

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Comunicación Interpersonal por el Correo
Electrónico**

Trabajo de tesis presentado por:

Ingrid Siomara Samayoa Soria

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor de Tesis:

Licenciado Sergio Vinicio Morataya G.

Guatemala, mayo del año 2,006

DL
-16
T(511)

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

DIRECTOR

Lic. Gustavo Bracamonte

CONSEJO DIRECTIVO

Representantes Docentes

Lic. Sergio Vinicio Morataya

Lic. Víctor Carillas

Representante de Egresados

Lic. Marcel Arévalo

Representantes Estudiantiles

Edgar Hernández

Estivenz Mencos

Secretaria

Licda. Miriam Yucuté

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Sergio Vinicio Morataya (Presidente)

M.A. Aracelly Mérida (Revisora)

Lic. César A. Paiz (Revisor)

Lic. Miguel Ángel Juárez (Titular)

Lic. Ismael Avendaño (Titular)

Lic. David Chacón (Suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 12 de noviembre de 1999
ECC-1,326-99

Señorita
Ingrid Siomara Samayoa Soria de Santizo
Esc.Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.2 Punto SEGUNDO, del Acta 37-99 de sesión celebrada el 09-11-99.

"SEGUNDO:...2.2...Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA:
a) Aprobar a la estudiante **INGRID SIOMARA SAMAYOA SORIA DE SANTIZO**, Carnet No.9310291, el trabajo de tesis: COMUNICACION INTERPERSONAL POR EL CORREO ELECTRONICO (e mail). b) Nombrar como asesor al licenciado Sergio Morataya."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Sergio Morataya
Secretario

SM/rmr



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 28 de marzo de 2006
ECC 361-06

Señor(a)(ita)
Ingrid Siomara Samayoa Soria de Santizo
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el inciso 28.10 del Punto VIGESIMO OCTAVO del Acta Extraordinaria No. 08-06, de sesión celebrada el 27-03-06.

“VIGESIMO OCTAVO:...28.10... El Consejo Directivo, ACUERDA: El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales: Lic. Sergio Morataya (Presidente), Lic. César Paiz, M.A. Aracelly Mérida, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **INGRID SIOMARA SAMAYOA SORIA DE SANTIZO**, Carné No. 9310291, cuyo título es: **COMUNICACIÓN INTERPERSONAL POR EL CORREO ELECTRÓNICO**. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑADA A TODOS”


Lieda Miriam Yucuto
Secretaria



MY/csg

Por una Escuela con luz propia



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

APROBACIÓN TERNA REVISORA
Guatemala,

Señores,
CONSEJO DIRECTIVO,
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio.

Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____
Ingrid Siomara Samayoa Soria
Carné 9310291

Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es:

Comunicación interpersonal por el Correo Electrónico

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Miembro Comisión Revisora
M. A. Aracelly Mérida


Miembro Comisión Revisora
Lic. César Augusto Paiz


Presidente Comisión Revisora
Lic. Sergio Vinicio Morataya

c.c. archivo



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 16 de mayo de 2006.
ECC 601-06

Señor (a)(ita)
Ingrid Siomara Samayoa Soria
Esc. Ciencias de la Comunicación

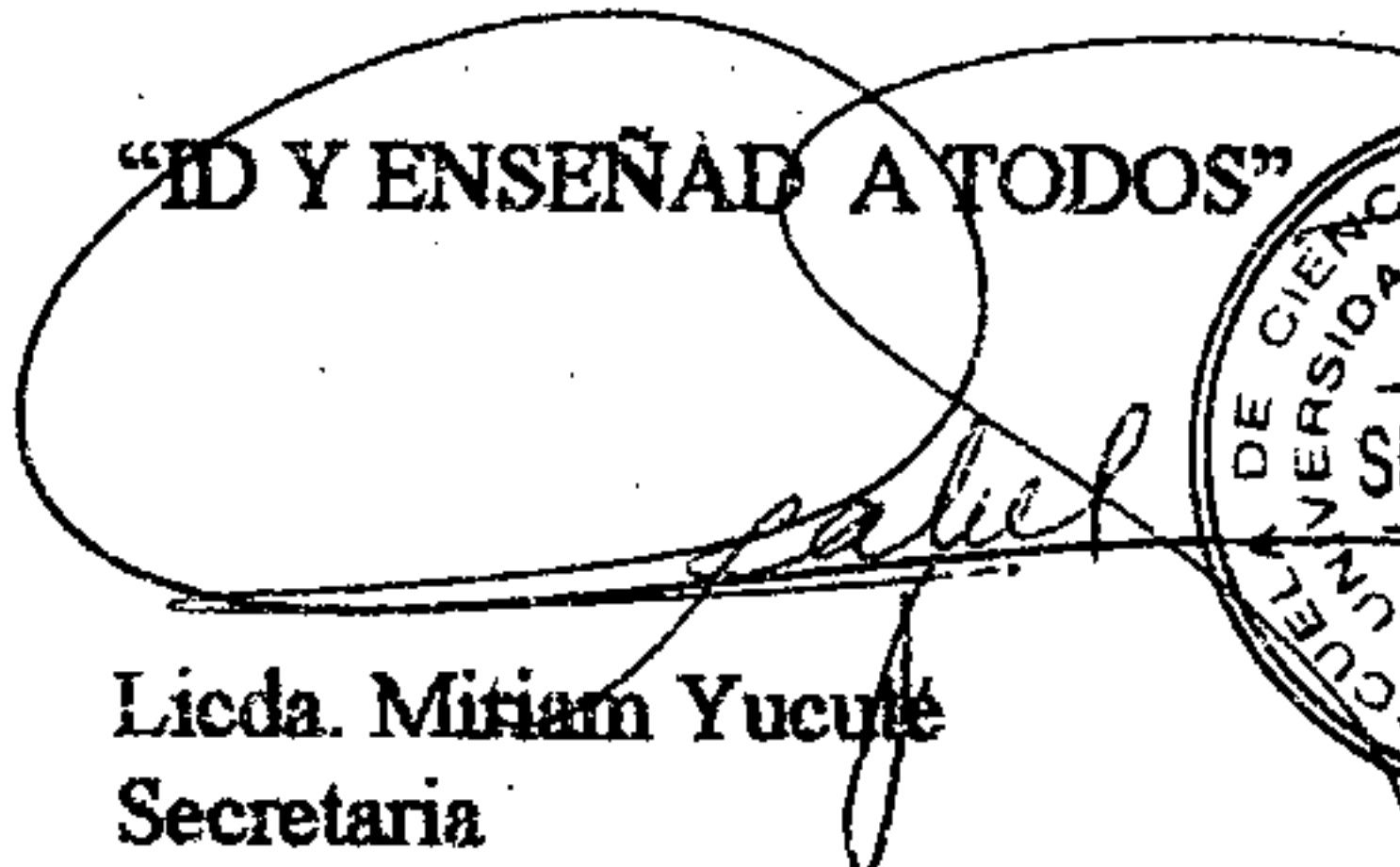
Estimado (a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el inciso 18.5 del Punto DECIMO OCTAVO del Acta Extraordinaria No. 12-06 de sesión celebrada el 15-05-06.

“DECIMO OCTAVO:...18.5... El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: COMUNICACIÓN INTERPERSONAL POR EL CORREO ELECTRÓNICO, presentado por el (la) estudiante **Ingrid Siomara Samayoa Soria**, Carné No. 9310291, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. Miguel Angel Juárez, Lic. Ismael Avendaño (titulares) Lic. David Chacón (Suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Sergio Morataya, (Presidente), M.A. Aracelly Mérida y Lic. César Paiz, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“D Y ENSEÑAR A TODOS”


Licda. Miriam Yucuté
Secretaria



MY/csg

Acto que dedico:

- A Dios
Y la Virgen
Por el don de la vida, por darme luz y fuerza para salir adelante ante lo adverso.
- A mi Madre
Julia Amanda Soria
Por tus enseñanzas y cuidados he llegado hasta aquí, siente tuya también esta victoria. Por tu amor y sacrificios gracias.
- A mi Padre
Guillermo Otto Samayoa Bagodini. (QEPD)
Aunque no te encuentres materialmente presente se que festejas conmigo y la familia este triunfo. Por tu amor y sacrificios gracias.
- A mi Esposo
Daniel Enrique Santizo Saldaña
Por todo el amor, solidaridad y apoyo. Porque contigo y con tu fuerza puedo dar miles de pasos sin cansarme.
- A mis Hermanos
Otto Vinicio, José Guillermo y Gilda Lucrecia.
Por toda su ayuda para hacer de este triunfo una realidad y ser un buen ejemplo en todos los aspectos de mi vida.
- A mis sobrinos
Otto Arnoldo, Margie, Willy, Estefany, Ana Lucia, Marilyn, Marco, Mónica, Roberto, Jorge, Sergio, Kimberly, Amely, Jose Alejandro y Otto Gabriel. Por que son mi alegría y se que ustedes van a llegar más lejos.
- A mi familia
En general.
Por la unión que nos caracteriza y por ser parte esencial de mi vida.
- A mis amigos
Universitarios
Flor de Maria, Irma, Amanda, Israel
Por todo lo compartido en esos años de estudio y por seguir siendo mis buenos amigos.
- A mi asesor
Licenciado Sergio Vinicio Morataya
Por compartir sus conocimientos y por todo su apoyo.
- A mi amiga
M.A. Aracelly Krisanda Mérida González
Por creer en mí y ayudarme a vencer los obstáculos.
- A mi Escuela
Ciencias de la Comunicación, que sembró en mí la semilla de la sabiduría.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del
contenido de este trabajo.

Tabla de Contenido

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO I	
MARCO CONCEPTUAL	4
1.1 Título del tema:	5
1.2 Antecedentes:	5
1.3 Justificación:	6
1.4 Planteamiento del problema:	6
1.5 Alcances y límites:	6
1.5.1 Ámbito geográfico:	7
1.5.2 Ámbito institucional:	7
1.5.3 Ámbito personal:	7
1.5.4 Ámbito temporal:	7
1.5.5 Límites:	7
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Hablando un Poco de Comunicación	
2.1.1 Concepto de comunicación	9
2.1.2 Proceso de comunicación	10
2.1.3 Elementos del proceso de comunicación	11
2.1.4 Ruidos en el proceso de comunicación	13
2.1.5 Tipos de comunicación	14
2.2 Comunicación Interpersonal, una Forma de Comunicación Valiosa.	
2.2.1 Definición de comunicación interpersonal	15
2.2.2 Niveles de desarrollo en la comunicación interpersonal	15
2.2.3 Factores influyentes en el inicio y desarrollo de la comunicación interpersonal	17
2.2.4 Tipos de Comunicación Interpersonal	20
2.3 Internet como Introducción al Correo Electrónico.	
2.3.1 Antecedentes	24
2.3.2 Historia del Internet en Guatemala	25
2.3.3 ¿Qué es Internet?	26
2.3.4 ¿Cómo conectarse a Internet?	28
2.3.5 ¿Cómo navegar en Internet?	29
2.3.6 ¿Qué servicios ofrece Internet?	32
2.3.7 ¿Cómo comportarse en Internet?	33
2.4 Correo Electrónico, una Herramienta para Comunicarnos Mejor.	
2.4.1 Antecedentes del correo electrónico	34
2.4.2 Definición y funcionamiento del correo electrónico (e-mail)	36
2.4.3 Estructura de un mensaje de correo electrónico	37
2.4.4 Direcciones de correo electrónico	39
2.4.5 Programas de correo electrónico	40
2.4.6 Correo electrónico gratuito	41
2.4.7 Dando expresión a los mensajes de correo electrónico	42
2.4.8 Normas del buen uso del correo electrónico	44

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO	46
3.1 El Método	47
3.2 Tipo de investigación	47
3.3 Objetivos	48
3.4 Población	48
3.5 Criterio muestral	48
3.6 Técnicas para recolección de datos	49
3.7 Instrumentos para recolección de datos	49
3.8 Procesamiento de la información	49

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	50
4.1 Correo electrónico; herramienta de comunicación valiosa	65
4.2 Comunicación interpersonal por el correo electrónico	66
4.3 Importancia del correo electrónico en las diferentes áreas de la vida	68
4.4 Ventajas y desventajas del correo electrónico	70
4.5 Hacia donde va el correo electrónico	71

CONCLUSIONES	74
---------------------	-----------

RECOMENDACIONES	77
------------------------	-----------

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
-----------------------------------	-----------

GLOSARIO	83
-----------------	-----------

ANEXOS	90
---------------	-----------

Resumen

Título: Comunicación Interpersonal por el Correo Electrónico

Autora: Ingrid Siomara Samayoá Soria

Universidad: San Carlos de Guatemala

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación

Problema Investigado:

El tema surge de la inquietud por el avance de las tecnologías de la comunicación, la mayoría de estas son enfocadas a las masas, perdiéndose así lo más esencial; La comunicación interpersonal, con el presente trabajo de investigación se procuró dar a conocer la importancia que se merece la comunicación interpersonal, y describir cómo el correo electrónico ayuda a revitalizarla.

Instrumentos Utilizados:

Fichas bibliográficas y de resumen, cuestionario de preguntas cerradas enviado por correo electrónico.

Procedimientos para obtener datos e Información:

La información se obtuvo de diferentes bibliotecas consultadas, se efectuaron consultas en páginas Web a través de Internet. Al recopilar la información se procedió al análisis y desarrollo de la investigación. Como refuerzo a la investigación se diseñó un cuestionario de doce preguntas, distribuido por correo electrónico, cabe hacer la observación que se obtuvo, con el uso del correo electrónico, una respuesta inmediata por parte de los usuarios. Para la interpretación de los resultados se recurrió al uso de gráficos de barra para mostrar la frecuencia de los datos obtenidos en el cuestionario.

Resultados Obtenidos:

Por su versatilidad y las ventajas que el correo electrónico ofrece a los usuarios es reconocido por ellos como un medio efectivo para establecer y fomentar la comunicación interpersonal, convirtiéndose en una herramienta de comunicación valiosa.

La comunicación interpersonal por el correo electrónico se complementa, se potencia y revitaliza.



Introducción

“Un viaje de mil kilómetros comienza con el primer paso.”

Proverbio Sajón

El presente trabajo combina el análisis de dos aspectos importantes en la vida humana, la comunicación y la tecnología, en el pasado estos eran temas que se trataban por separado, pero ahora con los avances tecnológicos se complementan, no se puede obviar que con la llegada de nueva tecnología las comunicaciones han tenido un desarrollo enorme.

Es así como una gran cantidad de usuarios han encontrado un medio ideal de transmisión, y con la unión de las tecnologías de la informática y los medios electrónicos se han generado nuevas tendencias en el ejercicio comunicativo, creando una herramienta de comunicación que se suma y enriquece los medios ya conocidos.

Esta nueva herramienta de comunicación se ha denominado correo electrónico, la cual facilita de manera instantánea la posibilidad de comunicarse y obtener datos precisos de los acontecimientos, de cualquier nación o lugar del planeta.

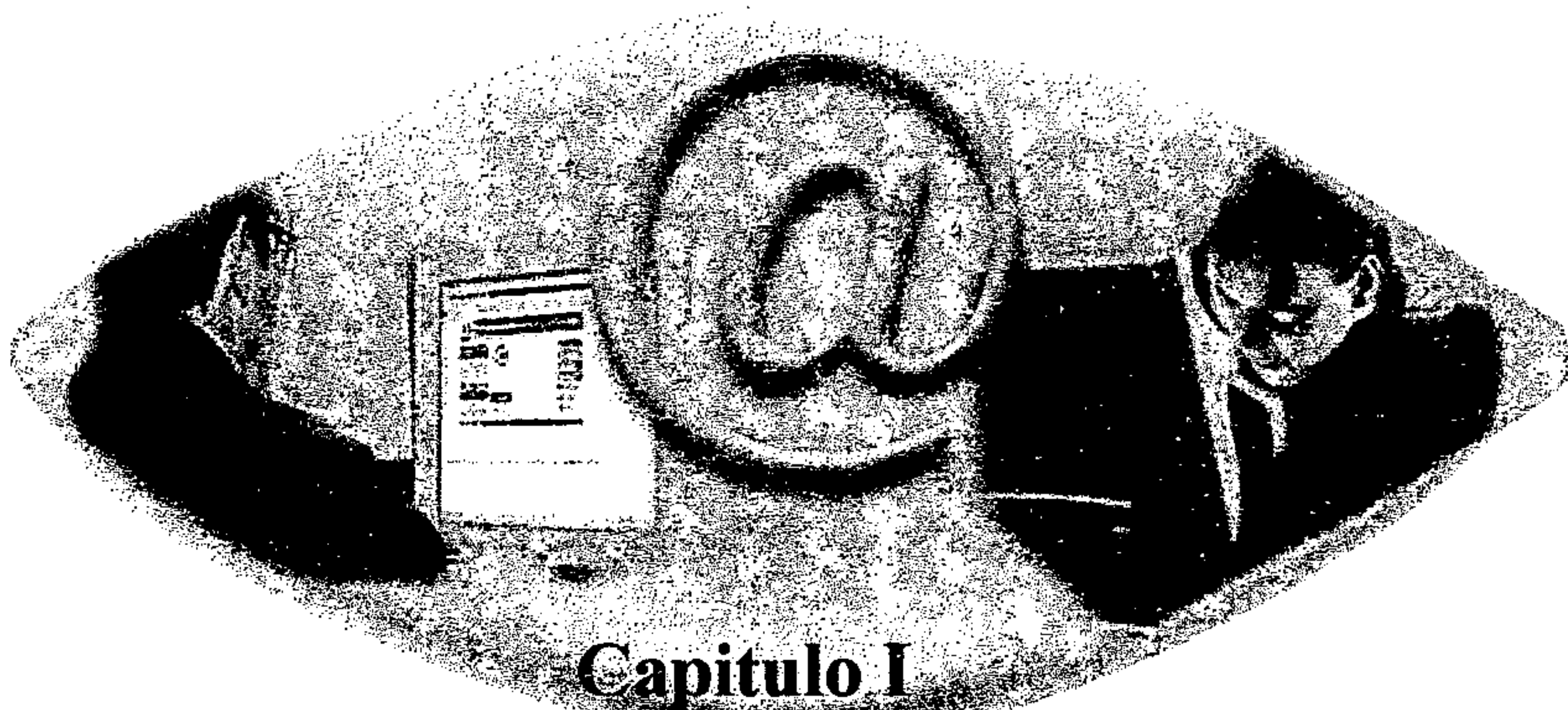
Como objetivo esta investigación se plantea describir, cómo el correo electrónico se ha convertido en una valiosa herramienta de la comunicación interpersonal superando el límite que lo calificaría únicamente como herramienta de información.

En el marco teórico se describen cuatro temas importantes en el desarrollo de esta investigación: El primero, comunicación, se detalla de forma básica la comunicación y el proceso de comunicación. El segundo tema, comunicación interpersonal, se definen los niveles y factores que se dan en el desarrollo de la misma.

El tercero, una breve introducción al Internet, sus antecedentes y características principales. En el cuarto tema se describen antecedentes, funcionamiento y usos del correo electrónico.

En la presentación y análisis de resultados se analizan y grafican los resultados obtenidos en el cuestionario, concretando la información en una descripción de cómo el correo electrónico se ha transformado en una importante y novedosa herramienta de la comunicación interpersonal, los alcances que tiene en la vida del ser humano actual y su impacto en las comunicaciones interpersonales.

Por último las conclusiones y recomendaciones a que se ha llegado en esta investigación. Se anexa un glosario de términos que han surgido con la utilización de esta nueva tecnología. Se incluye un "CD", en el cual se encuentra grabada la tesis completa, con la ventaja de ver las ilustraciones a color y poder acceder directamente a los links que se hace referencia en la investigación.



Capitulo I

Marco Conceptual

“No hay que hacer de prisa lo que es para siempre.”

Thomas Mann

1.1 Título del tema:

Comunicación interpersonal por el correo electrónico

1.2 Antecedentes:

En la actualidad el desarrollo de la tecnología ha abierto campo en la comunicación interpersonal, el sistema de correo electrónico es uno de los avances tecnológicos que ofrece nuevas perspectivas en la forma de comunicarse.

En Guatemala son cada día más las personas que hacen uso del correo electrónico, en busca de intercambiar información y además de establecer comunicación con personas de otros países.

Son varios los profesionales que han tratado el tema del correo electrónico como un sistema de intercambio de datos, pero actualmente también se le reconoce como una herramienta de comunicación, como antecedentes a estos dos puntos de vista se puede hacer mención de las siguientes tesis:

José Guillermo López Cordón (1990) "Sistema de correo electrónico de datos". Puntualiza la importancia del correo electrónico en organizaciones para facilitar el control y administración de datos a nivel interno.

Joyce Galindo De Villacorta y Douglas Barillas López (1992) "Correo electrónico en la administración". Muestra la importancia del correo electrónico como herramienta que permite alcanzar un eficiente desarrollo empresarial.

Víctor Hugo Aviles Rodas (1992) "El Correo Electrónico y su aplicación en la red pública de datos de Guatemala". Plantea el crecimiento que han tenido los sistemas de correo electrónico no solo a nivel mundial sino en Guatemala. Explica cómo GUATEL (en ese entonces), implementó un servicio de correo electrónico en redes públicas de datos.

Nidia Zulema Belteton Carrillo de Gálvez (1997) "Internet como nuevo medio de comunicación". El principal aporte de este trabajo es la interpretación que hace la autora de Internet como medio de comunicación y al considerar el correo electrónico como su principal herramienta.

Luis Efraín López (2004) "El correo electrónico: Alternativa de comunicación para el comunicador social". Propone al correo electrónico como una herramienta estratégica en manos de los comunicadores sociales y plantea que por su versatilidad es un medio de comunicación alternativa poderoso y efectivo.

1.3 Justificación:

Con el auge que han tenido los medios de comunicación masivos en el último siglo, a la comunicación masiva se le considera fascinante, sus técnicas sorprendentes y sus repercusiones internacionales, restándole importancia a la comunicación interpersonal.

Mas sin embargo, con la aplicación de la tecnología en las ciencias de la comunicación y con el uso del correo electrónico como una de las herramientas que esta proporciona, se produce un efecto acelerado en la comunicación interpersonal logrando que las personas se interesen por establecer comunicación persona a persona sin importar las barreras del idioma o la distancia.

Esta investigación es en primer lugar un aporte a la sociedad, pues sirve como un manual de referencia para conocer y aprender a utilizar el correo electrónico como una herramienta de comunicación efectiva y valiosa.

Para la Escuela de Ciencias de la Comunicación y sus estudiantes, un manual para ampliar el conocimiento sobre los avances que se dan en los medios de comunicación, pues forman parte de las expresiones diarias del ser humano, de su interacción con el medio y la sociedad.

1.4 Planteamiento del problema:

Por mucho tiempo los medios de comunicación masivos han sido explotados por los comunicadores sociales, dejando de lado otros tipos de comunicación como la interpersonal, en el siglo XXI con el auge de la era digital y la World Wide Web se supone una revolución en las formas de comunicación, con la llegada de estas nuevas tecnologías, siendo el correo electrónico una de ellas, es necesario plantearse las siguientes interrogantes:

- ¿Se logra una comunicación más cercana con el uso del correo electrónico?
- ¿Los usuarios del correo electrónico lo consideran una opción para la comunicación persona a persona?

1.5 Alcances y límites:

El presente trabajo de investigación combina el análisis de dos aspectos importantes en la vida humana, la comunicación y la tecnología, siendo el objetivo principal describir la comunicación interpersonal por el correo electrónico, para lo cual se envió por correo electrónico a los usuarios un cuestionario de doce preguntas.

1.5.1 Ámbito geográfico:

El área geográfica que abarca este estudio son la zona 9 y 10 de la ciudad capital del departamento de Guatemala.

1.5.2 Ámbito institucional:

Comprendido por empresas que tienen un mínimo de 2 años en ser usuarios del correo electrónico: Prosisco, Executrain, Corporación Occidente, y Pantaleón, S.A.

1.5.3 Ámbito personal:

La población a estudiar fueron los hombres y mujeres comprendidos en las edades de 20 a 40 años que contaran con un computador, acceso a Internet y con una cuenta de correo electrónico habilitada.

1.5.4 Ámbito temporal:

El estudio se realizó en un periodo de tiempo de tres meses, siendo estos de noviembre de 2003 a enero de 2004.

1.5.5 Límites:

No se tomaron en cuenta para este estudio las demás empresas ubicadas en las zonas 9 y 10 de la ciudad capital del departamento de Guatemala.



Capítulo II

Marco Teórico

“Para cambiar la calidad de las cosas que hace el hombre, hay que cambiar la calidad del hombre que hace las cosas.”

Autor Desconocido

2.1 Hablando un Poco de Comunicación

2.1.1 Concepto de comunicación

La palabra comunicación proviene del latín *communis*, común, en efecto el ser humano al comunicarse pretende establecer algo "en común" con alguien; de transmitirle ideas o bien sentimientos.

Empero comunicación es un término complejo con más de un significado. Suele hacer referencia al trato o correspondencia entre dos o más personas, persona a persona, así como a la comunicación más sofisticada y avanzada que se da a través de los inventos tecnológicos como los satélites y la informática en general.

Con respecto a la comunicación, conocida como ciencia de unos cuantos años a esta parte, se han elaborado muchas definiciones. Una de las más acertadas corresponde a Bernard Berelson y Gary A. Steiner¹, "Comunicación es la transmisión de información, ideas, emociones, y habilidades mediante símbolos, palabras, imágenes, cifras, gráficos, etcétera. El acto o proceso de la transmisión es lo que habitualmente se llama comunicación".

Se puede interpretar lo dicho por Berelson y Steiner que comunicación es todo proceso en el que ocurre una transferencia de elementos.

Theodore Peterson, Jay W. Jensen y William L. Rivers², también aportan un concepto de comunicación: "La comunicación hace posible la interacción en el seno de la humanidad, y permite que el hombre sea y siga siendo un ser social".

De acuerdo con Peterson, Jensen y Rivers, la comunicación es lo que hace posible la interacción social, esto es correcto, sin la comunicación no habría progreso, sería imposible contar con una sociedad tecnológica y científica, la comunicación es el cauce del proceso social porque es el mejor instrumento del que está dotado el hombre para estabilizar y modificar sus sociedades. Le permite transmitir sus conocimientos y experiencias a las siguientes generaciones, y así continuar con el progreso social.

Conocidos algunos de los conceptos sobre comunicación se puede concluir que:

Comunicación es un proceso que se vale de símbolos, códigos, palabras, gestos, imágenes, etcétera, para la transmisión de ideas y emociones con el fin de interactuar con otras personas.

¹ Berelson, Bernard y Steiner, Gary A. Human Behavior An Inventory of Scientific Findings (1964)

² Theodore Peterson, Jay W. Jensen y William L. Rivers. The Mass Media and Modern Society (1965)

2.1.2 Proceso de comunicación

Al definir la comunicación como proceso significa que carece de una secuela fija de acontecimientos; que no es estático, no descansa, que se halla en movimiento.

El interés por la comunicación ha producido muchos intentos tendientes a desarrollar modelos del proceso, estos modelos difieren, ninguno de ellos puede calificarse de exacto o verdadero.

Para efectos de esta investigación, por tratarse de la comunicación interpersonal por el correo electrónico, será analizado el modelo de comunicación desarrollado por el matemático Claude Shannon y Warren Weaver³.

El modelo propuesto por los dos ingenieros electrónicos al inicio no se refería a la comunicación humana; hablaban de una comunicación electrónica, pero hubo científicos de la conducta que se dieron cuenta que el modelo Shannon -Weaver resultaba útil para describir la comunicación humana.

