



# UNIVERSIDAD VILLA RICA

---

---

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“HÁBITOS DE CONSUMO DE INTERNET ENTRE  
JÓVENES UNIVERSITARIOS DE VERACRUZ Y  
BOCA DEL RÍO”

### TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

PRESENTA:

**NELLY CASTILLO ANDRADE**

**Director de Tesis**

LIC. ZULLY TOCAVEN CONSTELA

**Revisor de Tesis**

LIC. CLAUDIA ELENA GALLEGOS RUEDA



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.

## ÍNDICE

**CAPÍTULO I. Metodología.**

1.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2. Justificación.....	6
1.3. Objetivos.....	9
1.3.1. Objetivo general.	
1.3.2. Objetivos específicos.	
1.4. Hipótesis.....	10
1.5. Variables.....	10
1.5.1. Variable 1.	
1.5.2. Variable 2.	
1.5.3. Unidad de observación.	
1.7. Tipo de estudio.....	11
1.8. Diseño.....	11
1.9. Población y muestra.....	11
1.10. Instrumento de medición.....	12
1.11. Recopilación de datos.....	13
1.12. Proceso.....	13
1.13. Procedimiento.....	14

## II

1.13.1.	Recopilación de fuentes de información.	
1.13.2.	Elaboración del cuestionario.	
1.13.3.	Aplicación del cuestionario a la muestra.	
1.13.4.	Análisis de la información obtenida en los cuestionarios y elaboración de tablas.	
1.13.5.	Elaboración del reporte de investigación y de conclusiones.	
1.14.	Análisis de datos.....	15
1.15.	Importancia del estudio.....	15
1.16.	Limitaciones del estudio.....	16

## CAPÍTULO II Marco teórico.

2.1.	Historia de Internet.....	17
2.2.	Aplicaciones de mayor uso.....	20
2.2.1.	Navegar.	
2.2.2.	Chatear.	
2.2.3.	Leer un libro.	
2.2.4.	Descargar música.	
2.2.5.	Comprar.	
2.2.6.	Crear una página web propia.	
2.2.7.	Descargar programas.	
2.2.8.	Pagar servicios.	
2.2.9.	Estudiar a larga distancia.	
2.2.10.	Jugar.	

3. Resultados globales de encuestas aplicadas.
4. Respuestas a preguntas abiertas.

#### LISTA DE FIGURAS

1. *¿Acostumbras acceder a Internet?*
2. *¿Desde dónde accedes a Internet?*
3. *¿Cuántos días a la semana utilizas Internet?*
4. *¿Cuántas horas a la semana utilizas Internet?*
5. *¿Qué porcentaje asignas a cada actividad?*
6. *¿Con qué equipo cuentas para conectarte a Internet?*
7. *¿Te consideras adicto al Internet?*
8. *¿Ha sustituido Internet alguna de tus actividades cotidianas?*
9. *¿Prefieres descargar música a comprar discos?*
10. *¿Prefieres descargar películas a ir al cine?*
11. *¿Prefieres hacer amistades por Internet?*
12. *¿Qué tanto ha cambiado tu vida a partir del uso de Internet?*

## INTRODUCCIÓN

La edad del ciberespacio ha llegado. Nuestro mundo ahora en el siglo XXI ha pasado a ser de un mundo físico a un mundo virtual. Vivimos en una era de revolución tecnológica que dicta en gran medida la manera en que el ser humano interactúa con su ambiente socio-cultural. En nuestra época existe una diversidad de herramientas tecnológicas que nos ayudan al desempeño de las tareas cotidianas y en el trabajo.

Día a día es más amplio el cuestionamiento sobre el impacto de las tecnologías informáticas en la vida del hombre, en especial en los jóvenes, quienes están mucho más familiarizados con esta vertiginosa llegada de Internet. Por eso es importante analizar la forma en que los jóvenes hacen uso de Internet, para entender mejor cuáles son los caminos al que este consumo los está llevando. Éste es precisamente el propósito de esta investigación.

En el capítulo I se plantea el problema de investigación. Se explica cómo comenzó el auge que hasta ahora tiene Internet, su capacidad para proveer información de cualquier tema y su veracidad. Además, se habla de las aplicaciones positivas de las que se puede tomar ventaja. Este capítulo es el punto de partida de la investigación en la cual de manera general se establece

qué es lo que va a tratar esta tesis. Se menciona en este capítulo la relación que tiene Internet con los jóvenes, y se desprende de aquí la pregunta de investigación. A su vez, en este capítulo se explica la justificación de este trabajo. En la justificación se dice el por qué Internet es un fenómeno tecnológico y humano, su avance tan vertiginoso y el poco tiempo que esto ha dado para generar investigaciones propias a dicho fenómeno.

En el capítulo II se explica cómo ha sido la historia de Internet desde sus primeras concepciones como herramienta de información en 1962. Su desarrollo y evolución como ARPANET, hasta 1985 en que se estableció firmemente como una red que conectaba investigadores y desarrolladores, así también como el advenimiento del Chat. Estos avances dieron lugar a lo que conocemos hoy como Internet. Se definen y discuten las aplicaciones de mayor uso que tiene Internet, como son: navegar, chatear, leer un libro, descargar música, comprar, crear una página web, descargar programas, pagar servicios, estudiar a larga distancia, jugar, enviar una tarjeta electrónica y participar en debates sobre algún tema.

Se plantea lo que respecta al consumo y su definición, además que se explica la complejidad que el proceso de consumir implica como fenómeno también cultural y social. Con esto se enriquece la investigación al analizar como ha sido el consumo de Internet por parte de los usuarios y como esto ha generado una revolución tecnológica. Además de qué se requiere para formar parte de este consumo de la

red y las necesidades que todo cibernauta busca satisfacer al estar conectado a la red.

En el capítulo III se analizan e interpretan los resultados arrojados por las encuestas. Dichos resultados son señalados por pregunta y lo que se pudo inferir de los mismos. En algunos casos se señalan ciertos porcentajes y/o se comparan entre sí.

Y por último, en el capítulo IV, se dan las conclusiones del estudio. Se retoma lo que es Internet para la sociedad y la cultura actual, se hacen reflexiones con respecto a su acelerada evolución como ámbito de relaciones humanas y fenómenos socio-culturales, y finalmente se habla de las expectativas que este trabajo cubrió o no desde el punto de vista del investigador.

De esta manera, el presente trabajo pretende mostrar los hábitos de consumo que los jóvenes universitarios hacen de Internet, e invitar al lector a reflexionar sobre este fenómeno social que ha influenciado de manera significativa en tantos aspectos de nuestra vida cotidiana.



## CAPÍTULO I

### 1.1. Planteamiento del problema.

El auge del Internet como medio de información se da en los 90's. Los nuevos usuarios de la red descubrieron una manera rápida y fácil de acceder a todo tipo de información por medio de una computadora personal, además de establecer relaciones personales con gente en otro país y a grandes distancias. En sus principios las páginas web no eran tan sofisticadas. Pero ahora es posible encontrar casi cualquier tipo de tema por medio de un buscador, su acceso es cada vez más rápido que antes y hay un gran número de personas que accedan a él minuto a minuto.

Así como es fácil consultar cualquier tema en Internet, de la misma manera es posible también crear una página web con cualquier tipo de información. Es decir, casi cualquier persona que conozca cómo navegar en Internet y por supuesto, utilizar una computadora personal, puede crear una página web.

Debido a esto la información que se divulga a través de Internet no es de mucho fiar, a menos que tenga alguna referencia bibliográfica que se pueda consultar, de ahí que la mayoría de las veces dicha información sea cuestionada en cuanto a su veracidad. El problema radica en que las personas que consultan el Internet no se preocupan por verificar dicha veracidad de la información y existe, una tendencia actualmente a investigar cualquier tema por Internet en lugar de buscar en un libro o en alguna otra fuente más fidedigna.

A pesar de éste tipo de desventajas de la red existen muchas otras aplicaciones positivas, por ejemplo: estudiar alguna carrera o posgrado a distancia por medio de la red, páginas web con información respaldada por instituciones serias y/o oficiales, emprender y/o publicitar un negocio por este medio, enterarse de lo que acontece en el mundo, aprender y/o practicar un idioma de manera gratuita, participar en conferencias y debates que se realicen para conocer diferentes puntos de vista, se puede también intercambiar información con personas o instituciones, descargar y actualizar software, comunicación por medio de voz e imagen con otras personas, leer libros completos, aprender de cultura general, en fin, son muchas las aplicaciones que probablemente no se estén aprovechando.

La mayoría de las personas que utilizan Internet son los jóvenes, debido al contacto que estas nuevas generaciones han tenido con la tecnología y su desarrollo, les es indispensable utilizar Internet para pertenecer a ese grupo globalizado y conectado por la red.

Es decir, los jóvenes hacen el mayor consumo de esta herramienta informática. A pesar de esto al parecer no explotan al cien por ciento las cualidades de la red.

Es por ello que de aquí se desprende la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los hábitos de consumo que tienen los jóvenes con respecto a Internet?

## **1.2. Justificación.**

El Internet es un medio de comunicación que en poco tiempo se ha posicionado en la vida de las personas o jóvenes como herramienta esencial para estar al día en información e interacción con otras personas. Este fenómeno tecnológico y humano que es la red es ahora ya casi indispensable para cualquier persona que quiera ser parte de esa sociedad que navega, investiga, chatea y proporciona información por este medio.

Internet es el tema que está en boga, su desarrollo ha sido tan vertiginoso que ni siquiera ha dado el suficiente tiempo para meditar como usuarios de la red que tan beneficiado o perjudicado se esta debido al uso de esta herramienta y medio de comunicación.

No son muchas las investigaciones que se han realizado al respecto debido a las razones descritas anteriormente y en menor medida localmente. Es por ello que esta investigación se enfoca a indagar los hábitos de consumo que los jóvenes universitarios de Veracruz y Boca del Río hacen de Internet. Su valor en términos de la información que arroja puede ser de gran relevancia para hacer diferentes tipos de análisis y cuestionamientos por parte de cualquier persona que esté interesada en este tema.

Además existen ciertas áreas que se pueden ver también beneficiadas por este trabajo de investigación; por ejemplo: la psicología, la educación y la comunicación.

En primer lugar, la psicología es la ciencia que estudia los fenómenos psíquicos, su formación, la forma en que se producen, su desarrollo y contenido. Internet es un medio el cual ha cambiado la concepción de estos fenómenos psíquicos como el nuevo entorno en donde los usuarios entienden este medio de diferentes maneras y la red cambia a su vez dicho entendimiento. Además la psicología también estudia al individuo psicosocial, es decir, al individuo y su forma de relacionarse con otros. Internet ha transformado la manera en que los individuos se relacionan y lo que piensan de los demás y de sí mismos.

Otra de las áreas que se pueden ver beneficiadas por este estudio es la educación. La red es también un medio en donde nuevas formas, métodos y técnicas de enseñanza tienen lugar. Tanto profesores como alumnos pueden beneficiarse por

la red ya que las características que ésta tiene para intercambiar información facilita el proceso educativo, cualquiera que sea la disciplina. Actualmente existen aplicaciones tecnológicas que facilitan este proceso más aún, como lo son los foros de discusión, las clases virtuales, imágenes de video en tiempo real, intercambio de audio en tiempo real, y muchas otras.

Aunado a esto, todo aquel que tenga relación alguna con la comunicación encontrará esta tesis de gran interés. Los nuevos fenómenos comunicativos que se dan en Internet son de verdadera importancia. Internet ha generado grandes cambios en esta área. Es necesario conocer qué es lo que está pasando con respecto a la emisión, transmisión y recepción de información por la red para estar actualizados.

### **1.3. Objetivos.**

**1.3.1. Objetivo general.** Investigar los hábitos de consumo de Internet entre los jóvenes universitarios.

#### **1.3.2. Objetivos específicos:**

- Definir qué es Internet y cuáles son sus aplicaciones.

- Describir la situación actual del mundo de la comunicación a partir del surgimiento de las nuevas tecnologías.
- Realizar un trabajo de campo para investigar bajo qué condiciones los jóvenes universitarios de hoy utilizan la red.

**1.4. Hipótesis.** "Las principales aplicaciones de Internet que usan más frecuentemente los jóvenes universitarios son los chats y los motores de búsqueda de Información".

**1.5. Variables:**

**1.5.1. Variable 1.** Chats y motores de búsqueda como aplicaciones de Internet usadas más frecuentemente.

**1.5.2. Variable 2.** Tiempo de uso.

**1.6. Unidad de observación.** Los jóvenes universitarios.

### 1.7. Tipo de estudio.

Cuantitativo. Este enfoque utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, 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.

### 1.8. Diseño. Se trabajó con la técnica de la encuesta.

1.9. Población y muestra. Las encuestas se aplicaron a jóvenes universitarios de distintos semestres. Las universidades seleccionadas fueron La Universidad Autónoma, Villa Rica, El Centro de Estudios Gestalt y el Colegio La Paz. La población estuvo constituida por el total de alumnos de las tres instituciones, y de ello se obtuvo una muestra representativa utilizando la fórmula del muestreo por conglomerados. La UVR cuenta con diez carreras en total las cuales son Ingeniería civil, Administración, Psicología, Arquitectura, Contaduría, Medicina, Computación y Sistemas, Odontología, Ciencias de la Comunicación y Derecho. El número total de alumnos en esta universidad es de 1,564. Multiplicado por 0.05 nos da un resultado de 78.2 para realizar la siguiente fórmula:

$$0.05 \times \frac{\text{No. Total de alumnos (no. De alumnos por carrera)}}{\text{No. Total de alumnos}}$$

Es así como se calculó el número representativo de alumnos por carrera a los cuáles se les tenía que aplicar las encuestas.

De la misma manera en el Centro de Estudios Gestalt tenemos las siguientes carreras: Diseño Gráfico, Diseño y Mercadotecnia de la Moda, Arquitectura de Interiores y Comercio Exterior. El total de alumnos en este centro de estudios es de 244. De la misma manera se aplicó la fórmula dando como resultado 12 alumnos a los cuales se les aplicó la encuesta, más específicamente seis, cuatro, uno y uno de las carreras antes mencionadas.

Y finalmente, El Colegio La Paz con un total de 296 alumnos en las Licenciaturas de Educación Especial, Educación Primaria y Educación Preescolar. Se aplicaron las encuestas a cuatro, seis y cinco alumnos de las respectivas licenciaturas.

**1.10. Instrumento de medición. Cuestionario:** un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. (Hernández Sampieri, 2003: pág. 285). En este caso, el cuestionario consta de 13 preguntas. La

---

<sup>1</sup> Hernández Sampieri, Roberto, *Metodología de la investigación*, 3a. ed., México, 2003, pág. 105.



mayoría son preguntas cerradas con opciones para que el encuestado se limite a contestar y elegir. En algunos casos las opciones de respuesta están acompañadas de la pregunta ¿Por qué?. Esto es, una combinación de preguntas cerradas y abierta al mismo tiempo. (Anexo 1).

**1.11. Recopilación de datos:** se aplicó el cuestionario anterior por medio de preguntas con opciones y algunas abiertas.

**1.12. Proceso:**

- a) Recopilación de fuentes de información.
- b) Elaboración del cuestionario.
- c) Aplicación del cuestionario a la muestra.
- d) Análisis de la información obtenida en los cuestionarios.
- e) Elaboración de tablas.
- f) Elaboración del reporte de investigación.
- g) Elaboración de conclusiones.

**1.13. Procedimiento.**

**1.13.1. Recopilación de fuentes de información.** Se buscaron fuentes (libros, ensayos, páginas web), los cuales estuvieran relacionados con el tema de Internet,

el consumo de este y la situación del mundo actual debido a la influencia de las nuevas tecnologías.

**1.13.2. Elaboración del cuestionario.** Se redactaron 18 preguntas. Estas son tanto preguntas cerradas y abiertas. Tienen también opciones para que el encuestada elija la que sea de su preferencia. Las preguntas fueron redactadas en función de los usos y hábitos de consumo que los jóvenes realizan en Internet.

**1.13.3. Aplicación del cuestionario a la muestra.** Los encuestados fueron determinados por medio de la fórmula anteriormente descrita. Se aplicó el cuestionario de forma personal, es decir, cara a cara, por si existía la necesidad de aclarar alguna duda por parte de los encuestados.

**1.13.4. Análisis de la información obtenida en los cuestionarios y elaboración de tablas.** Las respuestas de opciones dieron la pauta para después determinar la manera en que se analizaría y vaciaría la información. En este caso se designó una clave numérica a cada opción de respuesta por pregunta para así registrarlas más fácilmente. En el caso de las preguntas abiertas se registraron las respuestas completas debido a que al ser analizados los cuestionarios contestados, se corroboró que se repetían en algunos casos. Por otro lado, por medio de las fórmulas adecuadas, las tablas automáticamente arrojaron los porcentajes en general y por carrera por cada pregunta correspondiente.

**1.13.5. Elaboración del reporte de investigación y elaboración de conclusiones.** Gracias a los porcentajes se pueden elaborar conclusiones más contundentes. En las conclusiones se mostrará cuáles son los hábitos de consumo que los universitarios de la zona conurbada Veracruz Boca del Río tienen con respecto a Internet. Lo cual permitirá corroborar la relevancia que la red tiene en estos días entre los jóvenes universitarios.

**1.14. Análisis de datos.** Primero se realizó un concentrado de las respuestas en una tabla. Cada pregunta y respuesta está representada por una clave numérica. A su vez, en la tabla se fue detallando la respuesta que aparecía con más frecuencia lo cual también arrojó porcentajes útiles para las conclusiones.

**1.15. Importancia del estudio.** La importancia de esta investigación radica en que el Internet es muy probablemente la fuente de consulta más utilizada por muchas personas. En este medio circula casi cualquier tipo de información que sea buscada debido a que no existen regulaciones para la divulgación de dicha información.

Además de que la mayoría de las personas que utilizan Internet muchos de ellos son jóvenes. En este caso la investigación se realizará con una muestra de jóvenes que estudian en diferentes universidades, por lo cual esta investigación puede ser también de gran ayuda para dichas universidades ya que pueden tomar las medidas necesarias en el caso de que los resultados que se arrojen en dicha

investigación no sean satisfactorios. Esta investigación puede ser tomada en cuenta por dichas instituciones para orientar a sus alumnos acerca del uso del Internet y mejorar así su aprovechamiento escolar.

También esta investigación es de suma importancia para cualquier persona que utiliza este medio, ya que podría no estar haciendo un uso apropiado de él.

**1.16. limitaciones del estudio:**

- a) Sólo se trabajó con universidades privadas.

## **CAPÍTULO II Marco teórico.**

### **2.1. Historia del Internet.**

Internet es una herramienta de información y entretenimiento utilizada a nivel mundial. Su vertiginoso crecimiento ha dado poco tiempo a detenerse y reflexionar acerca de sus orígenes como la gran carretera de la información.

La primera concepción de Internet fue dada o percibida por C.R. Licklider, del Massachusetts Institute of Technology, en Agosto de 1962. Licklider discute sobre su concepto de *Galactic Network* (Red Galáctica). Él concibió una red interconectada globalmente a través de la que cada uno pudiera acceder desde cualquier lugar a datos y programas. En esencia, el concepto era muy parecido a la Internet actual.

En 1965 uno de los sucesores de Licklider, el también investigador del Massachusetts Institute of Technology G. Roberts, conectó un ordenador a otro

creando la primera red jamás construida. En 1967 Roberts publicó el plan para ARPANET.

1968 un grupo encabezado por Frank Heart, de Bolt Beranek y Newman (BBN), el equipo de BBN trabajó en IMPs (procesadores de mensajes de interfaz) con Bob Kahn tomando un papel principal en el diseño de la arquitectura de la

ARPANET global. En Septiembre de 1969, cuando BBN instaló el primer IMP en la UCLA y quedó conectado el primer ordenador *host*.

El Instituto de Investigación de Stanford (SRI) proporcionó un segundo nodo. Cuando el SRI fue conectado a ARPANET, el primer mensaje de *host* a *host* fue enviado desde el laboratorio de Leinrock al SRI. Se añadieron dos nodos en la Universidad de California, Santa Bárbara, y en la Universidad de Utah. Así, a finales de 1969, cuatro ordenadores *host* fueron conectados conjuntamente a la ARPANET.

En octubre de 1972, Kahn organizó una gran y muy exitosa demostración de ARPANET en la *International Computer Communication Conference*. Esta fue la primera demostración pública de la nueva tecnología de red. Fue también en 1972 cuando se introdujo la primera aplicación "estrella": el correo electrónico.

La ARPANET original evolucionó hacia Internet. Internet se basó en la idea de que habría múltiples redes independientes, de diseño casi arbitrario. Internet como

ahora la conocemos encierra una idea técnica clave, la de arquitectura abierta de trabajo en red.

