



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo mostrar de manera elocuente y detallada como la comunicación digital, con esta La Internet juega un papel protagónico dentro de la vida cotidiana de la sociedad en especial la de los jóvenes, los mismos que llevan más tiempo frente a un ordenador. Desde que se creó ARPANET como una mera red de transmisión local, el mundo ha cambiado mucho, la digitalización y intercambio de datos a rebasadas fronteras. La juventud moderna se ha convertido en seres globalizados, cada vez dependen de una pantalla y lo que hagan en ellas. Hoy, los jóvenes aceptan el hecho de que deben convertirse en adultos, dentro de una sociedad de cambios continuos, y que deberán ser al mismo tiempo sujetos y actores en este mundo tan cambiante. Este trabajo pretende analizar de que manera la internet influye en los jovenes universitarios (Comunues Filosofia) y en que medida son vulderables a estos, tambien se mostrara los resultados reales de nuestra investigacion mediante cuadros estadisticos, pasando por varias teorias y conceptos desde que se inicio la red.

Palabras claves: Influencia del Internet, Comunicación digital, Jovenes, Estudiantes de primer año de la Facultad de Filosofía.



INDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO I	
GENERALIDADES DE LA COMUNICACIÓN	
1.1 Orígenes	11
1.2 Teorías de la Comunicación de Masas	13
1.2.1 Modelo de Shannon	14
1.2.2 Modelo de Lasswell	16
1.2.3 Punto de vista de Marshal Mc Luhan	16
1.2.4 Humberto Eco	19
1.2.5 Noam Chomsky	20
1.3 De la Comunicación Tradicional a la Digital	23
1.4 Proceso de cambio de la comunicacion analoga y digital	24
1.4.1 La imprenta	24
1.4.2 La radio	25
1.4.3 La television	26
1.5 Impacto social de las tecnologías	27
CAPITULO II	
GENERALIDADES DE LA INTERNET	
2.1 inicios	31
2.1.1 Evolución	32
2.1.2 Internet en la era de las comunicaciones	34
2.1.3 La world wide web	37
2.2 Internet como proceso de globalización	38
2.3 Recepción de mensajes	40
2.4 El internet como medio para vender ideas	41
2.4.1 El lado oscuro de internet	42
2.4.2 Informarse frente a una pantalla	44
2.4.3 Publicidad subliminal	46



CAPITULO III

USOS QUE LOS JOVENES HACEN DE LA INTERNET

3.1 La internet como fuente de información	51
3.2 Ocio y entretenimiento.....	57
3.2.1 El E – Mail	58
3.3 Redes sociales	61
3.3.1 Messenger.....	63
3.3.2 Hi5.....	66
3.3.3 Facebook.....	69
3.3.4. El chat	72
3.3.5 Los blogs	76
3.4 Descargas o downloading	79
3.4.1 Vídeos	79
3.4.2 Música.....	81
3.5 El peligro de la pornografía digital	84

CAPITULO IV

4.1 Teorías: pérdida de identidad, consumismo y cibercultura	88
4.2 Intervención de la comunicación digital en la cultura local	94
4.3 Contexto socio economico de la muestra de estudio.....	98
4.4 Sustentacion de profesionales acerca del tema.....	100
4.5 Universo y muestreo.....	105
4.6 Tabulacion e interpretacion de los datos.....	108
4.7 Valoracion de la hipotesis	114
CONCLUSIONES	115
ANEXOS	118
BIBLIOGRAFIA	137



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“Influencia social de la Internet en los Estudiantes de primer
año de la Facultad de Filosofía de la Universidad de
Cuenca, periodo 2009”

**Tesis previa a la obtención
del Título de Licenciado/a
en Ciencias de la
Comunicación Social.**

AUTORES: Jessica Rivadeneira Crespo
Andrés Naula Quezada

DIRECTOR: Master. Victor Hugo Guillermo

CUENCA, septiembre de 2010



Agradecimiento

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Cuenca, de igual manera a los estudiantes del primer año de la Facultad de Filosofía; quienes nos abrieron sus puertas y aportaron con valiosa información para la elaboración de nuestra tesis.

Así como también de manera especial al Máster Hugo Guillermo y al Máster Fernando Ortiz, por entregarnos con paciencia y dedicación sus conocimientos durante nuestros años de estudio.

Jessica y Andrés



Dedicatorias

A mi motor principal, a ti papá.

A mis padres Neide y Carlos, mi apoyo en todo momento

A ti ñaño querido, que has sido mi fuerza.

A mi segunda familia, Edrulfo y Mercy

A mi Dios por ser mi fortaleza, la luz que ilumina mi vida.

Jessica

A ustedes, los amigos de toda la vida

Mis Padres y hermanos

Andrés



INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta el incremento cada vez mayor de nuevas tecnologías que se van haciendo parte de la vida diaria, se hace imprescindible conocer de que manera su utilización va transformando la realidad y como esta nueva realidad afecta nuestra manera de ser en el mundo.

En los últimos años producto de la globalización y el avance de los medios de comunicación surge Internet como el boom de fines del siglo XX. Su facilidad de manejo y versatilidad en pocos años ha rebasado los límites de lo inimaginable, haciéndose cada vez mayor la cantidad de usuarios que acceden a la red y que se benefician de su enorme variedad de servicios. La gran cantidad de información a la que se puede acceder contiene casi todos los conocimientos y pasatiempos del quehacer humano, por ende se le ha denominado la gran biblioteca de la humanidad.

Aunque en nuestro país no esta tan difundido su uso en comparación de los países del primer mundo, se encuentra ya a disposición de las grandes mayorías a través de cybers que a un precio módico permiten acceder por horas al servicio.

Se ha observado que algunas personas presentan verdaderos problemas derivados de su afición a los ordenadores y al ciberespacio. Cuando se es despedido del trabajo, se abandonan los estudios o una persona se encuentra inmersa en una demanda de separación a causa de esta actividad se puede sospechar la existencia de una adicción.

Cabe, pues, plantearse si la aparición de Internet desde finales de 1996 no está produciendo un fenómeno similar al acaecido con los vídeo juegos a principios de los 90. Cuando se es un nuevo usuario o se descubre un nuevo recurso en Internet se produce una fase de encanto, que se caracteriza por elevados tiempos de consumo y cierta obsesión. Tiempo después aparece una caída del uso que corresponde con una percepción más objetiva de lo que es Internet en sí o el recurso recientemente descubierto, apareciendo una fase de desencanto.



Esta investigación aborda desde esta perspectiva todos los procesos que hacen del internet no solo una herramienta de trabajo sino también el causal principal para influenciar a los jóvenes.

Debido a que el campo de internet es muy amplio, al igual que el impacto que causa en los jóvenes, hemos visto la necesidad de realizar nuestra investigación acerca de la influencia que tiene el internet en los jóvenes. Situamos nuestro estudio dentro de la ciudad de Cuenca, específicamente en la Universidad de Cuenca, en el primer año de la Facultad de Filosofía. El grupo estará compuesto por jóvenes de ambos sexos.

En el primer capítulo se muestra la recopilación de su origen en la actualidad, además de teorías que sustentan la comunicación de masas, según algunos puntos de vista de estudiosos de la comunicación, al mismo tiempo tratamos de relacionar el gran cambio de la comunicación análoga a la digital.

En el segundo capítulo se fundamenta la investigación a través de un marco teórico, estructurado mediante seis temas relevantes que resumen el contenido. Los cuales son: Evolución de la internet, recepción de mensajes, el internet como medio para vender ideas, el lado oscuro del internet y publicidad subliminal.

En el tercer capítulo nos enfocamos en el uso que hacen los jóvenes del internet en este mundo globalizado con las tan llamadas redes sociales es casi imprescindible algún usuario de la internet, que no sea usuario de alguna de estas redes, para culminar en el cuarto capítulo tratamos temas que desde nuestra perspectiva consideramos de interés para la juventud actual, además analizamos su contexto socioeconómico de la muestra de estudio, dialogamos también con profesionales acerca del tema. Para concluir tabulamos los datos e interpretamos. Por último, mencionamos que en el transcurso de la investigación se superaron con éxito algunos inconvenientes, sin embargo el proceso fue posible con la ayuda de los alumnos del primer año de la facultad de filosofía de la universidad de Cuenca. Como resultado obtuvimos un estudio de carácter útil, novedoso y de trascendencia para posteriores consultas de estudiantes y profesionales, hoy vivimos una nueva era en las comunicaciones



y como decía Gubern la sociedad se ha convertido en cultura digital al alcance de la mayoría.



CAPITULO I



GENERALIDADES DE LA COMUNICACIÓN

1.1 ORÍGENES

Que estamos en un tiempo de cambios y que esos cambios tienen que ver de alguna manera con las redes es ya una idea común, extendida y repetida muchas veces. Sin embargo, nadie parece tener muy claro qué son esas famosas redes y, sobre todo, qué tienen de nuevo. A fin de cuentas, si de las redes de que hablamos son las que forman las personas al relacionarse unas con otras, la sociedad siempre ha sido una red. Hay, sin embargo, dos elementos nuevos relacionados con esta cuestión que todo el mundo entiende intuitivamente. Por un lado, Internet y su consecuencia más directa: la eclosión de una nueva esfera de relación social que pone en contacto a millones de personas cada día¹.

Entonces se podría decir que las redes sociales se inician con la aparición del Telégrafo en 1837 instrumento que permitía comunicarse a distancias consideradas su inventor Samuel Morse crea el código que lleva su nombre En noviembre de 1851 se abrió al público la primera línea de telégrafo entre el Reino Unido y Francia. El primer mensaje directo entre Londres y París llegaba pocos meses más tarde. En 1858, el primer cable trasatlántico unía Estados Unidos con la red europea. Eran los comienzos de lo que Tom Standage bautizó, en un estupendo libro epopeya, como «Internet victoriana». Se puede situar "el inicio de la era electrónica en el año 1912 cuando Lee de Forest y sus dos colaboradores descubrieron las propiedades de amplificación del tubo de vacío, descubrimiento que abrió el camino al desarrollo de la radio, la TV y la informática. (Estallo Alberto) "El Impacto de las tecnologías de la Información" Internet.www.ub.es/personal/impacto.htm. Acceso 25 de Septiembre 2009.

Los orígenes de lo que hoy conocemos por Internet están ocultos en el Departamento de Defensa estadounidense que pretendía obtener una red de comunicaciones segura que se pudiese mantener aunque fallase alguno de sus

¹ El nivel de penetración de internet en Ecuador ha crecido y se calcula que para el 2010 tenemos conectados a un 12 - 14% de la población equivalente a más de un millón y medio de usuarios, según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones.



nodos. Así nació ARPA, una red informática que conectaba ordenadores localizados en sitios dispersos y que operaban sobre distintos sistemas operativos, de tal manera que cada ordenador se podía conectar a todos los demás. Los protocolos que permitían tal interconexión fueron desarrollados en 1973 por el informático estadounidense Vinton Cerf y el ingeniero estadounidense Robert Kahn, y son los conocidos Protocolo de Internet (IP) y Protocolo de Control de Transmisión (TCP). Fuera ya del ámbito estrictamente militar, esta Internet incipiente (llamada Arpanet) tuvo un gran desarrollo en Estados Unidos, conectando gran cantidad de universidades y centros de investigación. A la red se unieron nodos de Europa y del resto del mundo, formando lo que se conoce como la gran telaraña mundial (World Wide Web). En 1990 Arpanet dejó de existir. A finales de 1989, el informático británico Timothy Berners-Lee desarrolla la World Wide Web para la Organización Europea para la Investigación Nuclear, más conocida como CERN. Su objetivo era crear una red que permitiese el intercambio de información entre los investigadores que participaban en proyectos vinculados a esta organización. El objetivo se logró utilizando archivos que contenían la información en forma de textos, gráficos, sonido y vídeos, además de vínculos con otros archivos. Este sistema de hipertexto fue el que propició el extraordinario desarrollo de Internet como medio a través del cual circula gran cantidad de información por la que se puede navegar utilizando los hipervínculos.

Además de la utilización académica e institucional que tuvo en sus orígenes, hoy se emplea Internet con fines comerciales. Las distintas empresas no sólo la utilizan como escaparate en el que se dan a conocer ellas mismas y sus productos, sino que, a través de Internet, se realizan ya múltiples operaciones comerciales. Especialmente la banca tiene en la red uno de sus puntos estratégicos de actuación para el futuro próximo.

En estos momentos se está desarrollando lo que se conoce como Internet 2, una redefinición de Internet que tiene como objetivo principal lograr el intercambio de datos multimedia en tiempo real. El avance ha de venir de la mano de la mejora en las líneas de comunicación, con el ancho de banda como principal aliado.



La comunicación ha pasado a ser digital en un mas del 80% en los últimos años, primero la informática y después Internet han divulgado, extendido y, en cierta manera impuesto un formato con el que nos podemos comunicar de forma más rápida y cómoda.

Es cierto que en pleno siglo XXI con todas las comodidades que poseemos nos siguen llegando cartas y folletos que seguimos hablando por teléfono convencionales usando audiovisuales análogos; pero incluso en estos casos la mayor parte del proceso ya es digital, “las modernas tecnologías de comunicación e información están modificando nuestras vidas afectándolas en el plano físico, en el intelectual y en el emocional” (Gubern, 2000: 8) partiendo de esta afirmación podemos decir que la tecnología digital no es sinónimo de omisa al contrario viene cargada con extras de interés publicitario para las grandes empresas.

1.2 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Desde muy pequeños tanto en los hogares como en la escuela nos han enseñado que la comunicación es la trasmisión de información; es decir Emisor - Mensaje - Receptor pero esto implica mucho mas ahora veamos algunas teorías:

Los componentes de la comunicación

Podemos decir que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con el objetivo y la razón necesaria para establecer una comunicación. A partir de este punto surge la necesidad de un segundo componente.

El propósito de la fuente requiere ser expresado en forma de mensaje. La traducción de las ideas de la fuente en un mensaje requiere de las funciones codificadoras, asumidas por el emisor del proceso. En la comunicación humana las funciones econdificadoras pueden ser consideradas como una conducta física ya que implica acciones fisiológicas y motoras (intelectuales). En el caso de los mensajes masivos, se requiere de tecnologías



especializadas. La fuente y el emisor, a menudo pueden coincidir, pero en otros casos representan dimensiones totalmente diferentes. El mensaje, es el contenido expresado y el medio o canal el vehículo por el cual se conduce el mensaje. La función decodificadora es el proceso inverso que realizara el emisor y es asumido por el receptor del mensaje. Finalmente, el receptor, que es quien recibe, puede transformarse en un nuevo emisor iniciando el "feed-back" o retroalimentación del sistema a través de lo cual se confirma la dinámica del proceso.

Esta descripción es naturalmente, una simplificación del proceso de la comunicación cuya finalidad es claramente didáctica. En el plano real se trata de un sistema mucho más complejo en el cual existen redes de mensajes superpuestos y paralelos que se influyen entre sí y que hacen a la naturaleza dinámica de la comunicación

1.2.1 MODELO DE SHANNON

Este teórico se basa en la cibernética que estudia los procesos de control tanto en los seres vivos como en los automáticos. La cibernética como un estimo exterior se trasforma en información y como el sistema receptor se relaciona como una respuesta. Shannon se basa en las matemáticas y en consecuencia su teoría matemática de la comunicación se centro esencialmente en la transmisión eficaz del mensaje, ósea su finalidad operativa principal de la teoría informacional de la comunicación era justamente la de hacer pasar a través del canal la máxima información con las mínimas interferencias y la máxima economía de tiempo y energía.

Shannon se basa en el modelo de Aristóteles que comprende en un principio lo esencial. Quien – dice – A Quien

En una aproximación muy básica los elementos que deben darse para que se considere el acto de la comunicación son:

- **Emisor:** Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona.
- **Receptor:** Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como Receptor.
- **Canal:** Es el medio físico por el que se transmite el mensaje.
- **Código:** Es la forma que toma la información que se intercambia entre la



Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

- **Mensaje:** Es lo que se quiere transmitir.
- **Situación o contexto:** Es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

El objetivo principal de todo sistema es adaptarse a la comunicación es intercambiar información entre dos entidades. Un ejemplo particular de comunicación entre una estación de trabajo y un servidor a través de una red telefónica pública. Otro posible ejemplo consiste en el intercambio de señales de voz entre dos teléfonos a través de la misma red anterior. Los elementos claves de este modelo son:

En definitiva se puede decir que el modelo de Shannon pretende ser una especie de fórmula para aplicación universal vale reconocer que este modelo impacto en la investigación de los procesos comunicativos interpersonales y sociales es un modelo de gran aplicabilidad y es sencillo ver su influencia en los teóricos Schramm y Jhacopson, que tomaron de este modelo el estudio del proceso de comunicación en su totalidad como formula y particularizando en cada una de las partes que compone el proceso.

Como cada cosa tiene sus ventajas el modelo que nos presenta Shannon también las tiene es decir ha tenido gran influencia en la teoría de la comunicación y periodismo, en los estudiosos se ha convertido también en su influencia, apunta a que su modelo es el más claro intento científico matemático que la posibilidad de deducción estricta y verificación de los datos observados, este modelo apunta también como ventaja a que pone el acento en la transmisión de la información, que se entiende la comunicación como la trasmisión de un mensaje de un emisor a un receptor, también introduce una serie de términos que han tenido repercusión en la comunicación colectiva Ej. ruido, entropía, redundancia.



1.2.2 MODELO DE LASSWELL

En 1948, Lasswell resumió con precisión dos orientaciones sociológicas a propósito del estudio de los efectos de la comunicación, cuyo contenido estudiaremos más adelante.

Lasswell estableció que una forma conveniente de escribir un acto de comunicación es a través de la respuesta a las siguientes preguntas:

¿Quién? ¿Qué dice? ¿Por dónde? ¿A quién? ¿Con qué efecto?

Este paradigma permite analizar con mayor exactitud quiénes están interviniendo en el proceso de la comunicación y cuál es la situación particular en la que están involucrados sin olvidar la naturaleza dinámica de la comunicación.

Lasswell propone un esquema similar al de Shannon pero se diferencia en que consiguió la delimitación de los componentes del proceso comunicativo lo que consiguió la estabilidad teoría de la comunicación colectiva y este modelo sirvió de guía para la multiplicidad de trabajos; no hay que perder de vista que el modelo responde a las necesidades industriales de orientar el consumo y políticas de estudio de los efectos de la propaganda. Lasswell era básicamente un estudioso de la ciencia política, pero este modelo ha permitido más allá de su contexto histórico

1.2.3 PUNTO DE VISTA DE MARSHAL MC LUHAN

Medios y mensajes

Se sabe que en su vida privada, Mc Luhan rechazaba a la TV a tal punto que le pedía a su hijo que impidiera que sus nietos la vieran. En efecto, llamó a la TV, "el gigante tímido" y pretendía promover una concientización respecto a su enorme poder.

El pensamiento de Mc Luhan respecto a los medios de comunicación se inicia a partir de las siguientes ideas:

1. Somos lo que vemos
2. Formamos nuestras herramientas y luego éstas nos forman

En esta línea, podría afirmarse, que veía en los medios antes agentes de "posibilidad" que de "conciencia", esto es que podrían los medios compararse a



caminos y canales antes que obras de valor artístico o modelos de conducta a seguir.

Es habitual que pensemos que los medios no son sino fuentes a través de las cuales recibimos información, pero la concepción de Mc Luhan era que cualquier tecnología (todo medio) es una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser. Los medios tecnológicos son entendidos como herramientas que extienden las habilidades humanas, del mismo modo que una bicicleta o un automóvil son una extensión de nuestros pies... la computadora sería una extensión de nuestro sistema nervioso central.

El medio es el mensaje

La famosa frase "El medio es el mensaje" nos lleva a la preguntarnos qué es el medio y qué es el mensaje.

Así como el medio es entendido como una extensión del cuerpo humano, el mensaje no podría ser entonces simplemente reducido a "contenido" o "información", porque de esta forma, excluiríamos algunas de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y funcionamiento de las relaciones y las actividades humanas. En esta línea, Mc Luhan definirá al "mensaje" de un medio como todo cambio de escala, ritmo o pautas que ese medio provoque en las sociedades o culturas. De esta forma, el "contenido" se convierte en una ilusión, en el sentido que este se encuentra enmascarado por la intervención del medio (la mediatización).

Medio y mensaje funcionan en pareja puesto que uno puede contener a otro: el telégrafo, contiene a la palabra impresa, que contiene a la escritura, que contiene al discurso... y así, por lo que el contenido se convierte en el mensaje del medio continente.

Habitualmente no notamos que existe interacción entre los medios y dado que su efecto en nosotros en tanto audiencia suele ser poderoso, el contenido de cualquier mensaje resulta menos importante que el medio en sí mismo.

La galaxia Gutemberg o la Aldea Global

Pocas expresiones han tenido tanta fortuna popular desde el final de la segunda Guerra Mundial como la famosa aldea Global



En la introducción a *The Gutenberg Galaxy* Mc Luhan dice que la palabra "ambiente" hubiera sido preferible para describir el período... pero luego reflexiona: El término galaxia expresa perfectamente al conjunto simultáneo y recíproco de diversos factores no directamente relacionados entre sí.

Este período comprende los casi cuatro siglos que van desde la difusión de la imprenta en la Europa de la modernidad hasta las primeras décadas del siglo XIX cuando el telégrafo cambiaría para siempre la historia de la comunicación humana.

En el mundo occidental, solo una tercera parte de la historia ha sido tipográfica, aunque por cierto, la relación entre esta etapa y la anterior es interdependiente. Para Mc Luhan, la 'civilización' es equiparable a 'la cultura de la escritura', cultura que, según su opinión, competirá con la cultura electrónica. Observará además que mientras que la escritura manuscrita destacaba la insignificancia y la torpeza de la irritación especializada propias del signo visual, en la página impresa, predominará la linealidad y la repetitividad.

Medios fríos y Medios calientes

La clasificación que hace Mc Luhan de los medios como "calientes" o "fríos" surge de significados técnicos como "definición" e "información" y se sustenta más en la experiencia sensorial que en el significado de las palabras.

En el mundo de la TV, "alta definición" significa precisión, detalle, calidad en referencia a cualquier imagen visual. De acuerdo a este criterio, Mc Luhan dirá que las letras del abecedario, los números, las fotografías y los mapas son objetos de alta definición. Un medio de tales características, brinda mucha información y un receptor pasivo. Por el contrario, las formas que no se definen con tanta calidad como por ejemplo, los dibujos animados, serían de baja definición porque nuestros ojos se ven en la obligación de completar lo que falta para obtener una percepción acabada. Este principio de "completar los espacios en blanco" también se aplicaría a los sonidos. Al brindar poca información, los medios de baja definición exigen un receptor activo.

Es necesario aclarar que cuando Mc Luhan se refiere a la "información" que un medio transmite, no se refiere a datos o conocimientos sino al modo en que nuestros sentidos físicos responden a un medio o participan en él. En



conclusión, los medios de alta definición son medios calientes y los de baja definición son medios fríos

Serían pues medios calientes la radio, la imprenta, las fotografías, las conferencias... y medios fríos el teléfono, el habla, la televisión, los seminarios...etc.

1.2.4 HUMBERTO ECO

Cultura de Masas

Hacia la segunda mitad del siglo XX, posiciones encontradas comienzan a debatir respecto a la aparición de multitudes en la vida social, lo cual a partir de las tecnologías de la comunicación, se transformó en un fenómeno evidente y perdurable. La industria cultural, irrumpe en el escenario con novedosas propuestas, por cierto, en muchos casos, más que cuestionables. Surge pues, el concepto de cultura de masas, término ambiguo que pretende incluir los medios de comunicación audiovisuales (radio, cine y TV), como a la gráfica (diarios y revistas) y a la industria editorial (Best sellers, literatura de consumo masivo).

En este contexto, los medios penen los bienes culturales al alcance de todos, adecuando el contenido muchas veces, al "nivel" del receptor, esto es, haciendo que la asimilación sea más simple e incluso superficial. Este proceso de "adaptación" de los contenidos, se traduce en una extensión del campo cultural.

Surge entonces, la necesidad de contextualizar la cultura de masas: es imposible conocerla si se pasa por alto que los medios de comunicación se desarrollan en el momento exacto en que las grandes masas comienzan a ser protagonistas de la vida pública, imponiendo así un lenguaje propio y exigencias particulares. Sin embargo, Eco apuntará que el modo de divertirse, de pensar, de imaginar de las clases populares es inducido por los medios y responde a los modos de pensar de la clase dominante. Y en este sentido, los medios proponen situaciones que no tienen ninguna conexión con la realidad de los consumidores. En síntesis, la cultura de masas ofrece expresiones culturales de la burguesía a los sectores populares.



Críticas a la cultura de masas

Como es un mensaje destinado a una clase de tipo homogéneo, destruye las características propias de cada grupo étnico.

No promueve modificaciones en la sensibilidad o el gusto de las masas.

No fomenta la reflexión, sino que alienta las emociones inmediatas.

Los consumidores de esta cultura están sometidos a la ley de la oferta y la demanda.

Ofrece al público únicamente lo que éste desea, o aún peor, sugiere lo que éste debe desear.

Borra la diferencia entre las elaboraciones de la cultura superior y los productos de entretenimiento.

Estimula una visión pasiva y acrítica del mundo.

Trabaja sobre las opiniones comunes; reafirma lo ya aceptado socialmente.

Favorece el conformismo.

Frecuentemente es empleada por la clase dominante con fines de control.

Utiliza modelos impuestos desde arriba para impedir el progreso de las masas.

1.2.5 NOAM CHOMSKY

Los medios de Comunicación

Este teórico Estadounidense explica que los medios de comunicación deben cumplir dos funciones: Deben informar de modo integral, ecuánime e imparcial; y que tienen que ser los guardianes del pueblo contra los abusos del poder. Chomsky piensa que estos dos aspectos fracasan miserablemente.

Según la opinión de Chomsky (que muchos compartimos intuitivamente), los medios masivos no son sino una industria de las relaciones públicas a favor de los ricos y poderosos, cuya función es vender algo al público en vez de informarlo.

Este modo de ver las cosas brinda un cuadro más exacto del funcionamiento de los medios.



Ilusiones necesarias la ciencia de la Propaganda

En su libro *Ilusiones necesarias* Chomsky documenta la historia de la propaganda, las relaciones públicas y otras estrategias de quienes se atribuyen el derecho de controlar nuestros pensamientos y opiniones sin contar con nuestra aceptación deliberada. Nos recuerda que aunque la TV y la prensa escrita constantemente emplean muletillas como “democracia” “capitalismo” “libertad de palabra” e “igualdad”, rara vez se plantea un debate de lo que realmente significa estas palabras o como se despliegan en nuestra vida real. Chomsky no solo hace ver más allá del velo de la propaganda, sino que además nos ayuda a detectar las fallas de nuestros hábitos mentales, para que encontremos la verdad por nosotros mismos. Lo hace con gran precisión racional de un gran científico y con la autoridad moral de líder espiritual.

Los medios de comunicación son un "sistema de mercado guiado" por las ganancias

Por lo cual el Estado a menudo funciona de la misma manera. Y cuando la información es "guiada" para adecuarse a cierto plan de acción (político o financiero), se vuelve propaganda. Aunque la propaganda no es la única función de los medios, sí constituye una de las principales. Y, para reiterar lo obvio, en ellos no aparecerá nada que contradiga las finalidades perseguidas por sus dueños.

Dicho de otro modo: La propiedad determina el contenido.

La cuestión es: ¿hasta qué punto los dueños de los medios “guían” su contenido sin caer en fórmulas torpemente autoritarias? Si pusieran carteles que dijeran: "Quien transmita noticias críticas de nuestra Magnífica Corporación o demasiado favorables a la clase obrera será despedido, encarcelado o fusilado" (Smitd 1998: 20), algunos de nosotros podríamos perder la cabeza y rebelarnos con fuerza, aun en una sociedad tan pasiva como ha llegado a ser la nuestra.

Cómo se las ingenian los dueños de los medios para controlar su contenido al par que permanecen invisibles, a todos los fines prácticos.



El modelo de la propaganda.

En la fabricación del consenso, Chomsky y Edward S. Herman esbozan lo que denominan un "modelo de la propaganda", describiendo las fuerzas "invisibles" capaces de asegurar que los medios cumplan el papel de propagandistas, transmitan información tendenciosa en lugar de las noticias y obedezcan las órdenes de sus amos incluso sin que nadie se los pida. Simplemente, los medios "movilizan el apoyo a favor de los intereses especiales que dominan al Estado y la actividad privada y sus elecciones, énfasis y omisiones a menudo pueden entenderse mejor si se los analiza en tales términos".