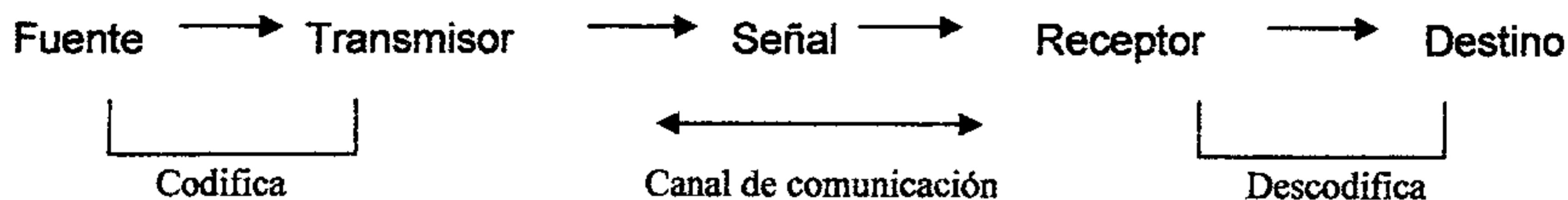
Shannon y Weaver en su modelo asumen que la comunicación es un proceso lineal, que los componentes de la comunicación incluyen cinco componentes:

Fuente → Transmisor → Señal → Receptor → Destino

Los términos transmisor y receptor se refieren a los instrumentos usados en el proceso de enviar y recibir información, los cuales podrían ser; la voz, el oído, el teléfono, la computadora, etcétera.

Shannon y Weaver proponen que un mensaje tiene más posibilidad de llegar al destino si el transmisor y el receptor utilizan canales de comunicación compatibles entre si y también si utilizan el mismo método de codificar y decodificar el mensaje.

Al agregar estos elementos el modelo de comunicación de Shannon y Weaver sería esto:



³ Shannon, Claude y Weaver, Warren. The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois. (1949)

2.1.3 Elementos del proceso de comunicación

Los distintos modelos de comunicación difieren en el nombre que le dan a cada uno de los elementos, y la cantidad de ellos. Para objeto de esta investigación se enlistan elementos que conforman el proceso de comunicación humana según esquemas planteados por Shannon y Weaver, incluyendo algunos elementos proporcionados por David Berlo⁴, debido a que en esta investigación se asume que la comunicación interpersonal se da por un medio electrónico.

Fuente, emisor ¿Quién?

Primer participante en el proceso comunicativo, se encarga de la emisión y envío del mensaje, de él depende que el canal que se utilice para enviar el mensaje sea el correcto y que el código utilizado para su mensaje le resulte conocido al destino para que la información sea clara.

Destino, receptor ¿A Quién?

Es la persona o bien las personas ubicadas en el otro extremo del canal a quienes esta destinado el mensaje.

Señal, mensaje, ¿Dice Qué?

El mensaje representa la sustancia del proceso, sin un mensaje no se da la comunicación. El mensaje es definido como lo que el emisor estructura para que llegue a un receptor.

Berlo menciona tres factores que tienen que ser tomados en consideración en el mensaje: 1) el código, 2) el contenido, y 3) la forma en que es tratado el mensaje.

El código del mensaje: sistema de signos y de reglas que permite formular y comprender un mensaje. Los idiomas son códigos.

El contenido del mensaje: Elementos seleccionados por el emisor para expresar su intención, lo que quiere decir. Los elementos son las ideas que se expresan.

El Tratamiento del mensaje: Forma en que el emisor decide presentar su mensaje, es el estilo que este le da a su mensaje con la finalidad de obtener el máximo efecto en el destino y de lograr una respuesta.

⁴ Berlo, David. El proceso de la comunicación. El Ateneo. (1960)

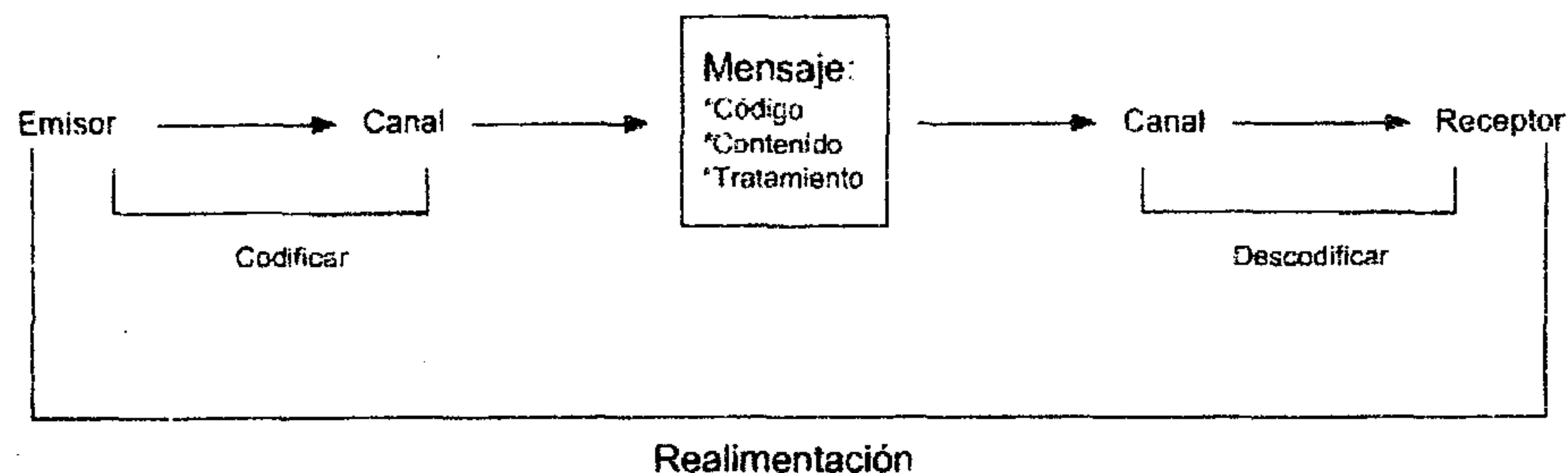
El Canal, Medio, ¿En Qué Canal?

Es la vía utilizada para transmitir y recibir los mensajes. El canal son los vehículos o medios de transporte del mensaje que crean la conexión entre la fuente y el destino.

Realimentación, feedback, ¿Con que Efecto?

La realimentación sucede cuando el perceptor de un mensaje responde de manera mediata o inmediata y de esa manera, influye sobre la fuente emisora. La realimentación corresponde no solo a la respuesta verbal de un mensaje, es también la respuesta a nivel de conducta y actitudes.

Se ejemplifica en el siguiente esquema como interactúan los elementos anteriores:



2.1.4 Ruidos en el proceso de comunicación

Otra observación acertada de Shannon y Weaver fue que la electricidad estática (ruido), podía intervenir en el proceso de transmisión eléctrica, dando lugar a distorsiones en el mensaje. Este aporte también fue adoptado para el modelo de comunicación humana, y se les conoce actualmente como ruidos de la comunicación; Carlos Interiano ⁵ dice al respecto "Llamamos ruidos de la comunicación a todas las barreras o interferencias que impiden un libre flujo de mensajes entre un comunicador y un perceptor." Interiano clasifica las barreras según su naturaleza en:

Barreras físicas

Son las fallas en la fuente o canal. En la fuente; puede ser la imposibilidad para obtener toda la información, por una causa u otra. Cuando la información esta incompleta. En el canal; cuando el canal esta sobrecargado, un ejemplo son los enlaces de comunicación por redes de computadoras se congestionan debido al excesivo tráfico de mensajes. También son barreras del canal las lagunas de legibilidad por defectos de transmisión, letras borrosas, una imagen mal definida, manchas de tinta sobre el mensaje, etcétera.

Barreras fisiológicas

Mal funcionamiento en los órganos de emisión y recepción. Esto esta relacionado con los problemas que puedan presentar tanto la fuente como el destino en las funciones vitales de comunicación. Problemas de audición, de habla, como el tartamudeo o la incapacidad total de comunicarse por la voz. También la visión puede causar barreras o ruidos, como el daltonismo.

Barreras psicológicas

Producidas por problemas en la atención, hay personas que no pueden establecer una conversación por mucho rato pues se distraen con facilidad, también como barreras psicológicas están los prejuicios, la timidez, etcétera. Otra barrera psicológica, es la noción de ganancias y pérdidas que se tengan en función de los mensajes recibidos. Se refiere a la importancia que le da el destino o perceptor al mensaje que le están enviando. A mayor importancia mayor interés.

Barreras semánticas

Es el entorpecimiento de la comunicación por mala interpretación de la realidad. Las barreras semánticas se dan por mala interpretación de palabras, por problemas de interpretación de hechos sociales completos; como las costumbres, tradiciones, ademanes, ritos, etcétera.

⁵ Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación. Editorial propia. 5ta. Edición. (1997)

2.1.5 Tipos de comunicación

Tipos de comunicación que tienen estrecha relación con el emisor y el receptor:

Comunicación Intrapersonal



Es la comunicación que se establece con uno mismo, el emisor se convierte en receptor de su propio mensaje. Este tipo de comunicación significa interioridad.

Comunicación Interpersonal



Es la comunicación que se da entre dos o más personas. Los psicólogos sociales consideran la comunicación interpersonal como el centro en la organización de la vida social.

La Realimentación o feedback en la comunicación interpersonal es más fácil de medir y la respuesta es inmediata.

Comunicación de Masas



Comunicación que abarca una proporción de personas más amplia, no va dirigida para alguien específico, sino para un grupo de personas; sectas religiosas, fanáticos de un deporte, niños, adolescentes, etcétera.

Son necesarios medios o canales de comunicación que abarquen a todo un conglomerado de gente; la televisión, la radio, la prensa, las revistas, el cine, etcétera.

La Realimentación (feedback), La manera de medirla es más indirecta y por lo tanto los resultados no son inmediatos. Para medir la Realimentación se elaboran estudios profundos y bien elaborados.

2.2 Comunicación Interpersonal, una Forma de Comunicación Valiosa.

2.2.1 Definición de comunicación interpersonal

La palabra "inter" significa, entre. Es la comunicación que se da entre personas, cuando se da una interdependencia entre el emisor y el receptor, en este sentido la interdependencia es la relación recíproca o mutua, dos personas al comunicarse saben que existe una recepción del mensaje y por lo tanto habrá respuesta.

El ser humano vive inmerso en la comunicación interpersonal, esta no es tan sólo una de sus actividades más frecuentes; es el ingrediente primordial en las relaciones clave que determinan, en gran medida, la calidad de vida.

La comunicación interpersonal es un aprendizaje necesario, ya que es una herramienta imprescindible en la vida y elemento esencial para la realización personal.

2.2.2 Niveles de desarrollo en la comunicación interpersonal

Cuando las personas se comunican entre sí por primera vez lo hacen asumiendo un rol social, no como individuos. Por lo tanto esta comunicación en un inicio es impersonal, pero a partir de allí pueden iniciar o no una comunicación interpersonal, si las dos partes están motivadas para realizar el esfuerzo de mantenerse comunicados, entonces inicia una serie de cambios o niveles de desarrollo en la comunicación, siendo estos:

Nivel descriptivo

Al comunicarse por primera vez con alguien se hace de una manera impersonal y superficial, se utiliza entonces el nivel descriptivo. Este nivel consiste en basar la comunicación en características exteriores y muy superficiales.

Muchas veces no se pasa de este nivel, a las personas que solo se saluda de lejos que no existe un tipo de comunicación más profunda, al referirse a ellos se recurre a mencionar algunas de sus características físicas, pues si no se le conoce a otro nivel no se podrá referir a él de otra manera.

Conocer a las personas en nivel descriptivo resulta sencillo y solo es necesario verlas una o dos veces para fijar en la mente sus características.

Nivel predictivo

Alcanzar el nivel predictivo es más difícil, en el nivel predictivo ya se tiene una relación un tanto más profunda, se llega a conocer algunos datos generales de la persona, como el nombre, edad, profesión, etcétera. Se sostienen pequeñas conversaciones que llevan a concluir aseveraciones sobre su personalidad y carácter.

El nivel predictivo se basa en el supuesto de que la comunicación es una actividad elaborada de predicciones, al comunicarse se elaboran predicciones acerca de los resultados de los mensajes intercambiados. Para elaborar predicciones acertadas el ser humano las fundamenta en uno de los tres tipos de información; información cultural, información sociológica e información psicológica, estos conocimientos también garantizan y determinan la intensidad de la relación.

Información Cultural: Se refiere al conocimiento del idioma o lengua materna de la persona, folklore, normas sociales y la ideología prevaleciente. Es necesario conocer también las normas sociales que rigen la cultura de cada individuo.

Información Sociológica: Se refiere en primer lugar a los grupos que se pertenece por tener similitud en algunas características, también a los grupos de referencia que las personas valorizan (grupos de referencia positivos), o a los que renuncian (grupos de referencia negativos).

Las leyes de la genética tienen sus agrupaciones si se pertenece al grupo sociológico hombres o mujeres, y según las etapas en el ciclo de desarrollo humano se asignan a grupos como niños, adolescentes, ancianos, etcétera, existen grupos que están más bajo el control del individuo; como la religión y el estado civil.

Conocer los grupos de referencia que son negativos o positivos para una persona incrementa el nivel predictivo, ya que se puede predecir como responderá la persona a mensajes que apoyen o nieguen las creencias, actitudes o valores de esos grupos.

Información Psicológica: Esta información se enfoca hacia las diferencias, en vez de hacia las similitudes. Reunir información psicológica es con frecuencia algo difícil y también requiere que las personas pasen cierto tiempo comunicándose entre sí.

Durante las fases iniciales de una relación, rara vez se tiene información psicológica acerca de los demás; por lo tanto, sus predicciones se basan principalmente en la información cultural y sociológica.

Nivel Explicativo

El nivel explicativo trata de por qué se las personas se comportan de una manera determinada, al alcanzar este nivel se puede comprender las razones del comportamiento de las personas.

En el nivel explicativo se llega a alcanzar una comunicación más intensa, los individuos se preocupan por "el porqué" del comportamiento de la otra persona y conforme avanza la relación aumenta el interés. Esto podría decirse es un indicio confiable de que la relación se está volviendo cada vez más interpersonal.

2.2.3 Factores influyentes en el inicio y desarrollo de la comunicación interpersonal

Existen factores que predisponen a las personas para iniciar la comunicación interpersonal y factores que les ayudan a desarrollarla y mantenerla.

Iniciar la comunicación interpersonal

Siempre ha intrigado tanto a los estudiosos de la comunicación como a los estudiosos del comportamiento social, sobre las razones que impulsan al ser humano a escoger entre unas relaciones y otras, las más indicadas para iniciar la comunicación interpersonal.

Según algunas investigaciones al respecto se han logrado identificar tres factores: proximidad, similitud de actitudes y complementariedad de necesidades.

Proximidad: Algunos investigadores se refieren específicamente a la proximidad física. En este sentido solo se podría establecer una comunicación interpersonal con personas que viven cerca, que trabajan o estudian en los mismos lugares.

Actualmente esto ha cambiado con el avance de la tecnología, ya no es estrictamente necesario que dos personas vivan cerca para lograr proximidad, el correo electrónico logra que se mantenga una comunicación constante e interpersonal entre individuos que residen en diferentes países. Se logra establecer comunicación y relaciones de amistad con personas que no se tiene proximidad física.

Similitud de actitudes: Al iniciar una comunicación, suelen resultar atractivas las personas que comparten los mismos puntos de vista y actitudes, si existe un desacuerdo con la actitud de alguien, este será visto como menos atractivo.

Por lo general, para iniciar una relación interpersonal, las personas se inclinan a escoger entre un grupo de individuos, a personas que comparten puntos de vista similares a los suyos, con respecto a lo cultural, lo social, lo político, etcétera.

Complementariedad de las necesidades: Corresponde a la necesidad que tiene el ser humano de encontrar una persona que complemente o encaje con sus exigencias, la necesidad de cierto individuo se complementa con la necesidad del otro. Si una persona es de carácter dominante se espera que sea atraída por una sumisa y a la inversa.

Desarrollar y mantener la comunicación interpersonal

Muchas comunicaciones no pasan de lo impersonal aun con el tiempo, debido a que no se desarrollan, en el transcurso de la comunicación, algunas características básicas de la comunicación interpersonal; autorrevelarse, ampliar los nexos empáticos o bien realimentar la comunicación.

La autorrevelación: Consiste en compartir información personal y privada, pero depende del deseo de cada persona por revelar mucha o poca información.

Si se opta por autorrevelar demasiada información privada en el inicio de una comunicación se tendrá que estar seguro de la otra persona, el no autorrevelarse limita la interacción con otros individuos, y tal padecimiento comunicativo hace difícil, si no imposible, el que se desarrolle una comunicación interpersonal.

En conclusión, cada individuo ha de determinar su posición respecto a los límites de la autorrevelación, según sus intereses y las posibilidades que pueda ver en determinada relación.

La empatía: Factor imprescindible en la comunicación interpersonal, La capacidad de sentir y comprender las emociones ajenas como propias mediante un proceso de identificación con el otro.

Entre las condiciones para que se de la empatía, siguiendo a Maite Melendo⁶, se pueden mencionar las siguientes:

- **La congruencia:** Estar en contacto con si mismo tener bien claro lo que se piensa y se dice, para no dejarse llevar por la situación.
- **Aceptación incondicional del otro:** Aceptación voluntaria y de manera absoluta, sin restricciones, favorece la confianza del otro y hace que se exprese libremente.
- **Esfuerzo por captar el mundo interior del otro:** Ponerse en la misma situación del otro, comprender su punto de vista en determinada situación, conocer a fondo sus sentimientos, posibilidades y limitaciones.

⁶ Melendo, Maite Comunicación e Integración Personal, Editorial Sal Térrea, España, 1985

La realimentación: Feedback es un elemento de la comunicación interpersonal que suele darse espontáneamente en casi toda interacción, consiste en un retorno o respuesta al mensaje recibido puede ser negativa o positiva, pero de igual manera es importante para cerciorarse de la eficacia de la comunicación, y su efecto sobre el receptor.

En la comunicación interpersonal la realimentación es muy fluida por tratarse de una comunicación más directa, es por ello que se facilita controlar el mensaje y determinar hasta qué punto esta teniendo éxito el mismo. Si no existe realimentación constante en la comunicación, por alguna de las dos partes, lo más probable es que se sientan desmotivados dejando la comunicación en un nivel impersonal.

2.2.4 Tipos de Comunicación Interpersonal

El desarrollo de este tema se basa en tres puntos de vista: El punto de vista según las interacciones, según los niveles o status y según la actitud.

Según las Interacciones

Se entiende la acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más personas. Según la cantidad de individuos que intervienen en la comunicación interpersonal se puede mencionar tres tipos: La díada, la tríada y el grupo.

La díada:



Interacción entre dos personas que se encuentran estrechamente vinculados, es muy fácil que se disuelva, pues ambos individuos ejercen poder en la interacción, con uno de ellos que se niegue a continuar se vera alterado el rumbo de la interacción.

Características de la díada: Inestabilidad; por lo general una de las partes es dominante y la otra pasiva, no se sabe a ciencia cierta quien de los dos ejerce más influencia en la relación. Tensión interpersonal; se limita la libertad para expresarse por el miedo de contrariar a la otra persona, y que se rompa la interacción.

La tríada:



Interacción entre tres individuos. Una de sus características distintivas es que cuenta con un potencial de seis formas de alianza, compitiendo por el poder de influir sobre los demás.

El grupo:



Interacción entre más de tres individuos, interés por formar coaliciones que se concentran en lograr el apoyo de la minoría.

A medida que aumenta el tamaño del grupo, aumenta la cantidad de relaciones, las cuales varían de lo más a lo menos interpersonal. Si el grupo es demasiado grande pueden desarrollarse dentro de él subgrupos, así como parejas. Para una mejor apreciación de la comunicación interpersonal dentro de los grupos debe tomarse en cuenta todas las posibles relaciones entre sus integrantes.

Según la Jerarquía o Status

Comunicación interpersonal que se da según el orden o grado que ocupan las personas dentro de las instituciones, empresas o en la sociedad. La comunicación puede ser: Simétrica, complementaria, vertical, horizontal o circular.

Simétrica:



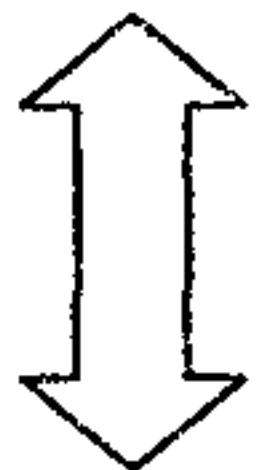
Se da entre personas del mismo status social, económico o cultural, se rigen bajo los mismos derechos y obligaciones, son tratados como iguales. Por ejemplo las relaciones entre profesionales, hermanos, miembros clubes etcétera.

Complementaria:



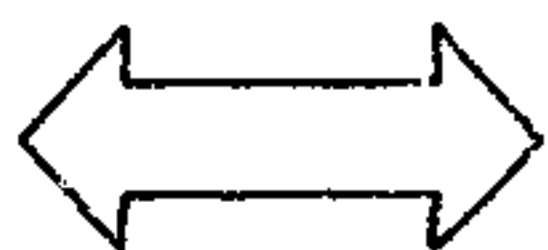
Se da entre las personas que dependen unas de otras, se complementan. Como el medico necesita de su paciente, la comunicación entre padres e hijos, jefes y subalternos, etcétera.

Vertical:



Esta comunicación se da de arriba hacia abajo o viceversa, en empresas o instituciones con el objetivo de incrementar la productividad o bien alcanzar sus objetivos.

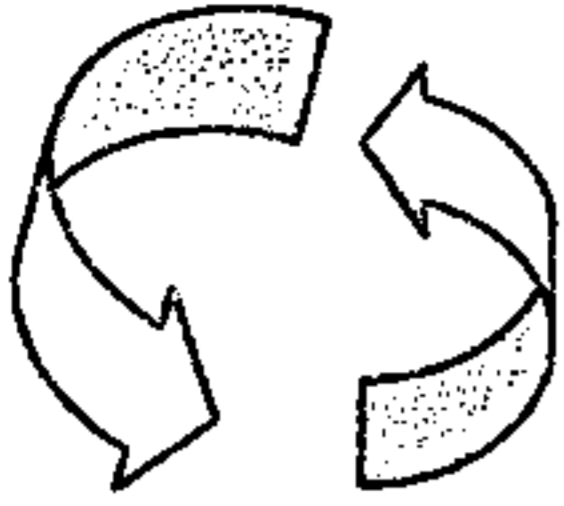
Horizontal:



Comunicación que se da en un mismo nivel, entre los catedraticos de un establecimiento o entre los alumnos.

Cuando se mantiene una buena comunicación vertical, se propicia también la comunicación horizontal, pues el individuo se rodea de un ambiente agradable y propicio para fomentar sus relaciones.

Circular:



Comunicación interpersonal entre jefes o empleados en actividades de carácter social, o cultural. Es la comunicación informal que se da entre miembros de una misma institución o empresa, con el fin de entretenerse. No existe una distinción en el rol de cada individuo cuando se realizan estas actividades, todos tienen las mismas obligaciones e igualdad de derechos.

Según la Actitud

Cuando se habla se suele mostrar una actitud determinada hacia la otra persona, dependiendo del tipo de mensaje se analiza la información y así se emite un juicio en el cual se basan las respuestas. Según la actitud existen seis tipos de comunicación interpersonal: valorativa, interpretativa, investigadora, consoladora, dominante y empática.

Valorativa:



Cuando se basa en los valores morales, el deber, cuando se da un buen consejo. En este tipo de comunicación muchas veces se aplican los valores propios.

Interpretativa:



Utilizada para mostrar los motivos que aparecen ocultos inconscientemente, la interpretación ayuda a saber que es lo que le pasa a la otra persona y a profundizar en porque actúa de tal manera.

Investigadora:



También se le llama exploratoria, se recurre a ella cuando se necesita conocer más datos de una persona o situación, para formarse una mejor idea de lo que le pasa al otro. Varía desde las simples preguntas en el inicio de la comunicación, hasta preguntas más íntimas cuando ya se trata de una comunicación más interpersonal.

La consoladora:



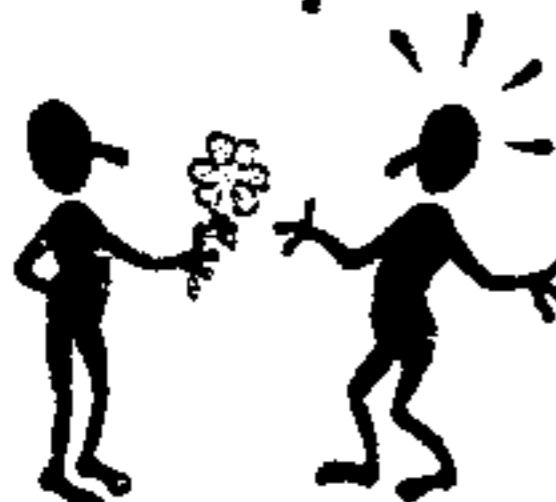
Al usar esta comunicación se hace con la intención de reducir la angustia, se dan palabras de aliento y ánimo para salir delante de algún problema. Lo negativo de esta, es que no se enfrenta el problema, solo se busca olvidarlo momentáneamente.

La dominante:



Tipo de comunicación que se utiliza cuando se desea, sujetar, contener o reprimir a otra persona. O simplemente para que otros hagan lo que se quiere, se basa en argumentos amenazantes.

La empática:



Es cuando existe una identificación plena con la otra persona, como regla general debe ser de manera sincera e incondicional.

2.3 Internet como Introducción al Correo Electrónico.

2.3.1 Antecedentes

Frecuentemente se asocia al correo electrónico con las invenciones modernas, pero antecede a este concepto una larga tradición histórica que se fundamenta en el origen de "Internet".

Internet se desarrollo inicialmente con financiamiento y apoyo del gobierno de Estados Unidos, en 1969 la oficina de proyectos de investigación avanzada (ARPA) creo lo que fue llamado ARPANET (Advanced Research Projects Agency), una red de importantes computadoras del gobierno capaces de resistir daños a la red producidos por una guerra o una catástrofe severa. Esta red se conectaba a través de líneas telefónicas.

A finales de los ochentas surge NFSNET (National Science Foundation) conexión de redes que le permite el acceso a mas usuarios lo cual causa la desaparición de ARPANET, iniciando una apertura comercial con acceso a la transferencia de archivos por medio de un protocolo de comunicación llamado PTF, así como el envió de mensajes a través de la red (correo electrónico) y acceso a bases de datos que permitían la consulta de información a través de la red.

En 1993 se introduce World Wide Web, un concepto novedoso que permite a millones de usuarios el acceso a información, combinar y enviar imágenes, sonido y texto. Actualmente en Internet se tiene acceso a paginas de diferentes instituciones, sean estas; educativas, comerciales, de información, etcétera.

Para conocer todo acerca del correo electrónico no se puede pasar por alto lo elemental del Internet, por ello en este capitulo se incluye; Conceptos básicos de Internet, cómo conectarse a Internet, los navegadores mas utilizados para ingresar a Internet, y los servicios que ofrece.

2.3.2 Historia del Internet en Guatemala

Se ha publicado una reseña histórica sobre el Internet en Guatemala, basada en información existente recopilada mediante investigación y entrevistas.⁷

En 1991, existían en Guatemala dos compañías, las cuales eran Citel y Prodata que ofrecían servicios de las redes Geonet y Delphi, que no eran realmente servicios de Internet.

Uno de los pioneros en establecer Internet en Guatemala, fue el Ing. Luis Furlán, director del Centro de Estudios en Informática y Estadística de la Universidad del Valle de Guatemala, quien ante la dificultad de poder comunicarse con otros investigadores, para poder obtener información de una manera más práctica y rápida, decidió establecer un nodo UUCP (Unix to Unix Copy). Este nodo fue instalado en su computadora de uso regular, por lo que no podía estar dedicada a este servicio 24 horas al día, con este nodo sólo se podía trabajar con una sola herramienta de Internet, correo electrónico.