Como resultado del crecimiento de Internet, se produjo un cambio de gran importancia para la red y su gestión. Para facilitar el uso de Internet por sus usuarios se asignaron nombres a los *hosts* de forma que resultara innecesario recordar sus direcciones numéricas. Esto llevó a la invención del DNS (*Domain Name System*, sistema de nombres de dominio) por Paul Mockapetris de USC/ISI. El DNS permitía un mecanismo escalable y distribuido para resolver jerárquicamente los nombres de los *hosts* (por ejemplo, *www.acm.org* o *www.ati.es*) en direcciones de Internet.

Así, en 1985, Internet estaba firmemente establecida como una tecnología que ayudaba a una amplia comunidad de investigadores y desarrolladores, y empezaba a ser empleada por otros grupos en sus comunicaciones diarias entre ordenadores. El correo electrónico se empleaba ampliamente entre varias comunidades, a menudo entre distintos sistemas. La interconexión entre los diversos sistemas de correo demostraba la utilidad de las comunicaciones electrónicas entre personas.

El analizar el proceso de crecimiento desenfrenado de Internet nos permite generarnos una idea, aunque a veces un poco vaga, de la importancia de éste como medio de información, actualización, contacto con el mundo y sentido de pertenencia a lo actual que parece dar a los usuarios.

Muy probablemente sea por ello que los jóvenes, en el caso que concierne a esta investigación los universitarios, parecen tener una afición y gusto especial por este novedoso y revolucionario medio tecnológico.

Tan sólo si consideramos cómo surgió este concepto entre un grupo no muy numeroso de investigadores y comparamos al número de personas que se supone están utilizando la web, es más abrumador el sentimiento. Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el número total de usuarios de Internet para el cierre del 2004 será de catorce millones novecientos un mil seis cientos ochenta y siete personas<sup>2</sup>.

## **2. 2. Aplicaciones de mayor uso.**

Como se puede apreciar, a través de la historia y los inicios de Internet una de las aplicaciones principales de éste es y será comunicarnos con otras personas, por ejemplo por medio del correo electrónico. Pero las aplicaciones van más allá del e-mail, actualmente existen un sin fin de aplicaciones o utilidades que el Internet nos puede proveer. A continuación se hará un listado de aquellas que se consideren de mayor uso y relevancia:

---

<sup>2</sup> Asociación Mexicana de Internet, A.C., *Estudio de Hábitos del Mercado En Línea en México 2004*, <http://www.amipci.org.mx> (rubro Publicaciones electrónicas).



**2.2.1. Navegar:** se le llama así cuando el usuario de Internet, busca cualquier tipo de información que sea de su agrado o Interés y sea por medio de un buscador o escribiendo las direcciones de las páginas que desea visitar. Algunos de los buscadores más populares son Yahoo, Google, Altavista, entre otros.

**2.2.2. Chatear:** chatear viene de la palabra en Inglés "Chat", que significa plática o conversación. Existen chats en los cuales se ingresa a través de un nick y se puede contactar con gente al otro lado del mundo y que también están en línea. Entre ellos los más importantes son el Messenger y el icq, los cuales se pueden descargar gratuitamente de la red. En esto se busca a los "contactos" o amistades por medio de su correo electrónico y se agregan a la lista, por lo general son personas conocidas. Así se pueden tener conversaciones por medio de las ventanas. Además los chats cuentan ya con algunos recursos que los complementan y son de más utilidad para el usuario como lo son los iconos gestuales, se puede mandar un archivo o una foto de manera directa, iniciar una conversación de voz, tener una conferencia de video, jugar, enviar un mensaje a un dispositivo móvil (celular), realizar una llamada telefónica, etc.

**2.2.3. Leer un libro.** Uno de los cambios que las tecnologías de la información está provocando en nuestra sociedad es la progresiva expansión de los libros electrónicos. El reciente éxito de la última obra del escritor Stephen King, publicada únicamente en formato electrónico y de la que se vendieron más de medio millón

de ejemplares en pocos días, ha servido para demostrar que el cambio previsto ya está ocurriendo y es una realidad visible. Los expertos no se ponen de acuerdo sobre si el libro electrónico va a sustituir a la larga al libro tradicional, que pasaría a convertirse en un objeto de colección o de museo, o si ambos se usarán de forma complementaria. Los partidarios de la primera predicción están convencidos de que las enormes ventajas económicas del libro electrónico en las áreas de producción, distribución y almacenamiento compensarán su menor comodidad de lectura.

**2.2.4. Descargar música.** Sin duda uno de los principales atractivos de Internet entre sus usuarios, específicamente los jóvenes es el hecho de tener acceso a música de cualquier tipo en la red. Con tan sólo descargar el programa adecuado, cualquier usuario o persona que accede a la red puede encontrar casi cualquier tipo de melodías que sean de su agrado. Esto ha creado lógicamente conflictos entre ese libertino acceso a cualquier tipo de producciones musicales y las propias empresas discográficas las cuales se quejan de que sus ventas han sido afectadas por la oferta gratuita de sus canciones en Internet. La Asociación de la Industria Discográfica de Estados Unidos (RIAA, por sus siglas en inglés), que tiene representación de las firmas más grandes del mundo de la música, publicó el 27 de Agosto del 2002 un estudio hecho por Peter D. Hart Research Associates que indicaba que los usuarios de Internet que decían bajar cada vez más música de la

red también afirmaban que compraban menos discos compactos<sup>3</sup>. No se encontrarán todos los álbumes de cada uno de los artistas, pero existen algunos ciber sitios y servicios donde se pueden encontrar algunos temas para bajar legalmente, en el famoso formato MP3, como [epitonic.com](http://epitonic.com), [mtv.com](http://mtv.com), [launch.com](http://launch.com) y [rollingstones.com](http://rollingstones.com).

**2.2.5. Comprar.** Prácticamente se puede comprar y vender de cualquier tipo de producto o servicio en la red. Dichas transacciones pueden ser nacionales e internacionales. En la web existen páginas o sitios especializados en la oferta de productos y servicios; como por ejemplo e-bay , mercado libre, todito, yahoo, entre otros. En algunas de estas páginas es necesario crear una cuenta para poder tener acceso como comprador y vendedor.

Esto último garantiza cierta seguridad en la transacción gracias al respaldo de dicha página. Además otras compañías se encargan de verificar la validez de la compra-venta como lo menciona Jerry Moneycutt (1996:17)

\*Netscape y otras compañías están muy ocupadas en la configuración de estándares sobre cómo deben manejarse las transacciones en Internet. Se ha llegado al punto de que ahora

---

<sup>3</sup> Reuters, *Disqueras contra Internet*, <http://www.Esmas.com/empresarial/251391.html>.

puede usar una tarjeta de crédito en el Web sin preocuparse por el robo de su número confidencial\*.

Si el usuario busca algún producto, con sólo escribir la palabra describiendo lo que deseamos comprar en el buscador, éste nos dará varias opciones hasta que se encuentre la más satisfactoria. Una de las grandes ventajas que tienen los compradores en Internet es que no tienen que trasladarse de un lado a otro para conseguir el artículo que buscan. El proveedor o empresa envía el producto a la puerta de la casa del comprador con o sin cargo adicional.

Con respecto a la variedad de productos, dependiendo en cierta medida cuán raro sea, se puede decir que es variada. Algo que definitivamente debe tomar en cuenta el usuario que busque comprar algo en Internet es que el sitio en dónde esté comprando sea una empresa seria y bien establecida para evitar transacciones fraudulentas.

Cada compra que se realice por Internet debe ser confidencial. Para mayor información el comprador debe consultar las políticas de privacidad de la empresa donde va a comprar, a fin de que conozca a detalle las medidas que tomará el proveedor en línea para proteger la información personal del consumidor<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Op. Cit., nota 2.

**2.2.6. Crear una propia página web.** De acuerdo a la siguiente definición un sitio web es un conjunto organizado y coherente de páginas web (generalmente archivos en formato html, php, cgi, etc.) y objetos (gráficos, animaciones, sonidos, etc.); su temática puede ser muy variada. A través de un sitio web se puede ofrecer, informar, publicitar o vender contenidos, productos y servicios al resto del mundo.

Para que un sitio web pueda ser visitado por otras personas es necesario que se encuentre alojado en un servidor conectado a la World Wide Web<sup>5</sup>.

Si el usuario desea poner en la red información acerca de él mismo , ya sea personal o profesionalmente, lo puede hacer por medio de una página web. Un sitio web personal da al usuario un sentido de pertenencia y aceptación a las nuevas tecnologías.

El hecho de que alguna persona tenga una página web de primera instancia nos da la sensación de que está más familiarizado con la red y sus ventajas que los otros cibernautas que sólo navegan, chatean y revisan su correo.

---

<sup>5</sup> *Emprendenet, Preguntasfrecuentes*, [http://www.Emprendenet.com/faq.htm#quid\\_01](http://www.Emprendenet.com/faq.htm#quid_01).

Hay especialistas en cuanto a la creación de páginas web, todo depende de la complejidad y características que se deseen en éstas, pero lo que sí es un hecho es que dentro de los principales navegadores existen formas de crear una página web personal, tan solo hay que seguir los pasos que ahí se indican para poder llevarla a cabo.

**2.2.7. Descargar programas.** Al igual que la oferta de productos de diferente índole en Internet es muy posible encontrar programas para diversos propósitos como multimedia, gráficos, juegos, programadores, chats entre otras utilidades para la computadora personal. Los más populares son las descargas de programas de juegos y de música, muchos de ellos sin costo alguno, mermando de cierta forma aquellos programas que están en el mercado tratando de subsistir a esa competencia de programas fáciles de adquirir en la red.

**2.2.8. Pagar servicios.** Al igual que la compra de productos la red ha venido a facilitar el pago de servicios como pago de cable para televisión e Internet, tarjetas de crédito, Luz, teléfono, entre otros.

Si se cuenta con una tarjeta de crédito o débito es posible realizar estos pagos, evitando al usuario el traslado para pagar personalmente el servicio.

**2.2.9. Estudiar a larga distancia.** Muchas personas por tiempo o por cuestiones de distancia no pueden asistir a una Universidad, Colegio o Instituto para aprender o estudiar alguna disciplina, carrera, oficio, etc.

Muy similar a los estudios por correo, la educación por Internet es más fácil y cómoda, ya que los usuarios estudian y se preparan en los horarios de su conveniencia y al ritmo que ellos consideren más pertinente. Como menciona el Lic. Mario Riorda profesor asociado del curso de Marketing Político, que ofrece la Georgetown University de Estados Unidos:

*"Tomar un curso a larga distancia por Internet es recomendable. Por dos razones básicas: en primer lugar debido a que hoy, un curso en la web es una herramienta ideal para suprimir dos elementos muy perturbadores en la búsqueda de más conocimiento: el achicamiento de las distancias del tiempo y el espacio. En segundo lugar puesto que esta herramienta va permitiendo un aprendizaje que puede darse de manera exclusiva o paralela con otras modalidades tradicionales (esencialmente presenciales) u otras experiencias simultáneas en la web"<sup>1</sup>.*

**2.2.10. Jugar.** Uno de las funciones con las que cumple Internet es el hecho de entretener. Como parte de las diversas actividades que podemos realizar también podemos buscar diversos juegos en línea. Desde ajedrez hasta cualquier otro tipo de juego, el usuario se puede entretener mientras al mismo tiempo realiza alguna otra actividad en línea. Además otra de las características de los juegos en red es que se puede jugar con otros usuarios creando así una lúdica interacción entre dos usuarios que probablemente nunca se conocerán.

**2.2.11. Enviar una tarjeta electrónica.** Existen diferentes formas de comunicar y expresar que ofrece la red, una de estas opciones son las e-cards o tarjetas electrónicas.

Hace unos cuantos años había mucha más variedad de tarjetas electrónicas y sitios en dónde obtenerlas. Actualmente las mejores tarjetas tienen un costo, aunque todavía existen muchos sitios en dónde se pueden enviar tarjetas gratuitas. Existe la misma variedad de tipos de tarjeta como las que se pueden comprar en una tienda. Algunas de estas son felicitaciones, de amor, de amistad, de condolencias, etc.

**2.2.12. Participar en debates sobre algún tema.** Los debates en la red se realizan en salas virtuales. Es muy común encontrar sitios que cuente también con salas en dónde más de dos personas puedan charlar acerca de un tema, es como tener un



debate real con varias personas al mismo tiempo en una ventana virtual<sup>6</sup>. Patricia Wallace menciona al respecto:

*"Aunque algunas salas sólo abren durante un tiempo muy corto y luego desaparecen, hay muchas que han estado abiertas durante años. Las conversaciones se producen las 24 horas del día y los 365 días del año y cuentan con muchos usuarios asiduos cuyos apodos acaban siendo muy conocidos por el resto de los participantes".*

Además los usuarios pueden participar en tantas charlas o debates como les sea posible, lo que no se podría hacer físicamente en un debate convencional.

---

<sup>6</sup> Wallace, Patricia, *La psicología de Internet*, México, Paidós, 2001, pág. 22

### 2.3. El desarrollo de la humanidad y socialización.

Teilhard de Chardín<sup>7</sup> en su visión del hombre se basaba, entre otras, en la *Ley de la Complejidad* para explicar el desarrollo y la evolución de la vida. Teilhard observó como en la evolución los seres han ido integrándose en unidades superiores. Estas transformaciones han ido ascendiendo a formas más perfectas, más organizadas. En la evolución del hombre Teilhard hablaba primero de población de la tierra por los pre-hominidos, después la civilización, donde encontramos una gran heterogeneidad de culturas y caracteres. Donde pronto emergen varios focos de cultura. Con esto, entre el hombre y todo lo que le precedió, existe un cambio de estado, una ruptura. Desde la aparición del Homo-Sapiens, apenas hemos observado una mayor cefalización. El cerebro parece haber llegado a un volumen no susceptible de aumento. Sin embargo, las conexiones en la sociedad, ya económicas, ya físicas, ya afectivas, han facilitado todo el progreso cultural. De Chardín observa en la evolución contemporánea un particular aumento de la socialización, entendida como multiplicación progresiva de las relaciones sociales. Siguiendo la *Ley de la Complejidad*, ¿no parece lógica la integración de personas en un ser social, en una sociedad personal?

---

<sup>7</sup> De Chardín, Teilhard, *El grupo zoológico humano*, 5ta. Ed., Madrid, 2000, pág. 80.

*"Desde sus orígenes hasta nuestros días, la Humanidad... ha pasado un periodo de establecimiento geográfico, en el curso del cual se trataba para ella, en primer lugar, de multiplicarse y de ocupar la Tierra. Y sólo muy últimamente han aparecido en el mundo los primeros síntomas de un repliegue definitivo y global de la masa pensante en el interior de un hemisferio superior, en el que sólo podrá irse contrayendo y concentrando por efectos del tiempo".<sup>8</sup>*

Esta parte del mundo vivo que es creada por el pensamiento y la cultura del hombre es lo que Teilhard denominó la noosfera. Lotman acuñó el concepto de *semiosfera* para referirse a esa *atmósfera significativa* en la que la cultura fluye a lo largo del tiempo. Para Vázquez Medel, la semiosfera de Lotman está

*"sujeta a procesos azarosos, caóticos, impredecibles... A turbulencias, atractores extraños y concatenaciones que van más allá de los procesos lineales de causalidad inmediata, al modo de los "efectos mariposa".<sup>9</sup>*

---

<sup>8</sup> De Chardín, Teilhard, *op. Cit.*, nota 8, pág. 97.

<sup>9</sup> Vázquez Medel, Miguel Ángel "La semiótica de la cultura y la construcción del imaginario social", <http://www.cica.es/aliens/criticus/medelju.html> (rubro publicaciones electrónicas).

#### 2.4. El consumo e Internet.

La definición de Néstor García Canclini, estudioso y sociólogo de la cultura y el consumo, dice:

*"El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productores. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado".*

El hecho de consumir algo tiene que ver más que con lo que agrada o no, con lo que nos rodea y nos identifica, con nuestro entorno y las personas que interactúan en él y con nosotros. Nuestra ideología, nuestras costumbres y valores nos llevan a aceptar algún producto y consumirlo.

El hecho de consumir algún servicio o producto implica el acto de pagar por ello. Este sería también el caso del servicio de Internet en general. Actualmente en las localidades de Veracruz y Boca del Río, al igual que en otras partes de México, hay

diversas opciones para acceder a Internet. Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Algunas de estas opciones son tarjetas prepagadas, renta fija, cobro por minuto, cable, inalámbrico, etc<sup>10</sup>. A nivel local en la zona conurbada Veracruz – Boca del Río los principales proveedores de servicio de Internet son Telmex con Prodigy y Prodigy Infinitum, y Megacable.

El uso o consumo de Internet no es realizado por las mayorías, es decir, no todas las personas tienen acceso a Internet. Aunque parezca increíble muchas personas alrededor del globo no han usado ni escuchado acerca de Internet. Para ser más específicos lo que se dice al respecto fue lo siguiente:

*\*Aunque parezca increíble para los días en los que vivimos una revolución tecnológica y digital en la mayor parte del mundo, un estudio reveló que casi una cuarta parte de los habitantes del mundo no conoce ni ha escuchado siquiera de la existencia de Internet. Por increíble que parezca, internet no está en todas partes, de hecho es un término que nunca han escuchado 23 por ciento de los habitantes del planeta, en tanto que 52 por ciento no lo ha usado (aunque en algún momento hubieran oído hablar de él), según un estudio de Alpha Research, que desmitifica la idea de que la web es algo que está en la vida de todos y que es ya una herramienta indispensable para vivir. Al respecto, el Computer Industry Almanac*

---

<sup>10</sup> *Op. cit.*, nota 2.

(CIA) detectó que en septiembre del año 2004 sumaron 934 millones de personas las que usaron internet en todo el mundo, es decir, casi una sexta parte de la población total mundial".<sup>11</sup>

Para poder hacer uso de la red, primero que nada se necesita una computadora personal además del acceso a Internet, no todas las personas tienen la solvencia económica para adquirir una PC mucho menos lo tendría para contratar un servicio de acceso a la web. Pues bien, uno de los factores que ha propiciado que el consumo de Internet llegue a más personas es el café Internet. Éstos surgieron para satisfacer las necesidades de aquellas personas que por una u otra razón no contaban con una computadora personal o algún otro dispositivo para conectarse a la red. Con el aumento en número y en popularidad, se ha cubierto así un mayor número de nuevos usuarios de la red. Los costos del uso de Internet pueden variar dependiendo del café Internet, pero haciendo una estimación no muy exagerada un café Internet estándar cobraría alrededor de diez pesos por la hora. Esto hace que sea más accesible para las personas que no pueden pagar otro tipo de acceso a Internet.

---

<sup>11</sup> *Conciencia y tecnología, "23 por ciento del mundo no conoce Internet",*  
<http://www.ayacnet.com/modules>, rubro, publicaciones electrónicas.

La necesidad de consumir Internet y formar parte de ella es implacable entre los jóvenes. Se consideraría como un ente extraño y bizarro al joven que no utilice Internet a diferencia de la mayoría que sí lo hace. La necesidad lo empuja y lo hace formar parte de ese juego dinámico que también nos está llevando de la mano a ser y estar más apegados a la web que en el pasado. Si no lo has utilizado y si ni siquiera conoces de él estás fuera de la actualización tecnológica e informativa que nos proporciona la red.

Hay un impulso social a conocer lo qué nos ofrece la red informática a consumirlo, y en esto parece estar de acuerdo todo nuestro entorno, los demás medios de comunicación parecen estar adaptándose al vertiginoso avance informático. Nestor García Canclini dice algunas cosas importantes relacionadas con este tema<sup>12</sup> :

“Los que estudian el consumo como lugar de diferenciación y distinción entre las clases y los grupos, han reparado en los aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad consumidora. Existe una lógica en la construcción de los signos de status y en las maneras de comunicarlas. Los textos de Pierre Bourdieu, Arjun Appadurai y Stuart Ewen, entre otros, muestran que en las sociedades

---

<sup>12</sup> García Canclini, Néstor, *Consumidores y Ciudadanos - Conflictos multiculturales de la globalización*, 3ª. ed., México, Grijalbo, 2002, pág. 132.

contemporáneas buena parte de la racionalidad de las relaciones sociales se construye, más que en la lucha por los medios de producción y la satisfacción de necesidades materiales, en la que se efectúa para apropiarse de los medios de distinción simbólica. Hay una coherencia entre los lugares donde los miembros de una clase y hasta de una fracción de clase comen, estudian, habitan, vacacionan, en lo que leen y disfrutan, en cómo se informan y lo que transmiten a otros".

## 2.5. Internet como influencia en la identidad individual y colectiva.

*"La centralidad de Internet en muchas áreas de la actividad social, económica y política se convierte en marginalidad para aquellos que no tienen o que tienen un acceso limitado a la red, así como para los que no son capaces de sacarle partido."*

13

En la realidad social actual Internet es un hecho. La red ha llegado a la mayor parte de las áreas de la actividad social por lo que quien quiera seguir viviendo en

---

<sup>13</sup> Castells, Manuel, *"La galaxia Internet"*, Barcelona, Plaza y Janés, 2001, pág. 275.



sociedad en nuestro tiempo, tendrá que tratar con la sociedad conectada a la red. De una u otra manera todos se ven afectados por la red.

