios Electrónicos
Optativa

Noveno semestre

Producción Televisiva Especializada
Producción de Multimedia
Prácticas Profesionales en Medios Electrónicos
Optativa
Optativa

Periodismo escrito

Séptimo semestre

Ética del Comunicador
Periodismo y Literatura
Seminario de la Prensa Actual en México
Edición Periodística I
Crítica, Artículo y Editorial

Octavo semestre

Seminario de Titulación I
Edición Periodística II
Crónica, Columna y Ensayo
Instituciones de Información
Optativa

Noveno semestre

Administración de Proyectos Editoriales
Seminario de Periodismo Especializado
Prácticas Profesionales en Periodismo Escrito
Optativa
Optativa

Materias optativas

Cibernética, Nuevas Tecnologías y Comunicación
Investigación en Comunicación Alternativa
Lenguaje Cinematográfico
Literatura Latinoamericana Contemporánea
Taller de Análisis de Imágenes en Movimiento

Taller de Formación de Instructores para la Capacitación

Taller de Fotografía y Composición de Imágenes Fijas

Comunicaciones Internas

Técnicas de Elaboración de Audiovisuales

Técnicas de Cine Documental

Seminario de Cultura de Masas

Seminario de Titulación II

Anexo 2

Tabla de especificaciones

Concepto	Dimensión	Indicadores	Índices	Tópicos
1. Consumo cultural	1.1 Valoración	1.1.1 Conocimiento	1.1.1.1 Correo electrónico 1.1.1.2 Messenger 1.1.1.3 Páginas web	1.1.1.1.1 Laboral 1.1.1.1.2 Académico 1.1.1.1.3 Personal
	1.2 Apropiación	1.2.1 Interacción	1.2.1.1 Correo electrónico 1.2.1.2 Messenger 1.2.1.3 Páginas web	1.2.1.1.1 Comunicación 1.2.1.1.1.1 Amigos 1.2.1.1.1.2 Compañeros 1.2.1.1.1.3 Familiares 1.2.1.1.1.4 Desconocidos 1.2.1.2.2 Información 1.2.1.2.3 Entretenimiento
	1.3 Uso	1.3.1 Académico, laboral y personal	1.3.1.1 Correo electrónico 1.3.1.2 Páginas web 1.3.1.3 Messenger	1.3.1.1.1 Investigaciones 1.3.1.2.1 Tareas 1.3.1.3.1 Información relacionada con el trabajo 1.3.1.4.1 Información general 1.3.1.5.1 Comunicación
		1.3.2 Entretenimiento	1.3.2.1 Información	1.3.2.1.1 Científica 1.3.2.1.2 Música 1.3.2.1.3 Juegos 1.3.2.1.4 Espectáculos 1.3.2.1.5 Deportes s 1.3.2.1.6 Comercial

				1.3.2.1.7 Pornografía 1.3.2.1.8 Otro
	1.4 Capital económico	1.4. Lugar donde se conectan	1.4.1.1.Hogar 1.4.1.2 Escuela 1.4.1.3 Trabajo 1.4.1.4 Café Internet 1.4.1.5 Otro 14.1.1	1.4.1.1.1 Frecuencia de conexión
			1.4.2.1 Equipo de cómputo	1.4.1.1.1 Propio 1.4.1.1.2 Escuela 1.4.1.1.3 Trabajo 1.4.1.1.4 Café Internet
2. Nuevas tecnologías	2.1 Medios de comunicación masiva	2.1.1 Tipo de MCM que consume a través de Internet	2.1.1.1 TV 2.1.1.2 Radio 2.1.1.3 Periódicos 2.1.1.4 Revistas 2.1.1.5 Libros 2.1.1.6 Otros	2.1.1.1.1 Tipo de programas 2.1.1.1.2 Temas 2.1.1.1.3 Tipo 2.1.1.1.4 Área de interés
		2.2.2 TV 2.2.3 Radio 2.2.4 Periódicos 2.2.5 Revistas 2.2.6 Libros 2.2.7 Cine 2.2.8 Otros	2.2.2.1 Tiempo 2.2.2.2 Tipo de programa 2.2.2.3 Tema 2.2.2.4 Área de interés 2.2.2.5 Tipo de películas	

Anexo 3

CUESTIONARIO PILOTO

Universidad Nacional Autónoma de México

Objetivo: La finalidad de este cuestionario es conocer el uso que hacen de Internet los egresados de la FES Acatlán

Carrera que estudiaste_____

Año en que egresaste_____

Escuela superior de la que egresaste_____

Instrucciones: marca con una X la opción deseada

Nota: El término Messenger se refiere a cualquier servicio de mensajería instantánea.

1. ¿Trabajas actualmente?

a) Si b) No

2. En caso de haber contestado en forma afirmativa a la pregunta anterior, contesta la siguiente pregunta. ¿Tu área laboral se encuentra en relación con la carrera que estudiaste?

a) Si b) No

3. ¿Cuál es el rango aproximado de tus ingresos?

a) \$ 2 000 a \$ 6 000

b) \$6 000 a \$ 12 000

c) \$ 12 000 a \$ 15000

4. ¿Conoces Internet?

a). Sí b) No

5. ¿Internet te facilita la consulta de información de todo tipo?

a) Sí b) No

6. ¿Antes de que existiera Internet cómo hacías la búsqueda de información?

7. ¿Realizas o has realizado investigaciones o tareas académicas en Internet?

a) Si b) No

8. ¿Qué tan importante es Internet como apoyo en el aspecto laboral?

a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho

9. ¿Qué tan importante es Internet como apoyo a tus labores académicas?

a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho

10. ¿Cuál es el principal uso personal que haces de Internet?

a) Comunicación b) Entretenimiento c) información d) Comercial

11. ¿Cuál es el tipo de información que consultas para entretenerte?

a) Científica b) Música c) Juegos d) Espectáculos e) Deportes

f) Comercial g) Pornografía

12. ¿Qué tipo de mercancías consumes a través de la red?

a) Libros b) Ropa c) Música d) Aparatos electrónicos e) Viajes

13. ¿Consideras que al navegar en la red obtienes conocimientos sobre temas científicos y académicos?

a) Sí b) No

14. ¿Cuál de las siguientes es la principal herramienta que utilizas de Internet?

a) Correo electrónico b) Messenger c) Consulta de páginas web

d) Otro _____

15. ¿Con qué frecuencia navegas en Internet?

a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

16. ¿Con qué frecuencia utilizas el Messenger?

a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

17. ¿Con qué frecuencia utilizas el correo electrónico?

a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

18. El principal uso que le das al correo electrónico es de:

a) Comunicación (Familiares y amigos) B) Transmisión de Información (académica, laboral)

19. El principal uso que le das al Messenger es de:

a) Comunicación (Familiares y amigos) B) Transmisión Información (académica laboral)

20. El principal uso que le das a la navegación en la red es para:
- a) Comunicación (Familiares y amigos) b) Búsqueda de Información (académica laboral) c) Transmisión de información
21. ¿Qué tan importante es Internet para establecer comunicación con tus familiares y amigos?
- a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho
22. ¿A través de qué herramienta interactúas (estableces conversaciones) en mayor medida?
- a) Correo electrónico b) Messenger c) Páginas web
23. Cuando utilizas esta herramienta, ¿Con quien interactúas principalmente? (Puedes marcar 2 opciones)
- a) Amigos b) Compañeros c) Familiares d) Desconocidos
24. ¿Qué tan importante consideras el poder comunicarte a través de Internet para mantener o fortalecer tus relaciones interpersonales con familiares y amigos?
- a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho e) Bastante
25. ¿En dónde te conectas a Internet? (Puedes marcar más de una opción)
- a) Hogar b) Escuela c) Trabajo d) Café Internet
26. ¿Con qué frecuencia te conectas?
- a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana
27. ¿Cuentas con equipo de cómputo propio en el hogar?
- a) Sí b) No
27. ¿Cuentas con equipo de cómputo propio con acceso a Internet?
- a) Sí b) No
28. ¿Qué otro medio de comunicación masiva consumes con mayor frecuencia?
- a) TV b) Radio c) Periódicos y/o revistas d) Libros
29. ¿Con qué frecuencia consumes el medio mencionado en la pregunta anterior?
- a) Diario b) 5 veces por semana c) 3 veces por semana d) Cada semana
30. ¿Cuál es el medio de comunicación que más consumes a través de internet?
- a) TV b) Radio c) Periódicos y/o revistas d) Libros

31. ¿Con qué frecuencia consumes el medio mencionado en la pregunta anterior?

a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

Gracias!!!!

Cuestionario aplicado

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Acatlán

Cuestionario

Objetivo: La finalidad de este cuestionario es conocer el uso que hacen de Internet los egresados de la FES Acatlán

Carrera que estudiaste _____

Año en que egresaste _____

Escuela superior de la que egresaste _____

Edad _____ Sexo F M

Instrucciones: marca con una X la opción que corresponda a tu respuesta

Nota: El término Messenger se refiere a cualquier servicio de mensajería instantánea.