En 1992, se creó el CONCYT (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología) el primer proyecto presentado fue el proyecto Mayanet.

Finalmente en 1995 bajo un acuerdo firmado entre el CONCYT Y GUATEL quien brindó una ayuda ofreciendo rebajas en la comunicación vía satélite, dos años de servicio gratis a las universidades del INCAP e ICAITI, se inició el proyecto ofreciendo todos los servicios de Internet. Casi simultáneamente apareció la primera empresa comercial que fue Cybernet.

Surgieron varias empresas que ofrecían el servicio comercialmente, entre ellas: TikalNet, Infovia, Citel, Predata, Corpotelsa, GBM, algunas de las empresas mencionadas ya no funcionan como tal.

En su lugar han surgido otras entre las más recientes Terra, Comtech, Telgua, Convergence, NewCom, AmericaTel, etcétera.

⁷ <http://gt.maestrosdelweb.org> Una reseña histórica sobre Internet en nuestro país, por la Asociación Guatemalteca de Webmasters. Fuente: | Ing. Furlán, Universidad del Valle de Guatemala.

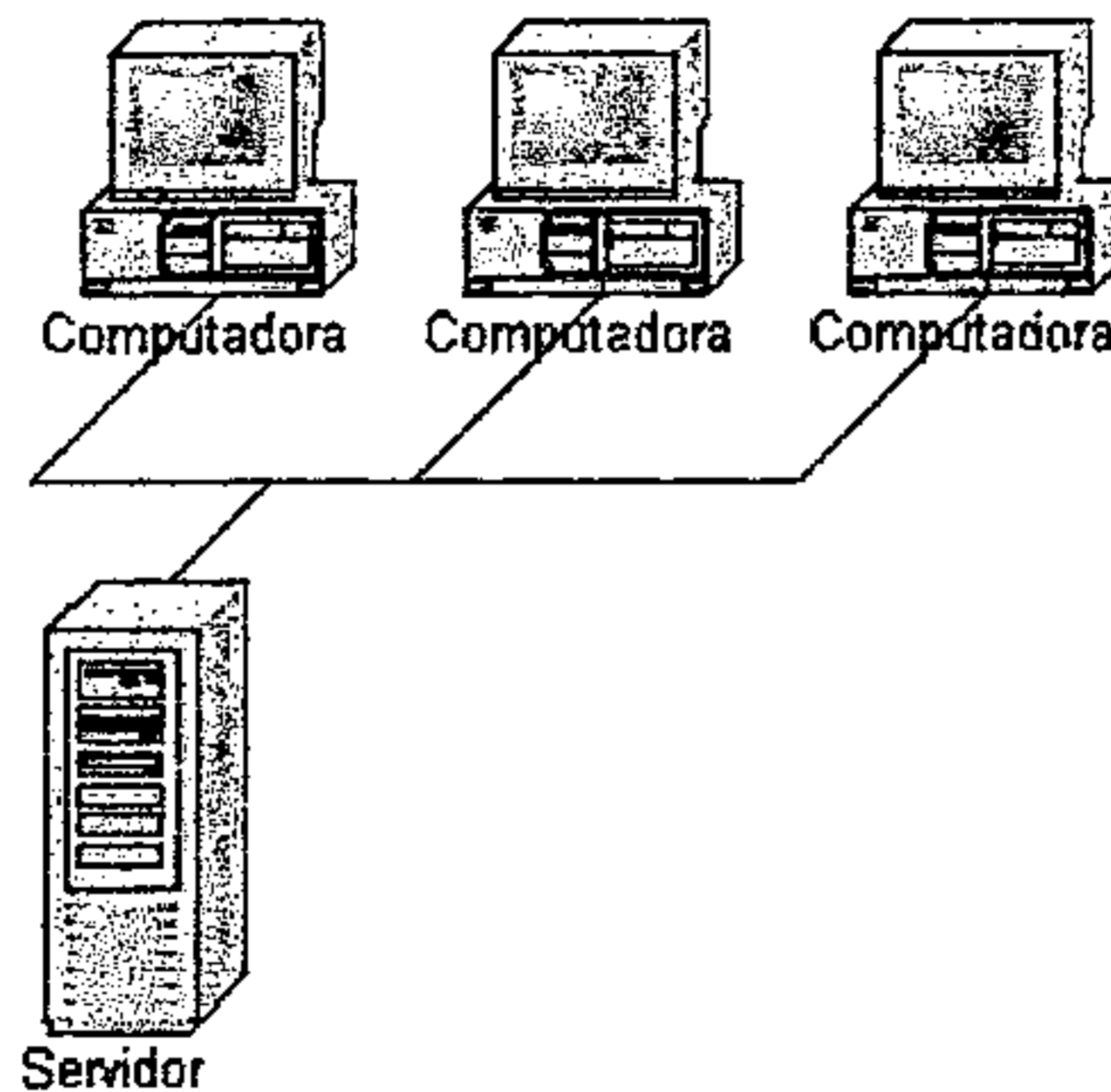
2.3.3 ¿Qué es Internet?

La definición más conocida de Internet "red de redes". Al decir que Internet es una red, se quiere decir que son varias computadoras que están conectadas entre sí, lo cual facilita la comunicación, la transmisión de información y el compartir recursos, tales como impresoras, medios de almacenamiento (Discos, Cd's), etc.

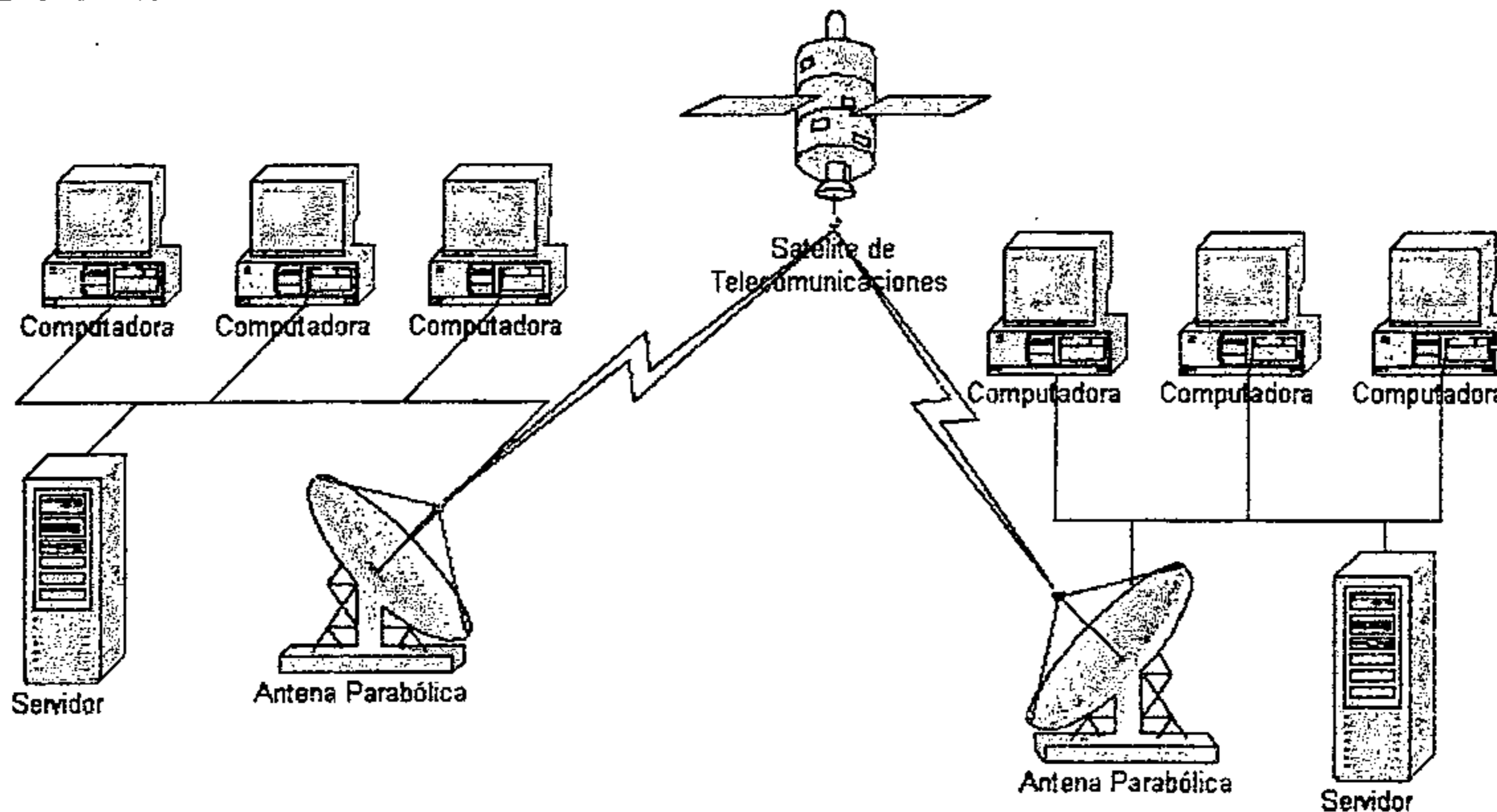
Para comprender mejor el concepto de Internet es importante saber también que existen diferentes tipos de red, estos se distinguen unos de otros por la cobertura, los medios que utilizan para conectarse, y el tamaño de la red.

Tipos de Red

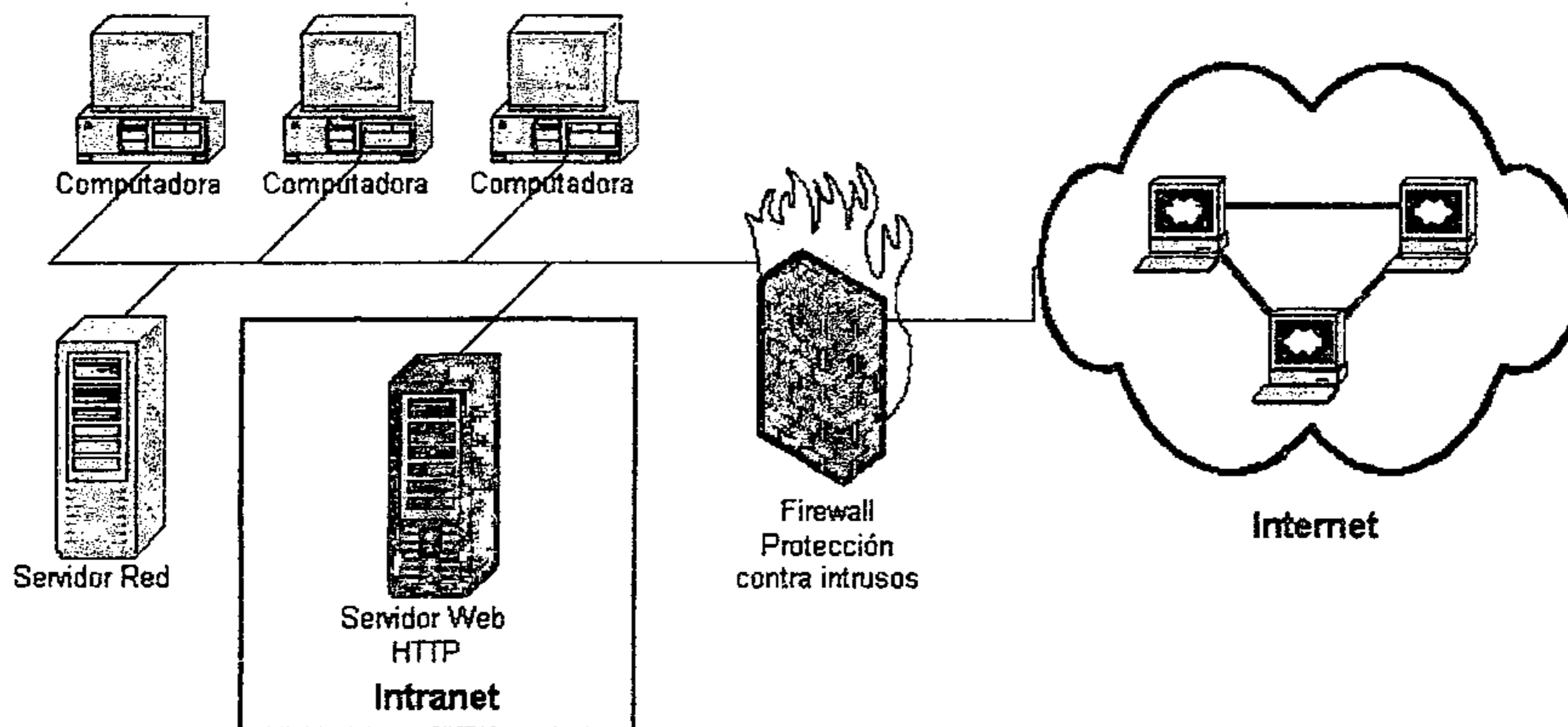
LAN: Local Area Network. En español significa; red de área local, esta red permite la conexión de computadoras en una misma área, (en una oficina, en un mismo edificio). Su cobertura es pequeña, generalmente existe un servidor o computador central, y es este el que distribuye y presta el servicio a los usuarios o computadoras que están conectadas directamente a él (Servidor).



Wan: Wide Area Network. Red de Área Ampla, esta permite la conexión de computadoras en varios puntos de una ciudad, de un país bien una cobertura total a nivel mundial. Permite la comunicación entre distintos puntos del mundo a través de varias redes de computadoras utilizando diversos medios de conexión tales como, líneas telefónicas, cables, satélites, fibra óptica, etcétera. Internet es una red tipo WAN.



Intranet: red interna. Tiene las mismas características que la red WAN, pero solo es utilizada internamente en una empresa como medio de comunicación. Es una red privada que cuenta con seguridad para el acceso a la información.



Internet es una red de computadoras tipo WAN enlazadas alrededor del mundo que permite la comunicación y el intercambio de información entre los diferentes usuarios.

2.3.4 ¿Cómo conectarse a Internet?

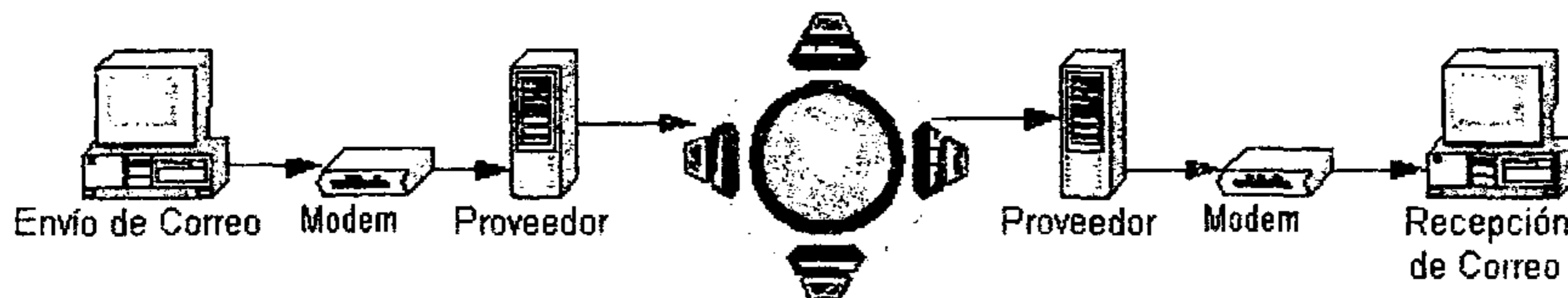
Para conectarse a Internet, lo normal es que una compañía o proveedor de servicios de Internet funcione como intermediario entre Internet y el usuario. La compañía que procede a realizar la conexión absorbe los gastos por la costosa instalación a Internet, hacen grandes inversiones en servidores de alto rendimiento, líneas de datos y módems, y después rentan tiempo a otros usuarios interesados en tener acceso a Internet.

Existen diferentes maneras de conectarse a Internet, varían según las empresas o proveedores que ofrecen los servicios de conexión, entre ellas:

Acceso a Internet por línea telefónica

Este tipo de conexión es un acuerdo por el cual se emplea el MODEM de la computadora y líneas telefónicas para comunicarse con la computadora del proveedor que ofrece servicio de Internet. Es un sistema que no requiere mayor instalación y por lo mismo el costo es accesible, el costo depende de cuanto tiempo se este conectado a Internet, pues se cobran tarifas por minuto.

La velocidad en esta forma de conexión puede ser una de sus desventajas, la velocidad depende del MODEM que se tenga instalado, otra desventaja es cuando se congestionan las líneas de teléfono para tener acceso a Internet y no se puede lograr la conexión.



Acceso a Internet por línea dedicada:

Funciona como la conexión de línea telefónica con la ventaja de una conexión permanente, es decir que la línea siempre y exclusivamente esta conectada a Internet. La transmisión es un poco más rápida, pero el costo más elevado.

Acceso a Internet por cable coaxial:

Es como tener servicio de "cable" en la computadora, es el mismo cable que se usa, el servicio es relativamente barato pues se paga una cuota mensual no importando cuanto tiempo se utilice el Internet. La velocidad también es lenta y al transmitir la información (texto, imágenes, videos, etc.) carece de nitidez.

Acceso a Internet por fibra óptica:

La fibra óptica es un filamento de cristal o plástico transparente que se utiliza para transmitir información mediante pulsos de luz, esto permite mayor rapidez y nitidez. El costo de este tipo de conexión es alto.

Acceso a Internet vía satélite:

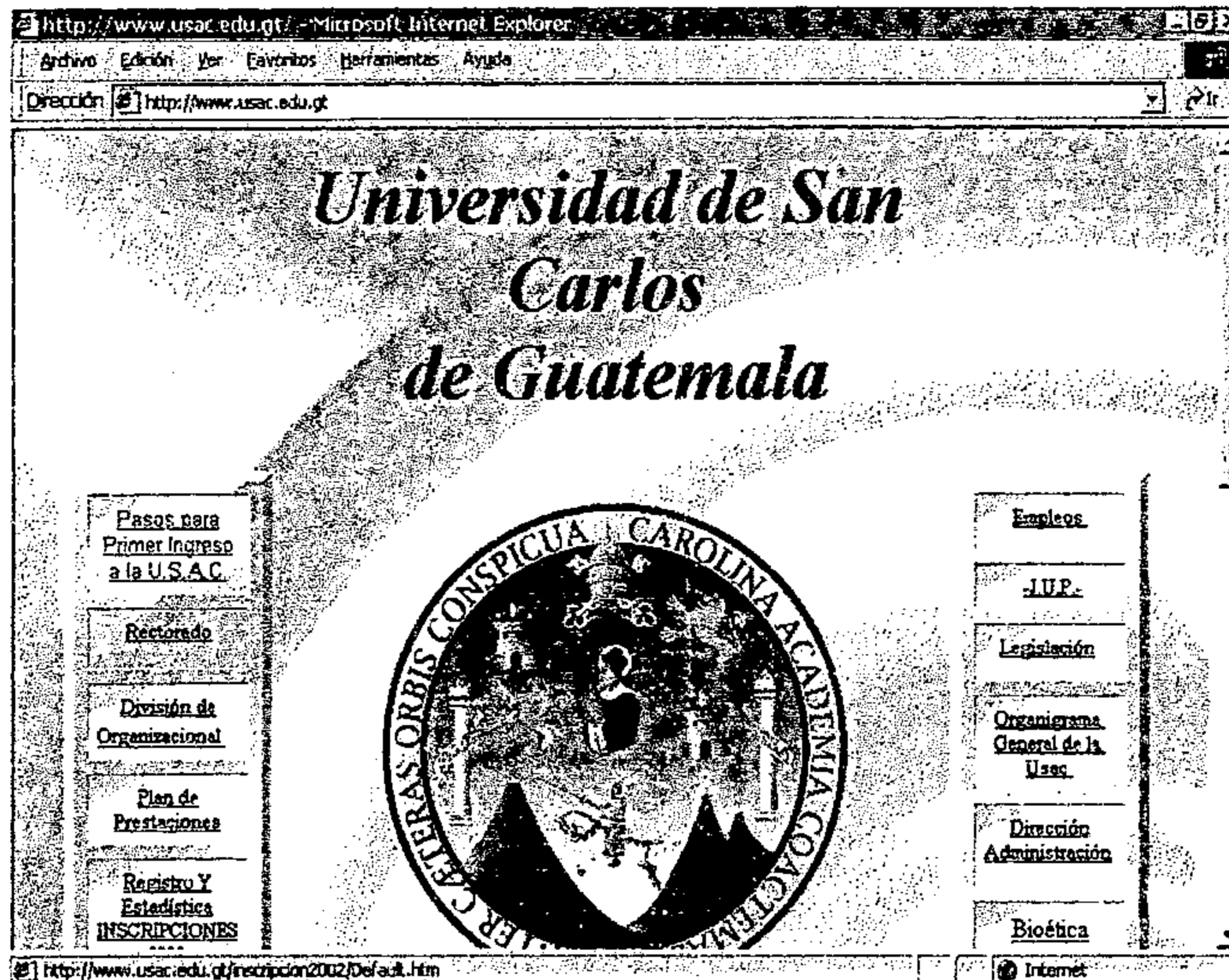
Esta conexión es usada por las empresas grandes que proporcionan el servicio de Internet a otras empresas o usuarios individuales, es mucho más rápida que todas, pero también es un servicio bastante costoso.

Al momento de decidir como conectarse a Internet las tres consideraciones más importantes son costo, nitidez y la velocidad

2.3.5 ¿Cómo navegar en Internet?

Para navegar por Internet se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Contar con una computadora que tenga una tarjeta de fax/MODEM o bien que este conectada a una red con acceso a Internet.
- Contar con el servicio de Internet.
- Tener el software para navegar en Internet que permita recorrer y examinar las páginas de Internet. La mayoría de estos programas son gratuitos. Los programas de navegación más conocidos y utilizados por el momento son Netscape navigator e Internet explorer, pueden obtenerse en estas direcciones: www.netscape.com/es/ y www.microsoft.com.
- Tener conocimiento sobre el uso de las direcciones o dominios para navegar por Internet. Por ejemplo si se desea consultar información de la Universidad San Carlos de Guatemala, debe escribir la siguiente dirección: <http://www.usac.edu.gt> y aparecerá la página principal del sitio que tiene la USAC en Internet.



Lo que hay que saber de las direcciones en Internet es que cada elemento desempeña un papel importante, como se explica en esta tabla:

- | | |
|------|--|
| http | Son las siglas de Hyper Text Transfer Protocol o Protocolo de Transferencia de Hipertexto |
| WWW | Son las siglas de World Wide Web |
| usac | Es el nombre de la empresa, institución, servicio, etc. Al que se desea acceder. |
| edu | Es la extensión que indica que usac es una universidad o institución del campo educacional, también se usan otras extensiones; gov , para agencias y servicios gubernamentales. Com , para empresas del ramo comercial. net , para redes. org , para organizaciones, etcétera. |
| gt | Esto indica el país, en este caso gt , para Guatemala. cr , para Costa Rica. ar , Argentina. mx , México. ru , Rusia, etcétera. |

- Hacer uso de un motor de búsqueda o buscadores. Para encontrar información específica en Internet se recurre a estos programas llamados buscadores los que se encargan de facilitarla, entre estos están:

BUSCADORES

www.yahoo.com

Es uno de los buscadores más utilizados en el mundo. Posee una versión en inglés y otra en castellano www.español.yahoo.com . Trabaja sobre la base de un listado de páginas registradas en él, que se clasifican según el tema.

www.altavista.net

Es otro de los más usados. Su versión en español esta en la dirección www.magallanes.net . A diferencia de yahoo no trabaja con un conjunto de páginas clasificadas, sino que rastrea la palabra que se ingresa en todos los documentos de la red. Por ello es más lento. Permite la opción de realizar una pregunta (en inglés) y devuelve posibles respuestas.

www.lycos.com

También es muy utilizado y sus características no difieren de los anteriores.

www.hotbot.com

Se dice que este buscador construye los mejores índices. Esto quiere decir que después de ingresar una palabra aparecen las páginas referidas a este tema

www.radar.com.ar

Es el buscador Argentino de la empresa Arnet. Posee un catálogo como yahoo, solo que con paginas de Argentina.

www.excite.com

www.infoseek.com

www.terra.es

Estos son otros de los muchos buscadores que existen, son buscadores conocidos internacionalmente y que funcionan de igual manera que yahoo o sea con listados de páginas ya registradas.

2.3.6 ¿Qué servicios ofrece Internet?

Correo electrónico (e-mail)

El correo electrónico permite la comunicación a través de la red, en lugar de enviar correspondencia por correo, como usualmente se acostumbra, además pueden incorporarse al texto del mensaje; imágenes, sonidos, animaciones, videos, etcétera. Un mensaje de este tipo llega al otro lado del mundo en segundos.

La mayor parte del tráfico de Internet es de correo electrónico, un sistema cómodo y barato de enviar y recibir mensajes de todas partes del mundo. El correo electrónico, es sin duda, uno de los servicios más útiles que proporciona Internet.

La Word Wide Web

World Wide Web significa algo así como "ancha telaraña mundial", el servicio consiste en paginas Web (paginas electrónicas) y a través de ellas se puede "navegar" o recorrer la información que ofrece Internet. La Word Wide Web permite la combinación de texto con video, imágenes, sonidos, hipervínculos, etcétera.

File Transfer Protocol (ftp)

En español quiere decir "protocolo de transferencia de archivos", como su nombre lo sugiere su finalidad es posibilitar, transferir, y mover archivos de Internet a una computadora personal. Su diseño es mucho menos atractivo que el de una página Web, generalmente solo incluye texto, pero es considerado un servicio rápido y eficaz.

Grupos de discusión:

Los tableros de anuncios electrónicos que permiten a los usuarios formular preguntas o bien "charlar" con otras personas. En la actualidad hay más de once mil tableros de anuncios, llamados grupos de discusión.

2.3.7 ¿Cómo comportarse en Internet?

El empleo de un sistema de comunicación por parte de miles de usuarios requiere que todos ellos, observen unas reglas mínimas de educación conocidas como netiquette o etiqueta de la red, estas normas se basan en la idea de que el usuario que accede a Internet es el único responsable de las actividades que haga a través de los servicios que la red proporciona.

Independientemente de los comportamientos delictivos basados en el empleo de Internet como los hackers existen comportamientos que, sin llegar a constituir un delito, son una molestia para otros usuarios, como la colocación de información ilegal, distribución de programas que puedan dañar las computadoras, bloquear computadoras mediante mensajes en cadena, etcétera.

Por ello el Instituto de Ética Informática ha formulado diez preceptos que recopilan la filosofía que debería guiar el comportamiento de todo usuario.

LAS DIEZ REGLAS DE USO DE INTERNET

1. No usar la computadora para hacer daño a otras personas.
2. No interferir el trabajo de los demás usuarios de la red.
3. No curiosear los archivos de otros usuarios de la red.
4. No usar la computadora para la comisión de delitos.
5. No usar la computadora para presentar pruebas falsas.
6. No usar copias de un software por el cual no has pagado.
7. No utilizar los recursos de otros sin pedir permiso.
8. No ignorar la propiedad intelectual de los demás.
9. Pensar en las consecuencias de los mensajes que se escribe y envía por las redes.
10. Mostrar siempre respeto con las personas que se comunica.

2.4 Correo Electrónico, una Herramienta para Comunicarnos Mejor.

2.4.1 Antecedentes del correo electrónico

Para muchos que se inicien como usuarios de Internet, les parecerá que el correo electrónico es algo inventado a lo sumo en la década del 90, pero no, la última tecnología fue creada hace 30 años.