El mundo está tomando una nueva forma en los últimos años. Para Manuel Castells<sup>14</sup> esto se debe a la coincidencia histórica, hacia finales de los años sesenta y mediados de los setenta, de tres procesos independientes: la revolución de la tecnología de la información; la crisis económica tanto del capitalismo como del estatismo y sus reestructuraciones subsiguientes; el florecimiento de movimientos sociales y culturales, la defensa de los derechos humanos, el feminismo y el ecologismo. Castells afirma que:

*"la interacción de estos procesos y las reacciones que desencadenaron crearon una nueva estructura social dominante, la sociedad red; una nueva economía, la economía informacional/global; y una nueva cultura, la cultura de la virtualidad real."*

Parece inevitable que el futuro pase por la informatización y por la comunicación global en red. Esta lógica de redes transforma todos los ámbitos de la vida social y económica, e implica cambios que van a afectar al ser humano en todos los niveles y dimensiones de su existencia. La comunicación en red y las tecnologías de la instantaneidad afectan a nuestra experiencia del tiempo y del espacio, produciendo

---

<sup>14</sup> Castells, Manuel, *"La era de la información"*, vol. 1, Madrid, Alianza editorial, 2000, p. 370.

en los seres humanos sensaciones de deslocalización y destemporalización que nos obligan a replantearnos nuestras nociones de tiempo y espacio. Nicolás Negroponte<sup>15</sup> menciona al respecto:

*"De la misma manera que el hipertexto anula las limitaciones de la página impresa, la era de la postinformación anulará las limitaciones geográficas. La vida digitalizada nos hará cada vez más independientes del hecho de tener que estar en un lugar específico, en un momento determinado. Incluso, la misma transmisión de lugares geográficos pronto comenzará a ser posible."*

Hasta la propia imagen del yo y de nosotros mismos se ve afectada por la comunicación global, encontrándonos ante problemas para afirmar nuestra identidad en la red. Aunque algunos de nosotros no quisiéramos relacionarnos con las redes, las redes sí se relacionarán con nosotros.

Vivir en sociedad te lleva a vivir conectados. Pero aunque todos nos veamos afectados por ella, no todos participamos activamente en la red. Los usuarios de Internet son muchos si se miran desde las expectativas de mercado y de negocio, pero son muy pocos si se miran desde el punto de vista del acceso masivo de la población mundial a estas tecnologías. Las barreras estructurales tales como la

---

<sup>15</sup> Negroponte, Nicolás, *"Ser digital"*, Buenos Aires, Atlántida, 1995, p. 183.

pobreza, el desarrollo económico desigual, el idioma, la tecnofobia aumentan aun más esta situación.

El acceso a la red está reservado a unos pocos e incluso, como matiza Castells, muchos de estos tienen el acceso limitado o no son capaces de sacarle partido. Esta disparidad entre quienes están conectados y los que no crea una brecha social que Castells llama la "divisoria digital"(1997:391). Esta divisoria no se cifra solamente al acceso o no a Internet, ya que en sí mismo no es una solución. Las tendencias de desarrollo tecnológico parecen apuntar hacia la desaparición de esta diferencia y de las diferentes formas de acceso hasta una, al parecer, futura igualdad. Pero aunque deje de ser algo diferenciador el problema de la divisoria digital podría perdurar fundamentalmente por dos motivos. El primero de ellos es que el avance de la tecnología será un hecho para todos, lo cual hará que para cuando el acceso a Internet por la vía telefónica sea una realidad para todo el mundo, las élites globales, como dice Castells, escaparán ya a un círculo superior del ciberespacio, con lo cual generarán una nueva divisoria tecnológica.

La revolución de las telecomunicaciones obliga a la sociedad entera a adaptarse a una nueva estructura de ámbito cultural, social y laboral. Sin embargo, no todos nos adaptaremos por igual a estas transformaciones. El otro motivo de la permanencia de la divisoria digital es con seguridad el más grave. Castells<sup>16</sup> habla de la "brecha

---

<sup>16</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 15, p. 385.

del conocimiento" cuando hace referencia a esas personas que tienen acceso a la red pero que no sacan partido de ella. Hablamos de brecha del conocimiento y no de brecha de información. Y es que, aunque hablemos de sociedad de la información y de sociedad del conocimiento, información y conocimiento no son sinónimos.

El interés de dominio material está reflejado en el poder que conlleva la información que fluye por la red. Circula mucha información, pero el conocimiento es el resultado del tratamiento y asimilación de esa información. El cerebro humano antes de poder utilizar la información necesita asimilarla, acomodarla, procesarla enfrentándola con las informaciones que ya posee. Por eso se puede afirmar que lo que almacenan los cerebros humanos no es información sino conocimiento<sup>17</sup>.

Como recoge Castells<sup>18</sup>,

*"el nuevo aprendizaje está orientado hacia el desarrollo de la capacidad educativa que permite transformar la información en conocimiento y el conocimiento en acción."*

Y es que el aprendizaje basado en Internet no es una cuestión meramente tecnológica.

---

<sup>17</sup> Candiera, Javier, *La web como memoria colectiva*, Revista de occidente, no. 239, fundación José Ortega y Gasset, 2001, p. 88.

<sup>18</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14, p. 287.

Para poder trabajar en Internet es necesario desarrollar la capacidad de trabajar en red. Para trabajar en red no necesitamos información, ya que la información está en su mayor parte en la red. Lo que prima como dice Castells es la habilidad para discernir qué buscar, cómo obtenerlo, cómo procesarlo y cómo utilizarlo. El conocimiento a través del lenguaje, fluyendo por el medio o elemento de trabajo que hoy utilizamos, internet. El conocimiento como fuente de poder. Habermas<sup>19</sup> en su tercera tesis dentro de Conocimiento e interés, en *Ciencia y Técnica como "ideología"*, decía que:

"los intereses que guían al conocimiento se constituyen en el medio o elemento del trabajo, el lenguaje y la dominación."

Así pues, los intereses que guían al conocimiento según Habermas se adhieren a las funciones de un yo, mediante procesos culturales en un mundo de vida social; y se construye una identidad en el conflicto entre las solicitudes de instinto y las coerciones sociales. Para Habermas, estas realizaciones inciden, a su vez, en las fuerzas de producción que una sociedad acumula; en la tradición cultural merced a la cual una sociedad se interpreta a sí misma; y en las legitimaciones que una sociedad adopta o critica.

---

<sup>19</sup> Habermas, Jurgens, *Ciencia y tecnología como ideología*, Tecnos, Madrid, 2003, p. 115.

Todo conocimiento se acompaña de intereses, el lenguaje es el que tiene como fin un interés práctico, en el cual se desnuda la tradición cultural, requerida por las ciencias ocupadas de la relación entre el hombre y la sociedad. Razón instrumental y comprensión hermeneútica aúnan sus esfuerzos hacia la liberación del hombre, auspiciada por el interés emancipativo que enraíza en el medio social del dominio y tiene su aplicación en el orden de las legitimaciones. El saber crítico satisface al impulso del interés emancipativo.

El problema de la divisoria digital que expone Castells es algo que no se mide en el número de conexiones sino en las consecuencias que conforman tanto la conexión como la falta de conexión. Internet es más que una tecnología, es una forma organizada que distribuye el poder de la información, la generación de conocimientos y capacidad de conectarse en red en cualquier ámbito de la sociedad humana<sup>20</sup>. Por tanto, conviene insistir una vez más con ella, lo importante no es el acceso ni la información en sí misma, sino la cantidad y clase de conocimiento que ésta contiene.

Pero, ¿dónde está el conocimiento? En estos días se vive en la era de la información, pero también en la era de la fragmentación y de la complejidad. Estos dos últimos aspectos del contexto actual se ven reflejados en la cantidad de información que es ofertada en la red. Es decir, el mundo se encuentra en la era de

---

<sup>20</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14, pp. 297-298.

la información pero a su vez es tan basta esta misma que, en el caso de la red, el usuario de Internet se encuentra muchas veces aturdido navegando y sin acertar en la búsqueda de la información que es de su interés. Al respecto Begonia Gros Salvat<sup>21</sup> apunta:

*"la cantidad de informaciones disponibles en la red va aumentando día a día por lo que la localización de las páginas web de mayor interés no siempre es fácil. Ya han salido publicados algunos libros en los que se recogen direcciones interesantes de Internet para la educación. La solución del futuro pasa por los sistemas de búsqueda personalizados. Ya existen algunos productos que buscan el tipo de información que deseas, y te actualizan remitiéndote a las páginas que se van construyendo".*

El papel de la cultura siempre ha sido organizar los elementos y las relaciones que se constituyen en nuestro entorno. Es una acción informativa y por tanto necesariamente de-formativa. Pero siempre una acción dinámica y constantemente adaptativa. Pero en la noosfera no sólo circula información, cultura, sino que al haberse convertido la información en la mayor fuente de poder, lo que fluye también es poder. En el nuevo orden económico mundial, el intercambio de capitales y conocimientos científicos (ambos convertidos en mercancías

---

<sup>21</sup> Gros Salvat, Begonia, *El ordenador invisible*, México, Gedisa 2000, p. 137.

transaccionales en el mercado) se realiza dentro de un mercado único, sin fronteras, de todos los países del mundo que tengan algo que ofrecer en el mercado mundial (de libre competencia). Como atinadamente describe Nicolás Negroponte<sup>22</sup>:

*"Nadie tiene una idea muy clara sobre a quién y qué se paga en la Internet, pero, aparentemente, casi todo es gratuito para la mayoría de los usuarios. Incluso, si esto, en el futuro, cambiara y la Internet quedará sujeta a algún modelo económico racional, es probable que distribuir un millón de bits aun millón de personas sólo cueste uno o dos centavos. Con toda seguridad, no se aproximará, ni por asomo, al costo del franqueo postal o a las tarifas de Federal Express por mover átomos".*

Se ha producido un cambio en las estructuras de poder, el modelo de la sociedad industrial se ha transformado. El modelo de la sociedad industrial se caracterizaba por la centralización de los medios de producción, la distribución masiva de objetos estandarizados, la especialización de tareas y su control jerarquizado. Así, en la búsqueda del control sobre la producción y el aumento de productividad aparece el

---

<sup>22</sup> Negroponte, Nicolás, *op. cit.*, nota 16, p. 65.



taylorismo y el fordismo, que logran la producción de mercancías estandarizadas en grandes series, la reducción de los costos de fabricación y un aumento del ritmo de trabajo, pero consigue esto despojando al obrero del control sobre los modos operarios al despojarlo de su saber profesional y fragmentar este en las fases de que se compone confinándolo a una máquina especializada y al regular mecánicamente el ritmo de trabajo de manera exterior al obrero por medio de la línea de montaje y el cronómetro, prolongando la duración efectiva de la jornada de trabajo. Este modelo está basado en la geometría o la mecánica, es una pirámide, un engranaje, y los tres pilares en que se basa el contrato de trabajo en el seno de la empresa son las unidades de lugar, tiempo y función.

Castells<sup>23</sup> ve en la crisis de los modelos de desarrollo económico tanto capitalista como estatista el impulso para su reestructuración paralela a partir de mediados de los años setenta. Los valores clásicos han cambiado con la llegada de las tecnologías de la instantaneidad:

*"Con el advenimiento del tratamiento electrónico de la información, la digitalización de los datos y el desarrollo de redes interactivas de comunicación, las referencias clásicas han volado hechas trizas. A esas tres unidades (de lugar, tiempo y función) se oponen la*

---

<sup>23</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14, p. 205.

*descentralización de las tareas, la desincronización de las actividades y la desmaterialización de los intercambios. La sociedad naciente se organiza en redes más que en pirámides de poder, en células interdependientes más que en engranajes jerarquizados, en un "ecosistema informacional", más que en hileras industriales lineales.*<sup>24</sup>

En la década de 1990, la tecnología de la información (telecomunicaciones, computadores en red, etc.) ha permitido desarrollar nuevas formas de organización del trabajo al hacer posible la flexibilización de los tipos de contrato, de la localización del trabajo y el horario de trabajo con lo que se ejercen nuevas formas de control dentro de la producción y un incremento de la productividad ahora independiente de la expansión de las horas de aportación de trabajo y centrado ya, no como el taylorismo en la producción masiva de objetos estandarizados mediante la extrema división del trabajo en tareas especializadas, sino en la calidad y la innovación tecnológica por medio de reunificación de funciones en los niveles superiores.

Este modelo de trabajo en la nueva economía basada en la información es el de una mano de obra nuclear, formada por profesionales que se basan en la información, que aunque mejor pagada y más estable, está sometida a la movilidad

---

<sup>24</sup> De Rosnay, Joel, *la revolución informacional*, Madrid, Alianza editorial, 1998, pp.93-94.

por la reducción del período de vida laboral en el que los profesionales son reclutados para formar parte del núcleo de la empresa, y por otra parte una mano de obra que trabaja a tiempo parcial, que puede ser contratada, despedida o externalizada según la demanda del mercado y los costes laborales y que no goza de seguridad laboral, prestaciones de jubilación o recompensas por buen desempeño.

Así, este sistema de subempleo permitido por la tecnología informacional, aumenta la productividad también a costa de los trabajadores ya que las ventajas están en que la empresa se ahorra los riesgos de producir más de lo que la demanda exige al comprar a los contratistas sólo lo necesario, sustituye puestos de trabajo de manera más fácil para cumplir con las nuevas exigencias tecnológicas, y las instalaciones productivas son usadas de un modo más compacto, intensivo y prolongado lo que ahorra costos de mantenimiento.<sup>25</sup>

En este nuevo sistema económico mundial, el desarrollo tecnológico y científico, especialmente -pero no únicamente- en lo relativo a comunicaciones e informática, permite la formación de un mercado mundial que se salta los límites de las fronteras nacionales, es decir, donde los Estados y los gobiernos ya no pueden intervenir fijando precios, cuotas de producción, estilos de administración, favoreciendo sectores político-económicos o favoreciendo un tipo de empresas sobre otras (las nacionales por ejemplo), porque es el mercado mundial el que

---

<sup>25</sup> Beck, Ulrich, *la sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós, 1998, p. 79.

regula, y los gobiernos que intentan regular su mercado por su cuenta, ponen en riesgo su economía con bajas en su producto bruto nacional, alteraciones bursátiles y altas tasas de inflación, debido a los mecanismos del gigantesco mercado mundial de oferta y demanda que es lo que lo convierte, más que en un sistema, en un nuevo orden económico mundial.

La lógica de la cooperación y la fuente abierta abarca a los sectores económicos de Internet. Los portales de Internet venden información y obtienen otras informaciones de sus clientes que luego serán reutilizadas por ellos. Por tanto los clientes son también productores. Este intercambio comunicativo entre productores y consumidores-productores ayuda a los portales a modificar constantemente sus productos y servicios. Es una práctica empresarial orientada hacia el consumidor en la que la capacidad para interactuar con los consumidores como fuente de información se convierte en un elemento fundamental del modelo de empresa. Castells<sup>26</sup> habla de este proceso e insiste en que:

"La interacción entre productores y consumidores-productores en un proceso compartido de rendimientos crecientes beneficia a todos aquellos que participan en la red."

---

<sup>26</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14, p.121.

Es por tanto un intercambio de información que se traduce en beneficio económico: en poder. El poder se ha vuelto algo inmaterial. Para Manuel Castells en una sociedad informacional el poder queda inscrito en los códigos culturales mediante los cuales las personas y las instituciones conciben la vida y toman decisiones, incluidas las políticas. La revolución de la tecnología, la reestructuración de la economía y la crítica de la cultura convergieron hacia una redefinición histórica de las relaciones de producción, poder y experiencia sobre las que se basan las sociedades.

Javier Candieran<sup>27</sup> afirma, que

*"si el mundo está como vislumbra Tielhard de Chardin, recubierto de una noosfera, una capa de materia pensante con una conciencia propia, Internet es el sistema nervioso artificial que nos permite pensar como una comunidad, con facultades que superan a las de cada una de las partes, sea cualitativa o cuantitativamente."*

Las partes a las que se hace referencia somos nosotros, o mejor dicho somos las personas que estamos conectadas, los que estamos activamente dentro de la sociedad red.

---

<sup>27</sup> Candiera, Javier, *op. cit.*, nota 18, p. 89.

## 2.6. El cambio que se ha generado en la comunicación.

Desde la prehistoria el ser humano ha plasmado sus impresiones visuales en los relieves de las rocas, y más tarde de los metales. Antes de la invención de la escritura, el hombre se servía de símbolos para expresar sus impresiones. La acumulación de vivencias del hombre se transmitió de forma oral a lo largo de generaciones. Cuando el hombre logró fijar los conceptos y tuvo capacidad para expresar y plasmar sus ideas y sus vivencias mediante ideogramas o pictogramas, el ser humano logró dar un paso enorme en el conocimiento. Con la apropiación e interiorización del lenguaje el sujeto se separaba del mundo.

El origen de la escritura fue casi simultáneo en Egipto y Mesopotamia. Sobre tablillas de arcilla húmeda se trazaban en ellas signos de aspectos cuneiformes. No obstante el paso decisivo en la historia de la escritura probablemente fue el que dio el pueblo fenicio. Hacia el año 1100 a.C. crearon el *Alifaf*, conjunto de signos que fue la base de todas las lenguas occidentales y que tomaron los griegos para inventar posteriormente el Alfabeto. Con el Alfabeto como transcripción de la palabra oral se consiguió el control total de la palabra oral. Hablar, sentir, leer, escribir y pensar. Hablar representa el poder de la voz. Leer es el poder de "mi" voz interior y pensar es el poder de la mente: el silencio de la lectura, el pensamiento.

*"La relación entre el pensamiento, la forma en que conocemos el pensamiento, la forma en que lo practicamos, y la práctica de la escritura es central, determinada; no es un accidente. No estoy diciendo que los humanos no podamos pensar sin aprender a leer o escribir, pero el tipo de pensamiento que se ha desarrollado en las culturas de occidente se basa por completo en la forma en que tratamos la información al escribir y, claro está, al leer."<sup>28</sup>*

A partir de Gutenberg, la evolución de la imprenta iría estrechamente unida a los avances técnicos y a los movimientos culturales de cada época.

Los avances de la tecnología tienen otro punto de inflexión en el descubrimiento de la electricidad. La posibilidad de llevar la energía eléctrica a todos los hogares y supuso un nuevo avance cualitativo para el ser humano.

La última gran revolución ha sido probablemente el matrimonio entre lenguaje y electricidad. El texto o libro se ha unido a la electricidad en la pantalla del ordenador. Esto ha provocado cambios en muchos aspectos. Como el hecho de

---

<sup>28</sup> De Kerckhove, Derrick, *Inteligencias en conexión*, Barcelona, Gedisa, 1997, 126.

que el libro digital tiene convenientes ventajas sobre el libro físico, Nicolás Negroponte<sup>29</sup> señala:

*"A pesar de que un libro puede ser aleatoriamente accesible y sus ojos pueden recorrerlo al azar, el mismo está siempre limitado por los confines de las tres dimensiones físicas. Éste no es el caso en el mundo digital. El espacio ocupado por la información no está, de ninguna manera, limitado a tres dimensiones. La expresión de una idea, o una secuencia de ideas, puede incluir una red multidimensional de indicadores que apuntan hacia futuras elaboraciones o exposiciones, que pueden ser llamadas o ignoradas. Hay que imaginarse la estructura del texto como un complejo modelo molecular. Se pueden reacomodar trozos de información, ampliar oraciones y dar al momento definiciones de las palabras".*

---

<sup>29</sup> Negroponte, Nicolás, *op. cit.*, nota 16, p. 89.



Se ha pasado de la página del libro a la pantalla del ordenador, de la imagen analógica del libro a la imagen digital del ordenador, del texto estático del libro al texto dinámico del ordenador, de un texto actualizado en el libro a un texto virtualizado en la pantalla, de un nivel de abstracción en el libro a un nivel de concreción en la pantalla, de un soporte desensorializado en el libro a un soporte multimedia en la pantalla, de iconos meramente representativos en el libro a iconos como acto en la pantalla, de un entorno interiorizado en el libro a un entorno interactivo en la pantalla. *Es el paso del texto físico al hipertexto electrónico.*

El texto, el libro y sobre todo la revolución que causó la imprenta supusieron el paso de la tradición oral a la tradición escrita, y lo que es más importante, del pensamiento único al pensamiento privado. El paso no fue tarea fácil; al principio los textos no ofrecían seguridad para las tradiciones eternas y las verdades absolutas:

*"Lo eterno requiere alimentación puntualmente continua; no puede congelarse en códigos de geometría variable."<sup>30</sup>*

---

<sup>30</sup> Blatt, Roberto, *El comienzo era el rumor*, publicado en Revista de Occidente, no. 239, Madrid, Marzo de 2001, Fundación José Ortega y Gasset, pp. 53-71.