(Edward 1996: 65)

El núcleo del modelo de la propaganda de Chomsky y Herman se compone de los "filtros de las noticias". Estos son cinco, situados en otros tantos niveles, y van suprimiendo uno por vez todos los "aspectos indeseables" de las noticias para que no lleguen a la mente.

Filtro 1: El dinero. La enorme riqueza de los dueños de los medios de comunicación, el hecho de que su propiedad esté concentrada en las manos de unas pocas empresas gigantescas y de que éstas, como todas las empresas, sólo están para hacer ganancias.

Filtro 2: La publicidad como principal fuente de ingresos.

Filtro 3: La dependencia de la información brindada por el gobierno, las empresas y los "expertos".

Filtro 4: La censura como forma de disciplinar a los medios.

Filtro 5: El "anticomunismo" como religión nacional y modo de controlar el mecanismo.



1.3 DE LA COMUNICACIÓN TRADICIONAL A LA DIGITAL

La comunicación ha estado presente desde el inicio de los tiempos en forma de gritos, señas, imágenes, palabras y un sin fin de medios por el cual se puede transmitir un mensaje. La comunicación ha ido evolucionando a través del tiempo en conjunto con el desarrollo de las capacidades del ser humano, por ejemplo los cavernícolas se comunicaban a través de gritos, luego aprendieron a dibujar y se comunicaban a través de los pictogramas, posteriormente fueron capaces de armar palabras y por último a hilar frases.

Alejándonos de la prehistoria podemos darnos cuenta de la transformación de la comunicación a través del tiempo, que varía según las necesidades del ser humano. Una de las necesidades primordiales del ser humano fue la de poder entregar un mensaje que traspase fronteras como si lo hicieron los indios con las señales de humo, lo que lograron con este sistema de comunicación fue traspasar un mensaje de un campamento a otro independiente de cuál sea el mensaje o el motivo del mensaje, de igual manera lo hicieron los incas una comunicación mediante el trueque.

Una vez el ser humano se volvió civilizado y tuvo la capacidad de inventar un sistema de comunicación más acorde con sus necesidades se formó la comunicación escrita la cual hasta el día de hoy forma parte de nuestro diario vivir, ya sea a través de revistas, el periódico, o los avisos publicitarios, pero no quedaba cubierta la necesidad de entregar un mensaje de inmediato, es aquí donde hace su estreno triunfal el teléfono que ya nos entregaba la posibilidad de comunicarnos de forma inmediata y personal sin correr el riesgo de que el mensaje sea filtrado, pero aun así esta forma de comunicarse tenía sus limitaciones la comunicación llegaba hasta donde llegaban las extensiones de los cables de telefonía. Con la irrupción del Internet y las señales digitales una nueva forma de comunicación nacía, una forma de comunicación que revolucionó al mundo y que consiguió satisfacer las exigencias de las actuales generaciones enviando imágenes, sonidos, y textos de forma inmediata y cualquier parte del mundo donde se quiera enviar. Entonces estamos conectados con lo que pasa alrededor del mundo claro que si nos enteramos de inmediato, siempre y cuando sepamos donde buscar y que buscar.



1.4 PROCESO DE CAMBIO DE LA COMUNICACION ANALOGA Y DIGITAL

Es necesario hacer una revisión en la historia de los medios de comunicación colectiva, si bien es cierto la comunicación existe desde la aparición del hombre; pero no nos remontaremos a este proceso comenzaremos desde la invención de la Radio pasando TV y la Internet que es el medio de nuestros días, lo haremos de forma concreta y precisa de esta forma demostraremos como ha ido cambiando, y cuales elementos nuevos se han incorporado.

1.4.1 LA IMPRENTA

Muchos países se atribuyen para sí la gloria de la invención de la imprenta. Los holandeses mantienen que su inventor fue Coster, en la ciudad de Haarlem, mientras los franceses aseguraron durante años que la imprenta era un invento de los orfebres de Estrasburgo. Pero fue Johann Gutenberg quien lo descubrió en el año de 1450, pertenecía Gutenberg a la familia de los Gensfleisch - Gutenberg era un apodo-, famosos orfebres de Maguncia. La primera obra impresa fue la Biblia de las 42 líneas o de Mazarino, por haberse encontrado el primer ejemplar en la biblioteca de este cardenal. La Biblia se compone de dos volúmenes y las páginas tienen cuarenta y dos líneas -de ahí su nombre- y dos columnas y están escritas con letra gótica. Se tiran 150 ejemplares en papel y 50 en pergamino: se conservan unos 46 o 47 -los autores no se ponen de acuerdo en este punto. Es la única obra que se considera completamente suya sin duda, aunque no lleva marca de imprenta, firma ni fecha o lugar de publicación. La imprenta no es otra cosa más que "un método industrial de reproducción de textos e imágenes sobre papel o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre unas piezas metálicas, llamadas tipos, para transferirla al papel por presión. Aunque comenzó como un método artesanal, era un proceso muy veloz para su tiempo" (Freile, 1985: 96). Se puede decir entonces que la imprenta fue el primer invento de interacción social para la época ya que se podía difundir ideas y textos con cientos de copias, produciendo lo que se conoce en la actualidad como retroalimentación o respuesta por parte de los destinatarios; aunque empezó con textos religiosos, durante el tiempo y sus mejorías se imprimía



hechos de guerra, y relatos de escritores. La imprenta de Gutenberg provocó una verdadera revolución en la cultura. El saber escrito dejó de ser patrimonio de una élite y se extendió a amplias capas de la población. La escritura fue sustituyendo a la tradición oral como forma privilegiada para transmitir conocimientos, a la par que las publicaciones impresas, como libros o periódicos, se generalizaron. A principios del siglo XX la escritura impresa ya era el medio predominante en Occidente para la difusión del saber. Además de su enorme significado para la religión, la política y las artes en general, fue este un avance tecnológico que facilitó todos los demás que le siguieron.

1.4.2 LA RADIO

La radio " es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío". (Enciclopedia Virtual Wikipedia) "La Radio Medio de Comunicación" Acceso 20 de Octubre 2009.

El ingeniero electrotécnico e inventor italiano Marconi, está considerado universalmente el inventor de la radio. En 1896, consiguió transmitir señales desde una distancia de 1,6 km. y registró su primera patente inglesa. En 1897 transmitió señales desde la costa hasta un barco a 29 km. en alta mar. Dos años más tarde logró establecer una comunicación comercial entre Inglaterra y Francia capaz de funcionar con independencia del estado del tiempo; a principios de 1901 consiguió enviar señales a más de 322 km. de distancia, y a finales de ese mismo año transmitió una carta entera de un lado a otro del océano Atlántico.

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales.

Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Ya no trata de una comunicación de cara a cara existe un medio para hacerlo que existe retroalimentación no lo discutimos. En la actualidad existen radios



que funcionan con un sistema digitalizado, Que es la nueva forma de transportar la señal radiofónica, que se conoce con las siglas anglosajonas D.A.B. (Digital Audio Broadcasting). La transmisión digital consigue un uso más eficiente del espectro radiofónico, al reducir a una sola frecuencia la cobertura nacional por cadena, lo que marca un punto y aparte en la historia de la radio.

Hasta ahora la señal analógica, que conocemos -tanto en AM como en FM- puede sufrir alteraciones en el transcurso de su ruta hasta el receptor. Sin embargo, el D.A.B. tiene una capacidad de eludir estas interferencias. La clave de la radio digital radica en el medio de transmitir la señal. Al ser comprimida en el espacio, donde antes cabía una sola frecuencia ahora puede ofrecerse hasta un total de seis.

1.4.3 LA TELEVISION

La historia del desarrollo de la televisión ha sido en esencia la historia de la búsqueda de un dispositivo adecuado para explorar imágenes. El primero fue el llamado disco Nipkow, patentado por el inventor alemán Paul Gottlieb Nipkow en 1884. Era un disco plano y circular que estaba perforado por una serie de pequeños agujeros dispuestos en forma de espiral partiendo desde el centro. Al hacer girar el disco delante del ojo, el agujero más alejado del centro exploraba una franja en la parte más alta de la imagen y así sucesivamente hasta explorar toda la imagen. Sin embargo, debido a su naturaleza mecánica el disco Nipkow no funcionaba eficazmente con tamaños grandes y altas velocidades de giro para conseguir una mejor definición. Los primeros dispositivos realmente satisfactorios para captar imágenes fueron el iconoscopio, descrito anteriormente, que fue inventado por el físico estadounidense de origen ruso Vladimir Kosma Zworykin en 1923, y el tubo disector de imágenes, inventado por el ingeniero de radio estadounidense Philo Taylor Farnsworth poco tiempo después. En 1926 el ingeniero escocés John Logie Baird inventó un sistema de televisión que incorporaba los rayos infrarrojos para captar imágenes en la oscuridad. Con la llegada de los tubos y los avances en la transmisión radiofónica y los circuitos electrónicos que se produjeron en los años posteriores a la I Guerra Mundial, los sistemas de televisión se convirtieron en una realidad. Las primeras emisiones públicas de



televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930². En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos el día 30 de abril de 1939, coincidiendo con la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó. De la misma Manera la TV se convirtió en digital o (DTV, de sus siglas en inglés: Digital TV) se refiere al conjunto de tecnologías de transmisión y recepción de imagen y sonido, a través de señales digitales. En contraste con la televisión tradicional, que codifica los datos de manera analógica, la televisión digital codifica sus señales de forma binaria, habilitando así la posibilidad de crear vías de retorno entre consumidor y productor de contenidos, abriendo la posibilidad de crear aplicaciones interactivas, y la capacidad de transmitir varias señales en un mismo canal asignado, gracias a la diversidad de formatos existentes. (Alicia Álvarez) “Historia de los medios de Comunicación” acceso 22 de Octubre de 2009.

1.5 IMPACTO SOCIAL DE LAS TECNOLOGÍAS

A través de Internet, teléfonos móviles, aparatos electrónicos (videojuegos) los profesionales del marketing pueden promocionar bienes y servicios a millones de potenciales clientes.

Aunque la interacción informática todavía está en su infancia, ha cambiado espectacularmente el mundo en que vivimos, eliminando las barreras del tiempo y la distancia y permitiendo a la gente compartir información y trabajar en colaboración. El avance hacia la “superautopista de la información” continuará a un ritmo cada vez más rápido. El contenido disponible crecerá

² En el año de 1954 un norteamericano de apellido Hartwell encontró un equipo abandonado en bodegas de General Electric en Syracuse, New York, y fue hasta 1959 que dichos equipos llegaron hasta Quito, asombrando con la nueva tecnología, en ese mismo año fue que la televisión pasa a manos de los protestantes, es ahí cuando la Unión Nacional de Periodistas lleva esos equipos a la HCJB, para realizar una feria celebrada en el Colegio Americano y ver la televisión en blanco y negro.



rápidamente, lo que hará más fácil que se pueda encontrar cualquier información en Internet. Las nuevas aplicaciones permiten realizar transacciones económicas de forma segura y proporcionan nuevas oportunidades para el comercio. Las nuevas tecnologías aumentarán la velocidad de transferencia de información, lo que hará posible la transferencia directa de “ocio a la carta”. Es posible que las actuales transmisiones de televisión generales se vean sustituidas por transmisiones específicas en las que cada hogar reciba una señal especialmente diseñada para los gustos de sus miembros, para que puedan ver lo que quieran en el momento que deseen. (Enciclopedia Encarta 2004)

El crecimiento explosivo de Internet ha hecho que se planteen importantes cuestiones relativas a la censura. El aumento de las páginas Web que contenían textos y gráficos en los que se denigraba a una minoría, se fomentaba el racismo o se exponía material pornográfico llevó a pedir que los suministradores de Internet cumplieran voluntariamente unos determinados criterios.

Los progresos de la ciencia han sido muy rápidos en los países desarrollados; en cambio, en los países subdesarrollados como el nuestro su adquisición es tan lenta que cada día la diferencia entre dos tipos de países se hace más grande. Dicho retraso contribuye a mantener e incluso a agravar la situación de dependencia de los países subdesarrollados con respecto a los desarrollados.

La ciencia ha llegado al punto de influir sobre la mentalidad de la humanidad. La sociedad de hoy no está cautiva en las condiciones pasadas o en las presentes, sino que se orienta hacia el futuro. La ciencia no es simplemente uno de los varios elementos que componen las fuerzas productivas, sino que ha pasado a ser un factor clave para el desarrollo social, que cala cada vez más a fondo en los diversos sectores de la vida. La ciencia trata de establecer verdades universales, un conocimiento común sobre el que exista un consenso y que se base en ideas e información cuya validez sea independiente de los individuos. Hay algo que pensamos que es de gran importancia resaltar y es que el papel de la ciencia en la sociedad es inseparable del papel de la tecnología.



Daniel Rodríguez sostiene que "el primer y más claro desafío de las telecomunicaciones consistirá en la universalización de las llamadas autopistas de la información, y en su funcionamiento a nivel práctico. Está claro que a las velocidades y costes actuales la red de redes no puede desarrollarse mucho más de lo que está ahora." (Rodríguez ,1999: 26)

La censura en Internet plantea muchas cuestiones. La mayoría de los servicios de la red no pueden vigilar y controlar constantemente lo que los usuarios exponen en Internet a través de sus servidores. A la hora de tratar con información procedente de otros países surgen problemas legales; incluso aunque fuera posible un control supranacional, habría que determinar unos criterios mundiales de comportamiento y ética.

La tecnología es creada por el hombre con el fin de satisfacer una necesidad, esta necesidad es la causa de la evolución de la tecnología. La tecnología se encuentra en una constante evolución y los objetos que no se adaptan simplemente desaparecen, es decir, a medida que las necesidades son mayores o digamos más complicadas se necesita crear un objeto que pueda llenar el vacío, el cual llega a reemplazar el anterior.



CAPITULO II



GENERALIDADES DE LA INTERNET

2.1 INICIOS

La historia de la computadora es muy interesante ya que muestra como el hombre logra producir las primeras herramientas para registrar los acontecimientos diarios desde el inicio de la civilización, cuando grupos empezaron a formar naciones y el comercio era ya medio de vida.

La evolución histórica del procesamiento de datos se divide en cuatro fases:

- 1.- Técnicas de registros
- 2.- Dispositivos de cálculo
- 3.- Programas de tarjetas perforadas
- 4.- Computadores electrónicos

Una computadora procesa datos. Las empresas desarrollan departamentos de procesamiento de datos (programación de computadoras), pues las computadoras procesan datos para producir información significativa. Los datos se construyen de hechos y cifras en bruto (sin procesar).

La información está constituida por los datos procesados; la información tiene significado, los datos no.

La computadora y sus programas llevan a cabo el procesamiento de la entrada; por lo tanto el programa convierte los datos en información útil.

Sus inicios

“La primera máquina de calcular mecánica, un precursor de la computadora digital, fue inventada en 1642 por el matemático francés Blaise Pascal. Aquel dispositivo utilizaba una serie de ruedas de diez dientes en las que cada uno de los dientes representaba un dígito del 0 al 9.” (Castells, 1996:18).

Las ruedas estaban conectadas de tal manera que podían sumarse números haciéndolas avanzar el número de dientes correcto. En 1670 el filósofo y matemático alemán Gottfried Wilhelm Leibniz perfeccionó esta máquina e inventó una que también podía multiplicar.



El inventor francés Joseph Marie Jacquard, al diseñar un telar automático, utilizó delgadas placas de madera perforadas para controlar el tejido utilizado en los diseños complejos. Durante la década de 1880 el estadístico estadounidense Herman Hollerith concibió la idea de utilizar tarjetas perforadas, similares a las placas de Jacquard, para procesar datos. Hollerith consiguió compilar la información estadística destinada al censo de población de 1890 de Estados Unidos mediante la utilización de un sistema que hacía pasar tarjetas perforadas sobre contactos eléctricos.

La máquina analítica

También en el siglo XIX el matemático e inventor británico Charles Babbage elaboró los principios de la computadora digital moderna. Inventó una serie de máquinas, como la máquina diferencial, diseñadas para solucionar problemas matemáticos complejos.

Muchos historiadores consideran a Babbage y a su socia, la matemática británica Augusta Ada Byron (1815-1852), hija del poeta inglés Lord Byron, como a los verdaderos inventores de la computadora digital moderna. La tecnología de aquella época no era capaz de trasladar a la práctica sus acertados conceptos; pero una de sus invenciones, la máquina analítica, ya tenía muchas de las características de una computadora moderna. Incluía una corriente, o flujo de entrada en forma de paquete de tarjetas perforadas, una memoria para guardar los datos, un procesador para las operaciones matemáticas y una impresora para hacer permanente el registro.

2.1.1 EVOLUCIÓN

Primeras computadoras

Las computadoras analógicas comenzaron a construirse a principios del siglo XX. Los primeros modelos realizaban los cálculos mediante ejes y engranajes giratorios. Con estas máquinas se evaluaban las aproximaciones numéricas de ecuaciones demasiado difíciles como para poder ser resueltas mediante otros métodos. Durante las dos guerras mundiales se utilizaron sistemas informáticos



analógicos, primero mecánicos y más tarde eléctricos, para predecir la trayectoria de los torpedos en los submarinos y para el manejo a distancia de las bombas en la aviación.

Computadoras electrónicas

Durante la II Guerra Mundial (1939-1945), un equipo de científicos y matemáticos que trabajaban en Bletchley Park, al norte de Londres, crearon lo que se consideró la primera computadora digital totalmente electrónico: el Colossus. Hacia diciembre de 1943 el Colossus, que incorporaba 1.500 válvulas o tubos de vacío, era ya operativo. Fue utilizado por el equipo dirigido por Alan Turing para descodificar los mensajes de radio cifrados de los alemanes. En 1939 y con independencia de este proyecto, John Atanasoff y Clifford Berry ya habían construido un prototipo de máquina electrónica en el Iowa State College (EEUU). “Este prototipo y las investigaciones posteriores se realizaron en el anonimato, y más tarde quedaron eclipsadas por el desarrollo del Calculador e integrador numérico digital electrónico (ENIAC) en 1945. El ENIAC, que según mostró la evidencia se basaba en gran medida en la ‘computadora’ Atanasoff-Berry (ABC, acrónimo de Electronic Numerical Integrator and Computer), obtuvo una patente que caducó en 1973, varias décadas más tarde.” (Gurben, 2000: 63)

El ENIAC contenía 18.000 válvulas de vacío y tenía una velocidad de varios cientos de multiplicaciones por minuto, pero su programa estaba conectado al procesador y debía ser modificado manualmente. Se construyó un sucesor del ENIAC con un almacenamiento de programa que estaba basado en los conceptos del matemático húngaro-estadounidense John von Neumann. Las instrucciones se almacenaban dentro de una llamada memoria, lo que liberaba la computadora de las limitaciones de velocidad del lector de cinta de papel durante la ejecución y permitía resolver problemas sin necesidad de volver a conectarse a la computadora.

A finales de la década de 1950 el uso del transistor en las computadoras marcó el advenimiento de elementos lógicos más pequeños, rápidos y versátiles de lo que permitían las máquinas con válvulas. Como los transistores utilizan mucha



menos energía y tienen una vida útil más prolongada, a su desarrollo se debió el nacimiento de máquinas más perfeccionadas, que fueron llamadas ordenadores o computadoras de segunda generación. Los componentes se hicieron más pequeños, así como los espacios entre ellos, por lo que la fabricación del sistema resultaba más barata.

Circuitos integrados

A finales de la década de 1960 apareció el circuito integrado (CI), que permitió la fabricación de varios transistores en un único sustrato de silicio en el que los cables de interconexión iban soldados. El circuito integrado permitió una posterior reducción del precio, el tamaño y los porcentajes de error. El microprocesador se convirtió en una realidad a mediados de la década de 1970, con la introducción del circuito de integración a gran escala (LSI, acrónimo de Large Scale Integrated) y, más tarde, con el circuito de integración a mayor escala (VLSI, acrónimo de Very Large Scale Integrated), con varios miles de transistores interconectados soldados sobre un único sustrato de silicio.

2.1.2 INTERNET EN LA ERA DE LAS COMUNICACIONES

Hace unos 50 años no habríamos imaginado jamás lo que hoy estamos viviendo en cuanto a comunicaciones. Para recibir una carta de un amigo que vivía en Europa, debíamos esperar por lo menos un mes; en cambio hoy, bastan unos cuantos segundos para tenerla en tu computadora y leerla. Esta es solo una de las ventajas que nos brinda Internet, una impresionante red que nos comunica con el mundo entero.

La Internet es una interconexión de redes informáticas que hace posible la comunicación directa entre cualquier computadora que se encuentre conectado y en cualquier parte del mundo. Es un conjunto de comunidades y tecnologías que satisface las necesidades básicas de toda la comunidad mundial, ya que es un mecanismo de propagación de información y de interacción con el resto de los habitantes de nuestro planeta. En la actualidad todos sabemos lo que es Internet; pero para muchos es un misterio el momento en que comenzó a



gestarse esta impresionante telaraña que hoy mantiene al mundo intercomunicado. A fines de los años cincuenta la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA), que se inició en el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, comenzó a investigar los campos de ciencia y tecnología militar. La idea era desarrollar un sistema militar de comunicaciones en red con el objetivo de interconectar computadoras que pudieran seguir funcionando aun después de un ataque bélico.

“Ya para 1962, uno de los responsables de este proyecto el Dr. J. C. R. Licklider, logró que esta tecnología llegara a las universidades, como una forma de mantener interconectadas a la mayoría de los centros de estudios superiores riel país. Más tarde, a fines de los años sesenta, se Negó a la teoría de que la interconexión de computadora es era posible a través de las redes telefónicas.” (Cietec, 2002:52)

En 1968, el Laboratorio Físico Nacional en Inglaterra estableció la primera red de prueba y fue presentado en la ARPA. De ahí en adelante la red se llamó Arpanet. El primer nodo de Arpanet fue la Universidad de California en Los Ángeles. Pronto le siguieron otros tres nodos: la Universidad de California en Santa Bárbara, el Instituto de Investigación de Stanford y la Universidad de Utah. Estos sitios (nodos) constituyeron la red original de cuatro nodos de Arpanet, que podían transferir datos en líneas de alta velocidad para compartir recursos informáticos.³

Los años siguientes

Durante los años setenta Arpanet ya había crecido bastante, alcanzando unos 15 nodos con 23 computadoras centrales o bosta. "En 1974 se estableció por primera vez el Transmission Control Protocol (TCP), creado por Vinton Cerf y Bob Kahn, que más tarde pasó a constituir el Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IPZ

(Boizard, 1996: 19)

³ En el Ecuador la primera Institución en proveer el acceso Internet fue Ecuonet, un modo de internet establecido en 1991 Corporacion Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom. Esta red forma parte de la Red mundial red mundial de Intitute for global Communications/ Alliance for progressive Communications, que provee este servicio a organizaciones no gubernamentales y de desarrollo



Esto es el inicio del correo electrónico, ya que TCP convierte los mensajes en paquetes de información que viajan a través de la red hasta llegar a su destino. IP, en cambio, maneja la dirección de cada uno de los mensajes.

En 1983, la parte militar de Arpanet se segmentó convirtiéndose en Milnet. En 1984 el número de servidores conectados ya había superado los mil; en 1987, ya eran 10.000, y Arpanet ya había sido bautizada como Internet.

En 1989, con 100 mil computadoras en línea, comienza una nueva era para las comunicaciones. Durante los años noventa todo cambia para el mundo; Internet comienza su comercialización y esta gran red empieza a crecer de manera extraordinaria, manteniendo a miles de personas en el mundo conectadas entre sí.

Cómo funciona Internet

Como ya dijimos, Internet es un conjunto de redes locales conectadas entre sí a través de una computadora determinado para cada red, más conocido como gateway. Las interconexiones entre este tipo de computadoras se realizan a través de distintas vías de comunicación, como líneas telefónicas, fibras ópticas, cable o enlaces por radio.

No todos los servicios proporcionados utilizan el mismo formato de dirección. Por ejemplo, podemos encontrarnos con el decimal con puntos, que más de alguna vez lo habrás visto en la pantalla de tu computadora (204.46.87.90); otro tipo de formato describe el nombre de la computadora de destino como: .com.net .edu

Sin embargo, las redes que son utilizadas fuera de Estados Unidos por lo general indican el país. Por ejemplo: pr (Puerto Rico) es (España), ar (Argentina)



2.1.3 LA WORLD WIDE WEB

Internet se hizo masivamente conocido con la creación de la World Wide Web (WWW), un sistema de información que integra todos los recursos a los que tiene acceso Internet en páginas de información. Esta función se basa en el hipertexto.

“La WWW (telaraña) permite, además, la creación de documentos hipertexto, de libros electrónicos, documentos de referencia, consulta, formación, soporte técnico, etc.,” (Doren, 2004: 50) lo que da la posibilidad de desarrollar aplicaciones de tipo interactivo sobre cualquier navegador (browser)⁴.

En general, podríamos decir que es una colección de ficheros, llamados páginas web, en las que podemos encontrar desde textos hasta imágenes, sonido y videos. Se le llama Web (telaraña) por las conexiones que se hacen entre los archivos que existen dentro de ella, que da la sensación de estar formando una gran telaraña de ligas entre los documentos publicados en Internet.

Internet más rápido

La limitación más importante de Internet es el tiempo que debe esperar el usuario para acceder a determinados contenidos. Pero gracias al aumento del ancho de banda en las conexiones esta situación ha cambiado, revolucionando la experiencia de navegar por Internet. Hoy contamos con la verdadera Internet: la Internet de alta velocidad o Internet de banda ancha. Existen dos tipos de tecnología consideradas banda ancha: el ADSL y el Cable Modem. El ADSL consiste en convertir el par de cobre de la línea telefónica de un sistema análogo a uno digital. La implementación del servicio es muy simple. Se instala un módem en la central de la empresa telefónica y otro en el domicilio del usuario. Y el Cable Modem utiliza la capacidad del cable de la televisión por cable para enviar información a gran velocidad. Además, por el mismo cable el

⁴ Browser: Un navegador o navegador web (del inglés, web browser) es un programa que permite ver la información que contiene una página web.



usuario puede ver televisión, hablar por teléfono y navegar en Internet a gran velocidad.

El ancho de banda de una red determina la cantidad de información que es posible transmitir en una unidad de tiempo determinada. Por ejemplo, bajar un MP3 que pesa alrededor de 5 Mb, en la Internet tradicional demora unos 25 minutos; en cambio, a través de la banda ancha este proceso no tarda más de 1 minuto.

2.2 INTERNET COMO PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

Originariamente Internet tenía un objetivo claro. Se navegaba en Internet para algo muy puntual: búsquedas de información, generalmente. Ahora quizás también, pero sin duda alguna hoy es más probable perderse en la red, debido al inmenso abanico de posibilidades que brinda la red. Hoy en día, la sensación que produce Internet es un ruido, una serie de una serie de interferencias, una explosión de ideas distintas, de personas diferentes, de pensamientos distintos de tantas y tantas posibilidades que, en ocasiones, puede resultar excesivo.

El hecho de que Internet haya aumentado tanto implica una mayor cantidad de relaciones virtuales entre personas. Conociendo este hecho y relacionándolo con la felicidad originada por las relaciones personales, es posible concluir que cuando una persona tenga una necesidad de conocimiento popular o de conocimiento no escrito en libros, puede recurrir a una fuente más acorde a su necesidad. Como ahora esta fuente es posible en Internet.

La Internet es hoy en día un despertar de intenciones que jamás antes la tecnología había logrado en la población mundial. "Para algunos usuarios internet genera una sensación de proximidad, empatía, comprensión y, a la vez, de desconcierto, discusión, lucha y peligros que los mismos usuarios consideran la vida misma" (Castells 2001, 93). Hoy es posible entender a la globalización como una serie de procesos multidireccionales y no simplemente como la internacionalización de culturas y mensajes que solían estar apartados unos respecto de otros. El ya citado Giddens recuerda cómo "la globalización presiona no sólo hacia arriba, sino también hacia abajo, creando nuevas



presiones para la autonomía local". En Internet entre otras formas de intercambio surgen nuevos modos de solidaridad, desde las cadenas de mensajes hasta la coordinación de protestas o adhesiones respecto de las más diversas causas. Y también aparecen nuevas formas de aislamiento, tanto entre las personas como entre las naciones.