Ray Tomlinson, un joven ingeniero graduado del Massachusetts Institute of Technology (MIT) entró a trabajar en la empresa Bolt Beranek and Newman en 1967 (contratada para construir la Arpanet, la red de computadoras precursora de la Internet).

Ray Tomlinson (2001)
El padre del correo electrónico

En octubre de 1971, Ray Tomlinson, trabajaba en el desarrollo del SNDMSG, un programa para enviar mensajes a usuarios de una misma computadora, en esa época, las computadoras eran para algunos pocos, valían millones y ocupaban cuartos enteros, los usuarios se turnaban en su uso y para poder comunicarse con el siguiente turno habían desarrollado un sistema de mensajería electrónica para dejarse notas en esos equipos.

Tomlinson intentaba hacer una mejora a ese sistema, estaba experimentando con un programa que había escrito (el CPYNET), permitía transferir archivos entre computadoras, en ese entonces, Arpanet consistía de 23 computadoras en 15 sitios de los Estados Unidos.

Consideró que así como alguien podía enviar un mensaje a un usuario de la misma computadora, debía haber alguna forma de poder hacerlo con otros equipos en todo el país. Esa idea lo hizo incorporar el programa CPYNET en el SNDMSG para que todos pudieran agregar texto al archivo de cualquier usuario de la Arpanet.

Para diferenciar el nombre del usuario y el de la computadora eligió el símbolo de arroba (@), que en inglés significa at (en tal lugar), el signo tenía poco uso en ese entonces, y no se confundía con otras instrucciones.

El primer e-mail de red fue enviado entre dos computadoras, una al lado de la otra en un cuarto en Cambridge, Massachusetts, pero cuya única conexión física era la Arpanet.

En 1972, Larry Roberts, el director de Darpa (la agencia que controlaba la red) adoptó el sistema de inmediato, y escribió el primer administrador de correo, no solo para enviar y recibir mensajes, sino, para archivarlos y redireccionarlos.

En 1973, el 75% del tráfico de la Arpanet correspondía al correo electrónico. En 1979, se crearon los llamados "emoticones" (SMILEYS), creados para expresar mejor las emociones.

A finales de los setenta y principios de los ochenta, con el advenimiento de la computadora personal (PC), se empezó a descubrir el poder del correo electrónico.

En 1989, las empresas MCI Mail, Easy Link y Comuserve nacieron y proporcionaron el primer servicio comercial de correo electrónico. Se respetaban los principios fundamentales de Tomlinson: la gramática de la arroba, la imposibilidad de borrar o alterar lo recibido en un correo, el recurso de agregar mensajes a un mensaje recibido y las operaciones, ya convencionales, de contestar, desviar o redirigir un mensaje. Lo que estas empresas hicieron fue mejorar el sistema hasta agregarle contextos más amigables, la posibilidad de incluirle fecha, destinatario, objeto, obra del mensaje, reenvío, borrado y la posibilidad de adjuntar archivos. Pero aún estaba muy distante de ser el concepto de correo electrónico actual.

En 1990-1993, Internet paso de manos militares y académicas, a la iniciativa privada, lo cual llevó a crear nuevos servicios y se creó así la World Wide Web, esto convirtió al correo electrónico (e-mail), en una "KILLER APPLICATIONS", pues vino a revolucionar la historia de las comunicaciones.

A finales del año 2000, según la firma estadounidense International Data Corporation (IDC) circulaban diez mil millones de mensajes de correo electrónico al día en todo el mundo.

2.4.2 Definición y funcionamiento del correo electrónico (e-mail)

¿Qué es el correo electrónico (e-mail)?

Es un servicio de correo en la red, cualquier usuario puede enviar y recibir correspondencia a través de él en formato electrónico desde y hacia cualquier lugar en el mundo.

Es una herramienta muy versátil ya que permite enviar texto, imágenes, sonido, animaciones, y con copia a diferentes destinatarios, volver a enviar un mensaje, responder a un mensaje recibido, etcétera. Es por todas estas características que se le considera una versátil herramienta de comunicación.

El correo electrónico es sin duda alguna el servicio de mayor difusión y uso en todo Internet, Incluso, ya no es imprescindible el uso de una computadora ya que desde teléfonos celulares, beepers o agendas inalámbricas es posible recibir y enviar mensajes de correo.

¿Cómo funciona el correo electrónico (e-mail)?

El código que utiliza para comunicarse entre los servidores, es el protocolo SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) en español significa protocolo simple de transferencia por correo, dicho código es el que se encarga del envío y recepción de los mensajes en TCP/IP.

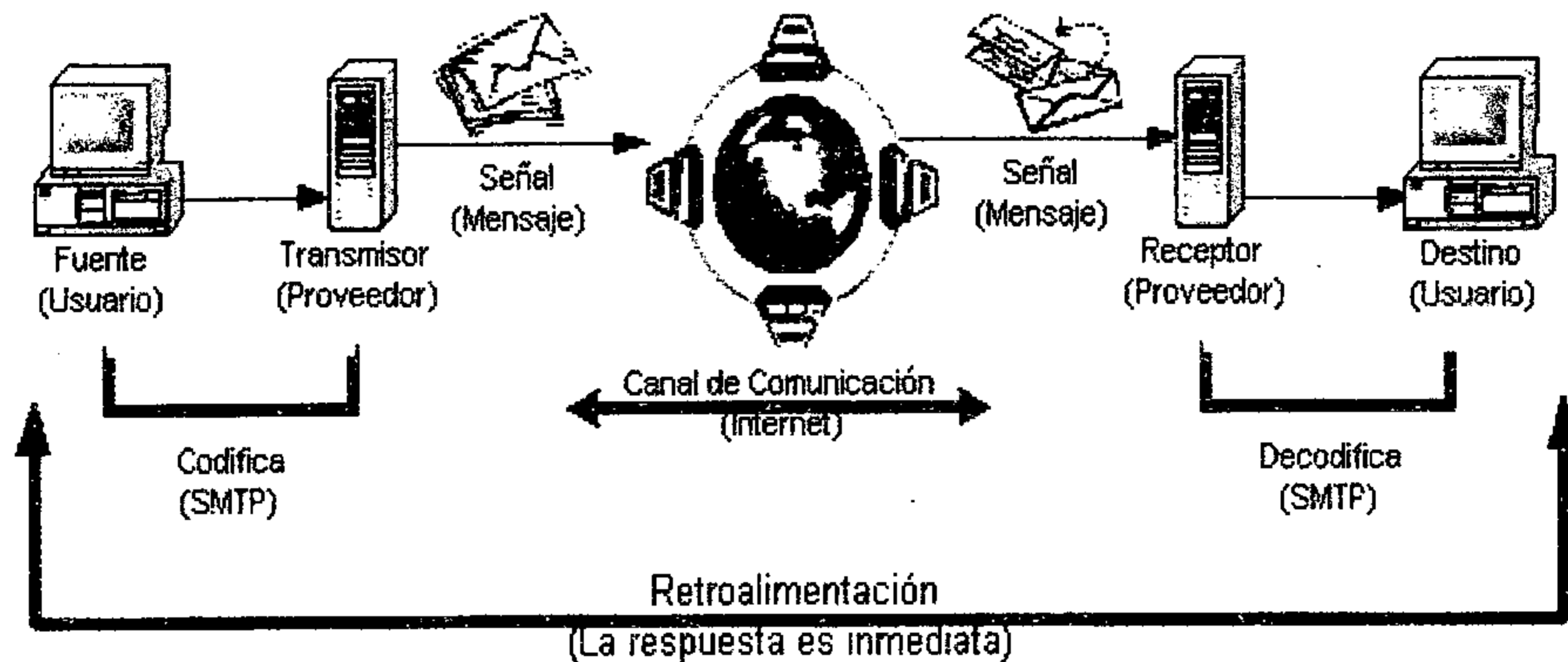
Para usar el correo electrónico tanto la fuente como el destino deben disponer de una cuenta de correo electrónico, según el tipo de proveedor, se paga por este servicio o hay proveedores que lo ofrecen gratuito, cada proveedor del servicio de correo electrónico destina un espacio a sus usuarios denominado "buzón", en este espacio son almacenados los mensajes permitiendo que sean leídos, enviados o eliminados.

Además de la cuenta de correo electrónico el usuario debe contar con un programa informático semejante a un procesador de textos (programas de correo electrónico) se escribe un mensaje y se indica la dirección electrónica a donde desea enviarse, una vez ya elaborado el mensaje y conectado a Internet ya puede enviar y recibir mensajes.

El envío de correo electrónico se da en cuestión de minutos, sea cual sea el lugar del mundo donde se encuentre el destinatario del mensaje. El programa de correo se conecta al servidor (host) de correo del proveedor (Telgua, Comtech, Terra, etcétera), este comprueba la dirección y lo envía por la ruta correcta al servidor del destinatario, en el transcurso de este proceso el mensaje es codificado y decodificado.

La respuesta o realimentación también es inmediata. Los mensajes no llegan al computador del propietario del buzón, sino a su servidor, por lo que si la computadora permanece inactiva los mensajes no se pierden, quedan en espera en el servidor, de ser leídos por el receptor.

Para una mejor interpretación se ejemplifica gráficamente el funcionamiento del correo electrónico.



2.4.3 Estructura de un mensaje de correo electrónico

La estructura de un mensaje de correo electrónico es muy parecida a la de una carta normal.

El encabezado del mensaje

Por el encabezado se puede saber, quien envió el mensaje, como fue enviado y cuando. Los campos que contiene el encabezado son:

From (de), nombre y dirección del remitente que envía el mensaje.

To (para), nombre y dirección de él o los destinatarios del mensaje, esta línea puede especificar más de una dirección de destino.

Cc, (con copia) nombre y dirección de los destinatarios a los que se les envía copia del mensaje. Esta equivale a la copia en papel carbón en el caso del correo de papel. Los otros destinatarios pueden ver a quien se le envía copia.

Bcc, (copia oculta) se envía una copia a la dirección indicada en ese espacio sin que los otros destinatarios tengan conocimiento de ello.

Subject, (asunto) es redactado en este espacio el tema del mensaje, el texto es libre, pero es conveniente elegir uno que sea breve y que describa de forma directa el objetivo del mensaje.

Date, (fecha) Indica la fecha y hora, en ocasiones, en que el mensaje fue enviado.

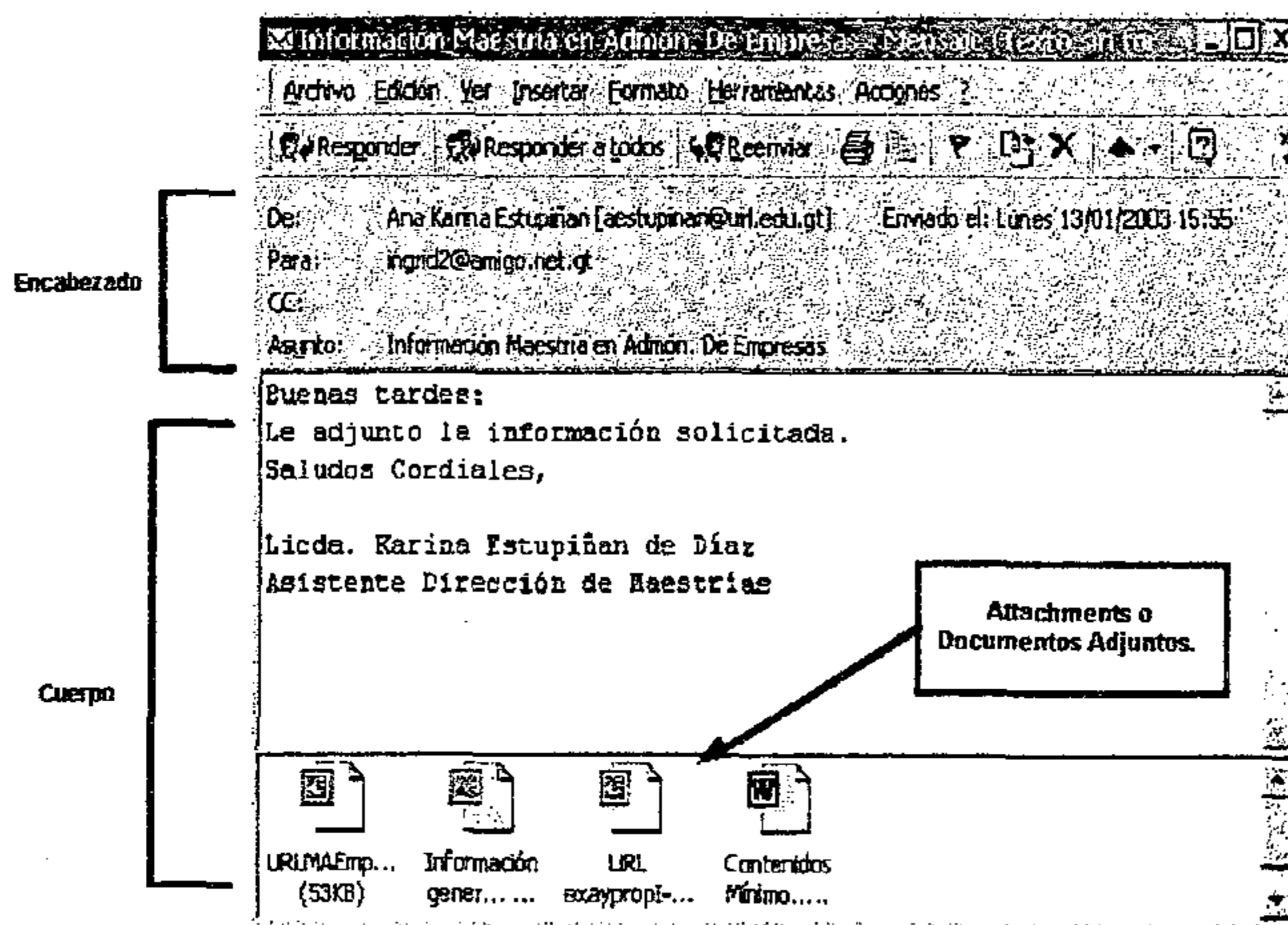
El cuerpo del mensaje

Es la parte correspondiente al contenido del mensaje, que puede ser texto o documentos adjuntos, compuestos por imágenes, videos, sonidos, etcétera. Se pueden crear mensajes muy vistosos combinando texto con imagen, hasta incluirle sonidos, el diseño del mensaje depende del objetivo que este tenga, si es de trabajo es más formal, pero si se trata de un mensaje personal, una tarjeta de cumpleaños, se puede utilizar toda la creatividad y los recursos disponibles.

La firma

Hoy en día casi todos los programas de correo electrónico, permiten la incorporación de texto que se le denomina firma, el contenido suele ser información adicional, una frase ingeniosa, un lema, una idea, otras direcciones de correo que se disponga, incluso algún dibujo realizado con caracteres de texto. La firma es el sello personal que tendrán los mensajes.

En esta imagen se identifican fácilmente las partes de un mensaje de correo electrónico



2.4.4 Direcciones de correo electrónico

La dirección electrónica es una clave que identifica al usuario del correo electrónico, también es la forma que se tiene de especificar al programa de correo electrónico, el lugar o persona a la que se desea enviar el mensaje.

usuario@Servidor.tipo.pais

Una dirección de correo electrónico tiene la siguiente forma; la parte que va a la izquierda del símbolo "@" corresponde a la dirección del usuario y la parte que está a la derecha del símbolo contiene información del "dominio".

Usuario, (buzón)

Se le conoce como login, es la parte que indica el nombre del usuario y suele estar formado por las siglas de su nombre o alguna combinación de las letras que lo identifiquen.

No hay convención estándar sobre cómo es o debe ser el nombre de un buzón de correo para un usuario en particular, por ejemplo: José Oswaldo Cruz Escobar puede decidir entre varias opciones: josec, joce, jcruz, jcescobar, o simplemente utilizar un sobrenombre "HombreLobo".

@: (Símbolo arroba)

El símbolo que se denomina arroba (@) que en inglés significa at (en tal lugar), sirve para enlazar el nombre del usuario y el dominio [usuario] @ [dominio], por ejemplo: fjlopez@amigo.net.gt

Nombre del dominio

Toda la información que está a la derecha del símbolo arroba "@" es reconocido como nombre del dominio del ordenador, indica el servidor al que pertenece la maquina, el tipo del dominio y algunas veces especifica el país.

Servidor, es el nombre que denota una computadora o servidor en particular, que normalmente pertenece a alguna organización donde tiene cuenta el usuario. Por ejemplo yahoo.

Tipo de dominio, información que va después del servidor y separado por un punto, existen varios tipos de dominios en Internet, normalmente suelen tener como máximo 3 letras que los identifican, algunos ejemplos: .com; para un negocio o una empresa internacional, .edu; para una Universidad o centro de educación, .org; para una organización no comercial, .gov; para una agencia u oficina gubernamental, .mil; para una institución militar, .net; para una red determinada.

País

En algunas ocasiones se pone un indicativo del país en donde esta situado el servidor, podrían ser; gt: Guatemala, es: España, uk: Reino Unido, it: Italia.

No deben existir espacios vacíos entre las partes de una dirección de correo electrónico, tampoco deben escribirse letras mayúsculas ni acentos.

2.4.5 Programas de correo electrónico

Para acceder al correo electrónico se debe elegir un manejador o programa de correo, existen en el mercado multitud de programas destinados al correo electrónico. Los más conocidos son Outlook Express de Microsoft, Netscape Communicator de Netscape, y Eudora de la empresa Qualcomm. Pero cualquier programa es sencillo y fácil de manejar, en general todos poseen comandos básicos que son: recibir correo, enviar correo, crear un nuevo mensaje, borrar mensajes.

Direcciones en donde se pueden obtener los programas de correo electrónico:

Outlook Express: www.Microsoft.com
Eudora Light: www.eudora.com
Netscape Communicator: home.netscape.com

Para bajar cualquier tipo de programa ya sean navegadores de Internet o manejadores de correo: www.lacompu.com

2.4.6 Correo electrónico gratuito

Correo Gratuito

Descripción: Los servicios de e-mail gratuitos tienen un soporte en la publicidad, todos ellos, brindan un acceso mediante Páginas Web.

Audiencia: Una buena opción para gente que viaja mucho o personas que no disponen de una computadora en casa y acceden al Internet desde distintos lugares y distintos equipos. También es ideal para personas que desean poseer una cuenta de correo electrónico adicional y desviar a ésta su correo personal.

Pros y Contras: La gran ventaja es la de revisar el correo electrónico desde cualquier computador, se encuentre donde se encuentre el usuario. Lo negativo y para tomar en cuenta, es que la mayoría de éstos servicios dejan su información en el *cache* del disco por lo que podrían ser revisados por otras personas posteriormente.

Siendo el correo electrónico una de las herramientas más importantes y utilizadas en Internet muchas empresas ofrecen casillas gratuitas, no importando el país donde se encuentre el usuario. El soporte de estas empresas que ofrecen el servicio de correo electrónico gratuito esta en la publicidad, la cual es publicada en sus páginas web.

He aquí algunas direcciones de correo electrónico gratuito internacionales y locales:

latinmail	www.latinmail.com
Yahoo! Mail	mail.yahoo.com
Hotmail	www.hotmail.com
Terra	www.terra.com
Tutopia	www.tutopia.com
MailCity	www.mailcity.com
Net@ddress	www.usa.net
Netscape Mail	home.netscape.com
AmigoNet	www.amigo.net.gt
itelgua	www.itelgua.com

¿Cómo crear una cuenta de correo electrónico gratis?

Aquí un ejemplo de los pasos a seguir para crear una cuenta en Latinmail:

1. Acceder a Internet
2. Escribir la dirección WWW.latinmail.com para la búsqueda en Internet.
3. Al estar en la pagina de latinmail dar un clic en la opción **Regístrate** que aparece en el recuadro de Nuevos Usuarios.
4. **Cláusula.** Pasar a la pantalla en donde Latinmail da a conocer los términos o restricciones bajo las cuales le permite crear su cuenta de correo gratis. Leerla y dar clic en **Aceptar**.
5. **Nombre.** Ahora hay que ingresar el nombre y apellido y el nombre que tendrá como usuario, al terminar dar clic en **Acepto**.
6. **Contraseña.** Le pide al usuario que ingrese la palabra que será su contraseña, que la rescriba para confirmarla y también que anote algo como recordatorio por si olvida la contraseña, dar clic en **Continuar**.
7. **Datos personales.** Se le solicita al usuario llenar información como el país, ciudad, sexo, fecha de nacimiento, estado civil, ocupación y otros datos de tipo personal. La información que esta marcada con un asterisco es esencial que se anote pues de lo contrario no permite pasar a la pantalla siguiente, al terminar dar clic en **finalizar**.
8. **Tu nueva cuenta.** El programa pasa automáticamente a esta pantalla cuando el registro de los datos se ha completado con éxito e indica el nombre de la dirección de correo que le fue asignada al usuario

2.4.7 Dando expresión a los mensajes de correo electrónico

Cuando en la comunicación por correo electrónico no se puede ver la cara ni escuchar el tono de voz de los usuarios las frases resultan no ser suficientes para expresar emociones o sentimientos.

Para solucionar estos pequeños inconvenientes se usan los smileys, que no son otra cosa que la unión de varios caracteres para formar expresiones, unas caras, que ayudan a dar sentido a la frase. Normalmente se ponen al final de la frase.

Los smileys, también llamados caritas, caretos, emoticons o emoticones, permiten expresar, de una manera rápida y sencilla, emociones, estado de ánimo o algún detalle de las personas que se están comunicando a través de un medio electrónico escrito como el correo electrónico, también sirven de abreviaturas de expresiones.

Los smileys son ilimitados, pero aquí una selección de los más utilizados:

: -)	Contento
: -D	Riendo
: -(Triste
: -o	Sorprendido
=8-}	Asustado
: -/	Enfadado
> :-[Muy enfadado
: -	Serio
: -(Llorando
: -)	Guiño de ojo (complicidad)
: -?	Dubitativo
: -	Indiferente
: -e	Decepcionado
8-)	Con gafas
: -)	Tuerto
: -X	Prefiere no decir nada
: -\$	Codicioso
: (=)	Sacando los dientes
: -P	Sacando la lengua
O: -)	Soy un santo
}; -)	Picardía (diablillo)
=: -)	Con los pelos de punta

2.4.8 Normas del buen uso del correo electrónico

El correo electrónico es un medio único de comunicación, los mensajes pueden contestarse y reenviarse con velocidad y facilidad, y tiene la potencia de alcanzar una amplia audiencia. Estas características también pueden ser mal utilizadas.

Como todo sistema de comunicación humano, el correo electrónico tiene normas y costumbres que todo usuario debería intentar respetar siempre. A continuación las más importantes:

De (From)

No se colocan acentos o caracteres especiales, como la "ñ" ya que lo más probable es que el nombre llegue ilegible al destinatario debido a los ordenadores intermedios que no pueden manejar estos caracteres. Esto puede causar confusión.

Asunto (subject)

Siempre llenar la información requerida en el campo subject con una frase corta y descriptiva del contenido del mensaje ya que por él se guiarán los usuarios para leer o no el correo.

Contenido del mensaje

La utilización de símbolos para enfatizar palabras o frases, tales como smileys, para indicar el tono de voz o para poner énfasis en determinadas ideas debe hacerse con mesura.

Formato del mensaje

Evitar la inclusión de frases con letras mayúscula en un mensaje, un mensaje escrito en mayúsculas produce muy mal efecto en quién lo lee ya que da la impresión de que el remitente está gritando.

Nunca se deben mandar archivos voluminosos sin el previo consentimiento, hay que tener presente que muchos usuarios tienen limitado el espacio de correo por lo que se les puede saturar y hay otros que pagan por Kb recibido.

Longitud de las líneas de texto

Debe configurarse adecuadamente el programa de correo para que las líneas no superen los 70 caracteres de ancho, ya que de otra forma los usuarios pueden recibir las líneas truncadas, haciendo difícil la lectura.

Al responder el correo

Para responder se debe pulsar el botón de réplica que todos los programas poseen, es conveniente citar el texto original al que se está respondiendo, borrando el texto irrelevante o al que no se responde.

Firmas automáticas

Todos los mensajes deben ir firmados con nombre, localidad desde la que se escribe, si es pertinente se pone también el cargo desempeñado. Debe incluirse igualmente la dirección de correo electrónico para facilitar la respuesta.

El correo electrónico más efectivo es corto, claro, y relevante.
--



Capitulo III
Marco Metodológico

**“Si buscas resultados distintos, no hagas siempre
lo mismo.”**
Albert Einstein

3.1 El Método

El método que se utilizó para la investigación fue el método inductivo, pues del estudio de casos particulares se generaliza que este fenómeno se aplica para cualquier individuo en el mundo.

3.2 Tipo de investigación

Con base en la guía para elaborar y presentar el proyecto de tesis de la M.A. Aracelly K. Mérida González⁸, y después de un análisis de los resultados obtenidos en la investigación, se concluye que esta corresponde a la clasificación siguiente:

Según el Propósito

Básica, ya que se busca aportar información para así contribuir con el crecimiento del conocimiento fundamental.

Según el Nivel de Explicación

Descriptiva, la investigación ofrece información de lo que es el correo electrónico, sus antecedentes, procesos de funcionamiento, y su aporte a la comunicación interpersonal.

Según el Tipo de Datos

Cualitativa, en esencia se trata de una investigación cualitativa, ya que el análisis de la investigación tuvo su fundamento en el sondeo de las respuestas de los encuestados, como soporte para la descripción del fenómeno de comunicación interpersonal por el correo electrónico.

⁸ Mérida González, Aracelly Krisanda Guía para Elaborar y Presentar el Proyecto de Tesis, 2000, Guatemala, ARCASANI.

3.3 Objetivos

Objetivo general

Describir la comunicación interpersonal por el correo electrónico.

Objetivos específicos

Determinar si el correo electrónico es una herramienta valiosa para la comunicación interpersonal.

Describir la importancia que tiene el correo electrónico como una herramienta de comunicación en la vida del hombre moderno.

Determinar las ventajas y desventajas que ofrece el correo electrónico a los usuarios.

Establecer los efectos que produce el correo electrónico en la comunicación interpersonal.

3.4 Población

Comprendida por usuarios del correo electrónico de las zonas 9 y 10 de la ciudad capital de Guatemala.

3.5 Criterio muestral

Por ser el tema de investigación la comunicación interpersonal por el correo electrónico, se tomó una muestra de cincuenta usuarios del correo electrónico dentro de las empresas Prosisco, Executrain, Corporación Occidente, y Pantaleón, S.A., que cumplieran con las siguientes características:

- Hombres o Mujeres comprendidos en las edades de 20 a 40 años.
- Que contaran con un computador y acceso a Internet.
- Con cuenta de correo electrónico habilitada.

Por ser necesario contar con diversas opiniones se tomo en cuenta, de forma indistinta, a personal de todos los departamentos y jerarquías dentro de las empresas mencionadas.

3.6 Técnicas para recolección de datos

Para las fuentes directas; se realizó una encuesta que fue enviada por correo electrónico a las personas de las empresas que cumplieron con las características planteadas en el criterio muestral.

Para las fuentes indirectas; se utilizó la técnica de recolección bibliográfica, y documental como soporte de los temas tratados en la investigación en, tesis con disertaciones de temas similares como antecedentes, revistas especializadas de tecnología, artículos publicados en periódicos, y sitios de Internet.

3.7 Instrumentos para recolección de datos

En la etapa de trabajo de campo que implicó la localización de los informantes, programación y calendarización de actividades fueron utilizadas fichas de datos; conteniendo datos específicos de la población a entrevistar nombres, dirección de correo electrónico, empresa, puesto y departamento.

Entrevista tipo cuestionario, elaborada en formato digital distribuida por correo electrónico a cincuenta usuarios, para recopilar las variables con respecto al tema.

Graficas de Barras, para la medición e interpretación de la encuesta.