El libro abrió la puerta del espacio mental, de la imaginación personal privada, aunque frente a los primeros escritos seguía prevaleciendo la tradición oral y el pensamiento único establecido:

*"Ante la duda, se solía consultar a una autoridad, un referente reconocido formal o informalmente por la comunidad por ser el depositario de la memoria colectiva, o bien se le atribuía una interpretación a una autoridad lejana en el tiempo o en el espacio"<sup>31</sup>.*

El contexto es la relación del sujeto con el exterior, con su entorno. La cultura oral estableció un espacio cognitivo, una organización mental. Esta estructura mental era colectiva e intolerante. La oralidad no era autónoma. No era personal. Era un pensamiento único, unívoco, que transmitían sin ponerlo en tela de juicio. Era un pensamiento que imponían en el espacio físico donde habitaba el hombre. Los libros terminaron convertidos en los refugios del saber, en los lugares donde ubicar el conocimiento.

---

<sup>31</sup> *Ibidem*, p. 56.

Como sostienen Kerckhove, Levy y Castells, quizá la línea de pensamiento más innovadora sobre la transformación cultural de la era de la información, sea la que gira en torno al concepto de hipertexto y la promesa de los multimedia, en su sentido original.

La principal innovación que aporta el hipertexto no es el método de organización en sí, fiel reflejo de la estructura asociativa empleada por la mente humana para relacionar conceptos, sino su automatización. Es una tecnología cuya característica principal es su capacidad para emular la organización asociativa de la mente humana. Este sistema puede aplicarse a toda clase de actividades relacionadas con el procesamiento de información o con el pensamiento. Es información de un modo no secuencial, un documento electrónico en el que la información está estructurada en bloques discretos de contenido llamados nodos. El nodo es la unidad de información de un hipertexto, conectados a través de enlaces o links, que son la conexión entre esos nodos, cuya selección provoca la inmediata recuperación de la información de destino. Exige del usuario una cierta actividad. La interactividad del usuario se denomina metafóricamente navegación, exploración de un hipertexto. Permite enlazar información relacionada, con lo que se puede navegar a través de este entramado de nodos, de acuerdo con las preferencias o las necesidades de adquisición de información que se tengan en cada momento.

Pero el hipertexto no es en sí la tecnología; como dice Castells<sup>32</sup>

*"el hipertexto no es producido por el sistema multimedia, utilizando Internet como medio de llegar a todos nosotros; más bien es algo que nosotros mismos producimos al utilizar Internet para absorber la expresión cultural en el mundo multimedia y más allá. Sin duda, ese era el sentido del Xanadú ideado por Ted Nelson, y eso es lo que deberíamos haber entendido."*

O como decía ya en 1945 Vanneaver Busch en su celeberrimo artículo *As we may think*:

*"el proceso de enlazar dos elementos distintos entre sí es lo que le otorga su verdadera importancia."*<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14, p.230.

<sup>33</sup> Busch, Vanneaver, "As we may think", *Revista de Occidente*, no. 239, Madrid, Fundación José Ortega y Gasset, Marzo de 2001, pp. 53-71.

Esto lleva a una reflexión que Gordon Graham expresa muy claramente cuando nos recuerda que al referirse a Internet y hablar de la red como un inmenso depósito de "información" se le da al término información, un uso técnico.

*"En la expresión "información digital", la palabra información está utilizada en su sentido más simple y no es más que un conjunto de impulsos electrónicos capaces de producir texto e imágenes en una pantalla. La información en tal sentido carece de implicaciones epistemológicas: no implica que dicha información transmita ningún conocimiento genuino."<sup>24</sup>*

Por tanto no todo lo que fluye por la red es información y mucho menos conocimiento. Graham insiste en que tener una nueva información implica que ahora sabemos algo que antes no sabíamos y que si en Internet también se puede almacenar desinformación en el sentido ordinario, esta mezcla puede llegar a producir creencias erróneas en vez de conocimiento. Paul Virilio<sup>35</sup> dice que:

---

<sup>24</sup> Graham, Gordon, *Internet*, Madrid, frónesis-cátedra, 2001, p. 95.

<sup>35</sup> Virilio, Paul, *Peligros, riesgos, y amenazas*, 1ra. ed., Madrid, Alianza editorial, 1998, p. 156.

*"con el desarrollo de las autopistas de la información, nos encontramos ante un fenómeno nuevo: la desorientación."*

Sin embargo Internet nos provee también de mecanismos para extraer conocimiento válido de esa enorme y ruidosa confusión. Para ello muchas comunidades de usuarios en Internet ponen en práctica sistemas de filtrado colaborativo de información. Este método es una relectura mejorada del tradicional método Delphi. Este sistema es un método prospectivo para recabar y refinar las opiniones de un grupo de personas, normalmente un comité de expertos, comenzó a utilizarse en los años sesenta por parte de los gobiernos, instituciones internacionales y grandes empresas. Pero, como apunta Javier Candiera<sup>36</sup>

*"El método Delphi, sin embargo, tiene un grave defecto: exige que los expertos estén informados del problema en cuestión, requiere que les sea repartido un cuestionario, y sólo es fiable si los expertos están dispuestos a colaborar."*

---

<sup>36</sup> Candiera, Javier, *op. cit.*, nota 18, p. 92.

Todo parece indicar que en Internet pese al gran elemento diferenciador que es ya el propio acceso a la red, no todos los usuarios cumplen estos requisitos. No todos son expertos, no todos dicen la verdad, y la mitad de ellos tiende a contradecir a la otra mitad. Como dice Graham.<sup>37</sup>

*"esto demuestra que debemos tener cuidado para no confundir el poder de Internet como forma de comunicación con su valor como transportador de información epistemológicamente importante."*

Pero entre los usuarios de Internet, no sólo siempre hay una persona que sabe más que nadie de un tema en concreto, sino que como dice Javier Candeira.<sup>38</sup>

*"Internet nos provee de mecanismos para extraer conocimiento válido de esa grande y ruidosa confusión."*

---

<sup>37</sup> Graham, Gordon, *op. cit.*, nota 35, p.96.

<sup>38</sup> Candeira, Javier, *op. cit.*, nota 18, p 93.

Por tanto el valor de Internet no reside en él mismo, ni tampoco en la información que fluye por la red; como dice Castells<sup>39</sup>

*"son nuestras mentes -y no nuestras máquinas- las que procesan la cultura, sobre la base de nuestra propia existencia."*

Información y desinformación, conocimiento y creencias erróneas, un poderoso instrumento de conocimiento y aprendizaje pero también un poderoso instrumento de mentira y desinformación. ¿A quién corresponde la tarea de separar el grano de la paja? En cuestiones de información probablemente esta sea la tarea de los nuevos periodistas que trabajan en y para internet. Periodistas que ya no podrán ser sólo eso; que tendrán que completar su formación con nuevos protocolos de redacción (de la pirámide invertida al hipertexto), de construcción de noticias (de estructuras lineales a fragmentarias), de relación con sus públicos, de tratamiento de la información.

---

<sup>39</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14, p. 229.



Una figura nueva aparece bajo el nombre de "comunicador digital". Su perfil está aún por definir, pero si se retoma a Vanneaver Bush<sup>40</sup>, se pueden encontrar en él aportes importantes:

*"Aparecerá una nueva profesión, la de los trazadores de senderos, es decir, aquellas personas que encuentran placer en la tarea de crear senderos de información útiles que transcurran a través de la inmensa masa del archivo común de la humanidad."*

Al echar una última hojead a la evolución, como se ha dicho dicho, los seres han ido integrándose en unidades de superiores, en seres nuevos, y desde la aparición del Homo-Sapiens, apenas se ha observado una mayor cefalización. Todo proceso cultural se ha visto facilitado por las conexiones dentro de la sociedad; conexiones que hoy en día podemos sintetizar en la idea de "sociedad red" de Castells. Es curiosa la influencia de las redes sobre Internet en una sociedad en red. Pero no nos equivoquemos, las redes han existido siempre: Redes de distribución, redes de contactos, redes de personas, redes institucionales... y no nos olvidemos que la

---

<sup>40</sup> Busch, Vanneaver, op. cit., nota 34, p. 49.

comunicación en red no se reduce sólo a Internet. Esto es una muestra de la importancia de la conectividad.

La noosfera, como esfera de ideas, mitos, ideologías, productos culturales, emerge a partir de la interrelación de los individuos dentro de una sociedad. Para Kerckhove<sup>41</sup>:

*"la conectividad es un estado humano casi igual que lo es la colectividad o la individualidad", y "la red, el medio conectado por excelencia, es la tecnología que hace explícita y tangible esta condición natural de la interacción humana."*

Si como se decía antes, el concepto de hipertexto es algo realmente perteneciente al individuo, a la mente; y, por tanto, se habla de "mi hipertexto" y de "su hipertexto" y no de "EL" hipertexto; si se trata de un hipertexto individual, si la globalidad está en uno mismo y como decía, la cefalización del ser humano ha llegado al límite y la única posibilidad de complejidad está en la sociedad, entonces la respuesta a la evolución es la conectividad.

---

<sup>41</sup> De Kerckhove, Derrick, *op. cit.*, nota 29, p. 25.

Durkheim<sup>42</sup> dotaba de una gran importancia a la conciencia colectiva dándole un escaso valor a la conciencia individual. Ya que según él, la conciencia colectiva anulaba al individuo. Weber<sup>43</sup> por el contrario, afirmaba que la conciencia está en el individuo y que la sociología es el estudio de las actividades de los individuos orientados a fines; pero limitaba su exploración al nivel de la conciencia individual.

Cuando Kerckhove habla de conectividad habla del incremento de interacciones humanas a través de las redes integradas y de cómo este incremento de interacciones está concentrando y multiplicando la energía mental humana. Pero esta noosfera retroactúa sobre los individuos. La esfera individual, la social y la noológica se nutren recursivamente entre ellas. Son producto y productoras de la relación. Como afirma Pierre Levy<sup>44</sup>,

*"La inteligencia colectiva no es la fusión de las inteligencias individuales en una especie de magma comunitario sino, por el contrario, la valoración e impulso mutuo de las particularidades de cada uno."*

---

<sup>42</sup> Durkheim, Emile, *Clasificaciones primitivas*, Barcelona, Ariel, 2000, p. 21.

<sup>43</sup> Weber, Max, *El político y el científico*, Madrid, Alianza editorial, 2001, p. 45.

<sup>44</sup> Levy, Pierre, *Construir la inteligencia colectiva*, 1ra ed., Madrid, Alianza editorial, 1999, p. 103.

Con la expresión "inteligencia colectiva", Levy alude a una inteligencia variada, distribuida por todos los nodos conectados a la red, siempre valorativa y puesta en sinergia en tiempo real.

La base, el presupuesto teórico, es el principio de que todo el mundo sabe algo. Por tanto se pretende un acceso de todos al saber de todos: un intercambio de saberes. Fernando R. Contreras<sup>45</sup> nos dice que

*"el individuo es un "trabajador del saber". Reciclamos el principio capital-trabajo y lo convertimos en información-conocimiento; el factor de producción es el saber del individuo en la nueva economía de la información."*

Cada ser humano se convierte en fuente de saber y este saber fluye a través de las relaciones sociales en la red. El poder reside en ese intercambio de información, en el flujo de datos, en el límite entre un individuo y otro:

---

<sup>45</sup> Fernando, Contreras, *El saber mundo*, Sevilla, Alfar, 1998, p. 52.

*"Los individuos no viven en la sociedad como individuos aislados con límites bien delimitados; existen como individuos interrelacionados en una red de relaciones de poder y dominio. En este sentido, el poder reside en la zona de contacto entre los individuos, en límites ambiguos."*<sup>46</sup>

Por tanto, se mantiene una independencia entre las mentes conectadas. Una independencia relativa la autonomía está en la dependencia intelectual de una determinada sociedad y cultura, con lo cual nunca se puede estar seguros de ser lo que se piensa por los individuos mismos y no es la sociedad la que por medio de su noosfera piensa por ellos. Pero esa independencia relativa es la que permite que las identidades privadas individuales se desarrollen dentro de un nuevo espacio de comunicación, Internet, que rompe con el espacio de los medios que es otro muy distinto.

Frente a la estructura de los medios de comunicación clásicos, en la que hay una relación de uno a muchos y una separación entre los centros emisores y los receptores pasivos y aislados entre sí, aparece un nuevo dispositivo comunicativo, una nueva estructura basada en la relación de muchos a muchos.

---

<sup>46</sup> Leach, Edmund, *Cultura y comunicación*, Madrid, siglo XXI editores, 2001, pp. 85-86.

*"En el ciberespacio cada uno es potencialmente emisor y receptor, en un espacio cualitativamente diferenciado, no fijo, moldeado por los participantes, explorable."*<sup>47</sup>

El Internet actual no parece que sea la forma definitiva de conectividad, pero sí es el nuevo espacio de comunicación en el que nos movemos.

*"Se trata, pues, de un instrumento al servicio de la cohesión social mediante el intercambio de conocimientos y el empleo de las capacidades."*<sup>48</sup>

Un nuevo espacio de comunicación que implica también un nuevo concepto de espacio y de tiempo donde se está produciendo una redistribución del poder y donde están apareciendo nuevas tendencias cismáticas dentro de la sociedad red.

---

<sup>47</sup> Levy, Pierre, *op. cit.*, nota 45, p. 104.

<sup>48</sup> *Ibidem*, p. 106.

## 2.7. La desaparición de las barreras geográficas.

*"La era Internet ha sido anunciada como el fin de la geografía. De hecho, Internet tiene una geografía propia, una geografía hecha de redes y nodos que procesan flujos de información generados y controlados desde determinados lugares. La unidad es la red, por lo que la arquitectura y la dinámica de varias redes constituyen las fuentes de significado y de función de cada lugar. El espacio de flujos resultante es una nueva forma de espacio: establece conexiones entre lugares mediante redes informáticas telecomunicadas y sistemas de transporte informatizados. Redefine la distancia pero no suprime la geografía."<sup>49</sup>*

Los propietarios de la tierra, los sectores productivos primarios, los que controlan los medios de producción industrial y de transformación ya no son los que detentan el poder. Los nuevos poderes están en manos de quienes poseen las claves de las

---

<sup>49</sup> Castells, Manuel, op. cit., nota 14, p.235.

innovaciones tecnológicas, de quienes regulan los procesos de información y de comunicación. Como afirman mucho teóricos, tener poder ahora es tener información. Buena información, antes que otros y saber utilizarla. Por eso como dice De Rosnay<sup>50</sup>:

*"los razonamientos basados en el antiguo modelo económico, social y cultural no resultan válidos para un análisis del nuevo espacio inmaterial al que llamamos ciberespacio dadas sus características".*

Como nos recuerda Vázquez Medel<sup>51</sup>:

*"nuestra concepción del mundo y de la realidad es esencialmente topológica; que topológicos son los fundamentos del lenguaje y que incluso el tiempo es captado desde dicha topología ontológica. Analizar la realidad humana es, de alguna manera, realizar una*

---

<sup>50</sup> De Rosnay, Joel, op. cit., no. 25, p 96.

<sup>51</sup> Vázquez Medel, Miguel Angel, "Del escenario espacial al emplazamiento", <http://www.cica.es/aliens/citticus/espemol.html> (rubro publicaciones electrónicas).



*cartografía del ser y de sus acciones (y pasiones), a través del lenguaje."*

Pero hablar de espacio y tiempo, ya sea en internet como en cualquier otra dimensión, plantea otro problema básico que también nos recuerda Vázquez Medel<sup>52</sup>:

*"Si espacio y tiempo son formantes de nuestra experiencia -formas a priori del entendimiento, las llamaba Kant- será prácticamente imposible pensarlos en su propia raíz, ya que esa raíz debe quedar activada para permitir nuestro pensamiento y, por tanto, queda oculta a él: es su condición misma y sólo puede ser reflexionada -reflejada- desde su simulacro."*

Castells<sup>53</sup> habla de una geografía propia de internet formada por "lugares" conectados a través de redes.

Marc Augé<sup>54</sup> define el lugar antropológico como:

---

<sup>52</sup> Vázquez Medel, Miguel Angel, *op. cit.*, no. 10.

<sup>53</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14, p. 304.

<sup>54</sup> Augé, Marc, *El sentido de los otros*, Barcelona, Paidós, 1999, p. 98.

*"el lugar de la "propia casa", el lugar de la identidad compartida, el lugar común para aquellos que, habitándolo juntos, son identificados como tales por aquellos que no lo habitan."*

Lo que nos indica que hay una relación entre espacio y alteridad. La identidad, las relaciones y la historia de los que habitan un lugar se inscribe en el espacio, según Augé.

*"El ser humano no puede experimentar su existencia fuera del espacio y del tiempo. Pero espacio y tiempo son categorías que vivimos no sólo en su objetividad, sino que quedan configuradas simbólicamente, transformadas en topicalizaciones, en marcadores cronológicos (en cronotopos). Espacio y tiempo se nos han de ofrecer, pues significativamente. Al igual que nuestro acontecer se nos revela desde un dispositivo genético que hemos denominado "realidad ontológica",*

*que actúa como fundamento de toda construcción narrativa.*<sup>65</sup>

Por tanto, no es una cuestión sólo del individuo, sino también de las sociedades, ya que:

*"todas las sociedades para definirse como tales, han simbolizado, marcado, normativizado el espacio que pretendían ocupar -del mismo modo que han simbolizado el tiempo, observado las irregularidades del calendario, el ciclo estacional e intentado dominar intelectualmente los azares de la meteorología"*<sup>66</sup>

Pero el propio cuerpo individual es un espacio. Augé decía que el hombre en la dialéctica entre el cuerpo y el territorio es donde instala las señas de identidad, de relación y de historia, y que ahí es donde nos reconocemos. En internet, en el ciberespacio, cuando los hombres formamos comunidades, buscamos los mismos parámetros para afirmarnos, para reconocernos. La conexión de mentes en el

---

<sup>65</sup> Vázquez Medel, Miguel Ángel, *semiótica de la cultura*, [http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo/semiol\\_cultura.htm](http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo/semiol_cultura.htm). (rubro publicaciones electrónicas).

<sup>66</sup> Augé, Marc, *op. cit.*, nota 55, p. 99.

ciberespacio es en cierta medida una renuncia a la corporeidad. Kerckhove<sup>57</sup> al respecto expone cuatro de los impactos que la tecnología interactiva puede producir sobre la imagen del cuerpo y de lo que él denomina, el envoltorio físico: la *telecepción*, la *expansión*, la *múltiple personalidad* y la *propiocepción*. La telecepción hace referencia al alcance sensorial que nos proporcionan las tecnologías interactivas y que añade añade una nueva dimensión a nuestra vida sensorial biológica.

La expansión, es un fenómeno que se produce al mismo tiempo y que se basa en cómo las tecnologías interactivas nos producen un sentido de pérdida de los propios límites corporales concretos. La múltiple personalidad se refiere a cómo la pérdida de un sentido claro de nuestros límites físicos, la expansión de nuestros marcos mentales, la redistribución en línea de nuestros poderes de acción, todo ello contribuye a creamos una imagen confusa del cuerpo. Por tanto ya no podemos estar seguros de dónde empezamos y de dónde terminamos. Por último, la propiocepción, es una respuesta del ser humano a esa duda sobre su corporeidad. La necesidad de saber que el propio cuerpo sigue ahí lleva a los hombres a realizar actividades que les permitan volver a entrar en contacto con su propio cuerpo, para así aumentar su acceso a sensaciones físicas, sólo para saber cuál es su situación.

---

<sup>57</sup> De Kerckhove, Derrick, *op. cit.*, nota 29, p. 147.

La sobremodernidad es, según Augé<sup>58</sup>, la situación en la que nos encontramos, y en ella es donde aparecen los nuevos espacios. Augé acuña el término de los no-lugares para la situación de sobremodernidad. Situación que él decía que procedía de tres figuras del exceso: exceso de tiempo, exceso de espacio y exceso de individualismo. Estas tres figuras del exceso se manifiestan claramente en los medios de comunicación y también en Internet.

El exceso de tiempo es un fenómeno que acontece cuando la historia deviene actualidad. La aceleración de la historia la acerca a las personas. La mediatización de los hechos acelera la vida convirtiendo el pasado más inmediato y el de los otros en historia. La vivencia del tiempo se contrae.

Paul Virilio<sup>59</sup> destaca que:

*"Por primera vez, la historia se va a desarrollar en un tiempo único: el tiempo mundial."*

Virilio destaca como hasta hoy los acontecimientos tenían lugar en en tiempos y espacios locales y como la mundialización y la virtualización instauran en cierto modo un tiempo mundial, y como éste prefigura una tipo nuevo de tiranía. Para

---

<sup>58</sup> Augé, Marc, *op. cit.*, nota 55, p. 106.

<sup>59</sup> Virilio, Paul, *op. cit.*, nota 36, p. 157.

Virilio la riqueza de la historia tenía su base en la diversidad de lo local, y ahora la historia se va a desarrollar ese tiempo único universal que lo instantáneo.