Ahora en la actualidad, ya no existe la noticia, en el sentido de que en lugar de recibir la información de lo ocurrido en cualquier parte del mundo con minutos u horas de retraso, la gente presencia el acontecimiento en presente, viendo y oyendo lo que ocurre a cualquier distancia, justo en el momento que ocurre, a través del televisor o la computadora.

Como es de suponer, esa posibilidad de saber lo que ocurre en todo el mundo ha roto las barreras entre los pueblos, en condiciones tecnológicas tales que hasta se recibe la información acompañada de la sensación inquietante e inevitable de que los hechos han ocurrido espacialmente muy cerca.

Al hablar de globalización no podemos relacionar con el término homogenización entre continentes ni entre países ya que algunos de estos se han propuesto salir de la crisis en la que se han visto inmersos y lo han logrado; de esta manera se marca la diferencia en manifestaciones culturales, sociales políticas Y económicas. Mientras que en países tercer mundistas como el nuestro vivimos sometidos a la dependencia en todas las demostraciones del término global y cultural ya que de una u otra manera tratan de persuadirnos y llegar a nosotros con costumbres diversas y formas de hacernos cambiar de opinión.



2.3 RECEPCIÓN DE MENSAJES

La sociedad en la que vivimos hoy en día, la denominada Sociedad de la Información, se caracteriza, principalmente, por la globalización económica y cultural, continuos avances científicos y renovación del conocimiento, fin de la era industrial y nuevos procesos laborales, valor creciente de la información y el conocimiento, necesidad de formación continua y "aprender a aprender", cambios sociales: familia, multiculturalidad, etc.. La Información, cada vez más audiovisual, multimedia e hipertextual, se almacena, procesa y transporta sobre todo en formato digital a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (informática, telemática, multimedia, etc..).

Internet (la red de redes) nos ha proporcionado un potente canal de comunicación omnipresente e inmediato a nivel mundial, inmensas fuentes de información, así como una "ventana" a nuevas culturas, valores, comportamientos, influyendo de una forma excepcional en la cultura propia de cada región y en la visión del mundo, conllevando a una profunda transformación de las personas y organizaciones.

La Internet es el elemento más revolucionario de las TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, podría decirse que ha ejercido un papel muy decisivo en nuestra sociedad.

¿Cuál es el secreto para esta influencia tan decisiva? La respuesta es: supone que en cualquier momento y en cualquier lugar se puede acceder a la información que necesitamos en ese instante, de inmediato nos comunicamos con cualquier persona u organismo, difusión de datos a cualquier parte. Como que hiciera magia. Aparece un nuevo entorno de interrelación y comunicación, aparte del físico, el llamado "Ciberespacio" y con él la "Cibercultura". En este nuevo espacio se da una nueva forma de interacción, multiplicando y facilitando nuestras posibilidades de intercambio de información, así como una enorme y rápida capacidad de comunicación a nivel global. Se refuerza la sensación de pertenecer a una comunidad mundial. La sensación de manipulación aumenta entre las personas: no sólo está disponible la información para los ciudadanos sino que esta información aumenta a un ritmo



muy acelerado. Existe una "confusión" por un posible manejo de ideología y de valores.

Aunque nuestra capacidad para gestionar toda esta información es cada vez mayor gracias a las Tecnologías de Información y Comunicación, el enorme caudal de información y la rapidez con la que cambia es de difícil compatibilidad con el ritmo del pensamiento y comprensión de la naturaleza humana. Por tanto, es necesario poner de notoriedad los riesgos y repercusiones sociales que puede dar lugar este vertiginoso proceso. La afirmación: "Existe una enorme brecha entre nuestro sobredesarrollo tecnológico y nuestro subdesarrollo social" (Manuel Castells - 1997) es perfectamente aplicable aún hoy en día.

Pero si debemos rescatar las numerosas aportaciones de las Tecnologías de la información y Comunicación, podríamos destacar las siguientes:

- Acceso a todo tipo de información
- Proceso de Datos, de manera rápida y fiable
- Canales de comunicación inmediata.
- Automatización de tareas, interactividad
- Almacenamiento de grandes cantidades de información en soportes pequeños cómodos
- Digitalización de la información textual y audiovisual

2.4 EL INTERNET COMO MEDIO PARA VENDER IDEAS

La Internet se ha convertido en el medio más usado y de más alto crecimiento, en la historia, actualmente existen muchas empresas que obtienen dinero de la publicidad en la red, además este sistema ofrece muchas ventajas tanto para el usuario como para los anunciantes ya que en ella navegan muchas personas, pero el crecimiento o más bien la incorporación de ellas hacen que las calles de



lo que en principio era una pequeña ciudad llamada Internet se convierta en todo un planeta extremadamente conectado entre si y entre sus miembros.

"El comercio electrónico es la forma propia de Internet en el que se realiza la transacción económica, compra o venta, de forma ágil, rápida y directa entre comprador y vendedor, favorecida por la comodidad y facilidad de utilización por parte de los usuarios en Internet". (Dadha, 1992: 43-44)

La evolución de la informática y el fin del aislamiento del usuario que ha provocado Internet generan múltiples aplicaciones que corroboran el futuro de este medio. El comercio electrónico, el dinero electrónico, el monedero electrónico, son conceptos y términos que ya empiezan a ser reconocidos cotidianamente, y que poco a poco se irán intercalando en el uso y costumbres sociales y económicas.

Ventajas

Ofrecer servicios y productos. Digamos que el ofrecimiento de productos o servicios permite que el usuario de las redes de información, tenga acceso al máximo de información al producto o servicio elegido. Contacto directo con el cliente. Marketing personalizado dirigida según los gustos y características de los clientes. Aprovechar todos los puntos de venta posibles que representa cada ordenador que este conectado. Digamos que el simple hecho de tener un ordenador conectado a Internet, da la posibilidad a la empresa de ofrecer sus servicios o productos al usuario que esté interesado en ese momento.

2.4.1 EL LADO OSCURO DE INTERNET

La Internet se ha convertido en uno de los medios de transmisión de información más importantes, de hecho es el más importante a nivel mundial, es por ello, que se hace necesario concientizar a la población sobre las ventajas y desventajas que el uso del Internet puede tener en sus diversas incursiones dentro de la vida y sociedad Han surgido como consecuencia del uso cada vez más amplio del Internet, una serie de nuevos problemas, tales como la adicción, el abandono de otras formas de entretenimiento, la



abstracción total del medio ambiente que rodea a quienes se encuentran "navegando", así como algunos problemas de salud derivados del uso excesivo de Internet:

Ha surgido también una nueva ventana al mundo capaz de mostrar en un solo monitor toda la información que se encuentra almacenada en los servidores, la cual crece y se actualiza día con día proporcionando un cúmulo de información en su mayor parte gratuita, y de libre acceso que tiene beneficios en todos los niveles de la educación y la investigación., lo cual es de mucha importancia por su aportación a dichas áreas. Otra de las características del Internet es la capacidad de transferencia de información en tiempo real, lo cual es utilizado por las personas que tienen familiares en lugares a grandes distancias; el Internet permite la comunicación más económica y segura de dichas personas.

Todo lo anterior tiene repercusiones tanto positivas como negativas, las cuales deben ser conocidas por los usuarios de este importante medio. Dadas las características de la Internet, tales como la economía, el anonimato, y el fácil acceso, este ultimo cada día creciente se han propiciado problemas de dependencia psicológica y alteraciones de la conducta que conllevan al individuo a abstraerse de la realidad física que lo rodea para introducirse en una sociedad "virtual" que minimiza el contacto físico, incluso lo anula, dando lugar a alteraciones en la conducta del individuo, por ejemplo, la depresión producida por la soledad, que lleva a la persona a estar frente al monitor durante horas haciéndolo aun mas deprimido y solitario.

El Internet surgió como una herramienta del gobierno para compartir información y tener acceso a ella de manera remota, posteriormente surgieron aplicaciones tales como la publicación de información de interés general, las salas de chat, el correo electrónico, la publicidad, los servicios para adultos , etc. La mayor parte de estas nuevas aplicaciones tienen un fin positivo, o por lo menos inofensivo, sin embargo, está el hecho latente de que los usuarios se exceden en el uso de todas esas prestaciones, haciendo del Internet un arma de doble filo.



2.4.2 INFORMARSE FRENTE A UNA PANTALLA

El estar conectado ya no tiene que ver solo con estar frente a la pantalla de; computador. Podríamos estarlo fuera de la oficina, desde cualquier café con nuestro notebook usufructuando de una wi-fi ajena o simplemente a través de nuestro celular.

Vivimos un proceso de transición hacia una era en la que todos estaremos conectados de forma permanente. “La masificación de los notebooks (laptops) en remplazo de los computadores, la aparición de una banda ancha móvil cada vez mas accesible para todos y la constante actualización de nuevos y modernos celulares van empujando este periodo de transición del cambio del concepto de conectividad.” (Freile, 1985: 41)

La locura colectiva de la llegada del Iphone no tiene solo que ver con la posibilidad de acceder a un súper aparato sino que también con la posibilidad de tener a la mano una mejor conexión a Internet, una pantalla con buenísima resolución y un buen tamaño para navegar. Muchas mejoras que tienen que ver con que el teléfono se parezca cada vez más a un computador.

Además la llegada del 3G, denominación de la banda ancha móvil, es el principal responsable del acceso a Internet y las aplicaciones multimedia en la telefonía móvil. Significa poder tener la misma experiencia que se tiene en la casa u oficina con las redes de banda ancha pero esta vez a través de un aparato celular.

Por eso es de esperar pronto que tengamos acceso a televisión de alta calidad o descargar música a grandes velocidades. El éxito de todas las grandes redes sociales de Internet ha sido encontrar la manera de crear objetos sociales de uno u otro tipo. Esta vez la cercanía de estas redes con las plataformas móviles o más bien con los usuarios móviles es que ya comienzan a aparecer algunas aplicaciones sociales.

- Es posible la creación y descarga de software libre, por sus herramientas colaborativas.
- La computadora se actualiza periódicamente más fácil.



- Es posible encontrar soporte técnico de toda clase sobre alguna herramienta o proceso.
- El seguimiento de la información a tiempo real es posible a través del Internet.
- Y es posible compartir muchas cosas personales o conocimientos que a otro le puede servir, y de esa manera, se vuelve bien provechoso.

Desventajas

- Así como es de factible encontrar información buena, es posible encontrar de la misma forma información mala, desagradable (pornografía, violencia explícita, terrorismo) que puede afectar especialmente a los menores.
- Genera una gran dependencia o vicio del internet, descuidando muchas cosas personales o laborales.
- Hace que los estudiantes se esfuercen menos en hacer sus tareas, debido a la mala práctica del copiar y pegar.
- Dependencia de procesos. Si hay un corte de internet, hay muchos procesos que se quedan detenidos por esa dependencia.
- Dependencia de energía eléctrica. Si hay un corte de energía en la casa, adiós internet (no es el caso de la telefonía convencional).
- Hace que surjan otros males tales como spam, el malware, la proliferación de los virus, etc.⁵

Así como todo, hay cosas buenas y cosas malas, así hay que saber equilibrar nuestro uso del internet para que sea provechoso en nuestras vidas.

⁵ "SPAM", es un software que tiene como objetivo perjudicar en el sistema de la computadora sin el conocimiento de su dueño, con finalidades muy diversas, ya que en esta categoría encontramos desde un troyano a un spyware. (Enciclopedia virtual wikipedia)
Malware, es un software que tiene como objetivo infiltrarse en el sistema y dañar la computadora sin el conocimiento de su dueño con finalidades muy diversas, ya que en esta categoría encontramos desde un troyano a un spyware. (Enciclopedia Virtual Wikipedia)



2.4.3 PUBLICIDAD SUBLIMINAL

La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de comunicación como objeto de persuadir a las personas

Lo subliminal: La palabra "subliminal" viene del latín Sub: "por debajo de", y limen: "umbral". Hace referencia a aquellos estímulos que no alcanzan la intensidad necesaria (intensidad liminal o umbral) para ser percibidos o diferenciados de forma consciente, pero que pueden producir respuestas semejantes a las de un estímulo similar, y cuya intensidad sea superior al umbral.

Se ha llegado a la conclusión que nuestros procesos mentales están divididos en dos grandes áreas: el Consciente y el Subconsciente o Inconsciente:

El Consciente: Es nuestra mente racional, la mente que cuestiona, analiza. Los estímulos sensoriales que el consciente capta, están en un plano finito. Solamente ciertos rangos visuales, auditivos, del tacto y del olfato son procesados por el consciente. Fuera de ellos, la totalidad de los restantes estímulos son procesados por nuestra otra mente. Este está integrado por procesos mentales cuya presencia advertimos. Es capaz de analizar, criticar, modificar, aceptar o rechazar las propuestas que recibe desde afuera.

El Subconsciente o Inconsciente: Es la otra parte de nuestra mente, la que nos domina sin saberlo. Muchas cosas que hemos percibido por años (aunque nosotros no lo recordemos), se encuentran en nuestro inconsciente. Vivencias, momentos agradables y desagradables, sonidos, sabores, visiones, etc. Percepciones de rangos finitos e infinitos son procesadas por el inconsciente. Este está constituida por un conjunto dinámico de deseos, sentimientos e impulsos fuera del campo de nuestra percepción consciente.

Es claro para todos que para lanzar mensajes contrarios a la moralidad cristiana no hacen falta técnicas subliminales, sólo basta con encender la televisión, la radio, la computadora que esté conectada a Internet, o acudir al cine, en fin, todos los medios de comunicación masiva y otros menores, para



encontramos con mensajes claros, evidentes y entendibles por cualquiera que tenga uso de razón.

Mensajes Subliminales: Un mensaje subliminal es un estímulo que ha sido diseñado para programar la mente humana a través de la percepción no consciente. Los mensajes subliminales buscan llegar al subconsciente para programarlo a través de estímulos que apelan al sexo y a la muerte por el impacto emocional que estos provocan. También se utilizan complementos, es decir, estímulos que no apelan ni a la muerte ni a lo sexual pero que responden a los intereses de quienes están manipulando con fines comerciales el mecanismo más íntimo, profundo y complicado del sistema nervioso humano.

A muchas personas se les hace difícil aceptar la posibilidad de ser manipulados por el subconsciente precisamente por que el estímulo no se ve, si este se viera, dejaría de ser subliminal. Ejemplos de este tipo de estímulo: sobran mujeres semi desnudas ofreciendo con sensualidad una bebida alcohólica, jóvenes que se besan con pasión luego de haberse lavado la boca con pasta dental, mujeres que alcanzan experiencias totalmente orgásmicas mientras se lavan el pelo con Herbal Essence shampoo, etc. Ese tipo de publicidad esta dirigida a la mente consciente, se puede ver y si no es agradable se puede rechazar. En cambio, la publicidad subliminal apunta sus cañones al subconsciente. Por eso no se ve, porque es una trampa mental y el éxito de cualquier trampa, no importa el modelo, radica en su capacidad de pasar inadvertida por la presa. La efectividad de los mensajes subliminales ha sido tema de discusión por más de cuatro décadas. Algunos profesionales de la conducta humana aseguran que los estímulos ocultos dentro de la publicidad y la música tienen muy poco o ningún efecto en los individuos. Otros, en cambio, señalan esa práctica como una de orden inmoral, atrevida y peligrosa para la sociedad.

Estos estímulos deben tener algún efecto sobre el comportamiento humano pues es lógico pensar que los encargados de mercadear un producto estén pagando por una forma de publicidad que no funciona y basados en esa premisa. Los mensajes subliminales no determinan el comportamiento del consumidor, pero lo pueden influenciar. Cuánto puedan influenciar depende de



cada uno de las personas, a mayor conciencia menor posibilidad de manipulación. Sabemos que al hablar de mensajes subliminales, nos referimos a un tipo de mensaje que está adjuntado a otro, pero lo está de manera tan escondida, difusa o rápida, que se escapa de nuestro nivel de percepción consciente, pero sí es captado por nuestro intelecto subconsciente. En cada una de las formas de comunicación existen diferentes técnicas a aplicar, las cuales difieren una de otras por la calidad del medio, pero sus efectos siempre convergen a lo mismo.

La razón de la consecución de los efectos subliminales está sujeta a la parte organizativa del cerebro responsable de la conciencia. Parece que la sensibilidad del ojo y del oído se incrementa a nivel del cerebro; la audición subliminal existe cien puntos a nivel por encima de cualquier débil sonido susceptible de ser captado por el oído.

Naturalmente, el problema con experiencias de esta naturaleza, es el de cuantificar la captación de mensajes invisibles e inaudibles. El único método que se puede utilizar es el de la estadística.

Algunas personas se preguntan porque si no los vemos actúan en nosotros, la respuesta es sencilla, por ejemplo:

La mayoría de nosotros conoce los famosos cuadros tridimensionales (3D), las personas pueden ver los dibujos ocultos como otras personas que se quedan horas intentando observar algo no logran ver nada (esto no depende nunca del grado de inteligencia de la persona). Pero hay algo particular en las personas que no logran ver nada, el dibujo interno le queda grabado en el subconsciente. De esta manera actúan los mensajes subliminales entran en nosotros sin damos cuenta.

Mensajes subliminales en Internet: En Internet también hay publicidad subliminal, este es el "lugar" más grande del mundo para exponer millones de anuncios de todo tipo. Se puede decir que también Internet está plagada de anuncios relacionados con sexo. Haciendo un paréntesis, cabe señalar que la industria de los servicios para adultos y la pornografía por Internet es una de las de mayor crecimiento. Muchas páginas han empezado a utilizar textos



escondidos en las páginas para anunciarse, esto se llama Word Spamming (una especie de SPAM), y consiste en llenar la parte inferior de una página con cientos de palabras del mismo color del fondo relacionadas al sexo (imperceptibles para quien no use su mouse), para que al momento de que un individuo realice una búsqueda en un sistema de búsqueda por Internet, encuentre con mayor facilidad esa página. Esta práctica ya es rechazada por muchos sistemas de búsqueda.



CAPITULO III



USOS QUE LOS JOVENES HACEN DE LA INTERNET

3.1 LA INTERNET COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

Para muchos la Internet se ha convertido en una herramienta cada vez más accesible y fácil para encontrar cualquier tipo de información que se requiera. Internet empezó siendo una mera fuente de información, sin embargo, la evolución sufrida por la Red, le ha llevado a tener entidad propia entre otros medios de comunicación informática. Con más de 200 millones de usuarios en todo el mundo, Internet se ha convertido en el medio de comunicación más extendido en toda la historia de la humanidad pasando por la prensa, radio y la televisión que en sus inicios tuvieron igual aceptación. Está bien llamada Red de redes, permite establecer la cooperación y colaboración entre gran número de comunidades y grupos de interés por temas específicos, distribuidos por todo el planeta. A través de ella es posible encontrar toda clase de software para una gran variedad de computadoras y sistemas operativos, pueden consultarse los catálogos de las bibliotecas más importantes del mundo, acceder a bases de datos con los temas más diversos y transferir copias de los documentos encontrados, es posible visualizar y copiar archivos de imágenes con fotografías de todo tipo o reproducciones de cuadros, pueden hacerse cosas como conversar en tiempo real dos o más personas, separadas por miles de kilómetros de distancia.

Sin duda alguna la sociedad en general se ha visto influenciada de alguna u otra forma por el uso de Internet⁶.

Las diferentes instituciones y organizaciones de la sociedad como la religión, la educación, el comercio, las finanzas, etc, han tenido que cambiar sus esquemas tradicionales para adaptarse a la actual era de la información. Se ha

⁶ El caso de un adolescente que mato a su familia conmociono a España y al mundo entero. Los primeros indicios muestran que la mente del joven estaba fuertemente influenciada por un juego de ordenador en que el personaje virtual se parecía mucho a él, con la única diferencia de que era huérfano. En primera instancia y sin más detalles se culpabilizó al juego; los especialistas matizaron el juicio al asegurar que se trato de la respuesta a un conjunto de factores familiares, sociales y culturales, aunque no destacaron la influencia que pudo llegar a tener el videojuego.



vuelto cotidiano el uso de los servicios que brinda la Internet.

No sólo se han creado nuevos métodos de enseñanza (como la educación a distancia en tiempo real) sino que han cambiado los métodos de investigación y de recolección de datos. Actualmente la mayoría de los estudiantes y los profesores de nivel secundario y superior buscan información en Internet antes que ir a una biblioteca o a una librería. Entre muchas de las ventajas de utilizar la red de redes para estos fines están: la rapidez con que se puede encontrar la información; la gran cantidad de datos que se pueden conseguir acerca de un mismo tema de interés; el bajo costo que significa el no tener que comprar determinado libro.

Sin embargo, muchos profesores y demás profesionales de la educación consideran que esta nueva modalidad de recolectar datos es perjudicial para el aprendizaje de los estudiantes, pues se les hace muy fácil copiar trabajos enteros, donde todo está hecho y sólo tienen que hacer pocas modificaciones. Y así, según esta premisa, el estudiante sólo se limita a "copiar y pegar" trozos de texto sin haber asimilado ningún tipo de conocimiento. Esta investigación propone demostrar que lejos de perjudicar al estudiante, el uso de Internet como fuente de información enriquece de una manera efectiva sus conocimientos y motiva aún más su creatividad. (Internet. www.monografias.com. Acceso 10 de Enero de 2010).

Las comunicaciones informativas de este potente medio de comunicación han rebasado fronteras permitiendo informarse, entremeterse y educarse tres aspectos muy importantes para el desarrollo de una persona. Mucho se ha dicho que la Internet es un nuevo medio por excelencia de comunicación y más aun de servicio de información. El deseo de conectarse a la red elevó la cantidad de venta de computadoras en América Latina y de hecho nuestro país no fue la excepción con un incremento en 1997 de un 20% según la Superintendencia de Telecomunicaciones. Una investigación hecha por Microsoft reveló que los estudiantes prefieren buscar información navegando antes que usar un CD – ROM, aunque de esta manera les tome más tiempo realizarla.

Internet se presenta como un vasto supermercado bien surtido de información,



miles de bases de datos están a nuestra disposición solo con dar un clic sin ni siquiera saber de dónde proviene esta información. Por otro lado, es posible distinguir algunos perfiles entre los usuarios: los que navegan buscando información seleccionada y precisa de fuentes confiables y verificables para sus trabajos, los que buscan entretenimiento en este grupo se encuentran en un gran porcentaje adolescentes y jóvenes de edades comprendidas entre los 14 y 22 años, y los que buscan servicios básicos de Internet como son el correo electrónico, buscadores y los portales estos los veremos con claridad y profundidad más adelante. El navegante promedio se conecta 12, 5 horas por semana. Curiosamente se ha establecido ya un retrato genérico del navegante prototipo: es hombre (más del 70% de los navegantes lo son), establecidas como personas ansiosas según la descripción hecha por la consultora Price Water House Coopers, con un perfil de vida relativamente alto. Los jóvenes son un poco más rápidos hacen zapping, es decir saltan de un lado para el otro en la red, no son muy curiosos no tienen paciencia. Por otro lado están los más grandes los capos existe dos sectores: los verdaderos cibernautas, que están desde que esto empezó, y los que tuvieron que conectarse por motivos profesionales, y encontraron una herramienta profesional superando la barrera del miedo y la tecnología; determina la empresa consultora.

Volviendo a la temática de la Internet como fuente de información se afirmarían que para acceder a todas las bases de datos no solo se requiere el prender el computador, este debe estar conectado a la telaraña mundial mediante diferentes aparatos técnicos de la actualidad como por ejemplo la banda ancha, el cable telefónico, el sistema de wireless⁷, etc. que permiten compartir información, así como también algunos software instalados en el ordenador.

María Rubio Lacoba nos ofrece en el libro *Teoría y Práctica de la Documentación Informativa* algunas pistas para poder identificar lo que puede ser considerado como fuente, o no, en Internet.

La autoría de la información. Se dan muchos casos en los que se

⁷ Se denomina Wireless a las comunicaciones inalámbricas, en las que se utilizan modulación de ondas electromagnéticas, radiaciones o medios ópticos. Estas se propagan por el espacio vacío sin medio físico que comunique cada uno de los extremos de la transmisión.



recupera información que no puede ser atribuida a ninguna persona o institución ya que no viene firmada. En la Internet, cualquiera puede producir información pero el hecho de que se encuentre en la Red no quiere decir que pueda considerarse como una fuente válida. Por ello, debemos de escoger aquellas fuentes que, por su trayectoria analógica o digital, ya vengán avaladas con cierto prestigio o reconocimiento.

La caducidad de la información. Si la presencia en la Red de muchas de las informaciones no viene firmada, deberíamos preguntarnos cuántas de ellas vienen identificadas. La fecha de cualquier documento es imprescindible para conocer el grado de actualidad o de la actualización de los datos que ofrece. Sin embargo, en la Red muchas informaciones no poseen fecha de publicación, por lo que debemos ser cautelosos a la hora de recoger sus datos.

Información – Conocimiento. El propio hecho de la existencia de cierta información sobre un tema no quiere decir que sea convenientemente aprovechada. Su peso específico lo otorga el uso, la gestión, la explicación en unas coordenadas – espacio temporales que hagamos de ella, de hecho, la información malentendida puede degenerar en justamente lo contrario en la desinformación.

El ruido documental. Ante la cantidad de información que se genera a cada segundo en Internet, no es infrecuente que a la hora de recuperar documentos nos topemos con algunos que nos resultan completamente irrelevantes o poco ajustados a nuestras necesidades informativas. Estos documentos son los que se denominan *ruido documental*, dependiendo de la cantidad de ruido que recuperemos deberemos plantearnos nuestras estrategias informativas y las fuentes de información que estamos utilizando.

En la actualidad existen un número considerado de buscadores de información que además prestan otros servicios gratuitos como correo electrónico, menseger, traductores, Chat, y otros, entre los más utilizados en

Latinoamérica tenemos:



- Google
- Yahoo
- Alta Vista
- Lycos
- WebCrawler
- Excite

Google Inc. es la empresa propietaria de la marca Google, cuyo principal producto es el motor de búsqueda del mismo nombre. Fue fundada el 4 de septiembre de 1998 por Larry Page y Sergey Brin (dos estudiantes de doctorado en Ciencias de la Computación de la Universidad de Stanford).

Actualmente Google está trabajando en nuevos proyectos como el PC de 100 dólares, un nuevo sistema operativo, Google Docs & Spreadsheets, colaboración y promoción de aplicaciones de software libre como Firefox, instalación de varias redes inalámbricas gratuitas, desarrollo de un sistema de protocolo abierto de comunicación por voz entre otros. Además se especula que estaría trabajando en el desarrollo de un "Google Office" y una red global de fibra óptica. (Tomado de la página [www. wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) Acceso 20 de Enero de 2010)

Yahoo Inc. es una empresa global de medios con sede en Estados Unidos, cuya misión es "ser el servicio global de Internet más esencial para consumidores y negocios". Posee un portal de Internet, un directorio Web y una serie de servicios, incluido el popular correo electrónico Yahoo!. Fue fundada en enero de 1994 por dos estudiantes de postgrado de la Universidad de Stanford, Jerry Yang y David Filo. Yahoo se constituyó como empresa el 2 de marzo de 1995 y comenzó a cotizar en bolsa el 12 de abril de 1996. La empresa tiene su sede corporativa en Sunnyvale, California, Estados Unidos.

Alta vista Es un buscador pionero, destaca por su rapidez de respuesta en devolver los resultados de la búsqueda. Contiene una gran base de datos de documentos Web pero ello nos exige que acotemos bien nuestras búsquedas. Tiene la opción de búsqueda avanzada y siempre nos permite elegir el idioma. Posee muchas facilidades para ajustar la búsqueda en la opción de búsqueda avanzada. Podemos elegir entre castellano, inglés, italiano, francés, catalán,



etc. Su principal función es la de traducir palabras o textos e incluso páginas completas de la Web.

Entre las bibliotecas virtuales la más utilizada en diferentes idiomas tenemos:

Wikipedia es un proyecto de la Fundación Wikimedia (una organización sin ánimo de lucro) para construir una enciclopedia libre y políglota. Los más de 14 millones de artículos de Wikipedia han sido redactados conjuntamente por voluntarios de todo el mundo, y prácticamente todos pueden ser editados por cualquier persona que pueda acceder a Wikipedia. Iniciada en enero de 2001 por Jimmy Wales y Larry Sanger, es actualmente la mayor y más popular obra de consulta en Internet.



