

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“EL USO DE INTERNET EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA”**

Trabajo de tesis presentado por

ERICK FERNANDO PUR ACEITUNO

Previo a optar el Título de

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor de Tesis:

Dr. Wangner Díaz Choscó.

Guatemala, octubre de 2009.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DIRECTOR

M.A. Gustavo Bracamonte

CONSEJO DIRECTIVO

Representantes Docentes

Lic. Julio Moreno

M.A. Fredy Morales

Representantes Egresados

Lic. Ramiro Mac Donald

Representantes Estudiantiles

Adriana Leticia Morataya Castañeda

Milton Lobo Barrera

Secretario

Lic. Axel Santizo

Tribunal Examinador

Dr. Wangner Díaz Choscó (Presidente)

Lic. Jairo Alarcón (Revisor)

Lic. David Chacon (Revisor)

M.A. Aracelly Mérida (Examinadora)

Dra. Lesvia Morales (Examinadora)

M.A. Hugo Gálvez (Suplente)



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

Guatemala, 25 de septiembre de 2007
Dictamen aprobación 13-2007
Comisión de Tesis

Estudiante
Erick Fernando Pur Aceituno
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente

Estimado estudiante Pur:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la comisión de tesis en el inciso 1.9 del punto 1 del acta 02-2007, de sesión celebrada el 25 de septiembre de 2007.

1.9 Comisión de tesis acuerda: a) Aprobar al estudiante Erick Fernando Pur Aceituno, carné 200120608; el proyecto de tesis "EL USO DEL INTERNET EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA". B) Nombrar como asesor al: Dr. Wangner Díaz.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Aracelly Mérida
Miembro Comisión de Tesis


Licenciado Alexander Melgar
Coordinador Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AMLAM/Eunice S.



Guatemala, 07 de mayo de 2009.
ECC 665-09

Señor (a) (ita)
Erick Fernando Pur Aceituno
Esc. De 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 9.6 del Punto NOVENO del Acta No. 10-09 de sesión celebrada el 23-04-09.

“NOVENO:...9.6...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: Dr. Wangner Díaz Choscó (presidente), Lic. David Ernesto Chacón y M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **Erick Fernando Pur Aceituno**, carne 200120608, cuyo título es: “EL USO DE INTERNET EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”. El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“ID. Y ENSEÑAR A TODOS”

Lic. Gustavo Bracamonte
Director



GB/csg



Guatemala, 31 de julio de 2009

Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

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

Distinguidos Señores:

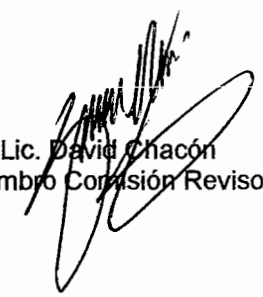
Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante **Erick Fernando Pur Aceituno** Carné: **200120608**, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es:

EL USO DE INTERNET EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

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

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"


Lic. Jairo Alarcón
Miembro Comisión Revisora


Lic. David Chacón
Miembro Comisión Revisora


Dr. Wangner Díaz
Presidente Comisión Revisora

c.c. archivo



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

Guatemala, 06 de octubre de 2009
Tribunal Examinador de Tesis y
orden de impresión
Ref: CT-Akmg- No.34-2009

Estudiante
Erick Fernando Pur Aceituno
Carné 200120608
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Pur**:

Por este medio nos dirigimos a usted para informarle que se autorizó la impresión de su trabajo de investigación con el título: *El uso de Internet en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala*.

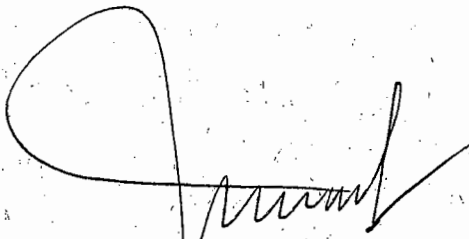
El Tribunal examinador está integrado por:

Dr. Wangner Díaz Chosco, presidente
Lic. Jairo Alarcón, revisor
Lic. David Chacón, revisor
M.A. Aracelly Mérida, examinadora
Dra. Lesvia Morales, examinadora
M.A. Hugo Gálvez, suplente

Diez tesis impresas deberá entregarlas en la Secretaría de la Escuela para que se fije la fecha del examen privado de graduación; seis tesis y dos cds en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera; dos tesis y un cd en formato PDF en la biblioteca central de esta universidad.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Gustavo A. Bracamonte C.
Director EEC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



DEDICATORIA:

A MI MADRE:

María Isabel Aceituno, por su amor, paciencia y apoyo incondicional.

Gracias mami porque este es un logro mutuo, en el que hemos luchamos por mucho tiempo.

A LA MUJER DE MI VIDA:

Gabriela Castellanos, no hay palabras para agradecer todo el apoyo que recibí para la elaboración de este material, gracias porque cuando yo ya me daba por vencido tú me ayudaste a seguir adelante.

GRACIAS. GRACIAS.

A MIS ABUELITOS:

Domingo Aceituno, Felipa de Pur, por sus sabios consejos.

A MIS TIOS:

Germán, Rosario, Ana, Luis, Maritza, porque han sido mi guía en el camino de la vida.

A MIS HERMANOS:

Estuardo, Anita, Luis, mil gracias por su apoyo y cariño.

A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS

Guillermo, Neftaly, Alex, Salvador, poco a poco cada quién se formó su camino y a pesar de la distancia seguimos luchando.

A TODA MI FAMILIA

Y a todas las personas que de una u otra manera hicieron posible este trabajo.

INDICE**CAPITULO I****I. MARCO CONCEPTUAL**

TITULO

SUBTITULO

| | |
|---------------------------------|---|
| I.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 5 |
| I.2. DELIMITACION | 5 |
| I.3. ALCANCES Y LIMITES | 6 |
| I.4. JUSTIFICACIÓN | 6 |
| I.5. OBJETIVOS | 7 |
| I.5.1. OBJETIVO GENERAL | 7 |
| I.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS | 7 |
| I.6. VARIABLE | 7 |

CAPITULO II**II. MARCO TEÓRICO**

| | |
|---|----|
| II.1. ANTECEDENTES | 8 |
| II.2. LA COMUNICACIÓN | 8 |
| II.2.1. ELEMENTOS EN LA COMUNICACIÓN | 9 |
| II.3. COMUNICACIÓN VRS INFORMACIÓN: LAS DIFERENCIAS | 11 |
| II.4. NIVELES DE COMUNICACIÓN | 12 |
| II.4.1. LOS PARADIGMAS COMUNICACIONALES | 12 |
| II.5. QUÉ ES LA INTERNET | 16 |
| II.6. HISTORIA DE LA INTERNET | 17 |
| II.7. CÓMO ES UTILIZADA LA INTERNET | 18 |
| II.8. LA INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN | 19 |
| II.9. NUEVAS FORMAS DE ENTRETENIMIENTO | 22 |
| II.9.1. LA PORNOGRAFÍA | 22 |
| II.9.2. EL CHAT | 23 |
| II.9.3. P2P O PEER TO PEER | 23 |
| II.9.4. MÚSICA Y VIDEO EN LÍNEA | 23 |
| II.9.5. LOS VIDEOJUEGOS | 24 |
| II.9.6. EDUTAINMENT | 24 |
| II.10. LA INTERNET Y LAS FORMAS DE ESTUDIO | 25 |
| II.10.1. PRIMERA REVOLUCIÓN | 25 |
| II.10.2. SEGUNDA REVOLUCIÓN | 25 |
| II.10.3. TERCERA REVOLUCIÓN | 26 |
| II.11. EL FUNCIONALISMO | 27 |
| II.11.1. EL FUNCIONALISMO ABSOLUTO | 27 |
| II.11.2. EL FUNCIONALISMO RELATIVIZADO O FUNCIONALISMO RELATIVO | 28 |
| II.11.3. EL FUNCIONALISMO ESTRUCTURALISTA | 28 |

CAPITULO III**III. MARCO METODOLÓGICO**

| | |
|---|----|
| III.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN | 29 |
| III.2. POBLACION Y MUESTRA | 29 |
| III.3. TÉCNICAS | 29 |
| III.3.1. TÉCNICA DE MUESTREO | 29 |
| III.3.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA | 29 |
| III.3.3. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS | 30 |
| III.3.4. INSTRUMENTOS | 31 |

CAPITULO IV**IV. MARCO OPERATIVO**

| | |
|--|----|
| IV.1. PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN, Y ANÁLISIS DE RESULTADOS | 32 |
| CONCLUSIONES | 47 |
| RECOMENDACIONES | 48 |
| ANEXO | 49 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS, HEMEROGRÁFICAS, ELECTRONICAS Y OTRAS FUENTES | 50 |



RESUMEN

TÍTULO

El uso de Internet en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

TEMA

Funciones de Internet

AUTOR

Erick Fernando Pur Aceituno

UNIVERSIDAD

Universidad de San Carlos de Guatemala.

UNIDAD ACADÉMICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

PROBLEMA INVESTIGADO

¿Cómo es utilizada la Internet por los Estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, como medio de comunicación, informativo o educativo?

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Encuesta por medio de cuestionario, a la muestra de estudiantes de la Jornada Vespertina de la carrera técnica de Publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para un análisis y recolección de datos fidedignos.



INTRODUCCIÓN

En esta investigación analizaremos el tema de Internet y el uso que los estudiantes le dan a la red. Para empezar tenemos que mencionar que Internet es una herramienta multifuncional, educativa, informativa, de entretenimiento entre otros muchos usos, que apenas en Guatemala se están empezando a explotar. No podemos decir que Internet sea buena o mala, todo depende del uso que el usuario le dé y de cómo se valore.

Internet se desarrolló con fines puramente educativos, pero a finales de los años 80's la publicidad llegó, convirtiéndose poco a poco en un medio masivo. Luego de algún tiempo el fin primordial por cual fue creada, es uno de los menos utilizados por la gente en general, dejándolo así como una segunda opción.

La red se desarrolla día a día, y debido a ello es que este tema adquiere más auge entre los estudiantes y público en general. Es por ello, la importancia del estudio del mismo. Este estudio trata de clasificar los usos más frecuentes que los estudiantes del segundo, cuarto y sexto semestre de la jornada vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación le dan a la Internet.

La comunicación en la actualidad, ya no tiene límite, esto gracias a que Internet y la globalización han roto las barreras tanto del idioma, como el de la cultura y han hecho que todos hablemos un idioma universal. Teniendo como referencia a Internet podemos decir que, los emoticones ya son parte de un idioma que los usuarios de Internet conocen, y por mencionar algunos: =0) ó también =>) (ver anexos).

Internet ha creado todo un nuevo cosmos de entretenimiento. A principios de la década de los 90's, Internet se adelantó a todos los medios de comunicación, dejando a un lado las barreras existentes para la misma, pudiendo establecer comunicación de punta a punta del mundo en cuestión de minutos a un precio accesible. Más adelante apareció el Chat, una nueva forma de comunicación, que puede catalogarse como alternativa. Sin embargo, en la actualidad se le considerada como masiva, ya que además de ser utilizada como entretenimiento, puede ser usada para negocios, entre otros usos. Una variación de esto es el Edutainment, consiste en la mezcla del entretenimiento y la educación y no sólo va ligado al Internet, sino que también a la TV como medio masivo. Un ejemplo de éstos son los cursos de inglés para niños de Tatiana.

No se puede negar que Internet ha desplazado a otros medios de comunicación masivos, posicionándose en uno de los preferidos, ya que se puede encontrar todo tipo de eventos, información, entretenimiento y una diversidad de opciones para el usuario, haciéndolo partícipe del mismo, a partir de la interacción inherente de este medio de comunicación



I. MARCO CONCEPTUAL

I.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, no son ajenos a este fenómeno mundial y ante el masivo manejo de la Internet, es importante determinar cuál es el uso que los estudiantes le dan a este medio dentro de su carrera.

Es substancial descubrir si los futuros comunicadores sociales recurren a esta herramienta como un medio masivo de comunicación, informativo o educativo. La Internet puede convertirse en un instrumento de mucha ayuda para el estudiante, si se utiliza de manera adecuada y efectiva.

Esta investigación busca un acercamiento al verdadero uso que los estudiantes tienen de Internet, como ella cambia la forma de pensar de cada uno y creando nuevas formas de actuar. Y por otro lado, cómo los estudiantes hacen uso (de forma constructiva o no), de la red para elaborar sus tareas.

I.2. DELIMITACIÓN

Temporal: Junio a Noviembre 2007.

Geográfico: Ciudad Capital. Guatemala, Guatemala.

Institucional: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central.

Personal: Estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación jornada vespertina (segundo, cuarto y sexto semestres)



I.3 ALCANCES Y LIMITES

Es importante darnos cuenta que en nuestro país la Internet ha tenido un gran desarrollo en los últimos años y se ha popularizado de tal manera que la mayoría de los jóvenes hacen uso de ella. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación donde se llevó a cabo este estudio, es importante revelar cuál es el uso que los estudiantes le dan a esta herramienta, dentro de su carrera y a nivel profesional.

La investigación se realizó con los estudiantes de la jornada vespertina en los semestres: segundo, cuarto y sexto de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el Campus Central.

I.4 JUSTIFICACIÓN

La Internet en los últimos años se ha desarrollado de forma acelerada y todos de una forma u otra la utilizamos. El popular Chat para tener contacto con otras personas, algunos visitan páginas para su entretenimiento o páginas informativas y algunos otros lo utilizan para realizar trabajos de la universidad, pero nadie está desligado de este medio que ya podríamos llamar masivo.

La red o la Internet es un fenómeno mundial que crea una nueva forma de pensar, transculturizando a los jóvenes, estableciendo revoluciones ideológicas y tecnológicas y poniendo el mundo al alcance del usuario. Cualquiera persona que tenga acceso a ella, tiene la oportunidad de tener mayor alcance a información, amigos, entretenimiento, entre otros.

La inquietud de estudiar este problema, nace a partir de la importancia que representa el análisis del tipo de uso que la mayoría de jóvenes le dan a la Internet. Puesto que en la actualidad, existe una amplia variedad de sitios de ocio (entretenimiento, pornografía, los viejos medios como la televisión y la radio en sus versiones digitales, entre otros), que pueden desviar al estudiante de sus objetivos primordiales y el uso original que debía darse a la Internet.



I.5. OBJETIVOS

I.5.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer cómo es utilizada la Internet por los estudiantes de publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

I.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Determinar la frecuencia con la que los estudiantes del segundo, cuarto y sexto semestre de la carrera de Publicidad de la jornada Vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se conectan a la Internet.

Enumerar cuáles son las páginas más visitadas, con relación a la de los medios informativos.

Especificar qué porcentaje de los semestres señalados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación ingresa a páginas pornográficas.

Definir el porcentaje de la población estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que ingresan a cursos en línea.

I.6. VARIABLE: *El uso de Internet*, será la variable principal con la que se medirá para establecer si es utilizada más como medio de comunicación, informativo o educativo.



II. MARCO TEÓRICO

II.1. ANTECEDENTES

Uno de los documentos más cercanos al tema que aborda este estudio, es el escrito por el Doctor Wangner Díaz Choscó (2007), para el centro de investigaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, documento que aborda el uso y abuso de la Internet por parte de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Luis Efraín López (2004) analiza en su trabajo de tesis, El correo electrónico, como una alternativa de comunicación. Así mismo Sandra Isabel Lemus Castro (2005), Las conversaciones electrónicas, refiriéndose en particular al caso del Chat.

Ingrid Samayoa (2006) nos explica la comunicación interpersonal por correo electrónico, y cómo el E-mail se convierte en una herramienta de comunicación valiosa.

El tema de la Transculturación a través de los códigos idiomáticos de Internet, nos lo explica Ana Reneé Sáenz (2006), Las nuevas tecnologías como Internet que hecho surgir nuevos conceptos que en el idioma español no tienen traducción, lo que tiene consecuencias en el habla.

Heidy Vásquez (2005) La Internet vía satélite, y ella realizó su trabajo de tesis en Quiche y en Alta Verapaz; el propósito de esta tesis fue determinar que la Internet vía satélite contribuye al desarrollo rural.

Por último tenemos el trabajo de Alejandra Aqueche (2004); la tesis lleva el título "Internet es una herramienta de investigación". Internet tiene muchas ventajas cuando se usa con fines didácticos y de aprendizaje, ya que es mucho más fácil encontrar la información necesaria. También, nos dice que hay ciertas desventajas y menciona varias, por ejemplo, que la información no es veraz y confiable, y que algunos estudiantes sólo se dedican a copiar y pegar la información, entre otras desventajas.

Podemos ver que este tema no es del todo nuevo, pero como sabemos la Red o Internet es un fenómeno cambiante y evoluciona día a día y de lo que hoy hablamos, mañana ya es historia; y tenemos que estar informados de la evolución de esta tecnología, ya que para los comunicadores sociales, es de gran importancia no sólo para su carrera, sino también, en su ámbito laboral.

II.2 LA COMUNICACIÓN

La comunicación existe desde que se tiene conocimiento de la existencia del hombre, y lo podemos comprobar en las pinturas que se encuentran en las cavernas, que son las primeras formas de expresión y por ende uno de los primeros medios de comunicación usados por el hombre, luego se llega al papel y la imprenta, el telégrafo, teléfono, la televisión, los ordenadores, hasta nuestros días, en donde podemos encontrar los más innovadores y siempre cambiantes medios de comunicación electrónicos.



Según el diccionario Océano de la lengua española (1982), *“Comunicación es el trato o correspondencia entre dos o más personas.”* En otras palabras podemos decir que la comunicación consiste en el intercambio de pensamientos, sentimientos, conocimientos, emociones, y otros, entre los individuos de una sociedad, *“E incluso Charles Darwin destacó la importancia de la comunicación y de la expresión en la supervivencia biológica. Estudios recientes han puesto de relieve toda una gama de formas de comunicación animal. Así, por ejemplo, cuando una abeja descubre una fuente de néctar, vuelve a la colmena para informar sobre su hallazgo”* (<http://www.rppnet.com.ar/hiscomunicacion.htm>).