1. ¿Trabajas actualmente?

a) Si b) No

2. En caso de haber contestado en forma afirmativa a la pregunta anterior, contesta la siguiente pregunta. ¿Tu área laboral se encuentra en relación con la carrera que estudiaste?

a) Si b) No

3. ¿Cuál es el rango aproximado de tus ingresos?

a) \$ 2 000 a \$ 6 000

b) \$6 000 a \$ 10 000

c) \$ 10 000 a \$ 15000

d) Mayor a \$15 000

e) Prefiero no contestar

4. ¿Conoces Internet?

a). Sí b) No

5. ¿Internet te facilita la consulta de información de todo tipo?

a) Sí b) No

6. ¿Antes de que existiera Internet cómo hacías la búsqueda de información?

7. ¿Realizas o has realizado investigaciones o tareas académicas en Internet?

- a) Si b) No

8. ¿Qué tan importante es Internet como apoyo en el aspecto laboral?

- a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho e) Bastante

9. ¿Qué tan importante es Internet como apoyo a tus labores académicas?

- a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho e) Bastante

10. ¿Cuál es el principal uso personal que haces de Internet?

- a) Comunicación b) Entretenimiento c) información d) Comercial

11. ¿Cuál es el tipo de información que consultas para entretenerte?

- a) Científica b) Música c) Juegos d) Espectáculos e) Deportes

f) Comercial g) Pornografía h) Otro _____

12. ¿Qué tipo de mercancías consumes a través de la red?

- a) Libros b) Ropa c) Música d) Aparatos electrónicos e) Viajes

f) Otros _____

13. ¿Consideras que al navegar en la red obtienes conocimientos sobre temas científicos y académicos?

- a) Sí b) No

14. ¿Cuál de las siguientes es la principal herramienta que utilizas de Internet?

- a) Correo electrónico b) Messenger c) Consulta de páginas web

d) Otro _____

15. ¿Con qué frecuencia navegas en Internet?

- a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

e) Nunca

16. ¿Con qué frecuencia utilizas el Messenger?

- a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

e) Nunca

17. ¿Con qué frecuencia utilizas el correo electrónico?

- a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

e) Nunca

18. El principal uso que le das al correo electrónico es de:

a) Comunicación (Familiares y amigos) B) Transmisión de Información (académica, laboral)

19. El principal uso que le das al Messenger es de:

a) Comunicación (Familiares y amigos) B) Transmisión Información (académica laboral)

20. El principal uso que le das a la navegación en la red es para:

a) Comunicación (Familiares y amigos) b) Búsqueda de Información (académica laboral) c) Transmisión de información d) Otra _____

21. ¿Qué tan importante es Internet para establecer comunicación con tus familiares y amigos?

a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho e) Bastante

22. ¿A través de qué herramienta interactúas (estableces conversaciones) en mayor medida?

a) Correo electrónico b) Messenger c) Páginas web d) Otra _____

23. Cuando utilizas esta herramienta, ¿Con quien interactúas principalmente? (Puedes marcar 2 opciones)

a) Amigos b) Compañeros c) Familiares d) Desconocidos e) Otros _____

24. ¿Qué tan importante consideras el poder comunicarte a través de Internet para mantener o fortalecer tus relaciones interpersonales con familiares y amigos?

a) Muy poco b) Poco c) Regular d) Mucho e) Bastante

25. ¿En dónde te conectas a Internet? (Puedes marcar más de una opción)

a) Hogar b) Escuela c) Trabajo d) Café Internet e) Otro _____

26. ¿Con qué frecuencia te conectas?

a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

27. ¿Cuentas con equipo de cómputo propio en el hogar?

a) Sí b) No

27. ¿Cuentas con equipo de cómputo propio con acceso a Internet?

a) Sí b) No

28. ¿Qué otro medio de comunicación masiva consumes con mayor frecuencia?

a) TV b) Radio c) Periódicos y/o revistas d) Libros e) Otro _____

29. ¿Con qué frecuencia consumes el medio mencionado en la pregunta anterior?

- a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

30. ¿Cuál es el medio de comunicación que más consumes a través de Internet?

- a) TV b) Radio c) Periódicos y/o revistas d) Libros e) Otro _____

31. ¿Con qué frecuencia consumes el medio mencionado en la pregunta anterior?

- a) Diario b) 4 veces por semana c) 2 veces por semana d) Cada semana

Muchas Gracias!!!!

Anexo 4

RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

Primer nivel de análisis de los resultados de los cuestionarios

Total de egresados encuestados: 100

Cuadro 5.1

Carrera		
Carrera	Número de egresados por carrera	Porcentaje
Derecho	30	30%
Comunicación	18	18%
Pedagogía	17	17%
Relaciones Internas	12	12%
Periodismo y comunic	13	13%
Ciencias Políticas	7	7%
Diseño gráfico	2	2%
Sociología	1	1%
Total	100	100%

En general, la mayor parte de los egresados que se encuestaron son del área de sociales; el mayor número lo constituye el área de comunicación (considerando periodismo y comunicación colectiva).

Cuadro 5.2

Año de egreso		
Año de egreso	Número de egresados por año	Porcentaje
1977	1	1%
1985	1	1%
1986	2	2%
1987	1	1%
1989	2	2%
1990	4	4%
1991	1	1%
1992	5	5%
1993	2	2%
1994	8	8%
1995	1	1%
1996	2	2%
1997	3	3%
1998	2	2%
1999	1	1%
2000	11	11%
2001	5	5%
2002	6	6%
2003	4	4%
2004	10	10%
2005	15	15%
2006	13	13%
Total	100	100%

De los alumnos encuestados el 36% egresó entre 1977 y 1999; el 64% egreso entre 2000 y 2006, lo cual nos da una gran variedad de años de egreso, lo cual es de importancia conocer cómo se ha comportado el objeto de estudio.

Cuadro 5.3

Escuela de egreso		
Escuela superior de egreso	Escuela superior de egreso	Porcentaje
FES Acatlán	100	100%
Total	100	100%

Todos los egresados encuestados estudiaron en la FES Acatlán, lo cual cumple en forma satisfactoria con la población propuesta para este estudio

Cuadro 5.4

Edad		
Edad	No. de egresados	Porcentaje
23	7	7%
24	8	8%
25	6	6%
26	6	6%
27	4	4%
28	6	6%
29	7	7%
30	7	7%
31	2	2%
33	5	5%
34	2	2%
35	4	4%
36	4	4%
37	3	3%
38	5	5%
40	7	7%
41	2	2%
42	3	3%
43	1	1%
44	1	1%
45	2	2%
46	2	2%
48	1	1%
49	1	1%
52	1	1%
54	2	2%
56	1	1%

Total	100	100%
--------------	-----	------

El 51% de la muestra tiene entre 23 y 30 años de edad, lo cual representa la parte más joven de la muestra y el mayor porcentaje. El 32% se encuentra entre 31 y 40 Años de edad, y el 17% entre 41 y 56 años. La muestra es muy representativa de la población de los egresados porque comprende edades entre 23 y 56 años.

Cuadro 5.5

Sexo		
		Porcentaje
Femenino	57	57%
Masculino	43	43%
Total	100	100%

De la muestra encuestada el 57% estaba constituido por mujeres y el 43% por varones.

Cuadro 5.6

¿Trabajas actualmente?		
		Porcentaje
Si	87	87%
No	11	11%
No contestó	2	2%
Total	100	100%

De todos los encuestados la mayoría, 87% se encuentra laborando actualmente; 11% no trabaja y 2% no contestó.

Cuadro 5.7

En caso de haber contestado en forma afirmativa a la pregunta anterior, contesta la siguiente pregunta. ¿Tu área laboral se encuentra en relación con la carrera que estudiaste?		
		Porcentaje
Si	83	83%
No	6	6%
No trabajan	11	11%
Total	100	100%

Casi el 100% de los egresados que se encuentran laborando actualmente, lo hacen en su área de formación profesional; sólo 6% labora en un área diferente a la de su formación profesional y 11% no trabaja actualmente

Cuadro 5.8

¿Cuál es el rango aproximado de tus ingresos?		
Rango de ingresos	Número de menciones	Porcentaje
6,000 a 10,000	27	27%
2,000 a 6,000	25	25%
10,000 a 15,000	20	20%
>15,000	17	17%
No contestó	11	11%
Total	100	100%

El 37% de los encuestados tiene ingresos superiores a 10 000 pesos mensuales; el 27% tiene ingresos entre 6 000 y 10 000 pesos mensuales y 25% tiene ingresos entre 2 000 y 6 000 pesos mensuales.