3.2 OCIO Y ENTRETENIMIENTO

“Ocio, tiempo libre o tiempo no utilizado para el trabajo. Se trata de distinguir entre trabajo y ocio. Desde el punto de vista histórico, el ocio se ha asociado con el estilo de vida de la aristocracia, mientras que el resto de la población no podía disfrutar de él porque tenía que trabajar para subsistir. De hecho, y según el protestantismo, el objeto de la vida es glorificar a Dios por medio del trabajo. Paradójicamente, el crecimiento económico se ha explicado en parte como resultado de una mayor aceptación del protestantismo, y hoy es justamente en estos países donde la gente dispone de más tiempo libre para el ocio al ser más ricos y tener mayores ingresos”. Encarta 2004

Según esta cita que nos presenta Encarta tanto el ocio como el entrenamiento es parte de la humanidad desde algunos años por no decir desde que el hombre se autocalificó como un ser social capaz de organizar sus actividades y el tiempo que dispone. Se dice que en la actualidad vivimos en un mundo lleno de trabajo, estudios y ocupaciones gastamos la mayoría del tiempo en actividades productivas para poder sobrevivir; pero al parecer todavía nos damos un tiempo para ocuparlo en entretenimiento especialmente en los medios de comunicación colectiva como son la televisión y más aun la Internet donde encontramos un sin número de alternativas para divertirnos. Muchos utilizan la Internet para descargar música, películas y otros trabajos. Hay fuentes que cobran por su uso y otras gratuitas, usando los servidores centralizados y distribuidos. Otros utilizan la red para tener acceso a las noticias y el estado del tiempo.

La mensajería instantánea o chat y el correo electrónico son algunos de los servicios de uso más extendido. En muchas ocasiones los proveedores de dichos servicios brindan a sus afiliados servicios adicionales como la creación de espacios y perfiles públicos en donde los internautas tienen la posibilidad de colocar en la red fotografías y comentarios personales. Se especula actualmente si tales sistemas de comunicación fomentan o restringen el contacto de persona a persona entre los seres humanos.

En tiempos más recientes han cobrado auge portales como YouTube, en donde los usuarios pueden tener acceso a una gran variedad de videos sobre



prácticamente cualquier tema. La pornografía representa buena parte del tráfico en internet, siendo a menudo un aspecto controvertido de la red por las implicaciones morales que le acompañan. Proporciona a menudo una fuente significativa del rédito de publicidad para otros sitios y ganancias económicas significativas.

3.2.1 EL E – MAIL

Pocas personas en la actualidad utilizan el servicio de correos tradicionales para recibir cartas y telegramas aparte del tiempo que se demoraba en llegar al destinatario tenía un costo. En la actualidad existe el e-mail, es la herramienta básica y más popular en las redes de cómputo y, por extensión en la Internet como la red de redes. Esto se debe a su capacidad de generar, codificar y enviar mensajes en forma de texto de una computadora a otra a cualquier distancia, sin necesidad de que la receptora este encendida y esperando el mensaje. Si se desea, el mensaje recibido puede entonces sólo leerse y responderse o manejarse como un archivo de texto para editarse, imprimirse, agregarse a otros textos, archivarse, etc., (Martínez, 1997 : 31). Si agregamos en que todo lo anterior se realiza en un tiempo que la mayoría de las veces no excede de algunos segundos o unos pocos minutos, se comprende la idea de instantaneidad que generalmente se tiene acerca del e-mail y su creciente popularidad. El correo electrónico de todos los servicios que presta la red es el más usado después de los buscadores, es la abreviación del inglés de “electronic mail” a correo electrónico, en español.

Haciendo un poco de historia en 1971, Ray Tomlinson probó su recién terminado proyecto al enviarse a sí mismo un correo que expresaba “probado 1-2-3 “. Ese fue el primer e-mail, posteriormente socializo por ARPANET que en principio conectaba a las personas por un intercambio relativamente rápido de mensajes electrónicos. Una magnifica cualidad respecto del correo tradicional es que las cartas virtuales pueden cruzar colosales distancias en unos cuantos segundos sin intervención de terceros; el remitente consiga su mensaje al servidor y este automáticamente es despachado al servidor del destinatario (Yahoo, Hotmail, Google, entre otros) los mismos que prestan el servicio completamente gratis.



La persona al que se le envié el mensaje no tiene que estar en su ordenador, ni siquiera precisa encenderlo. Funciona bajo el mecanismo almacenaje – reenvió. Los mensajes quedan acumulados en la oficina electrónica a manera de archivos o como aparece como bandeja de entrada de correo de su proveedor y son transferidos al computador desde el que decida conectarse. He aquí otra apreciación. Si una persona cambia de residencia ya no recibirá correspondencia lo más probable es que dejen en su antigua casilla. En este caso el cyber buzón toma el paso de ventaja. Se puede recoger el correo electrónico si sale de viaje incluso en el aire.

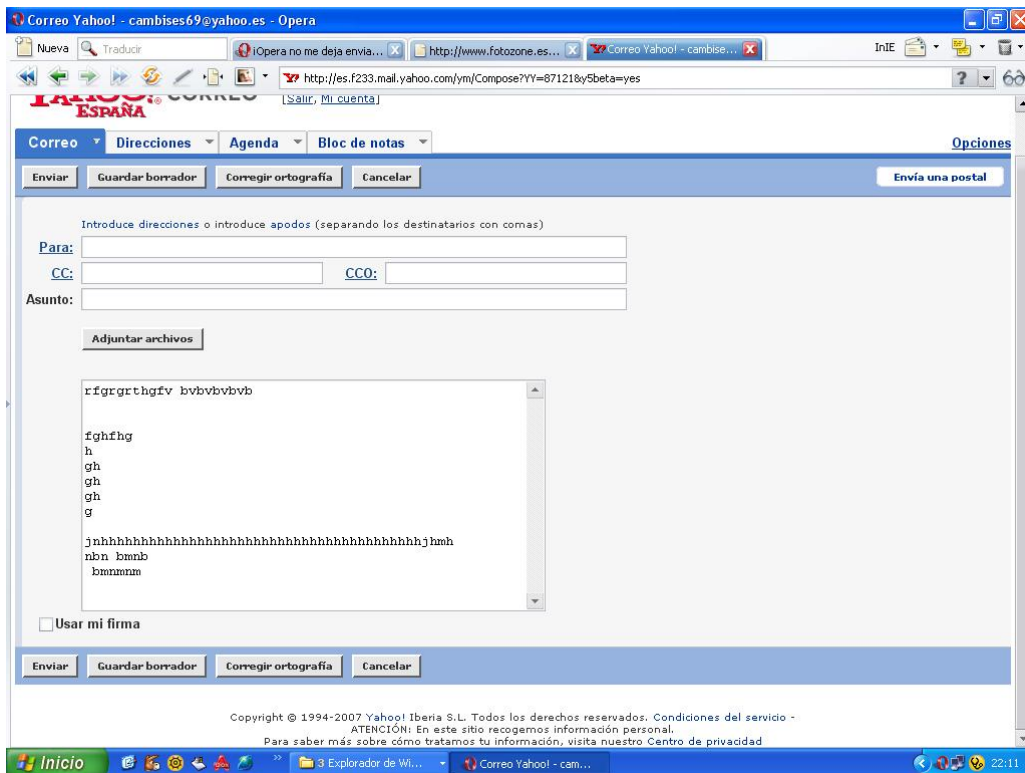
Cada usuario de e-mail dispone de su casilla virtual propia, privada, alojada en el servidor de su proveedor de conexión, con el que puede redactar, enviar, recibir, contestar cartas electrónicas a usuarios situados en cualquier otro lugar. Para este efecto tiene asignado nombre o dirección única en la red. Una dirección electrónica se forma por un prefijo que identifica a la persona, nombre que, por lo regular, el propio usuario adopto. Por la característica de unicidad, si consta otra persona que ya eligió esa identificación se le pide al usuario asignar otro nombre o agregar números. Le sigue el carácter @ (arroba) que, es una convención adaptada para dar estándar al correo. El sufijo que continúa identificara a la empresa para la que trabaja el usuario, organización a la que representa, o a su proveedor de conexión a la Internet, que, habitualmente, tiene en adición la extensión de dominio, según la categoría en que se inscriba (com, net, org) y el país en que se sitúa (es, ec por citar algunos). Bajo ese modelo por ejemplo tenemos: yesenia_89@yahoo.ec en este caso la compañía proveedora es Yahoo.

Utilizando el correo electrónico se transporta en general cualquier tipo de información digitalizada, documentos, graficas, sonidos, videos. El mensaje que se envía puede contener algo más que texto. Junto a lo que sería una carta habitual, puede adjuntarse un archivo de cualquier tipo. Por este medio se puede enviar a otro usuario con cuenta de correo hojas de trabajo adjuntas del tipo: hojas de cálculo Excel, textos Word, imágenes JPG, gráficos, aplicaciones, animaciones, presentaciones en diapositivas, videos.

Otro servicio que funciona por correo electrónico es el de listas de correo entre



grupos que comparten un interés especial (aficiones o proyectos comunes) son grupos de usuarios cuyos participantes comparten opiniones e información a través de correo consulta sobre infinidad de temas, acceso a librerías de software, participan en juegos de estrategia o discusión con otros usuarios, resumen las noticias de la prensa local, etc. El e-mail también ha sido utilizado para establecer relaciones de carácter sentimental, tal es así, que existen parejas que pasan entre seis y diez horas al día escribiendo, hablando y leyendo mensajes de correo electrónico de su amante virtual, a quien en algunos casos se lo conoció en alguna sal de Chat. Según Esther Gwinneil la relación con la ciberpareja puede ser más estimulante que la rutina monótona que se mantiene con el marido o la esposa, de modo que ya se han producido varios divorcios sustentados en la acusación de adulterio virtual; por no mencionar que han existido parejas que han roto porque uno de los cónyuges se ha enamorado a través de la web y ha ido a un encuentro 3D.



Gráfico

tomado

de:

www.my.opera.com/community/forums/topic.dml?id=172634

3.3 REDES SOCIALES

Ha pasado algunos años desde que la sociedad industrial tuviera protagonismo en el convivir diario de los individuos por más de un siglo, de la misma manera de cómo se comportó esta sociedad en ese tiempo así la sociedad red es una estructura social dominante del planeta en donde no todos tienen acceso es una forma de dominación social entre grupos, la que va absorbiendo poco a poco otras formas de ser y de existir, eso en sí mismo como afirman algunos autores como Imma Tubella “no es bueno ni malo el problema es sus consecuencias la historia nos ha mostrado ejemplos” (Tubella 2007: 17)

Según Manuel Castells una sociedad red es una estructura social que está compuesta de redes estas a la vez están potenciadas por tecnologías de información y comunicación basadas en su totalidad por la microelectrónica, entonces una red es un conjunto de nodos interconectados los unos a los otros a manera de una telaraña de aquí se podría afirmar que: las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. (Castells, 1999: 74).



Grafico tomado de: www.syste21.wordpress.com

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



controlado y se va construyendo obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta (imágenes, textos, videos etc.) cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo. La red no es lo mismo si uno de sus miembros deja de ser parte.

Existe más de una decena de sitios web que prestan este servicio no solo a jóvenes y adolescentes, es un espacio red que está abierto para grandes y chicos

Digamos de entrada que la sociedad red sólo ha podido desarrollarse a partir de un nuevo sistema tecnológico, no es esta tecnología lo que ha determinado el nacimiento y desarrollo de esta nueva forma de sociedad, pero vale aclarar que sin que sin tecnología no hubiera podido construirse la llamada sociedad red. Aunque las tecnologías electrónicas de información y comunicación, como todas los sucesos tienen antecedentes históricos que se remontan a finales del siglo XIX, se puede argumentar que fue tan solo en la decena del 70 cuando se constituyó en el mundo un paradigma tecnológico dominante en torno a la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones. Desde entonces ese paradigma se ha expandido y profundizado de forma extraordinaria tanto a partir de la innovación tecnológica y de sus aplicaciones como también mediante en todos los hábitos de la actividad humana. De esta manera la Internet es a la vez el instrumento clave en el símbolo de este nuevo sistema tecnológico nos referimos a las redes sociales, algo así como fue el teléfono fijo para comunicarse a distancia. Ya hemos dicho que la Internet es simplemente una red de redes de ordenadores interconectados con un lenguaje informático compatible que permite comunicar desde cualquier punto del planeta. Internet es un medio de comunicación libre e interactivo basado en programas informáticos que también son libres porque sus creadores lo quisieron y publicaron en Internet sin derechos de propiedad. (Weber 2004: 46)

Intervenir en una red social empieza por hallar allí otros con quienes compartir nuestros intereses, preocupaciones o necesidades y aunque no sucediera más que eso, ya es mucho porque rompe el aislamiento que suele aquejar a la gran mayoría de las personas, lo cual suele manifestarse en retraimiento y otras veces en excesiva vida social sin afectos comprometidos.



Las redes sociales en Internet suelen posibilitar que pluralidad y comunidad se conjuguen y allí quizás esté gran parte de toda la energía que le da vida a los grupos humanos que conforman esas redes.

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

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

Las redes sociales se han convertido en un aparato de comunicación masiva que trasciende las fronteras y son sumamente efectivas. Las diferentes redes sociales aglutinan millones de personas de todas partes del mundo. Pero aparte de ser servicios de entretenimiento y comunicación también se han convertido en todo un aparato para movilizar personas hacia un hecho específico.

3.3.1 MESSENGER

Según Wikipedia El Messenger

“es un programa de mensajería instantánea creado en 1999. Fue diseñado para sistemas Windows por Microsoft, aunque después se lanzaría una versión disponible para Mac OS. A partir del año 2006, como parte de la creación de servicios web denominados Windows Live por Microsoft, se cambiaron de nombre muchos servicios y programas existentes de MSN, con lo que Messenger fue renombrado a "Windows Live Messenger" a partir de la versión 8.0.” (www.Wikipedia_Redес_Messenger_com)

La primera versión de MSN Messenger Service, versión 1.0 (1.0.0863), fue lanzada, el 22 de julio de 1999. Incluía sólo características básicas, tales como mensajería de texto sin formato y una lista de contacto simplista. Cuando fue lanzado, en primer lugar, incluyó apoyo para el acceso a red AIM América Online. América Online continuamente intentó bloquear Microsoft tengan



acceso a su servicio hasta que finalmente se quitó la característica, y no ha vuelto en cualquier versiones posteriores del software. Desde entonces, el software sólo ha permitido que las conexiones a su propio servicio, que requiere una cuenta de Windows Live ID para conectarse. Junto con el lanzamiento de Windows XP vino la versión 4.6 de MSN Messenger, el 23 de octubre del 2001 incluyeron cambios importantes en la interfaz de usuario, la capacidad de grupo de contactos, y apoyo a la voz las conversaciones. En esta versión, el software de cliente fue renombrada de "MSN Messenger Service" a "MSN Messenger," mientras que el servicio subyacente pasó a denominarse ".NET Messenger Service," el nombre ha mantenido desde entonces. Esta versión sólo era compatible con 95, 98, Me, NT 4.0, y 2000, porque Microsoft ofrece un nuevo programa de escala hacia abajo para Windows XP, llamado Windows Messenger, que originalmente pretende sustituir a MSN Messenger en Windows XP.

Messenger, popularmente conocido como MSN, es un servicio de mensajería instantánea que actualmente, funciona bajo el nombre Windows Live Messenger. Es uno de los servicios de mensajería instantánea más populares. Comenzó como MSN Messenger en 1999, y cambió su nombre a Windows Live Messenger el 13 de diciembre de 2005. Desde el comienzo a sufrido grandes cambios que lo han convertido en un servicio muy completo y entretenido, lo que lo ha hecho uno de los favoritos dentro de los servicios de la red en todo el mundo.

Messenger permite modificar la fuente para dar más estilo al mensaje de cada persona. También, se puede personalizar la pantalla, con colores y fondos diferentes. En la pantalla, cada persona tiene un espacio en donde puede poner una foto que lo represente; puede ser una foto personal o cualquier imagen para que los otros usuarios lo vean en su ventana. Además, existen muchos emoticons, que son dibujitos que la persona puede agregar en el texto o que puede enviar para representar estados de ánimo o simplemente para divertirse. También se pueden enviar zumbidos, sonidos y animaciones. Así, la comunicación se hace mucho más amena. Messenger tiene una gran característica, que es la posibilidad de transferir archivos o incluso carpetas



enteras entre los usuarios. De esa manera, las personas se pueden enviar fotos, canciones, documentos y todo lo que deseen. Según el tamaño del archivo es el tiempo de espera. En la misma conversación se ve el estado de transferencia. Para prevenir que se transfiera algún virus en el proceso, Messenger tiene un programa anti-virus, especialmente para esta característica.

Una de las características más atractivas es la videoconferencia. Por medio de ella, los usuarios pueden usar cámaras y micrófonos, para, no sólo comunicarse a través de mensajes de texto, sino también con sus propias imágenes, hablando directamente. Esto se utiliza mucho para hablar con las personas en la distancia y ver familiares o amigos que están viviendo lejos; aunque también para iniciar relaciones por este medio. Algunos países incluso pueden hacer llamadas telefónicas desde Messenger.

Además de todas las características mencionadas, Messenger ofrece una serie de aplicaciones más, incluso juegos para retar a los amigos a través de este servicio de mensajería. Así, muchos pueden pasar un buen rato, chateando y jugando a la vez.

Messenger ofrece la posibilidad de organizar los contactos mediante listas, también tiene carpetas para compartir y además, un sistema de información sobre las últimas noticias, estrenos cinematográficos, el tiempo y mucho más. Finalmente, tiene acceso directo a la cuenta de Hotmail y da una vista rápida de los últimos mensajes que han llegado. Y todo ha sido mejorado en la nueva versión 2009 de este gigante de Windows Live.

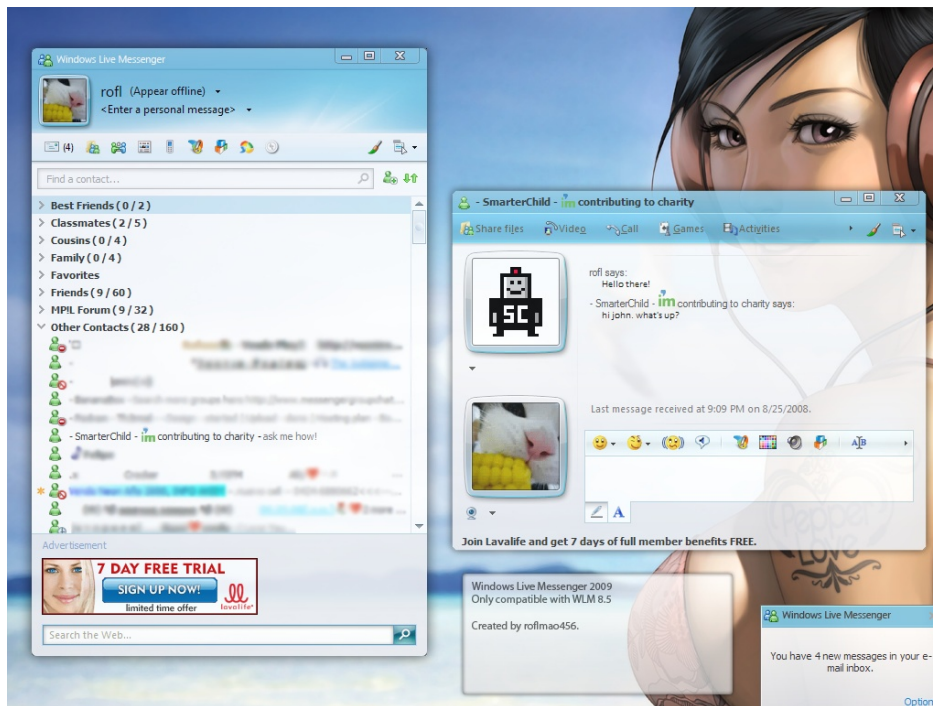


Gráfico tomado de: www.movilae.com/.../11/windows-live-messenger.jpg

3.3.2 HI5

Esta red social es una de las más populares en Latinoamérica incluida nuestra ciudad de Cuenca cada 5 de diez personas lo poseen. Hi5 es un popular sitio web que funciona como red social. Consiste en un sitio interactivo en el que las personas pueden estar conectadas de manera sencilla y entretenida. Más de 70 millones de personas lo usan en el mundo. Su crecimiento ha sido tan grande que ya está entre los 20 sitios web más visitados en el mundo.

Hi5 fue fundado el año 2003 por Ramu Yalamanchi. La página fue creada para obtener un medio por el cual conectarse socialmente en línea con muchas personas. Con el tiempo fue evolucionando para agrandar más a los usuarios y agregando nuevas aplicaciones, impulsado además por la aparición de fuertes competidores. Actualmente, Yalamanchi es el director de la empresa Hi5 Networks, que tiene sede en San Francisco, California. La página ha logrado posicionarse como una de las redes sociales más populares, con más de 50 millones de visitantes mensuales. Está disponible en 37 idiomas y se está



trabajando para lograr más opciones de idiomas en un futuro cercano. Sin embargo, su mayor acogida la tiene en los jóvenes latinoamericanos que se conectan a diario ya sea para comunicarse, conocerse o hacerse 'populares' en la red de Hi5.

Registrarse en Hi5 es muy fácil. Lo importante es tener un correo electrónico y luego llenar los datos paso por paso. Una vez registrado, uno dispone de una página personal o perfil en el que se pueden realizar muchas cosas y agregar aplicaciones.

Hi5 es como una presentación personal, por lo que se pueden escribir datos o información personal que uno desee que los demás puedan conocer. Además, el usuario elige los colores que desea y así personalizarla al máximo. Como cualquier otro usuario registrado puede leer la información expuesta, el dueño del perfil puede bloquear el acceso a su página y dejarla disponible sólo para sus amigos. Para personalizar la página, también se pueden subir fotos para que el resto las vea. Las fotos pueden ser seleccionadas para que queden en el perfil o bien almacenadas. Los otros usuarios no sólo las pueden ver, sino también comentarlas y además, pueden agregar en sus comentarios, colores, adornos, otras imágenes y también videos. Los usuarios pueden etiquetar sus fotos con los nombres de los que aparecen en ellas y así, todos los que estén registrados en Hi5 podrán obtener la misma foto que ha sido etiquetada. Es una manera entretenida de estar conectado.

Características:

Amigos La cantidad de amigos que una cuenta de hi5 que puede tener es ilimitada. Por lo general, en esta red la palabra amigo no significa otra cosa más que una cuenta asociada a otra, en ocasiones los amigos no se conocen entre sí, pero pueda que se dé el caso de conocerse virtualmente. Además, de poder elegir hasta 15 amigos, como principales. Pero se debe tomar en cuenta que el hi5 no protege al usuario del tipo de amigos que lo contacten, propiciando así que algunos hagan mal uso de este.



Comentarios Otro elemento casi esencial del hi5. Los comentarios pueden ser de varios tipos:

- **En perfil:** Los comentarios de perfil (que al principio se llamaban "testimonios") aparecen publicados en la página principal de la cuenta del propietario, todos los que visiten su perfil podrán verlos.
- **En fotos:** Los comentarios dejados en las fotos suelen hablar del contenido de la foto y van dirigidas al propietario de la foto, todos los usuarios que vean dicha foto podrán ver también todos los comentarios aprobados ahí. A veces, vienen acompañadas de adornos, tales como: colores, imágenes o hasta videos. Otra característica es poder etiquetar a los amigos que aparecen en cada foto y a uno mismo. Si el amigo etiquetado tiene una cuenta en hi5, la etiqueta enlaza a su perfil.
- **En el diario:** Si el propietario de una cuenta escribe una entrada en su diario, los visitantes pueden dejar sus comentarios en cada entrada, de manera similar a los comentarios en blogs.
- **Fives:** Los fives son una especie de *emoticons* permanentes o medallones virtuales con los cuales se puede dedicar como gratificación, recuerdo, diversión o conmemoración a algo.

Ejemplos de fives:

- Cute: Para dar a alguien atractivo
- Brother: Para dar a alguien que consideras tu hermano
- Birthday: Para conmemorar su fecha de cumpleaños.
- Best friend: Para dar a tu mejor amigo, o uno de tus mejores amigos.

Visitas Este atractivo a diferencia de otros blogs, permite ver quién te visitó durante el día y muestra las visitas que has tenido a lo largo de la activación de tu cuenta. Puedes permitir o no que los demás usuarios vean que visitaste su página.

Diario En él se puede dejar notas de tema libre, del propietario de la cuenta, enlaces e imágenes relacionadas. Similar pero con menos funcionalidad que otros blogs dedicados (como Wordpress o Blogger).

Artilugios Entre estos se pueden elegir slideshows de fotos con música, videos de YouTube, fotos con efectos especiales, horóscopos, palabras con glitter, juegos y cuentas regresivas. Sin embargo la nueva versión del hi5 ya no tiene artilugios. (Tomado de www.wikipedia.com Acceso 1 de Abril de 2010)

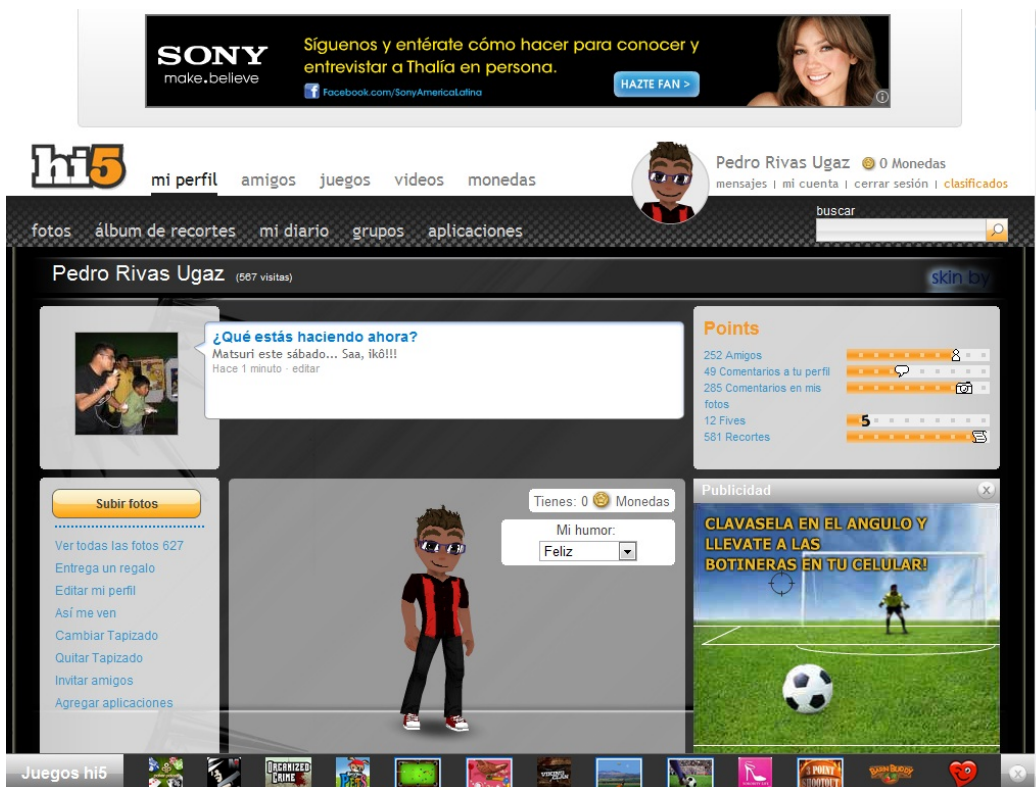


Grafico tomado de: www.vinagreesino.com/articulos/tag/hi5

3.3.3 FACEBOOK

Al igual que es Hi5 es un sitio web gratuito de las redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico en cualquiera de los servidores como yahoo, hotmail, entre otros. Los usuarios pueden participar en una o más redes



sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. En enero de 2010, Facebook contaba con 380 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas la compañía tiene sus oficinas centrales en Palo Alto, California EEUU.

Esta red social posee mucha similitud con algunas otras ya que mediante el Facebook se puede compartir muchos sentimientos, emociones, en una comunidad virtual. Facebook compite por abrirse espacio entre empresas de éxito como Google y MySpace, por lo que se enfrenta a grandes desafíos para lograr crecer y desarrollarse. Una de las estrategias de Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores.

.Servicios que ofrece

- **Lista de Amigos:** En ella el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.
- **Grupos y Páginas:** Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria. Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los



grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un link en cada grupo el cual se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas.