*"No es pues extraño que, a fin de cuentas, hoy día nos cueste pensar en el espacio y en la alteridad. El espacio es la evidencia. Vivimos en una época donde se crean grandes espacios económicos, donde se esbozan grandes agrupaciones políticas, donde las multinacionales y el capital transgreden las fronteras con una alegría capaz de preocupar a más de un marxista nostálgico y donde, simultáneamente, los imperios se hunden, los nacionalismos se exacerbaban y, a una escala más reducida, donde se multiplican los museos locales, la referencia a las identidades locales más minúsculas, la reivindicación del derecho a trabajar en el país."<sup>60</sup>*

Por su parte, Contreras<sup>61</sup> afirma que:

*"los canales de difusión de los símbolos presentan un bipolaridad emergente: el espacio de los flujos y el*

<sup>60</sup> Augé, Marc, *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Barcelona, Gedisa, 1996, pp. 107-108.

<sup>61</sup> Contreras, Fernando, *Nuevas fronteras de la infografía*, Sevilla, Alfar, 2000, p. 56.

*espacio de los lugares. El primero corresponde al territorio de la función, del poder de unos pocos: las grandes empresas financieras, industrias de alta tecnología, de los medios de comunicación, de las redes criminales, del mercado negro de armas; es en resumidas cuentas, la dimensión global de la sociedad humana. Por el contrario el espacio de los lugares es un espacio local reservado a la identidad propia de individuos o grupos donde se manifiestan naturalezas primarias: religiones, razas o nacionalidades."*

El exceso de espacio se produce cuando el espacio deviene imagen. La posibilidad de ver y vivir hechos que ocurren en otras partes del mundo en tiempo real a través de los medios hace que la aldea global de Mc Luhan sea una realidad que las tecnologías de la instantaneidad nos actualizan constantemente. Las distancias parecen haber desaparecido, y el exceso de individualismo que ocurre cuando el individuo deviene en mirada. Desde nuestros televisores somos mirados por todo el que asoma desde los medios. Kerckhove<sup>62</sup> decía que *"tú no miras a la televisión, ella te mira a ti."*

---

<sup>62</sup> De Kerckhove, Demick, op. cit., nota 29, p. 419.

Hay tendencia a individualizar los métodos. El cambio en la realización con el mundo hace que también varíe la relación con el mismo. Todo, según Augé, se tiende a hacerlo "a nuestra manera".

Estos conceptos Augé los enmarca dentro de la *sobremodernidad*, que es el momento actual donde se produce la convergencia de las historias, la desterritorialización de los espacios y la liberación de los individuos. En este momento, en la *sobremodernidad*, se da una paradoja: según Augé es una época de apertura del individuo a la presencia de los demás, ya que hay una circulación más fácil de los seres, de las cosas y de las imágenes. Pero también el individuo sufre un repliegue de estas figuras sobre sí mismo, sobre todo en lo que Augé llama los *no-lugares*.

Augé aplica el concepto de *no-lugar* a espacios físico, pero también es aplicable a los espacios virtuales, al ciberespacio. Recoge la presencia de las tres figuras de la *sobremodernidad* en los no-lugares: el tiempo (la historia), el espacio y la individualidad.

La historia se reduce a información. Información que fluye por todas partes en los *no-lugares* físicos y también en el ciberespacio. En el ciberespacio, el ritmo de la historia se acelera y pierde sus marcas.



*"El flujo temporal biológico de la experiencia física es continuo; simplemente envejecemos más y más todo el tiempo. Pero para dar una dimensión a este tiempo de la experiencia hemos debido idear relojes y calendarios que fragmentan el continuo en segmentos: segundos, minutos, horas, días, semanas. Cada segmento tiene su duración, pero teóricamente los intervalos entre los segmentos, como la pauta en una partitura musical, no tienen duración. Sin embargo, cuando llegamos a convertir este tiempo teórico en un tiempo social, representándolo, cada intervalo sin duración ocupa un tiempo."*<sup>63</sup>

Una de las marcas del paso del tiempo que ofrecían los medios de comunicación era la *información periódica*. Con las tecnologías de la instantaneidad, la periodicidad ya no tiene sentido. De hecho uno de los problemas que se les plantean a los responsables de las publicaciones on-line es marcar la frecuencia de actualización de sus páginas, en un espacio de comunicación que no ofrece ninguna resistencia al flujo continuo de información. El problema para muchos medios reside en la rentabilización de las informaciones y en el cambio que supone

---

<sup>63</sup> Leach, Edmund, *op. cit.*, nota 1 4, p. 46.

el flujo continuo de información en los hábitos de consumo mediático de sus consumidores.

El estrechamiento del espacio físico se ha llevado a cabo a través de la globalización de usos de tarjetas de crédito, de presencia de productos, etc. Esto es aún más evidente en el ciberespacio, ya que desde cualquier punto tenemos acceso instantáneo a cualquier sitio en la red.

Por último, quien utiliza los *no-lugares*, reduciendo su figura a su función (consumidor o usuario), experimenta en ello una forma particular de soledad. En el caso de Internet, la figura del usuario, del navegante, es ya casi un sinónimo de soledad. En muchas ocasiones se alude al aislamiento que provoca Internet y a la (discutible) soledad de sus consumidores.

*"Definido por su destino, la cuantía de sus compras o el estado de su cuenta de crédito, quien utiliza los no-lugares pasa junto a millones de otros individuos pero se encuentra sólo, y son sólo los textos (carteles, discos, pantallas) lo que se interpone entre él y el mundo exterior."*<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Augé, Marc, *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Barcelona, Gedisa, 1996, p. 105.

Este fenómeno también se da en Internet, ya que miles de personas pueden estar conectadas a una misma página web, o compartir un foro de discusión o un chat sin establecer relación entre ellos; sólo el interface de la página, los textos se interponen entre él y el mundo exterior. Como dice Vázquez Medel<sup>65</sup>.

*"El único camino que nos queda para afirmar nuestra presencia en el mundo es entrar en el espacio de la representación, en la sociedad del espectáculo. En ella, lo técnico acaba por anular lo político, que debería fundamentarse en el sentido de la sociabilidad, en la cesión libre y voluntaria de esa parte de violencia que nos corresponde para que sea administrada conforme a principios convenidos y pactados."*

El punto más álgido de la paradoja de la sobremodernidad es el hecho de que "en los no-lugares nadie se siente en su propia casa, pero tampoco en la de los demás."<sup>66</sup> En este punto la teoría de Augé no es aplicable al ciberespacio, ya que

---

<sup>65</sup> Vázquez, Medel, Miguel, Angel, "El poder del mito", <http://www.cica.es/afians/citcus/modernito.html>, rubro publicaciones electrónicas.

<sup>66</sup> Augé, Marc, *op. cit.*, nota 61, p. 105.

en Internet el usuario sí puede crear su espacio propio, su página web que él mismo gestiona y donde puede sentirse "como en su casa". Pero tengamos en cuenta algunos matices que el propio Augé hace sobre las nociones de *lugar* y de *no-lugar*.

*"En primer lugar, las nociones de lugar y de no-lugar son, evidentemente, nociones límite. Existe un no-lugar en todo lugar, del mismo modo que en todos los no-lugares pueden recomponerse algunos lugares. Dicho de otra forma: lugares y no-lugares corresponden a espacios muy concretos, pero también a actitudes, a posturas, a la relación que los individuos mantienen con los espacios que habitan o recorren."<sup>67</sup>*

Desde este punto de vista la navegación por Internet puede ser constitutiva de *no-lugar*: el que navega por Internet no hace más que pasar de un lugar a otro; esta pluralidad se encuentra más tarde en el historial de su navegador, donde se muestra el relato de "su" viaje.

*"El no-lugar es el espacio de los otros sin la presencia de los otros, el espacio constituido en espectáculo,*

---

<sup>67</sup> *Idem.*

*espectáculo ya tomado en las palabras y los estereotipos que lo comentan por adelantado en el lenguaje convenido del folclore, de los pintoresco o de la erudición.*<sup>68</sup> (AUGÉ, 1996b:105)

La navegación por Internet no es más que un ejemplo particular de aquello a lo que tiende a convertirse la relación con el otro en el mundo contemporáneo: una relación abstracta, en la medida en que pasa por la espectacularización del otro; espectacularización mediática a través de todos los mensajes y todas las imágenes que nos dan tanto la sensación de estar tan cerca de los grandes de este mundo como de los condenados de la tierra, porque precisamente estamos ligados a ellos por palabras e imágenes cuya experiencia y dominio no poseemos.

*"La experiencia del no-lugar está ligada igualmente a fenómenos contemporáneos de gran alcance, que afectan a una parte importante de la humanidad y que poseen la aureola de prestigio de la libre iniciativa individual."*

Todas las áreas de la actividad humana están siendo modificadas por la

---

<sup>68</sup> *Ibidem*, p. 106.

intersticialidad de los usos de Internet y esto que no indica Castells hace que se esté generando una nueva clase social, unos nuevos marginados: los desinformados. El miedo al frenético cambio social que produce la sociedad red hace que muchas personas se resistan a la aceleración de sus vidas y a la sensación de pérdida de control que trae consigo esta nueva sociedad. Pero este miedo lleva a otro problema aún peor: el problema de la exclusión de las redes.

*"Quedarse desconectado equivale a estar sentenciado a la marginalidad".<sup>69</sup>*

O, como sostienen algunos, no estar bajo ideologías dominantes. Pero en cierto sentido, el sistema político se está vaciando de poder y el sentido del poder aunque real, se ha vuelto inmaterial. Se está creando una división social entre los que están conectados a la red y los que no lo están; entre los que usan la red y los que no son capaces de sacarle partido. Una consecuencia (no esperada) de esta visión del mundo, radica en que al verlo así se aprecia que ya no se trata de si un país es del tercer mundo, o subdesarrollado o de segunda o tercera clase. Lo que tenemos hoy sería un mundo único, donde la parte del mundo o de cualquier país que pertenece al nuevo orden mundial es una parte desarrollada y moderna, mientras que la parte

---

<sup>69</sup> Castells, Manuel, *op. cit.*, nota 14p. 307.

que queda al margen o excluida de él tendrá lo que podríamos llamar una sociedad de desarrollo atrasado o de pobreza, donde el extremo máximo será la de los excluidos o miserables, que encontramos lo mismo en Nueva York, Washington, Londres, ciudades de Suecia, Europa del Este, África, Asia o cualquier país del mundo. En otras palabras, según este punto de vista, no hay un país atrasado o "en desarrollo" respecto de los países desarrollados, sino que países con sectores nacionales de distinto tamaño, en que unos participan del desarrollo con estándares internacionales y otra parte de su población permanece excluida. Hoy por hoy nos vemos obligados a asumir la acción que la red ejerce sobre nosotros; a asumir que la sociedad actual es una sociedad que se gestiona y que se desarrolla en un entorno de redes y que hoy por hoy vivir en sociedad es vivir conectados.

## **2.8. La digitalización como factor en el acceso desigual a la información.**

Una ética sobre y para Internet toca aspectos de tipo social, económico e individual, además de las formas de acceso desigual a la información digital (de la división social en el acceso) y sus contenidos. El problema del acceso a la red se relaciona con barreras económicas, técnicas, socioculturales e interculturales. Debido a estas limitaciones, sólo una pequeña capa de la población accede a Internet (el asunto también alcanza a los países desarrollados). El problema de la "información para

los pobres" contra "información para los ricos" toca también a los mismos conectados. Esto es así porque el acceso y uso de Internet se relacionan con las condiciones económicas, sociales y políticas, tanto a nivel micro (presupuesto para comprar una computadora equipada para conectarse a la red), como macro (las condiciones nacionales de infraestructura técnica y educativa necesaria). Es por eso que si bien el acceso universal constituye una condición indispensable para acceder a la red, no es suficiente.

Las posibilidades de acceso a Internet se acompañaron de una gran comercialización, con lo cual se crearon nuevos mercados pero también nuevos problemas e injusticias a nivel social y comercial. En este contexto, la cuestión de la seguridad en las transacciones financieras es un tema razonablemente bien resuelto. El paso de Internet como un espacio sin fines de lucro a un medio manejado por el mercado no sólo crea nuevos problemas de acceso (los servicios extra y de suscripción) sino que influye decisivamente en la producción de contenidos y procesos de selección. Muchos críticos temen que más adelante Internet pase de ser un medio de extracción de información (*pull medium*) independiente y multifacético -que obliga al usuario a buscar activamente por iniciativa propia- a uno de imposición (*push medium*) orientado hacia el consumo, dependiente de las grandes corporaciones suministradoras de entretenimiento prefabricado e información convencional.



Como parte de este proceso de comercialización se presentan algunos conflictos, como la discusión en torno a la publicidad electrónica (*spamming*) y las ventas por la red. Se teme una especie de "compra automática": dado que las situaciones de compra en la red no se han asimilado en el imaginario social, ello puede inducir a compras no deseadas. Sin embargo, el aspecto más importante relacionado con la comercialización se refiere a la influencia sobre (y la predeterminación) de las normas técnicas, de la infraestructura y los contenidos de la red en los procesos económicos.

Otro problema es la enorme cantidad de datos disponibles en Internet mal estructurados y presentados al usuario como una inabarcable masa, anónima e irreal, cuya calidad es difícil evaluar. La complejidad, cantidad y arbitrariedad de la información puede llevar a la desorientación y agobio de los usuarios. Además, la inicial apariencia en la superficie de la uniformidad de Web y la velocidad del intercambio de los datos, dan la impresión de confiabilidad y autenticidad. En consecuencia, muchos usuarios adoptan una actitud acrítica en relación con los contenidos y, por ende, de la red en general. Según los niveles de formación, de competencia cultural, se presenta un abismo entre los conocimientos de quienes están en condiciones de servirse de Internet con capacidad y precisión como fuente de conocimiento, y quienes la ven como algo desordenado, arbitrario y difícil de entender. Así, el problema de la selección de informaciones benéficas y su transformación en conocimientos útiles es el desafío más importante.

## **2.9. Selección, difusión y adaptación de la información: contenido digital.**

La principal dificultad al elegir y transformar los datos en conocimientos relevantes radica en la contrariedad, hasta para usuarios competentes, de evaluar la veracidad y confiabilidad de los contenidos. Ello porque los indicadores de veracidad en Internet todavía no alcanzan el grado de exactitud y confiabilidad de los medios convencionales de comunicación. A esto se agrega que la interfase gráfica de la Web genera la idea de confiabilidad y autenticidad, dificultando la diferencia entre informaciones verídicas y relevantes, y las inventadas y falsificadas.

El carácter hipertextual de la Web permite integrar contenidos variados, independientes de su veracidad, en una red de autorreferencias cruzadas, generando la impresión de una verdad documentada. En muchos casos, Internet no ofrece la posibilidad esencial para evaluar la veracidad, la atribución y la responsabilidad de los contenidos. La descontextualización que favorece el hipertexto agudiza este problema: una información coherente y válida en un determinado contexto puede ser usada para propósitos diferentes y hasta opuestos en otro contexto. De esta manera se crea una tendencia hacia la mezcla, imposible de desentrañar, entre realidad y virtualidad. Por eso es pertinente la formación y la competencia técnica complementada con un sistema de autoclasificación confiable.

Hay que diferenciar entre los contenidos éticamente cuestionables pero legales, y los éticamente inaceptables e ilegales. No obstante, se puede hablar de tres formas principales. En primer lugar están los éticamente problemáticos, cuyo objetivo es atacar las normas y los valores de otros (incitar al odio, denigrar minorías y *personas procedentes de otras culturas*); en segundo término, están los propagandísticos que apuntan a la difusión agresiva e intolerante de ideologías radicales (extremismo político, fundamentalismo religioso, etcétera); en tercer lugar, están los violentos que desprecian la dignidad y la vida humana (imágenes deformantes, pornografía infantil).

Estos contenidos son reprobados en la mayoría de las sociedades y están prohibidos. Por supuesto, estas formas se mezclan en la realidad, por lo que en muchos casos su clasificación resulta difícil. Este problema plantea un conflicto entre libertad de expresión y censura, obliga a una búsqueda de soluciones graduales, acordes con la situación. Los problemas de seguridad y el abuso de los datos están relacionados con los contenidos éticamente cuestionables. Por un lado, Internet permite copiar sin restricciones y obtener datos, juntar informaciones de todo tipo sobre los usuarios y vincularlas, por ejemplo, para elaborar un perfil de usuario. La digitalización facilita el acceso no autorizado y la manipulación encubierta de datos en gran escala. Estos elementos inciden en la necesidad de una protección eficaz del *copyright* y de la esfera privada, a través de restricciones de ingreso, "marcas de agua" digitales (esteganografía) y codificación de datos (criptografía). Por otra parte, la digitalización de la información facilita la difusión y

manipulación no controlada de los datos; la ausencia de control en la publicación y la transferencia de datos comprimidos facilitan la difusión y almacenamiento rápido y anónimo de textos, imágenes y sonidos inofensivos; pero también de radicalismo político, pornografía violenta e infantil. En este contexto se presenta un conflicto ético entre la necesidad indiscutible de disponer de tecnologías de codificación contra el acceso no autorizado a determinados datos, y el uso de ellas con la finalidad de encubrir actividades cuestionables o delictivas.

#### **2.10 El problema de la aplicación de una ética.**

La práctica de una ética comunicativa en Internet se plasma en códigos éticos para individuos y medios que operan como referencia para los usuarios de la red. Cabe mencionar que los intentos de instalar gremios de autorregulación en la red para posibilitar una forma eficiente y autónoma a la vez de autogestión y autorregulación, no han cumplido con su objetivo, la mayoría terminan siendo grupos de presión empresarial más que órganos autónomos de autorregulación. Las normas básicas de la comunicación entre personas se manifiestan con mucha claridad en el caso de la comunicación privada; pensemos en las diferentes versiones de la netiqueta, los *chat-policías* y las formas de ayuda destinadas a regular los comportamientos en los chats o muds.

Con frecuencia, el respeto a los demás, la participación equitativa en la comunicación y la reciprocidad son objeto y base de la comunicación, tanto en los foros y listas de discusión como en los debates en torno a los contenidos. No obstante, las normas cotidianas implícitas en Internet son eficaces para la comunicación entre personas, pero no para la regulación de la comunicación inmediata, ya que ningún participante en dichos intercambios está físicamente presente, por eso no puede ser llamado a rendir cuentas directamente. En más de un caso, la falta de recursos de expresión no verbal y paraverbal provoca una reducción de las barreras psicológicas y vuelven necesaria una regulación explícita orientada en principios éticos. En muchas áreas de la comunicación privada en línea, la sanción de normas éticas puede ser apropiada para hacer efectiva una orientación moral en la práctica. Sin embargo, subsiste el problema del anonimato y el carácter pasajero de los contactos; ambos facilitan, y hasta favorecen, actos cuestionables. Probablemente el establecimiento de relaciones más duraderas y confiables en la red podría contrarrestar esta tendencia.

Lo mismo ocurre en el terreno de la comunicación científica: en los foros de discusión académica y de intercambio de conocimientos e información, las normas de la posibilidad de verificación, la reputación y la credibilidad resultan centrales y necesarias como el respeto del autor y la seriedad de la discusión. En teoría, la confianza para la comunicación depende del respeto de estas normas. Pero se debe tener en cuenta que el anonimato en Internet, la falta de vínculos institucionales y la generalizada ausencia de impedimentos para publicar tienden a

facilitar la circulación de enunciados dudosos, falsos y pseudocientíficos, especialmente por los precarios controles de calidad. Un problema adicional se presenta con el creciente volumen de publicaciones académicas, que si bien en el formato convencional eran ya imposibles de abarcar, con la edición en línea esto alcanza dimensiones increíbles. Por ello se tendrá que instrumentar una regulación, así como un sistema mejorado y más diferenciado de selección y evaluación de publicaciones.

También en el caso de la comunicación comercial se requiere de confianza como condición necesaria para el éxito de las transacciones en la red. Con la introducción de las tarjetas de crédito en Internet esa consideración se crea parcialmente gracias a algunos mecanismos de control. En ese sentido, interviene la comunicación empresarial, sobre todo la generada por los clientes, el *marketing* y la publicidad. Sin embargo, el ejemplo de los datos personales extraídos de la red y la publicidad demuestran que son contraproducentes cuando interfieren demasiado con la esfera privada de los clientes. La falta de respeto a los derechos en la comunicación se puede traducir en pérdida de confianza y, por consiguiente, en daños económicos o de imagen. Por esta razón, la privacidad y el *spamming* se han convertido en temas centrales de discusión en torno a Internet. En este contexto, se plantea como un problema adicional que en Internet, al igual que en la realidad, no se haya resuelto el conflicto entre la maximización de los beneficios y la justicia distributiva; en ambos casos la ética empresarial y comercial se plantean a menudo como simples técnicas para mejorar la imagen. Por consiguiente, una

ética eficaz en el ciberespacio puede establecerse junto con una ética comercial eficiente.

También el tema de la comunicación masiva es un asunto delicado. Existen muchos servicios de información en línea de dudosa calidad: Internet puede ser una gran cocina de rumores (véase el caso Clinton-Lewinsky) que facilita la circulación de cualquier cosa. Para evitar la aplicación de una censura externa, lo mejor es una autorregulación según principios éticos, aunque es evidente la dificultad para llevarla a cabo. La auto-clasificación voluntaria y verificable de ofertas podría entenderse como un paso en esta dirección.