Cuadro 5.9

¿Conoces Internet?		
		Porcentaje
Si	100	100%
Total	100	100%

La totalidad de los egresados de la FES Acatlán conoce Internet.

Cuadro 5.10

¿Internet te facilita la consulta de información de todo tipo?		
		Porcentaje
Si	96	96%
No	4	4%

Total	100	100%
--------------	-----	------

El 96% de los encuestados, que representa un número muy significativo considera que Internet facilita la consulta de información de todo tipo, lo cual indica que este porcentaje ha interactuado en la red.

Cuadro 5.11

¿Antes de que existiera Internet cómo hacías la búsqueda de información?		
	Número de menciones como fuente primaria	Porcentaje
Biblioteca	87	87
Hemeroteca	7	7
Libros	2	2
Periódicos	4	4
Total	100	100

Casi todos los egresados, el 86%, mencionaron que antes de que existiera Internet ellos realizaban la búsqueda de información en bibliotecas; 7% en la hemeroteca; 4% en periódicos y 2% en libros.

Cuadro 5.12

¿Realizas o has realizado investigaciones o tareas académicas en Internet?		
		Porcentaje
Si	99	99%
No	1	1%
Total	100	100%

El 99% de los encuestados ha realizado investigaciones académicas por Internet, esto representa un dato fundamental que sustenta que Internet contribuye al desarrollo del capital cultural

Cuadro 5.13

¿Qué tan importante es Internet como apoyo en el aspecto laboral?		
--	--	--

		Porcentaje
Muy poco	2	2%
Poco	7	7%
Regular	22	22%
Mucho	44	44%
Bastante	25	25%
Total	100	100%

El 69% de los encuestados utiliza Internet de mucho a bastante para bajar información que les ayude en sus actividades laborales, este dato es muy significativo de la importancia de Internet en el desarrollo del capital cultural; 22% lo utilizan en forma regular y de poco a muy poco sólo el 9%

Cuadro 5.14

Qué tan importante es Internet como apoyo a tus labores académicas?		
		Porcentaje
No lo utiliza	1	1%
a) Muy poco	1	1%
b) Poco	6	6%
c) Regular	17	17%
d) Mucho	37	37%
e) Bastante	38	38%
Total	100	100%

El 75% de los encuestados utilizan Internet de mucho a bastante como apoyo en sus actividades académicas; 17% lo utiliza en forma regular; 6% lo utiliza poco; 1% muy poco y sólo 1% no lo utiliza. Estos datos indican la importancia que tiene Internet en el desarrollo del capital cultural de los egresados

Cuadro 5.15

Cuál es el principal uso personal que haces de Internet?		
Uso personal	Ocurrencia	Porcentaje
Información	65	65%

Comunicación	22	22%
Entretenimiento	7	7%
No contestaron	6	6%
Total	100	100%

El principal uso personal que hacen los cibernautas de Internet es de información, 65%; El 22% lo utiliza con fines de comunicación y el 7% de entretenimiento. En este reactivo se observa la forma en que Internet es utilizado para incrementar el capital cultural y realizar prácticas sociales.

Cuadro 5.16

¿Cuál es el tipo de información que consultas para entretenerte?		
		Porcentaje
Científica	51	51%
Música	15	15%
Espectáculos	14	14%
Otro	6	6%
Deportes	6	6%
Comercial	4	4%
Juegos	2	2%
Noticias	2	2%
Total	100	100%

El principal tipo de información que consultan los egresados en la red es científica, 51%; seguida de música 15%, espectáculos 14%; en menor medida consumen deportes, información comercial, juegos y noticias. Cualquiera que sea el tipo de consumo mencionado, contribuye al desarrollo de su capital cultural.

Cuadro 5.17

. ¿Qué tipo de mercancías consumes a través de la red?		
		Porcentaje

Música	35	35%
Otros	29	29%
Libros	17	17%
Viajes	11	11%
Música	4	4%
Ropa	2	2%
Ninguno	1	1%
Aparatos electrónicos	1	1%
Total	100	100%

Entre otros tipos de mercancía que ellos consumen se encuentran: música, 35%; Otros (conciertos, páginas gubernamentales, eventos culturales) 29%; Libros 17%; viajes 11%; ropa 2%; Aparatos electrónicos, 1% y nada 1%.

Cuadro 5.18

¿Consideras que al navegar en la red obtienes conocimientos sobre temas científicos y académicos?		
		Porcentaje
Si	98	98%
No	2	2%
Total	100	100%

El 98% de los encuestados considera que al navegar en la red obtiene conocimientos científicos y académicos, este dato tan significativo indica que Internet influye en el desarrollo de capital cultural de los egresados de la FES Acatlán; sólo 2% considera que no se obtienen conocimientos.

Cuadro 5.19

¿Cuál de las siguientes es la principal herramienta que utilizas de Internet?		
		Porcentaje
Correo electrónico	60	60%
Páginas web	23	23%
Messenger	17	17%

Total	100	100%
--------------	-----	------

En esta muestra de egresados, la principal herramienta que utilizan de Internet (aunque por lo común utilizan las tres herramientas) es el correo electrónico, 60%; el 23% utiliza las páginas web principalmente y 17% el Messenger.

Cuadro 5.20

¿Con qué frecuencia navegas en Internet?		
		Porcentaje
a) Diario	45	45%
b) 4/sem	25	25%
c) 2/sem	18	18%
d) 1/sem	12	12%
Total	100	100%

De los egresados encuestados, 45% se conecta diario a la red, 25% cuatro veces a la semana, 18% dos veces a la semana y 12% una vez a la semana. Ninguno de los encuestados mencionó no conectarse a la red. Esto indica que Internet está formando cada vez más parte del estilo de vida de los actores sociales, parte de su cultura; la mayoría de los encuestados se conecta diario a la red.

Cuadro 5.21

¿Con qué frecuencia utilizas el Messenger?		
Frecuencia de Messenger	Frecuencia de Messenger	Porcentaje
a) Diario	27	27%
b) 4/sem	19	19%
c) 2/sem	19	19%
d) 1/sem	20	20%
e) Nunca	15	15%
Total	100	100%

El uso de Messenger también se está volviendo una práctica social entre los egresados; el 27% utiliza diario esta herramienta; 19% la utiliza cuatro veces a la semana; 19% dos veces a la semana y 20% una vez a la semana; en total, 85% de los encuestados utiliza el Messenger, sólo 15% no lo usa nunca.

Cuadro 5.22

¿Con qué frecuencia utilizas el correo electrónico?		
		Porcentaje
Nunca	1	1%
Diario	40	40%
4/sem	21	21%
2/sem	22	22%
1/sem	16	16%
Total	100	100%

El 99% de los entrevistados utiliza el correo electrónico de manera común, 40% (la mayoría) lo utiliza diario; 21% cuatro veces a la semana; 22% dos veces a la semana; 16% una vez a la semana; sólo 1% no lo utiliza. Estos datos apoyan parte de la hipótesis propuesta, donde a través de Internet se crean interacciones

Cuadro 5.23

El principal uso que le das al correo electrónico es para:		
		Porcentaje
Ninguno	1	1%
Comunicación	26	26%
Transmisión de información	73	73%
Total	100	100%

El 73% de los entrevistados utiliza el correo electrónico, principalmente con fines de transmisión de información; 26% con fines de comunicación y 1% no lo utilizan

Cuadro 5.24

El principal uso que le das al Messenger es de:		
		Porcentaje

Comunicación	65	65%
Transmisión de información	20	20%
Ninguno	15	15%
Total	100	100%

El 65% de los entrevistados utilizan el Messenger principalmente con fines de comunicación, 20% para transmitir información y 15% no lo utiliza. Estos datos indican que el Messenger está creando prácticas sociales de interacción.

Cuadro 5.25

El principal uso que le das a la navegación en la red es para:		
		Porcentaje
Búsqueda de información	80	80%
Comunicación	11	11%
Transmisión de información	9	9%
Total	100	100%

En lo que se refiere al uso principal que hacen de las páginas web: 80% realiza búsqueda de información, 11% las utiliza para comunicarse; 8% para transmitir información y 1% no las utiliza. Estos datos también apoyan la interacción que se da en la red, la realización de prácticas sociales e incremento del capital cultural.

Cuadro 5.26

¿Qué tan importante es Internet para establecer comunicación con tus familiares y amigos?		
		Porcentaje
No es importante	1	1%
Muy poco	14	14%
Poco	15	15%
Regular	35	35%
Mucho	26	26%
Bastante	9	9%
Total	100	100%

En lo que se refiere a la importancia de Internet para establecer comunicación con familiares y amigos los resultados fueron los siguientes: 9% opinan que la importancia es bastante; 26% que es mucha; 35% que es

regular, 15% que es poca 14% que es muy poca y 1% no le da importancia. Se observa que 70% de los entrevistados le da importancia de regular a bastante, lo cual indica que la red tiene una función significativa para interactuar con otras personas en forma virtual.