Carlos Interiano la define así: *“La comunicación es un fenómeno de interacción social”* (1999:9), ya que permite la convivencia entre seres humanos, logrando conocerse mucho más y compartir en la sociedad en la cual viven y se desarrollan. Pero la comunicación no solamente es un acto inherente al ser humano, ya que si observamos la naturaleza podemos percatarnos de esto, por ejemplo en los cantos de los pájaros por las mañanas, sustancias químicas que permiten a algunos animales reconocerse, esas son formas de comunicación no tradicionales para los humanos, pero así como la nuestra hay una diversidad de señales en el mundo animal.

David K. Berlo en su libro *“El proceso de la Comunicación”*, menciona que la comunicación es cualquier cosa que exprese algo, y va mas allá de la comunicación verbal, ya que también puede ser *“comunicación gestual, visual, por química, consigo mismo, comunicación de masa y de grupos, comunicación por medio de la acción”* (Berlo, 2000:2), entre otras.

II.2.1 ELEMENTOS EN LA COMUNICACIÓN

Una vez que tenemos definido el concepto de comunicación podemos iniciar el estudio de los distintos componentes que integran el modelo del proceso de comunicación. Para que exista este proceso comunicativo tiene que existir un emisor, un receptor, un mensaje, código, contexto y un canal, para que se envíe el mensaje. Pero además hay otro factor que no podemos omitir, el ruido, ya que éste es el que puede hacer que un mensaje no llegue al receptor. Y la realimentación, que permite el flujo comunicativo.



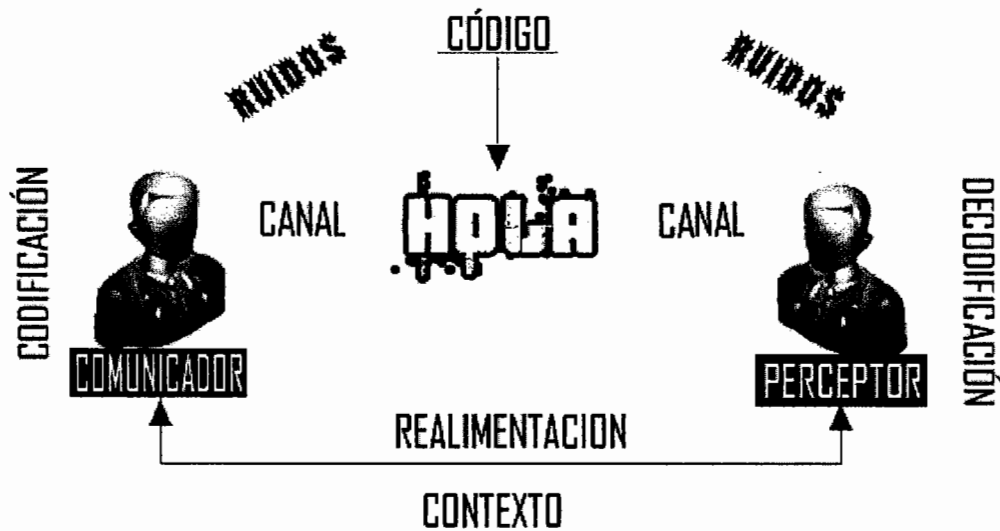


Imagen del Autor

Emisor: Es cualquier persona que envíe un mensaje correcto, codificado que será recibido por un receptor, quien a su vez tiene la opción de devolver o dar una respuesta.

Código: Es un conjunto de símbolos y signos, dentro de un lenguaje.

Mensaje: Es cualquier idea, que envía un emisor y pretenda dar a conocer.

Canal: Es el medio por el cual se envía el mensaje para llegar a un receptor.

Decodificación: Es cuando el receptor comprende e interpreta el mensaje enviado del emisor, basado en la experiencia y conocimientos previos.

Receptor: Es el que recibe un mensaje determinado, enviado por un emisor y luego de ser interpretado, envía una respuesta.

Retroalimentación o Feedback: Este nos puede dar la certeza de que el mensaje ha sido recibido o no, correctamente por un receptor.

Contexto: Es el escenario donde tiene lugar la transmisión de mensajes, este puede ser conocido de igual forma como referencia.

El Ruido: Es cualquier factor que impida que el proceso sea limpio. Los ruidos pueden dividirse en: Ruido Físico, Ruido Fisiológico, Ruido Psicológico y Ruido Semántica.



Ruido Físico: Son todos los desperfectos en el canal, por ejemplo los ruidos de los autobuses, también la estática de un teléfono celular, este tipo de cosas que impide la recepción del mensaje.

Ruido Fisiológico: Estos pueden ser por ejemplo una enfermedad de garganta que dificulta emitir el mensaje y en el receptor podría ser una sordera.

Ruido Psicológico: Podrían ser por ejemplo la tensión emocional, la falta de atención, los prejuicios, etc.

Ruido Semántico: Podrían ser los mensajes enviados en un contexto erróneo, o la introducción de ruidos en el mensaje, entre otros.

II.3. COMUNICACIÓN VRS INFORMACIÓN: LAS DIFERENCIAS

Comunicación: Como mencionamos anteriormente, comunicación es el intercambio de información entre dos o más personas. Podemos agregar que es la que nos permiten difundir mensajes ya sea escritos o audiovisuales.

Información: Es un conjunto de conceptos, reglas y datos, que tienen un mensaje y nos permiten conocer más sobre un fenómeno o un acontecimiento determinando.

Entonces podemos señalar que:

**“La comunicación es percepción, crea expectativas y plantea exigencias*

** La información aumenta el conocimiento, comunica novedades”*
(<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/43/difcominf.htm>)

Una de las diferencias fundamentales que existen entre la Comunicación y la Información es que en la comunicación existe la respuesta o realimentación mientras que en la Información ésta no existe. La información se caracteriza especialmente por transmitir datos necesarios de un suceso o acontecimiento, tener influencia sobre las personas a quienes les llega el mensaje, requiere únicamente del buen funcionamiento de medios, canales, receptores ya que no espera respuesta.

Para Carlos Interiano, *“la Información es de orden Cuantitativa, en tanto que la comunicación es un proceso cualitativo; la primera es el flujo de mensajes en una sola vía, no espera respuesta; y la comunicación por su parte, necesita de la retroalimentación para completarse”* (Interiano, 1999:25).



A manera de conclusión, podemos determinar entonces que la información es un complemento de la comunicación, ya que lo que se está comunicando a través de la información es un mensaje, y el mensaje es comunicación. Asimismo podemos mencionar que la información se da por medio de mecanismos de comunicación, como lo son los interlocutores y los canales de comunicación.

II.4. NIVELES DE COMUNICACIÓN

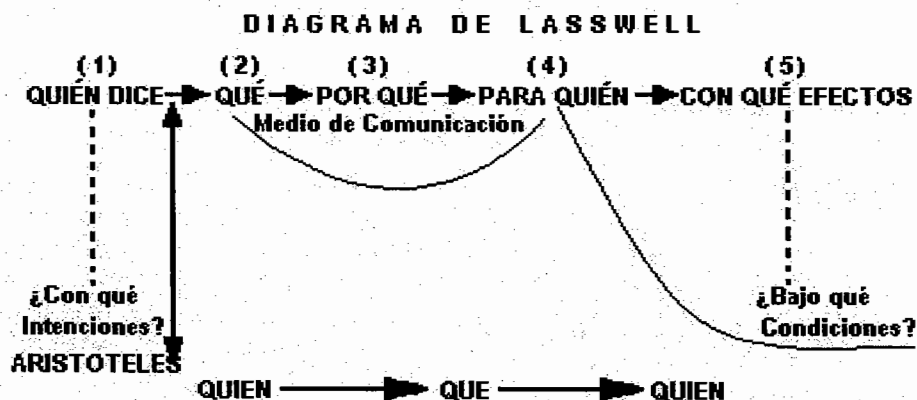
La podemos simplificar principalmente en las siguientes modalidades: **Intrapersonal, Interpersonal y Colectiva.**

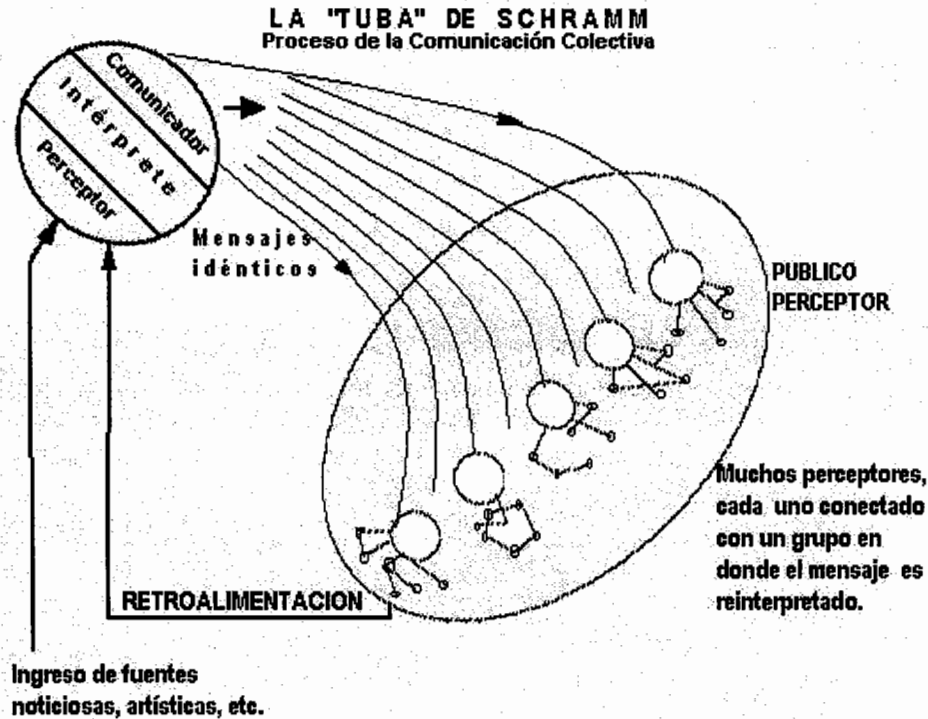
La **Comunicación Intrapersonal** es aquella que tiene lugar dentro uno mismo. En otras palabras, es cuando hablamos o pensamos con nosotros mismos y tomamos decisiones respecto a lo elaborado en la mente, por ejemplo, cuando tenemos problemas y buscamos soluciones, pensamos y elegimos la más adecuada, allí ya hemos hablado con nosotros mismos y ya tomamos una decisión que salió de nuestro interior.

En la **Comunicación Interpersonal** existe solamente una persona o grupo muy reducido de receptores; también podemos definirla como la que se da entre dos personas que están físicamente cercanas y cada una de ellas emite mensajes y a su vez una respuesta, para formar una conversación.

La **comunicación Colectiva** es todo lo contrario de la anterior, ya que la recepción del mensaje es de una forma masiva y esto admite un grupo múltiple y anónimo. Varios estudiosos del tema como Lasswell, Schramm, entre otros, han creado modelos para este tipo de comunicación.

(Tomado de: <http://iteso.mx/~carlosc/pagina/WebCienTec/modelocomu.htm>)





(Tomado de: <http://iteso.mx/~carlosc/pagina/WebCienTec/modelocomu.htm>)

La comunicación interpersonal es muy directa, debido a que tanto emisor como receptor comparten un mismo espacio-tiempo. Pasa lo contrario en la comunicación colectiva, donde el mensaje enviado es el mismo para una cantidad indeterminada de personas que lo recibirán al mismo tiempo. La diferencia entre estas dos formas de comunicación se da por la complejidad que posibilitan la respuesta, y la mayor ventaja de la comunicación interpersonal es que es privada, el receptor elige quien será el emisor y en la colectiva, la comunicación es totalmente abierta y recibe el mensaje quien quiera recibirlo.

II.4.1 Los 10 Paradigmas de la eComunicación

El término paradigma se origina en la palabra griega παράδειγμα que significa paradeigma, a su vez tiene las mismas raíces que παραδεικνύμαι, que significa demostrar.

Un paradigma es el conjunto de experimentos capaces de ser copiados. También una forma más específica de ver la realidad o las limitaciones de una propuesta para la investigación.

En este apartado mencionaremos la tentativa de José Luis Orihuela por sistematizar en diez, los paradigmas de los procesos de la comunicación pública en los medios masivos, a partir la aparición de un nuevo medio, que abre un mundo de posibilidades de comunicación: La Red



Paradigma I: de audiencia a usuarios

Los usuarios gozan de un nuevo concepto de usuario activo, que no solamente ve y lee, sino además éste se convierte en un productor de contenidos, particularmente en la blogosfera.

El proceso comunicativo de la eComunicación, está centrado en que los usuarios tienen el control para elegir, decidir, buscar, definir, configurar, suscribirse, comentar y lo más importante: para escribir, hablar y filmar. Son las nuevas formas de designar la estrategia de aquellos usuarios que han decidido convertirse en agentes del proceso de comunicación.

Paradigma II: de medios a contenidos

Antes de todo se tienen que definir los medios según su condición de producción industrial, hablando masivamente serían prensa, radio y televisión, antes de su reconocimiento de contenidos. Hay algunos programas de televisión como CNN ya son marcas y no directamente un noticiero.

Paradigma III: De Soporte / Formato Multimedia

La tecnología digital nos permite la integración de multiformatos como gráficos y animaciones, haciendo más atractiva a la Internet. Gracias a los medios clásicos como la prensa, revista, radio entre otras, hacen que Internet sea lo que es hoy un meta-medio.

Paradigma IV: De Periodicidad a Tiempo real

Durante mucho tiempo se habló de la periodicidad de algunos medios como diarios, semanarios, revistas quincenales; en la actualidad hablamos de la era del tiempo real. Es decir, noticias las 24 horas en directo. CNN es uno de los precursores, trasladando la información en tiempo real. En la Red tenemos información que fluye minuto a minuto siendo este medio el que dispone de la información más actualizada.

Paradigma V: De escasez a abundancia

Debido al poco espacio en los medios impresos y el tiempo en que se transmite la información, los medios electrónicos proponen un nuevo espacio, donde la información fluye universalmente y sin hacer grandes inversiones. La red ofrece a los usuarios gran cantidad de recursos para las necesidades de cada uno.

Paradigma VI: De Intermediación a desintermediación

En la actualidad, la red hace que todo el que quiera, pueda publicar textos, imágenes, videos y opiniones. Y no necesariamente se debe tener un título de comunicador social para poder publicar algo en la red. Cualquiera que tenga la intención y la idea bien estructurada de comunicar algo lo puede hacer, incluso podemos encontrar todo tipo de opiniones.



En la red no precisamente se tiene que publicar ideas originales, ocurre que también encontramos información reciclada, allí podemos tropezar con todo tipo de información tanto verdadera como falsa.

Paradigma VII: de distribución a acceso

Ante el modelo de difusión de los medios convencionales punto-multipunto de carácter unidireccional y asimétrico, surge un modelo multipunto-multipunto, multidireccional y simétrico, en el cual los usuarios acceden a los servidores donde radica la información y además pueden comunicarse entre sí utilizando el mismo sistema con el que acceden a los medios.

Las nuevas simetrías emergentes permiten a los medios en línea convertirse en foros y generar comunidades, al tiempo que abren a los propios usuarios la posibilidad y las herramientas para acceder como productores a un espacio comunicativo universal.

Paradigma VIII: de unidireccionalidad a interactividad

La unidireccionalidad de los medios como la prensa, radio y televisión, no dan un resultado agradable para el usuario que busca el medio por el cual intercambiar información. Mientras que los nuevos medios alternativos permiten una retroalimentación casi instantánea. Y gracias a este constante intercambio de papeles, nos mantenemos en un juego de emisor y receptor, en un *feedback* constante.

Paradigma IX: de lineal a hipertexto

La nueva forma de escritura en la red es más dinámica, pudiendo entrelazar textos, crear textos más dinámicos y a la vez que sean más atractivos visualmente para el usuario.

Este nuevo paradigma, nos da la oportunidad de nuevas formas de búsqueda en la red. Por ejemplo, los nuevos motores de búsqueda, los metabuscadores, los índices temáticos, entre otros. Esto hace que los usuarios aprendan a usar la red de una forma adecuada, pero sobre todo que la usen para su beneficio.

Paradigma X: de información a conocimiento

El exceso de información en la era digital revela la importancia que existe en la estrategia para la búsqueda de la información. Un cuidadoso análisis se convierte en un nuevo vector para la búsqueda de la información necesaria y adecuada.

Es importante tener una buena estrategia de búsqueda de la información. Tener un conocimiento necesario de saber que es lo que se busca y así ser más concretos.



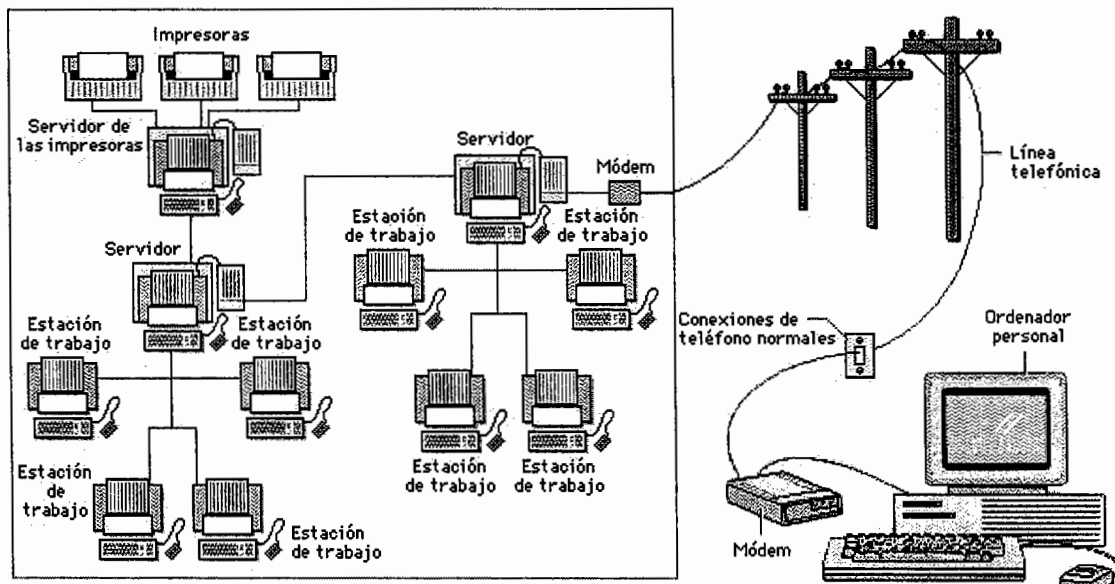
II.5. ¿QUÉ ES LA INTERNET?