Sin embargo, resultan problemáticas las clasificaciones de este tipo, que se incorporan también al soporte lógico de filtro para la protección de menores, porque tanto los criterios de clasificación como su confiabilidad pueden ser dudosos o difíciles de verificar. A raíz de la creciente presencia en Internet de publicaciones de contenidos disímolos, quizá los medios "convencionales" puedan proporcionar una solución diferente al problema. En el nuevo contexto pueden cumplir la importante función de seleccionar la información con base en los criterios de reputación y credibilidad. Aunque hay que recordar la existencia de medios operando de forma exclusiva en línea que se han ganado la credibilidad a raíz de su práctica seria en la red (la e-zine *Enredados en España*, el periódico *San José Mercury* en California y la revista *Telepolis* en Alemania).

De esta forma, determinadas máximas de la ética periodística, tales como la orientación hacia la verdad, la crítica, la búsqueda y la elaboración responsable de la información y el respeto a la esfera privada se pueden implementar en Internet y fuera de la red.



## **CAPÍTULO III. Resultados.**

### **Interpretación y análisis.**

#### **3.1 Interpretación de los resultados.**

A continuación en este capítulo se presentan los resultados obtenidos en las encuestas en porcentajes que nos permiten evaluar e interpretar los números. Dichos porcentajes y números son representados con gráficos, además de una explicación de los resultados.

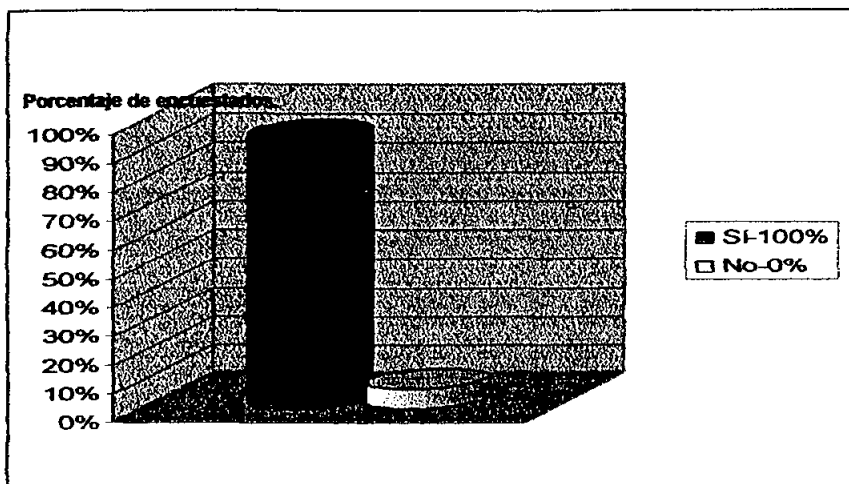
**Pregunta 1. ¿Acostumbras acceder a Internet?**

Figura 1.

En el caso del acceso a la red el cien por ciento de los encuestados contestaron afirmativamente, esto quiere decir que los jóvenes gustan de acceder a este medio de información.

**Pregunta 2. ¿Desde dónde accedes a Internet?**

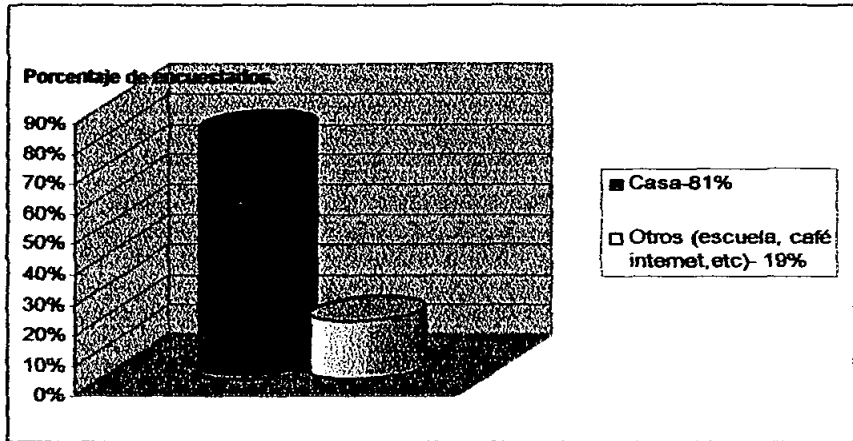


Figura 2.

Esta pregunta indaga desde dónde acceden a Internet y los porcentajes que se arrojaron quedaron de la siguiente manera: El ochenta y uno por ciento de los encuestados afirmaron acceder desde su casa, lo cual quiere decir que tienen la capacidad económica de pagar por alguna forma de conexión a Internet además que el hecho de que estén en su hogar implica mayor comodidad. El segundo y tercer lugar de porcentajes en la pregunta mencionada lo ocupan las categorías escuela y café Internet, respectivamente. Si bien muchos de los encuestados se conectan desde su hogar, también lo hacen en dónde desempeñan sus rutinas diarias como en el caso de la escuela. Por otro lado, el café Internet queda como la

tercera opción de mayor relevancia, lo cual quiere decir que si no es posible para ellos debido a ciertas circunstancias conectarse por alguno de los dos medios anteriores, el café Internet sería una opción adecuada y a la mano ya que hay muchos y diversos, además de un costo relativamente bajo.

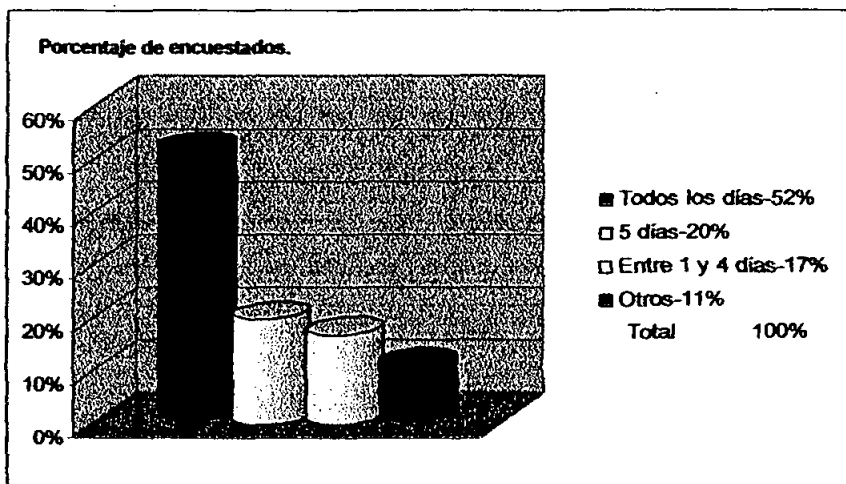
**Preguntas 3. ¿Cuántos días a la semana utilizas Internet?**

Figura 3.

El cincuenta y dos por ciento de los encuestados está en línea siete días a la semana. El veinte por ciento se conecta cinco días y el diez y siete por ciento restante se conecta entre uno y cuatro días a la semana.

**Pregunta 4. ¿Cuántas horas a la semana utilizas Internet?**

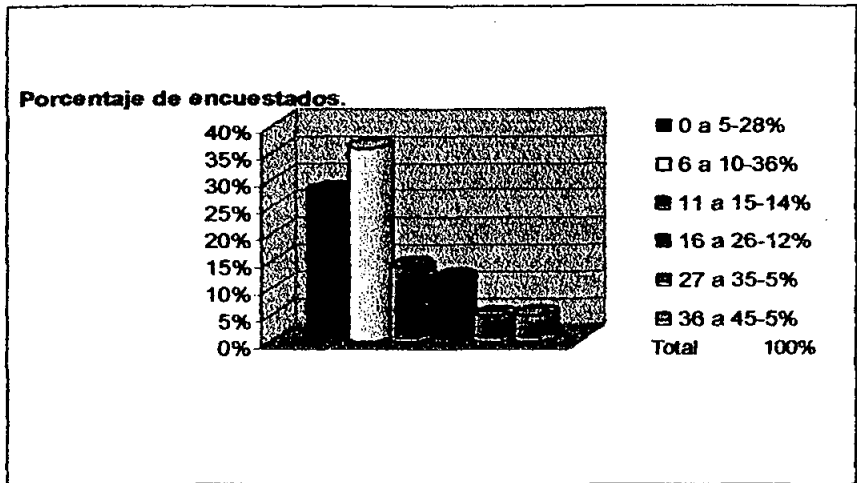


Figura 4.

En cuánto a horas corresponde, el treinta y seis por ciento se conecta entre seis y diez horas a la semana. Esto nos quiere decir que estimando, los encuestados posiblemente se conecten un poco más de una hora diaria. Por otro lado el veinte ocho por ciento se conecta entre cero y cinco horas. Estos dos altos porcentajes cubren casi el sesenta por ciento de los encuestados que se encuentran en línea durante siete días a la semana.

Es importante recalcar la correspondencia que existe entre estar conectado desde casa, el número de días y de horas que los encuestados están en Internet.

**Pregunta 5. ¿Qué porcentaje asignas a cada actividad?**

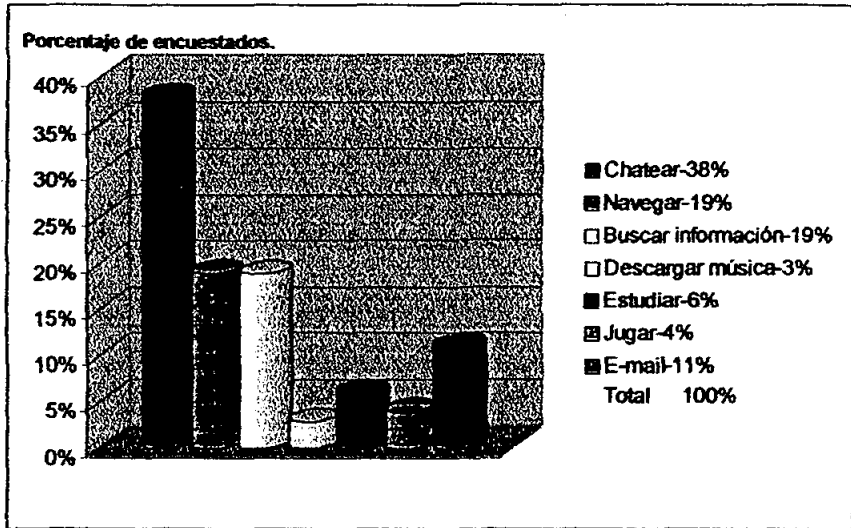


Figura 5.

Chatear es sin duda la actividad a la que le dedican más tiempo los estudiantes de dichas escuelas con el treinta y ocho por ciento. Buscar información es la segunda actividad a la que le dedican más tiempo con un diez y nueve por ciento. Es decir, chatear tiene el doble de importancia que buscar información en la red. Chatear es sin duda un elemento importante en cuanto a medio de comunicación entre los encuestados y otras personas conectadas a Internet.

Y como se verá más adelante, esta actividad la prefieren realizar con conocidos, amistades y familiares. Por otro lado, estudiar en la red se llevó tan solo el seis por ciento del tiempo que destinan a las actividades. Esto indica que no tienen dicho hábito o probablemente no sepan como sacarle provecho a esta herramienta.



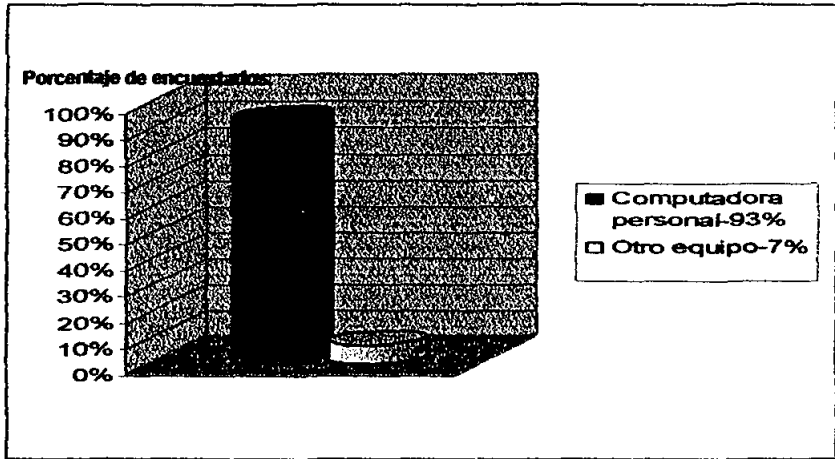
**Pregunta 6. ¿Con qué equipó cuentas para conectarte a Internet?**

Figura 6.

Con respecto al equipo con que cuentan para conectarse a Internet. El noventa y tres por ciento de los encuestados cuentan con una computadora personal. Es importante recordar que es posible que los encuestados cuenten con una computadora personal en casa y una lap top para otros usos y fines.

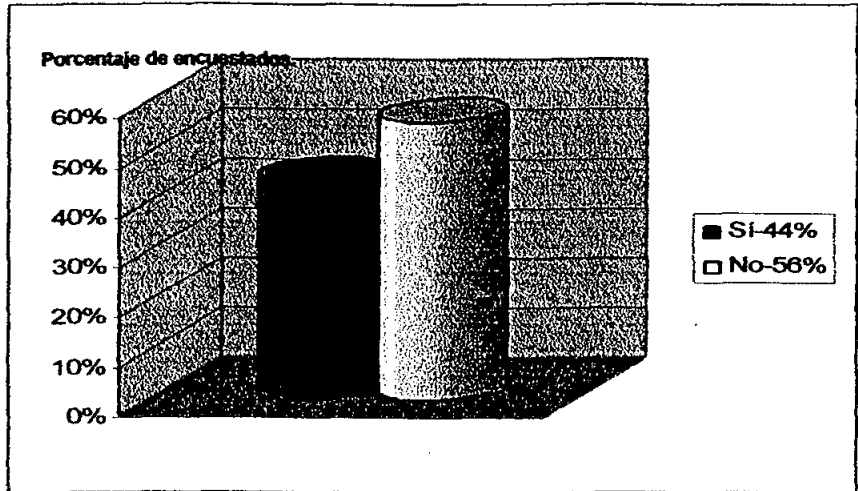
**Pregunta 7. ¿Te consideras adicto al Internet?**

Figura 7.

En cuanto a percepciones de sí mismos, el cincuenta y seis por ciento no se considera adicto al Internet, mientras que el otro cuarenta y cuatro por ciento sí lo hace. Muy relacionado a esta percepción es la pregunta en la que los encuestados responden que actividades cotidianas ha sustituido Internet. El cincuenta y uno por ciento contestó que sí, Internet ha sustituido alguna de sus actividades cotidianas. A diferencia del cuarenta y nueve que responde negativamente. A esto podemos inferir que Internet tiene un impacto social importante en un poco más de la mitad de los encuestados.

Preguntas 8 y 9. ¿Ha sustituido Internet alguna de tus actividades cotidianas?, ¿Cuál?

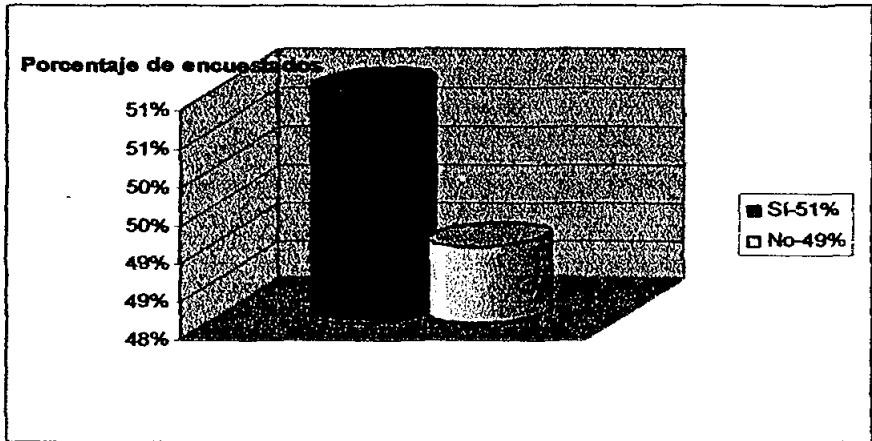


Figura 8.

La vida cotidiana de los encuestados ha sido cambiada de una u otra forma por la red. Dichas actividades que son sustituidas por Internet y que muestran porcentajes más altos son:

Escribir cartas \_\_\_\_\_ 27%.  
 Ver la televisión \_\_\_\_\_ 25%.  
 Escuchar la radio \_\_\_\_\_ 19%.  
 Comer con la familia \_\_\_\_\_ 18%.

Escribir cartas es sustituido como puede pensarse, por el e-mail. Mientras tanto, ver la televisión y escuchar la radio, según los resultados, están siendo sustituidos por Internet y es posible que esto vaya en aumento. Lo que es preocupante es el hecho de que una de las actividades familiares integradoras por excelencia como lo es comer, esté siendo sustituido por la red, esto significa un cambio social importante y de gran impacto en la vida de los jóvenes.

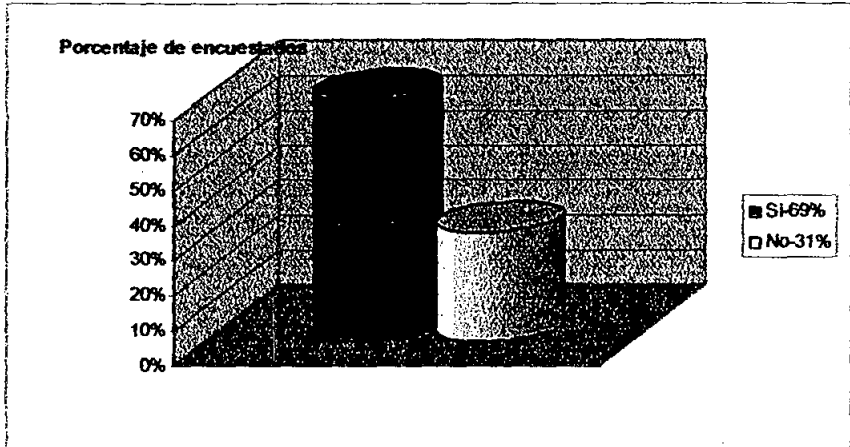
**Pregunta 10. ¿Prefieres descargar música a comprar discos?**

Figura 9.

En cuanto al hábito de comprar discos compactos, los resultados globales arrojaron que el sesenta y seis por ciento de los encuestados prefieren descargar música. Y como se verá más adelante en las respuestas más comunes son debido a que prefieren bajar algunas canciones en lugar de comprar el CD. El otro porcentaje restante con respecto a bajar música en Internet, señalan que los CD son mejores debido a la calidad y originalidad que contiene el producto.

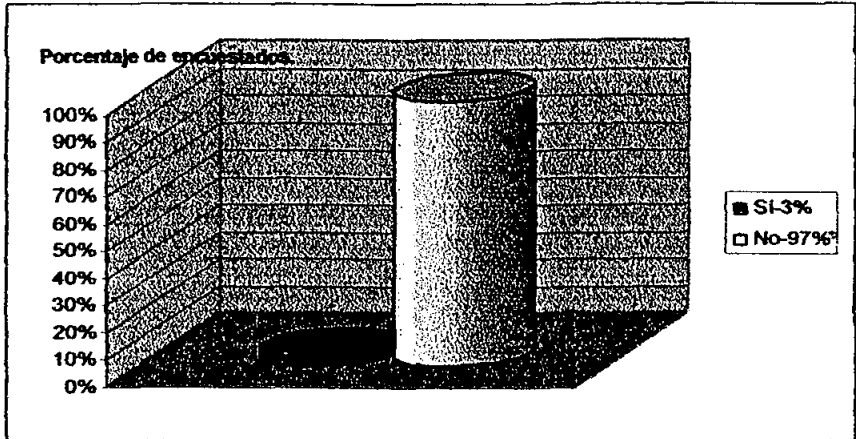
**Pregunta 11. ¿Prefieres descargar películas a ir al cine?**

Figura 10.

En el caso de descargar películas por Internet es diferente a descargar música. Resulta que el noventa y siete por ciento de los universitarios dicen que prefieren ir al cine que descargar música. Algunas de las razones más mencionadas son: ir al cine implica acompañarse por amigos y/o familiares lo cual según los encuestados lo consideran una experiencia social más enriquecedora ya que además de ver la película en sí, toman un café o se distraen en la plaza. Otra de las razones por las que prefieren ir al cine es debido a que la calidad de la imagen y sonido es mucho mejor que las películas disponibles en red.