- **Muro:** el muro *wall* en inglés es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados, muro te permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash, etc.
- **Fotos:** Según Facebook, existe: 5 mil millones de fotos de usuario.
- **Regalos:** los regalos o *gifts* son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhibe a otros usuarios.

Una opción "anónima" está también disponible, por la cual cualquier persona con el acceso del perfil puede ver el regalo, pero solamente el destinatario verá el mensaje.

- **Aplicaciones:** Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quien es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad etc.

Impacto

Después de su traducción a idiomas diferentes del inglés, Facebook no sólo ha crecido en usuarios, sino que ha transformado la forma en la que las personas utilizan el internet. En Ecuador, por ejemplo, se han realizado estudios que afirman que el 40% de los jóvenes entre 18 y 29 años son usuarios de Facebook con tendencia a aumentar⁸. Facebook ha recibido todo tipo de críticas desde que alcanzó difusión global. Especialmente debido al alcance

⁸ Por ej. La influencia de Facebook en Colombia va en aumento. La red se popularizo masivamente al convocar una marcha a través de la red social la cual se llamó Un millón de voces contra las FARC.

que está teniendo entre, adolescentes y jóvenes, sus efectos psicológicos y sus alarmantes políticas de privacidad que son violadas.⁹



Gráfico tomado de:

www.lifeinthenhs.wordpress.com/2009/02/

3.3.4. EL CHAT

Quien no ha escuchado la terminología estoy (chateando)¹⁰, proviene del inglés que traducido al español significa (charlar) pues bien según algunos autores que recientemente escriben artículos sobre estos temas nos referimos a las redes sociales sostienen que: “el Chat es como un espacio en común para conversar por Internet” (Martín, 1999: 23). Apenas unos años atrás la manera de contactarse de los adolescentes privados de la posibilidad de encuentro material era el teléfono convencional o mensajes de cara a cara. Participar de los chats cumple hoy la función de darle al adolescente la posibilidad de mantener ese contacto permanente con sus semejantes. Con la pantalla encendida en forma constante, ese contacto que parece por momentos tomar sesgos adictivos resulta en general necesario para la construcción de la

⁹ Se ha dado muchos casos que estas redes sociales son empleadas por delincuentes para realizar sus fechorías domiciliarias, debido a que en su perfil se da la opción de escribir las actividades que se está realizando en ese momento, dando información del lugar en donde se encuentra.

¹⁰ Término empleado para referirse a una comunicación virtual en la Internet mediante escritura.



identidad adolescente como tal. A través del chat el joven se instala en un lugar de pertenencia, un espacio de referencia que brinda nuevas formas de acceso a una identidad común.

Entonces de lo propuesto diremos que el chat es un sistema mediante el cual dos o más personas pueden comunicarse a través de Internet, en forma simultánea, es decir en tiempo real, por medio de texto, audio y hasta video, sin importar si se encuentra en diferentes ciudades o países.

Se puede entablar comunicación con amigos, familiares, compañeros de trabajo e incluso con gente desconocida, sólo tienes que elegir la sala y verificar que la persona esté en línea y conectado.

Se dice que los inicios del chat se encuentran “en el año 1972. Donde se logra la primera conversación de computadora a computadora. La conversación fue celebre, ya que participaron en ella, un paciente y su psiquiatra. Más adelante y casi llegando a la década de los 90`, más específicamente, en 1988, el científico Jarkko Oikarimen, logra crear el IRC o Internet Relay Chat. O sea, el programa que permite que se converse de manera simultánea, entre dos o más personas. En pocas palabras, el programa que permite que exista un chat, tal cual lo conocemos o frecuentamos”. (Internet www.elchat.org Acceso 21 de Abril de 2010).

Un chat está conformado por una o varias salas o canales, los cuales son cuartos virtuales en donde la gente se reúne para comunicarse e intercambiar ideas sobre un tema en particular, o puedes platicar en privado con personas conocidas o desconocidas. Puedes crear tu propio "club de amigos" o hacerte miembro de alguno de los clubes que ya existen, estos clubes están clasificados por temas como salud, deporte, romance, medicina, música, cine, cultura, etc.

Técnicamente podemos decir que los *chat room* son lugares virtuales que se encuentran en un servidor de Internet el cual administra todos los mensajes, tanto los que mandas como los que recibes.

Los jóvenes chateando interactúan como si hablaran entre ellos y no como si se estuvieran escribiendo mensajes. La sintaxis, el estilo, son bien cercanos a la oralidad dentro de ese espacio psicosocial, que es un espacio básicamente de encuentro. En las salas de chat los jóvenes se juntan para charlar desde sus



casas o las de amigos, sus oficinas o desde los cibercafés, lugares de encuentro juveniles.

Una de las características de escritura en las salas de chat escritas por los jóvenes es sin duda la ortografía. A pesar de estar hablando de chatear, de charlar en definitiva, a través de estos nuevos entornos la palabra en este caso escrita está retomando un valor que parecía haber perdido desde el surgimiento de nuevos medios de comunicación como es la Televisión.

La palabra vuelve a estar escrita el estilo del chat se encuentra mucho más cercano al empleado en el intercambio oral, con un gran parecido con las conversaciones telefónicas o las físicas cara a cara. La modalidad de escritura en el ciberespacio es una modalidad más bien irreverente, desprejuiciada, poco formal, libre de ataduras y estilos, en definitiva podríamos decir más posmoderna.¹¹ No es de extrañarse que hoy el chat sea señalado por parte de los docentes como otro de los culpables de los malos hábitos de escritura de los jóvenes. La televisión y sus tiempos abreviados, su lenguaje reducido, pasa a compartir con los chats la culpa de la desvalorización del lenguaje escrito.

El tono utilizado generalmente en la comunicación teclada suele ser informal. Sus contenidos tienden a estar atravesados por lo casual, lo lúdico, a pesar de que es utilizado también en ambientes laborales para contactar personas separadas en lo físico. (Lameiro, 1998: 54)

A pesar de que uno podría pensar a los jóvenes como principales usuarios de esta característica de búsqueda, pareciera ser que son los adultos jóvenes quienes más hacen uso de esta veta comunicativa. Los más jóvenes en general prefieren estar en contacto con los amigos, sus conocidos cercanos a través del MSN. Cuando entran al chat suelen hacerlo grupalmente y en una forma muy lúdica (Turkle, 1995: 102).

¹¹ En una entrevista hecha a un escritor Colombiano Gabriel García Márquez sobre la simbología e escritura empleada en las salas de chat, el manifestó que es penoso observar mensajes escritos con tremendas faltas ortográficas, entre algunos ejemplos que cito recuerdo el "Te Kiero klaca".



En el caso del chat el desconocimiento de quién está detrás de un nick permite el despliegue de aspectos de la personalidad que en la vida diaria, ordinaria, no son puestos en juego. Los usuarios crean un personaje, con su respectivo nombre, lo actúan, e interactúan a través de él con otros usuarios ya sean éstos conocidos o no.

A diferencia de lo que ocurre en la vida cotidiana con la consecuente identificación de la persona por su cara, cuerpo, andar, voz, gestos, materialidad, etc. en el ámbito del ciberespacio se encuentra el polo antagónico del anonimato.

En el lenguaje del chat se ha visto la necesidad de crear forma propia con elementos escritos, hasta tal punto que se han vuelto gráficos que representan expresiones de modos de ánimo, derivados de ellos se emplean en la mensajería electrónica los Emoticons, que son iconos que se componen uniendo caracteres del teclado y se leen girando la mirada a 90 grados hacia la izquierda para descifrar el mensaje. Existe una decena de estos gráficos que representan emociones entre las más conocidas tenemos:

Formados por dos componentes

- :) Feliz
- :O Impresionado
- :/ De mal humor
- :D Riendo
- :P Burla

Con varios componentes

- :-) Sonriendo
- 8-) Con Gafas
- :-(Triste
- :-/ Preocupado/ Serio
- ;--(Llorando
- :-D Riendo
- :-X Censurado
- .-) Tuerto
- :-& Lengua trabada
- :*) Borracho



:- o Sorprendido Boquiabierto

:-¿ Dubitativo

>:-< Enfadado

O:-) Inocente

8:-) Con gafas en el frente

Fuente: Ksenia Castillo y Verónica Vintimilla *El uso que los estudiantes Pre-Bachilleratos de Cuenca hacen del Internet.* Universidad de Cuenca. Facultad de Filosofía; 2008.

3.3.5 LOS BLOGS

Más conocidos como las bitácoras, son un fenómeno de gran aceptación dentro de los usuarios en la internet, porque permiten, de manera fácil y rápida, que cualquier persona publique en un espacio propio sus ideas y las comparta de manera virtual con otras personas en la red sobre una temática particular, siempre conservando el autor, de la misma manera podemos decir que son sitios Web personales como el correo electrónico. El fenómeno de los **blogs** ha influido notablemente en los usos y costumbres de los internautas. El formato *blog*, también llamado weblog¹², se ha generalizado como el más aceptado medio de micropublicación, espacio personal, profesional o grupal, e incluso se ha dejado notar en otros ámbitos.

Habitualmente, en cada artículo de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo. No obstante es necesario precisar que ésta es una opción que depende de la decisión que tome al respecto el autor del blog, pues las herramientas permiten diseñar blogs en los cuales no todos los internautas o incluso ninguno puedan participar agregando comentarios. El uso o tema de cada blog es particular, los hay muchos tipos: periodístico, empresarial o

¹² El término "weblog" fue acuñado por **Jorn Barger** el 17 de diciembre de 1997. La forma corta, "blog", fue acuñada por Peter Merholz, quien dividió la palabra weblog en la frase we blog en la barra lateral de su blog.



corporativo, tecnológico, educativo, políticos y personales. Los primeros blogs eran simplemente componentes actualizados de sitios web comunes. Sin embargo, la evolución de las herramientas que facilitaban la producción y mantenimiento de artículos web publicados y ordenados de forma cronológica, hizo que el proceso de publicación pudiera dirigirse hacia muchas más personas, y no necesariamente a aquellos que tuvieran conocimientos técnicos.

Características técnicas

Existe una serie de elementos comunes a todos los blogs.

Comentarios: Mediante un formulario se permite, a otros usuarios de la web, añadir comentarios a cada entrada, pudiéndose generar un debate alrededor de sus contenidos, además de cualquier otra información.

Enlaces: Una particularidad que diferencia a los weblogs de los sitios de noticias, es que las anotaciones suelen incluir múltiples enlaces a otras páginas web, como referencias o para ampliar la información agregada. Además y entre otras posibilidades, permite la presencia y uso de:

- Un enlace permanente (permalinks) en cada anotación, para que cualquiera pueda citarla.
- Un archivo de las anotaciones anteriores.
- Una lista de enlaces a otros weblogs seleccionados o recomendados por los autores, denominada habitualmente blogroll.

Fotografías y vídeos: Es posible además agregar fotografías y vídeos a los blogs, a lo que se le ha llamado fotoblogs o videoblogs respectivamente.

Redifusión: Otra característica de los weblogs es la multiplicidad de formatos en los que se publican. Aparte de HTML, suelen incluir algún medio para redifundirlos, es decir, para poder leerlos mediante un programa que pueda incluir datos procedentes de muchos medios diferentes. Generalmente, para la redifusión, se usan fuentes web en formato RSS.

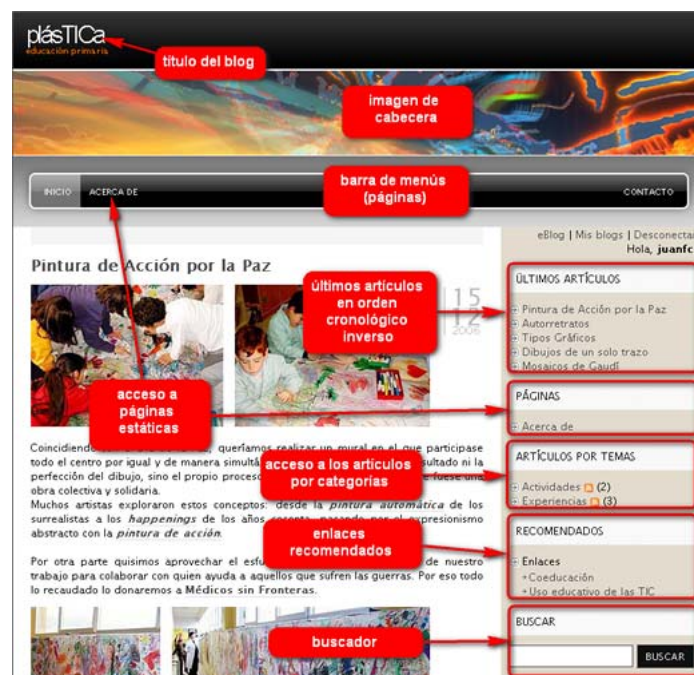


Gráfico tomado de: www.

blogestudio.com/.../06/blog_enrique_dans.jpg



3.4 DESCARGAS O DOWNLOADING

A más de ser la Internet un medio para recibir información, existe la posibilidad de que esta información pueda quedarse con nosotros cualquiera que sea su formato se pueda (bajar) o copiarse, con tan solo seleccionar la aplicación (copiar como), (guardar destino como) o simplemente (copiar pegar), esta estará en nuestro PC, memoria, o cualquier dispositivo de almacenamiento, la mayoría sin ningún costo listo para utilizarse; aunque también existen archivos como por citarles algunos ejemplos como libros, imágenes, cursos, música, videos etc. que tienen un precio para su adquisición virtual, mediante un depósito bancario, o con tarjeta de crédito.

Ya que la web es red interconectada esto nos permite obtener información de cualquier parte del mundo, la mayoría de los adolescentes y jóvenes utilizan este medio con el fin o propósito de quedarse con algún tipo de archivos, entre las comunes tenemos:

3.4.1 VIDEOS

Una de las páginas más populares en diferentes idiomas alrededor del mundo es la conocida empresa de **You Tube** líder en el mercado en lo que tiene que ver con formatos animados nos referimos a videos on-line. **You Tube** fue fundado en el año 2005 por Chat Hurley, Steve Chen y Jawed Karim tres ingenieros de la empresa de transacciones económicas on-line Play Pal. Solo un año después de entrar en funcionamiento el portal fue comprado por Google en una operación valorada en 1.600 millones de dólares, esto se debió a que Google quería mejorar su posicionamiento en el mercado de los Videos on line.

Las cifras hablan por sí mismas se estima que cada día se ven más de 100 millones de videos de cualquier tipo o temática, una cifra que supone el 60% del total de los videos que se ven actualmente en la Internet y cuenta con más del 19,6 millones de usuarios exclusivos por mes. Pese al éxito de You Tube, las cifras oficiales del portal son escasas. En el portal se afirma que la compañía prefiere centrarse en presentar un buen servicio en lugar de ofrecer estadísticas. (<http://www.youtube.com> Acceso 29 de Abril de 2010).



YouTube mantiene una logística que permite localizar cualquier vídeo por medio de las etiquetas de metadato, títulos y descripciones que los usuarios asignan a sus vídeos, pero cuyo uso está restringido únicamente a los vídeos alojados en YouTube. Sin embargo, a raíz de la compra de YouTube por parte de Google, Google Video empezó a agregar a sus búsquedas los contenidos de YouTube.

En junio de 2007 se dio un importante paso hacia la internacionalización del sitio, al traducir su interfaz a diversos idiomas, entre ellos el español

Calidad de vídeo

No solo en este sitio web, sino en muchos otros en donde puedes reproducir y quedarte con los videos existe quejas acerca de la calidad, siendo que los vídeos se pixelan ¹³, en gran medida debido al equilibrio entre calidad de imagen y velocidad de transmisión en la red. Otro problema es que en bastantes clips, el audio y el vídeo no están sincronizados; aunque esto depende del formato del archivo original. En general, todos los vídeos deben ocupar un espacio en disco no mayor a 2 GB y deben tener una duración menor o igual a 10 minutos, con una tolerancia extra de 58 segundos de grabación. La totalidad de los vídeos son convertidos a resoluciones de 320x240 y 480x360 píxeles, y a 30 fotogramas por segundo, aunque los vídeos alojados antes de marzo de 2008 solo están disponibles en la resolución más baja. A pesar de que todos los vídeos se muestran predeterminadamente en la resolución menor, los usuarios registrados pueden reproducirlos en calidad alta ajustando sus preferencias.

No todos los vídeos de YouTube han sido optimizados o convertidos a un formato de alta resolución; sin embargo, hay un pequeño porcentaje que sí lo está, y para visualizarlos se debe agregar el parámetro `&fmt=6` al final de la dirección. El vídeo seguiría siendo un vídeo en formato FLV pero con calidad superior, siempre y cuando exista dicha versión; de lo contrario, solamente se visualizará la versión normal. Como método alternativo, puede agregarse

¹³La imagen desproporcionadamente es decir no existe una relación calidad, tamaño aparecen cuadros de color uniforme de mayor tamaño, en forma de mosaico.

&fmt=18, parámetro que está disponible para casi todos los vídeos. Actualmente, YouTube está probando con una nueva calidad, la *HD 720p*, que puede ser accedida agregando el parámetro &fmt=22 a la dirección web del vídeo. Al igual que el formato de alta resolución, el formato HD solamente se visualizará si existe la versión. La mayoría de los videos en cualquiera de sus formatos pueden ser copiados y abiertos en su PC con un simple programa que al mismo tiempo puede ser cargado por medio de la web sin ningún costo, y ser vistos por medio del Reproductor que trate la mayoría de Windows 98, XP, 7 o el actual Vista.



Gráfico tomado de:

www.comunidad.biensimple.com/tecnologia/w/tecnolo

3.4.2 MÚSICA

Al igual que los videos, la música se ha convertido en otro de los servicios gratuitos que presta algunos sitios para hacer una copia de su audio. Según Albert López Vicente en su artículo "Uso de la Música en Internet", manifiesta que según datos de esta industria, se estima que cada día se intercambian a través de Internet 150 millones de ficheros musicales y son ya cerca de mil millones los archivos musicales que circulan por la red, con tendencia a incrementarse esta cifra de forma imparable en los próximos años.



Dice que existe como mínimo dos factores que juegan a su favor: por un lado, la mayor facilidad de selección y acceso a los temas concretos que les interesan, sin necesidad de adquirir el resto de los que componen un CD (como ocurre en la venta tradicional) y por otro lado, está presente, la casi total gratuidad, que se ofrecen a los internautas. Si bien esta última ventaja en EE.UU. ya está disminuyendo con el éxito alcanzado por las ofertas de descargas remuneradas, en el Ecuador esto aun esta en ideas de algunos cuantos. En Europa domina actualmente el servicio **OD2**, lanzado por el cantante de rock Peter Gabriel, que licenció unos 3 millones de temas musicales durante el año 2003 afirma López.

Entre los géneros de mayor popularidad en los jóvenes están: Romántica, Vallenatos, Rock, Punk, Música en Inglés, Salsa, Merengue, Bachatas este último con gran aceptación en los últimos meses entre otros. Algunos servicios buscan ofrecer a sus clientes un valor añadido para poder competir con los de descarga gratuita-pirata, que radica en la calidad de sus grabaciones, una mejor selección de temas y la mayor rapidez en localizar, escuchar y bajar los títulos que le interesan, así como los enlaces que cada uno de ellos tiene con su álbum y con otros temas relacionados.

Se estima que en pocos años toda la música fluirá por redes tipo Internet y que los CD's serán substituidos por aparatos portátiles que podrán albergar miles de canciones de los que es un precursor el actual iPod¹⁴ creado por Apple dotados de tecnologías inalámbricas tipo Wi-Fi, que darán acceso directo a los cientos de miles de temas musicales ofertados por las empresas de servicios existentes.

En los últimos años ha habido una serie de avances tecnológicos que han transformado y están transformando las formas de producción, distribución, y descarga musical decimos esto para llegar al centro del debate la industria discográfica que mueve muchos millones de dólares en el mundo. A grandes rasgos, pueden distinguirse tres etapas, con distintos impactos cada una de

¹⁴ Aparato electrónico con tecnología de microchips es capaz de almacenar algunos gigabais de información, con un cuerpo muy pequeño y práctico, los formatos para ser almacenados son videos, música, imágenes.



ellas. La primera etapa corresponde a la década del ochenta y refiere a la aparición de la tecnología digital, que permitió la reproducción de ondas de sonido a través de ceros y unos.

La segunda etapa corresponde a los inicios de la década del noventa, cuando la empresa alemana Fraunhofer Gesellschaft creó el formato MP3, que permitía reducir entre 10 y 20 veces las necesidades de almacenamiento de un archivo musical sin que hubiera una pérdida sensible en la calidad de reproducción de dicho archivo. Esta innovación supuso un salto súper importante, porque si bien es cierto que entre los nuevos aparatos reproductores de los ochenta se encontraban los ordenadores personales, éstos no llegaron a afectar los formatos de distribución de música debido, básicamente, a su pobre capacidad de almacenamiento por ejemplo, una canción de una duración de 3 minutos ocupaba en 1997 unos 50 MB de espacio en el disco duro y requería una considerable cantidad de tiempo para ser transmitida a través de Internet. Por lo que fue con el MP3 cuando realmente se produjo una integración entre la industria discográfica y la industria informática.

Esta integración se superó así misma y produjo una nueva etapa cuando se combinó con la masificación de la banda ancha y la aparición de la Web 2.0. Fue entonces cuando se revolucionó la industria de la música y los archivos de música comenzaron a circular en Internet en una escala nunca antes pensada; ya sea a través de tecnología streaming como en el caso de YouTube ya analizado en anteriores líneas , MySpace, redes de usuarios Peer-to-Peer como Kaaza, eMule, buscadores como wikis, los internautas del mundo entero comenzaron a publicar, descargar e intercambiar entre sí archivos musicales.

Es justamente esta etapa, que ha sido realmente explosiva y que todavía transitamos la que probablemente más ha afectado la producción, el consumo y la distribución de productos musicales. Tanto es así que mientras que en 2006 el mercado de la música en línea representó un 10% del total del mercado de la música grabada, se prevé que en 2011 alcance el 50%.

3.5 EL PELIGRO DE LA PORNOGRAFÍA DIGITAL



Gráfico tomado de: www.ciberpornografia.org.com

Uno de los grandes debates en torno al uso que hacen del internet es el de sus supuestos efectos perniciosos para los adolescentes y las posibles secuelas del mal uso que muchas veces se hace de este medio. Para la Psicóloga clínica Patricia Huerta la pornografía consiste en:

“dar a conocer actos sexuales, reales o simulados, fuera de la intimidad de los protagonistas, exhibiéndolos ante terceras personas de manera deliberada. Ofende la castidad porque desnaturaliza la finalidad del acto sexual. Atenta gravemente a la dignidad de quienes se dedican a ella (actores, comerciantes, público), pues cada uno viene a ser para otro objeto de un placer rudimentario y de una ganancia ilícita, introduce a unos y a otros en la ilusión de un mundo ficticio”

Es una industria millonaria que mueve miles de millones de dólares al año, prima hermana de la droga y el narcotráfico, la misma que vende sexo cosificando y envileciendo al hombre y a la mujer. Los peligros de la Internet como medio facilitador de la pornografía es uno de los tópicos mediáticos y una fuente de preocupación para padres y educadores. Es Evidente que existe abundante material pornográfico circulando por la red sin ningún tipo de



restricción, como lo hay también en la sociedad y en otros medios como los escritos y los animados como la TV y con esta el Tevecable, Directivi etc. La mayoría de los jóvenes no consideran que Internet suponga un peligro ya que, según ellos, dominan la situación. Según un estudio realizado, los jóvenes reconocen los peligros, pero creen que pueden evitarlos "si no te metes en páginas donde no te llaman". Es cierto que la pornografía existe igual con el ser humano desde hace miles de años, el hombre ha creado obras lascivas con el objetivo de despertar los deseos sexuales. Si bien hubo un tiempo en que la pornografía era difícil de producir y por lo tanto estaba más al alcance de los ricos y de la clase acaudalada, con la llegada de las grandes imprentas, la fotografía y el cine y actualmente la internet todo ha cambiado. Se hizo asequible incluso para la clase popular sin distinción de edades ni sexo.

Pues bien el uso de la pornografía mediante la red se le conoce como la "**ciberpornografía**" imágenes y películas de pornografía dura o sin censura, chats en línea, y aun actos sexuales en vivo pueden ser bajados y vistos por prácticamente cualquier persona a través de Internet. Aunque aún se desconocen cifras, los especialistas como la siquiátrica Flora de la Barra sostiene cada vez más indicios de que algunos adolescentes se transmiten imágenes pornográficas a través de internet y son usuarios habituales de sitios para mayores de 18 años. La ventaja es que la red es de muy fácil acceso.

Sólo basta un computador y un espacio de privacidad sin un adulto vigilando, quienes trabajan en el tema advierten sobre los peligros de esta tendencia: la web es un escenario propicio para el abuso y puede traer, además, consecuencias negativas para el futuro. Se pueden encontrar imágenes sexualmente explícitas en páginas Web y en grupos de noticias que son demasiado fáciles de ver para personas de cualquier edad. Lo que sólo estaba disponible para una pequeña cantidad de personas dispuestas a ir a centros de diversión o burdeles como se les conoce, ahora puede ser visto en cualquier momento en la intimidad de la casa, colegio, universidad e incluso en el campo con la llamada tecnología satelital utilizada por la Internet y teléfonos



celulares¹⁵ a disposición de cualquier persona. La facilidad para acceder a portales con esos contenidos supera la mera consideración teórica de cuestiones éticas; al constatar las consecuencias emocionales, psicológicas, físicas y relacionales de quienes caen en las redes de la pornografía, no se puede permanecer indiferente.

¹⁵ Las "pornollamadas," que son el segundo mercado de mayor crecimiento de la pornografía. Si bien la mayoría de los mensajes están dentro de la definición de obscenidad de Miller, estos negocios siguen floreciendo y a menudo son usados en gran parte por jóvenes e incluso niños.



CAPITULO IV



4.1 TEORIAS: PÉRDIDA DE IDENTIDAD, CONSUMISMO Y CIBERCULTURA

Hemos observado que las tecnologías de la información y de la comunicación, lejos de ser únicamente herramientas, modelan nuestras maneras de pensar y de crear. La cultura, por ese hecho, se ve habitada por la tecnología, dialogando con ella, conteniéndola a veces y dejándose elaborar por ella. Esta situación crea una desigualdad y una dependencia de la cultura hacia la tecnología, e impide la manifestación de la diversidad cultural, tan necesaria para la sociedad de los saberes.

¿Qué se entiende por influencia?

Según una definición que nos presenta Wikipedia “En la sociedad la Influencia se presenta en las interrelaciones de agentes humanos y se muestra claramente en los cambios de actitud que presentan un determinado grupo de personas a las cuales va dirigida” dependiendo del emisor (personas, grupos, internet, publicidad etc) un ejemplo de esto son las tan conocidas modas.

¿Qué se entiende por persuasión?

Persuadir consiste en mover a otra persona a aceptar nuestro punto de vista sea este personal o publicitario de manera involuntaria. Se dice que en la vida cotidiana estamos influenciados frecuentemente, pero solo algunas veces nos persuadimos. Entonces se establece una diferencia entre estos términos la misma que radica en la voluntad aplicada. Un ejemplo claro de esto tenemos en las Campañas Electorales. Tanto en la influencia como en la persuasión están presentes aspectos claves como son los poderes ocultos, así como sus colores y su forma¹⁶.

¹⁶ Se estima que los colores transmiten emociones y sentimientos. Esto lo saben muy bien los publicistas que los utilizan para sus bienes comerciales.



PERDIDA DE IDENTIDAD

Según la teoría de Erick Erikson¹⁷, acerca del desarrollo de la personalidad a la que denominó "Teoría psicosocial". En una de sus etapas describe la crisis o conflictos en el desarrollo de la vida, a las cuales han de enfrentarse las personas.

Identidad vs. Confusión de roles (desde los 13 hasta los 21 años aproximadamente). Se experimenta búsqueda de identidad y una crisis de identidad, que reavivará los conflictos; los padres de los adolescentes se verán enfrentando situaciones nuevas que serán un nuevo reto para su misión orientadora. En el caso de un estudiante universitario, que de pronto se encuentra con material que utiliza un lenguaje mucho más difícil que el dispuesto en su entorno habitual al que está acostumbrado, puede sentirse muy desorientado y tomar actitudes nuevas en su personalidad.

En la actualidad nos encontramos en un mundo cuyo eje de producción pasa por el manejo de información, y este cambio implica estar en marcha continua para no desfasarnos en la preparación que corre el riesgo de caer en un rango de conocimientos obsoletos.