Internet (Internacional Network) es considerada la red de redes, ya que es un sistema de conexiones de computadoras a nivel mundial que permite la transferencia de datos de todo tipo en una forma digital entre los diferentes usuarios. "Se calcula que hay unos mil cien millones de usuarios conectados en el año 2007" (<http://www.alegsa.com.ar/dic/internet.php>).

Internet es una herramienta multilingüe; ésto provee un fácil acceso al momento de que el usuario elige el idioma deseado, dependiendo del país en donde se encuentre. Para Ignacio Ramonet, Internet "es un fenómeno, ya que permite a la vez no solamente la interconexión de todos los ordenadores, sino también la realización de prácticas hasta hoy inexistentes, como el correo electrónico...o la posibilidad de crear foros y grupos de discusión" (Ramonet, 2002:10).

Internet funciona con un sistema de protocolos TCP/IP pero ¿qué significan estos protocolos? Primero definiremos qué es protocolo. El protocolo es un conjunto de reglas u órdenes establecidas, para la computadora, es un lenguaje que nos permite la comunicación, en este caso es la conexión a la red.

TCP (Transport Control Protocol): Es uno de los protocolos más importantes de Internet pues se utiliza de control de transmisión, que se manipula para administrar accesos. Muchos programas dentro de una red utilizan este protocolo, ya que permite la conexión y garantiza que los datos serán enviados y entregados, sin errores y de la misma manera en que se enviaron y soporta muchas de las aplicaciones más utilizadas en Internet como lo son el HTTP (protocolo de transferencia de hipertexto), SMTP (protocolo simple de transferencia) y SSH (Secure Shell)



Tomado de: <http://www.cibercomponentes.com/historia.htm>



IP (Internet Protocol) Es un número único (se podría decir que un número personal como nuestro teléfono o nuestra dirección o incluso nuestro número de cédula), que sirve para identificarnos en la red. Actualmente los dispositivos routers (MODEM) que son los más populares, tienen su propia dirección única IP que van desde los 0.0.0.0 a 255.255.255.255, aunque algunos números ya estén destinados para algún propósito en específico. La versión actual que manejamos de Internet es IPv4 mientras que para el proyecto Internet2 se intenta implementar IPv6.

II.6 HISTORIA DE LA INTERNET

*“Cuando aún se sentían los efectos de la guerra fría, el departamento de defensa de Estados Unidos estaba preocupado por la vulnerabilidad de su red de computadoras ante un ataque nuclear” (Dominick, 2001:327) aunado al lanzamiento realizado en 1958 por Rusia del primer satélite artificial, **Sputnik I**, suceso que repercutiría y traería un gran impacto al ejército de los Estados Unidos y al pentágono. A partir de éstos creó el organismo llamado ARPA (Advanced Research Project Agency), creando en 1961 el fenómeno Internet.*

Para 1968, el laboratorio Nacional de Física de Gran Bretaña estableció la primera red experimental. En 1969 la Universidad de California (UCLA) establece la primera red llamada ARPA y en 1972 ARPA cambia sus siglas para ser conocida como DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) y se realiza la primera demostración en público de ARPANET.

Las primeras conexiones internacionales se realizan un año mas tarde entre el University College of London en Inglaterra y the Royal Radar Establishment in Norwa. Los primeros usuarios eran científicos y expertos en el área de la informática, por lo tanto, la mayoría de los analistas creyeron que este sistema sólo sería utilizado por este tipo de usuarios.

En 1975 ARPANET es trasladada por DARPA al dominio de la Agencia de Comunicaciones para la Defensa de los Estados Unidos, como una red operacional. Un año mas tarde se establece un nuevo protocolo conocido como X-25 este serviría para la transmisión de paquetes en redes públicas. Para 1978 DARPA empieza con nuevos contratos para el uso del protocolo TCP/IP Este fue el principio de un largo período de experimentación y desarrollo de Internet.

A forma de anécdota, el senador *“Edward Kennedy había oído hablar del ordenador llamado Interface Message Processor, pero él escuchó mal, pues, en vez de Interface Message Processor, el senador entendió Interfaith Message Processor que, en inglés, significa procesador de mensajes entre las diferentes fés religiosas. Y había enviado un telegrama, célebre en la historia de Internet que decía: Felicidades por ese trabajo que va a favorecer el ecumenismo religioso en nuestro país, les felicito, etc”... (Ramonet, 2002:63)*



II.7 CÓMO ES UTILIZADA LA INTERNET

“Según los expertos, ya estamos ante la generación NET, la primera que está creciendo y educándose con la presencia de Internet en el hogar y en los principales espacios de socialización” (<http://foroellacuria.org/publicaciones/Informe8LenguajeVinculos.html>); Internet es un medio que relativamente en poco tiempo ha superado a los medios convencionales. *Al hacer su aparición, hace algunos años ya, Internet se reveló como el medio ideal, que ofrece, dentro de sus capacidades tecnológicas, muchas ventajas antes atribuidas separadamente a otros medios”* (<http://chasqui.comunica.org/dobler73.htm>).

Es por ello que vemos en la red páginas de empresas de televisión y radio que han utilizado Internet para anunciarse y así duplicar su audiencia.

La llegada de los nuevos medios en la era digital proyecta sobre los medios tradicionales algunos cambios muy drásticos y que a la vez llaman la atención del público, la interactividad, la multimedia y el hipertexto, son nuevas forma de relación con él, así como las nuevas formas de lenguajes y gráficos en el contenido de la Internet.

La Red está dando mayor posibilidad de nuevos servicios y esto la pone como uno de los medios preferidos para el comercio o para hacer negocios. Los banners, los pop _ up Windows, el marketing, los patrocinadores de una página Web, entre otros medios de publicidad de empresas son los primeros que de una forma eficaz no sólo han invertido, sino que ganan económicamente hablando con el beneficio de este medio. Las ventas por Internet es otro claro ejemplo de comercio en línea; por ejemplo, amazon.com y mercadolibre.com son dos de las muchas páginas del mismo contenido.

En la actualidad la e-Comunicación, es el mecanismo para que miles de empresas se den a conocer, ya que Internet es una plataforma de comunicación mundial. Algunas personas creen que en este mercado global no basta con sobrevivir, vivir en la aldea global significa informar a los clientes y es por eso que vivimos en la era de la atención al cliente. Uno de los mayores exponentes de este pensamiento y por ello formuló *los diez paradigmas de la e-comunicación*¹ es el Dr. José Luis Orihuela Colliva, Profesor de la Universidad de Navarra en España (<http://www.unav.es/digilab/cv/jlo/>).

Otras personas, la Red es un medio informativo, ya que ésta tiene ventajas superiores a las que ofrecen los medios impresos, la radio y la televisión. *“Así se le pronosticó a la prensa en línea, la rapidez de una agencia noticiosa, la actualidad de la radio, además de permitirse ofrecer, cual flash televisivo, transmisiones en vivo. A estas cualidades técnicas se le atribuyó la profundidad temática que no puede ofrecer un diario impreso: los reportajes pueden ser enlazados con otros de temática similar, proporcionando al ávido lector una oferta bastante amplia de información.”* (<http://chasqui.comunica.org/dobler73.htm>); muchos de los medios impresos



(diarios y revistas) han lanzado sus versiones en digital aumentando así la cantidad de suscriptores.

Otras personas la prefieren por ser un excelente medio de comunicación (se detallará más en el capítulo siguiente), ya que por esta vía pueden comunicarse con otras personas a nivel mundial, pues Internet establece un modo práctico de comunicación. Cabe hacer referencia a Marshall McLuhan que dijo: “vivimos en la aldea global” o sea... ya no existen las fronteras, ahora vivimos en el Ciberespacio. Una de las grandes señales de que vivimos en la aldea global es que las televisoras como la CNN, SONY, FOX, entre otras transmiten las 24 horas vía satélite a todo el mundo y así todos vemos lo mismo.

¿Quién no ha oído hablar del rincón del vago o monografias.com? Internet ofrece a los estudiantes una forma más fácil para realizar sus tareas, pero el caso es que en lugar de auxiliar en el proceso educativo, esta información, no es leída ni analizada, simplemente es copiada de forma literal. Son pocas las personas que le dan un uso adecuado a este tipo de páginas, ya que la mayoría de los estudiantes utilizan el “método” o la “técnica” del COPY AND PASTE.

Pero no todo es malo; podemos hablar que la Internet ofrece la posibilidad para que todas las personas de cualquier edad puedan aprender, ajustándose a su tiempo y en el lugar que deseen, ya que ésta brinda posibilidades muy agradables para la formación a distancia. Internet es una herramienta que facilita la búsqueda de información, su lectura, incluso algunos cursos incluyen audio, imágenes de todo tipo y lo más novedoso, el video.

Actualmente se han popularizado las páginas que ofrecen cursos en línea que utilizan el correo electrónico, como el canal para el intercambio de información. Entre algunas de las páginas que podemos mencionar en donde se puede acceder gratuitamente a sus cursos en línea es <http://www.aulaclie.es/>. En esta página podemos encontrar una gran variedad de cursos con relación al diseño gráfico, programación, Microsoft Office, entre otros muchos y variados cursos, lo que hace interesante esta página Web, es que dentro de sus cursos incluyen los videos, los cuales los hacen más fáciles y dinámicos.

II.8 LA INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Desde el principio se ha creado una gran polémica por los que creen que la Internet es un medio de comunicación y los que no lo creen y lo niegan.

Para Dominique Wolton Internet no es un medio de comunicación, más bien, es un medio temático, él afirma que para que llegue a ser un medio de comunicación tiene que cumplir con los siguientes requisitos:



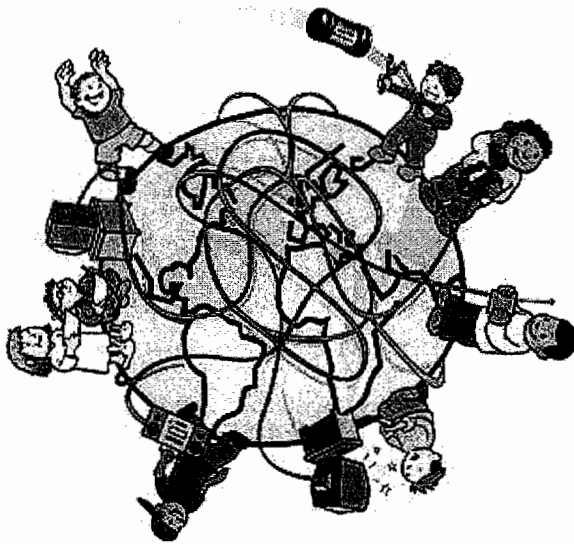
*"Tecnología
Profesional (oferta, contratación de programas) y
Comercial (reservación del público)*

...Un medio de comunicación tiene que tener una oferta construida por profesionales" (Crovi Druetta, 2006:3) .

Dominique Wolton indica que Internet es un sistema de información automatizado, donde cualquier persona puede enviar mensajes hacia cualquier lado y que pueden ser captados por cualquiera y nadie los organiza. (Crovi Druetta, 2006:3)

Por el contrario Alejandro Piscitelli, quien denominó a Internet la POST – TELEVISIÓN, afirma que la Internet es un medio de comunicación, porque lo caracteriza como un hipermedio, donde existe la interactividad, la multimedia y el hipertexto.

Tomado de: <http://86400.es/2007/01/29/navegacion-adicciones-y-sociabilidad-viejos-fantasmas-y-nuevos-mitos-de-internet/>



Una de las características más importantes de Internet es que constituye un canal de comunicación escrita, visual y sonora (y la mezcla de éstas dos últimas) a escala mundial, ya que constituye una gran cantidad de posibilidades para establecer la comunicación, como, las videoconferencias, los Chat, los foros de discusión, el correo

electrónico, entre otros. Estos medios no sólo nos dan la posibilidad de comunicarnos, sino también de conocer nuevas entes "virtuales" que buscan y comparten los mismos gustos, por supuesto, no todos.

"Internet es un medio de comunicación de características singulares, multifacético y versátil, el cual por su naturaleza es digno de ser tomado en cuenta por los comunicadores" (López, 2004:27).

Internet, los celulares, los DVD's y los MPEG-1 Layer 3 o más conocidos como los MP3, entre otros, se les conoce como comunicación electrónica. En la actualidad los jóvenes exploran diversos temas de su vida cotidiana mediante un personal, entre ellos los más conocidos o populares son: Hi-5 y Myspace, en estos tienen la oportunidad de redefinir su personalidad y sentirse parte de la comunidad cibernauta.



estos tienen la oportunidad de redefinir su personalidad y sentirse parte de la comunidad cibernauta.

La comunicación comercial busca atraer todo el tiempo de ocio de los estudiantes y como este tiende a sedentarizarse... es allí donde aprenden y desaprenden la cultura y también donde forman nuevos hábitos que, generalmente, desconocen los adultos. (Díaz Choscó, 2007:30)

Algunas personas dicen que no es un nuevo medio de comunicación, sino más bien, un nuevo canal de comunicación, a continuación mencionaremos solo algunas de las características de Internet como un canal de comunicación:

Una de las características más destacadas de Internet, es que es un medio masivo y llega a muchas personas al mismo tiempo, pero tiene la peculiaridad de ser muy personal uno contra uno, o sea donde existe solamente un emisor (servidor de información) y un único receptor (el que recibe la información) en un acto de comunicación.

Internet es el único canal Universal y multimedia

La grafica muestra la tecnología que ofrece Microsoft.

Tomado de: http://www.microsoft.com/spain/prensa/digital/entretenimiento_digital.msp



Internet es un canal de comunicación personalizable, ya que en él, podemos comunicarnos con una persona o con dos a la vez o con un grupo indefinido de personas, nosotros somos quienes decidimos con quien y con cuantas personas nos comunicamos.



Internet es un canal bidireccional, esto lo hace que sea interactivo y más agradable para los usuarios

II.9 NUEVAS FORMAS DE ENTRETENIMIENTO

Si buscamos en un diccionario la definición del vocablo ENTRETENIMIENTO, nos dirá "*cosa que sirve para divertir*" (*Diccionario Océano de la lengua española*) esta definición carece de contenido y de trasfondo para lo que estamos buscando, para aclarar un poco mas podemos mencionar algunas actividades que se consideran de entretención para ciertas personas, entre ellas encontramos: el cine, la televisión, la radio, los deportes, el teatro. Dentro de lo que es Internet, encontramos los IRC o chats, los videojuegos y la pornografía que es considerado para algunos como entretenimiento, incluso los anteriores mencionados (radio, TV, cine, entre otros), ya los podemos hacer por medio de un ordenador, ya no hay necesidad de salir de casa para ir al cine o para alquilar una película, pues por medio de Internet podemos descargar la película que deseemos, ver la televisión o escuchar la radio, inclusive hablar por teléfono, siendo éste uno de los últimos desarrollos de Internet, entonces podemos señalar que por medio de red podemos hacer esto y mucho más.

Si hablamos de entretenimiento digital, encontramos las nuevas tecnologías que hace un par de años atrás ni se hubiesen pensado, Microsoft es una de las empresas pioneras en software y tecnología, ellos cuentan con una gran línea de entretenimiento para cada integrante de la familia y todos con conexión a la red.

Cerrando este apartado podemos mencionar que "Internet compite con otras actividades del ser humano tales como el ejercicio físico, el estudio, los hobbies, pasear, conversar, etc" (Díaz, 2008) Esto debido a la gran cantidad de información y entretenimiento con la que nos podemos encontrar en el ciberespacio.

II.9.1 LA PORNOGRAFÍA

"La etimología del término pornografía procede del griego: *πορνογραφία*, *porne* es prostituta y *grafía*, descripción, es decir, descripción de una prostituta". (<http://es.wikipedia.org/wiki/Pornograf%C3%ADa>) La pornografía, crea cierto dilema para los que la creen inofensiva y aceptable y para los que no pueden ni oír la palabra.

Existen diversas formas en las que podemos encontrar la pornografía, por ejemplo las revistas para adultos, los cassettes de vídeos, la televisión, ciberpornografía y audio pornografía. La que para nuestro estudio nos interesa es la ciber-pornografía.

Ciberpornografía, uno de sus derivados y uno de los más usuales y utilizados es el Chat, ya que existen salas de Chat exclusivas de sexo. En Internet se pueden encontrar imágenes y videos sexualmente explícitos, pero no todo es malo, ya que también podemos encontrar paginas de educación sexual y ayuda a parejas.



II.9.2 EL CHAT

Desde los orígenes de Internet se ha confundido su uso original, ya que de ser creado como una herramienta para militares y académicos, en la actualidad la encontramos como uno de los primeros medios de entretenimiento y comercio y como fue mencionado anteriormente, como medio para la difusión de pornografía. Poco a poco se han adoptado todo estos utensilios para crear una red muy variada, para crear una mega red de comunicación mundial.

El uso del Chat innovó cuantiosamente la comunicación a distancia. Y en relación a entretenimiento, el Chat es uno de los más populares, existen distintos sitios que se dedican exclusivamente a crear salas de conversación con diferentes temáticas, esto atrae a muchos que sin pensarlo, ven pasar las horas mientras intercambian sus ideologías con desconocidos. Uno de los riesgos que se corre, es el de no conocer con quien se está conversando, pero sin duda representa una alternativa de interacción para muchos de los que circulan por el ciberespacio. Algunos de los sitios de Charla más conocidos son: El chat.com, Latinchat.com, los diferentes servicios del Messenger (Hotmail, Yahoo! y Gmail), entre otros.

II.9.3 P2P o Peer to Peer

Uno de los más novedosas herramientas es el de las descargas Peer to Peer o P2P, *“se refiere a una red que no tiene clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan simultáneamente como clientes y como servidores de los demás nodos de la red.”* (<http://es.wikipedia.org/wiki/Peer-to-peer>) En palabras más sencillas, podemos conectarnos a otro ordenador y descargar de él lo que nos interese ya sea música, videos, libros, entre otros. Los programas más usados para este tipo de descarga son: Ares, Emule, Lime Wire y Bit-Torrent.

En la actualidad Internet es un gran servicio, si necesitamos divertirnos y aprender, pero yendo más allá, otro de los servicios de entretención que nos ofrece Internet es el novedoso YouTube, en él cualquier persona puede subir al servidor el video que más le agrada y compartirlo con todo el mundo, así cada día hay algo nuevo que descubrir en la red, hoy es eso y mañana que será...