Cuadro 5.27

¿A través de qué herramienta interactúas (estableces conversaciones) en mayor medida?		
		Porcentaje
Correo electrónico	49	49%
Messenger	44	44%
Páginas web	5	5%
Otro	1	1%
Con nadie	1	1%
Total	100	100%

En esta tabla se puede observar que 99% de los encuestados interactúan a través de la red con otras personas, lo cual es importante para comprobar que Internet influye en el desarrollo de prácticas sociales y en otras formas de interacción de los actores sociales. El 49% de los egresados entrevistados interactúan con otros actores sociales (establecen conversaciones) de manera principal a través del correo electrónico; 44% a través del Messenger; 5% a través de páginas web; 1% por otra vía de Internet y 1% no entabla conversaciones.

Cuadro 5.28

Cuando utilizas esta herramienta, ¿Con quien interactúas principalmente?		
		Porcentaje
Compañeros y amigos	61	61
Familiares	18	18
Amigos	13	13
Desconocidos	4	4
Ninguno	3	3
Otros	1	1

Total	100	100
--------------	-----	-----

Las personas con las que los entrevistados interactúan principalmente son: 61% familiares y amigos; 18% con familiares; 13% con amigo; 4 con desconocidos; 3% no interactúa y 1% con otros. Estos datos indican la importancia que y tiene la red para interactuar en la red con otros actores sociales, ya que 97% de los entrevistados interactúa a través de Internet.

Cuadro 5.29

Cuando utilizas esta herramienta, ¿Con quien interactúas principalmente? (segunda interacción mencionada)		
		Porcentaje
Amigos	53	53%
Compañeros	33	33%
Familiares	9	9%
Desconocidos	4	4%
Con nadie	1	1%
Total	100	100%

La segunda interacción mencionada: 53% de los entrevistados interactúan en la red con amigos; 33% con compañeros; 9% con familiares; 4% con desconocidos y 1% no interactúa. Estos datos comprueban que Internet contribuye a la interacción entre actores sociales.

Cuadro 5.30

¿Qué tan importante consideras el poder comunicarte a través de Internet para mantener o fortalecer tus relaciones interpersonales con familiares y amigos?		
		Porcentaje
No tiene importancia	1	1%
Muy poco	4	4%
Poco	16	16%
Regular	30	30%
Mucho	33	33%
Bastante	16	16%

Total	100	100%
--------------	-----	------

De acuerdo a la importancia de Internet en el fortalecimiento de las relaciones interpersonales con familiares y amigos, los resultados fueron: 16% opinaron que es bastante importante; 33% que la importancia es mucha; 30 que es regular; 16% que es poca; 4% que es muy poca y 1% no contestó. Se puede observar que la mayoría de los encuestados (79%) considera que la importancia de Internet en tal situación es de regular a bastante y 20% la considera de poca o muy poca.

Cuadro 5.31

¿En dónde te conectas a Internet?		
		Porcentaje
Hogar	31	31%
Trabajo	24	24%
Café Internet	15	15%
Hogar/trabajo	13	13%
Trabajo/café Internet	5	5%
Hogar/escuela	3	3%
Hogar/escuela/café	1	1%
Hogar/Escuela/trabajo	1	1%
Hogar/escuela/trabajo/café	1	1%
Hogar/escuela/trabajo	1	1%
Hogar/trabajo	1	1%
Escuela/trabajo	1	1%
Escuela/café Internet	1	1%
Hogar/trabajo/café Internet	1	1%
Hogar/café Internet	1	1%
Total	100	100%

En este cuadro se observa el lugar en donde se conectan los encuestados; no se debe perder de vista que son egresados de la FES. El 31% se conecta sólo en su hogar (el 53% se conecta en el hogar y en uno o dos sitios más [trabajo, escuela, café Internet]); 24% en el trabajo (el 48% se conecta en el trabajo y en uno o dos sitios más [trabajo, escuela, café Internet]; 15% en café Internet; 13% en el hogar y en el trabajo; 5% en el hogar y café Internet; y 12% lo hace en diversas combinaciones de los lugares mencionados. Nuevamente se observa que Internet forma parte del estilo de vida de los egresados, en mayor o menor medida, creando otro tipo de prácticas sociales y fomentando la interacción con otros actores sociales.

Cuadro 5.32

¿Con qué frecuencia te conectas?		
		Porcentaje
1/sem	11	11%
2/sem	20	20%
4/sem	24	24%
Diario	45	45%
Total	100	100%

La frecuencia con la que se conectan los encuestados fue de: 45% diario; 24% cuatro veces a la semana; 20% dos veces a la semana; 11% una vez a la semana. Este cuadro indica la magnitud de Internet como parte de la vida cotidiana de los egresados.

Cuadro 5.33

¿Cuentas con equipo de cómputo propio en el hogar?		
		Porcentaje
Si	94	94%
No	5	5%
No contestó	1	1%
Total	100	100%

El 94% de los egresados cuenta con equipo de cómputo propio; 5% no tiene equipo propio y 1% no contestó.

Cuadro 5.34

¿Cuentas con equipo de cómputo propio con acceso a Internet?		
Acceso a Internet	Acceso a Internet	Porcentaje
Si	58	58%
No	41	41%
No contestó	1	1%
Total	100	100%

El 58% de los egresados cuenta con acceso a Internet en el hogar; 41% no tiene acceso a Internet en el hogar y 1% no contestó. Nuevamente, estos datos indican que Internet es parte de la vida de los egresados.

Cuadro 5.35

¿Qué otro medio de comunicación masiva consumes con mayor frecuencia?		
		Porcentaje
TV	42	42%
Periodicos y revistas	20	20%
Radio	18	18%
Libros	17	17%
TV/Radio/Periodicos	1	1%
TV/Radio	2	2%
Total	100	100%

Otros medios de comunicación masiva que consumen con mayor frecuencia los egresados son: televisión, 42%; periódicos y revistas, 20%; Radio 18%; Libros 17%; televisión, radio y periódicos 1%; televisión y radio 2%.

Cuadro 5.36

¿Con qué frecuencia consumes el medio mencionado en la pregunta anterior?		
		Porcentaje
Diario	70	70%
4/sem	17	17%
2/sem	9	9%
1/sem	4	4%
Total	100	100%

Estos datos indican la frecuencia con la que los egresados consumen el medio mencionado en la tabla anterior. 70% lo consume diario; 17% cuatro veces a la semana; 9% dos veces a la semana; 4% una vez a la semana;

Cuadro 5.37

¿Cuál es el medio de comunicación que más consumes a través de Internet?		
		Porcentaje
Periódicos y revistas	57	57%
Libros	28	28%
Radio	6	6%
TV	3	3%
Otros	3	3%
videos/música	1	1%
Ninguno	2	2%
Total	100	100%

Otros medios de comunicación masiva que consumen los egresados en Internet son: Periódicos y revistas, 57%; Libros, 28%; Radio, 6%; otros, 3%. Videos/música, 1%; Ninguno, 2%.

Cuadro 5.38

¿Con qué frecuencia consumes el medio mencionado en la pregunta anterior?		
Frecuencia medios Internet	Frecuencia de acceso a medios a través de Internet	Porcentaje
Diario	30	30%
4/sem	29	29%
2/sem	22	22%
1/sem	17	17%
Nunca	2	2%
Total	100	100%

En esta tabla se observa la frecuencia con la que consumen en Internet el medio de comunicación mencionado en la pregunta anterior.

Anexo 5

PROTOCOLO DE LA ENTREVISTA CUALITATIVA NO ESTRUCTURADA

Presentación:

Nombre del entrevistador

Institución de procedencia

Explicar el objetivo de la entrevista

Agradecer al entrevistado su ayuda

Objetivo de la entrevista: conocer la forma en que los egresados de la FES Acatlán se apropian de Internet y lo hacen parte de su estilo de vida.