Para Elsa María Viveros Cerón en su artículo "Educación y Pérdida de Identidad" manifiesta que los efectos producidos por la Globalización en la actualidad es principalmente la Pérdida de Identidad de los pueblos, por las invasiones de marcas transnacionales de países desarrollados, avance tecnológico de los medios de Masas. Realiza un análisis profundo de cómo la Globalización arranca a las personas de raíz sus valores, sus costumbres, sus pensamientos, su forma de vivir, es decir engloba todo su marco cultural dejado por generaciones y obliga a entrar en el nuevo marco que refleja y refuerza los valores e intereses de los grupos dominantes, que además nos explotan y nos consumen todos los días.

(<http://www.observatorio.org/colaboraciones/viverosceron.htm>) Acceso 13 de Agosto.

¹⁷ Erik Erikson.- psicólogo estadounidense de origen alemán, destacado por sus contribuciones en psicología del desarrollo. Nació el 15 de junio de 1902 en Fráncfort del Meno, Alemania



CONSUMISMO Y PUBLICIDAD

La publicidad es una técnica con una amplia base empírica que toma prestado conocimientos de disciplinas tales como la economía, la psicología, la sociología, etc. La publicidad no se improvisa, nace de un elaborado plan de marketing que plantea la necesidad económica de una campaña de comunicación sujeta a unos estrictos objetivos comerciales.

En la Internet la publicidad tiene como principal herramienta la página web y su contenido, para desarrollar este tipo de publicidad, que incluye los elementos de: texto, link o enlace, banner, web, weblog, blog, logo, anuncio, audio, vídeo y animación; teniendo como finalidad dar a conocer el producto al usuario que está en línea, por medio de estos formatos. Aunque estos son los formatos tradicionales y principales, se encuentran otros derivados de la web que surgen a medida que avanza la tecnología, como: videojuego, messenger, descarga (download), interacción con sms para celulares desde internet, etc. (http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad_en_Internet .Acceso 18 de Agosto de 2020)

Para Manuel Castells La Globalización es un fenómeno complejo que trae entre otras cosas a la Internet y su utilización comercial, “En sentido estricto es el proceso resultante de la capacidad de ciertas actividades de funcionar como unidad en tiempo real a escala planetaria” (Castells, 2006: 76). La Internet es un ejemplo claro de esto, este medio de comunicación global, provisto de la más alta tecnología, permite a sus usuarios estar actualizados en sus temas de interés prácticamente al instante de que transcurren.

Tiende a rebasar barreras espaciales que dificultan el intercambio, para conquistar el planeta entero como el mercado, busca anular el espacio disminuyendo el tiempo que insume el movimiento de un lugar a otro. Se agilizan universalmente las comunicaciones, los mercados, los flujos de capitales y tecnologías, los intercambios de ideas y de imágenes, los medios de producción y los de consumo. Todo esto obviamente modifica los parámetros de las sociedades, disuelve fronteras. Al mismo tiempo que abre nuevos horizontes hace resurgir hechos que parecían olvidados.

Este sistema global tiene un doble carácter, el de ser incluyente y excluyente a la vez, incluye a todo lo que tiene valor según los códigos dominantes (lo



económicamente rentable) y excluye todo aquello carente de valor según dichos códigos.

En lo cultural, este mismo proceso conduce a lo que McLuhan llama "la aldea global", una comunidad global de receptores nacidos de la expansión centralizada del mercado mundial de servicios y bienes de la información (Roncagliolo, 1994: 272).

El ser humano desde su nacimiento consume como forma de satisfacción de sus necesidades básicas. Esta forma de consumo, en una primera instancia está destinada pura y exclusivamente a ese fin. Esta clase de consumo no parece ser objeto del estudio sociológico, ya que se presenta en el ser humano naturalmente, sin la intervención de factores sociales. Pero a medida que el individuo se desarrolla, a estas necesidades básicas se les suman nuevas necesidades de origen social. Todo esto implica en el individuo, una nueva necesidad de consumir, esta vez alejada de la necesidad original de satisfacción de las necesidades básicas, que comienza a generar en éste, la necesidad de consumir por razones externas a su naturaleza. Es esto lo que finalmente genera un nuevo tipo de consumo, al que llamaremos consumismo.

Según Marx, "La riqueza en las sociedades en que impera el régimen capitalista de producción se nos aparece como un inmenso arsenal de mercancías. (Marx, 1867 Cap. 1: 3)

La mercancía es, en primer término una cosa para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean. Dejando de lado el carácter de estas necesidades y la vía por la cual son satisfechas, es que Marx nos presenta las distintas características de la mercancía. La utilidad de un objeto lo convierte en valor de uso, este carácter del objeto está dado por las cualidades materiales del mismo, las cuales no dependen del trabajo que este implícito y sirven para un conocimiento más real del objeto.

Ahora bien, si prescindimos del valor de uso de las mercancías estas solo conservan una cualidad: la de ser productos del trabajo. Con el carácter útil de los productos del trabajo, desaparecerá el carácter útil de los trabajos que representan y desaparecerán también, por tanto, las diversas formas concretas



de estos trabajos, que dejarán de distinguirse unos de otros para reducirse todos ellos al mismo trabajo humano, al trabajo humano abstracto. En síntesis la magnitud se medirá, en función del trabajo que encierre y a su vez este en función del tiempo empleado.

Debido a que los objetos se nos presentan en condición de valores de uso o de cambio, es que su condición de mercancía estará dada cuando encierre esta doble condición. Para ser una mercancía deberá conservar su forma natural y de valor, su valor de uso y de cambio. Se esperará que estas competencias (satisfacción de necesidades) aparezcan principalmente en un mercado on-line de consumo. Es decir, las personas desde su computador comprarán y venderán productos y servicios buscando la mejor oferta y sus correspondientes beneficios. En consecuencia, la explicación de tal proceso improvisado y asistemático, necesariamente alude a variables de índole afectivas más que cognitivas como el modelo del consumo a través de la web. Es así como la identidad hacia un producto, servicio o marca será una variable relevante en la investigación en torno al comercio en línea.

CIBERCULTURA

El término "cibercultura" es utilizado por diversos autores para agrupar una serie de fenómenos culturales contemporáneos ligados principal, aunque no únicamente, al profundo impacto que ha venido ejerciendo las tecnologías digitales de la información y la comunicación sobre aspectos tales como la realidad, el espacio, el tiempo, el hombre mismo y sus relaciones sociales.

Algunos autores como Kerckhove y Lévy, definen la cibercultura como la tercera era de la comunicación, en la que se habría configurado un lenguaje todavía más universal que el alfabeto: el lenguaje digital. Una era que habría seguido a las de la oralidad y la escritura. Kerkchove, además, propone comprender la cibercultura desde tres grandes características: la interactividad, la hipertextualidad y la conectividad. Pero habría mucho más que decir sobre la cibercultura. Desde el punto de vista del impacto tecnológico, una cuestión clave para la cibercultura es poder discernir de qué modo están afectando las nuevas tecnologías a la inteligencia y a las formas de usarla. Al respecto,



Kerckhove, en su libro. La piel de la cultura Investigando la nueva realidad electrónica, indaga los efectos de las tecnologías electrónicas desde la televisión hasta el ciberespacio, pasando por la realidad virtual, el Internet, la biomecánica y las llamadas por él psicotecnologías.

Por su parte, Sherry Turkle, en su libro: La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet, nos ofrece una muy bien documentada descripción de las nuevas subjetividades que surgen ante la irrupción y extensión de las nuevas tecnologías digitales, y muy especialmente acerca del problema de la identidad en el ciberespacio.

Para Mark Dery, en su documento: Velocidad de escape. La cibercultura en el final de siglo, una descripción justa de la cibercultura debería atender toda una gama de fenómenos subculturales tales como la ciberdelia, el cibrepunk, el arte cibernético, el ciborg (cuerpo y tecnología) y la robocopulación o sexo por tecnología, entre otros temas. Y precisamente en un libro que aborda este último aspecto de la cibercultura: El eros electrónico, Román Gubern se propone describir los efectos emocionales del impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, desde una perspectiva biológica y antropológica. Gubern se detiene en fenómenos como la extensión de la pornografía, los usos amorosos del correo electrónico, la aplicación sexual de las imágenes digitales y de la realidad virtual, así como en lo que él llama el ideal claustrofílico y sus servidumbres.



4.2 INTERVENCIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA CULTURA LOCAL

“Según los registros de la Superintendencia de Telecomunicaciones, hasta junio de 2008, el Ecuador tenía 188 mil usuarios de Internet, menos del 3% de cobertura nacional. Nuestro país se encuentra a la cola comparado con otros países del entorno: Venezuela, 1,70; Colombia, 1,60; Perú, 1,50; Bolivia, 0,40 y, Ecuador 0,30. Sin embargo, el número de computadores en el país -225 mil- rebasa los que tiene Bolivia - 60 mil -. ¿Dónde está el problema de la falta de conexión a Internet en el Ecuador? 1) Los costes altos de acceso a la Internet, 2) la falta de infraestructuras, 3) Su aislamiento de comunicaciones de los cables de fibra óptica de enlaces internacionales. Esto contribuye a que la brecha digital entre las instituciones del sector público y privado aumente enormemente”. (14/Septiembre/2008 Fuente: Diario HOY Ciudad Quito Autor: Alfredo Valdivieso G)

Con estos breves pero elocuentes antecedentes nos centraremos en nuestra ciudad. Cuenca es una ciudad del centro sur de Ecuador, capital de la provincia del Azuay. Está situada en la parte meridional de la Cordillera andina ecuatoriana; es la tercera población de importancia en el Ecuador poseyendo así también un tercer nivel en cuando se refiere a tecnología y acceso de cobertura las nuevas comunicaciones digitales. En conversación sostenida con el Ingeniero Wilson Peñafiel de la Unidad de Servicios y Telecomunicaciones de SUPTEL¹⁸, nos manifestó que por primera vez inicio la operación de internet en la ciudad de cuenca el 26 de junio del año 2000. Hablando de cobertura móvil o telefonía celular como se la conoce, esta comienza a funcionar en 1993 primero en el cantón Cuenca, luego con los años a nivel de la provincia. La ciudad de Cuenca cuenta con cobertura de las tres empresas nacionales de telefonía móvil Porta-Movistar- Alegro.

Movistar o Bellsouth como se lo conocía en sus inicios llega a nuestra ciudad 1993 con un tipo de tecnología primitiva (1G) que no permitía datos de mensajes ni siquiera identificación de llamadas, pasan algunos años hasta llegar a 2005 esta empresa de fama mundial incorpora en su tecnología la red GSM de 850 MHz y ofreciendo a sus usuarios los nuevos Blackberry años

¹⁸ SUPTEL.- Súper Intendencia de Telecomunicaciones. Institución que regula las redes telefónicas.



mismos que poseen servicios completos (navegación web, correo móvil, mensajería, y servicios corporativos propios de la marca entre otros).

Porta esta compañía ha estado presente en nuestra ciudad desde 1993 fecha en que se firmo un contrato de telecomunicaciones entre el Estado Ecuatoriano y CONECEL S.A. Es una empresa que por algunos estudios de mercado realizado por la Superintendencia de Comunicaciones en la Ciudad tiene una aceptación del 60 % de los usuarios.

(www.prolife/telecomunicaciones/Consortio_Ecuatoriano_de_Telecomunicaciones_S.A-Porta) Acceso 15 de Agosto de 2010.

Alegro es el nombre comercial de Telecomunicaciones Móviles del Ecuador empieza su funcionamiento en 2003 y para 2005 contaba ya con su servicio de Internet inalámbrico NIU Internet Total el primero en el país de esta forma amplio su cobertura de servicios y equipos, tratando de complacer también a la mayoría de los usuarios de la telefonía móvil en el país.

En el país existen algunas empresas que venden su servicio de Internet en las que tenemos Andinatel, Pacifictel, Etapa, Empresas Privadas también por medio de empresas de telefonía móvil como ya hemos visto como es Porta, Movistar y Alegro con un servicio inalámbrico por medio de USB. En la ciudad existes 12 zonas gratuitas de Internet inalámbrico, con la instalación del nodo digital en la Nueva Corte de Justicia también se amplía el número mediante líneas telefónicas.

En Cuenca el acceso a Internet gratuito distribuido por la Empresa ETAPA EP está disponible en 11 zonas: Parque Calderón, El Barranco, María Auxiliadora, Santo Domingo, San Sebastián, San Blas, Plaza de Chaguarchimbana, Parque El Paraíso, Plazoleta de El Otorongo, Universidad de Cuenca y desde hoy la nueva Corte de Justicia. Existe otro punto en el Aeropuerto Mariscal Lamar, pero es controlado por la Corporación Aeroportuaria.

Para Bernardo Cueva, gerente comercial de ETAPA EP, la idea de crear espacios gratuitos es un servicio a la comunidad sobre todo en espacios



determinados donde existe afluencia masiva de gente, como centros educativos o comerciales. Para implementar Internet wifi en El Ejido la empresa implantó un nodo digital al interior del edificio de la Nueva Corte de Justicia y su cobertura será únicamente para la manzana que rodea a este inmueble. Pero también servirá para aumentar 4.288 líneas telefónicas en el perímetro urbano de la ciudad.

El único requisito para conectarse a esta red es pasar primero por un filtro de autenticidad, donde se identifica al usuario como `wifi@etapatelecom.net` cuya contraseña es la palabra “gratis”. Según datos obtenidos por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL) hasta diciembre de 2009 la provincia del Azuay cuenta con un aproximado de 13.581 usuarios de Internet, lo que significa el 2,16% de la población total de la ciudad. De este porcentaje ETAPA cuenta 7.500 clientes lo que significa el 60%, mientras que el 40% restante corresponde a otras operadoras locales y nacionales. En cuanto a los datos de telefonía fija la empresa cuenta con una cartera de 136.519 mil usuarios, pero únicamente de forma activas, pues existen otros 10.000 que únicamente pagan mensualmente por la mantención de esta línea pero no la utilizan, los valores bordean entre 1,99 y 9,99 dólares, según cada caso. Esta diferencia de cifras, 7.500 de Internet y 136 mil de telefonía fija, para Bernardo Cueva obliga a la empresa a cubrir ese mercado, es así que para el 2010 esperan contar con 36 mil nuevos usuarios. Para cumplir esta meta se han planteado varias estrategias comerciales, la principal es aumentar el ancho de la banda y disminuir los costos.

Podemos decir que la internet en la cultura local ha intervenido en gran escala, previo un dialogo con los protagonistas, podemos deducir que son muchos los casos de padres que afirman conocer el significados de algunas de las palabras más utilizadas por sus hijos, como twiter, myspace, live spaces, hi5, facebook. Sin embargo, cuando se les pregunta por su significado se limitan a responder de forma vaga que “es algo relacionado con Internet”. Todos estos términos hacen referencia a nombres de redes sociales muy populares y en las



que los jóvenes participen de forma activa. Esta práctica refleja el cambio de hábitos que han experimentado los adolescentes en los últimos años: ya no se pelean por ver la televisión en el salón, discuten por la pantalla de su ordenador y, a poder ser, en la intimidad de su cuarto. Con el teléfono se cumple el mismo patrón: ya no se puede decir que los jóvenes pasen las tardes enganchados al aparato, sino que controlan la comunicación con todas sus amistades a través de Internet y mediante determinados servicios conocidos como redes sociales ya explicadas en el capítulo anterior. No podemos decir que todo es malo, por lo general, la influencia de las redes en sus usuarios es muy positiva. En primer lugar, porque les familiariza de un modo lúdico con unas tecnologías que serán en unos años sus principales herramientas laborales. También porque las redes sociales suponen una segunda oportunidad para los jóvenes que en el mundo exterior no logran comunicarse con su entorno: en las redes, el joven tímido, con dificultades de relación o que tiene problemas para encontrar a personas de interés en su ambiente puede comunicarse a su manera, sin complejos y para un público mucho más amplio. Pero si analizamos el cambio radical desde hace una década, en la cultura local, la vida de los jóvenes era muy diferente: las tareas se hacían con base en libros y se investigaban en la biblioteca; el tiempo libre se pasaba en reuniones con amigos o afuera en los parques; y las relaciones con la familia, las amistades y los conocidos se alimentaban del contacto directo, telefónico o, en su defecto, de las cartas.

Hoy todo ha cambiado; la Internet ha transformado la mayor parte de las costumbres de los seres humanos y ha creado no solamente soluciones y herramientas, sino también necesidades y dependencia. Las redes sociales son uno de los fenómenos más discutidos actualmente debido a la influencia que han tenido en la forma de comunicarse y expresarse de los seres humanos, temas que ya analizamos en un capítulo anterior.



4.3 CONTEXTO SOCIO ECONOMICO DE LA MUESTRA DE ESTUDIO

Cada día son más los jóvenes que utilizan internet, debido a la amplia penetración que está consiguiendo, ha hecho que los hogares procuren tener conexión a la red. En un inicio navegar, representaba un alto costo y no era posible hacerlo solo por recreación. Con el transcurso del tiempo se han generados múltiples ofertas de conexiones, tal es el caso, en la actualidad la banda ancha y con tarifas accesibles a todo público, incluso ahora colegios, empresas, hogares, cuentan con el servicio y casi toda persona cuenta con una cuenta de correo electrónico o acuden frecuentemente en busca de información a páginas de internet. Por supuesto esto incluye primordialmente a los jóvenes de colegios y universidades, quienes encuentran en la web una gran herramienta de consulta y entretenimiento.

¿Qué se entiende por nivel socioeconómico?

En la WEB existe un sin número de definiciones para este concepto pero nosotros lo hemos resumido de la siguiente manera:

El Nivel Socio - económico hace referencia al estilo de vida basado en la cantidad de riqueza que posees o no, y con el cual eres colocada en un nivel de la sociedad. Para esto se toma en cuenta lo social y lo económico. Es cuando dicen que eres de "estatus" alto, medio o bajo, es decir, ricos, sobrevivientes y pobres. Este concepto es aplicado a nivel individual o colectivo. En términos generales y con datos entregados por el **Departamento de Admisión de la Universidad de Cuenca** diremos que nuestro universo de estudio (Comunes de Filosofía) de la Universidad de Cuenca periodo 2009, se presenta en el siguiente cuadro estadístico que muestran Estadísticas de la Ficha Socio Económica con puntajes de 1 a 10 correspondiendo a los niveles socioeconómicos de sus familias y niveles de vida de cada estudiante.

Estos datos se obtuvieron de las fichas de matrícula entregados por los estudiantes de forma digital mediante la web, esta ficha contiene información tanto personal así como también de la familia en donde se extrae (número de miembros de la familia, ingresos económicos, cuentas bancarias, bienes muebles, bienes inmuebles, etc. etc. etc.) El Índice de Nivel Socioeconómico de



los estudiantes surge de la sumatoria simple de los puntajes obtenidos en las variables mencionadas anteriormente visualizados en el siguiente cuadro:

**COMUNES DE FILOSOFIA - PERIODO LECTIVO SEPTIEMBRE 2009 –
FEBRERO 2010**

PUNTAJE	PORCENTAJE
0	-
0 y 1	-
1 y 2	-
2 y 3	30%
3 y 4	18 %
4 y 5	15 %
5 y 6	13 %
6 y 7	10 %
7 y 8	7 %
8 y 9	4 %
9 y 10	2%
10	1%
	TOTAL 100%

Fuente: Departamento de Admisión Universidad de Cuenca.

Con estos datos obtenidos observamos que el nivel total con mayor porcentaje de nuestra muestra de estudio es relativamente medio ubicados entre los parámetros 3 y 4 hasta 7 y 8 respectivamente.



4.4 SUSTENTACION DE PROFESIONALES ACERCA DEL TEMA

Entrevista 1

Soc. Patricio Carpio

Director de la Fundación OFIS

¿Cómo influye el Internet en los jóvenes hoy en la actualidad?

De diversas maneras el Internet es ahora un medio vital en la juventud, en términos de comunicación, en términos de información, en términos de ponerse en contacto con lo que está ocurriendo en el mundo. Entonces, Internet a mi juicio es un instrumento que le permite estar conectado, significa estar a tono con lo que sucede en la sociedad global, con su sociedad local, cuando sigo con su sociedad, quiero decir con los suyos y con muchos más.

Internet, es en el fondo un medio súper interesante, en el que los jóvenes se proyectan, es una nueva forma de sociabilidad, es una nueva forma de acceder a múltiples oportunidades que le da la red.

“Yo diría que es un elemento que incide en una forma de ser, en términos culturales, tiene una influencia en el individuo global, esto quiere decir que este tema de la aldea global se va concretando con el Internet, una forma de homogeneización cultural.

¿Qué influencia a causado especialmente a Cuenca.....?

He notado que todos están conectados, y cuando digo on –line, significa estar absolutamente a tono con lo que pasa en el mundo, entonces el mundo evidentemente se ha reducido. Se ha convertido lo que dice Mc Iluhan :” El mundo es una Aldea Global” , efectivamente el mundo es una aldea donde el run run es pan de todos los días . Aquí estamos enterados de arte, cine, las ultimas noticias, política ciencia, tecnología, etc.

¿Cuáles cree Usted que son los aspectos positivos y negativos del Internet?

El internet tiene para mi, dos elementos fuertes, el uno es positivo, la medida en el que el joven se proyecta hacia el globo y el otro en el que no sé hasta dónde estamos con las defensas para enfrentar los temas culturales, es decir como la sociedad como la sociedad global capitalista, consumista, incide sobre el joven y en detrimento de la cultura local.

Tampoco quiero decir con esto que el internet es un éxito en términos de información, ¿porque que es lo que les llega y que es lo que no? ¡A donde acceden los jóvenes y con gran facilidad!



Con el tema de internet, yo no haría juicios de valor en términos morales, sino juicios a alrededor de lo que es la cultura global y de acceso al conocimiento.

A mí me parece en términos generales un instrumento con muchísimas utilidades. Fuera una manera muy conservadora decir que: "El internet influye en los jóvenes de una manera negativa". Eso en la actualidad actual, el tema de ¿qué decide el joven? ya pasa por la madures, le obliga al joven a madurar, entonces ahí uno, ya no tiene control sobre aquello.

¿Cuales considera Usted, Que son los mecanismos que utiliza el Internet para persuadir a los jóvenes?

A mí me parece que el internet es un libro abierto, y ahí hay una opción, ingresar a la pagina que usted desea, accede a lo que desee. El tema de seducir al internet es el tema de conectividad, es el tema de poder conectarse con diferentes personas alrededor del mundo en segundos. Cosa que antes no sucedía. Hace que el individuo vaya en búsqueda de nuevos horizontes. Permite al individuo estar al día, en tiempo real del acontecer mundial y también proyectarse al mundo en tiempo presente.

Esto le da otra dimensión a los jóvenes, yo entendería a un nivel urbano, el 95% de los jóvenes tienen acceso a internet, ya sea por sus propios medios o tal vez ingresando a través del alquiler de maquinas en los cybers, universidades, colegios; Entonces creo que cambia el rumbo de la vida en términos de procesos globales es un hito.

¿De qué manera las redes sociales cambian el comportamiento de los jóvenes?

Hi5, facebook, twiter, estas redes sociales me dan la impresión que la internet da a las personas la posibilidad de proyectarse como no es, sino como quisiera ser; lo que le permite asumir otra personalidad, algo que no es. Es un mecanismo de defensa frente a la baja estima. Entonces por esta razón un gran número de la población utilizan estas redes sociales para proyectarse una imagen diferente y de la timidez.

Las redes sociales ahora en la actualidad crean sociedades virtuales, y de esta manera se protegen para explorar lo inexplorado. Con esto la sociedad tradicional desaparece.



Entrevistado 2

Dis. Juan Carlos Jaramillo

Gerente de la Agencia de Publicidad: DIPAGGI

¿Cree usted que las redes sociales cambian el comportamiento de los jóvenes?

Claro que cambia. Podemos tomar dos aspectos para poder definir el comportamiento de los jóvenes, personalidad y el otro de consumo a través de internet (redes sociales).

Se hacen exageradamente impersonales debido a que empiezan a manejar sus relaciones interpersonales de forma diferente a la comunicación directa, sino a través de una red, virtualmente. Estas son el Messenger, correo electrónico, facebook, hi5, twitter. El internet hace que los jóvenes se hagan totalmente retraídos, dependientes. Existen personas que pasan hasta doce horas diarias en las redes sociales.

¿Considera Usted que el uso muy frecuente de Internet, incide en la salud mental de los jóvenes?

En la forma de consumidor, si, ellos siempre están esperando la primera oferta a través de la red, esto hace que se sientan tentados todo el tiempo.

¿Cree Usted que la pornografía causa adicción en los jóvenes?

Si, crea una adicción y no solo estas páginas, son muchas páginas sino se tienen restricción suficiente.

Obviamente, los padres no pueden controlar a los jóvenes todo el tiempo, porque incluso muchos de los padres de familia ni siquiera saben cómo usarlo.

Es difícil poder restringir las páginas, ellos están con acceso total a la información que deseen obtener. Bueno también influye mucho de la educación en casa y la personalidad que tienen los jóvenes. Hi5 sigue siendo fuerte en la población, mas en la juventud.

¿Qué medios utiliza para percutir a través de la publicidad a los jóvenes?

Lo que utilizo primordialmente, es el internet, es para mí el medio más fuerte, sobre todo las redes sociales. Ya que los jóvenes en su mayoría ahora están siempre on- line.

Es mejor ahora ligar mi pagina Web o mi blog a las redes sociales. Así de esta manera puedo llegar con la información que yo crea conveniente.



Luego el correo electrónico, después radio. No prensa porque los jóvenes no leen, cero lectura.

¿Cree usted que los mensajes que reciben los jóvenes a través de la publicidad en el Internet, crean en estereotipos?

Depende como se lo haga, si es aspiracional. Pongamos un ejemplo Lady Gaga artista del momento, si crea estereotipos, empiezan a imitarles, su forma de ser, su forma de vestir, su comportamiento, su música, etc. Ahora con la libertad de información mucho mas.



Entrevistado 3

Psicólogo Rolando Coronel

Psicólogo del Hospital Católico

¿Cómo afecta el Internet en el comportamiento de los jóvenes?

Yo pienso, que no debería afectar en los mínimo en el comportamiento, porque internet es hoy en día, una herramienta de consulta para obtener información de manera más rápida, indispensable en la actualidad, no hay razón para que se vea afectada en el comportamiento, ni en el aprovechamiento; a excepción de que se convierta en una adicción, pero la adicción ya cae en el plano de la psicopatología o si el tiempo del

¿Considera Usted que el uso muy frecuente de Internet, incide en la salud mental de los jóvenes?

Si creo, por supuesto, ya que en el internet se puede encontrar una multiplicidad de artículos, que sin el debido cuidado de personas adultas, especialmente en un adolescente que está en una edad, donde está teniendo cambios psíquicos producto de su adolescencia.

¿Cómo cree Usted que se puede determinar la confiabilidad del Internet?

No. Todo es cuestión de la formación en un hogar, pero ante estos hogares totalmente mal formados, hoy en día, sino es por la migración, por el trabajo o por otros factores, donde la familia está dispersa, existe muy poco tiempo para compartir en familia, entonces a l verse en este fenómeno, ellos se quedan pueden ingresar en páginas y estas pueden ser malinterpretadas al no tener la

¿Puede de alguna manera quitarme la adicción a la pornografía?

Si, la pornografía es el producto de una mala información por falta de los padres, por parte de los padres, maestros en las escuelas y colegios etc. Porque a la sexualidad lo toman como un tabú, como un fenómeno que no deberían saber los jóvenes y los niños, cuando en realidad todos los deberían instruir acerca de la psico-sexualidad. ¿Porque? Para evitar más tarde la pornografía que tanto atrae a los jóvenes, adultos y especialmente a los hombres.



4.5 UNIVERSO Y MUESTREO

Con datos obtenidos de la secretaria general de la Facultad de Filosofía se afirma que en el periodo 2009 se matricularon 413 estudiantes en el ciclo de comunes considerando esta cifra como el universo.

Para sacar nuestra muestra de estudio se procedió a realizar algunas investigaciones de métodos de estudio y con asesoría del Dr. Oswaldo Narváz Soto técnico en Métodos de Investigación; se estipulo que por el reducido número total del universo (413) que no sobrepasa los 1000 se procedió a tomar la mitad menos uno de éste (206), para la aplicación de las encuestas siendo ésta una muestra representativa del 50%, la misma que nos mostro datos reales y concretos durante la investigación.