El entretenimiento, también es aprovechado por algunas personas para estimular el estudio y la enseñanza, ya que es una forma más rápida y más eficiente para educar.

II.9.4 LA MÚSICA Y VIDEOS EN LÍNEA

Hay muchas páginas donde cualquier usuario puede escuchar las canciones y así como de los videos de sus artistas preferidos por mencionar unas tenemos, www.deezer.com y www.lastfm.es. Estas radios tienen una



peculiaridad, ya que clasifican el gusto del usuario y cuando éste no desea escuchar alguna canción en especial, la radio la elimina definitivamente de la memoria del perfil del usuario. En cuanto a videos podemos mencionar, el ya reconocido sitio www.youtube.com. Este sitio no sólo nos presenta videos musicales, sino una gama de diversas categorías de las cuales el usuario puede elegir, reproducir e incluso dar alojamiento a sus propias creaciones audiovisuales o a las ya existentes.

II.9.5 LOS VIDEOJUEGOS EN LÍNEA

Para principios de los años 80 se lanza una nueva forma de entretenimiento al mercado, Nintendo contaba con 8 mb de memoria, para ese entonces la mayor tecnología, lo más relevante. Para el 2006 Nintendo cuenta con nueva consola y con ello nueva competencia como lo es el PlayStation 3, la Xbox y por su puesto la Pc nuevas formas de juego contando con más de 512mb.

En la actualidad la modalidad de juego ya no es tan simple como lo eran antes, ahora podemos ver que todas las consolas de juego traen incorporada una conexión para Internet, haciendo la forma de juego mas interactiva. Los Cafés Internet en Guatemala, ya no se usaban simplemente para buscar información, bajar música o ver videos, los jóvenes acuden a ellos a jugar partidas en línea, creando campeonatos entre ellos e incluso a nivel internacional.

Los juegos más famosos para este tipo de campeonatos son: unreal, counter Strike, Half-Life, Las empresas EA Sport, EA Games y Atari por mencionar algunas son empresas que en todos sus juegos traen incorporada la modalidad de juego en línea.

II.9.6 EDUTAINMENT

Desde hace un par de años, la tecnología se ha desarrollado de una forma impresionante, ahora los niños y los jóvenes aprende de formas distintas a como lo hacían nuestros padres, actualmente todo es por medios electrónicos. Buscando un poco en la red (*me deje llevar por una búsqueda y no encontré nada sin embargo hay algo que no buscaba pero me sirvió más*), vi algo que llamó poderosamente mi atención, y es ¿cómo puede la tecnología mezclar la educación y el entretenimiento? Sí, ahora encontramos un método de aprendizaje llamado edutainment, es algo básicamente creado para niños, pero sirve de igual forma para los adultos. Uno de los más famosos, es el curso de inglés Disney, donde la protagonista es la cantante "TATIANA" o una versión similar, ingles sin barrera.

Estos funcionan como herramienta que sirven de apoyo para la formación, en un entorno temático y personalizado (a la vez puede ser usado en grupo) también llamado diverlearning.

Incluso se ha comprobado que existen videojuegos que han sido desarrollados con fines didácticos (juegos de simulación, los de aventuras y los de preguntas) y es que la necesidad de ampliar la estimulación del proceso de



enseñanza-aprendizaje, pareciera ser algo muy difícil, y más difícil se percibe el panorama en nuestra sociedad.

Entonces nos encontramos en una era de cambios tecnológicos, donde no nos queda otra, más que adaptarnos a la tecnología y no hacer caso omiso de ella, ya que más allá de la sociedad que conocemos, está la cibersociedad o nuestra metafórica "aldea global" que está naciendo y tiene nuevas oportunidades para todos, y en cuanto a la educación, allí hay un gran mundo aún virgen y dispuesto a dejarnos interactuar con él.

II.10 INTERNET Y LAS FORMAS DE ESTUDIO

La nueva revolución tecnológica de la comunicación y de la información nos ha llevado a la era digital, en donde la nueva época de la informática está produciendo innovaciones en los patrones tradicionales, como la ciencia, la industria y el comercio. Entonces podemos hablar de la nueva era digital que está cambiando la actitud y la forma en que todos los seres humanos ven su contexto y la adecuan a ella.

Para hablar de la educación que hoy conocemos y por la que muchos de nosotros hemos pasado y hemos impartido tenemos que conocer un poco sus orígenes y como es que ha llegado a evolucionar tanto, desde uno de sus primeros adelantos, como lo es la imprenta y con ello los primeros libros de texto, hasta las nuevas formas educación a distancia vía Internet.

En la historia de la humanidad, se han pasado por varias revoluciones, de forma resumida veremos las tres revoluciones en la educación según, José Joaquín Brünner:

II.10.1 Primera Revolución:

"El surgimiento de la escuela parroquial en la temprana edad media, modelo esencial de la escuela tal como hoy la conocemos, representa, por sí misma, una primera revolución tecnológica en la historia de la enseñanza" (Brünner, 2003:21) La escuela se encargaba de dar cátedras con orientación moralista, humanista y en ciencias. En un principio las escuelas eran divididas en dos, las Escuelas Medievales y las de Educación Práctica las primeras se encargaban de atender a una gran variedad de grupos, entre ellos los nobles y campesinos. Mientras tanto las de *"Educación práctica estaba en manos de las familias, los gremios y la comunidad"* (Brünner, 2003:27) El método de enseñanza era el de repetición y no importaba la edad de los alumnos, todos estaban reunidos en una aula y con pocos maestros. La educación empezaba a los siete o nueve años y terminaba a temprana edad.

II.10.2 Segunda Revolución:

El aparecimiento de la imprenta trajo un gran adelanto para la educación, ya que se empezaron a tener textos didácticos, esto facilitó más el aprendizaje. La educación medieval se transformó en estructuras eclesiásticas



y se empiezan a desarrollar más la coordinación, la burocracia y lo administrativo. Aquí aparece el sistema estatal de la educación pública. La aparición de la primera revista de ciencias se dio en este periodo, y esto fue un gran desarrollo para esta etapa, ya que se tenían libros de texto individuales y no uno colectivo, esto dio oportunidad para que los estudiantes manejaran ya un criterio propio. Otro aspecto de relevancia es que los maestros empiezan a buscar la especialización en sus áreas y los alumnos ya son clasificados según edad y tareas educativas.

II.10.3 Tercera Revolución:

La revolución industrial, obligó a la educación a un nuevo desarrollo y que trajo consigo un sistema tecnológico y la masificación de la educación, y los efectos de la imprenta se hacen más fuertes, esto hace que la educación sea casi obligatoria y se empieza a implementar la educación casi militarizada (como la conocemos hoy), debido a que tienen que cumplir con tareas, despertar a cierta hora, moverse en línea, entre otras actividades. De aquí en adelante se implementan las cátedras con funciones culturales, políticas y de economía.

Como ya lo hemos mencionado anteriormente, la educación es importante para el desarrollo de una la sociedad y para lograr la igualdad de oportunidades para todos los seres humanos. El desarrollo de la educación ha pasado por varias etapas, por ejemplo, la edificación de los símbolos alfabéticos, la invención de la imprenta y en la actualidad los medios audiovisuales como Internet, este último nos da un gran adelanto en cuanto a la información, el entretenimiento y la educación.

Hoy por hoy, la tecnología influye de manera decisiva sobre el aprendizaje, todos los días son más los niños y jóvenes que nacen con el instinto nato del conocimiento de las PC, Internet ofrece a los usuarios una gran cantidad de posibilidades para la formación a distancia, y ésta es una de las herramientas más importantes y de gran utilidad para la formación de profesores y alumnos, sin necesidad de que éstos se desplacen para ingresar a cualquier tipo de curso formativo.

Internet resulta ser una herramienta muy útil, ya que nos ahorra una cantidad de tiempo para realizar las investigaciones y por qué no, todas las tareas, pero a veces se convierte en un arma de dos filos, ya que Internet es un universo, en el que se puede viajar a la velocidad de la luz (bueno eso depende de la velocidad de tu servicio de Internet) y allí podemos encontrar cosas buenas, no tan buenas y cosas malas.

Internet tiene efectos inestables e hipnóticos, ya que a penas una persona se conecta a Internet y empieza una búsqueda de la nada, donde lo que se encuentra es desechado y lo que no se busca es lo más apreciado. Por su puesto esto no pasa en la generalidad, pero no se puede negar que uno pasa horas sentado frente a su ordenador haciendo búsquedas y las mismas páginas nos envuelven, dejando todo lo que estábamos buscando al principio a un lado y empezando nuevas búsquedas.



II. 11 FUNCIONALISMO

“La investigación funcionalista, está dada por las innovaciones tecnológicas que producen significativos cambios culturales que son reflejados por la sociología funcionalista que tiene el apogeo en el periodo de entreguerras. El funcionalismo estudia la forma con que determinados fenómenos sociales afectan al funcionamiento, la adaptación o la adecuación normal de un sistema social dado.

La corriente funcionalista aplicada a la comunicación de masas, es conocida como la Mass Communication Research, ésta estudia con los métodos de las ciencias experimentales, que impregnan la sociedad ésta asimila el funcionamiento social al de los organismos vivos” (Schneider 2004:30-33)

El funcionalismo fue un modelo teórico para estudios antropológicos, esto para la mitad del siglo XX, la teoría funcionalista se basa en las consecuencias de los medios masivos, tomando en cuenta que los elementos básicos de esta teoría nos ayudan a entender el comportamiento de las personas, tanto individualmente como a un nivel colectivo.

“Sostiene que la mejor manera de comprender un tema es analizar como se usa. En la comunicación masiva esto significa examinar el uso que el público le da a su relación con los medios.

- *nos proporciona una perspectiva para analizar la comunicación masiva*
- *genera conceptos útiles para la comprensión de la conducta de los medios*
- *nos hace darnos cuenta de los diversos beneficios proporcionados por los medios.” (Joseph 2001:31)*

Existen diferentes tipos de funcionalismo y los más significativos son:

II.11.1 El Funcionalismo Absoluto:

Éste considera que todo lo que representa a un ser humano como tal (creencias, costumbres, ideales, etc.), desempeña una función dentro de él, es algo intrínseco, una forma elemental para que éste se desarrolle en la sociedad.

Su principal exponente fue el antropólogo inglés de origen polaco, Bronislaw Malinowski (1884 - 1942), “él decía que cada sociedad, cada cultura, es un conjunto coherente, organizado e integrado” (http://www.cem.itesm.mx/derecho/sitioobservatorio/info/islas/38_A_Guide/29-Metodos-de-Analisis-P.pdf)



II.11.2 El Funcionalismo Relativizado o Funcionalismo Relativo:

Su principal exponente es Robert King Merton. (1910 - 2003), sociólogo estadounidense, graduado en la Universidad de Harvard en 1936. Profesor en Tulane y catedrático de Sociología en la Universidad de Columbia. Él afirmaba el postulado *"la unidad funcional de la sociedad, sólo es aplicable a las sociedades pequeñas, arcaicas y altamente integradas, pero no a todas, pues las sociedades en general son más complejas y diferentes"* (http://www.cem.itesm.mx/derecho/sitioobservatorio/info/islas/38_A_Guide/29-Metodos-de-Analisis-P.pdf)

Merton planteó un análisis funcional, para el estudio de la sociedad pero desde el punto de vista relativo opuesto a los que planteaba Bronislaw Malinowski y su funcionalismo absoluto.

Merton clasificaba las funciones en: MANIFIESTAS y LATENTES las primeras son las que comprendemos y queremos en un sistema social y las latentes son las que no comprendemos y no queremos.

II.11.3 El Funcionalismo Estructuralista:

Éste tiene un enfoque empleado más a las ciencias sociales (Antropología y lingüística), la raíz de esta corriente la podemos encontrar en los estudios de Émile Durkheim, y más adelante en los estudios desarrollados en el área de la antropología social británica por parte de Bronislaw Malinowski y Alfred Reginald Radcliffe-Brown y uno de los más reconocidos, es el estadounidense Talcott Parsons, él apuntaba al estudio de la sociedad misma y su cultura para encontrar las funciones esenciales que caracterizan a cada individuo o a grupos de personas.

"En el caso de Parsons, el individuo pierde su creatividad y libertad a través del concepto de rol / status, acción regulada a partir de la introyección de las normas y valores y la doble contingencia." (http://es.wikipedia.org/wiki/Talcott_Parsons)

El Macrofuncionalismo (Sistemas a gran escala) y el Micro Funcionalismo (hacia pequeños grupos) son otras escuelas que se consideran dentro del Funcionalismo.



III. MARCO METODOLÓGICO

III.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio es de tipo descriptivo, pues se refiere un fenómeno en particular; y con un enfoque funcionalista debido a que se basa en la búsqueda de la diversidad de costumbres y sus funciones, *“El funcionalismo estudia la forma con que determinados fenómenos sociales afectan al funcionamiento, la adaptación o la adecuación normal de un sistema social dado”* (Schneider 2004:30). Es por ello, que necesitamos saber cómo es utilizada la Internet por los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

III.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo poblacional de esta investigación, son los estudiantes de Publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la carrera de Publicidad en el segundo, cuarto y sexto semestres de la jornada vespertina, de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el año 2007.

III.3. TÉCNICA:

III.3.1 TÉCNICA DE MUESTREO

En este estudio se utilizó el **muestreo aleatorio simple**, ya que ésta es la técnica de muestreo más conocida y una de las que nos garantiza mayor confianza a nivel científico, dando la flexibilidad de poder elegir cualquier elemento del universo.

III.3.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z_v^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z_v^2 p * q}$$

(Rivera, 2004:101)



Donde las variables corresponden a:

n = Número de la muestra

N = Universo

e2= Error de riesgo admitido.

Z = Puntuación correspondiente al riesgo

p = Nivel de confianza

q = 100 – p

Conociendo que nuestro Universo está constituido por 215 alumnos aproximadamente en la carrera técnica de publicidad en la jornada vespertina, la fórmula quedaría de la siguiente manera:

$$n = \frac{1^2 * 50 * 50 * 215}{3^2 (215 - 1) + 1^2 * 50 * 50} = 121$$

La muestra es entonces de **120** estudiantes de los semestres mencionados, que se investigaron con el fin de recabar la información necesaria para este estudio. Cabe hacer la aclaración de que hay dos secciones del segundo semestre, dando un total de 30 estudiantes por sección.

| SEMESTRE | # DE ENCUESTADOS | % DE LA MUESTRA |
|-------------|------------------|-----------------|
| SEGUNDO "A" | 30 | 25% |
| SEGUNDO "B" | 30 | 25% |
| CUARTO | 30 | 25% |
| SEXTO | 30 | 25% |

III.3.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Encuesta modalidad cuestionario, ya que es una forma de compilar la información que buscamos y que obtendremos al sondear a nuestra muestra que son los estudiantes de la Jornada Vespertina de la carrera técnica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para un análisis subsiguiente y recolección de datos más reales y fidedignos.



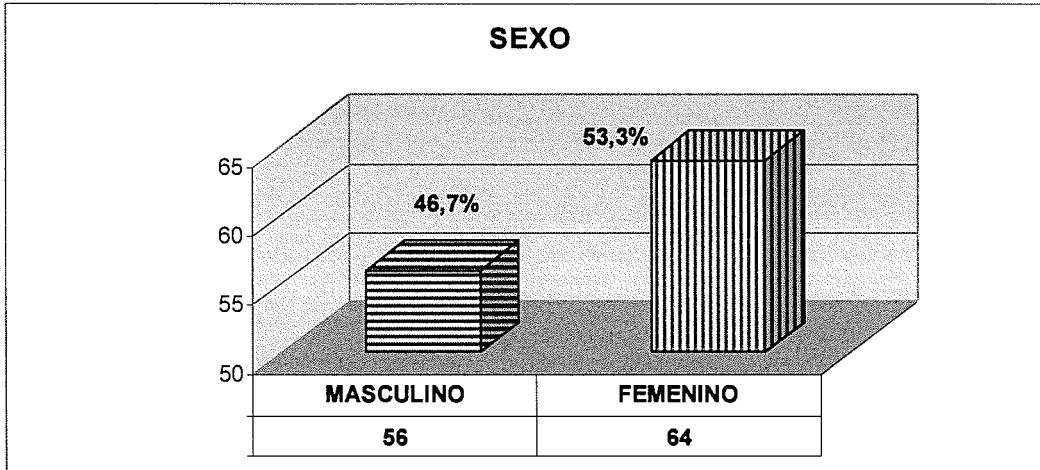
III.3.4 INSTRUMENTOS

Un cuestionario, conformado de una serie de preguntas dicotómicas, opciones múltiples y abiertas, para recopilar la información necesaria para la investigación (adjunto), dirigida a nuestra muestra que son los estudiantes del segundo, cuarto y sexto semestre de publicidad profesional del año 2007.