3.8 Procesamiento de la información

Sistema manual; anotaciones indispensables cuando surgía una idea, o para correcciones en el trabajo de investigación.

Sistema electrónico; para la realización de fichas bibliográficas, fichas de informantes, realizar las consultas a sitios de Internet, como instrumento para enviar y recibir las encuestas, tabular y archivar toda la información de la investigación. El sistema electrónico fue el instrumento más utilizado, por tener una estrecha relación con el tema.

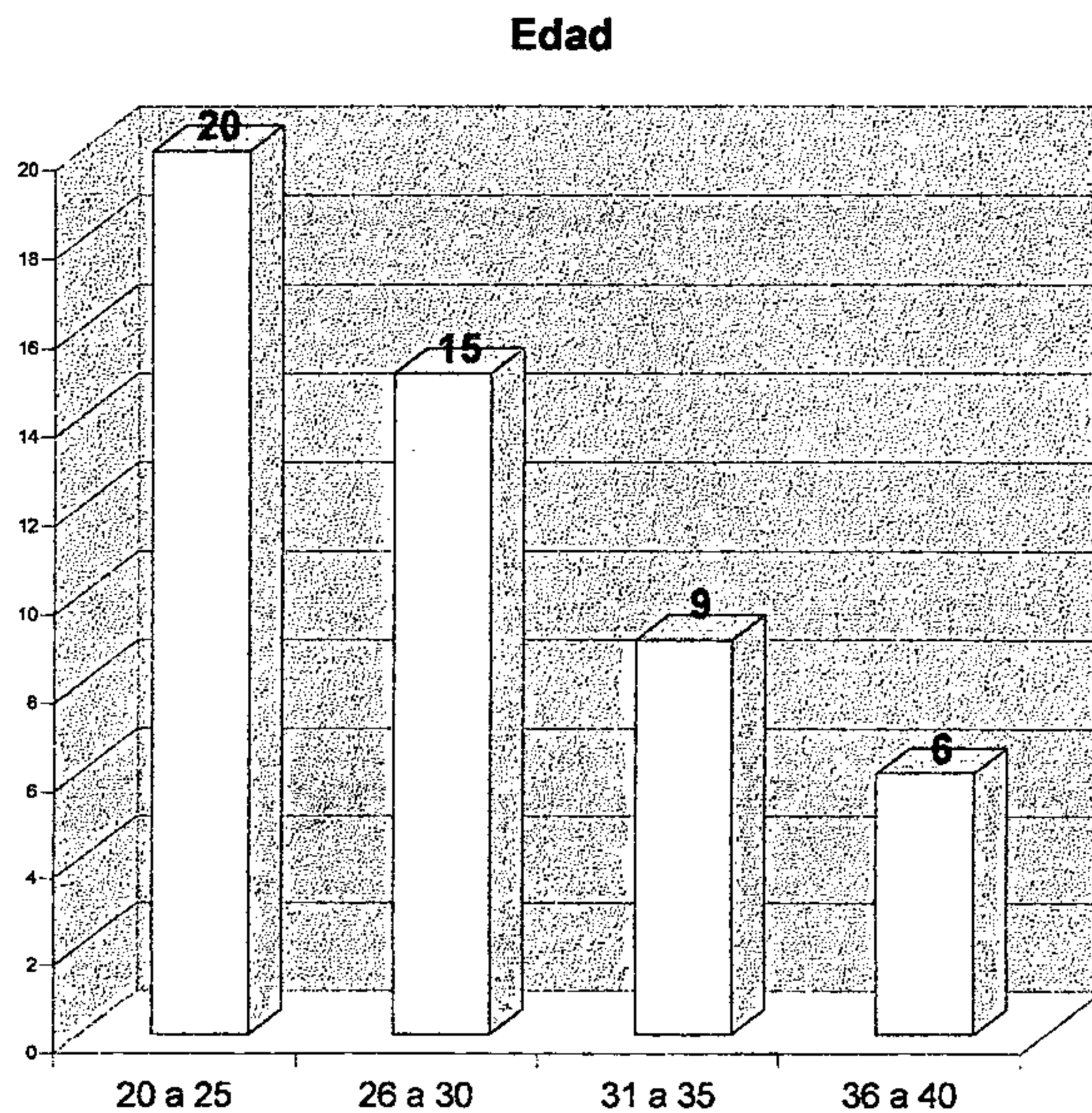


Capítulo IV

Presentación y Análisis de Resultados

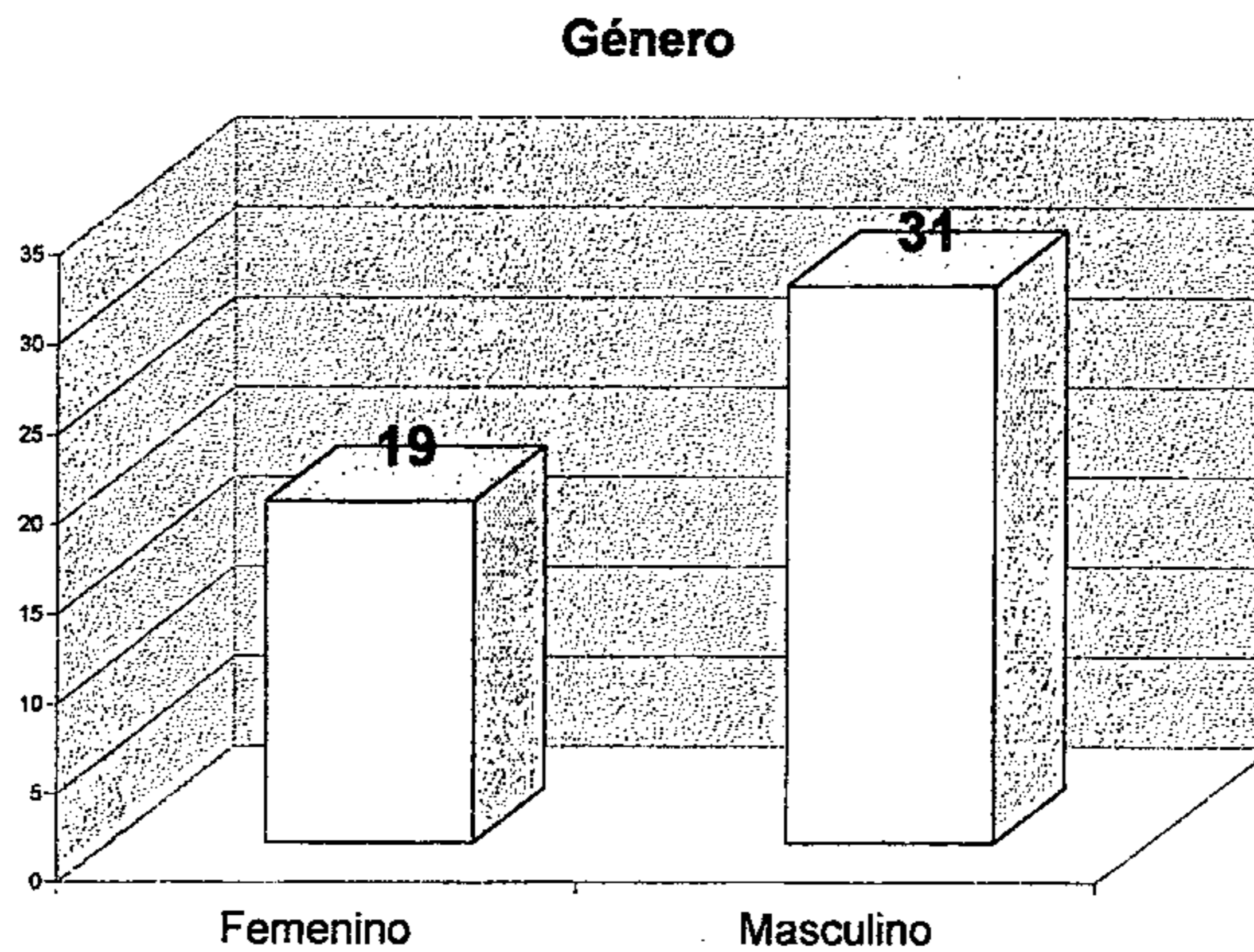
“Saber y saberlo demostrar, es valer dos veces.”

Gracián



Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

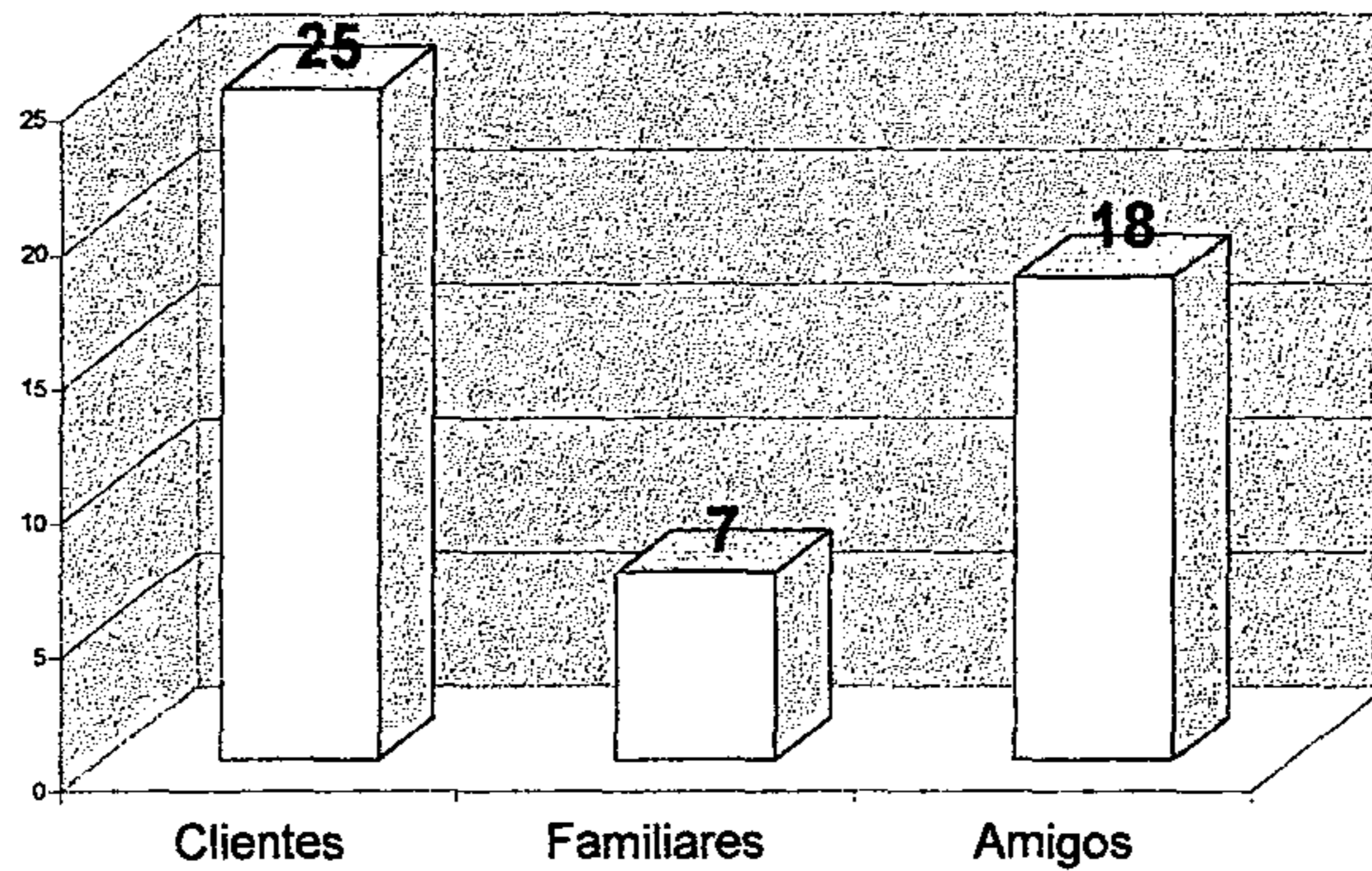
La muestra quedó comprendida por un 40% de personas que oscilan entre 20 a 25 años, un 30% entre 26 a 30 años, un 18% se encuentran entre las edades de 31 a 35 años y un 12% lo representan las personas que oscilan entre las edades de 36 a 40 años.



Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El estudio se realizó con usuarios de ambos sexos el 62% pertenecen al género masculino y el 38% al género femenino; las gráficas nos muestran que mas de la mitad son del género masculino.

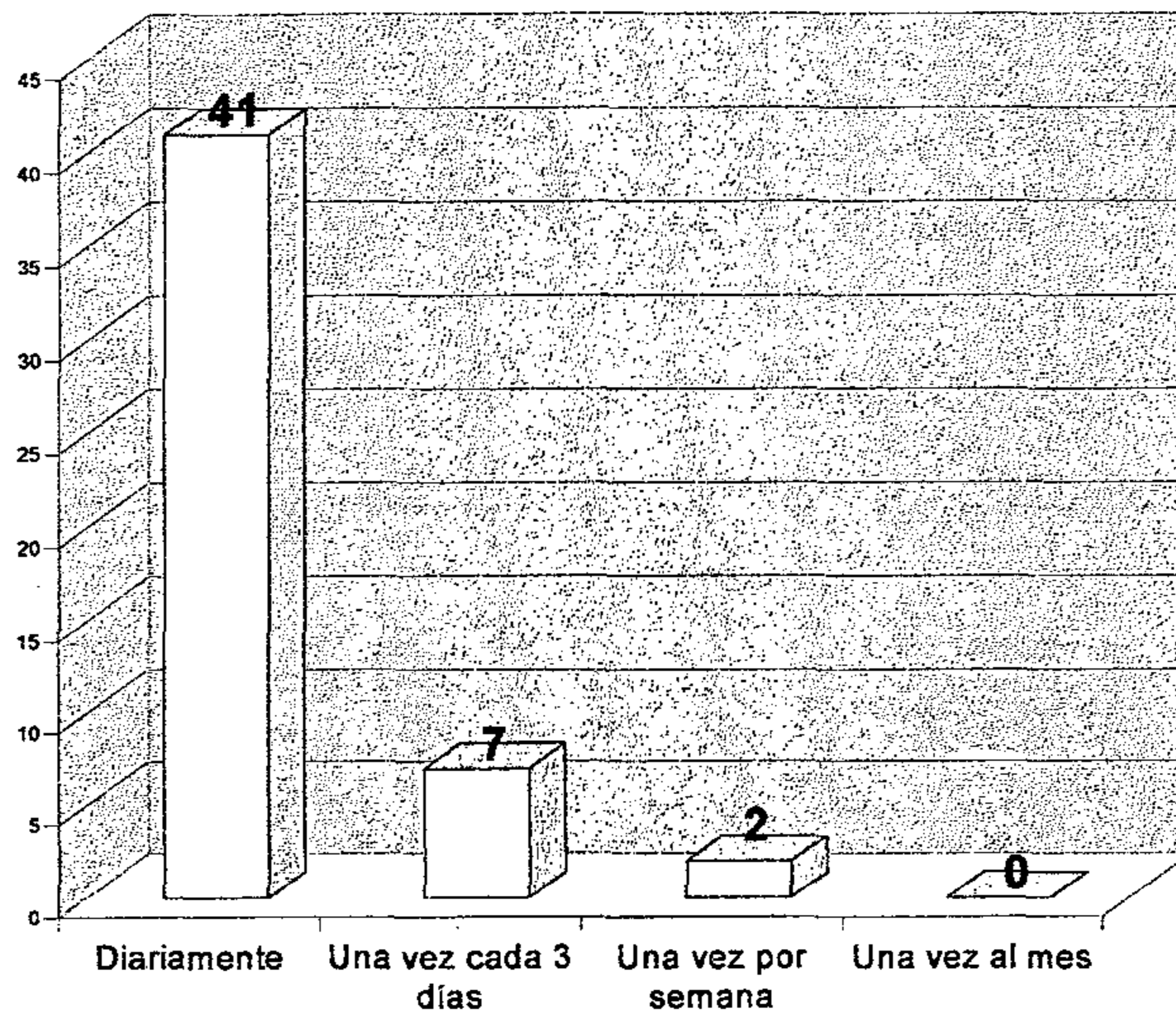
¿Con quienes se comunica con más frecuencia por el Correo Electrónico?



Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 50% de los entrevistados usa el correo electrónico para comunicarse en su mayoría con clientes, el 36% para comunicarse con amigos y el 14% con sus familiares; se puede apreciar que la tendencia predominante de los encuestados es mantener una comunicación más frecuente con los clientes, esto se debe a que en algunas de las empresas encuestadas tienen control sobre el envío de mensajes de tipo personal. Por lo cual solo pueden mantener comunicación con clientes o bien amigos que sean de la misma empresa.

¿Con que frecuencia se comunica con ellos por el Correo Electrónico?

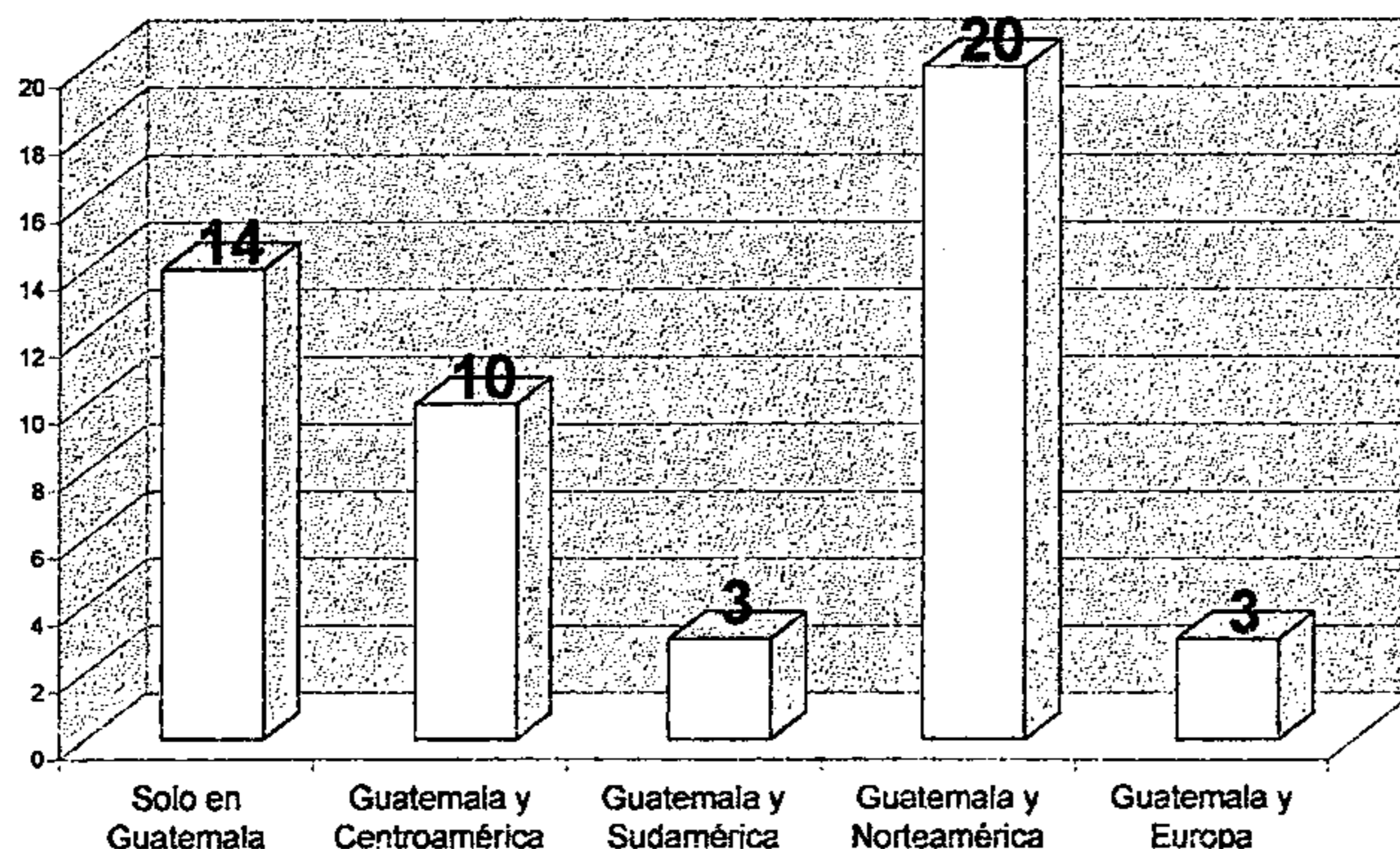


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 82% de los encuestados respondió que diariamente hace uso del correo electrónico para comunicarse, el 14% lo utiliza una vez cada 3 días, el 4% una vez por semana y en la ultima opción, una vez al mes, 0%

En esta pregunta se querían conocer los hábitos de uso que tienen los encuestados en relación al correo electrónico, con las respuestas obtenidas muestran claramente que la mayoría utilizan el correo electrónico de forma continua.

¿A que regiones de las siguientes se comunica más por el Correo Electrónico?

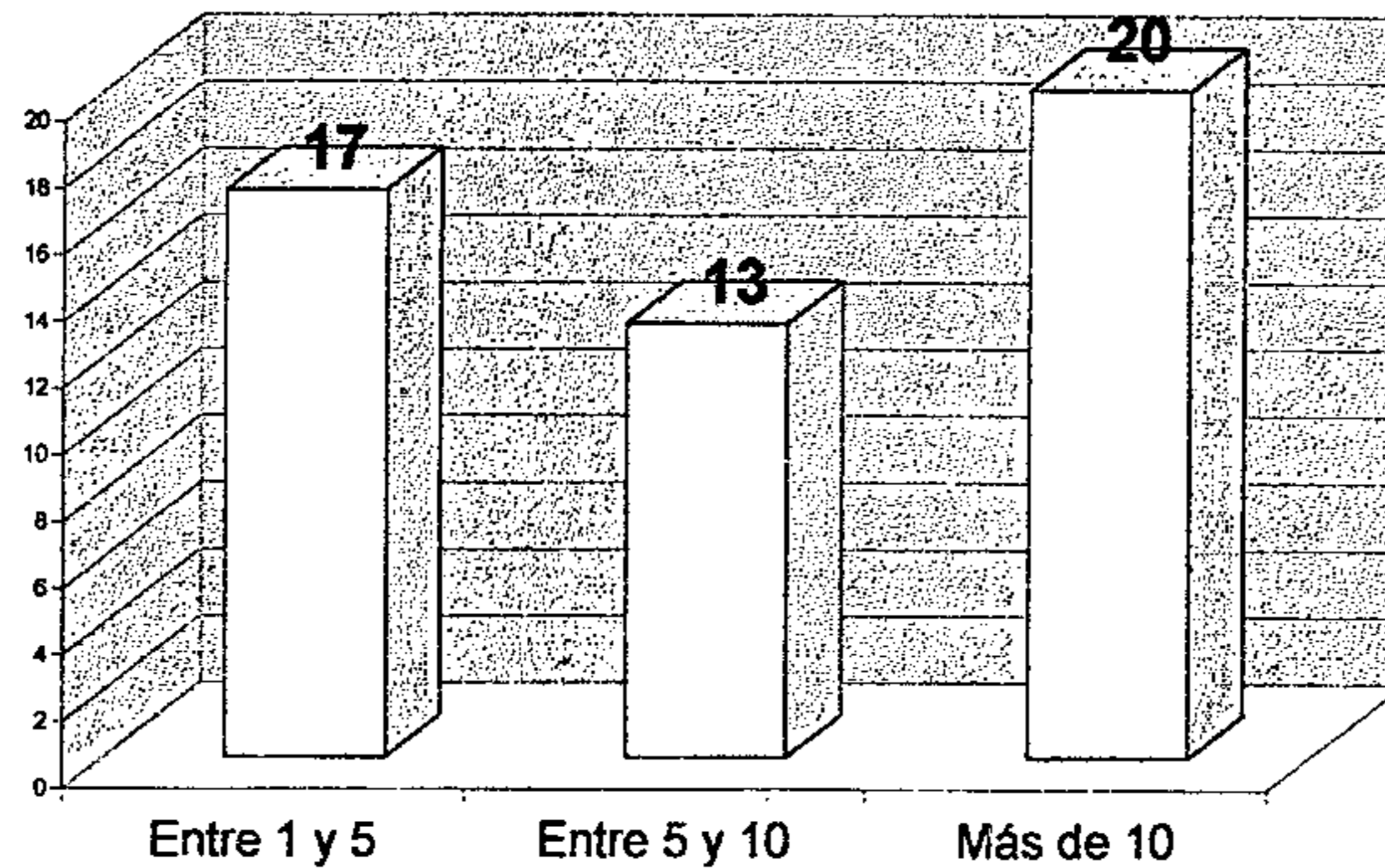


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

Un 40% de los encuestados respondió que se comunica con más frecuencia a las regiones de Guatemala y Norteamérica, el 28% solo se comunica localmente, en Guatemala, el 20% respondió que se comunica a las regiones de Guatemala y Centroamérica, un 6% respondió Guatemala y Sudamérica y el otro 6% respondió Guatemala y Europa.

Lo anterior evidencia que el 72% por ciento de los encuestados si utilizan el correo electrónico para comunicarse con personas que no residen en Guatemala. Versus un 28% que se comunican solo con personas que residen en Guatemala. Vemos notoria aquí una de las características del correo electrónico. Se eliminan las barreras físicas, no importan las distancias.

¿Cuántos mensajes de Correo Electrónico envía diariamente?

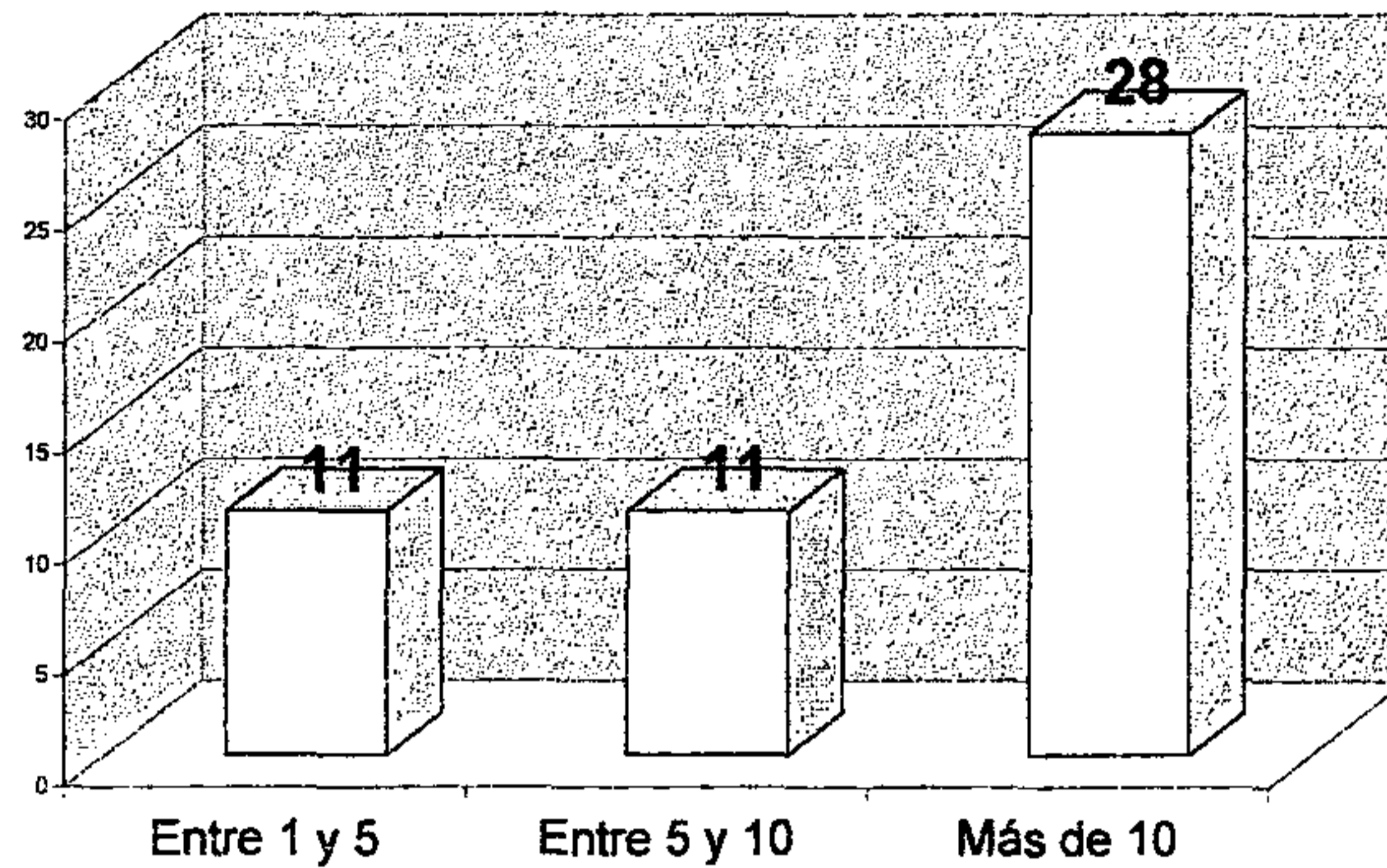


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 40% de los encuestados indicó que envía más de 10 mensajes diarios, el 34% envían entre 1 y 5 mensajes diariamente, y el 26% envían entre 5 y 10.