Entonces se procedió a realizar las encuestas a los estudiantes de manera aleatoria cubriendo un número total de 206 de las cuales 94 para hombres y 112 para mujeres distribuidos en diez paralelos tanto por la mañana y la tarde.

Modelo de la encuesta

Buenos días/ Buenas tardes/. Es un placer dirigirnos a usted para solicitar su ayuda en la investigación que estamos realizando, sus respuestas nos servirán de gran apoyo.

EDAD:

SEXO: **Femenino:** **Masculino:**

PARALELO:

1 ¿Utiliza Usted Internet?

Si

No

2 ¿Si su respuesta fue afirmativa, con qué frecuencia se conecta a la red?



- Diariamente Cuantas horas
- Hasta cuatro veces a la semana
- Hasta tres veces a la semana.....
- Hasta dos veces a la semana.....
- Más de cuatro veces al mes.....

3 ¿Qué es lo que más visita en la red?

- Correo electrónico
- Chat
- Hi5
- Consultas (bases de datos) informativas, educativas
- Paginas de entretenimiento (farándula, horóscopo, música, moda, salud, juegos)
- Comunidades virtuales (foros, clubes de amigos)
- Paginas con contenido pornográfico y de violencia
- Otro, (especifique por favor).....

4 ¿Cree Usted que la internet como medio de información y comunicación influye en su vida, al decir su vida nos referimos a su personalidad en general (costumbres, elecciones, modales, opinión pública, etc.)?

- Si
- No
- Porque.....
-

5 ¿Cree que la Internet como medio social contribuye al desarrollo de la sociedad?

- Si
- No



Porque.....
.....

6 ¿Piensa Usted que la internet es un medio para vender ideas al usuario?

Si

No

Porque.....
.....

Gracias :)



4.6 TABULACION E INTERPRETACION DE LOS DATOS

1. ¿Utiliza usted internet?

Nº ESTUDIANTES	PARALELOS	SI	NO	% SI	%NO
25	GRUPO 1	25	0	100,00	0,00
26	GRUPO 2	25	1	96,15	3,85
39	GRUPO 3	39	0	100,00	0,00
14	GRUPO 4	13	1	92,86	7,14
7	GRUPO 5	7	0	100,00	0,00
6	GRUPO 6	6	0	100,00	0,00
30	GRUPO 7	30	0	100,00	0,00
13	GRUPO 8	13	0	100,00	0,00
21	GRUPO 9	21	0	100,00	0,00
25	GRUPO 10	25	0	100,00	0,00
206	TOTAL:	204	2	99,03	0,97

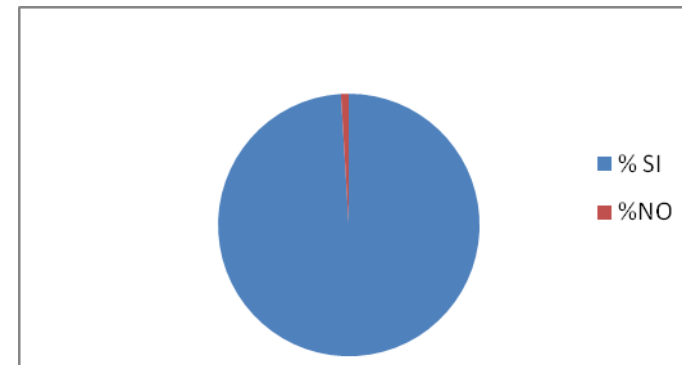
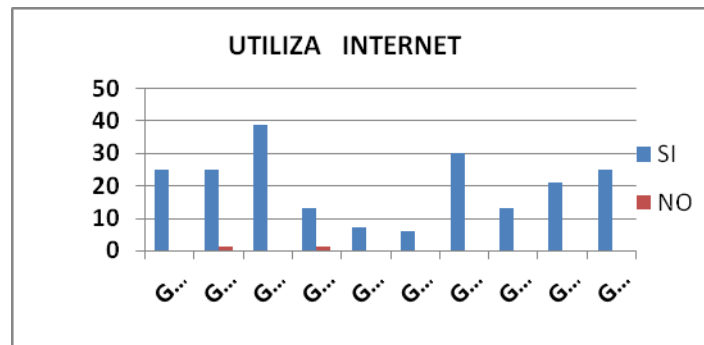


Gráfico 1.- Se aprecia que en los diez grupos todos los estudiantes en su mayoría utilizan internet.

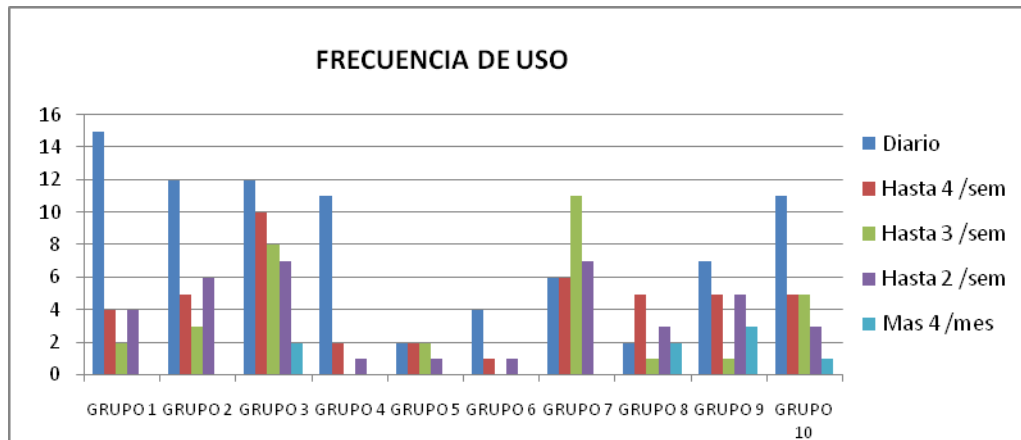
Gráfico 2.- Se puede decir que el 90% de cada 100 estudiantes del primer año de la facultad de filosofía utilizan internet.

Fuente: Encuestas (Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Comunes 2009)
Elaboración: Jessica Rivadeneira y Andrés Naula.

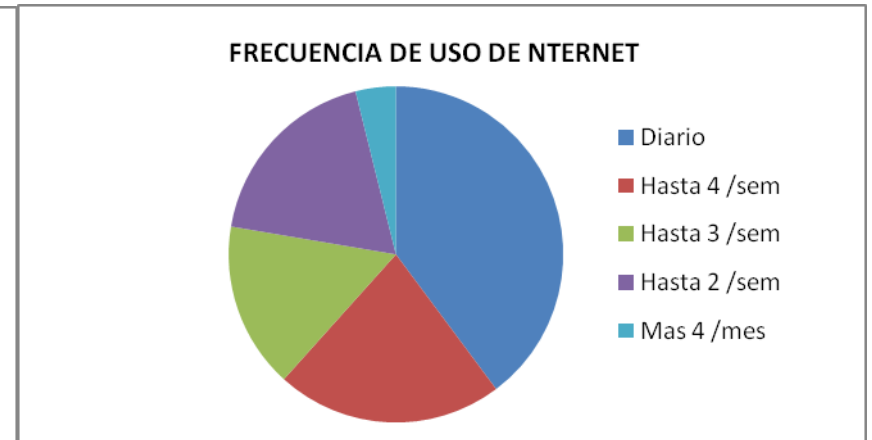


2. Si su respuesta fue afirmativa, ¿con que frecuencia se conecta a la red?

Nº ESTUDIANTES	PARALELOS	Diario	Hasta 4 /sem	Hasta 3 /sem	Hasta 2 /sem	Mas 4 /mes	Diario	Hasta 4 /sem	Hasta 3 /sem	Hasta 2 /sem	Mas 4 /mes
25	GRUPO 1	15	4	2	4	0	60,00	16,00	8,00	16,00	0,00
26	GRUPO 2	12	5	3	6	0	46,15	19,23	11,54	23,08	0,00
39	GRUPO 3	12	10	8	7	2	30,77	25,64	20,51	17,95	5,13
14	GRUPO 4	11	2	0	1	0	78,57	14,29	0,00	7,14	0,00
7	GRUPO 5	2	2	2	1	0	28,57	28,57	28,57	14,29	0,00
6	GRUPO 6	4	1	0	1	0	66,67	16,67	0,00	16,67	0,00
30	GRUPO 7	6	6	11	7	0	20,00	20,00	36,67	23,33	0,00
13	GRUPO 8	2	5	1	3	2	15,38	38,46	7,69	23,08	15,38
21	GRUPO 9	7	5	1	5	3	33,33	23,81	4,76	23,81	14,29
25	GRUPO 10	11	5	5	3	1	44,00	20,00	20,00	12,00	4,00
206	TOTAL:	82	45	33	38	8	39,81	21,84	16,02	18,45	3,88



Gráfica 3.- en los grupos del primer año de la facultad de filosofía predomina la frecuencia de uso de internet diario y hasta cuatro veces por semana.



Gráfica 4.- Los estudiantes encuestados utilizan internet en su mayoría a diario y más de cuatro veces al mes son los que menos utilizan.

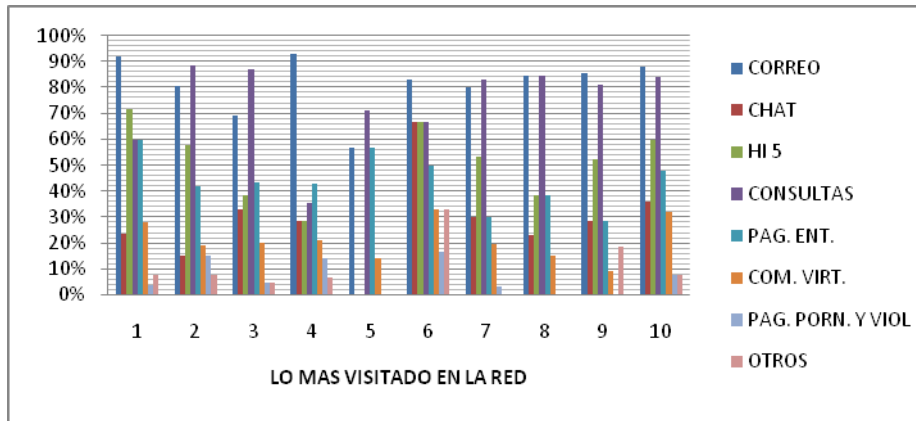
Fuente: Encuestas (Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Comunes 2009)
 Elaboración: Jessica Rivadeneira y Andrés Naula.



3. ¿Qué es lo que más visita en la red?

Nº ESTUDIANTES	PARALELOS	CORREO	CHAT	HI 5	CONSULTAS	PAG. ENT.	COM. VIRT.	PAG. PORN. Y VIOL	OTROS
25	GRUPO 1	23	6	18	15	15	7	1	2
26	GRUPO 2	21	4	15	23	11	5	4	2
39	GRUPO 3	27	13	15	34	17	8	2	2
14	GRUPO 4	13	4	4	5	6	3	2	1
7	GRUPO 5	4	0	0	5	4	1	0	0
6	GRUPO 6	5	4	4	4	3	2	1	2
30	GRUPO 7	24	9	16	25	9	6	1	0
13	GRUPO 8	11	3	5	11	5	2	0	0
21	GRUPO 9	18	6	11	17	6	2	0	4
25	GRUPO 10	22	9	15	21	12	8	2	2
206	TOTAL:	168	58	103	160	88	82	28	50

Nº ESTUDIANTES	PARALELOS	CORREO	CHAT	HI 5	CONSULTAS	PAG. ENT.	COM. VIRT.	PAG. PORN. Y VIOL	OTROS
25	GRUPO 1	92%	24%	72%	60%	60%	28%	4%	8%
26	GRUPO 2	81%	15%	58%	88%	42%	19%	15%	8%
39	GRUPO 3	69%	33%	38%	87%	44%	21%	5%	5%
14	GRUPO 4	93%	29%	29%	36%	43%	21%	14%	7%
7	GRUPO 5	57%	0%	0%	71%	57%	14%	0%	0%
6	GRUPO 6	83%	67%	67%	67%	50%	33%	17%	33%
30	GRUPO 7	80%	30%	53%	83%	30%	20%	3%	0%
13	GRUPO 8	85%	23%	38%	85%	38%	15%	0%	0%
21	GRUPO 9	86%	29%	52%	81%	29%	10%	0%	19%
25	GRUPO 10	88%	36%	60%	84%	48%	32%	8%	8%
206	TOTAL:	81%	29%	47%	74%	44%	21%	7%	9%



Gráfica 5.- En el primer año de la facultad de filosofía de la universidad de Cuenca, predomina el uso del internet en primer lugar para el correo electrónico. luego el chat.



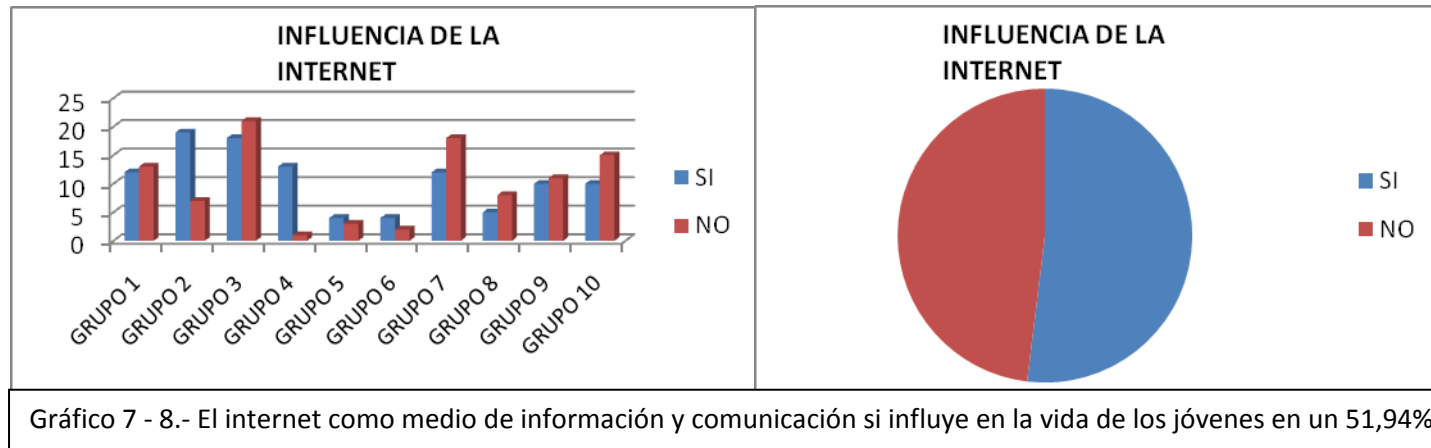
Gráfica 6.- Se puede decir que 80 de cada 100 estudiantes utilizan internet, primordialmente el correo electrónico

Fuente: Encuestas (Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Comunes 2009)
Elaboración: Jessica Rivadeneira y Andrés Naula.



4. Cree que la internet como medio de información y comunicación influye en su vida, al decir su vida nos referimos a su personalidad en general (costumbres, elecciones, modales, opinión pública, etc.)

Nº ESTUDIANTES	PARALELOS	SI	NO	%SI	%NO
25	GRUPO 1	12	13	48,00	52,00
26	GRUPO 2	19	7	73,08	26,92
39	GRUPO 3	18	21	46,15	53,85
14	GRUPO 4	13	1	92,86	7,14
7	GRUPO 5	4	3	57,14	42,86
6	GRUPO 6	4	2	66,67	33,33
30	GRUPO 7	12	18	40,00	60,00
13	GRUPO 8	5	8	38,46	61,54
21	GRUPO 9	10	11	47,62	52,38
25	GRUPO 10	10	15	40,00	60,00
206	TOTAL:	107	99	%51,94	%48,06



Fuente: Encuestas (Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Comunes 2009)
 Elaboración: Jessica Rivadeneira y Andrés Naula.



5. ¿Cree que la internet como medio social contribuye al desarrollo de la sociedad?

Nº ESTUDIANTES	PARALELOS	SI	NO	SI	NO
25	GRUPO 1	24	1	96,00	4,00
26	GRUPO 2	19	7	73,08	26,92
39	GRUPO 3	37	2	94,87	5,13
14	GRUPO 4	10	4	71,43	28,57
7	GRUPO 5	7	0	100,00	0,00
6	GRUPO 6	5	1	83,33	16,67
30	GRUPO 7	25	5	83,33	16,67
13	GRUPO 8	13	0	100,00	0,00
21	GRUPO 9	17	4	80,95	19,05
25	GRUPO 10	16	9	64,00	36,00
206	TOTAL:	173	33	83,98	16,02

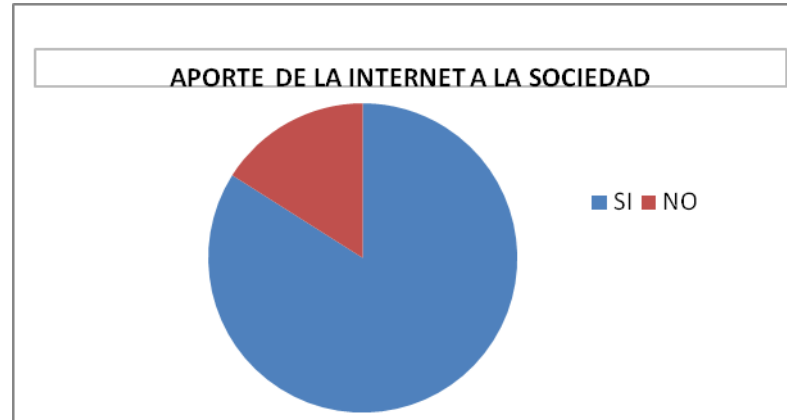
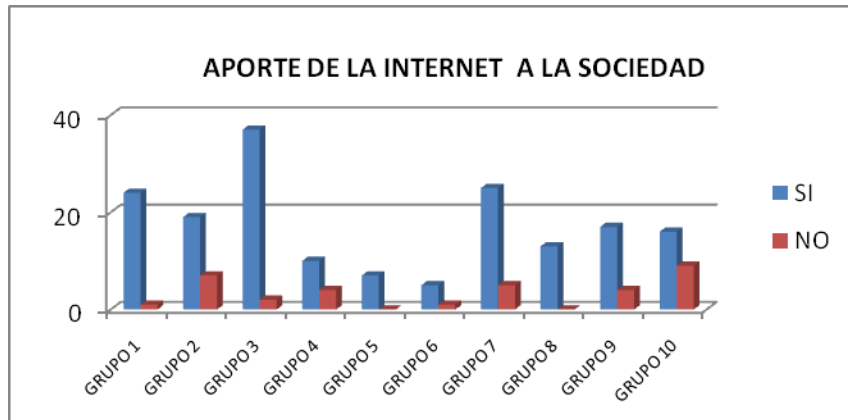


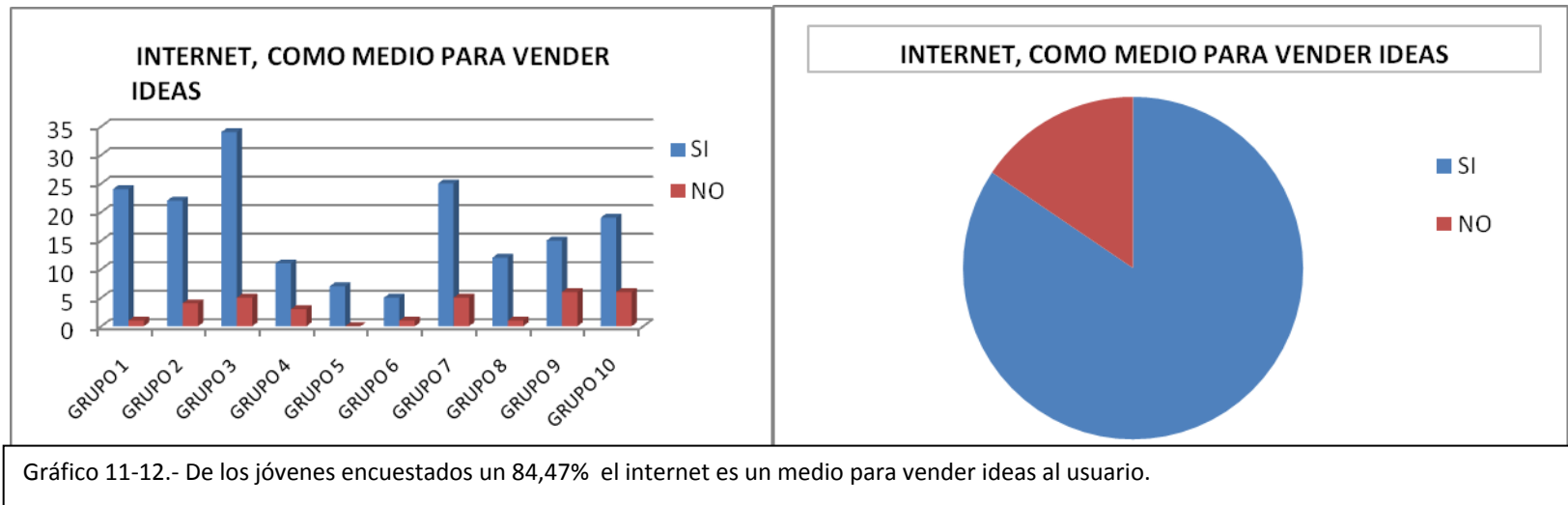
Gráfico 9 - 10.- En estos gráficos podemos ver que el internet aporta en un 83,98% a la sociedad.

Fuente: Encuestas (Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Comunes 2009)
 Elaboración: Jessica Rivadeneira y Andrés Naula.



6. ¿Piensa usted que la internet es un medio para vender ideas al usuario?

Nº ESTUDIANTES	PARALELOS	SI	NO	SI	NO
25	GRUPO 1	24	1	96,00	4,00
26	GRUPO 2	22	4	84,62	15,38
39	GRUPO 3	34	5	87,18	12,82
14	GRUPO 4	11	3	78,57	21,43
7	GRUPO 5	7	0	100,00	0,00
6	GRUPO 6	5	1	83,33	16,67
30	GRUPO 7	25	5	83,33	16,67
13	GRUPO 8	12	1	92,31	7,69
21	GRUPO 9	15	6	71,43	28,57
25	GRUPO 10	19	6	76,00	24,00
206	TOTAL:	174	32	84,47	15,53



Fuente: Encuestas (Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Comunes 2009)
 Elaboración: Jessica Rivadeneira y Andrés Naula.



4.7 VALORACION DE LA HIPOTESIS

Nuestra hipótesis:

“La internet como medio de comunicación e información influye sobre los estudiantes universitarios, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumismo y la opinión pública”.

Comenzaremos diciendo que nuestra hipótesis es de categoría conceptual es decir se formulo como resultado de las explicaciones teóricas aplicables a nuestro problema. Nos ayudo a explicar desde el punto de vista teórico el fenómeno que estamos investigando.

Existen algunos criterios que sirven de guía para determinar si la hipótesis se cumple o no, permite ser comprobada, es decir, establece claramente su referente empírico. Entonces bajo estos parámetros hemos considerado lo siguiente:

Luego de haber concluido con éxito nuestro estudio deducimos claramente y de acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, e interpretando con estadística algunas preguntas de está, afirmamos que el 60% de los estudiantes considera que la Internet es un medio que influye enormemente en su vida ya sea de índole afectivo o como una herramienta tecnológica de investigación. De esta forma, vemos que el estudio empírico aportó para la comprobación y verificación de nuestra hipótesis.



CONCLUSIONES

Con este trabajo hemos llegado a una serie de consideraciones acerca de la influencia de Internet como fuente de investigación y su influencia sobre el desarrollo intelectual de los estudiantes.

De los resultados obtenidos por la encuesta realizada podemos constatar el hecho de que los estudiantes del primer año de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, se sienten influenciados negativamente por el uso frecuente de Internet a la hora de buscar información para cualquier trabajo investigativo. Más aún se refuerza la idea de que Internet es una herramienta muy poderosa que puede en un futuro no tan lejano sustituir el uso de la biblioteca tradicional. De hecho los resultados de esta encuesta demuestran que un porcentaje alto de estudiantes optan por tener como única fuente de investigación a Internet.

Entre las principales ventajas que podemos indicar acerca de la preferencia de los estudiantes por Internet, podemos destacar el ahorro de costo y tiempo que éste representa. No sólo ahorramos tiempo en la búsqueda de los datos, pues de hecho tenemos a nuestra disposición una serie de motores de búsqueda automatizados que localizan rápidamente lo que deseamos; sino que también ahorramos tiempo al transcribir los datos. Así mismo se puede observar cierto ahorro de dinero en cuanto a que no hay necesidad de sacar fotocopias de documentos o libros. Otra ventaja importante es el hecho de tener acceso a grandes bases de datos lo que nos permite realizar trabajos con mayor calidad.

Este uso frecuente de Internet también puede poseer algunas desventajas, tales como motivar al estudiante a no desarrollar su capacidad de análisis y de síntesis así como también su capacidad para escribir textos, pues es muy fácil copiar literalmente cualquier trabajo que se encuentre en la Red. Sin embargo esto se vería evidente en un estudiante mediocre y no en uno que no se considere como tal.



Todo esto nos hace suponer que en un futuro no tan lejano la educación tendrá que dar paso a un nuevo modelo de enseñanza. Un modelo que ya se está planteando en distintas universidades y escuelas del mundo; una enseñanza que se oriente hacia el desarrollo de la capacidad de análisis, de síntesis, de razonamiento del estudiante y no hacia la memorización inútil de conceptos, características, y demás datos detallados sobre hechos, situaciones, personas o cosas. El crecimiento exponencial de las bases de datos contenidas en el Web es un indicativo de que la información en general aumenta con el paso del tiempo y el ser humano nunca podrá almacenar toda esa información y no tiene necesidad real de hacerlo. Pero de algo si estamos seguros, que nuestro cerebro sí está en capacidad de analizar, razonar y sintetizar cualquier información e inclusive desechar la que no nos sea útil.

Para finalizar y cumplir con los objetivos planteados consideramos nosotros, que la Internet es un medio que ha cambiado notablemente el convivir diario de las personas que poseen acceso al mismo; debido a su complejo funcionamiento y prestación de servicios en los que destacamos: la obtención de información, el uso de las redes sociales, el chat, el e-mail entre otras.

Por su puesto también vale la pena destacar el costo para su utilización el mismo que es asequible para la mayoría, en algunos de los casos es gratis. Con el tiempo y sin ser pesimistas este medio digital así como otros trasformara las estructuras de las sociedades bien sea para bien o para mal.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

AUTORES: JESSICA RIVADENEIRA CRESPO
ANDRÉS NAULA QUEZADA



Anexo 1.-

DISEÑO DE TESIS

RESPONSABLES : **JESSICA RIVADENEIRA C.**

ANDRES NAULA Q.

1. TEMA

“Influencia social de la Internet en los Estudiantes de primer año de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, periodo 2009”

2. ANTECEDENTES

Durante la última década hemos vivido en Ecuador un intenso y creciente proceso de modernización en la vida social y en particular como especial expresión en, lo que se refiere a los medios de comunicación. Es por eso que hoy en día somos conscientes de la importancia que tiene en la sociedad la Internet, de gran trascendencia en la actualidad por su imponente velocidad y formas diversas al momento de comunicarse. «Los inicios de la Internet se remontan a los años 60, en plena guerra fría, Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque Ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país". Esta red se creó en 1969 y se llamó ARPANET. En principio, la red contaba con 4 ordenadores distribuidos entre distintas universidades del país. Dos años después, ya contaba con unos 40 ordenadores conectados. Tanto fue el crecimiento de la red que su sistema de comunicación se quedó obsoleto. Entonces dos investigadores crearon el Protocolo TCP/IP, que se convirtió- en el estándar de comunicaciones dentro de las redes informáticas. En 1985 la Internet ya era una tecnología establecida, aunque conocida por unos pocos, el autor William Gibson hizo una revelación: el término "ciberespacio". En ese tiempo la red era básicamente textual, así que el autor se baso en los videojuegos. Con el tiempo la palabra "ciberespacio" terminó por ser sinónimo de Internet. El desarrollo de NSFNET fue tal que hacia el año 1990 ya contaba con. alrededor de 100.000 servidores. A partir de entonces Internet comenzó a crecer más rápido que otro medio de comunicación,



convirtiéndose en lo que hoy todos conocemos. Algunos de los servicios disponibles en Internet aparte de la WEB son, transferencia de archivos, correo electrónico, conversaciones en línea, transmisión de archivo, etc.