Aspectos generales:

Nombre

Edad

Carrera que estudió

Año de egreso

Cursos que toman actualmente o tomaron en forma reciente

Temas de la entrevista:

1. Conocimientos sobre tecnología y gusto por ésta
2. Conocimiento de Internet y gusto por ésta
3. Usos de Internet y ventajas de su uso
4. Uso de Internet como apoyo en el aspecto laboral
5. Uso de Internet como apoyo en el aspecto académico

6. Perspectiva sobre la forma en que influye el uso de Internet en la obtención de conocimientos
7. Consumo de Internet
8. Consumo de libros
9. Aportaciones de Internet a su cultura
10. Principal herramienta que utiliza y principal uso de ésta
11. El placer de navegar
12. Lugar de conexión
13. Frecuencia de conexión
14. Comparación de su vida antes y después de Internet
15. Valorización de Internet
16. Opinión libre sobre Internet

Anexo 6

Transcripción de las entrevistas realizadas

Nombre: **Martín Herrera Chong**

Año de egreso: 1990

Carrera que estudió: Periodismo y comunicación colectiva

Edad: 42 años

Cursos que toma actualmente o tomó en fecha reciente:

Seminario de titulación

Nombre: **Elizabeth Rojas Martínez**

Año de egreso: 1998

Carrera que estudió: Diseño gráfico

Edad: 32

Cursos que toma actualmente o tomó en fecha reciente:

Sistemas de calidad en ISO 9000

Nombre: **Carlos Madrigal Sánchez**

Año de egreso: 1996

Carrera que estudió: Relaciones internacionales

Edad: 36

Cursos que toma actualmente o tomó en fecha reciente: Curso

Gestión directiva

Tópicos de la entrevista:

Conocimientos sobre tecnología y gusto por ésta

Martín: Le gusta mucho la tecnología y la ocupa como una herramienta que complementa trabajo y facilita acceso a la información

Elizabeth: Le gusta la tecnología, y además de la computadora también utiliza la telefonía celular

Carlos: Le gusta bastante la tecnología y la emplea sobre todo para el trabajo aunque en ocasiones la utiliza para su vida cotidiana

Conocimiento de Internet y gusto por éste

Martín: Le gusta Internet, es muy asiduo usuario del recurso.

Elizabeth: Si conoce Internet, le gusta y por lo regular busca información, información tanto científica como educativa... de todo tipo, sobre temas que son de su interés para mantenerse informada.

Carlos: Conoce Internet desde 1997, le gusta y lo utiliza todos los días, en el trabajo para mandar correos electrónicos y en ocasiones para revisar páginas electrónicas y en su vida cotidiana para mandar algunos de mensajes personales.

Usos de Internet y ventajas de su uso

Martín: Menciona que las ventajas de este medio son: 1) es de fácil acceso a cualquier tipo de información, es inmediato, está actualizado, es flexible, se puede acceder a todo tipo

de información, desde lo académico y formal, diversión, noticias, hasta... información muy, muy especializada.

Elizabeth: puedes encontrar fácil y rápido lo que necesitas; puedes conocer sitios de todas partes del mundo y obtener información. Considera que Internet ahorra tiempo en algunas actividades, mmm... por ejemplo en búsquedas, ya no tienes que ir a la biblioteca a buscar información, ya la tienes a la mano, digamos que si es un libro muy especial, ahí si como que no, pero si buscas información general, es mucho más fácil que irte a alguna biblioteca, periódico o revista. También menciona que se puede comunicar con sus profesores por correo electrónico para abordar temas académicos.

Carlos: Lo utilizo en el trabajo, básicamente y es in medio de búsqueda de información y comunicación rápido, flexible y preciso.

Uso de Internet como apoyo en el aspecto laboral

Martín: Menciona que Internet es útil en el aspecto laboral porque en la función que él desempeña, que es diseño de productos para una empresa de servicio, debe de estar, en ocasiones investigando, haciendo copia de información para ver si existen productos o facilidades similares a las que están ideando, en donde, quién los provee y cómo los provee, y eso le ayuda porque no solo obtiene información de México sino de otros países y le da pauta para investigar más formalmente.

Elizabeth: Trabaja en su área de formación profesional y menciona que Internet no es tan importante en su trabajo,

pero si lo es en cuestión personal, porque laboral no, no se necesita mucho Internet, más que comunicarte para algunas cosas que se necesitan enviar por correo como mandar informes, alguna corrección que se tiene que hacer para eso mas que nada pero para buscar información.

Carlos: En el aspecto laboral él lo utiliza para enviar y recibir correos electrónicos con fines laborales me mandan muchos archivos en formato de Word, excel y archivos pdf.

Uso de Internet como apoyo en el aspecto académico

Martín: Actualmente se encuentra tomando un seminario de titulación y menciona que internet le ha ayudado bastante porque de primera instancia hay portales específicos de la carrera, del tema de comunicación, de ciencias de comunicación, por un lado, mucha información de los teóricos que están usando, puede recurrir a textos que están escritos por ellos en Internet o donde se han hecho estudios tomando las posturas de estos teóricos, estudios como ejercicios prácticos con resultados concretos que le sirven para comparar y contrastar lo que está tratando de hacer.

Elizabeth: Recientemente tomó un curso de actualización y menciona que Internet le sirvió muchísimo, porque ahí buscó toda la información que necesitó acerca... tanto de autores, como del tema que estaba tratando. Lo que más baja de Internet para sus cursos son artículos, información sobre temas diferentes, de algunos autores, también ha bajado muchos artículos de algunos autores que no son de aquí de México que si son reconocidos en América latina.

Carlos: En este momento estoy tomando un diplomado sobre administración y he tomado varios cursos sobre calidad e ISO 9000. Utiliza Internet para establecer comunicación con algunos profesores que piden que se envíe información a través del correo electrónico y en los últimos meses han enviado tareas por correo electrónico y con gran frecuencia a utiliza Internet para bajar los libros o información actualizada sobre su área de trabajo.

Perspectiva sobre la forma en que influye el uso de Internet en la obtención de conocimientos

Martín: Considera que en Internet se encuentra información disponible escrita por teóricos reconocidos y menciona que en cuanto a la obtención de conocimientos a través de la red no sabe si podría decir que influye, lo que si es que le da pauta, para investigar más, porque hasta ahora lo que ha podido conseguir de información sigue sin sustituir a un libro, a una investigación documental más amplia, a fin de cuentas, Internet le esta dando los pasos iniciales en cuanto a información, le guía hacia por donde va, si eso se llama influencia, pues es una influencia positiva

Elizabeth: Si influye, tiene una gran ventaja su uso, te puedes documentar y te sirve para aprender más y saber más cosas.

Carlos: Para él Internet ha sido una fuente importante de conocimiento. Hace varios años cuando necesitaba información, acudía a la biblioteca y en ocasiones podría pasar toda una tarde para sacar 20 copias fotostáticas de un libro y que revisaba en su casa. Ahora, me es posible revisar varios

libros, bajarlos por completo, subirlos a su Palm y revisar la información en el momento que juzgue adecuado. Las opciones se han ampliado en forma considerable y esto le facilita el desempeño de sus actividades cotidianas. Por ejemplo, antes para revisar una guía de referencia de una computadora tenía que revisar manuales de 800 a 2000 páginas y ahora con las herramientas de búsqueda tanto de Acrobat Reader como de Word o Internet Explorer es posible localizar la información con mayor rapidez y precisión, lo que ahorra tiempo y hace más eficiente el trabajo.

Consumo de Internet

Martín: Entre otras cosas, también revisa noticias, portales de periódicos y portales de noticias deportivas.

Elizabeth: Música, compra de boletos de avión, transacciones bancarias, uso de dinero electrónico. Noticias, chismes de farándula o aspectos del gobierno.

Carlos: Paga la cuenta de televisión por cable y con gran frecuencia revisa sitios donde puede comprar objetos o servicios, sin embargo aún no le tiene confianza a los servicios en línea como para comprar algo en Internet. También acostumbra revisar periódicos electrónicos, por ejemplo la página del universal o reforma y también revisó algunas noticias en la página de t1MSENGER.

Ha utilizado el Messenger con fines de prueba, pero no lo utiliza en forma cotidiana porque la empresa en la que trabaja no está configurado su cuenta, únicamente funciona en la Intranet y el personal de sistemas no le ha configurado la cuenta. El problema es que se requiere una configuración

especial con asignación de un número de cuenta para poder utilizar ese servicio. Los servicios al exterior están desactivados, por lo que no lo utiliza de forma habitual, y cuando lo ha utilizado ha sido con las cuentas de otras personas.

Consumo de libros

Martín: Ha bajado libros de Internet, principalmente de literatura.

Elizabeth:

Bajo principalmente artículos de información sobre temas diferentes

Carlos: Baja libros tanto para el aspecto académico como para el aspecto laboral; si tuviera que elegir cuál utiliza más probablemente sea para el aspecto académico. En fechas recientes ha bajado libros electrónicos que transporta en su Palm y cuando tiene tiempo disponible los revisa. El bajar libros tiene como ventajas sobre todo el tiempo que me ahorra, la facilidad de tener en su PDA 30 a 40 libros que puede leer en cualquier momento, muchos de ellos sin costo y gran parte de la información que tiene disponible en su minicomputadora puede transformarlo a archivos PDF y subirlas a su Palm para revisarlos en cualquier momento o incluso tenerlos preparados para revisiones de urgencia, por ejemplo trabajos que se entregaron con anterioridad o incluso hay personas demasiado exigentes que requieren una gran cantidad de información y en esos casos es de utilidad tener a la mano los archivos viejos para comparación, que aunque no siempre

los aceptan, él ha encontrado que es de utilidad traerlos en su Palm.