Esta pregunta acerca de la cantidad de mensajes que los encuestados acostumbran enviar, revela información de sus hábitos de comunicación por el correo electrónico, claramente se observa que es utilizado de manera constante para enviar información.

¿Cuántos mensajes de Correo Electrónico recibe diariamente?

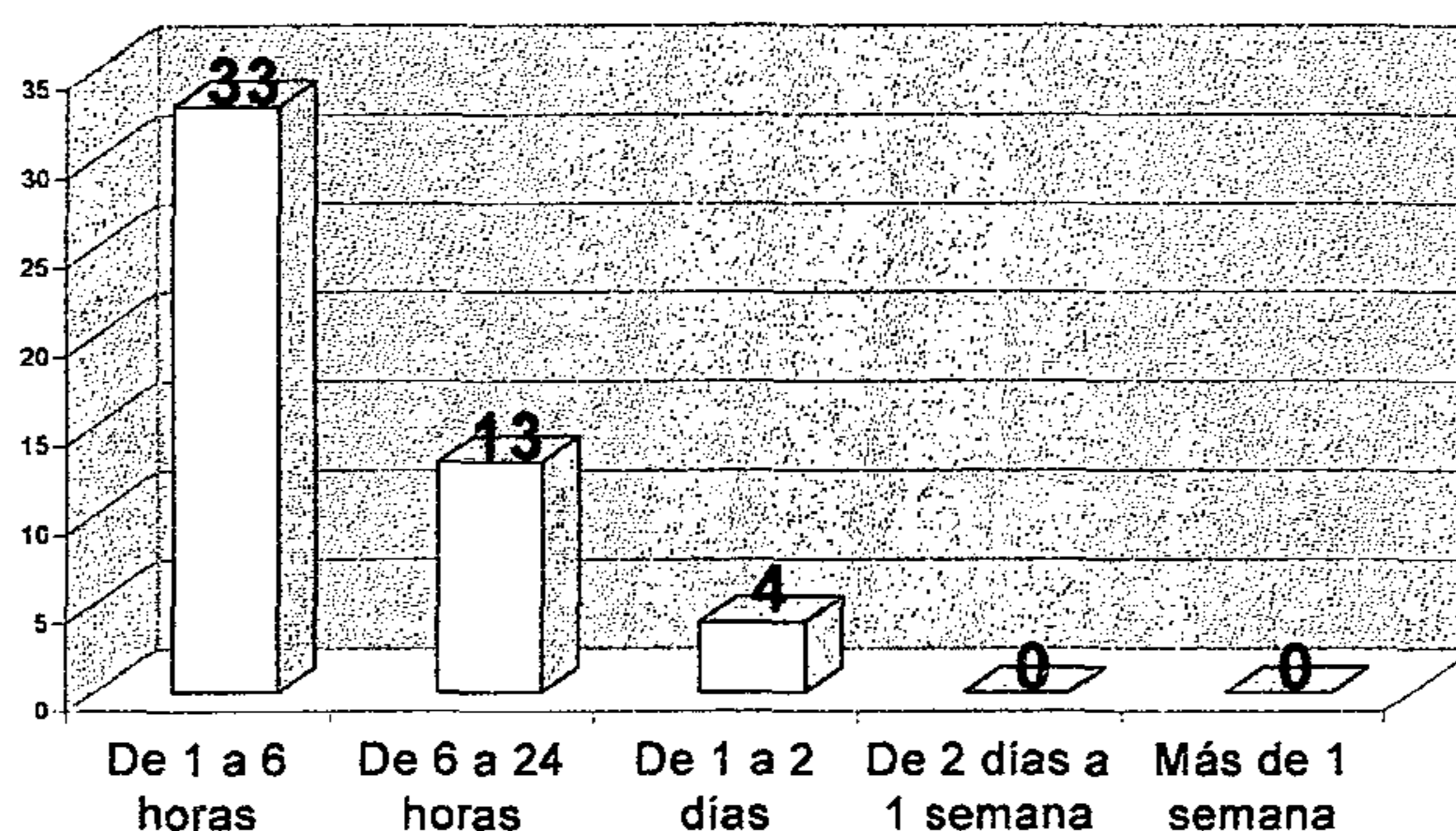


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

Las respuestas reflejan que un 56% reciben más de 10 correos por día, un 22% reciben entre 5 y 10 mensajes diarios y el otro 22% reciben entre 1 y 5 mensajes.

Obtenemos que el 56% reciben más de diez mensajes diarios y tomando en cuenta los resultados de la pregunta anterior, podemos concluir que por cada mensaje que estos envían obtienen al menos una respuesta.

¿Cuál es el tiempo estimado para recibir una respuesta de los mensajes que envía por Correo Electrónico?

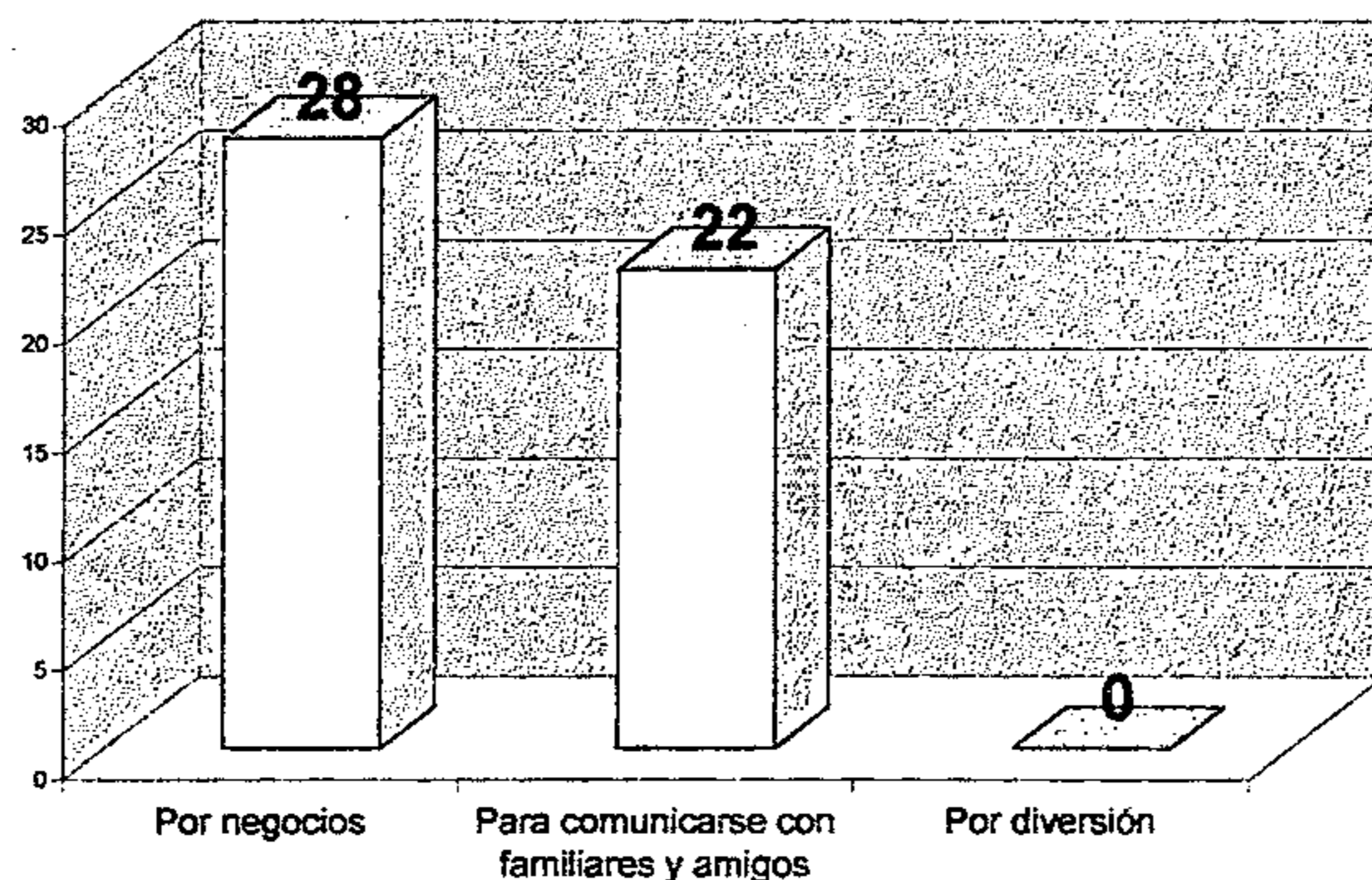


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 66% de los encuestados respondió que de 1 a 6 horas obtiene una respuesta, el 26% respondió de 6 a 24 horas, el 8% respondió de 1 a 2 días, el 0% respondió de 2 días a 1 semana y un 0% respondió más de 1 semana.

Lo anterior indica que lo menos que tienen que esperar los usuarios del correo electrónico en recibir una respuesta es de 1 hora y lo más que tienen que esperar son dos días. Se aprecia claramente que con la utilización del correo electrónico existe una realimentación o feedback de forma inmediata. La rapidez de respuesta es una de las ventajas del correo electrónico sobre otros medios de comunicación.

¿Cuál es la causa principal por la que utiliza el Correo Electrónico?

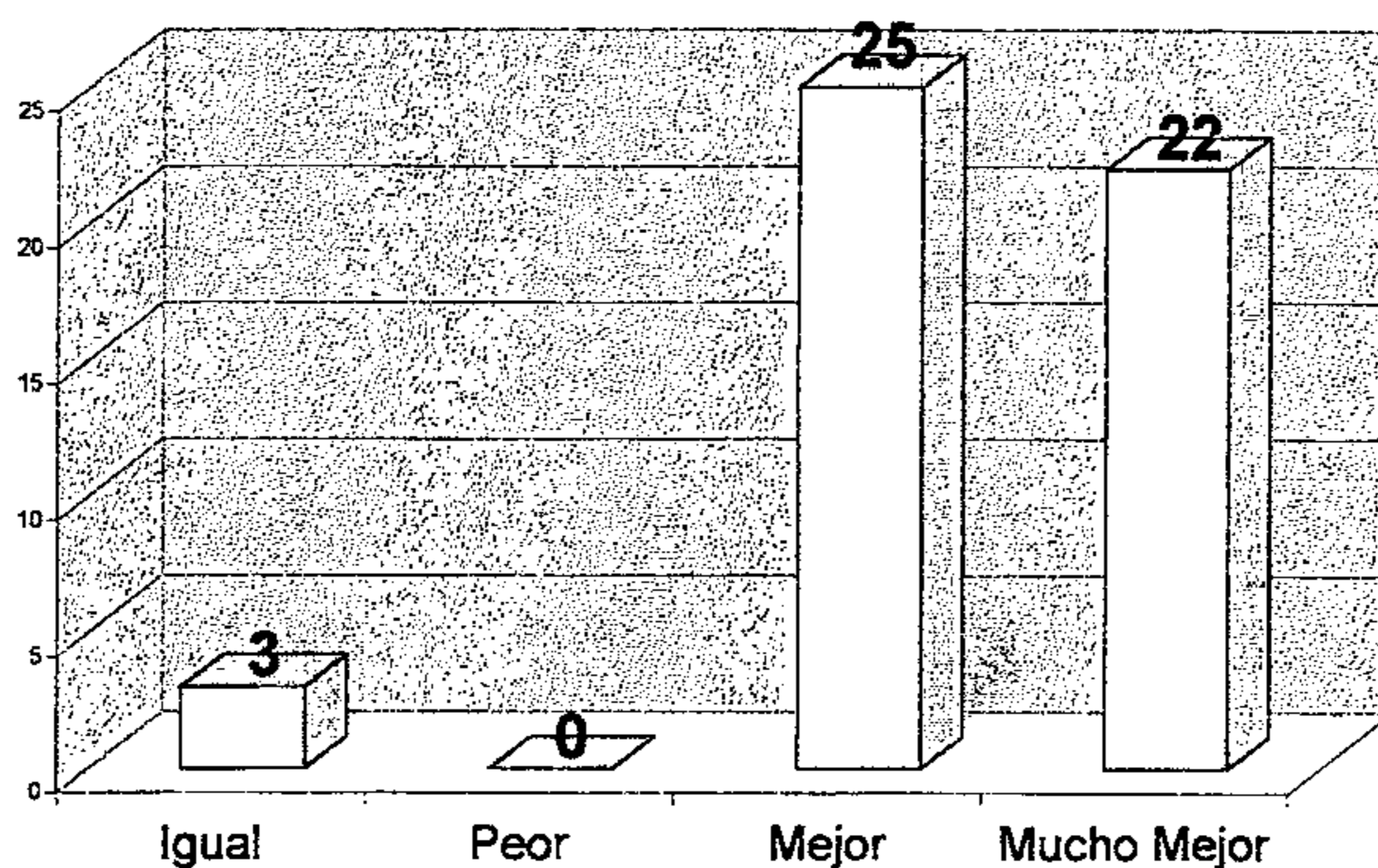


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

Las respuestas reflejan que el 56% de los encuestados prefiere utilizar el correo electrónico para promover comunicaciones por negocios, el 44% prefiere utilizarlo para comunicarse con familiares y amigos y el 0% respondió por diversión.

Las respuestas a esta pregunta son un indicador claro de la importancia que le dan los usuarios al correo electrónico como herramienta de comunicación y los usos que le dan. Le consideran una buena alternativa para los negocios, es decir mantener comunicación con los clientes, así como para comunicarse con la familia y amigos y no para diversión.

¿Desde que utiliza el Correo Electrónico su comunicación con otras personas es?

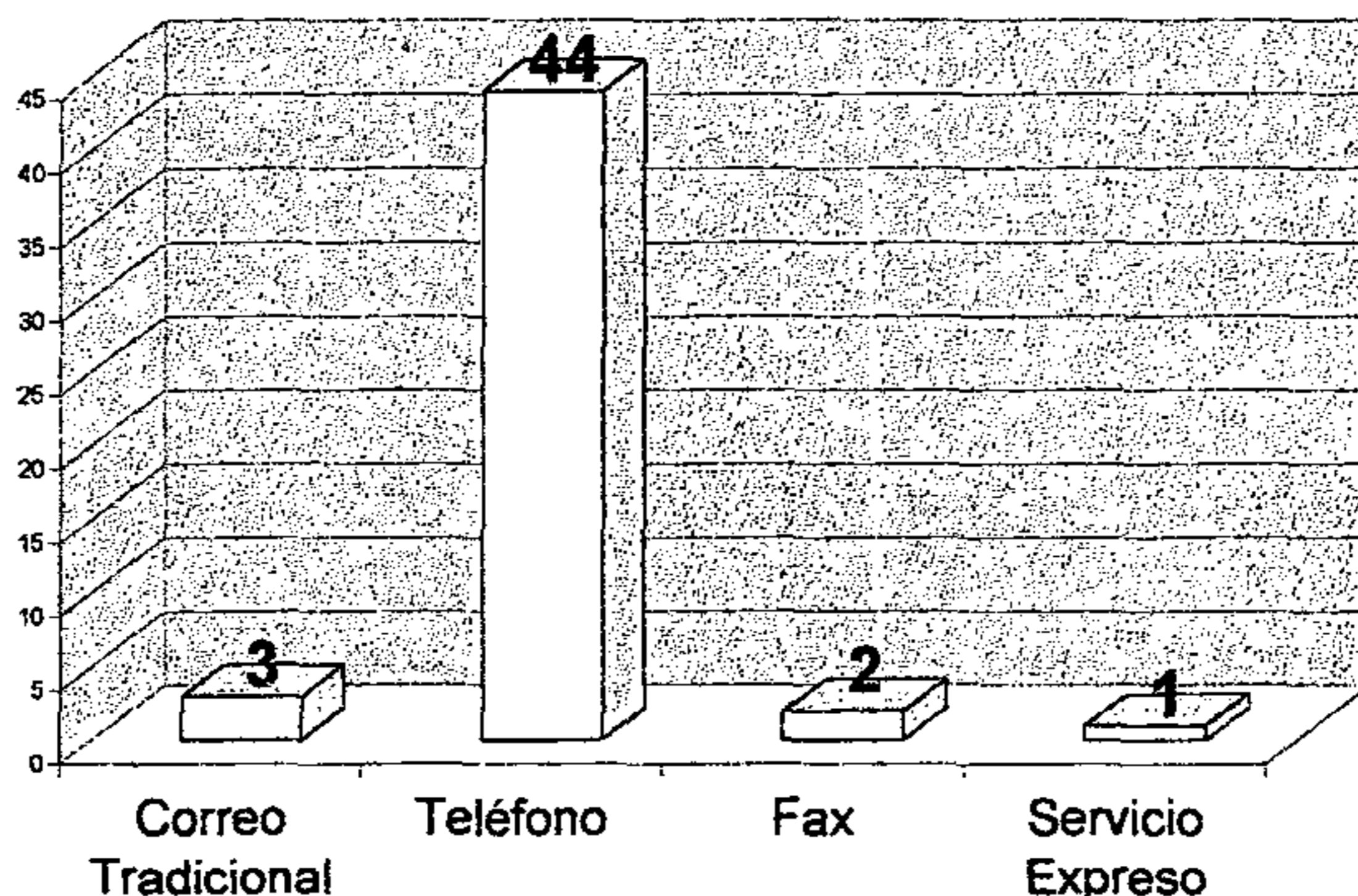


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecustrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 50% considera que con la utilización del correo electrónico su comunicación con otras personas es mejor, el 44% considera que es mucho mejor, el 6% considera que no ha habido ningún cambio y por lo cual respondió igual y un 0% respondió peor.

Resulta significativo el que a esta pregunta el 94% de los encuestados respondiera que desde que utiliza el correo electrónico su comunicación ha mejorado y nadie considera que con la utilización del correo electrónico su comunicación con otras personas haya empeorado. Con esto se demuestra que lo consideran efectivo para establecer y fomentar la comunicación interpersonal.

¿Si no tuviera Correo Electrónico que medio utilizaría para comunicarse?

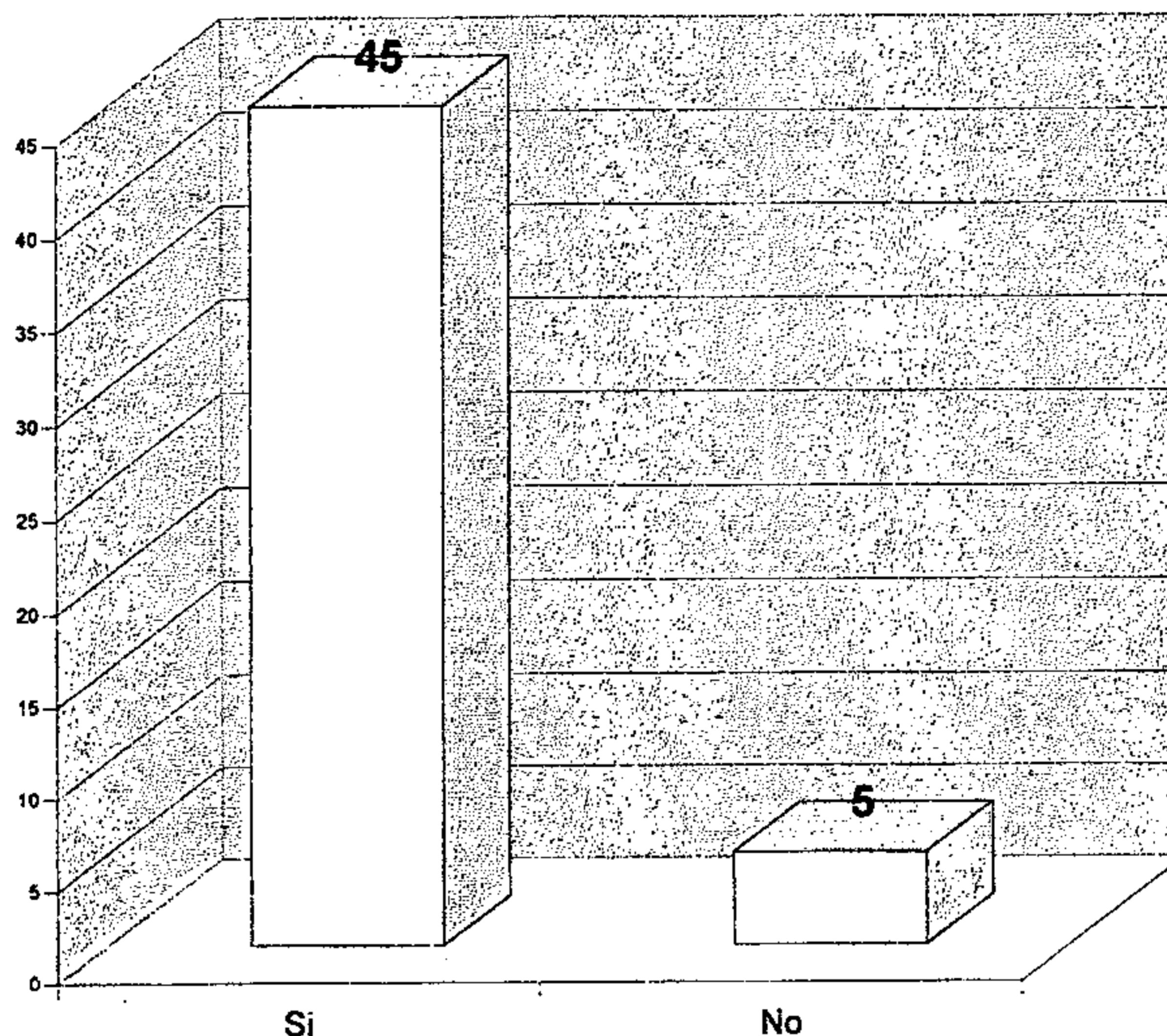


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 88% de los entrevistados indicaron que el teléfono, es el medio que utilizarían en lugar del correo electrónico. Un 6% respondió correo tradicional, el 4% utilizaría el fax, y tan solo un 2% respondió servicio expreso.

Los resultados demuestran que aunque el correo tradicional es el medio de comunicación que más se le equipara al correo electrónico, no es considerado como primera opción entre los usuarios. Prefieren hacer uso del teléfono para comunicarse, esto es debido a que los usuarios prefieren un medio de comunicación más rápido.

¿Ha fomentado nuevas amistades por medio del Correo Electrónico?

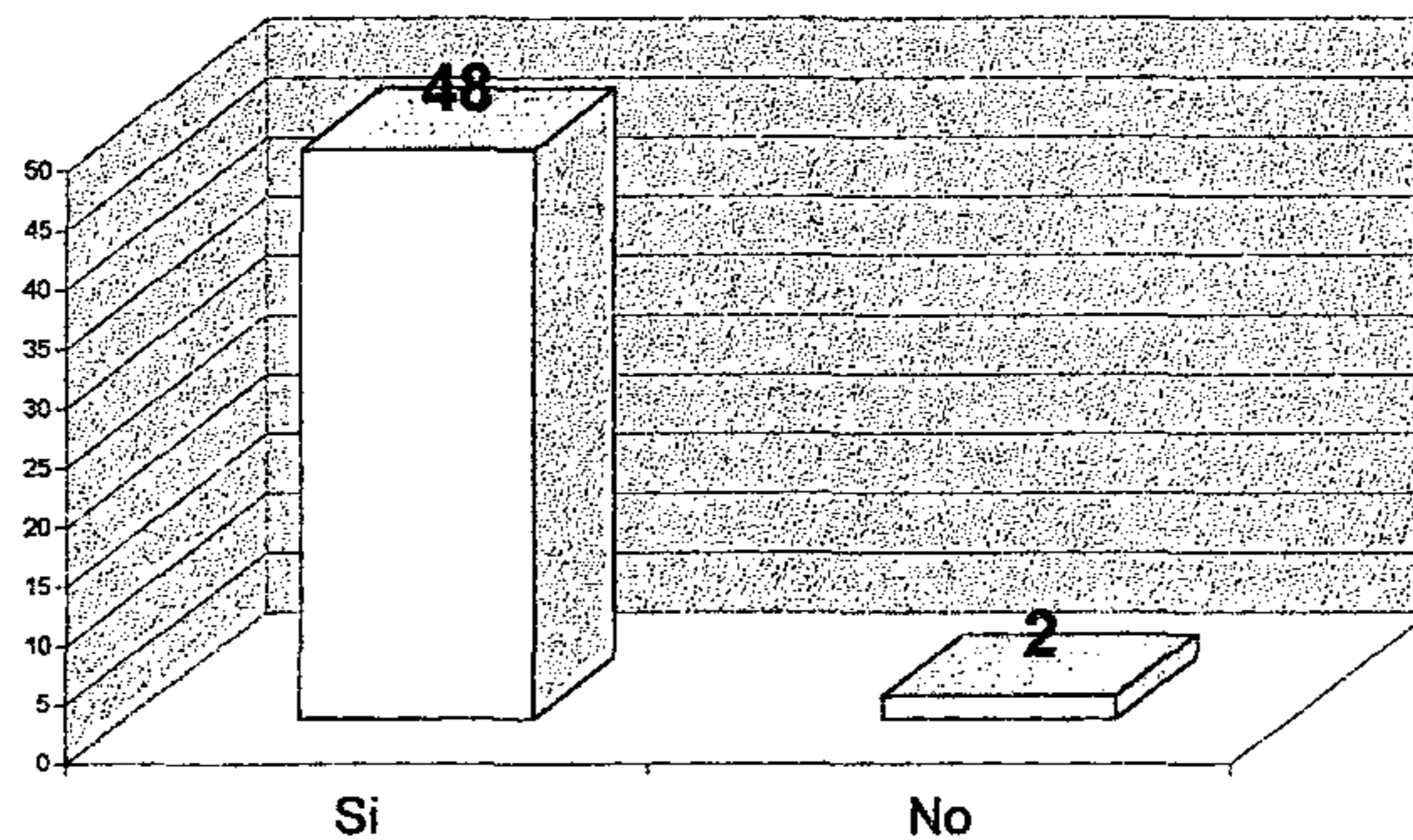


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 90% de las personas encuestadas manifestó que si ha hecho uso del correo electrónico para fomentar nuevas amistades y el 10% respondió que no.