**Pregunta 12. ¿Prefieres hacer amistades por Internet?**

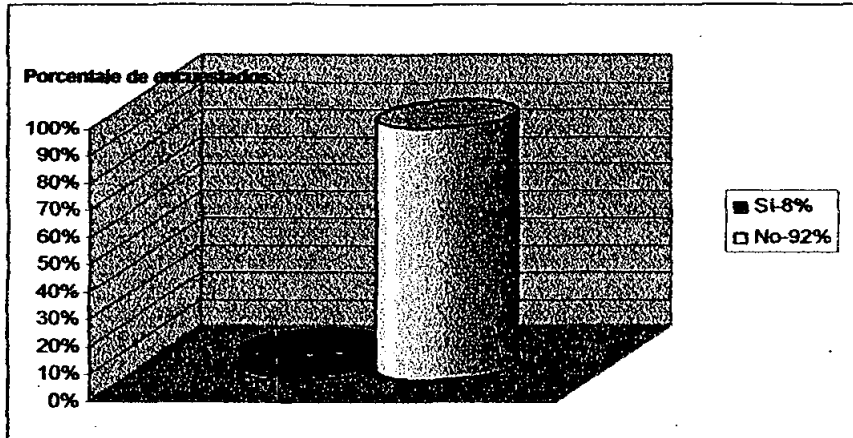


Figura 11.

El fenómeno social de ir físicamente al cine es muy similar al de hacer amistades. Los encuestados no prefieren conocer amistades por Internet, esto es reflejado notablemente por el noventa y siete por ciento. A pesar de que el Chat es la aplicación de mayor preferencia entre los encuestados, esto confirma y concuerda con que solo lo utilizan entre familiares y amigos. De acuerdo a las respuestas abiertas proporcionadas, es mejor conocer nuevos amigos físicamente, lo creen más auténtico y veraz. Esto quiere decir que piensan que la gente que conocen en la red puede estar mintiendo acerca de su verdadera identidad e intenciones. Las dos experiencias sociales anteriormente discutidas (ir al cine y conocer nuevas amistades), se relaciona también con la concepción de qué es Internet para los encuestados.

**Pregunta 13. ¿Qué tanto ha cambiado tu vida a partir del uso de Internet?**

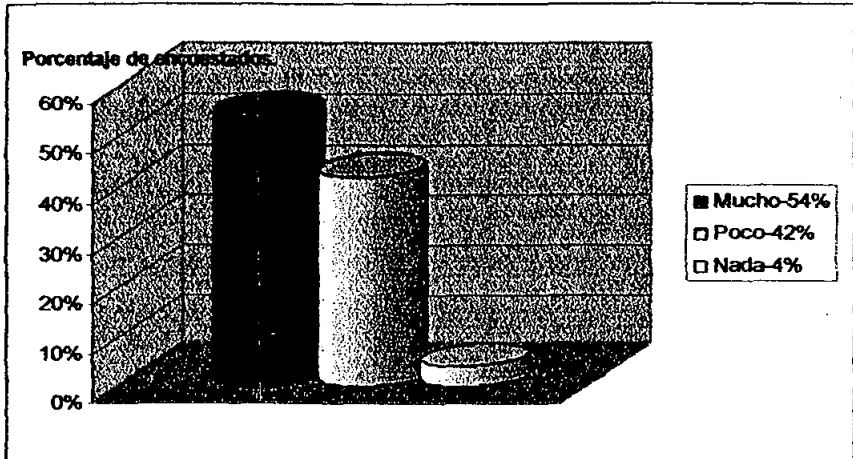


Figura 12.

En cuanto a qué tanto ha cambiado su vida, los porcentajes están cerrados. El cincuenta y cinco por ciento considera que mucho, mientras que el cuarenta y dos por ciento dice que poco, y finalmente el cuatro por ciento dice que nada.



#### **CAPÍTULO IV. Conclusiones del estudio.**

Internet es, ante todo, un reflejo de la sociedad y la cultura actual, una especie de radiografía que nos muestra lo más profundo de nuestro entorno, de nuestros pensamientos, de nuestras convicciones, de nuestra vida.

A través del tiempo, se han sucedido varios procesos que han hecho que el hombre evolucione en una forma más perfecta de sí mismo, ya que le han ayudado a expresar sus sentimientos para sobrevivir en sociedad. Estos procesos son principalmente la cultura, el lenguaje, el arte, la religión y el trabajo. Internet, como ya se discutió anteriormente en esta investigación, ha influenciado y transformado la percepción que se tiene acerca de estos aspectos intrínsecos de la vida y evolución del hombre. Cuando Internet pudo ser utilizado por cualquier tipo de persona que tuviera acceso a una conexión y una computadora personal se pensaba que la red sería una manera más de informarse y conectarse con el mundo. Pero lejos de ser un simple instrumento de información, se ha convertido en un ámbito donde tienen lugar profundas relaciones humanas y otros fenómenos socio-culturales.

Si hiciéramos una encuesta a nivel mundial sobre cuáles son las principales características de la Red, seguramente la mayoría de las respuestas apuntarían a la información y, sobre todo, a la libertad. Y es cierto, la libertad es la esencia misma de Internet. En el mundo virtual, se puede hacer casi todo lo que se quiera, prácticamente sin leyes. Se puede acceder al sitio de una organización terrorista, a páginas de pornografía o a organismos de resistencia antiglobalización, todo en espacio de segundos, y sin ningún compromiso por parte del surfer cibernético. El mundo de los internautas es un mundo libre, sin compromisos, sin trabas, sin normas.

En nuestras sociedades, la libertad es concebida frecuentemente de manera anárquica o, simplemente, anti-institucional, convirtiéndose así en un ídolo. Pero la libertad humana sólo puede ser, en todo momento, la libertad de la justa relación recíproca, la libertad en la justicia; de lo contrario, se convierte en mentira y lleva a la esclavitud. La libertad humana es mucho más que una simple ausencia de trabas que degenera en rebeldía y desacato a toda autoridad. Es un compromiso por construir y construirse, una capacidad de decisión para determinar el propio comportamiento y tender siempre a lo mejor.

Es por ello que los jóvenes son tan asiduos a Internet, es el contexto ideal en el cual ellos se sienten libres de restricciones o penalizaciones, libres de expresarse. Es esa libertad es lo que hace a la red irresistible para los jóvenes cibernautas. Porque tienen a su vez la capacidad de entrar a una realidad y tomar de ella lo que

les plazca, es aquí donde interviene también otro aspecto a considerar en este fenómeno: el libre albedrío.

La capacidad que tiene *Internet* para satisfacer los más variados gustos y exigencias -desde los más simples hasta los más excéntricos- hace que "todo mundo la quiera", sin importar la barrera del idioma, sin distinción de credo, nacionalidad o sexo... En fin, sin importar enteramente nada.

Sin duda alguna, los fines y propósitos para los cuales se puede utilizar o aprovechar la información plasmada en esta invención tecnológica, dependerán también de lo que a cada quien se le antoje, ya que lo mismo se puede consultar estadísticas médicas con fines altruistas que toparse con la más sucia compañía productora de pornografía.

De ahí que, como en todo, pase a ser otra creación del hombre susceptible de ser utilizada para lo bueno y también para lo malo; a través de sus archivos se podrá buscar y hacer el bien, pero desafortunadamente también se podrá optar por el mal.

No obstante, el universo de la red es tan amplio, variado, rico en posibilidades de éxito, que dedicarse a utilizar sus partes negativas no es bien visto, pues quita tiempo para dedicarse a lo agradable, y termina por no valer la pena.

En un vistazo a los confines de la red, se ha podido encontrar que todo México ha avanzado igual de rápido que el resto del mundo en este campo. Se pueden consultar bibliotecas, escuchar canciones, disfrutar noticias, imágenes turísticas de

todo el mundo, y hasta ver la tierra desde el espacio exterior. Pero sin duda, la diferencia que podría haber es que los países modernos y avanzados tienen más cosas que subir a la red, que los tercermundistas o los considerados pobres. Pero para términos del usuario esto usualmente no es tomado en cuenta, ya que desde el momento de establecer una conexión se forma parte de esa sociedad globalizada, la cual comparte esa gran red de información y cultura con cualquier persona que tenga acceso a Internet.

Internet es sin lugar a dudas el acontecimiento tecnológico de los últimos tiempos. Es un sistema dinámico que crece a una tasa nunca antes vista en ningún medio de comunicación o de transporte, pues duplica su tamaño cada año -o quizá antes-, y su crecimiento entre los hispano parlantes, y específicamente en México, es muy acelerado.

Pero más importante que su crecimiento en tamaño lo es en servicios y utilidades, pues concurren cada vez más empresas, instituciones gubernamentales, organizaciones de todo tipo, y también individuos, cada uno con un interés en particular y/o con alguna aportación en servicios.

Internet ofrece a empresas e individuos herramientas de comunicación interactiva no existentes antes. Actualmente, casi cualquier tarea que se puede realizar con los medios de comunicación convencionales puede ser realizada mejor y más rápidamente a través de la red. Aunque estos servicios son los más utilizados

actualmente, no son los únicos. Cada día aparecen otros nuevos y de esta forma adquiere más capacidades.

Es por todo lo anterior que este trabajo de investigación contribuye en gran medida a tener una idea más clara acerca de lo que está pasando en relación con la red y los jóvenes, en este caso los veracruzanos. Este fenómeno no nos ha dado tiempo para reflexionar y analizar a detalle lo que está pasando. Al hacerlo podremos quizá inferir lo que el Internet traerá a la vida del hombre, en especial a los jóvenes quienes son los más afectados y/o influenciados por la revolución tecnológica de la red debido a su contexto generacional.

Lo que deja este trabajo de investigación es muy cercano a las expectativas que tenía antes de realizarlo, al plantearme el problema de investigación. Creo que casi no hubo resultados inesperados en este estudio para mí como investigador. Pero sí convendría resaltar algunos aspectos que podrían servir a la reflexión.

En primer lugar, lo cual considero de gran relevancia, es que los jóvenes universitarios encuestados sí hacen uso del Internet. Eso llevó a corroborar la importancia que tiene Internet y su relación con los jóvenes universitarios de Veracruz y Boca del Río. Por consiguiente, creo que en diversas escuelas de la zona en las que no se realizó el estudio, la actitud de los jóvenes con respecto a Internet debe ser la misma. Las escuelas en las que se aplicó este estudio han abierto paso al Internet, facilitando instalaciones tecnológicas necesarias además

de una probable aplicación educativa. Por lo tanto considero también que la utilización de Internet por parte de las escuelas e instituciones educativas va a tomar cada vez más fuerza dentro del plan de estudios en diversas escuelas y universidades, adaptando las ventajas de la red.

Con lo que respecta al tiempo que los jóvenes dedican al Internet, personalmente creo que el hecho de que tengan un contacto diario con esta herramienta, lo convierte en un medio de información y comunicación cotidiano, y muy probablemente para el resto de los jóvenes universitarios en otras instituciones superiores también.

En cuanto a las actividades que se realizan dentro del Internet, el hecho de comunicarse por medio del Chat está como actividad número uno, muy probablemente porque tiene muchas otras ventajas que otros medios de comunicación. Por ejemplo, la conveniencia de que es prácticamente un enlace rápido, además de que incluso se puede establecer contacto visual con quien se está platicando, si se cuenta con una cámara de video y un micrófono, cosa que no se puede hacer en otros medios. Esto ha provocado que el Chat les esté ganando terreno, y lo seguirá haciendo.

Por lo tanto, de las aplicaciones creo que la que más cambios ha generado en los jóvenes es el Chat, como ya se mencionó anteriormente. Las estrategias de

comunicación y las campañas de publicidad que deseen llegar a este sector de la población (los jóvenes) pueden y deberían considerar esto para tomar ventaja de los navegadores, chats, sitios de descarga de música, y anteriores; al llegar a ellos, aplicando las estrategias correctas, se podrían obtener grandes beneficio.

Con lo que respecta a la descarga de música, debería ser tomado en cuenta por todos aquellos creativos del medio musical (cantantes, compañías disqueras, promotores, etc.) porque podrían tomar ventaja y adaptarse a este nuevo consumo de música vía Internet, más aún sabiendo, que tan sólo en este estudio realizado en tres instituciones, los jóvenes prefieren descargar música por Internet que comprar discos. Desde mi punto de vista, creo que es mejor que las personas dedicadas a la industria musical se adapten e integren a esta nueva forma de consumo, de no ser así, podría haber consecuencias muy poco favorables para este ámbito del entretenimiento.

Algo que también considero muy importante recalcar es que la compañía Megared está posicionada como número uno en estos momentos. Considero que como consumidores de Internet deberíamos de tener más opciones al alcance, dignas de competir con dicha compañía.

Conectarse por medio de una computadora personal, al parecer, va a seguir siendo la forma más común de conectarse a Internet por parte de los jóvenes, por encima

de la Lap top. Muy posiblemente esto ocurra también debido a los altos costos de los equipos, además de que la conexión inalámbrica a Internet no tiene tanta cobertura como la alámbrica (hogares y escuelas).

Con el paso del tiempo, las escuelas y lugares públicos irán adaptando a sus instalaciones conexiones inalámbricas.

En cuanto al tema controversial con respecto a que los jóvenes son cada vez más adictos a Internet, es un hecho que el uso de Internet es cada vez más frecuente. Parece que este medio está ganando preferencia sobre los otros medios de comunicación entre los jóvenes. Dichos, como ya se ha visto actualmente con algunas empresas de la comunicación, deben adaptarse y llegar también a los usuarios de Internet de alguna manera.

Una de las formas de entretenimiento que parece no ceder terreno al Internet es el cine. Un aspecto muy importante es la interacción social que implica ver una película en las salas del cine. Pienso que esto difícilmente va a cambiar debido a Internet.

Otro aspecto que creo que no va cambiar es el hecho de que Internet ayuda a comunicarnos principalmente con los conocidos, amigos y familiares. Es completamente lógico que se dude de la autenticidad de las personas que se



conocen por Internet. Además de que las relaciones interpersonales cara a cara son más confiables que en línea.

Por otro lado, concluyo que Internet es una herramienta de trabajo y un medio de comunicación con amigos y familia, como se comentó anteriormente. Facilita el trabajo en la escuela y laboral en cuanto a información se refiere.

Concluyo también que los jóvenes saben sacarle provecho; con esto quiero enfatizar que los jóvenes creen estar conscientes con respecto al uso que dan a Internet, y que son ellos quienes deciden cómo y cuándo utilizarlo a pesar de que lo hacen de forma diaria. Según este estudio los jóvenes universitarios de Veracruz y Boca del Río son quienes utilizan Internet y no que éste vertiginoso medio los utilice a ellos.

El objetivo de esta investigación, indagar y analizar cuáles son los usos que le dan los jóvenes al Internet, se cumplió. Además, la hipótesis, "Las principales aplicaciones de Internet que usan frecuentemente los jóvenes universitarios son los chats y los motores de búsqueda de información", fue comprobada ya que los chats y buscar información en la red obtuvieron los porcentajes mayores dentro de las actividades que eligieron los encuestados.

## 1. Bibliografía.

- Augé, Marc.** (1996a) *El sentido de los otros*, Barcelona, Paidós.
- (1996b) *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Barcelona, Gedisa.
- (2002): *Del mundo de hoy al mundo de mañana*, en <http://www.memoria.com.mx/129/auge.htm>.
- Beck, Ulrich** (1986): *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós.
- Blatt, Roberto** (2001): *En el comienzo era el rumor*, en *El saber en el universo digital*, publicado en *Revista de Occidente*, Nº 239, Marzo de 2001, Madrid, Fundación José Ortega y Gasset. pp. 53-71.
- Bush, Vanneaver** (2001): *As we may think*, en *El saber en el universo digital*, publicado en *Revista de Occidente*, Nº 239, Marzo de 2001, Madrid, Fundación José Ortega y Gasset. pp. 53-71. pp.
- Candiera, Javier** (2001): *La Web como memoria colectiva: el hipocampo colectivo de la Red*, en *El saber en el universo digital*, publicado en *Revista de Occidente*, Nº 239, Marzo de 2001, Madrid, Fundación José Ortega y Gasset. pp. 87-113

- Castells, Manuel** (2001): *La galaxia Internet*, Barcelona, Plaza & Janés, S.A.
- (2000): *La era de la información. Vol.1 La sociedad red*, Madrid, Alianza Editorial, 1996.
- (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 3 Fin de milenio*, Madrid, Alianza Editorial.
- Contreras, Fernando** (1998): *El ciber mundo. Dialéctica del discurso informático*, Sevilla, Alfar.
- (2000): *Nuevas fronteras de la infografía. Análisis de la imagen por ordenador*, Sevilla, Mergablum.
- De Chardin, Teilhard** (1999): *El grupo zoológico humano*, Madrid, Taurus.
- De Kerckhove, Derrick** (1997): *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*, Barcelona, Gedisa
- (1999): *La piel de la cultura*, Barcelona, Gedisa.
- De Rosnay, Joel** (1998): *La revolución informacional*, en Ramonet, I. (ed), *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*, Madrid, Alianza Editorial.

**Durkheim, Emile (2000):** *Clasificaciones primitivas (y otros ensayos de antropología positiva)*, Barcelona, Ariel.

**García Canclini, Nestor (2001)** El consumo sirve para pensar, Piados, editorial.

**Gordon, Graham (1999):** *Internet. Una indagación filosófica*, Madrid, Cátedra.

**Gros, Salvat, Begoña (2000)** El ordenador invisible, México, Gedisa.

**Habermas, Jurgens (1999):** *Ciencia y tecnología como "ideología"*, Madrid, Cátedra, 1968.

**Negroponte, Nicolás (1995)** Ser digital, editorial océano.

**Leach, Edmund (2001):** *Cultura y comunicación. La lógica de los símbolos*, Madrid, Siglo XXI Editores, S.A.

**Lévy, Pierre (1999):** *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona, Paidós.  
(1998): *Construir la inteligencia colectiva*, en Ramonet, I. (ed), *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*, Madrid, Alianza Editorial. pp. 101-106.

**Vázquez, Medel, Miguel Angel** (1994): *Las autopistas de la información y el nuevo homo media futuro*, en *Vela Mayor, Revista de Anaya Educación*, Año I, Nº 4. pp. 61-72.

(1997): *El poder del mito/El mito del poder*. Consultada el 02/05/2002. <<http://www.cica.es/aliens/qitcus/podermito.html>>

(2002a): *Del escenario espacial al emplazamiento*. Consultad. <<http://www.cica.es/aliens/qitcus/espempl.html>>

(2002b): semiótica de la cultura [http://members fortunecity.es/robertexto/archivo9/semiot\\_cultura.htm](http://members fortunecity.es/robertexto/archivo9/semiot_cultura.htm)

**Virilio, Paul** (1998): *Peligros, riesgos y amenazas*, en Ramonet, I. (ed), *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*, Madrid, Alianza Editorial. pp. 155-160.

**Wallace, Patricia** (2001) *La psicología de Internet*, México, editorial Paidós.

**Weber, Max** (2000) (1993): *El político y el científico*, Madrid, Alianza Editorial, 1967.

1. Cuestionario de la encuesta.

Por favor contesta el siguiente cuestionario:

1. ¿Acostumbra acceder a Internet?

Sí

No

(Si tu respuesta es negativa, no responder el resto del cuestionario).

2. ¿Desde dónde accedes a Internet?

- Casa
- Café Internet
- Escuela
- Centro Comercial
- Otro \_\_\_\_\_

3. ¿Cuántos días a la semana utilizas Internet?

- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 5 |
| <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 6 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 7 |
| <input type="checkbox"/> 4 |                            |

4. ¿Cuántas horas a la semana utilizas Internet?

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Entre 0- 5  | <input type="checkbox"/> Entre 16 - 26 |
| <input type="checkbox"/> Entre 6-10  | <input type="checkbox"/> Entre 27- 35  |
| <input type="checkbox"/> Entre 11-15 | <input type="checkbox"/> Entre 36 - 45 |

5. Del tiempo total que utilizas Internet, ¿qué porcentaje asignas a cada actividad? (procura que tus respuestas sumen 100%)

Chatear \_\_\_\_\_ %  
 Navegar \_\_\_\_\_ %  
 Buscar información \_\_\_\_\_ %  
 Descargar música \_\_\_\_\_ %

Estudiar \_\_\_\_\_ %  
 Jugar \_\_\_\_\_ %  
 Escribir y checar mails \_\_\_\_\_ %

6. ¿Con qué equipo cuentas para conectarte a Internet?

- Computadora personal
- Lap top
- PDA o palm
- Teléfono celular
- Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

7. ¿Te consideras adicto al Internet?

Sí

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. ¿Ha sustituido Internet alguna de tus actividades cotidianas?

Sí

No

9. ¿Cuál?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Comer con mi familia    | <input type="checkbox"/> Estudiar             |
| <input type="checkbox"/> Leer un libro           | <input type="checkbox"/> Hacer ejercicio      |
| <input type="checkbox"/> Ver la tele             | <input type="checkbox"/> Ir a la iglesia      |
| <input type="checkbox"/> Escuchar la radio       | <input type="checkbox"/> Hablar por teléfono  |
| <input type="checkbox"/> Leer el periódico       | <input type="checkbox"/> Escribir cartas      |
| <input type="checkbox"/> Platicar con mi familia | <input type="checkbox"/> Salir con mis amigos |

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10. ¿Prefieres descargar música a comprar discos?

Si

No

11. ¿Prefieres descargar películas a ir al cine?