Aportaciones de Internet a su cultura

Martín: Considera que a través de los libros que consulta en Internet se incrementa su cultura dándole un margen de amplitud, y le da un margen de accesibilidad, de acceso más fácil a documentos que yo no puedo conseguir tan habitualmente, tan fácilmente. También considera que a través del consumo de periódicos tiene aportación a la cultura de entretenimiento y a la cultura en lo noticioso, a estar enterado de noticias importantes, y contrastarla, ya que puedo ver ahí varios periódicos fácilmente y puede contrastar el enfoque de la información

Elizabeth: En lo que se refiere a la adquisición de nuevos conocimientos a través de Internet, ella menciona que los complementa, porque hay cosas que te llaman la atención, los abre y empieza a conocer un poco más. Además, menciona que entre las prácticas sociales que ha desarrollado a través de Internet se encuentra la comunicación a larga distancia, porque tiene un amigo en España y a veces se llega a conectar, y es cuando tiene comunicación con él, pero no con otras personas, sólo con amigos lejanos que casi no ve.

Carlos: Por supuesto Internet ha incrementado mi cultura, sobretodo en tecnología, casi todo esto lo he aprendido en la red. Nuevas tendencias, nuevos equipos, leo los periódicos y adquiero conocimientos de lo que está pasando.

Principal herramienta que utiliza y principal uso de ésta

Martín: Utiliza principalmente el buscador Explorer en Microsoft, el buscador de google y el correo electrónico, este último básicamente para comunicarse eventualmente con amigos y suscribirse a servicios de información gratuitos.

Elizabeth: Utiliza el mail y Messenger para establecer comunicación respecto al material que envía o si necesita algo de una persona o por el messenger para establecer comunicación al instante principalmente con amigos que ve en forma esporádica o que casi no ve. Por tales razones ella considera que a través del messenger se fortalecen las relaciones interpersonales

Carlos: Correo electrónico porque le permite enviar archivos con gran rapidez es posible el trabajo prácticamente simultáneo, y con la aparición de las nuevas herramientas en línea es posible el trabajo en grupo con correcciones prácticamente inmediatas. Casi 95% de los correos electrónicos que envía o recibo son con fines de trabajo, sólo envía archivos personales en situaciones de urgencia, por ejemplo alguna información que tenga en mi trabajo y que sea necesaria en mi casa.

Menciona que en su caso no utiliza Internet para mantener comunicación con su familia, prefiero el uso de líneas telefónicas, a diferencia del trabajo, en donde prefiere la comunicación por vía electrónica pues la comunicación por teléfono suele ser muy difícil. Casi todo es laboral.

El placer de navegar

Martín: Considera que navegar en la red es un placer si te gusta leer, si te gusta estar investigando, si te gusta estar viendo información, menciona que si es placentero si es tu hobby o tu gusto es informarte, si es placentero.

Elizabeth: Existe el placer de entretenerse, divertirse; cuando entro a Internet es para buscar algo específico.

Carlos: No lo considero un placer sin embargo si es una actividad que me satisface.

Lugar de conexión

Martín: En el trabajo y en la casa

Elizabeth: En el trabajo y en la casa

Carlos: En el trabajo y en la casa

Frecuencia de conexión

Martín: Prácticamente lo usa diario, se conecta diario. Se puede conectar diariamente en promedio 3 o 4 horas, fines de semana más.

Elizabeth: Por lo común se conecta 8 horas al día, pero no todo el tiempo está en Internet, tiene la página abierta pero está haciendo otras cosas, por lo general está en Internet, de 5 a 7 horas.

Carlos: En su trabajo la conexión a Internet es permanente, por lo que desde que llega, y enciende la computadora, está

conectado a Internet y su última actividad al salir de la oficina es cerrar el acceso a Internet y apagar la computadora. También cuenta con internet en su casa, tiene una cuenta de banda ancha y por lo general acostumbra trabajar también en su casa, por lo que está conectado tanto en el trabajo como en mi casa de manera casi permanente.

Comparación de su vida antes y después de Internet

Martín: Considera que de su vida de universitario a su vida actual han cambiado las prácticas sociales para facilitar la comunicación con otras personas, facilitando el acceso a información que no siempre las bibliotecas de la escuela tiene, y ha facilitado la inmediatez en la respuesta de algunas cosas que tú tienes que dar o que te tienen que facilitar, yo creo que así ha sido una base muy padre, porque si yo hoy tuviera esta herramienta y estuviera estudiando la carrera... con 20 años menos yo creo que aprovecharía aun más la información que me dan los profesores.

Elizabeth: Ella menciona que de haber tenido Internet durante sus estudios universitarios hHubiera hecho maravillas... es una gran diferencia, ahora se tiene la información a la mano, y si la hubiera tenido hace años, hubiera sido más fácil encontrar lo que ella deseaba, en tiempos, ganancia de tiempos y facilidad a abordar citas y todo eso porque nada más se copia y listo

Carlos: El menciona que Internet le hubiera facilitado bastante su vida como estudiante, sobre todo por la facilidad de obtener información e incluso, de comentar las dudas en

sitios públicos como blogs o foros comunitarios en la Internet

Valorización de Internet

A los entrevistados se les presentó una situación hipotética en la cual la Internet desaparecería o ya no tendrían acceso por el incremento de sus costos

Martín: Que no se lo quiten, no por favor, "pues ahorita yo creo que ya me sentiría aislado en este momento... aislado de información, deja los libros, pues me salgo a la librería, a la biblioteca ¿no? Pero de noticias... de... saber de algunos amigos pues creo que... ni el celular"

Elizabeth: Continuaría usando Internet pagando su costo porque "ahorita ya es básico, además te ahorras mucho tiempo y eso es lo mejor, el fácil acceso a información". La falta de acceso a internet le afectaría en todas las formas, como trabajo, los horarios que tiene no me permitirían ir a una biblioteca mas que fines de semana, sin embargo, mientras está ahí en la oficina puedo sacar toda la información y trabajar con ella.

Carlos: El hecho de que desapareciera Internet dificultaría gran parte de las actividades cotidianas. "Mucho de mi desempeño depende de información transmitida de inmediato, y el no contar con esta información con la rapidez necesaria podría ocasionar grandes costos a mi empresa. Desde el punto de vista tecnológico, es difícil pensar que la tecnología relacionada con Internet pueda desaparecer, porque ya se ha vuelto una parte de nuestra realidad cotidiana. Inclusive,

tecnologías similares como los correos electrónicos en teléfonos celulares o dispositivos portátiles se han incrementado tanto que es casi impensable el que desaparezca este tipo de comunicación. Tú sabes que los adolescentes son los principales consumidores de mensajes SMS que son una variante de este tipo de comunicación”.

Opinión libre sobre Internet

Martín: “Pues creo que nada más que tiene que abarataarse el costo de las conexiones en México y que tiene que ser más amplia la difusión de la herramienta... a nivel nacional, eso sería lo idóneo para México.

Elizabeth: “Ahorita es un instrumento más que necesario, no veo la vida sin Internet, aunque antes trabajábamos con pura maquina de escribir, y ahorita no veo la vida sin Internet, la verdad no se como le hacíamos antes”

Carlos: “Pues como lo comentan los expertos, Internet se ha vuelto un elemento fundamental en nuestra vida cotidiana. No sólo se incrementará la disponibilidad y servicios ofrecidos a través de la Internet, sino que se incluirán en la vida cotidiana como para el control de equipos electrodomésticos, pago de cuentas al menudeo y otras funciones. Tal vez dentro de los principales logros de las tecnologías de la información haya sido la aparición de la Internet y ponerlo al alcance de la población en general”.