Las respuestas a esta pregunta indican claramente que la mayoría utiliza el correo electrónico para hacer nuevas amistades, lo cual reafirma que el correo electrónico es una herramienta que propicia la comunicación interpersonal, rompiendo con las barreras físicas, fisiológicas y psicológicas.

¿Considera que con el uso del Correo Electrónico usted logra una comunicación más cercana?

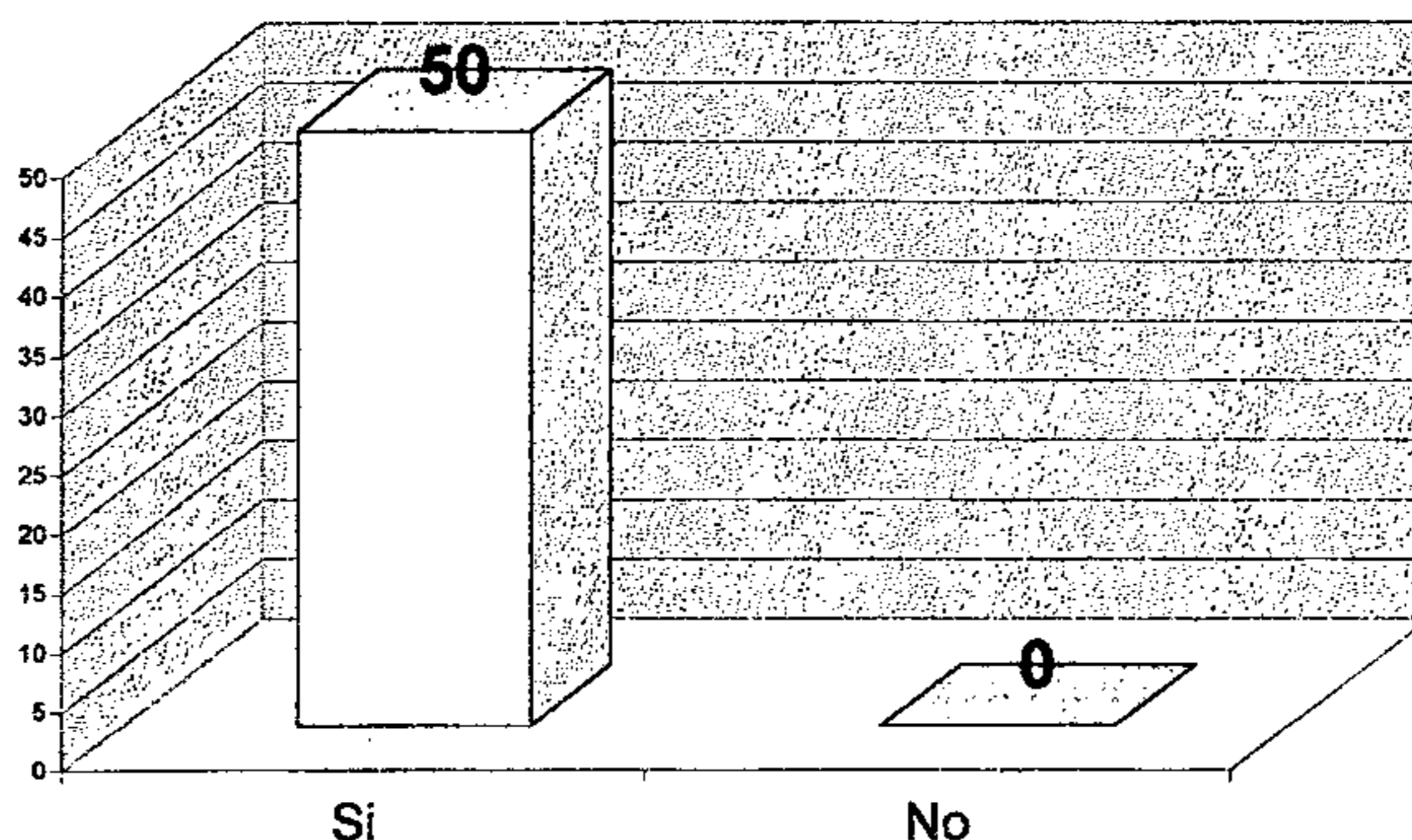


Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 96% de los encuestados demostraron estar de acuerdo en que usando el correo electrónico se acercan mas a sus receptores y únicamente el 4% no esta de acuerdo con esta aseveración.

Al preguntar si consideran que con el uso del correo electrónico logran una comunicación más cercana, indudablemente se habla de una comunicación más personal, una comunicación interpersonal. Obteniendo de la gran mayoría de los encuestados una respuesta afirmativa, lo que indica que están conscientes del acercamiento que se logra con el uso del correo electrónico.

¿Considera que el Correo Electrónico es una buena opción para comunicarse con otras personas?



Fuente: cuestionario de recolección de datos. Usuarios del Correo Electrónico, Prosisco, Excecutrain, Corporación Occidente, e Ingenio Pantaleón.

El 100% considera que el correo electrónico, Sí es una buena opción para comunicarse con otras personas.

Esto refleja que ninguno de los encuestados tiene dudas con respecto a que el correo electrónico es una herramienta valiosa de comunicación, también le es reconocido el papel que desempeña entre los medios de comunicación de persona a persona.

4.1 Correo electrónico; herramienta de comunicación valiosa

A lo largo de la historia, las sociedades han ido cambiando sus costumbres y formas de vida como consecuencia del influjo de nuevos elementos aportados por la ciencia y la tecnología, a partir de mediados del presente siglo, los adelantos tecnológicos en muchos campos se vienen produciendo a un ritmo vertiginoso, uno de los ejemplos más notorios de esto es el área de las comunicaciones.

Los medios existentes se han ido perfeccionando, y han salido a luz nuevas herramientas de comunicación, que proporcionan aún más posibilidades. Herramientas que con sus aportes están cambiando la forma de vida, la forma de comunicarse y la forma de establecer relaciones con otros individuos.

La Internet es reconocida desde sus inicios por los servicios que proporciona, entre los que se encuentra el correo electrónico, que en un inicio era visto como un servicio más y de eso paso a ser la herramienta más importante de Internet.

En el capítulo III y IV se documenta la transformación por la que ha pasado el correo electrónico, sus comienzos con ARPANET en 1969 y 1970 en los Estados Unidos. Para luego extenderse de forma gradual con el uso de los mini ordenadores basados en redes locales, y tener un rápido crecimiento con el uso de Internet en la década de los ochenta.

Se aprecia como el correo electrónico en sus inicios fue planteado únicamente como un medio de intercambio de información para grupos pequeños y selectos. Sin embargo en la actualidad su uso se ha extendido a millones de usuarios por todo el mundo, siendo el servicio más utilizado de los que existen en Internet, su popularidad y universalidad sobre el resto ha contribuido a que sea reconocido como una versátil y valiosa herramienta de comunicación.

El correo electrónico esta cambiando la perspectiva del hombre en relación a la concepción que se tenía sobre los medios de comunicación y esto se debe en gran parte a las características particulares que ofrece, destacándose; la Interactividad, la instantaneidad de comunicación entre la fuente y el destino, y la asincronía.

Es importante que se adopte con buena voluntad y se acepte que el correo electrónico es hoy una alternativa de comunicación, como en su tiempo fue la radio, el teléfono y la televisión, y que la gente tardó en aceptarlos y acostumbrarse, convirtiéndose más tarde en medios de primera necesidad.

El correo electrónico está pasando por el mismo proceso, con la ventaja de la accesibilidad, a mucha más gente, en menor tiempo, y con un crecimiento nunca antes visto.

4.2 Comunicación interpersonal por el correo electrónico

La aparición del correo electrónico en Guatemala, ha cambiado las relaciones interpersonales que se establecen tanto en ámbitos personales como profesionales. No se puede obviar los cambios que este ocasiona en los hábitos de comunicación. Es aquí en donde radica la importancia del correo electrónico en esta investigación.

Para el correo electrónico no ha sido fácil establecerse como el servicio predilecto de los usuarios de Internet y mucho menos ganarse el reconocimiento de herramienta de comunicación interpersonal.

El correo electrónico admite una vuelta a la escritura como forma de comunicación interpersonal, y como toda forma de comunicación, también tiene sus normas, aunque éstas se vayan haciendo poco a poco dado el acelerado ritmo de crecimiento. El uso adecuado del correo electrónico mejora la percepción y comprensión de los mensajes, fomenta la correspondencia y, por lo tanto, estimula la relación entre las personas.

Por el correo electrónico pueden comunicarse personas que no se conocen, en estos casos es habitual que la identidad real permanezca en el anonimato total o parcial, en este medio sin rostros, sin prejuicios axiológicos y presiones sociales que interfieran en el proceso de comunicación, es la propia honestidad de la persona la que determina el grado de autenticidad de su identidad virtual. Para que sea una verdadera comunicación interpersonal deben dar a conocer su verdadera identidad y personalidad, esto como en la comunicación de persona a persona lleva un proceso, no ocurre de la noche a la mañana.

Cuando la comunicación se da entre familiares o amigos ya conocidos, pero que por circunstancias de distancia, o falta de tiempo no pueden comunicarse, el correo electrónico es una herramienta de comunicación idónea que permite mantener una comunicación constante, actualizar la relación, recuperar y estrechar los lazos familiares y sociales.

Desprovistos de ruidos que alteren los sentidos, los procesos de comunicación interpersonal que se establecen a través del correo electrónico se basan principalmente en la palabra escrita para comunicar ideas, sentimientos, pensamientos, sueños y fantasías, la afinidad entre dos o más personas es, por este medio, mucho más natural permitiendo establecer incluso profundos lazos afectivos.

Las barreras que se dan en la comunicación interpersonal, como la timidez, no son un problema en el correo electrónico.

La existencia o la falta de comunicación interpersonal define la personalidad del ser humano y esto repercute en su vida social y en la relación que lleve con los demás seres humanos. Actualmente esta comunicación sin rostro, en la que no se ven las imperfecciones del otro, permite a personas que socialmente son tachadas de tímidas una oportunidad para hacer nuevas amistades.

El idioma podría ser otra barrera, pero al momento que se entra en contacto, con otras personas deseosas de comunicarse se las ingenian para ello, y entonces cuando el español no alcanza, se suele acudir al spanglish, al portughol, al franglais y a una suerte de mezcolanza idiomática, donde finalmente se consigue comunicarse.

En el correo electrónico vemos claramente una de las características más importantes de la comunicación interpersonal, la realimentación o feedback, la respuesta es inmediata.

Seguidamente se enumeran las características por las que se puede considerar al correo electrónico como una herramienta para la comunicación interpersonal.

Resumen de características

1. Se establece una relación con otra persona, es decir, se da una interdependencia entre el emisor y el receptor, en este sentido la interdependencia es la relación recíproca o mutua, dos personas al comunicarse saben que existe una recepción del mensaje y por lo tanto habrá respuesta.
2. Se disminuye o elimina algunas de las barreras de la comunicación; barreras físicas; refiriéndonos al emisor y al receptor permite entablar una comunicación continua con las personas no importando el país en donde se encuentren, y en cuanto al mensaje no existe problema de un texto ilegible ya sea por manchas o letra ilegible. Barreras fisiológicas; se puede establecer comunicación con personas discapacitadas total o parcialmente del habla, de la audición, entre otras. Barreras psicológicas; La timidez, diferencias de clases sociales, etcétera.
3. Se dan los niveles de desarrollo de la comunicación interpersonal; nivel descriptivo, nivel predictivo y el nivel explicativo. Citados anteriormente en el marco teórico de esta investigación.
4. Se dan los factores influyentes en el inicio y desarrollo de la comunicación interpersonal; proximidad, similitud de actitudes, complementariedad de las necesidades, auto revelación, empatía, y realimentación.
5. Una de las características principales en el correo electrónico es el feedback o realimentación, consiste en un retorno o respuesta al mensaje recibido. La respuesta por este medio es inmediata.

6. Permite establecer una comunicación activa, es decir, que la comunicación puede darse entre los interlocutores cuando lo necesiten o simplemente lo deseen.
7. Además, como medio receptor de información, permite, no sólo conocer las inquietudes y comentarios de los contactos, sino también recoger automáticamente dirección de correo electrónico y, en muchos casos, también nombres e incluso temas por los que se interesan.

4.3 Importancia del correo electrónico en las diferentes áreas de la vida

El correo electrónico ha penetrado en la vida del ser humano de una manera inmediata, es mucho lo que el correo electrónico le puede ofrecer, en los diferentes aspectos de la vida cotidiana y en las actividades o profesiones en que este se desenvuelve; en la educación, en los negocios, así como en lo personal y profesional.

En la educación

Actualmente en Guatemala la mayoría de catedráticos tanto en las universidades como en colegios, piden que el estudiante tenga una cuenta de correo electrónico para poder comunicarse, enviar y recibir tareas, e incluso exámenes a través de la red. Dentro de las universidades que actualmente utilizan el correo electrónico como herramienta de comunicación entre alumnos y catedráticos se puede mencionar, La universidad San Carlos de Guatemala, La universidad Rafael Landívar, La universidad Francisco Marroquín, La Universidad del Valle, etcétera. Algunos de los colegios también se integran a este sistema y día con día se integran mas instituciones educativas a este medio de comunicación.

Se puede recibir o dictar un curso a través de correo electrónico, recibir calificaciones de las materias en el buzón de correo electrónico. También se puede recibir asesoría sobre la tesis o investigación de algún investigador reconocido de cualquier parte del mundo.

En los negocios

En los negocios ha resultado de gran importancia la utilización del correo electrónico para poder acrecentar, la producción, las ventas, los servicios. En este aspecto hay que reconocer que el correo electrónico ha influido positivamente el ámbito interno y externo de las empresas, abarcando la comunicación organizacional y logrando una mejor compenetración de la misma.

Como herramienta cotidiana de comunicación dentro de la empresa, el correo electrónico, está sustituyendo a dos medios que son tradicionales en la empresa; el correo ordinario y el teléfono.

Son evidentes las ventajas respecto a ambos, rapidez, versatilidad y economía, tres aspectos fundamentales en la gestión de cualquier empresa.

Con el envío de imágenes, datos, fotografías, catálogos y diseños entre otras opciones más, a través del correo electrónico, el contacto con los proveedores, clientes, y empleados, se empieza a hacer de una manera permanente, fácil y lo que es más importante, en tiempo real.

El correo electrónico ha sido una herramienta esencial para dar mayor apertura al desarrollo de las empresas, debido a la facilidad de comunicación que se logra, ofreciendo de esta forma un campo de gran amplitud para producir y ofrecer sus servicios dando como consecuencia el que sean más productivas y eficientes.

En lo personal

Cuando se vuelve difícil por otros medios mantener una comunicación constante con un amigo o familiar que vive en el extranjero, el correo electrónico permite ahorrar mucho dinero al pagar la cuenta de teléfono, pues no importa en que país del mundo vive el receptor, la cuota que se paga es la misma y muchas veces más barata que si se utilizará el servicio de telefonía normal.

Además permite intercambiar fotografías, imágenes de video, canciones, tarjetas electrónicas, etcétera. Con el objetivo de hacer participe, de manera inmediata, al receptor de algún evento, sin necesidad de recurrir al correo tradicional. Un mensaje recibido puede ser enviado a una tercera persona o a un grupo de personas. De esta manera se mantiene una comunicación más cercana entre los miembros de una familia que están separados por la distancia.

El correo electrónico, en el ámbito personal, permite recuperar amigos y familiares, y mantener una comunicación constante con personas a las que por cuestión de costo y distancia no es posible, llamar o visitar con frecuencia.

En lo profesional

En lo profesional, el correo electrónico permite una utilización en una doble vertiente, para mantener contactos con profesionales y especialistas y para ofrecer nuevos servicios a clientes o usuarios.

Las listas de correo permiten al profesional estar comunicado con sus colegas, una lista de correo no es más que una dirección de correo electrónico como cualquier otra, desde el punto de vista del usuario final, el cual permite enviar, a los que están suscritos, información de interés, según la lista a la que estén integrados.

El correo electrónico utilizado para este tipo de comunicación resulta un buen instrumento de formación continua para cualquier tipo de profesional.

Se enlistan algunas páginas que ofrecen servicios de listas de correos:

<http://www.rediris.es/list/>

<http://www.educar.org/listasdecorreo/>

<http://www.lukor.com/gratis/listas.htm>

<http://www.geocities.com/WallStreet/1962/listas.html>

Ejemplo de algunas listas disponibles:

biblio@hc.edu.uy Trata los temas relacionados con la bibliotecología.

neuro-l@fmed.edu.uy Trata temas comunes a los investigadores en el área de las neurociencias.

infecto-l@fmed.edu.uy Espacio de actualización, intercambio y discusión de temas vinculados a la clínica y epidemiología de las enfermedades infecciosas.

clinica-l@fmed.edu.uy Área en la que los médicos comentan casos clínicos y solicitan opiniones y consejos a los demás.

psicsom-l@fmed.edu.uy Es un foro de discusión interdisciplinaria integrada por médicos, psicólogos, psiquiatras y psicoanalistas, destinado al intercambio científico.

El correo electrónico es un medio ideal para ofrecer servicios. Un profesional puede enviar el currículum por correo electrónico a varias empresas, para optar por una plaza de trabajo.

4.4 Ventajas y desventajas del correo electrónico

El correo electrónico transforma la manera en que las personas se comunican a todos los niveles, con el fin de intercambiar mensajes personales, información comercial, cultural, entre otros.

Como herramienta de comunicación interpersonal el correo electrónico presenta muchas ventajas más con respecto a algunos medios de comunicación (teléfono, el fax y correo tradicional). Algunas de estas ventajas significativas son:

1. Rapidez; en la transmisión y recepción de la información es una ventaja insuperable. A través del correo electrónico la comunicación entre individuos que se encuentran a distancias remotas se obtiene en cuestión de segundos.
2. Bajo costo; se pueden enviar y recibir todos los mensajes que sean necesarios a cualquier lugar del mundo, sin pago adicional por llamada internacional. Si se está conectado vía teléfono, solo se paga como una llamada local.

3. **Asincronía;** es decir, no requiere la presencia simultanea del emisor y receptor al mismo tiempo.
4. **Versatilidad;** se puede enviar además de mensajes escritos, archivos de imágenes, sonidos, archivos de diferentes editores de texto u otros programas; es decir, cualquier tipo de archivo utilizado en una computadora.
5. **Fácil acceso;** se pueden acceder a los mensajes desde cualquier parte del mundo donde se encuentre el usuario y un mismo mensaje puede ser entregado a la vez a distintos destinatarios, sin importar en que país estén ubicados.
6. **Ahorro de papel;** el mensaje puede ser leído y almacenado en la memoria del disco, el usuario decide el momento de borrarlo. No hay necesidad de imprimirlo.

Todo medio de comunicación tiene sus desventajas, y el correo electrónico, aunque no sea considerado uno de ellos, no es la excepción.

1. **Facilidad de propagación de virus electrónicos.** Los virus son anexados a mensajes de correo electrónico, lo cual facilita su propagación.
2. **Saturación de buzones de correo personal, corporativo o de servidores** mediante el uso de Mail Bombers.
3. **Recepción de mensajes indeseados, denominados Spams.** La aparición de mensajes no pedidos, cadenas e invitaciones hacen perder el tiempo y constituyen una descortesía.

4.5 Hacia donde va el correo electrónico

Se presentan algunas de las opiniones e investigaciones de expertos sobre el correo electrónico, encontradas en Internet, de las cuales se proporciona la dirección de la página o la dirección de correo electrónico, para que se tenga acceso al documento ya que la mayoría son muy extensos.

Referente al atentado ocurrido el 11-9-01 la página de IXTUS noticias publicó: "El mes pasado, el "e-mail" fue el único vínculo confiable para muchas personas desesperadas tras los atentados en Estados Unidos, conectando amigos y familias en Nueva York y Washington cuando los circuitos telefónicos tradicionales estaban saturados". WWW.ixtus.com/ar/noticias_02001.shtml

Ingeniero Fernando Sáez Vacas de la Universidad Politécnica de Madrid expone: “El correo electrónico en modo interpersonal incluye actividades de comunicación persona a persona, habituales o no, por ejemplo, entre amigos, o entre uno y otro investigador para intercambiar información, sin que acarree normalmente transferencias de archivos con formatos especiales.”
<http://www.gsi.dit.upm.es/~fsaez/inforpistas/pcweekinedit2p.html>

La licenciada Alejandra Castro Bonilla, en su ensayo “Uso legítimo del Correo Electrónico” se refiere al correo electrónico como un servicio de mensajería interpersonal, “El e-mail, correo electrónico o servicio de mensajería interpersonal, se ha convertido en una herramienta de comunicación eficaz dentro de las instituciones públicas y privadas y para el uso personal de los usuarios independientes. El correo electrónico ofrece una inmediatez en el envío de mensajes, sin necesidad de que el emisor y el receptor estén conectados simultáneamente.”

<http://www.delitosinformaticos.com/delitos/correo.shtml>

En un artículo publicado en Internet; “Jornada sobre Régimen Legal de Correo Electrónico” de la Comisión de Comunicaciones e Informática de Argentina, de fecha 10 de mayo del año 2005 “Declárase que el término “correspondencia” tal como es usado en el Código Penal, Código Civil y garantías constitucionales, debe ser entendido como incluyendo en su definición a todas las comunicaciones interpersonales a distancia, independientemente de los medios y mecanismos usados para su confección, despacho y recepción.”

http://www1.hcdn.gov.ar/dependencias/cceinformatica/correo%20electronico/ponecias/pon_vialibre.html

Los alumnos de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Irene Albarrán, Carmen de Pablos y Antonio Montero, en un análisis empírico sobre el uso del correo electrónico concluyen: “El correo electrónico ha permitido la aparición de muchas “comunidades virtuales”, grupos de individuos, separados geográficamente, que comparten intereses comunes. Las relaciones interpersonales y lealtades asociadas con estas comunidades virtuales pueden ser reales y poderosas”.

www.ucm.es

Rafael Antonio Ibarra Fernández, Catedrático universidad de El Salvador afirma “El correo electrónico ofrece muchas ventajas sobre otros tipos de comunicación: agilidad, ya que su llegada a cualquier confín del mundo es casi instantánea; multiplicidad, al poder enviar una sola copia de un mensaje para que sea recibido por varios simultáneamente (listas de correo); flexibilidad, pues junto con un mensaje normal, puede enviarse como anexo cualquier archivo de computadora, que puede ser un gráfico, una fotografía, un documento, una presentación, una hoja electrónica, etc.

Al responder un mensaje, se puede mantener partes o frases del mensaje recibido para ubicar en contexto la respuesta dada; costo, ya que no hay diferencia en costo al enviar un mensaje a cualquier lugar del mundo y, puesto que se cobra por tiempo o por tarifa fija, el tamaño del mismo tampoco incide. El correo electrónico es, debido a sus características, la mejor alternativa hoy en día para la comunicación interpersonal remota".

www.ues.edu.sv

ribarra@di.uca.edu.sv

En MISTICA (Metodología e Impacto Social de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en América) el catedrático Alfredo Aguirre dice: "Las relaciones humanas telematizadas, no dejan de ser relaciones humanas. Y como tales una vez establecidas se puede escalar en ellas en cuanto a la intensidad de la relación. Lo que sucede, y esto lo han demostrado las ciencias de la conducta y particularmente las escuelas psicológicas, es que la "distancia" inicial que pone las Tecnologías de la información, permiten saber que hay personas con afinidades similares, de un modo mucho más rápido que lo que sucede en la vida de relación habitual. Y por añadidura, se conoce también más velozmente más gente".

Alfredo Armando Aguirre

"Relaciones Humanas Telematizadas"

<http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca>

En un artículo publicado en Altawebs. "El correo electrónico se está consolidando en todo el mundo como uno de los grandes medios de comunicación interpersonal y empresarial. Dos recientes estudios hacen estimaciones millonarias acerca de la circulación de "e-mails" en todo el mundo. Según un artículo publicado en el diario La Vanguardia, el correo electrónico se impone a los envíos postales tradicionales y el "e-mail" casi triplica en Estados Unidos al correo tradicional y en España los usuarios reciben una media de 24 mensajes al mes". "por su parte, la consultora Internacional Data Corporation (IDC) estima que en el mundo circulan 10.000 millones de "e-mails" diarios. Y apunta una previsión de crecimiento según la cual en el año 2005 se moverán 35.000 millones de mensajes electrónicos cada día en todo el mundo".

<http://www.altawebs.com>

Boletines anteriores, boletín No.7

"El e-mail se impone al Correo Tradicional."

En la página de Bermanet Infovia en su artículo "Qué es el correo electrónico", da el concepto: "El correo electrónico facilita el intercambio de mensajes, ficheros, de cualquier tipo de información entre usuarios de Internet. El correo electrónico es un excelente medio de comunicación interpersonal."

<http://web.bemarnet.es/software/acceso.html>

Bermanet Infovia

"Qué es el correo electrónico".



Conclusiones

**“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo
y no en el resultado. Un esfuerzo total es una
victoria completa”.**

Gandhi, Mahatma

De acuerdo con lo expuesto en los capítulos anteriores y luego del análisis de los resultados se concluye que la Comunicación Interpersonal por el Correo Electrónico:

➤ Se complementa

Complemento; "Cualidad o cosa que se agrega a otra dándole perfección"⁹.

Es precisamente lo que el correo electrónico vino a hacer en la comunicación interpersonal, vino a apoyar su perfeccionamiento, el correo electrónico contribuye con esta complementándola con las características que posee.

Velocidad; permite la instantaneidad de comunicación entre receptor y emisor. Universalidad; permite su acceso a diferentes lugares, lo que en la comunicación interpersonal permite recuperar familiares y amigos que están lejos.

Asincronía; no requiere la presencia física entre emisor y receptor al mismo tiempo. Característica que lo hace eficaz, si se le compara con otros medios de comunicación que exigen la presencia física simultánea de los usuarios.

Digital; ayuda a que se puedan enviar además de mensajes escritos, archivos de imágenes, sonidos, archivos de diferentes editores de texto u otros programas; es decir, cualquier tipo de archivo utilizado en una computadora.

El correo electrónico no vino a sustituir a la comunicación interpersonal, vino a complementarla.

➤ Se Potencia

Potencia; "Poder para hacer una cosa o para producir un efecto".¹⁰

Actualmente, situados en plena revolución de las comunicaciones, revolución que con sus aportes esta cambiando la forma de vida, la forma de comunicarnos y la forma de establecer relaciones con otros individuos, vemos que los adelantos tecnológicos se vienen produciendo a un ritmo acelerado.

En este sentido, el correo electrónico ha producido un efecto acelerado en la comunicación interpersonal logrando que más personas se interesen por establecer comunicación con otros seres humanos sin importar las barreras del idioma o la distancia.

Con lo que se viene a dar un impulso mayúsculo en la forma de relacionarnos y comunicarnos con los demás.

⁹ Diccionario Enciclopédico Océano, Tomo 1

¹⁰ Enciclopedia Microsoft Encarta 2002

➤ Se revitaliza

Revitalizar; "dar nueva vida [a algo o alguien] ¹¹".

Juan José Coronado nos dice¹², "Antes todo era comunicación interpersonal; ahora todo es comunicación masiva. Cuando no existían los "Medios" la diferencia ni se planteaba y como soberana reinaba la comunicación personal; pero ahora la invasión histórica de los medios masivos atrajo más la atención que la privada y se marcan los contrastes. Los medios son fascinantes, sorprenden los triunfos de la técnica. La personal no tiene técnicas sorprendentes, son ordinarias. Los medios son espectaculares; la personal no. Los medios son nuevos; la personal es muy vieja. Los medios tienen repercusiones internacionales; la personal aparentemente no. Los medios crearon otro mundo y marcaron una nueva era histórica, llamada la segunda revolución industrial que supero la primera revolución del siglo XVIII y XIX: del vapor, del tren, de los buques, del automóvil, de la física y la química; pero sobrevino la segunda del siglo XX. Se le nombran también La Revolución de la Información porque quien tiene la información masiva domina y revoluciona el mundo. La personal no produjo revoluciones ni tiene tal extensión espacial ni tanto acceso a las multitudes."