Si

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

12. ¿Prefieres hacer amistades por Internet?

Si

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

13. ¿Qué tanto ha cambiado tu vida a partir del uso de Internet?

Mucho

Poco

Nada

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¡Gracias por tu tiempo!



## 2. Base de datos global.

A continuación se presenta la base de datos global la cual es el vaciado de toda la información recopilada por medio de la encuesta. Dicha información se presenta en forma de tablas las cuales tuvieron que ser fragmentadas debido a cuestiones de espacio en cada página.



















2 in major	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's ch	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's con	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's d	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's f	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's g	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's h	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's i	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's j	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's k	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's l	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's m	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's n	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's o	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's p	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's q	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's r	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's s	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's t	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's u	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's v	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's w	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's x	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's y	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 no m's z	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
2 in minor	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

### 3. Resultados globales de encuestas aplicadas.

#### 1.- ¿Acostumbra acceder a Internet?

	Si	No
Conteo	107	0
%	100%	0%

#### 2.- ¿Desde donde accede a Internet?

	Casa	Trab Internet	Escuela	Centro Comercial	Otro
Conteo	87	23	34	0	7
%	81%	23%	32%	0%	7%

#### 3.- ¿Cuántos días a la semana accede a Internet?

	1	2	3	4	5	6	7
Conteo	1	3	3	10	21	12	56
%	1%	3%	3%	9%	20%	11%	62%

#### 4.- ¿Cuántas horas a la semana utiliza Internet?

	0 - 1	2 - 10	10 - 15	16 - 25	26 - 35	36 - 45
Conteo	1	2	3	4	5	5
%	2%	3%	14%	12%	8%	8%

#### 5.- ¿Porcentaje promedio de tiempo dedicado a cada actividad

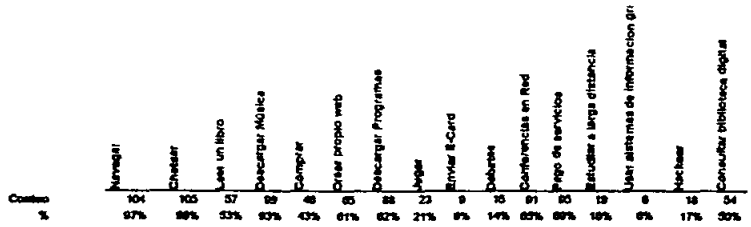
	Chatear	Navegar	Buscar información	Descargar Música	Estudiar	Jugar	Email
Conteo	37,83178	8,8542	18,25	8,028	8,285	8,201	10,69
%	29%	9%	19%	8%	8%	8%	11%

#### 6.- Aplicaciones que conocen los encuestados

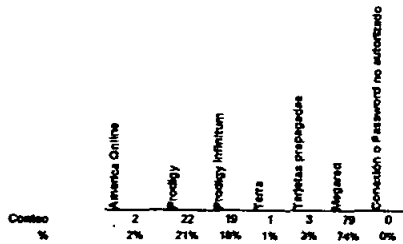
	Navegar	Chatear	Leer un libro	Descargar Música	Comprar	Crear propia web	Descargar Programas	Jugar	Enviar E-Card	Debate	Conferencias en Red	Pago de servicios	Estudiar a larga distancia	Usar sistemas de información en	Netbar	Consultar biblioteca digital
Conteo	100	108	72	102	79	63	97	88	103	34	21	51	30	27	42	74
%	89%	89%	67%	89%	73%	76%	91%	82%	89%	32%	20%	51%	28%	23%	38%	66%

### 3. Resultados globales de encuestas aplicadas.

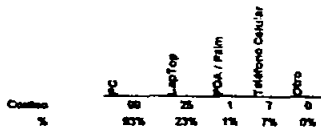
#### Aplicaciones que han utilizado



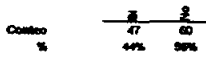
#### Compañía con la que se conectan a Internet



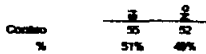
#### Con que equipo se cuenta para conectarse a Internet



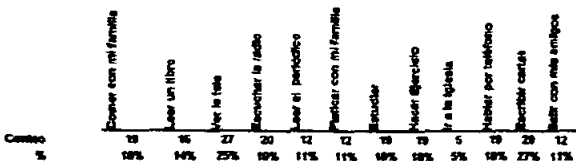
#### ¿Te consideras Adicto al Internet?



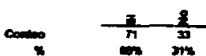
#### ¿Ha sustituido Internet alguna de tus actividades cotidianas?



#### ¿Cuál?



#### ¿Preferes descargar música a comprar discos?



### 3. Resultados globales de encuestas aplicadas.

14.- ¿Prefieres descargar películas a ir al cine?

	Si	No
Conteo	3	104
%	3%	97%

15.- ¿Prefieres hacer amistades por internet?

	Si	No
Conteo	9	68
%	8%	52%

16.- ¿Qué es para ti internet?

	Conteo	%
Lo más importante en mi vida	1	1%
Una herramienta de trabajo y estudio	76	71%
Una diversión	64	60%
Un medio de comunicación (amigos y familia)	73	68%
Pérdida de tiempo	3	3%
Reflexión	9	8%

17.- ¿Qué tanto a cambiado tu vida a partir del uso de internet?

	Mucho	Poco	Nada
Conteo	58	45	4
%	55%	42%	4%

18.- Cuando piensas en internet dices:

	Conteo	%
Porque no lo descubrieron antes?	24	22%
Es indispensable en mi vida	17	16%
Lo ocupo y se saca el provecho	62	77%
Demuestra poco de internet	7	7%
No me interesa	0	0%

4. Respuestas a preguntas abiertas.

Pregunta 10	Pregunta 12
1. Lo da igual	Se cansa de estar conectada
2. Se conecta solo para estudiar	
3. 0	
4. Lo usa por poco tiempo	Le aburre en cierto punto
5. Al Messenger	
6. depende mucho de si para la escuela y trabajo	
7. accedo todos los días	es más interesante
8. no es tan necesario	es más, digamos que escribir cartas, correos electrónicos...
9. 0	hay cosas que se facilitan pero no las sustituye
10. 0	
11. 0	
12. es una herramienta de trabajo	
13. actividades cotidianas	
14. me aburro el 85% de mis problemas y la red	me aburro
15. es un hobby	puedo acceder a películas
16. me conecta de noche	
17. me gusta mucho y facilita las actividades	
18. lo uso a necesidad	
19. siempre me conecta	por vicio
20. solo me conecto en mis ratos libres	
21. depende de si para muchas cosas	
22. no es tan necesario	
23. solo me conecto en mis ratos libres	
24. puedo vivir sin navegar en internet	si escribo cartas prefiero el internet
25. no es tan necesario	trato de hacer las actividades; también de manera cotidiana
26. me gusta mucho y facilita las actividades	es más rápido
27. solo lo uso cuando lo necesito	
28. 0	
29. siempre me conecta	mejor entro al internet
30. todo el tiempo que estoy en mi casa me lo paso en internet	
31. lo ocupo para lo necesario	
32. me pongo de mal humor cuando no tengo internet	
33. siento que pierdo la comunicación cuando no tengo internet	es más rápido comunicarse
34. no tengo mucho tiempo para conectarme	es más divertido
35. todos los días siento la necesidad de buscar algo en internet	por que me aburro
36. lo utilizo mucho	por que se puede platicar con muchos amigos sin haberlos por teléfono
37. no puedo dejar de usarlo más de 3 días	
38. solo lo uso cuando lo necesito	estas actividades son más fáciles y rápidas por internet
39. solo lo uso cuando lo necesito	constantemente
40. solo lo uso cuando lo necesito	me aburro
41. me pongo de mal humor cuando no tengo internet	
42. la uso como herramienta de estudio y trabajo	no me da tiempo de hacer tantas cosas
43. me gusta conectarme diario	tiempo que buscar información o hacer tareas
44. no es necesario no tener internet	
45. me aburre navegar sin necesidad	
46. paso muchas horas conectada	es más cómodo escribir y hablar por internet
47. solo lo uso cuando lo necesito	si me conecta ya no tengo tiempo para ver tv y muchas veces de chat
48. lo utilizo solo para cosas importantes	
49. es solo por distracción	es más entretenido
50. cuando me aburre me aburre	
51. me gusta estar conectada todo el tiempo	
52. no depende de la computadora	
53. me gusta	
54. lo uso casi todo el día	
55. no me gusta estar todo el tiempo	
56. si no lo ocupo me aburro, muchas veces ni uso al internet pero estoy en él	prefiero estar en el non
57. siempre me conecto aunque no lo use	por que no es tan indispensable
58. paso muchísimo tiempo en él	no hay nada en lo todo y me voy al internet
59. cuando lo uso y muchas veces ni chisto pero lo dejo prendido	
60. utilizo la pc cuando siento la necesidad de buscar algo en internet	
61. me gusta platicar con amigos de fuera y me aburro	hay días que me aburre
62. no es tan necesario	tiempo cuando que hacer en internet
63. a cada hora me quiero conectar y bajar música	me aburro y me mantengo en contacto con mis amistades
64. 0	
65. no me afecta si no me conecta	siempre me aburro me que me aburre
66. 0	
67. lo utilizo por interés	en lugar de hacer ejercicio me conecto
68. hay cosas más importantes	es más importante el internet
69. 0	

4. Respuestas a preguntas abiertas.

Pregunta 10	Pregunta 12
70 por la cantidad de vídeos y programas que puedo bajar	0
71 lo ocupo en mis horas libres	0
72 cuando no estoy me aburre	0
73 lo utilizo para cosas que me sirven	me sirve más buscar información
74 puedo vivir sin navegar en internet	0
75 me gusta más pasar el tiempo con mis amigos	primero está mi familia
76 no siento la necesidad de entrar	0
77 siempre estoy en línea	es más entretenido
78 lo uso todo el día	es más rápido
79 para desconectar tiempo conectado	es más rápido
80 0	0
81 0	0
82 0	0
81 solo me conecto en mis horas libres	0
82 depende de él para muchas cosas	0
83 no depende de la computadora	0
84 me gusta	0
85 0	0
86 lo uso casi todo el día	0
87 no me gusta estar todo el tiempo	0
88 me gusta mucho tiempo para conectarme	es más divertido
89 todos los días siento la necesidad de chequear algo en internet	por que me entretiene
90 lo utilizo mucho	0
90:Al Messenger	0
91 0	0
91 depende mucho de el para la escuela y trabajo	0
92 accedo todos los días	es más interesante
93 no es tan necesario	es más rápido que escribir cartas convencionalmente
94 0	hay cosas que se facilitan pero en las sustituye
95 no me afecta si no me conecta	hago un momento en que me aburre
96 0	0
97 0	0
97 lo utilizo por interés	es lugar de hacer ejercicio ese conexión
98 hay cosas más importantes	0
99 me conecto de noche	0
100 me gusta mucho y facilita las actividades	0
101 le uso a necesidad	0
102 0	0
102 siempre me conecto	por vicio
103 puedo vivir sin navegar en internet	el escribir cartas prefiere el internet
104 no es tan necesario	trato de hacer las actividades también de manera cotidiana
105 me gusta mucho y facilita las actividades	es más rápido
106 0	0
106 solo lo uso cuando lo necesito	0
107 0	0
107 todo el tiempo que estoy en mi casa me lo paso en internet	0

4. Respuestas a preguntas abiertas.

Pregunta 13	Pregunta 14
1 LE gusta 1 o 2 canciones	el cine se ve mejor
2 Los discos son más viejunos	NO es lo mismo
3	0
4 No fenes que salir de casa	Es aburrido
5	0
6	0 Nunca se pierde de un estreno
7 es más barato y hay más variedad	0 el cine es el 7mo arte
8 por que no ya nada ni se pierde	la calidad de la imagen es mejor
9 siempre es mejor el disco original en cuanto a calidad	es más divertida ir al cine
10	no se ven bien
11	0
12 la calidad del audio es bajo	0
13 es más fácil organizar más horas de música	es barato
14	el cine es mejor
15 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	0
16	0
17 es más cómodo y rápido	es mejor el cine
18	es mejor el cine
19 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	0 es mejor el cine
20 es barato	0 es mejor el cine
21 es más fácil y accesible	0 es mejor el cine
22 es más barato y hay más variedad	es mejor el cine
23	0
24 prefiero los discos originales	es mejor el cine
25 prefiero los discos originales	no me gusta lo físico
26 por que tarda mucho y no se descaegan bien	no me gusta lo físico
27 es más barato y hay más variedad	puedo ir con mis amigos al cine
28	es más fácil y cómodo
29 es barato y hay más variedad	es mejor el cine
30 la calidad del audio es bajo	la calidad de la imagen es mejor
31 es más barato	la calidad de la imagen es mejor
32 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	0
33 es práctico	0
34 es más barato y rápido	también es práctico
35 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	prefiero el cine
36	comentan mucho los estrenos
37 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	0
38 me gusta comprar discos	me gusta ir al cine
39 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	me gusta ir al cine
40 puedo bajar la música que quiero y la gusto	la calidad de la imagen es mejor
41 es más cómodo	es mejor el cine
42 es más barato y hay más variedad	no es lo mismo
43 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco y es más barato	es mejor el cine
44 es más barato y hay más variedad	es mejor el cine
45 es más barato y me entretiene	es mejor el cine
46 es más barato	es mejor el cine
47 es más barato	es mejor el cine
48 me gusta comprar discos	es mejor el cine
49 es mucho mejor	me gusta más el cine
50 es más barato	siempre lo he hecho
51 lo discos se pierden o se rayan	0
52 es más barato	no se ven igual que en el cine
53 es más barato	no es lo mismo
54 depende del artista	es de mejor calidad el cine
55 no fenes que pagar	en el cine se ven mejor
56	0
57 más fácil y más barato	0
58 es más barato	así voy con mis amigos
59 si me gusta mucho al disco lo compro	la calidad de la imagen es mejor
60 es más rápido y no gustan	no es lo mismo
61 solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	me gusta más ir al cine
62	el cine se ve mejor
63 quiero canciones que no vienen en cd	0
64 es más barato	me gusta mucho ir al cine
65	ir al cine es más divertido
66 no pago por cd's	0
67 me gusta comprar discos	me gusta más salir con mis amigos al cine
68 bajo la música que yo quiero y no gustan discos	son cosas distintas
69 es más fácil y barato	es más divertido
70 bajo la música que yo quiero y no gustan discos	son cosas distintas
71	es más divertido ir al cine
72	es mejor el cine
73	0 es mejor el cine
74	0



4. Respuestas a preguntas abiertas.

	Pregunta 13	Pregunta 14
70	es más barato	es mejor el cine
71	cuando el disco es muy buena profesa comparato	es mejor el cine
72	es gratis	es mejor el cine
73	es más fácil	prefiero el cine
74	es más barato	es mejor el cine
75	es más fácil y accesible	el cine vas con amigos
76	los discos se pueden llevar a todas partes	el cine se ve mejor
77	prefiero los discos originales	es mejor el cine
78	es gratis	es mejor el cine
79	los cds los llevo a todas partes	no se lo mismo
80	es gratis	es mejor el cine
0		0
0		0
81	es gratis	es mejor el cine
82	es más fácil y accesible	es mejor el cine
83	es más barato	no se van igual que en el cine
84	es más barato	no es lo mismo
0		0
85	depende del artista	es de mejor calidad el cine
86	no tiene que pagar	en el cine se ven mejor
87	es más barato y rápido	prefiero el cine
88	solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	claro que cuando los escuchas
89		0
90		0 Nunca se pierde de un estereo
0		0
91		0 el cine es el 7mo arte
92	es más barato y hay más variedad	la calidad de la imagen es mejor
93	por que no se paga ni se pierde	es más divertido ir al cine
94	claro que es mejor el disco original en cuanto a calidad	no se ven bien
95	bajo la técnica que yo quiero y no gastase discos	no es lo mismo
0		0
0		0
96	no se pagan	son cosas distintas
97	es más fácil y barato	es más divertido ir al cine
98	bajo la técnica que yo quiero y no gastase discos	es mejor el cine
99		0 es mejor el cine
100	es más cómodo y rápido	
101	solo me gustan 2 o 3 canciones de un disco	es mejor el cine
0		0
102	es más barato	es mejor el cine
103	prefiero los discos originales	no me gusta lo pirata
104	prefiero los discos originales	no me gusta lo pirata
105	por que tarda mucho y no se escuchan bien	puedo ir con mis amigos al cine
0		0
106	es más barato y hay más variedad	se ven muy mal las películas
0		0
107	es más barato	la calidad de la imagen es mejor

4. Respuestas a preguntas abiertas.

Pregunta 15	Pregunta 17
1 se pueden decir mentiras	Se puede comunicar con mayor frecuencia con amigos y familiares
2 es mejor hablar a través	Solo para estudiar y platicar con amigos
3	
4 No lo interesan	0
5	Me comunico con mi familia
6 tratar cara a cara	me facilita el trabajo
7 trato personal es mejor	me facilita muchas cosas
8 es mejor hacer actividades en persona	todo es más rápido
9	0 por rápido y es un 1/2 de comunicación entre amigos y familiares
10	0 me da igual
11	0
12	0
13 no sabes con quién hablas	0
14 me divierte	0
15 no es confiable	0
16 es tío	0
17	0
18 va contra mis costumbres	0
19 no son reales	0
20 solo con conocidos	0
21 no es confiable	0
22 no las conozco	0
23	0
24 es mejor cara a cara	0
25 no sabes si te dicen la verdad	0
26 puedo conocer gente de todo el mundo	0
27 es más confiable conocer personas a personas	0
28	0
29 no son seguros	0
30 no es confiable	0
31 es mejor hablar e hacerle	0
32	0
33 no es confiable	0
34 no es la misma atmósfera	0
35 es muy impersonal	0
36	0
37 no conozco más personas e lo voy conociendo en internet sin jugar su apariencia	0
38 por gusto	0
39 no conozco bien a la otra persona	0
40 es divertido e interesante	0
41 me da tiempo platicar platicar con alguien que no conozco	0
42 no sabes bien quienes son	0
43 a veces no séigo muchas y así puedo comunicarme con otras personas	0
44 no me da confianza	0
45	0
46 nunca te he interesado	0
47 no es confiable	0
48 siento que no son verdaderas	0
49 no tiene ningún chat	0
50 no me gusta	0
51	0
52 no es lo mismo	0
53 no es lo mismo	0
54 es mejor personalmente	0
55 cuando conozco es porque antes sí es sincera	0
56 es mejor en persona	0
57 no se que cómo platicar	0
58 no es una vía confiable	0
59 por que te dicen mentiras	0
60 es mejor personalmente	0
61	0
62 es interesante	0
63 no las conozco	0
64	0
65 no conozco bien a la otra persona	0
66 no es lo mismo	0
67 prefiere los amigos que realmente conozco	0
68 es mejor en persona	0
69 no es mismo al 100%	0
70 me se corre son	0
71 no conozco bien a la otra persona	0
72	0

4. Respuestas a preguntas abiertas.

Pregunta 15	Pregunta 17
70 no me interesan	conseguis lo que sea
71 no me parece conveniente	obtengo la información que necesito
72 no me llama la atención	dejo el internet para hacer lo que tengo que hacer
73 no sabes cuántos son	no he sido de ayuda en la escuela
74 solo con conocidos	
75 es bueno	es más fácil hacer trabajos
76	0
77 no me gusta	no más cosas
78 me va; con quién hablo	ahora estoy más en lo común
79 he escuchado y no las puedo tener cerca	conozco más
80	0
81	0
81 solo con conocidos	tengo la información a la mano
82 no es confiable	tengo la información a la mano
83 no es lo mismo	no es indispensable
84 no es lo mismo	conozco más
85	0
85 es mejor personalmente	tengo comunicación con personas de todo el mundo y aprendo idiomas
86 cuando conozco es persona sobre si es tímido	es más fácil conseguir información para hacer tareas
87 no es la misma situación	me facilita ciertas actividades
88 es muy inspiracional	he aprendido muchas cosas y descubriendo otras que no conocía
89	0 busco información más fácilmente y estoy en contacto más a menudo con amigos y familiares
90	0
91 tratar cara a cara	me facilita el trabajo
92 trato personal es mejor	me facilita muchas cosas
93 es mejor hacer amistades en persona	todo es más rápido
94	0 por rapidez y es un 1/2 de comunicación entre amigos y familiares
95 prefiero los amigos que realmente conozco	me comunico con más amigos por mail
96	0
96 es mejor en persona	no es lo único en mívida
97 no se conocen al 100%	es más fácil conseguir información para hacer tareas
98 se se como son	no delimita mis actividades
99 es tío	facilita actividades escolares
100	0
101 ve contra mis costumbres	todo es más rápido
102	0
102 no son malas	
103 es mejor cara a cara	es más fácil conseguir información para hacer tareas
104 no sabes si te dicen la verdad	trato de seguir haciendo algunas cosas como antes
105 puedo encontrar gente de todo el mundo	tengo más opciones para divertirme
106	0
106 es más confiable conocer persona a persona	0
107	0
107 es mejor frente a frente	siempre estoy conectada