Anexo 7

Tabla de Concentración de Datos: Síntesis textual e Interpretación

Categoría	Texto	Síntesis Textual	Interpretación	Obs.
Tecnología	<p>Martín: la ocupa como una herramienta que complementa trabajo y facilita acceso a la información</p> <p>Elizabeth: Utiliza la computadora y la telefonía celular</p> <p>Carlos: la emplea sobre todo para el trabajo aunque en ocasiones la utiliza para su vida cotidiana</p>	<p>Es una herramienta útil que facilita el acceso a la información</p> <p>Lo relaciona con el uso de la computadora y el celular.</p> <p>Es útil en el trabajo y vida cotidiana</p>	<p>La tecnología es útil para mantenerse informado.</p> <p>La tecnología es una herramienta necesaria.</p> <p>La tecnología es una necesidad laboral y de la vida cotidiana</p>	
Internet	<p>Martín: lo utiliza con frecuencia</p> <p>Elizabeth: por lo regular busca información de todo tipo</p> <p>Carlos: Lo conoce desde 1997, le gusta y lo utiliza todos los días, en el trabajo en su vida cotidiana</p>	<p>Lo usa con frecuencia</p> <p>Búsqueda de información</p> <p>Lo utiliza diariamente</p>	<p>Forma parte de la vida cotidiana.</p> <p>Es útil para buscar información</p> <p>Forma parte de la vida cotidiana</p>	
Internet usos y ventajas	<p>Martín: Menciona que las ventajas de este medio son: 1) es de fácil acceso a cualquier tipo de información, es inmediato, está actualizado, es flexible, se puede acceder a todo tipo de información, desde lo académico y formal, diversión, noticias, hasta... información muy, muy especializada.</p> <p>Elizabeth: puedes encontrar fácil y rápido lo que necesitas; puedes conocer sitios de</p>	<p>Es un medio útil, accesible, actualizado, flexible e inmediato para obtener información</p> <p>Localización fácil y rápida de información de</p>	<p>Es el medio idóneo para obtener información.</p> <p>Es el medio idóneo para obtener información.</p>	

	<p>todas partes del mundo y obtener información. Facilita las búsquedas, ya no tienes que ir a la biblioteca a buscar información, ya la tienes a la mano, digamos que si es un libro muy especial, ahí si como que no, pero si buscas información general, es mucho más fácil que irte a alguna biblioteca, periódico o revista.</p> <p>Carlos: Lo utilizo en el trabajo, básicamente y es un medio de búsqueda de información y comunicación rápido, flexible y preciso</p>	<p>cualquier parte del mundo, aunque si no localizas el libro en Internet debes acudir a la biblioteca</p> <p>Es un medio de búsqueda de información y comunicación rápido, flexible y preciso</p>	<p>Es el medio idóneo para obtener información y comunicarte</p>	
Apropiación	<p>Martín: Menciona que Internet es útil en el aspecto laboral porque en la función que él desempeña, que es diseño de productos para una empresa de servicio, debe de estar, en ocasiones investigando, y le da pauta para investigar más formalmente. Actualmente se encuentra tomando un seminario de titulación y menciona que Internet le ha ayudado bastante porque de primera instancia hay portales específicos de la carrera, del tema de comunicación, de ciencias de comunicación, por un lado, mucha información de los teóricos que están usando, puede recurrir a textos que están escritos por ellos en Internet o donde se han hecho estudios tomando las posturas de estos teóricos, estudios como ejercicios prácticos con resultados concretos que le sirven para comparar y contrastar lo que está tratando de hacer.</p> <p>Elizabeth: Trabaja en su área de formación profesional y menciona que Internet no es tan importante en su trabajo, pero si lo es</p>	<p>En el aspecto laboral Internet es útil para buscar información y con fines de comunicación e investigación. En el aspecto académico es útil para documentarse sobre temas de interés y búsqueda de textos e información sobre teóricos.</p> <p>En el aspecto laboral</p>	<p>Es útil en los aspectos laboral y académico, tanto para buscar información para documentarse y con fines de comunicación.</p> <p>Es necesario para comunicarse en aspectos laborales, y para búsqueda</p>	

	<p>en cuestión personal, porque laboral no, no se necesita mucho Internet, más que comunicarte para algunas cosas que se necesitan enviar por correo como mandar informes, alguna corrección que se tiene que hacer para eso mas que nada pero no para buscar información. Recientemente tomó un curso de actualización y menciona que internet le sirvió muchísimo, porque ahí buscó toda la información que necesitó acerca... tanto de autores, como del tema que estaba tratando. Lo que más baja de Internet para sus cursos son artículos, información sobre temas diferentes, de algunos autores, también ha bajado muchos artículos de algunos autores que no son de aquí de México que si son reconocidos en América latina.</p> <p>Carlos: En el aspecto laboral él lo utiliza para enviar y recibir correos electrónicos con fines laborales me mandan muchos archivos en formato de Word, excel y archivos pdf. En este momento estoy tomando un diplomado sobre administración y he tomado varios cursos sobre calidad e ISO 9000. Utiliza Internet para establecer comunicación con algunos profesores que piden que se envíe información a través del correo electrónico y en los últimos meses han enviado tareas por correo electrónico y con gran frecuencia a utiliza Internet para bajar los libros o información actualizada sobre su área de trabajo.</p>	<p>menciona que no es muy importante (sin embargo comenta que se comunica a través de este medio para cosas concretas de su trabajo como para algunas cosas que se necesitan enviar por correo como mandar informes o correcciones que se tiene que hacer pero no para buscar información) pero que si lo es en el aspecto personal. En el aspecto académico le fue muy útil para documentarse sobre autores y temas que trató a través de artículos</p> <p>En el aspecto laboral lo utiliza constantemente para enviar y recibir información En el aspecto académico le es de gran ayuda para comunicarse con sus profesores y bajar libros e información para documentarse en sus cursos y en el trabajo.</p>	<p>de información en aspectos académicos.</p> <p>Es imprescindibles en el aspecto laboral y totalmente útil para documentarse en los aspectos laboral y académico.</p>	
Capita	Martín: Considera que en Internet se	En la red existe	La consulta de teóricos	

<p>1 cultur al</p>	<p>encuentra información disponible escrita por teóricos reconocidos y menciona que en cuanto a la obtención de conocimientos a través de la red no sabe si podría decir que influye, lo que si es que le da pauta, para investigar más, porque hasta ahora lo que ha podido concebir que la información sigue sin sustituir a un libro, a una investigación documental más amplia, a fin de cuentas, Internet le esta dando los pasos iniciales en cuanto a información, le guía hacia por donde va, si eso se llama influencia, pues es una influencia positiva. Considera que a través de los libros que consulta en Internet se incrementa su cultura dándole un margen de amplitud, y le da un margen de accesibilidad, de acceso más fácil a documentos que yo no puedo conseguir tan habitualmente, tan fácilmente. También considera que a través del consumo de periódicos tiene aportación a la cultura de entretenimiento y a la cultura en lo noticioso, a estar enterado de noticias importantes, y contrastarla, ya que puedo ver ahí varios periódicos fácilmente y puede contrastar el enfoque de la información</p> <p>Elizabeth: Si influye, tiene una gran ventaja su uso, te puedes documentar y te sirve para aprender más y saber más cosas. En lo que se refiere a la adquisición de nuevos conocimientos a través de Internet, ella menciona que los complementa, porque hay cosas que te llaman le atención, los</p>	<p>información que fue escrita por teóricos reconocidos, lo cual le da pauta para investigar. Considera que esta información no sustituye a los libros. Internet le da la información inicial pero viéndolo desde ese punto de vista, si influye. A través de los libros y periódicos que consulta en Internet se incrementa su cultura y además puede contrastar la información de diversos periódicos en la red.</p> <p>Si influye en el capital cultural y además complementa sus conocimientos a través de documentarse en la red.</p>	<p>reconocidos en la red, de libros y periódicos (permitiendo la comparación de información) incrementa el capital cultural.</p> <p>Influye en el desarrollo del capital cultural al complementar conocimientos.</p>	
----------------------------	--	--	--	--

	<p>abre y empieza a conocer un poco más.</p> <p>Carlos: Para él Internet ha sido una fuente importante de conocimiento. Hace varios años cuando necesitaba información, acudía a la biblioteca y en ocasiones podría pasar toda una tarde para sacar 20 copias fotostáticas de un libro y que revisaba en su casa. Ahora, me es posible revisar varios libros, bajarlos por completo, subirlos a su Palm y revisar la información en el momento que juzgue adecuado. Las opciones se han ampliado en forma considerable y esto le facilita el desempeño de sus actividades cotidianas. Por ejemplo, antes para revisar una guía de referencia de una computadora tenía que revisar manuales de 800 a 2000 páginas y ahora con las herramientas de búsqueda tanto de Acrobat Reader como de Word o Internet Explorer es posible localizar la información con mayor rapidez y precisión, lo que ahorra tiempo y hace más eficiente el trabajo. Por supuesto Internet ha incrementado mi cultura, sobretodo en tecnología, casi todo esto lo he aprendido en la red. Nuevas tendencias, nuevos equipos, leo los periódicos y adquiero conocimientos de lo que está pasando.</p>	<p>Internet es una fuente importante de conocimiento. Puede bajar libros completos y subirlos a su Palm y leerlos en cualquier momento. Le facilita el desempeño de sus actividades cotidianas. Le ahorra tiempo y esfuerzo al utilizar herramientas de búsqueda de información dentro de un texto electrónico. Internet ha incrementado su cultura con lo que lee y aprende ahí.</p>	<p>Es fuente importante de conocimientos a través de la consulta de libros y de herramientas que permiten la rapidez en dicha consulta, por lo que ha incrementado su cultura.</p>	
Consumo	<p>Martín: Entre otras cosas, también revisa noticias, portales de periódicos y portales de noticias deportivas.</p> <p>Elizabeth: Música, compra de boletos de avión, transacciones bancarias, uso de dinero electrónico. Noticias, chismes de farándula o aspectos del gobierno.</p>	<p>Noticias, periódicos</p> <p>Música, servicios,</p>	<p>Consumo de noticias y periódicos</p> <p>Consumo de música,</p>	