Actualmente esto ha cambiado, desde la década del noventa el correo electrónico vino a darle una nueva fuerza a la comunicación interpersonal. Viene a revitalizarla, ahora vuelve a resurgir, deja de estar olvidada.

El correo electrónico se ha convertido en una herramienta que favorece la comunicación interpersonal, y día con día va tomado una fuerza e importancia en todas las áreas de la vida del actual ser humano.

¹¹ Enciclopedia Microsoft Encarta 2002

¹² Coronado, Juan José. La comunicación interpersonal más allá de la apariencia. Páginas 18 y 19.



Recomendaciones

“El camino al éxito está siempre en construcción”.

Al Trellis

Sobre la base, derivada del análisis de los resultados en la investigación, acerca de la valiosa contribución del uso del correo electrónico al facilitar la comunicación interpersonal, es oportuno plasmar las siguientes recomendaciones:

Al país

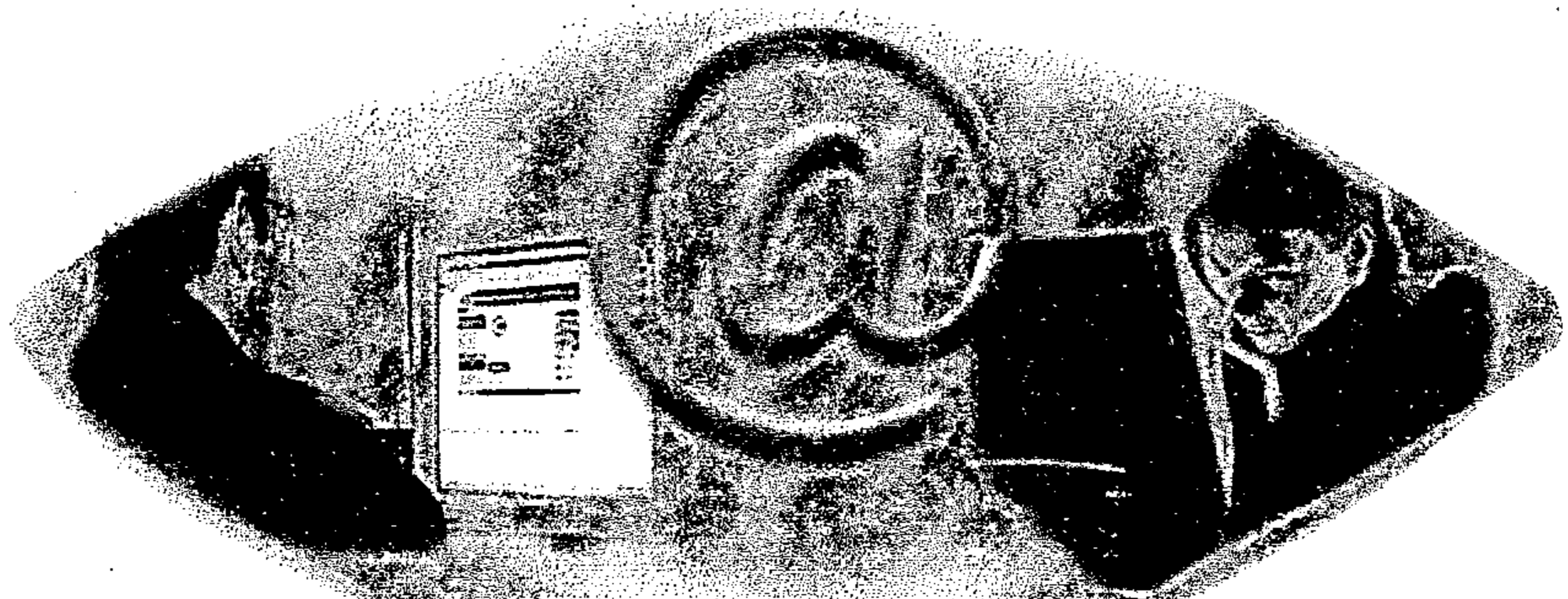
- Vital importancia reviste que el gobierno le conceda prioridad al desarrollo y difusión de las innovaciones tecnológicas, esto resultaría altamente beneficioso en las instituciones gubernamentales ya que con el uso del correo electrónico se acercan las fuentes de información al puesto de trabajo, potenciando las posibilidades de acceso a las mismas. En el caso de la Administración Pública Nacional, esta comunicación puede aplicarse para los agentes y funcionarios públicos en diferentes Organismos, o entre éstos y el Sector Privado.
- Se hace necesario que se contemple una serie de pautas o leyes generales, a fin de delinear una normativa de uso aceptable del correo electrónico en el país.

A la Escuela de Ciencias de La Comunicación

- El correo electrónico es uno de los medios de comunicación que se perfila como fundamental en las comunicaciones en los próximos años. El ámbito universitario no puede ser ajeno a esta realidad, por sus características propias, tanto en la comunicación interpersonal como en las facetas docente e investigadora.
- Esto demanda, claramente, aprender nuevas técnicas, usar mejor las tecnologías existentes y tener una cultura de aprendizaje para adelantarse a lo que viene. Pero por sobre todo, se necesita una nueva mentalidad.
- Es necesario invertir en programas que doten al estudiante de las herramientas necesarias para que consiga hacer uso de este medio de comunicación.

A los usuarios del correo electrónico en general

- Se debe tener en cuenta que, el correo electrónico es un método sencillo de comunicación, pero también una de las vías más importantes de transmisión de virus informáticos. Algunas recomendaciones generales sobre la utilización segura del correo electrónico:
 1. No aceptar documentos ni archivos adjuntos provenientes de desconocidos o que tengan un origen poco fiable.
 2. No ejecutar directamente los ficheros anexos, es mucho más seguro extraerlos previamente a un directorio del ordenador.
 3. No confiar en regalos y promociones de fácil obtención.
 4. Hacer uso de antivirus.
- Al redactar los mensajes de correo electrónicos es menester aplicar las normas del buen uso del correo electrónico vistas en el Marco Teórico, esto garantiza al usuario que su mensaje será bien recibido.
- Al suscribirse a una cuenta de correo electrónico, todos los usuarios deben conocer las condiciones generales de uso del servicio que adquieren. Ejemplo; se puede visitar la página de la Universidad de Oviedo de España http://directo.uniovi.es/documentacion/normas_correo.asp en donde se enumeran las normas a las que se someten sus usuarios.



Referencias Bibliográficas

“Hay libros que nos marcan por la claridad y sencillez de su exposición, la sabiduría de sus conceptos, y la bondad de su mensaje”.

Autor Desconocido.

1. Baena Paz, Guillermina. (1983) MANUAL PARA ELABORAR TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL. Guatemala. Departamento de Publicaciones. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala.
2. Berlo, David K. (1960) EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN. Buenos Aires. El Ateneo
3. Chávez Zepeda, Juan José. (1995) ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN. 2ª. Edición, Guatemala, XL Publicaciones.
4. Collado, Carlos fernández. (1992) COMUNICACIÓN HUMANA, CIENCIA SOCIAL. Mc Graw-Hill
5. Coronado, Juan José (1992) LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL MAS ALLA DE LA APARIENCIA. México. Iteso.
6. De Fleur, Melvin L. (1970) TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN MASIVA. Segunda Edición. Buenos Aires. Paidos.
7. Ellis, Richard. McClintock, Ann. (1993) TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA. Barcelona. Paidos.
8. Interiano, Carlos. (1999) CULTURA Y COMUNICACIÓN DE MASAS EN GUATEMALA. Guatemala. Editorial Estudiantil FENIX.
9. Interiano, Carlos. (1997) SEMILOGIA Y COMUNICACIÓN. 5ª. Edición. Guatemala.
10. Melendo, Maite. (1985) COMUNICACIÓN E INTEGRACIÓN PERSONAL. Segunda Edición. España. SAL TERRAE.
11. Mérida González, Aracelly Krisanda. (2000) GUÍA PARA ELABORAR Y PRESENTAR EL PROYECTO DE TESIS. Guatemala. ARCASANI.
12. Mortensen, David (1977) LA COMUNICACIÓN: EL SISTEMA INTERPERSONAL. Buenos Aires. Ediciones Tres Tiempos.
13. Pedroni Chautemps, Ana María. (1996) SEMILOGÍA UN ACERCAMIENTO DIDÁCTICO. Guatemala. XL Publicaciones.
14. Pfaffenberger, Bryan. (1996) DICCIONARIO PARA USUARIOS DE COMPUTADORAS E INTERNET. México. Prentice-Hall.
15. Picard, Dominique. (1992) DE LA COMUNICACIÓN A LA INTERACCIÓN: LA EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS. s.d.e.

16. Pintos, Fernando. (1994) LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN ORAL. Barcelona. Paidós.
17. Pintos, Fernando. (1994) COMUNICACIÓN Y COMUNICACIONES. Guatemala. Artemis-Edinter.
18. Schramm, Wilbur. (1973) LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA. 3ª. Edición. México. Editorial Roble.
19. Winkin, Yves: (1984) EL TELÉGRAFO Y LA ORQUESTA EN LA NUEVA COMUNICACIÓN. Barcelona: Kairós.
20. Aviles Rodas, Víctor Hugo. (1992) EL CORREO ELECTRÓNICO Y SU APLICACIÓN EN LA RED PÚBLICA DE DATOS DE GUATEMALA. Tesis. Ingeniero en Sistemas de Información. Facultad de Ingeniería en Sistemas de Información. Universidad Mariano Gálvez de Guatemala. Guatemala.
21. Beltetón Carrillo de Gálvez, Nidia Zulema. (1997) INTERNET COMO UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN. Tesis. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
22. De Villacorta, Joyce Galindo. Barillas López, Douglas. (1992) CORREO ELECTRICO EN LA ADMINISTRACIÓN. Tesis. Ingenieros en Sistemas. Facultad de Ingeniería en Sistemas, Informática y Ciencias de la Computación. Universidad Francisco Marroquín. Guatemala,.
23. López Córdón, José Guillermo H. (1990) SISTEMA DE CORREO ELECTRÓNICO DE DATOS. Tesis. Ingeniero en Sistemas. Facultad de Ingeniería de Sistemas, Informática y Ciencias de la Computación. Universidad Francisco Marroquín, Guatemala.
24. López López, Luís Efraín. (2004) EL CORREO ELECTRÓNICO: ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN PARA EL COMUNICADOR SOCIAL. Tesis. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
25. Tercero Lorenti, Nancy Fabiola. (2000) INFLUENCIAS DE LAS COMUNICACIONES INTERPERSONALES EN LA MODIFICACIÓN DE LA CONDUCTA EN LAS ALUMNAS DE LA CARRERA TÉCNICA DE PUBLICIDAD PROFESIONAL, DE JORNADA VESPERTINA. Tesis. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.

Glosario

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z.

ANCHO DE BANDA: (Bandwith) Término técnico que determina el volumen de información que puede circular por un medio físico de comunicación de datos, es decir, la capacidad de una conexión. A mayor ancho de banda, mejor velocidad de acceso; más personas pueden utilizar el mismo medio simultáneamente. Se mide en Hertz o bps (bits por segundo).

ANSI: (American National Standars Institute, Instituto Americano de Normas) Organización que desarrolla y aprueba normas de los Estados Unidos. Participó en la creación de gran parte de los estándares actualmente en uso en Internet.

ANTIVIRUS: Aplicación informática que busca y eventualmente elimina los virus informáticos que pueden haber infectado un ordenador.

AOL: America On Line. Uno de los principales proveedores de acceso a Internet. Cuenta con varios millones de usuarios.

ARPANET: Red de la Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados, precursora en los años 60 de lo que hoy conocemos como Internet.

ASCII: código de caracteres utilizado por los ordenadores, en el que cada letra, dígito y símbolo (", ?, ",...) es representado por un número del 0 al 255.

ATTACHMENT :(Adjunto) Se llama así a un archivo de datos que se envía junto con un mensaje de correo electrónico. Para que el documento pueda viajar, debe ser codificado de alguna manera, ya que el e-mail sólo puede transportar códigos ASCII. Entre los formatos de codificación más difundidos están el UUENCODE, MIME y BinHex.

AUTHORING: Actividad de crear contenido para la Web en HTML. El Webmaster, o administrador de un sitio Web, es en general el responsable de la autoría de su contenido.

BANNER: Aviso publicitario que ocupa parte de una página Web, en general ubicado en la parte superior al centro. Haciendo un click sobre él, se puede llegar al sitio del anunciante.

BOMBER: Persona que envía correos electrónicos (como bombardeo), siendo estos un numero ilimitado con el objeto de saturar o bloquear cuantas de E. Mail con cualquier tipo de mensaje.

BOOKMARK: (Señalador o favoritos) La sección de menú de un navegador donde se pueden almacenar los sitios preferidos, para luego volver a ellos simplemente eligiéndolos con un simple click desde un menú.

BROWSER :(Web Browser, Navegador o visualizador) Programa que permite leer documentos en la Web y seguir enlaces (links) de documento en documento de hipertexto.

BUSCADOR: (Search) Herramienta que permite ubicar contenidos en la Red, buscando a través de palabras clave. Se organizan en buscadores por palabra o índices.

BUZÓN: (Mailbox) Directorio de una computadora anfitriona en el que se almacenan todos los mensajes de e-mail recibidos. Cuando el usuario entabla una conexión, el programa de correo le notifica que tiene correo.

CACHE: Almacenamiento intermedio o temporáneo de información. El término se utiliza para denominar todo depósito intermedio de datos solicitados con mayor frecuencia.

CANAL DE COMUNICACIÓN: Método físico por el cual se comunican el transmisor y el receptor. Medio por el cual se transmite y recibe el mensaje: señales, gestos, señal por satélite, correo postal, etcétera.

CGI :(Common Gateway Interface, Interfaz Común de Intercomunicación) Conjunto de medios y formatos para permitir y unificar la comunicación entre la Web y otros sistemas externos, como las bases de datos. Similar al ActiveX.

CHAT: Sistema de conversación en línea que permite que varias personas de todo el mundo conversen en tiempo real a través de sus teclados. Existen varios sistemas de chat, uno de los más difundidos es el IRC.

CIBERNAUTA: dicese del navegante del ciberespacio.

CIBERESPACIO: término abstracto que se usa para referirse al "lugar" en que se sitúa el usuario al entrar en un espacio virtual.

CLIENTE: en una estructura cliente-servidor, se llama cliente al programa utilizado para acceder a los servicios de un programa servidor.

CODIFICAR Y DESCODIFICAR: Es la organización del mensaje de forma compatible con el canal de comunicación utilizado.

COOKIES :(Galletitas) Pequeños archivos con datos que algunos sitios Web depositan en forma automática en las computadoras de los visitantes. Lo hacen con el objetivo de almacenar allí información sobre las personas y sus preferencias.

COUNTER: Generalmente es el contador de accesos de los Home Pages.

CRACKER: Persona que se especializa en violar medidas de seguridad de una computadora o red de computadoras, venciendo claves de acceso y defensas para obtener información que cree valiosa. El cracker es considerado un personaje ruin y sin honor, a diferencia del hacker.

DEFAULT: Opción que un programa asume si no se especifica lo contrario. También llamado "valores predeterminados").

DIRECCION ELECTRONICA: Serie de caracteres que identifican un servidor. Se componen de varias partes de longitud variable. Las direcciones son convertidas por los DNS en números IP correspondientes para que puedan viajar por la Red.

DIRECCION IP: la dirección IP de una máquina conectada a Internet es un número que identifica unívocamente a esa máquina. Las direcciones IP constan de cuatro números que van del 0 al 255, y que se representan por dígitos decimales separados por puntos.

DIAL UP: Se le llama Dial Up, al servicio que proporciona algún proveedor de acceso a Internet.

DNS: (Domain Name System/Server, Servidor de nombres de dominios) Sistema de computadoras que se encarga de convertir en la dirección IP correspondiente y viceversa. Componen la base del funcionamiento de las direcciones electrónicas en Internet y están organizados jerárquicamente.

DOMINIO: El dominio, o más propiamente nombre de dominio, es uno de los conceptos básicos de Internet. Está relacionado con las direcciones IP, y su función es identificar cada máquina conectada a Internet con un nombre que sea más fácil de recordar. Un nombre de dominio está compuesto de varias partes que suelen dar una idea de la localización física de la máquina.

EMOTICON: este término se ha ido imponiendo como el equivalente en castellano de smiley, que son esos extraños símbolos, como :-), usados para añadir emociones y sentimientos a los mensajes de correo electrónico.

ENLACES: (Links) Conexiones que posee un documento de la Web (escrito en HTML). Un enlace puede apuntar a referencias en el mismo documento, en otro documento en el mismo site; también a otro site, a un gráfico, video o sonido.

EXTRANET: Utilización de la tecnología de Internet para conectar la red local (LAN) de una organización con otras redes (por ejemplo, proveedores y clientes).

FIREWALL: (pared a prueba de fuego) Conjunto de programas de protección y dispositivos especiales que ponen barreras al acceso exterior a una determinada red privada. Es utilizado para proteger los recursos de una organización de consultas externas no autorizadas.

FLAME: mensajes de correo insultantes, en los que se ataca más a la persona a la que se intenta responder que a los argumentos que esta ha expuesto.

FORMATOS: Se les llama formatos generalmente a cada tipo de archivo, por ejemplo a los de gráficos como ".jpg, .gif, etc, etc.

FRAME: (Cuadros) Instrucciones en el lenguaje HTML (utilizado para diseñar las páginas Web); una forma de dividir la pantalla del navegante en varias zonas, cada una con autonomía de movimiento.

FREEWARE: Política de distribución gratuita de programas. Utilizada para gran parte del software de Internet. En general, estos programas son creados por un estudiante o alguna organización (usualmente una Universidad) con el único objetivo de que mucha gente en el mundo pueda disfrutarlos.

FTP: (File Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Archivos) Es un servicio de Internet que permite transferir archivos (upload y download) entre computadoras conectadas a Internet. Método por el cual la mayoría del software de Internet es distribuido.

GATEWAY: Dispositivo de comunicación entre dos o más redes locales (LANS) y remotas, usualmente capaz de convertir distintos protocolos, actuando de traductor para permitir la comunicación.

HACKER: Experto técnico en algún tema relacionado con comunicaciones o seguridad. Los hackers suelen dedicarse a violar claves de acceso por pura diversión, o para demostrar falencias en los sistemas de protección de una red de computadoras.

HIPERMEDIA: Combinación de hipertexto y multimedia. Uno de los grandes atractivos de la Web.

HIT: (Acceso o pedido) Unidad de medición de accesos a determinado recurso. Forma de registrar cada pedido de información que un usuario efectúa a un Server.

HOME PAGE: (Página principal o de entrada) Página de información de la Web, escrita en HTML. En general, el término hace referencia a la página principal o de acceso inicial de un site.

HOST: Sinónimo de SERVIDOR, y también se le conoce a los servidores que albergan como "HOST" a una o varias Páginas.

HOSTNAME: Denominación otorgada por el administrador a una computadora. El hostname es parte de la dirección electrónica de esa computadora, y debe ser único para cada maquina conectada a Internet.

HTML: (Hypertext Markup Language) Lenguaje de Marcado de Hipertextos, lenguaje que define textos, subgrupo del SGML, destinado a simplificar la escritura de documentos estándar. Es la base estructural en la que están diseñadas las páginas de la World Wide Web.

HTTP: (Hypertext Transfer Protocol), Protocolo de Transferencia de Hipertexto, es el mecanismo de intercambio de información que constituye la base funcional de la World Wide Web.

HIPERDOCUMENTOS: Documento que tiene estructura de hipertexto, pero contiene además referencias a objetos multimediales (como sonidos, imágenes, videos).

HIPERLINK: Enlace entre dos nodos de un hipertexto.

INTERFACE: Cara visible de los programas. Interactúa con los usuarios. La interfase abarca las pantallas y su diseño, el lenguaje usado, los botones y los mensajes de error, entre otros aspectos de la comunicación computadora/persona.

INTERNET ADDRESS: Sinónimo de número IP. Número asignado que identifica a un Server en Internet. Está compuesto por dos o tres partes: número de red, número opcional de sub-red y número de host.

INTERNET: Denomina a un grupo interconectado de redes locales, que utilizan un mismo protocolo de comunicación.

INTRANET: Utilización de la tecnología de Internet dentro de la red local (LAN) y/o red de área amplia (WAN) de una organización. Permite crear un sitio público donde se centraliza el acceso a la información de la compañía.

IP: (Internet Protocol) Protocolo de Internet definido en el RFC 791. Confirma la base del estándar de comunicaciones de Internet.

IRC: (Internet Relay Chat) Uno de los sistemas más populares de charlas interactivas (chats) de múltiples usuarios vía Internet. Permite que miles de personas de todo el mundo se reúnan a "conversar" simultáneamente en forma escrita.

ISDN: (Integrated Services Data Networks) Tecnología rápida de conexión para líneas dedicadas y transmisión de datos. Se utiliza para tener acceso a Internet o a una videoconferencia.

ISP: (Internet Service Provider) Proveedor de servicios de Internet.

KILLER APPLICATIONS: Nombre que se le da a los programas de computación que crean una nueva categoría de uso y cambian la historia al respecto.

LAN: (Local Area Network) Red de Area Local, red de computadoras interconectadas, distribuida en la superficie de una sola oficina o edificio. También llamadas redes privadas de datos. Su principal característica es la velocidad de conexión.

LINEA DEDICADA: Forma de conexión a Internet (con acceso las 24 horas) a través de un cable hasta un proveedor de Internet. Esta conexión puede ser utilizada por varias personas en forma simultánea.

LINK: Enlace.

LINX: Browser de Web en modo texto, que no permite ver imágenes. Aún es ampliamente utilizado por quienes navegan desde estaciones Unix.

LOGIN: Proceso de seguridad que exige que un usuario se identifique con un nombre (user-ID o nombre de usuario) y una clave (password o contraseña), para poder acceder a una computadora o recurso.

MAILBOMBERS: (Bombardero de correo) entidades que envían cientos o miles de correos electrónicos no solicitados con el fin de promover un producto o servicio, o simplemente levantar rumores.

MAILING LISTS: (Lista de interés) Modo de distribución de e-mail grupal. Mecanismos de debate grupales entre distintas personas interesadas en un determinado tema.

MODEM: Dispositivo que se utiliza para transferir datos entre computadoras a través de una línea telefónica. Unifica la información para que pueda ser transmitida entre dos medios distintos como un teléfono y una computadora.

MULTIMEDIA: Combinación de varias tecnologías de presentación de información (imágenes, sonido, animación, video, texto) con la intención de captar tantos sentidos humanos como sea posible.

NETIQUETTE: la etiqueta de la Red. Conjunto de normas de buena educación dentro de Internet, asumidas y creadas por los propios usuarios.

NODO: cualquier servidor conectado a Internet.

PÁGINA WEB: es la unidad mínima de información en el WWW. Puede contener imágenes, enlaces a otras páginas Y textos.

POSTMASTER: persona encargada del mantenimiento de los servicios de correo electrónico en un nodo.

PROTOCOLO: conjunto de normas que definen las características del formato que deben tener las comunicaciones entre dos sistemas para poder entenderse entre sí.

SERVIDOR: en una estructura cliente-servidor, se llama servidor a un programa que ofrece una serie de servicios, a los cuales se suele acceder por medio de programas especiales llamados clientes.

SERVIDOR DE NOMBRES: es la máquina que traduce las direcciones de Internet en forma de texto a direcciones IP.

SMILEY: ver emoticón.

SMTP: (Simple Mail Transfer Protocol). Protocolo usado para la transmisión de correo electrónico a través de Internet.

SNAIL MAIL: Correo caracol. Alusión irónica al correo tradicional, en referencia a su lentitud frente al correo electrónico.

SPAM: Envío masivo, indiscriminado y no solicitado de publicidad a través de correo electrónico.

SPAMMING: Envío masivo de mensajes de correo no solicitados, por lo general de carácter comercial, a varias listas de correos, grupos de noticias, o a listas de usuarios que pueden alcanzar miles de personas.

SUBJECT: asunto o título de un mensaje de correo electrónico. Es una pequeña frase que describe el contenido del mensaje.

TAG: se llama así a cada uno de los elementos del lenguaje HTML.

TCP/IP: Transfer Control Protocol / Internetworking Protocol. Es el protocolo básico de Internet, a partir del cual se construyen todos los demás servicios.

URL: (Uniform Resource Location). Estándar de identificación de un recurso de cualquier tipo (ftp, web, telnet, news...) en Internet.

USENET: una de las principales redes dentro de Internet. Muy popular ya que dentro de ella se originó el concepto de news.

VRML: (Virtual Reality Modeling Language). Lenguaje similar al HTML usado para crear mundos virtuales y animaciones en 3D, que pueden ser visualizadas con los navegadores adecuados.

WEBMASTER: Suele llamarse así al administrador de sistema de un sitio o servidor, el cual es el encargado y responsable del mismo.

WWW: (World Wide Web). También conocido como el Web, es uno de los servicios más populares de Internet. Combina texto con gráficos, imágenes, animaciones e incluso música, enlazados entre sí de tal manera que facilita la navegación por la información dispersa en todo Internet. Se basa en el protocolo HTTP.



Anexos

“La perfección se logra al fin, no cuando no hay nada que agregar, sino cuando ya no hay nada que obtener”.

Antoine de Saint

Universidad San Carlos De Guatemala

Encuesta

Escuela de Ciencias De La Comunicación



- Edad: 20 a 25 26 a 30
 31 a 35 36 a 40
- Género: Femenino Masculino

1) ¿Con quienes se comunica con más frecuencia por el Correo Electrónico?

- Clientes
 Familiares
 Amigos

2) ¿Con que frecuencia se comunica con ellos por el Correo Electrónico?

- Diariamente
 Una vez cada 3 días
 Una vez por semana
 Una vez al mes

3) ¿A que regiones de las siguientes se comunica más por el Correo Electrónico?

- Solo en Guatemala
 Guatemala y Centroamérica
 Guatemala y Sudamérica
 Guatemala y Norteamérica
 Guatemala y Europa

4) ¿Cuántos mensajes de Correo Electrónico envía diariamente?

- Entre 1 y 5
 Entre 5 y 10
 Más de 10

5) ¿Cuántos mensajes de Correo Electrónico recibe diariamente?

- Entre 1 y 5
 Entre 5 y 10
 Más de 10

Comunicación Interpersonal por el Correo Electrónico

- 6) ¿Cuál es el tiempo estimado para recibir una respuesta de los mensajes que envía por Correo Electrónico?
- De 1 a 6 horas
 - De 6 a 24 horas
 - De 1 a 2 días
 - De 2 días a 1 semana
 - Más de 1 semana
- 7) ¿Cuál es la causa principal por la que utiliza el Correo Electrónico?
- Por negocios
 - Para comunicarse con familiares y amigos
 - Por diversión
- 8) ¿Desde que utiliza el Correo Electrónico su comunicación con otras personas es?
- Igual
 - Peor
 - Mejor
 - Mucho Mejor
- 9) ¿Si no tuviera Correo Electrónico que medio utilizaría para comunicarse?
- Correo Tradicional
 - Teléfono
 - Fax
 - Servicio Expreso
- 10) ¿Ha fomentado nuevas amistades por medio del Correo Electrónico?
- Si
 - No
- 11) ¿Considera que con el uso del Correo Electrónico usted logra una comunicación más cercana?
- Si
 - No
- 12) ¿Considera que el Correo Electrónico es una buena opción para comunicarse con otras personas?
- Si
 - No

Enviar Respuestas