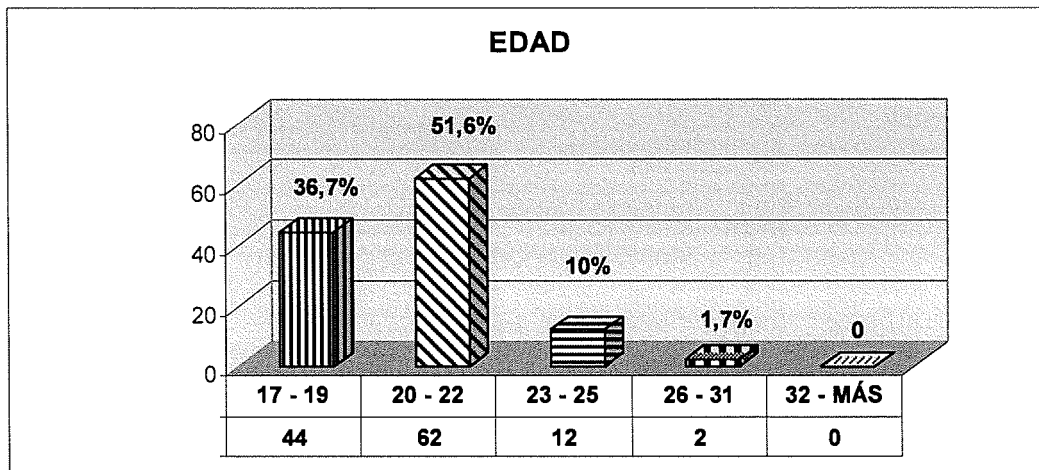


MARCO OPERATIVO
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

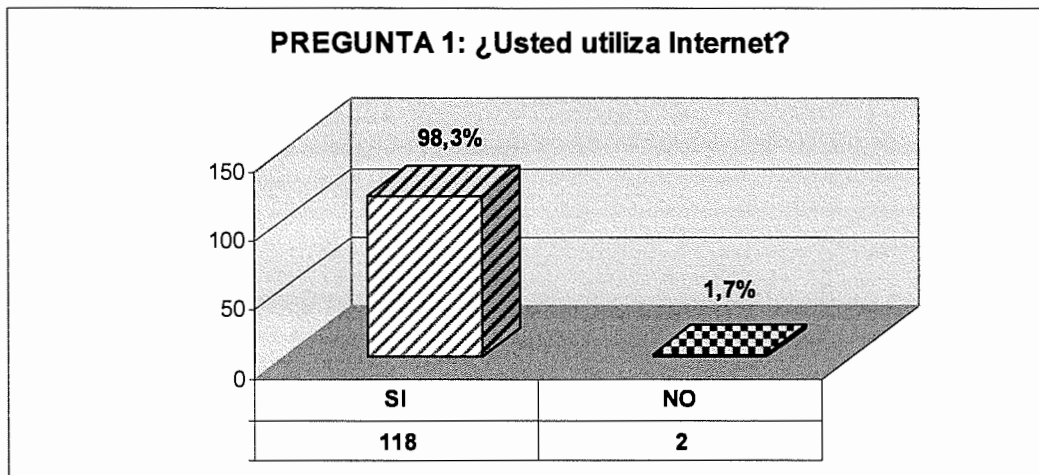
En la gráfica se puede observar un 64% que favorece al sexo femenino, mientras que en un 56% pertenece al sexo masculino.



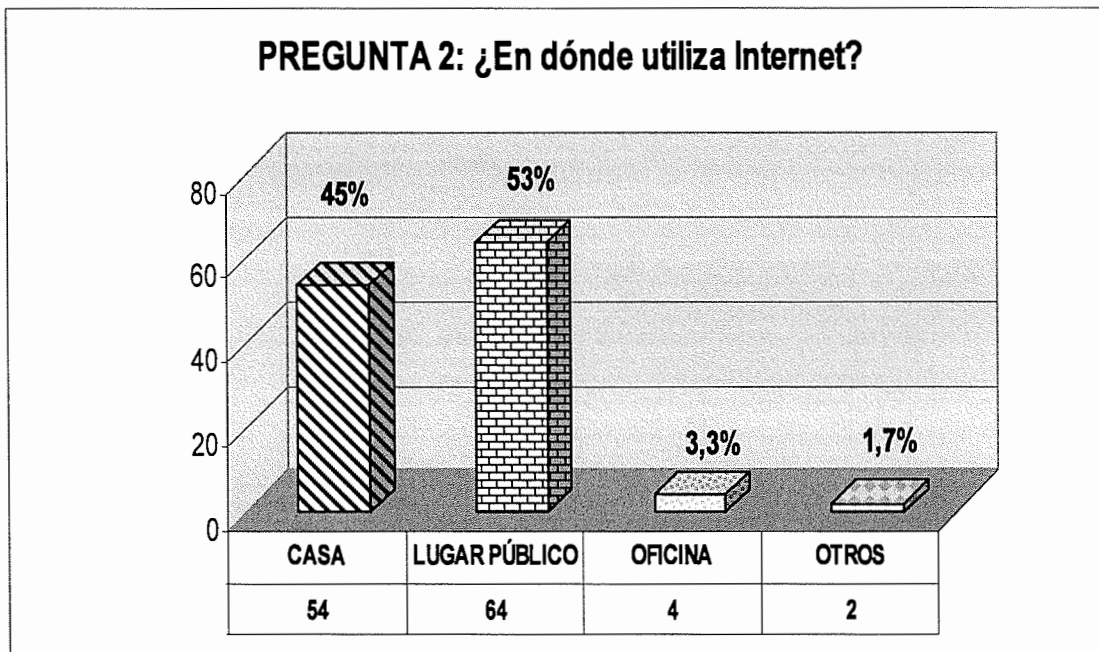
En cuanto a la edad de nuestra muestra, el 51.6% pertenece al rango de 20 a 22 años siendo este el mayor porcentaje. Mientras que en el rango de 17 – 19 años ocupa un segundo puesto con el porcentaje de 36.7%, un 10% las edades de 23 – 25 años y con solo 1.7% el rango de edades del 26 – 31 años.



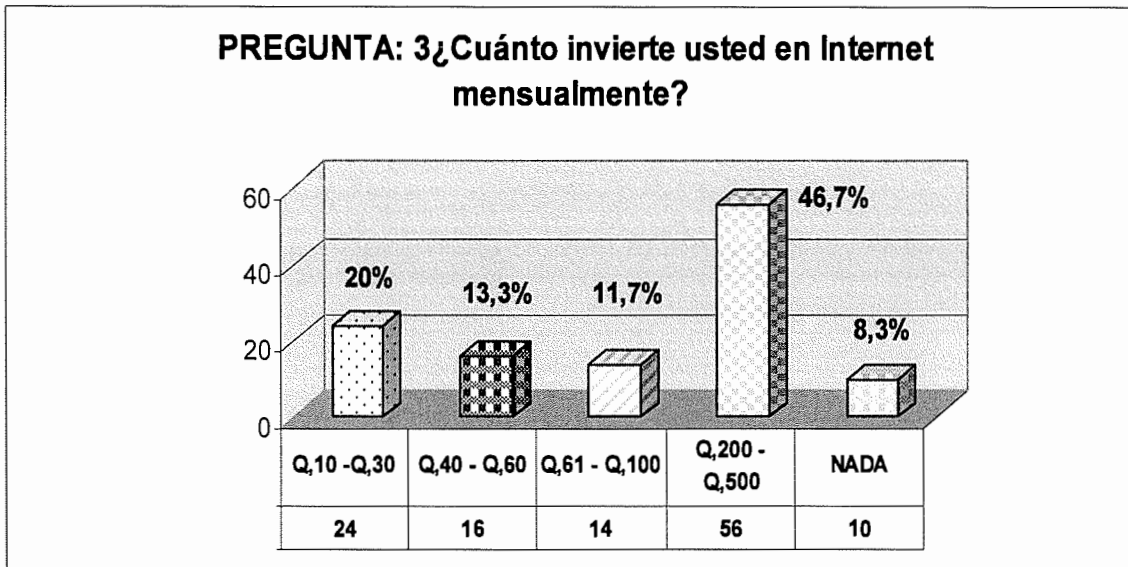
¿Usted utiliza Internet? Podemos observar que la gran mayoría de nuestros entrevistados si utilizan el internet.



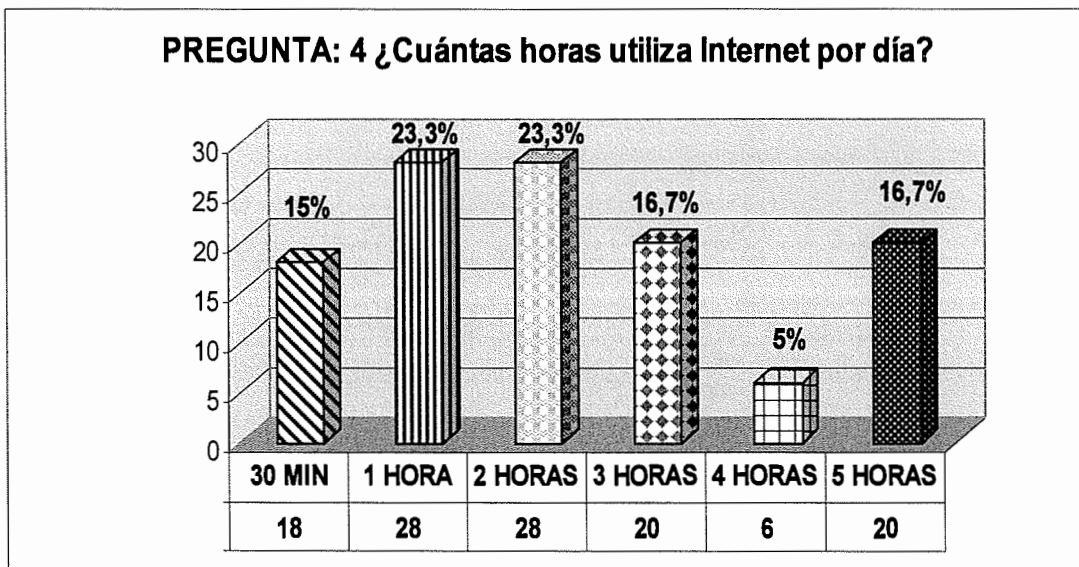
Según muestra nuestra investigación el 53% lo utiliza en lugares públicos, mientras que un 45% lo utiliza en casa habiendo poca diferencia entre estos dos. Mientras que un 3.3% lo utilizan en las oficinas y un 1.7% en otros lugares.



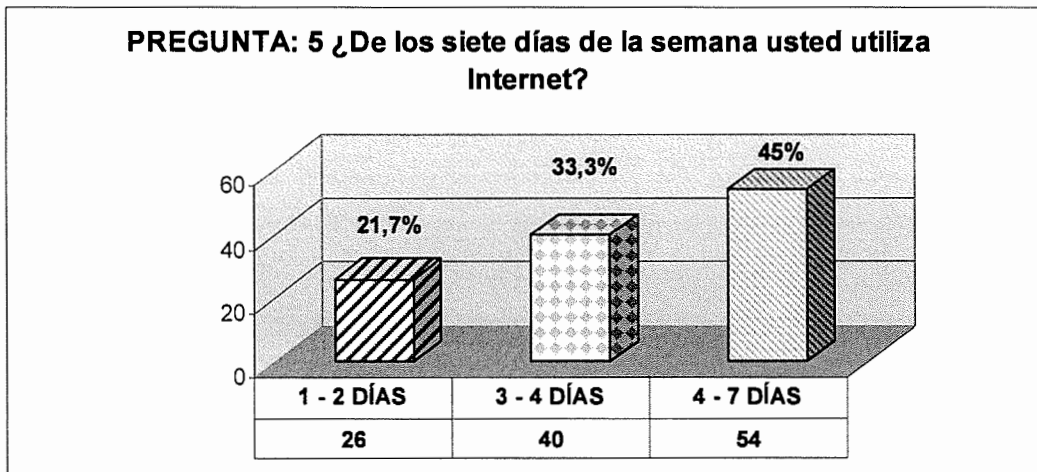
Como podemos observar el 46.7% equivalente a 56 entrevistados gasta de Q200 a Q500 mensuales por conexión a internet, mientras que en una gran diferencia el 8.3% que son 10 entrevistados dijo que no gasta nada.



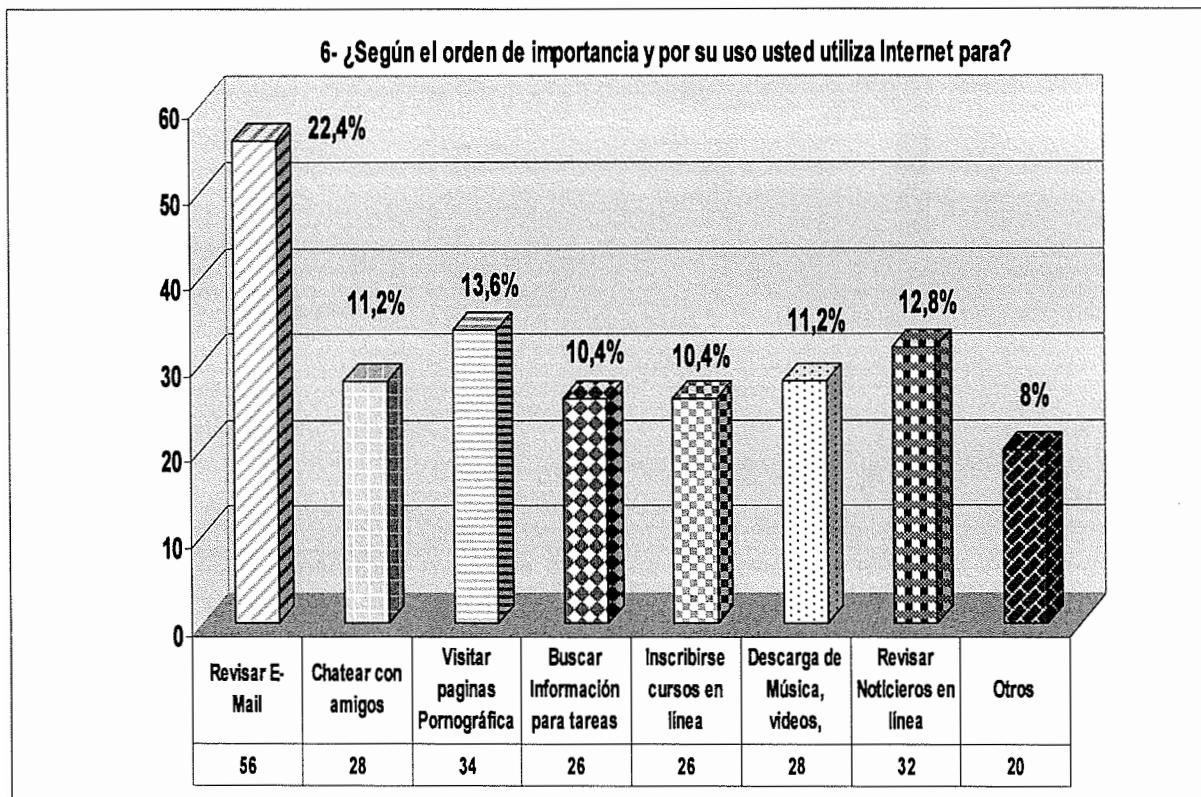
Entre una y dos horas podemos ver que hay igualdad en un 23.3% siendo este el porcentaje más alto, mientras que solo el 5% lo utiliza cuatro horas por día.



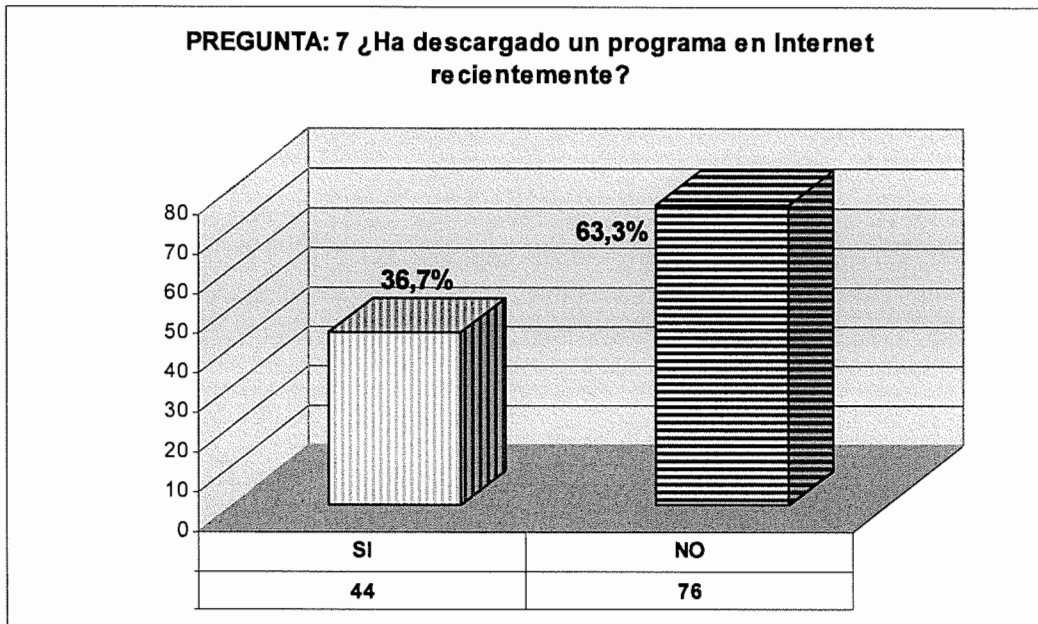
Podemos observar que el 45% de los entrevistados lo utilizan de 4 – 7 días, el 33.3% lo utilizan de 3 – 4 días, mientras que el 21.7% lo utilizan de 1 – 2 días.



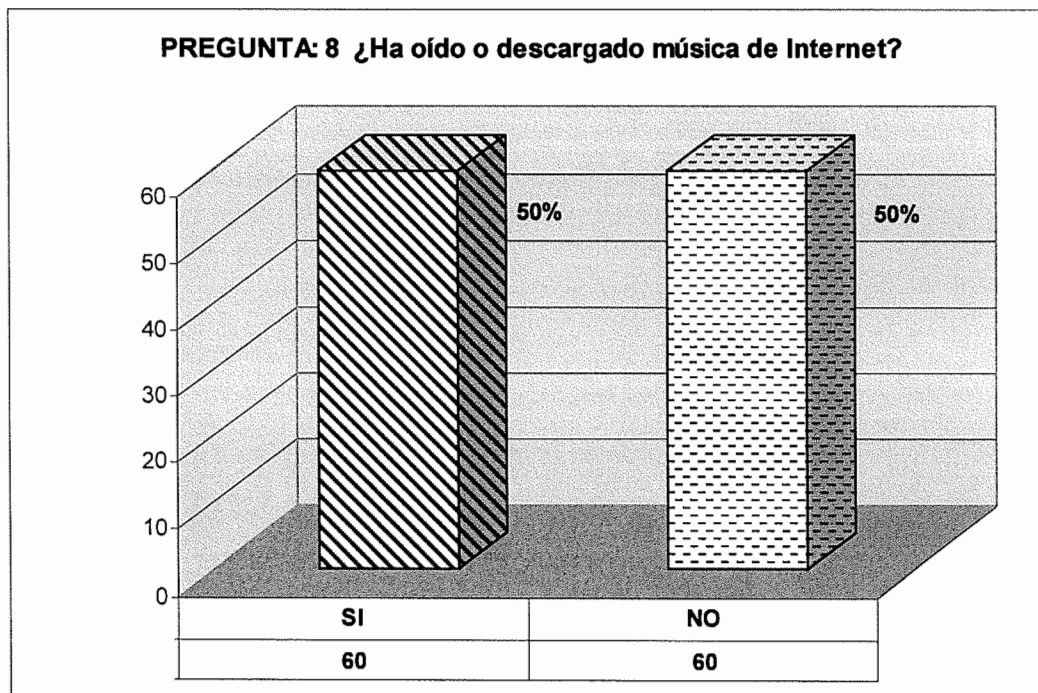
El 22.4% respondieron que lo usan para revisar su E-mail, mientras que el 11.2% los usan para chatear con sus amigos, el 13.6% para visitar páginas pornográficas, 10.4% lo usan para buscar información para realizar sus tareas, otro 10.4% se inscriben a cursos en línea, mientras que el 11.2% se dedican a bajar música, video, programas entre otros, 12.8% lo usan para revisar noticieros en línea y por último el 8% restante lo usa para utilizar visitar bitácoras.