Ya no se trata de un servicio codificado y clasificado de uso particular; al contrario nos encontramos frente a una maquinaria digital donde con solo dar un clic obtenemos lo que deseamos. El siglo XX es, en efecto, la era de la electrónica, la era atómica, la era de las comunicaciones. La introducción de esta tecnología modificó la lectura, el modo de vivir, de entender la realidad y la intervención sobre ella. Es la modificación cultural introducida por este nuevo medio de comunicación.

3. SELECCIÓN DEL TEMA

Hemos visto conveniente realizar esta investigación con el fin de estudiar la influencia de la internet en los estudiantes universitarios, porque la nueva era de la digitalización esta generando profundos cambios en la sociedad, cambios en las percepciones humanas, en las interacciones sociales, en el funcionamiento de los esquemas cognitivos y en la manera de construir la realidad de cada día. Internet es hoy para los jóvenes una forma de comunicación, con la finalidad de mantenerse informados, básicamente sobre todo aquello que es parte de su vida social y cotidiana.

Contenido: Influencia Social de la Internet

Campo de aplicación: Estudiantes

Espacio: Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca

Periodo: 2009



4. JUSTIFICACIÓN

4.1 Propósitos

Esta investigación tiene como propósito describir los posibles efectos, que el uso de la comunicación digital puede causar en los estudiantes universitarios. Otra de las razones es porque queremos conocer la forma en que estas personas se inician en esta práctica comunicacional y como sus vidas cotidianas son modificadas por este medio, instalando nuevos lenguajes y formas de comunicación.

4.2 Impacto Social

En la actualidad, las nuevas tecnologías han creado una especie de gran cultura simbólica, en la que los medios de comunicación masiva han dejado de ser simples transmisores de información o canales de difusión y entretenimientos. Se han transformado en poderosos sistemas de representación simbólica que atraviesan toda la sociedad. La influencia de esta cultura digital a nivel local, se manifiesta con pequeños matices: moda, costumbres, tradiciones, religión, pérdida de identidad etc.. El proceso Globalización es el principal contribuyente para este cambio. De aquí que el fin principal de esta tecnología, y uno de sus peligros, es compartir información sin importar el origen y el destino de esta.

4.3 Criterio Personal

Nuestro afán de realizar este tema es que hemos observado que los Medios Digitales (la Internet) ganan la batalla a la hora de preferencia. La juventud moderna se ha convertido en seres globalizados, cada vez dependen de una pantalla y lo que hagan en ellas. Hoy, los jóvenes aceptan el hecho de que deben convertirse en adultos, dentro de una sociedad de cambios continuos, y que deberán ser al mismo tiempo sujetos y actores en este mundo tan cambiante. Los medios de comunicación (La internet) decide cuáles son los temas que merecen la atención del público: desde economía, la nutrición, el sexo y el amor, moda, la violencia, los deportes, las catástrofes naturales, la religión, etc..



5. FORMULACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

FORMULACIÓN

¿Cuáles son las influencias sociales que ejerce la Internet; y en que medida los jóvenes son vulnerables a estos?

Buscamos conocer la manera en que la vida de estas personas es lentamente modificada, estudiaremos cambios en su lenguaje, rutina, verificar si tienen una nueva percepción de la realidad que los rodea y del mundo cotidiano, exploraremos los cambios en sus formas de relación, sus formas de pensar y de resolver problemas.

DESCRIPCIÓN

La Internet como nuevo medio de comunicación es utilizada por estudiantes de toda índole, para: acceder a bases de datos informativa, páginas de entretenimiento, conocer personas a través de las salas de Chat, comunidades virtuales, hacer compras, etc. "Las nuevas generaciones siguen siendo el blanco débil y por tanto el objeto de las mayores preocupaciones, en lo referente a influencia y cambios de actitud. Hasta no hace mucho tiempo, los adolescentes de ambos sexos llegaban a la edad adulta, sin otros conocimientos aprendidos en la escuela, iglesia, lo que les bastaba para ocupar su lugar en un ambiente familiar y social estático, viviendo una vida sin preocupaciones.

6. OBJETIVOS

Objetivo general

- Analizar la Influencia social de la Internet en los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca periodo 2009.

Objetivos específicos

- Conocer de que manera les beneficia o afecta el uso de la internet en la



vida estudiantil.

- Comprobar si la Internet juega un papel protagónico dentro de la vida social de los jóvenes.
- Establecer una opinión final de lo que significa este medio y la importancia.

7. MARCO TEÓRICO

Los ciudadanos del mundo nos hallamos ante una nueva revolución, la cual va a transformar toda la estructura socio-política, cambiará las relaciones de poder y modificará las relaciones de los ciudadanos: se trata de una permutación social, política y económica; y no será una leve variación en cada una de estas relaciones sino que va a ser un cambio completo y profundo.

Casi podemos afirmar que, ante la aplicación de la tecnología digital a todas las actividades cotidianas del hombre, estamos ante una metamorfosis de Civilización, la cual supera a la que sufrimos con la llegada de la Revolución Industrial, pero sin olvidar que es consecuencia más o menos directa de ella. Otra razón para explicar la existencia de una nueva revolución es la velocidad de los cambios. La sociedad y los productos están cambiando a una velocidad vertiginosa. Los únicos límites son económicos, de incorporación cultural, y además están protagonizados por jóvenes.

Según nuestra investigación primaria, nos dimos cuenta que varios puntos de diversas teorías sobre comunicación e información están vinculadas a la Internet, por lo que decidimos hacer una breve enumeración y explicación de ellas. Estas teorías son:

RELACIÓN CON LA TEORÍA DE MC LUHAN.

Analizando el medio Internet, haremos referencia a la conocida Teoría de Mc Luhan que parte de considerar a los medios como extensiones de nuestros sentidos y órganos. La comunicación en Internet, es un proceso sensorial y tecnológico. Sensorial desde el punto de vista que son nuestros sentidos los que



en última instancia perciben . la información, y tecnológico porque la alta rapidez y gran capacidad de almacenamiento de la información dependen de las características tecnológicas del medio. Desde este punto de vista, Internet permite comunicaciones rápidas a gran distancia, que de utilizar exclusivamente nuestros sentidos y órganos no podríamos realizar. La Teoría de Mc Luhan parte de cuatro presupuestos:

- Cada modificación en los medios es una modificación en la sensibilidad humana, es decir, el medio cambia al hombre. Esto se da en el medio Internet, en la medida en que hoy se está produciendo un cambio en las costumbres comunicativas.
- El medio es el mensaje. En este aspecto, la naturaleza tecnológica de Internet complementa muy bien al mensaje, ya que es un medio audio-visual, pero que además implica la revolución de interactividad en los Mass Media, lo que nos permite movernos como queremos dentro del mensaje.
- Cada medio hace participar al receptor de una forma diferente. En este medio, la interactividad es la clave. Su diferencia ante otros medios estriba en la libertad de movimiento, (dentro del mensaje), que utiliza sus capacidades para seleccionar o deshacerse de la información según le convenga.
- El medio presiona modificando nuestra forma de ser. Esto lo percibimos en el tiempo que el usuario se conecta a la red.

Mc Luhan también hace una división entre medios fríos y calientes, los primeros se dejan contemplar con cierta distancia, atraen pero no comprometen. En cambio los medios cálidos exigen algo más que contemplación, el consumidor debe poner algo de su parte. Posee la capacidad para ofrecer mensajes totalizadores: audio, gráficos, textos y vídeos. Pero por otra parte, Internet nos exige un mínimo de interactividad. Internet según la Teoría de Mc Luhan es un medio que por sus características se encuadran dentro de la edad del circuito electrónico, ya que en este medio se integran todos los sentidos. La teoría más completa con la que contaremos es la de Mc Luhan debido a que englobando las dos áreas de



nuestro estudio usos y ética, pilares fundamentales de la investigación que efectuaremos nos permitirá acercarnos a lo que pretendemos en la problemática planteada y explicar las circunstancias de la fuerza comunicativa de la red.

En otro trabajo de McLuhan, *Counterblast*: Es fundamental conocer los lenguajes de la nueva cultura tecnológica - argumenta McLuhan - porque "todos somos idiotas tecnológicos" que sólo pensamos en lo antiguo y no en el presente, en lo actual. Necesitamos entender los lenguajes de los nuevos medios de comunicación en la etapa del post-alfabetismo y de la poshistoria en la que hemos entrado, y dejar atrás la educación que ignora estos desarrollos. Los efectos de los medios de comunicación son nuevos ambientes. Cualquier modificación en los medios de comunicación, extensiones artificiales de la existencia sensorial, produce perturbaciones en el sistema nervioso central, en los sentidos, que obliga a reestructurar los pensamientos y sentimientos, la forma de pensar y de actuar.

La Galaxia de Gutenberg: Antes de la invención del alfabeto - argumenta McLuhan el hombre primitivo vivía en una sociedad cerrada, en un espacio acústico ilimitado, donde el lenguaje era oral. Este mundo del sonido o de las tecnologías del oído, basado en la palabra hablada, mantenía al hombre tribal bajo un rico encadenamiento imaginativo, con su mente galvanizada a lo ancho y a lo largo de su repertorio sensorial. Era un mundo unido biológicamente - como la familia -, seguro, protegido y cierto; sin embargo, un día el hombre, animal fabricante de herramientas, inventó un alfabeto fonético, que lo obligó a depender de la vista a expensas de todos los demás sentidos y facultades. Entonces, las palabras dejaron de tener "resonancia multidimensional" y se transformaron en un código visual frío y neutral. La invención del alfabeto arrojó al hombre primitivo del paraíso de la cultura oral (el tribalismo) y lo trasladó al mundo visual y abierto de la conciencia especializada y dividida (la civilización).

En la actualidad también encontramos a otro autor cuyo libro se ha transformado en un suceso entre quienes se interesan por. Internet y los nuevos medios de comunicación de la era Digital: Nicholas Negroponte, director del Laboratorio de



Medios del MIT, y como tal ha visto desde muy cerca el desarrollo de una gran parte de los avances tecnológicos en los últimos años.

Su libro "Being Digital" se nos presenta como la crónica de una personó que vive con un pie en el futuro, en la que nos muestra la potencia de los recursos que actualmente existen en la comunicación electrónica. Parte definiendo detalladamente los principios fundamentales de la computación. Su profundo manejo de los temas le permite dar explicaciones muy claras y simples acerca de cosas que utilizamos ya en forma cotidiana pero que nos parecen a la vez tan complejas e ininteligibles. Dentro de estas definiciones nos explica la real potencialidad de medios de transmisión de datos como el cable de cobre, la fibra óptica y el aire de nuestra atmósfera y describe lo que podrían llegar a ser los medios de comunicación en una época en la que todos ellos manejen su información en formatos digitales. En sus últimos capítulos, describe cómo estas tecnologías inciden en la formación de los niños, cómo el uso de aparatos inteligentes nos abre espacio para una nueva dimensión de la educación donde se da a los niños una participación mucho mayor, y los lleva a comprender las cosas de manera más propia, desarrolla sus capacidades de manera diferente, y en definitiva nos ofrece la posibilidad de criar niños más hábiles y ágiles de mente. .

Conceptos básicos de la Investigación:

Internet

Según Snell (1995) "Internet es una red o mas exactamente una red de redes, colección vasta de diferentes tipos de computadoras esparcidas por todo el mundo que pueden compartir mensajes e información.

Mientras que para Watt (1996) " Internet es una red de redes, lo que significa que muchas redes operadas por una multitud de organizaciones están interconectadas para conformarla. Permite comunicarse, compartir recursos y datos con personas ubicadas en la calle de enfrente o al otro lado del planeta". Estos dos autores describen Internet como una gigantesca red de redes donde no existe un dueño



único sino que por el contrario, la comunidad internacional crea, construye, mantiene e interconecta los equipos que permiten establecer la comunicación entre los usuarios de la red. Sin embargo esto nos permitiría ver a Internet tan solo como una herramienta de comunicación por medio de la cual muchas personas obtienen información en diferentes ámbitos.

Influencia

"En la sociedad, la influencia se presenta en las interrelaciones de agentes humanos y se muestra claramente en los cambios de actitud que presenta un determinado grupo de personas a las cuales va dirigida".

Persuasión

"Consiste en la utilización deliberada de la comunicación para cambiar, formar o reforzar las actitudes de (as personas, siendo estas últimas representaciones mentales que resumen lo que opinamos de las cosas, personas, grupos, acciones o ideas".

Concluimos diciendo que el mundo se está volviendo cada vez más complejo a partir de la multiplicación de interacciones de los hombres entre sí y con las máquinas. La complejidad así construida empieza a sernos humanamente ajena.

8. HIPÓTESIS

La Internet como medio de comunicación e información influye sobre los estudiantes

universitarios, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el

consumo y la opinión pública.



9. METODOLOGÍA

ETAPA DEL DISEÑO

Para elaborar el diseño de tesis, revisamos bibliografía relacionada al tema, esto es fundamental para realizar el marco teórico, derivar de ahí los problemas, y la hipótesis.

RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para el Trabajo de Campo se necesitan datos reales y actuales que no pueden ser encontrados en los libros de una biblioteca, por lo cual nosotros tenemos que realizar la investigación y luego presentar la información ordenada, clasificada, graficada, y realizar también todos los análisis estadísticos que sean necesarios para llegar a conclusiones claras y de valor respecto al tema del uso e influencia de la Internet en la población estudiantil de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.

La forma de investigación Literal para sacar adelante esta tesis será aplicada, en base a normas conceptuales, las teorías existentes, entrevistas a expertos en el tema, los conocimientos que se obtengan se podrá actuar en base a la realidad existente.

MÉTODO DEDUCTIVO - INDUCTIVO - DEDUCTIVO

Se realizará una investigación bibliográfica para obtener un conocimiento teórico sobre el tema planteado, con lo cual se podrá inferir información y datos como: conceptos, definiciones, principios y afirmaciones generales, que exponen en sus obras varios autores sobre la influencia de los medios electrónicos en la sociedad.

MÉTODO HISTÓRICO

Este método me servirá para establecer la evolución que han tenido los medios de comunicación hasta la actualidad, y su influencia que ejerce en los contextos amplios como Latinoamericanos.



TÉCNICAS

1 Las técnicas de las encuestas se realizarán de forma alternativa a los estudiantes de primer año hombres y mujeres. Con el trabajo realizado entre la recolección bibliográfica y las encuestas, se podrá mostrar que una verdad particular está inmersa en una general y se llegará a una generalización que permita demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis y permita elaborar las conclusiones del tema.

2 Consulta a la bibliografía e Internet.

3 Observación no participante.

11. RECURSOS

HUMANOS

Autor de la tesis

Director: Mst. Víctor Hugo Guillermo.

Ayuda de expertos

Bibliotecarios

Entrevistados

Otros

MATERIALES Y TÉCNICOS

Diccionarios

Computadora

Útiles de oficina

Cámara digital

Grabadora de mano

Cassetes, CDS, Memory flash



Anexo 2.-

DIARIO EL UNIVERSO

Estudio asocia adicción a internet y autolesiones en jóvenes

Sábado 05 de diciembre del 2009 **Tecnología**

REUTERS | SIDNEY, Australia

Los adolescentes que son adictos a internet son más propensos a implicarse en comportamientos autolesivos, según un estudio chino-australiano. Los investigadores **encuestaron a 1.618 adolescentes de entre 13 y 18 años** en la provincia china de Guangdong sobre comportamientos tales como golpearse a sí mismos, tirarse del cabello o realizarse pellizcos o quemaduras, al mismo tiempo que se les sometió a una prueba para medir la adicción a internet.

La adicción a internet ha sido clasificada como un problema de salud mental desde mediados de los años 90 con síntomas similares a otras adicciones.

La prueba halló que alrededor del 10 por ciento de los estudiantes analizados eran moderadamente adictos a internet, aunque menos del uno por ciento eran adictos de gravedad. Los estudiantes calificados como moderadamente adictos a internet fueron 2,4 veces más proclives a autolesionarse de una a cinco veces en los últimos seis meses que los estudiantes sin nada de adicción, dijo el doctor Lawrence Lam de la University of Notre Dame en Australia. Los estudiantes calificados como moderados a severamente adictos a internet fueron casi cinco veces más proclives que los jóvenes no adictos a autolesionarse seis veces o más en los últimos seis meses, reportaron Lam y sus colegas de la Universidad Sun Yat-Sen, de Guangzhou. "En los últimos años, con una mayor accesibilidad a internet en la mayoría de los países de Asia, la adicción a internet se ha convertido en un creciente problema mental entre los adolescentes", dijeron los investigadores en su estudio publicado en la revista Injury Prevention.

"Muchos estudios han informado de la asociación entre la adicción a internet, los síntomas psiquiátricos y la depresión entre los adolescentes", agregó.

Los investigadores dijeron que **los resultados sugerían una "fuerte y significativa" asociación entre la adicción a internet y las autolesiones en la adolescencia** incluso teniendo en cuenta otras variables asociadas con el comportamiento, como depresión, insatisfacción familiar o acontecimientos estresantes. Dijeron que esto sugería que la adicción a internet es un factor de riesgo independiente para los comportamientos autolesivos. Los expertos interpretan la adicción a internet, entre otras cosas, como sentimientos de depresión, nerviosismo, mal humor, cuando no se está conectado, y sólo desaparece cuando el adicto vuelve a conectarse. Fantasear o estar preocupado por no estar conectado a internet es otro de los síntomas de la adicción online.



Anexo 3.-

DIARIO EL COMERCIO

China lanza campamento para curar a jóvenes adictos a internet

Martes 07 de agosto del 2007

REUTERS | SHANGHAI, China

China puso en marcha un campamento de verano experimental para ayudar a 40 jóvenes a desprenderse de su adicción a internet, informaron estos martes medios estatales. El programa de 10 días aceptará a jóvenes de entre 14 y 22 años que se sometan previamente a un cuestionario y a una evaluación psicológica, señaló el periódico China Daily.

Unos 2,6 millones, es decir el 13 por ciento, de los 20 millones de chinos menores de 18 años que utilizan internet están clasificados como adictos, según datos difundidos por medios estatales. En el campamento, los jóvenes recibirán tratamientos contra la depresión, el miedo, la poca disposición para el trato con otros, el pánico y la angustia. Esta podría ser una opción más tenue al Centro de Tratamiento de Adicción a Internet, cercano a Pekín, que utiliza una mezcla de terapia y ejercicios militares para tratar a los niños adictos a los juegos y a la pornografía en la web o el cibersexo. Debido a la preocupación por los asesinatos y crímenes juveniles relacionados con internet, el Gobierno está tomando medidas para disminuir el número de adictos a la web, prohibiendo nuevos cibercafés y estableciendo restricciones a los videojuegos violentos.

Según los datos del Gobierno, hay 113.000 cibercafés en China.

El periódico mencionó el caso de un estudiante aceptado en la Universidad Oriental de China para la Ciencia y Tecnología por sus buenas calificaciones.

"No se pudo adaptar a la vida del campus en Shanghái sin enterrarse en los videojuegos", dijo el China Daily. "Jugaba de día y de noche, faltaba a las clases y evitaba a los amigos, hasta que un supervisor lo sacó de un cibercafé", agregó. En un esfuerzo conjunto con el campamento, la comisión de educación de Shanghái organizó un grupo voluntario para patrullar las calles de la ciudad e impedir a los menores entrar en los cibercafés.



Anexo 4.-

Internet modifica el cerebro

Jueves 18 de Marzo de 2010 09:42 Tendencias21

<http://www.partealta.ec/2010031810866/Tendencias/Tecnologia/internet-modifica-el-cerebro>

Un nuevo estudio del University College of London descubrió que Internet modifica el cerebro, haciendo que los jóvenes sean cada vez más capaces de realizar varias tareas al mismo tiempo, pero también que pierdan su capacidad de concentración y de leer y escribir textos largos. La investigación concluye que Internet está cambiando no sólo los comportamientos y las costumbres de los seres humanos, sino también su forma de pensar.

Hace una década la vida de los jóvenes era muy diferente: las tareas se hacían con base en libros y se investigaban en la biblioteca; el tiempo libre se pasaba en reuniones con amigos o afuera en los parques; y las relaciones con la familia, las amistades y los conocidos se alimentaban del contacto directo, telefónico o, en su defecto, de las cartas...

Hoy todo ha cambiado; la Internet ha transformado la mayor parte de las costumbres de los seres humanos y ha creado no solamente soluciones y herramientas, sino también necesidades y dependencia.

Las redes sociales son uno de los fenómenos más discutidos actualmente debido a la influencia que han tenido en la forma de comunicarse y expresarse de los seres humanos hoy. Pero un nuevo estudio del University College of London llamado "The Virtual Revolution – Homo Interneticus" (La revolución virtual – Homo Interneticus) va más allá en sus afirmaciones, asegurando que la red no sólo cambia los comportamientos de las personas, sino también sus pensamientos, debido a que modifica el cerebro. La investigación, que fue parte de un documental transmitido por BBC2, fue dirigida por el profesor David Nicholas y se centró en el estudio y análisis de las habilidades de 100 voluntarios mientras respondían unas preguntas navegando en Internet.



ANEXO 5.- Servicio gratuito de la Internet en la Universidad de Cuenca



**ANEXO 6.-
Estudiantes de la
Universidad de
Cuenca usando el
servicio de Internet
de la Biblioteca
Central.**

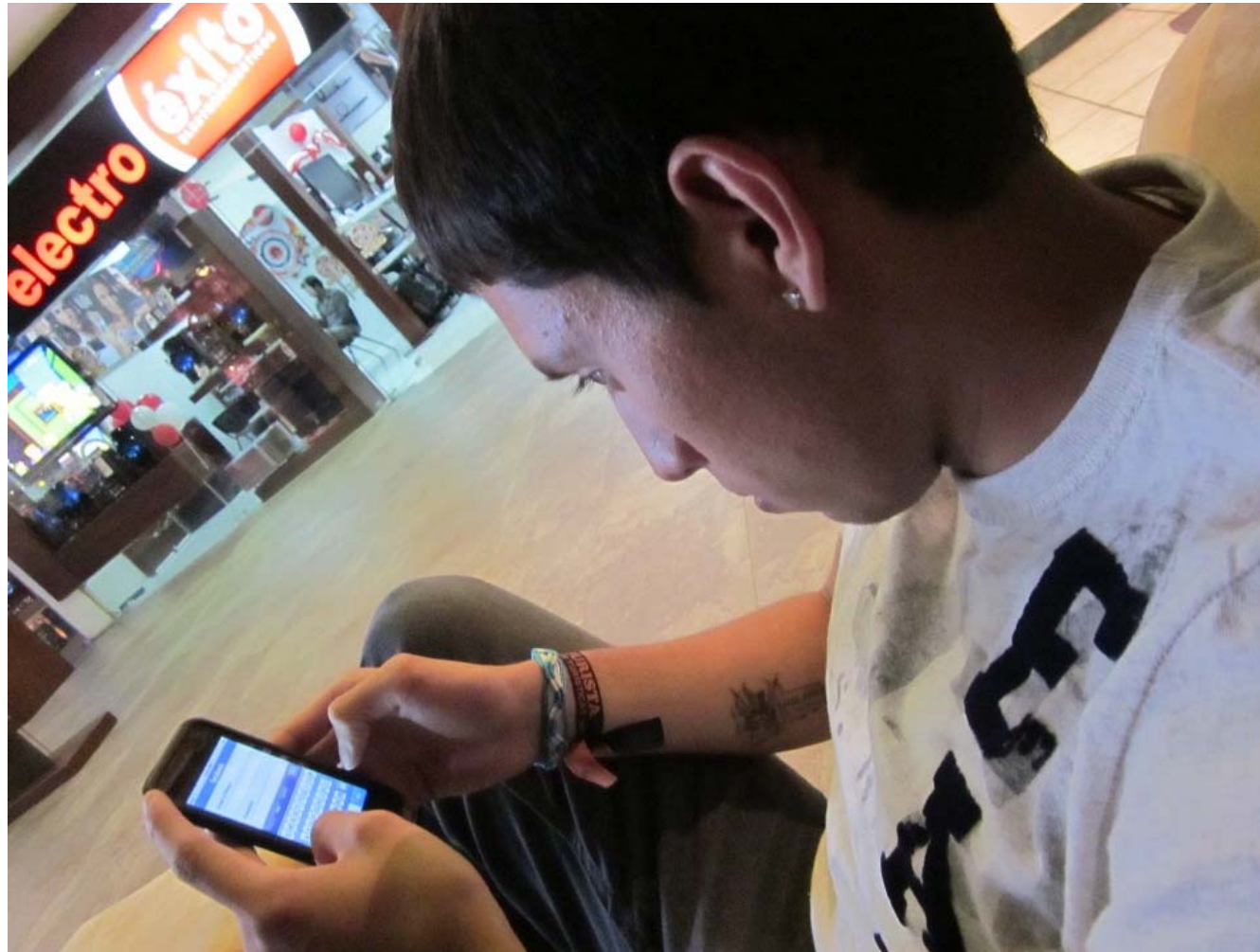




Anexo 7: Figuras, logos y publicidad de las diferentes redes sociales que existen en la actualidad. Fuente: Diario la Hora 18/Julio/2010 - 05:56



Anexo 8: Jóvenes a punto con la tecnología y sus prestaciones



Anexo 9: Algunos modelos de Celulares como es el caso del tan conocido Blackberry prestan su servicio de navegación web.



BIBLIOGRAFIA

- Arias, Fidas. [Mitos](#) y Errores en la Elaboración de Tesis y [Proyectos](#) de Investigación. Editorial Episteme. Caracas, 1998.
- [Castells, M](#); [Tubella, I](#); [Sancho, T](#); [Roca, M](#); Transición a la Sociedad Red. Editorial: Ariel. 2007.
- Castells, Manuel. La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red. Vol.1.1ª. Edición en Español. Madrid, España, 1999.
- Castells, Manuel. La globalización... Artículo de revista Posdata. España, 1998.
- Doren, Juan. La World Wide Web En manual de Internet. Santiago de Chile, 2004.
- Enciclopedia Encarta 2004.
- Enciclopedia Encarta 2006.
- Giddens, A. Medios de Comunicación y cultura popular. Sociología. 3ra. Edición. Madrid, España, 2001
- Gubern, Román. La Sociedad Red – Una visión Global- 2004.
- Gubern, Román. El Eros Electronico, Madrid, Taurus 2000.
- Harold, Laswell. Política: ¿Quién obtiene qué, cuándo, cómo? 1936.
- Manning, Jill. ¿Cuál es el gran negocio de la pornografía? Una guía para le generación de Internet Caracas, 2006.
- Martínez, José. La Internet Educativa México, 1997.
- Marx, Karl. El capital: Tomo I. El Proceso de producción del capital. Hamburgo, 1987.



- Mcquail, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona, 1983.
- Otis James y Rodner S. La Globalización: Un proceso dinámico. Caracas. Anauco. 2001
- Piñol, Mar Cruz: "Guía para navegantes. La lengua en Internet. Edit. Carabela, 1997.
- Revista despertad 22 de julio 2003
- Rubio, María. Teoría y Práctica de la Documentación Informativa, Lima, Editorial Horizonte, 2005.
- Sabino, Carlos. El Proceso de Investigación. Editorial Panapo. Caracas. 1992
- Toffer, A. Y Toffer H. La Ciencia de la Comunicación. París. PUF, 1999.
- Turkle, Sherry. La vida en la pantalla, California 1995.
- Wolton, D. Internet, ¿Y después? Una Teoría Crítica a los Nuevos Medios de Comunicación. Barcelona, España, 2000.

WEBLIOGRAFIA

- http://es.wikipedia.org/wiki/Noam_Chomsky
- www.ub.es/personal/impacto.htm
- http://www.javeriana.edu.co/relato_digital/r_digital/cibercultura/cibercultura.html#4
- www.wikipedia.com
- www.monografias.com
- www.elchat.org



- www.redes_sociales.org
- www.youtube_contenidos//rt.html
- www.my.opera.com/community/forums/topic.dml?id=172634
- www.syste21.wordpress.com
- www.movilae.com/.../11/windows-live-messenger.jpg
- www.vinagreasesino.com/articulos/tag/hi5
- www.lifeinthenhs.wordpress.com/2009/02/
- www.prolife/telecomunicaciones/Consortio_Ecuatoriano_de_Telecomunicaciones_S.A-Porta
- Cabrera, Mauro. La influencia de Internet en la sociedad actual. Tomado del URL: www.monografias.com. 2000.
- www.comunica.org/chasqui