	<p>Carlos: Paga la cuenta de televisión por cable y con gran frecuencia revisa sitios donde puede comprar objetos o servicios, sin embargo aún no le tiene confianza a los servicios en línea como para comprar algo en Internet. También acostumbra revisar periódicos electrónicos, por ejemplo la página de el universal o reforma y también revisó algunas noticias en la página de t1MESENGER.</p>	<p>transacciones bancarias, dinero electrónico, noticias.</p> <p>Pagos, visita de sitios comerciales. Lectura de periódicos y noticias en páginas web.</p>	<p>servicios, transacciones bancarias, dinero electrónico, noticias.</p> <p>Consumo de transacciones, visita de sitios comerciales. Lectura de periódicos y noticias en páginas web</p>	
Interacción	<p>Martín: Utiliza principalmente el buscador Explorer en Microsoft, el buscador de google y el correo electrónico, este último básicamente para comunicarse eventualmente con amigos y suscribirse a servicios de información gratuitos.</p> <p>Elizabeth: Utiliza el mail y Messenger para establecer comunicación respecto al material que envía o si necesita algo de una persona o por el mesenger para establecer comunicación al instante principalmente con amigos que ve en forma esporádica o que casi no ve. Por tales razones ella considera que a través del mesenger se fortalecen las relaciones interpersonales. Además, menciona que entre las prácticas sociales que ha desarrollado a través de Internet se encuentra la comunicación a larga distancia, porque tiene un amigo en España y a veces se llega a conectar, y es cuando tiene comunicación con él, pero no con otras personas, sólo con amigos lejanos que casi no ve.</p> <p>Carlos: Correo electrónico porque le</p>	<p>Con mayor frecuencia utiliza el correo electrónico para comunicarse con amigos y suscribirse a servicios de información gratuitos.</p> <p>Utiliza con mayor frecuencia el correo electrónico y el Messenger para establecer comunicación laboral y comunicación con amigos que ve en forma esporádica o viven en el extranjero. Considera que a través del Messenger se fortalecen las relaciones interpersonales.</p>	<p>Se puede interactuar en la red con otras personas y con páginas web.</p> <p>Interactúa en la red a través del correo electrónico y Messenger con amigos. Las relaciones interpersonales si se fortalecen.</p>	

	<p>permite enviar archivos con gran rapidez es posible el trabajo prácticamente simultáneo, y con la aparición de las nuevas herramientas en línea es posible el trabajo en grupo con correcciones prácticamente inmediatas. Casi 95% de los correos electrónicos que envía o recibo son con fines de trabajo, sólo envía archivos personales en situaciones de urgencia, por ejemplo alguna información que tenga en mi trabajo y que sea necesaria en mi casa. Menciona que en su caso no utiliza Internet para mantener comunicación con su familia, prefiero el uso de líneas telefónicas, a diferencia del trabajo, en donde prefiere la comunicación por vía electrónica pues la comunicación por teléfono suele ser muy difícil. Casi todo es laboral.</p> <p>Ha utilizado el Messenger con fines de prueba, pero no lo utiliza en forma cotidiana porque la empresa en la que trabaja no tiene configurada su cuenta, únicamente funciona en la Intranet y el personal de sistemas no le ha configurado la cuenta. El problema es que se requiere una configuración especial con asignación de un número de cuenta para poder utilizar ese servicio. Los servicios al exterior están desactivados, por lo que no lo utiliza de forma habitual, y cuando lo ha utilizado ha sido con las cuentas de otras personas.</p>	<p>Utiliza el correo electrónico para mantener contacto laboral continuo. También utiliza la mensajería instantánea para realizar correcciones en línea con un grupo de trabajo. Por lo común la comunicación a través de Internet es sólo con fines laborales.</p> <p>No utiliza el Messenger porque su empresa no lo tiene configurado.</p>	<p>La red proporciona herramientas para mantenerse en comunicación continua</p>	
Placer de intern	<p>Martín: Considera que navegar en la red es un placer si te gusta leer, si te gusta estar investigando, si te gusta estar</p>	<p>Navegar es un placer cuando te gusta Internet y su contenido.</p>	<p>Navegar en la red es un placer.</p>	

et	<p>viendo información, menciona que si es placentero si es tu hobbie o tu gusto es informarte, si es placentero.</p> <p>Elizabeth: Existe el placer de entretenerse, divertirse; cuando entro a Internet es para buscar algo específico.</p> <p>Carlos: No lo considero un placer sin embargo si es una actividad que me satisface.</p>	<p>Es un placer porque te entretiene y divierte. Se conecta para buscar temas específicos.</p> <p>No es un placer pero si le satisface.</p>	<p>Navegar en la red es un placer.</p> <p>Es satisfactorio navegar en la red.</p>	
Lugar y frecuencia de conexión	<p>Martín: En el trabajo y en la casa. Prácticamente lo usa diario, se conecta diario. Se puede conectar diariamente en promedio 3 o 4 horas, fines de semana más.</p> <p>Elizabeth: En el trabajo y en la casa. Por lo común se conecta 8 horas al día, pero no todo el tiempo está en Internet, tiene la página abierta pero está haciendo otras cosas, por lo general está en Internet, de 5 a 7 horas.</p> <p>Carlos: En el trabajo y en la casa. En su trabajo la conexión a Internet es permanente, por lo que desde que llega, y enciende la computadora, está conectado a Internet y su última actividad al salir de la oficina es cerrar el acceso a Internet y</p>	<p>Trabajo y hogar. Se conecta diario en promedio 4 horas.</p> <p>Trabajo y hogar, se conecta en promedio 6 horas.</p> <p>Trabajo y hogar. Por lo común permanece</p>	<p>Internet forma parte de su estilo de vida.</p> <p>Internet forma parte de su estilo de vida.</p> <p>Internet forma parte de su estilo de vida.</p>	

	<p>apagar la computadora. También cuenta con internet en su casa, tiene una cuenta de banda ancha y por lo general acostumbra trabajar también en su casa, por lo que está conectado tanto en el trabajo como en mi casa de manera casi permanente.</p>	<p>conectadop desde que inicia su día hasta que termina.</p>		
<p>Valor simbólico</p>	<p>A los entrevistados se les presentó una situación hipotética en la cual la Internet desaparecería o ya no tendrían acceso por el incremento de sus costos</p> <p>Martín: Que no se lo quiten, no por favor, "pues ahorita yo creo que ya me sentiría aislado en este momento... aislado de información, deja los libros, pues me salgo a la librería, a la biblioteca ¿no? Pero de noticias... de... saber de algunos amigos pues creo que... ni el celular"</p> <p>Elizabeth: Continuaría usando Internet pagando su costo porque "ahorita ya es básico, además te ahorras mucho tiempo y eso es lo mejor, el fácil acceso a información". La falta de acceso a Internet le afectaría en todas las formas, como trabajo, los horarios que tiene no me permitirían ir a una biblioteca mas que fines de semana, sin embargo, mientras está ahí en la oficina puedo sacar toda la información y trabajar con ella.</p> <p>Carlos: El hecho de que desapareciera Internet dificultaría gran parte de las actividades cotidianas. "Mucho de mi desempeño depende de información</p>	<p>Que no le quiten Internet, se sentiría aislado, es necesario para mantenerse informado y comunicado.</p> <p>No lo perdería, pagaría su costo. La falta de Internet le afectaría de todas las formas y en la red puede consultar cualquier tipo de información.</p>	<p>La red es necesaria para comunicarte y mantenerte informado.</p> <p>Internet forma parte de su vida, sin importar el costo.</p>	

	<p>transmitida de inmediato, y el no contar con esta información con la rapidez necesaria podría ocasionar grandes costos a mi empresa. Desde el punto de vista tecnológico, es difícil pensar que la tecnología relacionada con Internet pueda desaparecer, porque ya se ha vuelto una parte de nuestra realidad cotidiana. Inclusive, tecnologías similares como los correos electrónicos en teléfonos celulares o dispositivos portátiles se han incrementado tanto que es casi impensable el que desaparezca este tipo de comunicación. Tú sabes que los adolescentes son los principales consumidores de mensajes SMS que son una variante de este tipo de comunicación”.</p>	<p>Le dificultaría sus actividades cotidianas porque muchas de éstas dependen de información que se transmite por la red. Los costos para su empresa serían elevados. Él no cree que la red pudiera desaparecer porque es parte de su realidad cotidiana. Los adolescentes son los principales consumidores de MSM.</p>	<p>Internet es indispensable en el todos los aspectos de su vida, para él y para su empresa.</p>	
--	--	---	--	--