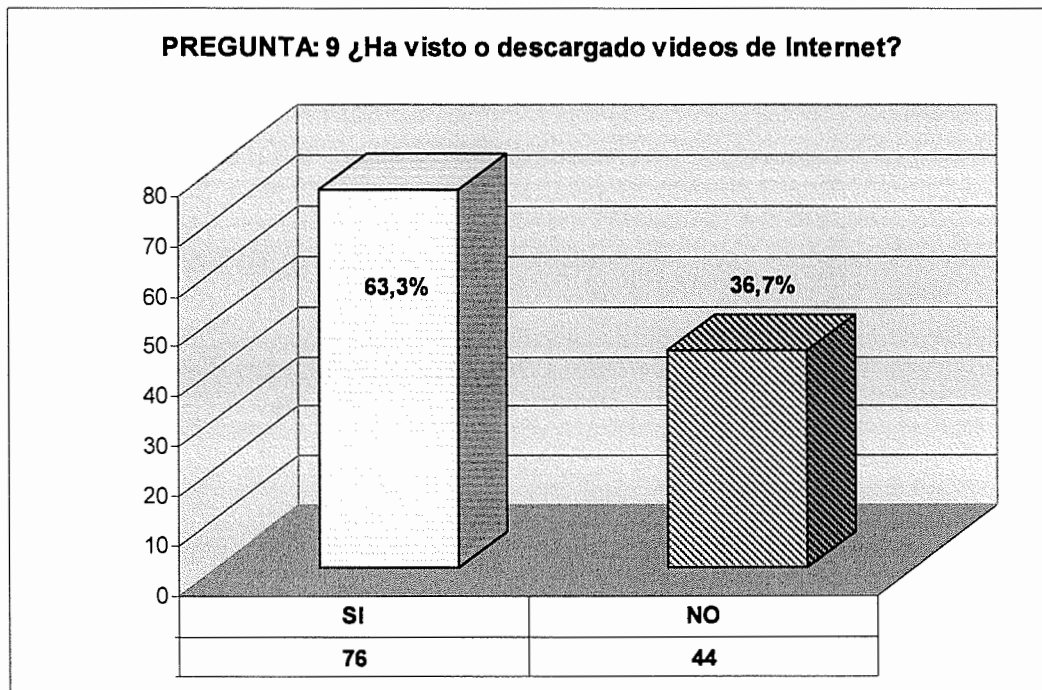
El 63.3% dijo que no ha descargado ningún tipo de software de Internet, mientras que el 36.7% declaró sí haberlo hecho.



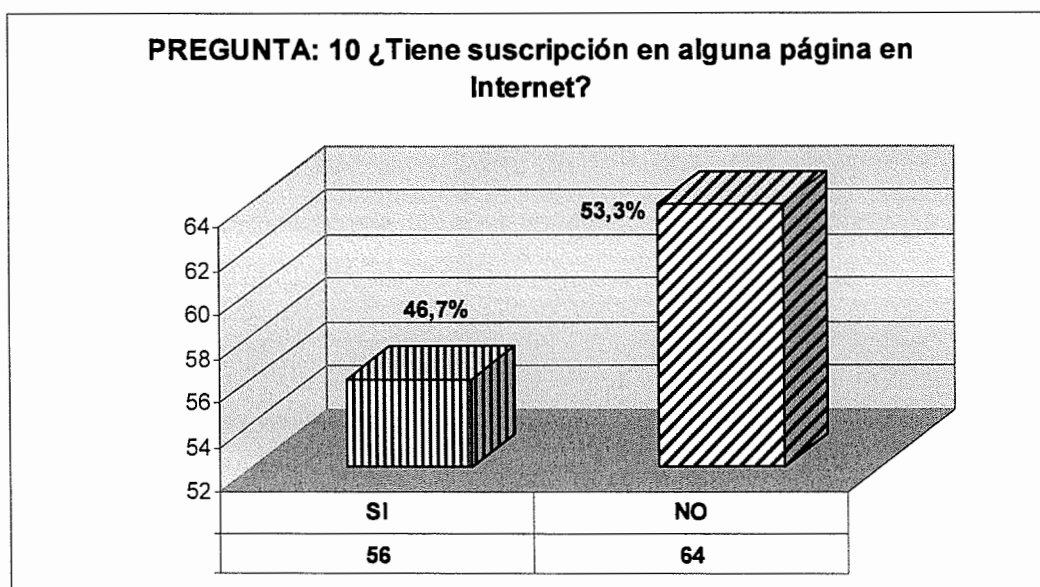
Un 50% respondió que si ha oído o escuchado música de Internet, mientras que el otro 50% dijo que no ha escuchado.



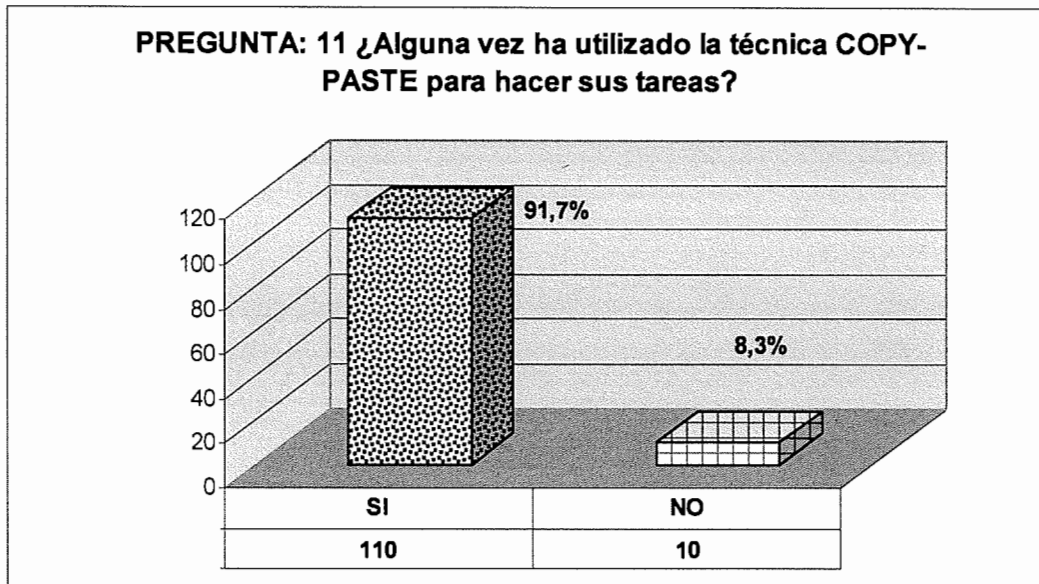
El 63.3% dijo si haber visto o descargado videos de la red, mientras que el 36.7% dijo que no lo ha hecho.



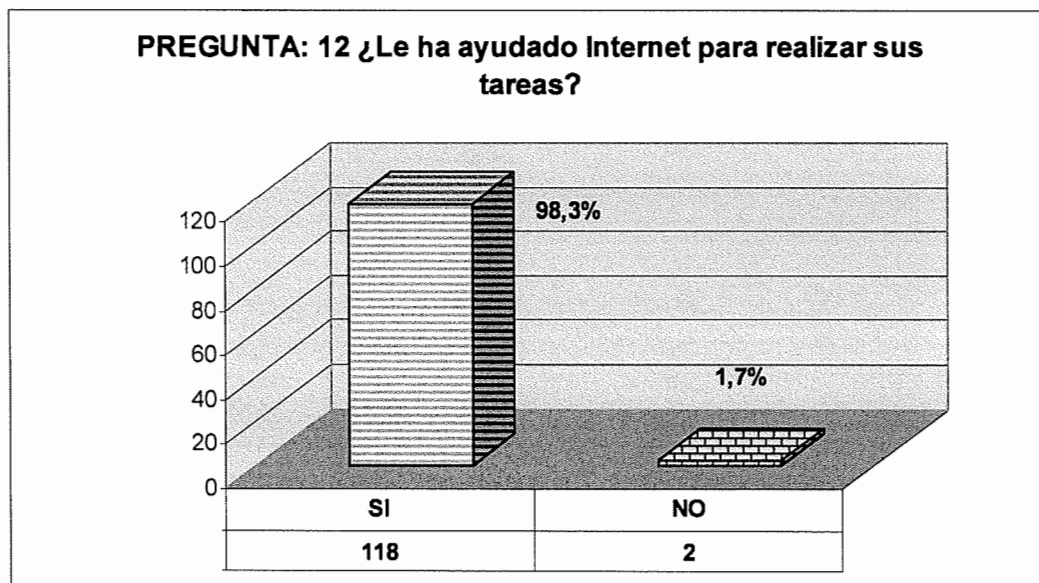
Solo un 46.7% disponen de suscripción en alguna página en Internet, mientras que por el otro lado el 53.3% no posee una suscripción.



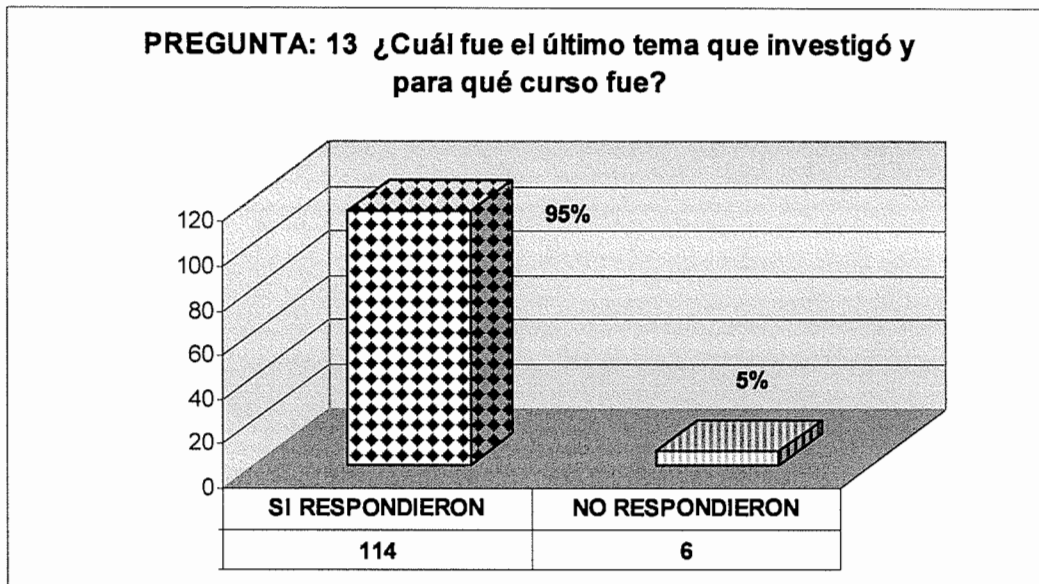
Un mayoritario 91.7% respondió que si lo ha utilizado alguna vez para realizar sus tareas, mientras que sólo el 8.3% no lo ha usado.



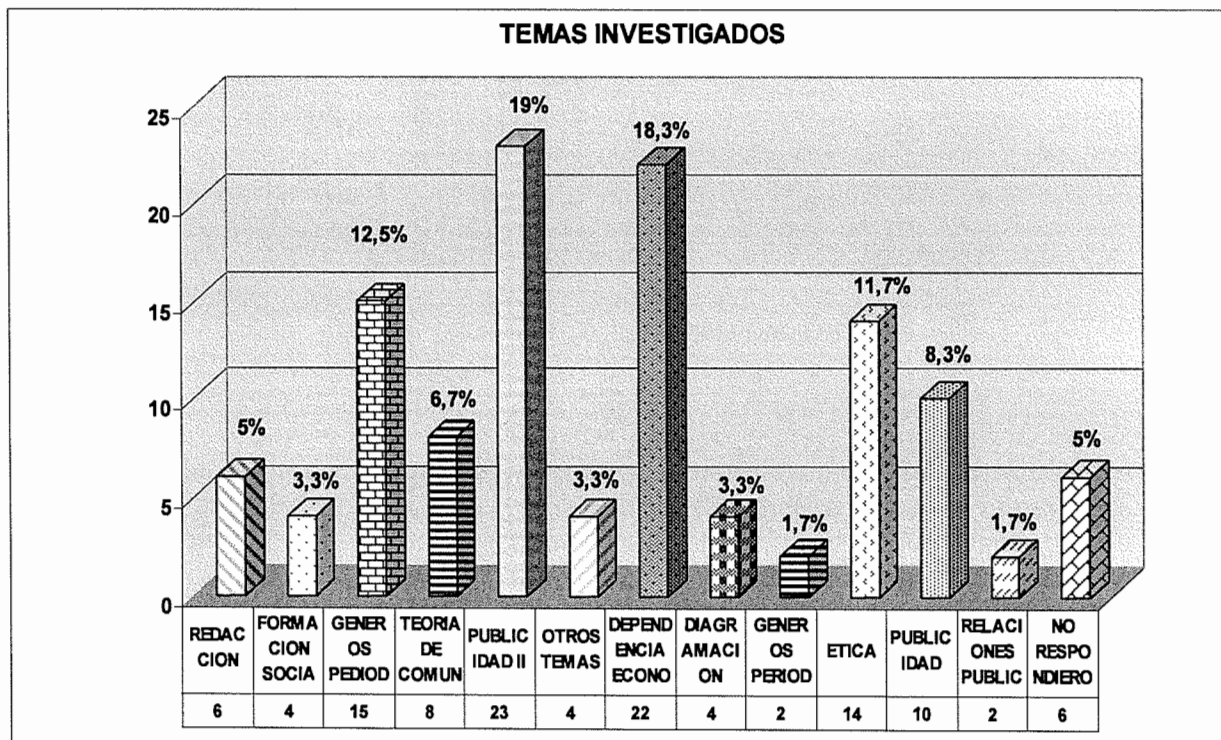
El 98.3% de los estudiantes coincidieron que si les ha ayudado a realizar sus tareas, pero por otra parte el 1.7% declaró que Internet no les ha servido para ejecutar sus tareas.



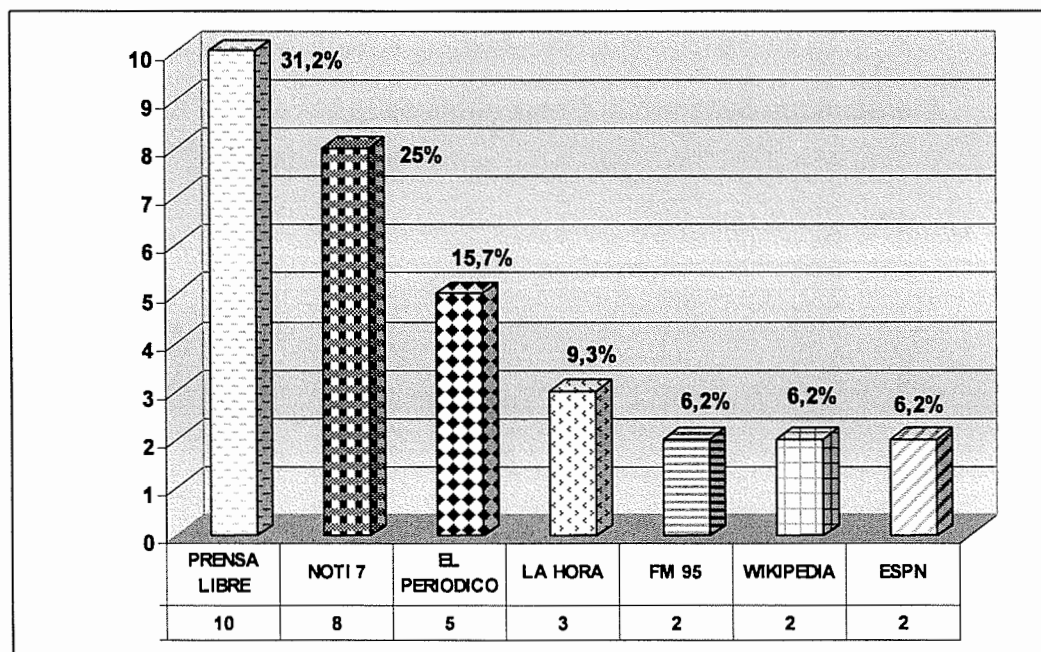
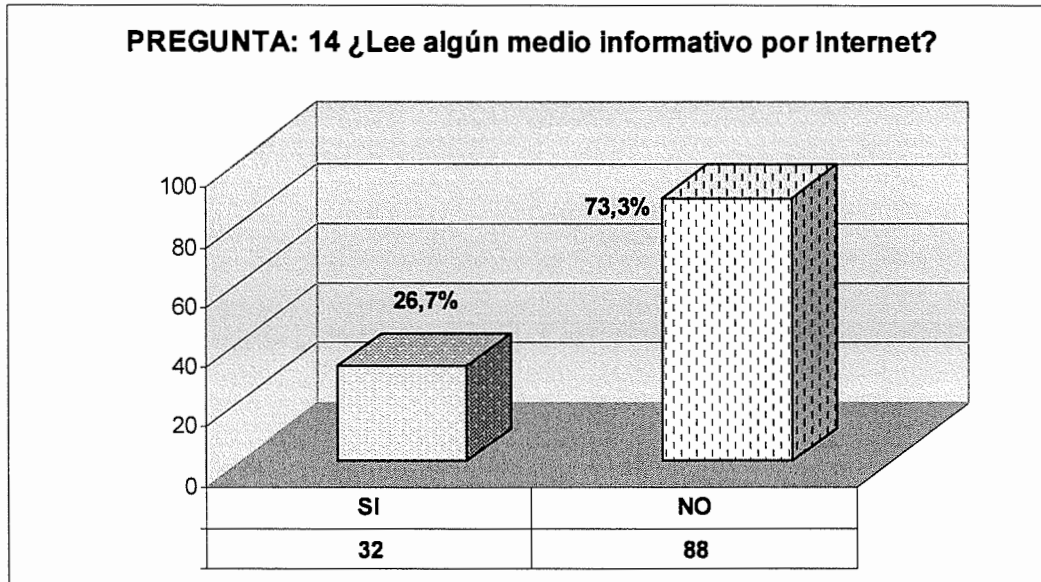
El 95% si respondió a esta interrogante, mientras que el 5% no contestaron a esta pregunta.



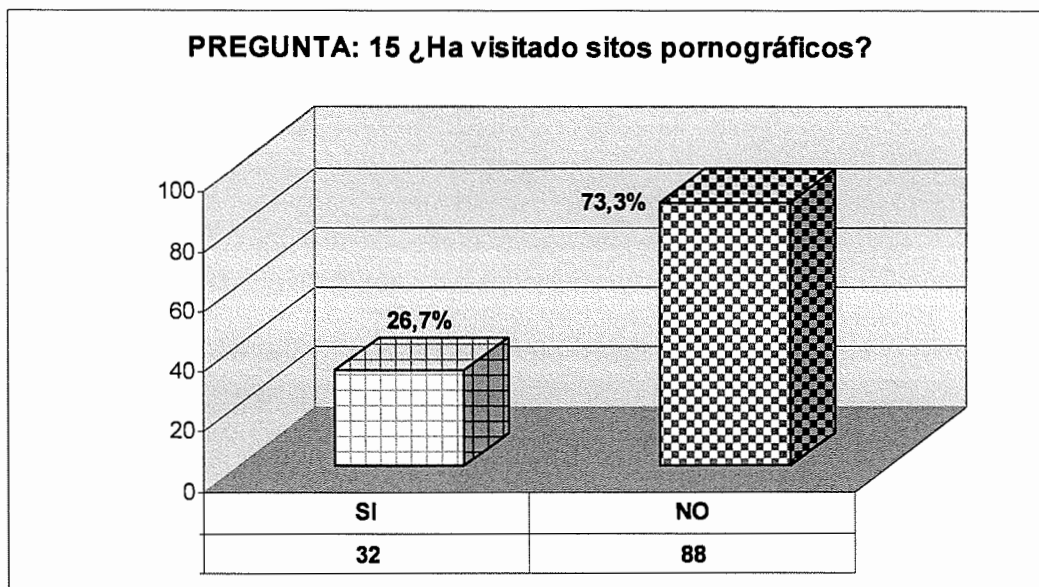
El 5% dijo que redacción, 3.3% mencionaron Formación Social, un 12.5% dijo que Géneros Periodísticos, 6.7% Teoría de Comunicación Masiva, el 19% indico que Publicidad, 3.3% otros temas, el 18.3% dijo que Dependencia Económica, el 3.3% dijo que Diagramación, mientras que el 1.7% menciona Géneros Periodísticos, 11.7% mencionaron Ética, 8.3% dijeron que Publicidad IV, el 1.7% dijo que Relaciones Publicas y el 5% no respondió.



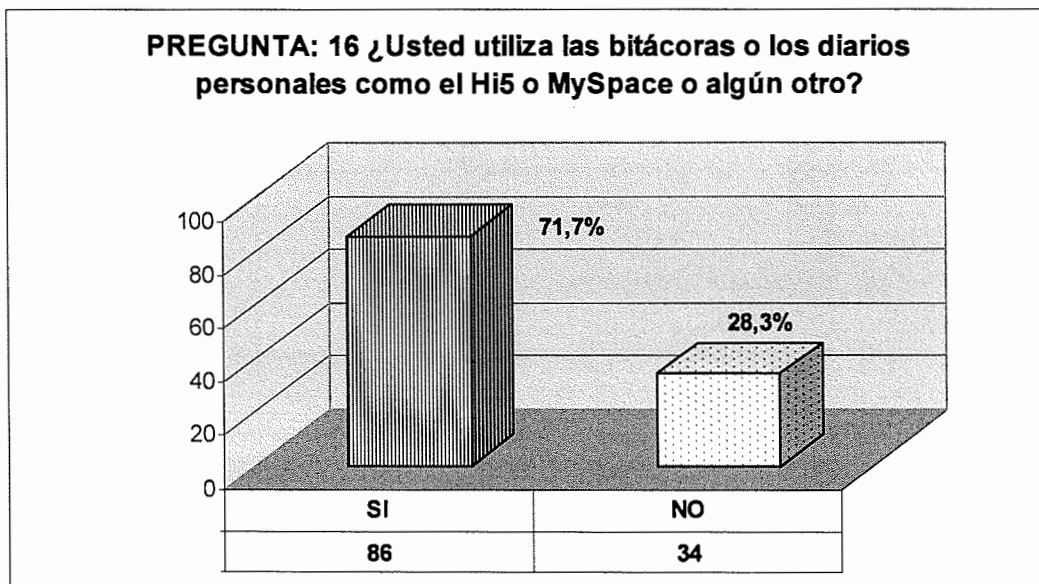
El 26.7% declararon que si leen algún medio por Internet, mientras que el restante 73.3% dijeron no hacerlo.



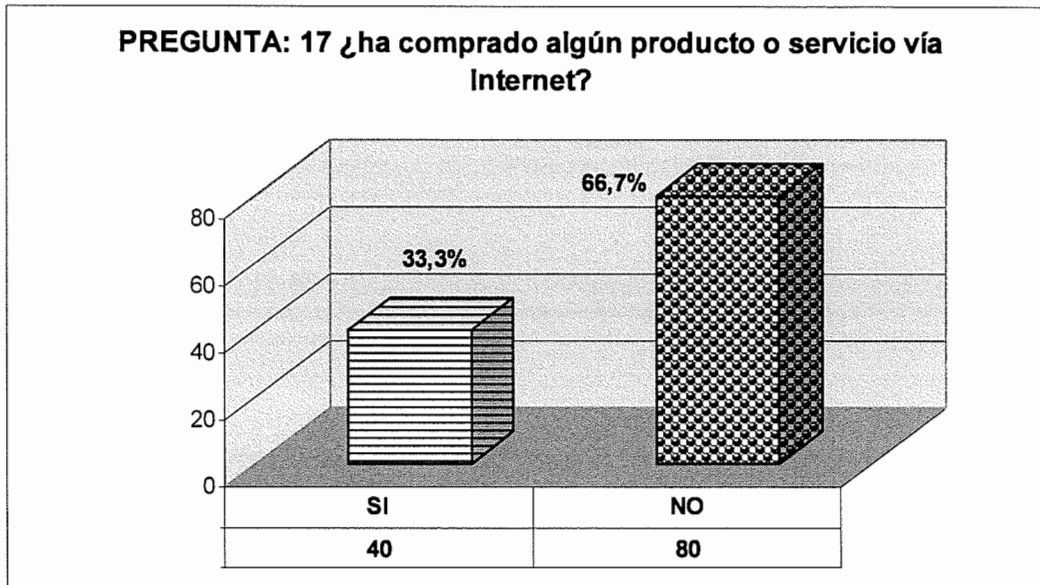
El 26.7% dijeron si haber visto alguna vez sitios pornográficos por la red, mientras que el 73.3% dijeron que nunca lo han hecho.



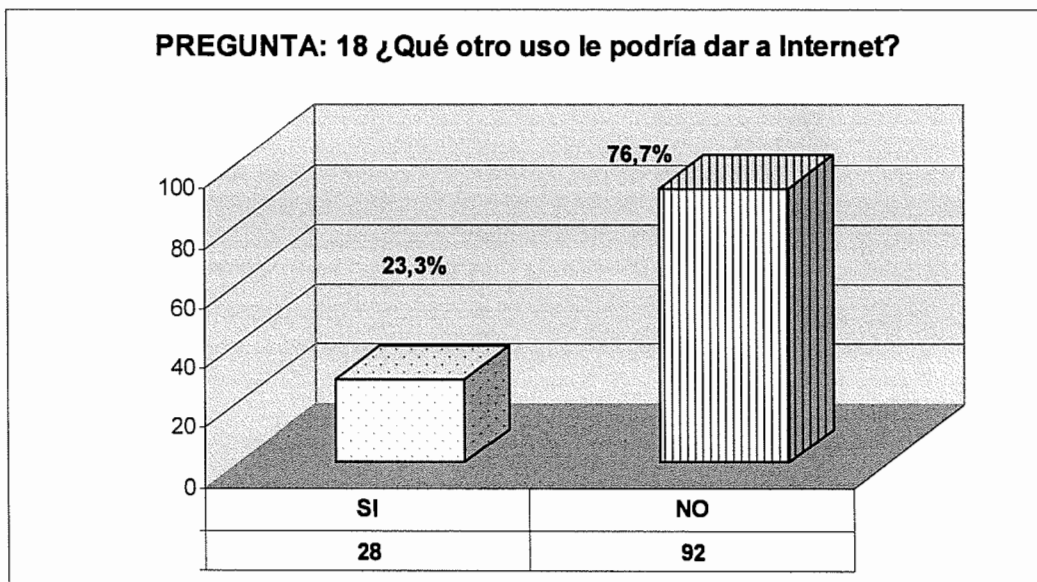
A mayor parte de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación poseen su bitácora personal, ya que un 71.7% declaro si poseer una, mientras que el otro 28.3% dijo no tener una.



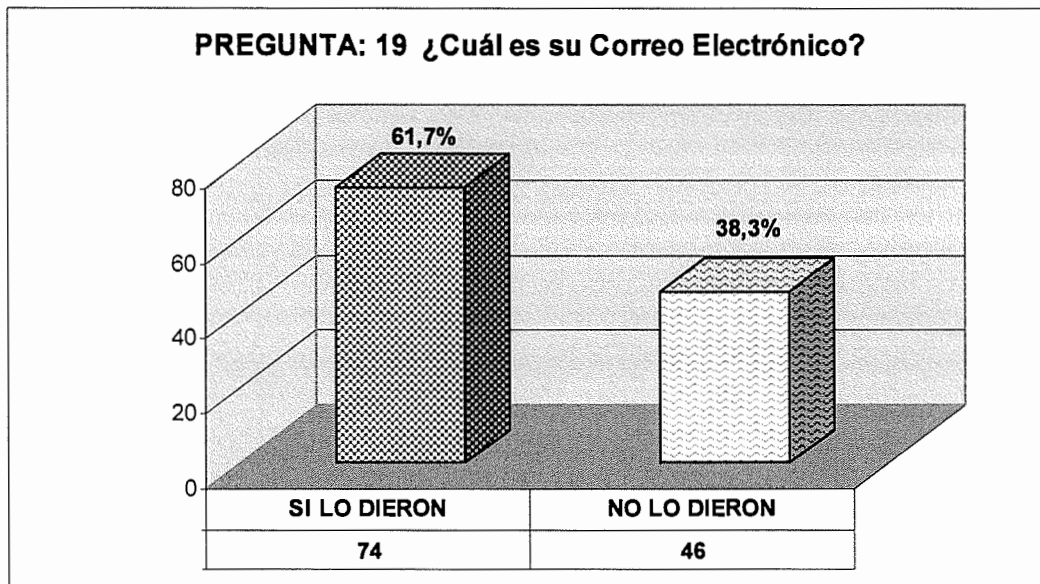
El 33.3% declaró si haberlo hecho, mientras que el restante 66.7% dijo que no lo ha hecho.



Sólo el 23.3% respondió a esta pregunta, mientras que el 76.7% no contestaron nada.

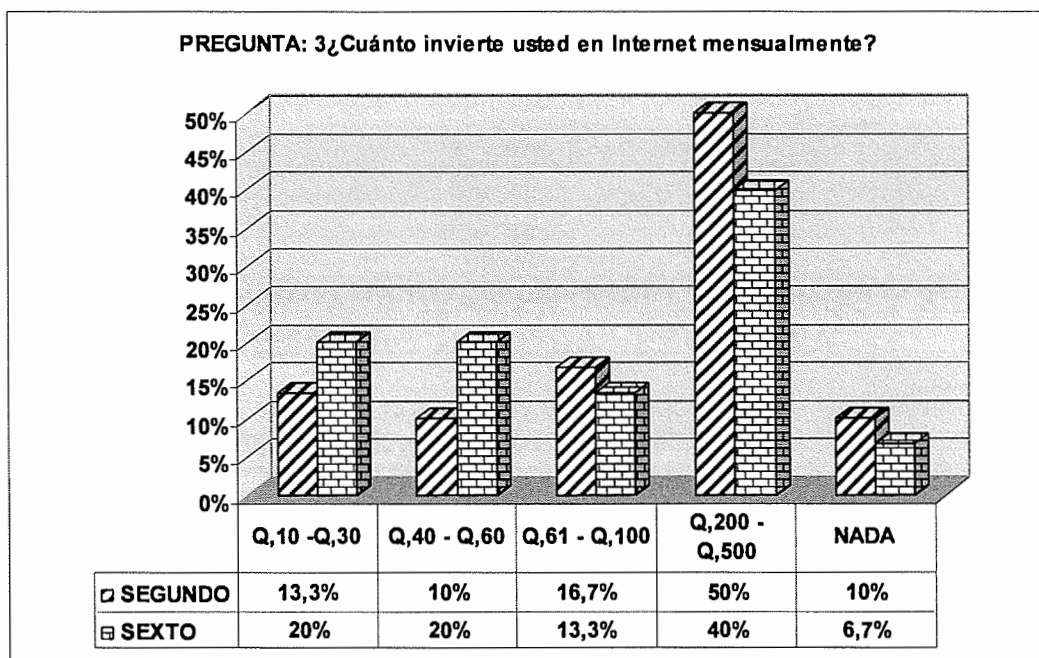


A esta pregunta el 61.7% si dieron su Correo Electrónico, mientras que el otro 38.3% no lo dieron.

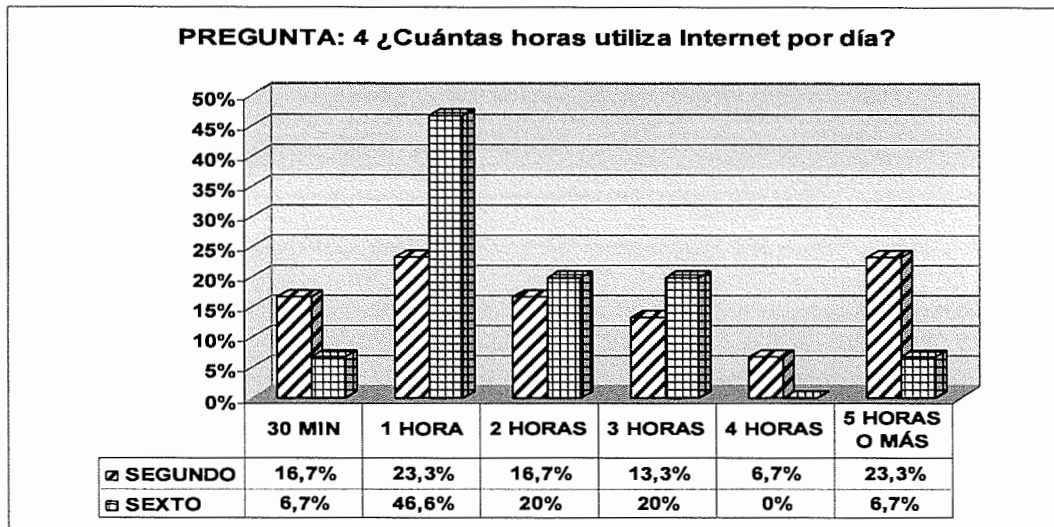


GRÁFICAS COMPARATIVAS ENTRE EL SEGUNDO Y SEXTO SEMESTRE JORNADA VESPERTINA

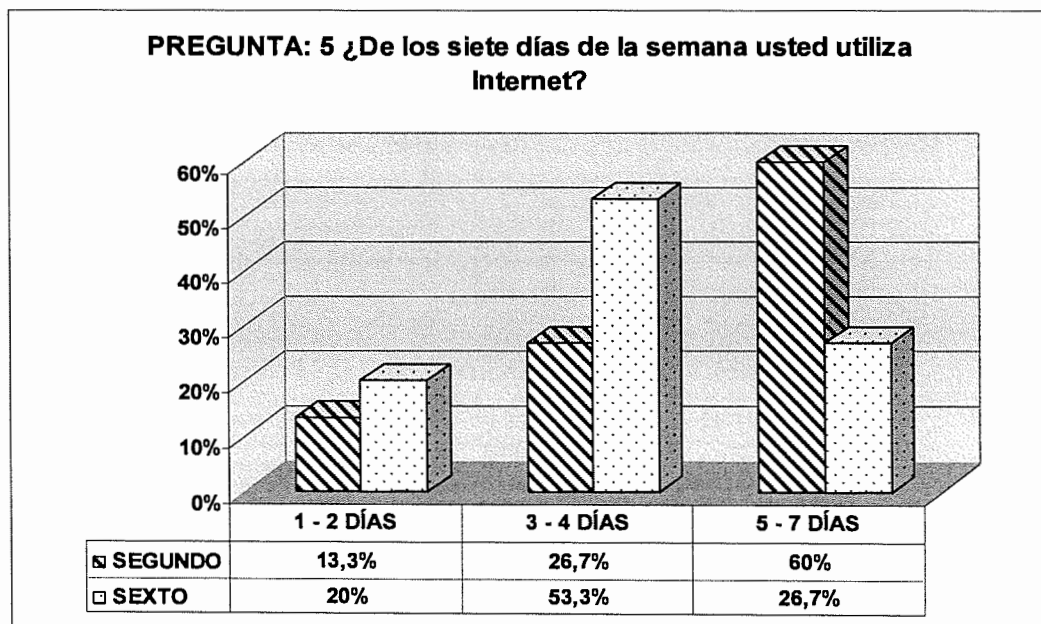
Como puedes observar en la gráfica hay diferencias significativas en el uso y lo que se invierte en Internet. Podemos observar que el 13% del segundo semestre gasta entre 10 y 30 Quetzales comparado con un 20% del sexto semestre. Mientras que 10% del segundo semestre y un 20% del sexto gastan de 40 a 60 Quetzales. El 16.7% del segundo semestre gasta entre 61 y 100 Quetzales al igual que el 13.3% del sexto semestre. Un 50% del segundo y un 40% del sexto gastan entre 200 y 500 Quetzales. Y por último el 10% del segundo dijo que no gasta nada al igual que un 6.7% del sexto.



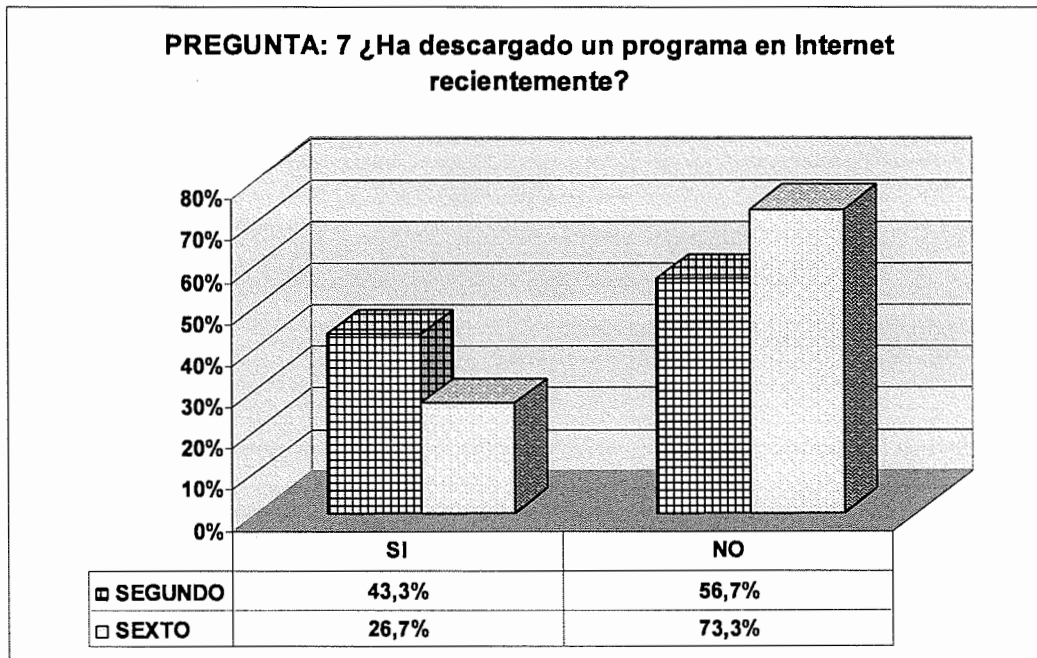
En el segundo semestre los datos son los siguientes: el 16% mencionó que lo utiliza por 30 minutos, el 23.3% lo utiliza por una hora, el 16.7% declaró que lo usa por dos horas, el 13.3% lo usa por tres horas, mientras que el 6.7% dijo que lo usa por cuatro horas y el 23.3% lo usan por más de cinco horas. En el sexto semestre el 6.7% dijo que lo utiliza por 30 minutos, 46.6% lo usa por una hora, mientras que el 20% lo utiliza por dos horas, el 13.3% lo usa tres horas, mientras que el 6.7% 4 horas, y el 23.3% lo usan más de cinco horas.



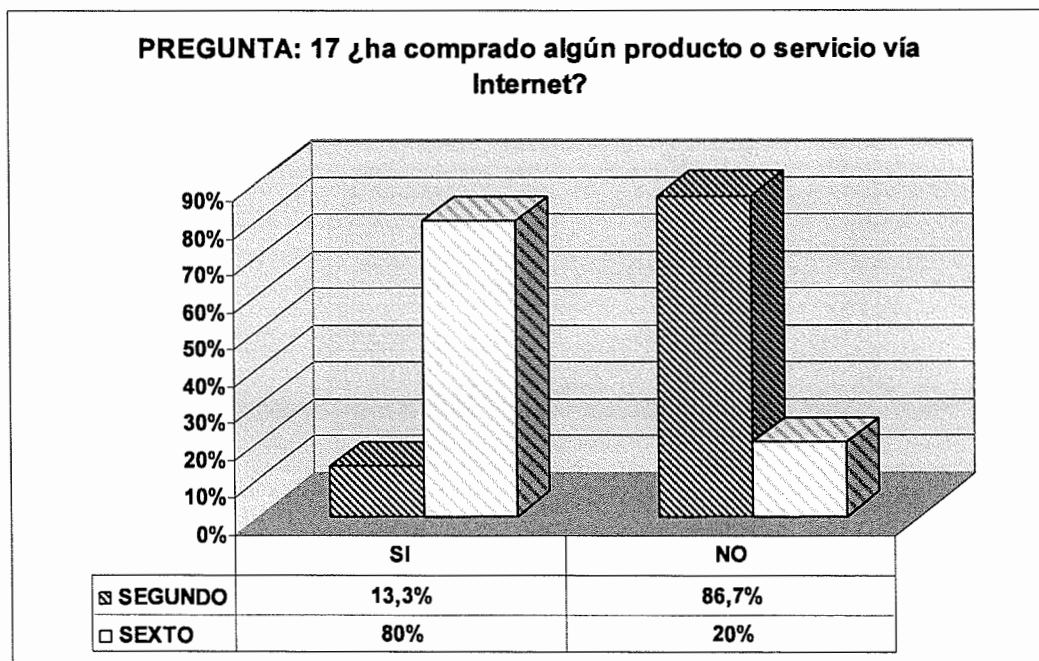
En el segundo semestre el 13.3% respondió que lo usa de 1-2 días, el 26.7% dijo que de 3-4 días y el 60% dijo que de 5-7 días de la semana. Mientras que en el sexto semestre, el 20% respondió que lo usa de 1-2 días, mientras que el 53.3% dijo que lo usa de 3-4 días y el 26.7% dijo que lo utilizan de 5.7 días.



En el segundo semestre estos son los resultados, el 43.3% dijo que si ha descargado algún programa de Internet, mientras que el 56.7% dijo que no lo ha hecho, por otra parte en el sexto semestre el 26.7% dijo que si ha descargado programas de la red, y el 73.3% ha dicho que no.



El 13.3% respondió que sí ha comprado por medio de la red, mientras que el 86.7% dijo que no. En el Sexto Semestre el 80% dijo que si y el 20% dijo que nunca ha comprado por Internet.



CONCLUSIONES

- Se estableció que el 47.2% de la totalidad de la muestra utiliza la Internet como un medio de entretenimiento, puesto que el 22.4% utiliza el e-mail (con fines sociales); el 11.2% a chatear con amigos y el 13.6% a visitar sitios pornográficos. Lo que nos lleva a afirmar que la mayoría de los estudiantes de segundo, cuarto y sexto semestres de la jornada vespertina utiliza la Internet dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, como una forma de entretenimiento.
- Se determinó que la mayoría de nuestros entrevistados pertenecen al género femenino (53.3% y 46.7% al masculino) la gran parte están comprendidos entre las edades de 20 a 22 años (51.6%) al empezar a realizar el análisis final se puede observar que un gran mayoría de la muestra utilizan Internet (98.3%) y una gran parte la usan en lugares públicos (53%); pero otro segmento lo usa en sus casas (45%); esto es importante a razón que nos indica un mayor uso de la misma, debido que nuestra muestra la utiliza de cuatro a siete días de la semana (45%); En intervalos de una a dos horas diarias (46.7%).
- En base a los datos obtenidos sólo el 26.7% consultan medios de comunicación en Internet. Por lo tanto, las páginas Web de medios de comunicación más visitadas de este sector de la muestra corresponde a: Prensa Libre 8.3%, Noti 7 6.6%, El Periódico 4.1% y La Hora 2.5% y el restante 4.8% corresponde a otros como radios y programas deportivos internacionales.
- La investigación reveló, que el 26.7% de la población estudiada de la Escuela de Ciencias de la Comunicación visitan sitios pornográficos. Es importante hacer hincapié, que los estudiantes del segundo semestre presentan la mayor cantidad de visitas a estos sitios con un 36.7%
- Los datos obtenidos indican que el 10.7% utilizan Internet para inscribirse a cursos en línea.
- El 98.3% de los estudiantes ha utilizado Internet para la realización de sus tareas. Y un 91.7% ha utilizado la técnica del copy-paste, para la elaboración de las mismas.



RECOMENDACIONES:

- Se recomienda a los estudiantes hacer uso adecuado y correcto de Internet, como una amplia fuente de información que sirva para la elaboración de trabajos investigativos de mayor contenido y calidad. Y no convertir a la Internet, en un instrumento de degeneración en el proceso enseñanza-aprendizaje. Asimismo, se aconseja evitar la técnica del copy-paste cuando no tiene un fin referencial, porque el uso de este podría ser considerado plagio por el autor.
- Se sugiere a los docentes, realizar una revisión más detallada de los trabajos investigativos y tareas encomendadas a los estudiantes. Y de alguna manera sancionar a aquellos que utilicen plagio parcial o total de la investigación de algún otro autor o investigador, para frenar de esta manera el crecimiento desmedido de la técnica del copy-paste, que impide el adecuado desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Al Centro de Investigaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se requiere, la indagación a fondo, de las posibles causas y soluciones para la reducción de esta problemática (técnica copy-paste), que mengua la enseñanza y que da como resultado la mediocridad en gran parte de los egresados. Que además empañan la imagen de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y sus docentes y como consecuencia la de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



ANEXOS

También son llamadas caritas, smiley en inglés, el emoticon es una secuencia de caracteres del teclado, y esto para dar importancia a una oración o simplemente para poner algo gráfico en nuestras conversaciones. Estos tienen más de 25 años de ser implementados.

| | |
|--------------------------|---------------------------------------|
| :-) ó (-: ó :) ó (: ó =) | Sonrisa |
| :-D ó :D ó =D | Risa |
| :(ó)-: ó :(ó): D: | Tristeza |
| :P ó =P ó :-P ó =P | Sacando la lengua |
| :'(ó ='[ó :_(| Llora |
| =0 ó :-0 | Susto o asombrado |
| =8-0 | Muy asustado o muy asombrado |
| :-*) ó :*) | Sonrojado/a me sonrojas |
| :-X ó X-: | No dice nada, se ha quedado mudo |
| ;-) ó ;) | Guiña un ojo |
| 8-) ó (-8 | Lleva gafas |
| q=D ó (-:b 6 | Lleva una gorra |
| :o ó o-: ó :o ó o: | Sorpresa |
| *-* *o* * _ * | Maravillado |
| <3 | Corazón |
| *_* | Babear |
| =^.^= | gato |
| :\$ | enojando |
| <<@ @>> | borracho con vértigo |
| ~~~~> <~~~~ | llorando a mares |
| O///OÜ o >///< | vergüenza |
| ^_^U o -_-! o ^_^' | gran gota de sudor (como en el anime) |
| ^^^a | rascándose la cabeza |
| (^-^)/~~ | saludando |
| (-_-#) | enojado |
| ò_ò# | extremadamente enojado |
| (((((;^^)/ | yéndose corriendo |
| d:~) | Jugador de béisbol |
| *< :o> | Papá Noel |
| *< :~) | Fiesta |
| @@@@:~) | Marge Simpson |
| _8(V) | Homer Simpson |
| _8(I) | Homer Simpson |

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Emoticon>)



IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS, HEMEROGRÁFICAS, ELECTRÓNICAS

ALBIZÚREZ Palma, Francisco. 1990. Manual de Comunicación Lingüística. Colección de textos Vol. No. 10. Editorial Universitaria, Guatemala, C.A.

Aqueche Soto, Ana Alejandra. 2004. Internet es una herramienta de Investigación. ECC-USAC 16 T (409) 60 p.

AVENDAÑO Amaya, Ismael. 2003. Acercamiento a la investigación en comunicación. Paz Editores. Guatemala

Berlo, David K. 2000. El Proceso de la Comunicación - Introducción a la teoría y a la práctica. Editorial El Ateneo 2da edición. Buenos Aires, Argentina

Bustamante, Enrique (Coordinador) octubre 2002. Comunicación y cultura en la era Digital Editorial Gedisa primera edición Barcelona.

Belteón Carrillo de Gálvez, Nidia Zulema. 1997. Internet como nuevo medio de comunicación.

Brünner, José Joaquín. 2003. Educación e Internet ¿la próxima Revolución? Fondo de Cultura Económica, Chile S.A. Biblioteca E.C.C.

Castellanos Diéguez, Gabriela 2006. Los Paradigmas Comunicacionales en la elaboración de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC

Chávez Zepeda, Juan José 1994. Elaboración de Proyectos de Investigación. Segunda edición. Guatemala, reimpresión 1998 Biblio. E.C.C. Revista

Díaz, Wangner. 2008. Usos y abusos de Internet. Comunicología. Centro de Investigaciones de Ciencias de la Comunicación (CICC). USAC-ECC

Díaz, Wangner. Los laberintos de la red. 2008. Centro de Investigaciones de Ciencias de la Comunicación. ECC - USAC

De Kerckhove, Derrick. 2009. Inteligencias en Conexión. Hacia una sociedad de la Web. Editorial Gedisa. Primera edición, Barcelona España.

Diccionario Océano de la lengua española. 1982. Ediciones Océano. Barcelona.

Jiménez Fernández, C., López-Barajas Zayas, E. Y Pérez. 1983. Ajuste Población y muestra UNED. Madrid.

Joseph, Dominick. 2001. Dinámica de la Comunicación Masiva. Editorial Mc Graw Hill. Sexta Edición. México



Interiano, Carlos. 1999. Semiología y Comunicación. Editorial Estudiantil Fénix. Guatemala.

Interiano, Carlos. 1999. Cultura y comunicación de masas en Guatemala. Editorial Estudiantil Fénix. Guatemala,.

Interiano, Carlos. 1994. Elementos de persuasión. Ediciones CESCO. Guatemala,.

Interiano Carlos. 1999. Semiología y comunicación., 6edición, USAC.

Internet para las tareas: Prensa Libre 05/ junio / 2007 Suplemento Especial Colegios

Lemus Castro, Sandra Isabel. 2005. La Comunicación electrónica Chat por Internet y su uso por los estudiantes de la USAC.

Lepe López, Claudia Patricia. 2003. Internet como medio publicitario. Texto didactico.

López, Luis Efraín. 2004. El correo electrónico: alternativa de comunicación para el comunicador social. Tesis de grado. Escuela de Ciencias de la Comunicación - Usac , Guatemala

Ramonte, Ignacio. 2002. La post-televisión. Primera Edición marzo. Icara editorial, S.A. Barcelona, España. Biblioteca Central USAC

Rivera Vilas, Luis M. Marketing para las administraciones públicas: Gestión de la satisfacción en un servicio público. 2004. Departamento de Economía y Ciencias Sociales. Universidad Politécnica de Valencia

Sáenz Ana Reneé. 2006. La transculturación a través de los códigos idiomáticos de Internet. Escuela de Ciencias de la Comunicación - Usac , Guatemala

Sánchez Navarro, José Daniel. 1996. El Camino Fácil a Internet. Editorial Mc Graw Hill. México

Schnaider Romina – Zarowsky Mariana – 2004. Llamazares Kalil. Comunicación para principiantes Alfa y Beta Editores. Buenos Aires Argentina

Samayoa Soria, Ingrid Siomara. 2006. Comunicación interpersonal por correo electrónico 16 T (502) 89p



Tecla J. Alfredo y Garza R. Alberto. Teoría, Métodos y Técnicas en la Investigación Social

Vásquez Méndez, Heidy Karina. 2005. Internet por satélite para contribuir al desarrollo de las comunidades Escuela de Ciencias de la Comunicación - Usac Guatemala

Wolton, Dominique. Internet ¿y después? 2000 Primera edición, Editorial Gedisa, Barcelona, España. Biblioteca E.C.C - Usac

IV.I REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS WEB

http://internet2.dgsca.unam.mx/seminario_nov99/ponencias/cudi/antonioli/ANTONIOLIWalther.html

Tsares TECNOLOGIE **APLICACIÓN DE INTERNET 2**

<http://www.monografias.com/trabajos901/cibercultura-reflexion-comunicacion-educativa/cibercultura-reflexion-comunicacion-educativa.shtml>

Monografía. **Reflexión teórica sobre Cibercultura.**

<http://www.alegsa.com.ar/dic/internet.php>

DICCIONARIO INFORMÁTICO. **Definición de Internet**

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/43/difcominf.htm>

Gestiopolis. **DIFERENCIA ENTRE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Emoticon>

la enciclopedia libre **Emoticon**

http://www.microsoft.com/spain/prensa/digital/entretenimiento_digital.msp

Informativo Microsoft. **Entretenimiento Digital**

http://www.cem.itesm.mx/derecho/sitioobservatorio/info/islas/38_A_Guide/29-Metodos-de-Analisis-P.pdf

El Funcionalismo

http://es.wikipedia.org/wiki/Talcott_Parsons

Enciclopedia libre. **El Funcionalismo**

<http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art46/int46.htm>

Revista Digital Universitaria UNAM México **¿ES INTERNET UN MEDIO DE COMUNICACIÓN?**

<http://www.cibercomponentes.com/historia.htm>

Internet y su Historia:



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

Trabajo enviado por: Licenciado José Luis el'Ordine Banfield Pcia. de Bs. As.
Los Weblogs ante los paradigmas de la e-Comunicación: 10 principios del nuevo escenario mediático

<http://foroellacuria.org/publicaciones/Informe8LenguajeVinculos.html>

Víctor M. Marí Sáez Asesor de Comunicación Educativa. **LOS JÓVENES Y LA RED**

<http://mccd.udc.es/orihuela/paradigmas/>

José Luis Orihuela Blog. **Los 10 paradigmas de la eComunicación**

<http://iteso.mx/~carlosc/pagina/WebCienTec/modelocomu.htm>

Modelo de comunicación Colectiva de Lasswell

<http://86400.es/2007/01/29/navegacion-adicciones-y-sociabilidad-viejos-fantasmas-y-nuevos-mitos-de-internet/>

Blog de Internet **Nuevos mitos de Internet**

<http://www.mastermagazine.info/termino/5410.php>

Revista Digital de Informática **¿QUÉ ES INTERNET?**

<http://www.accesp.com/static/ecomunicacion.html>

Accesogroup soluciones para el sector de la comunicación corporativa.

¿QUÉ ES LA E-COMUNICACIÓN?

<http://interred.wordpress.com/2007/01/09/una-pequeña-historia-de-internet-en-guatemala/>

Blog de Internet. **Una Pequeña historia del Internet en Guatemala:**

