

00466



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMÉRICA DEL NORTE
CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES MULTIDISCIPLINARIAS
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLÁN

EL USO DE LA INTERNET POR NIÑOS DE
PRIMARIA: UNA APROXIMACIÓN A LA
EDUCACIÓN PARA EL USO CRÍTICO DEL
MEDIO.

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN COMUNICACIÓN
P R E S E N T A :
ALEIDA LETICIA TELLO DIVICINO

TUTOR: DOCTOR RAUL TREJO DELARBRE



CIUDAD UNIVERSITARIA

2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

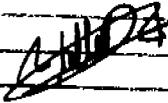
El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Alcida L. Tello DIVICINO

FECHA: 28.01.04

FIRMA: 

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMERICA DEL NORTE
CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES MULTIDISCIPLINARIAS
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLAN

EL USO DE LA INTERNET POR NIÑOS DE PRIMARIA:

Una aproximación a la educación para el uso crítico del medio.

TESIS

Que para obtener el grado de
Maestra en Comunicación

PRESENTA

Aleida Leticia Tello Divicino

Tutor: Doctor. Raúl Trejo Delarbre.

AGRADECIMIENTOS:

Al Doctor **Raúl Trejo Delarbre**, por guiarme en el desarrollo de este trabajo respetando mis ideas, pero trasmitiéndome siempre sus conocimientos en torno a la Internet y otras áreas. Su ejemplo de entrega al trabajo de investigación, fue siempre motivador. A la Doctora **Rocío Amador Bautista**, por compartirme su pasión hacia la metodología de la Investigación, y aclararme dudas importantes a través de sus clases y pláticas Informales. Ambos fueron figuras claves en el desarrollo de esta tesis.

A la maestra **Patricia Maldonado Reynoso**, porque siempre ha confiado en mí y por los conocimientos que noblemente me entregó. A la maestra **Luz María Garay Cruz**, porque su asignatura fue clave para que orientara mi trabajo teóricamente. Al Maestro **Vicente Castellanos Cerda** por su lectura detallada de este trabajo y sus observaciones. Los tres contribuyeron en gran medida a la conclusión de esta tesis gracias a sus comentarios precisos y bien orientados.

Aun cuando no fue mi maestra, agradezco a la Doctora **Susana González Reyna**, su apoyo entregado desde el inicio de mis estudios en este posgrado. A mis compañeros de clases, en especial a **Liliana, Rocío, Arcelia, Tania, Adriana, Iván y Alfonso**, porque gracias a su amistad y apoyo, encontré la motivación para seguir trabajando este proyecto.

Por último, pero siempre en primer plano, agradezco y dedico esta tesis, a mi familia por su confianza, entrega y amor. A mi madre **María Leticia Divicino Sepúlveda**, por su ejemplo de superación, fortaleza y alegría. A mi padre **Víctor Manuel Tello Zapata**, por ser mi maestro de periodismo, quien guía y confía en mis pasos. A ambos les debo mi formación profesional. A mis hermanos: **Tania, Manolo, Giovanni y Penélope**, por los espacios únicos que siempre hemos compartido.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1. INTERNET Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA	8
1. 1. Notas sobre la historia de la Internet	9
1.1.1. El desarrollo de las computadoras	10
1.1.2. La convergencia de la microelectrónica y la telecomunicación	11
1.1.3. Los inicios de la Internet	13
1.1.4. Las lecciones de la historia de la Internet y la educación para su uso crítico	15
1.2. Los usuarios de la Internet	18
1.2.1. Cifras de los usuarios de la Red en el mundo	19
1.2.2. Cifras mundiales de los niños como usuarios de la Internet	22
1.2.3. Usos que le dan a la Internet los niños en el mundo	25
1.3. Los medios de comunicación y la Internet	27
1.3.1. La integración de la Internet dentro de la oferta comunicativa	29
CAPITULO 2. EL ESTUDIO DE INTERNET DESDE LA COMUNICACIÓN	31
2. 1. Los estudios de recepción ante la nueva oferta comunicativa	32
2.1.1. El receptor como ente activo	34
2.1.2. Para los estudios de Internet, más que un receptor un usuario	34
2.1.3. Los niños, ¿Usuarios críticos de la Red?	38
2. 2. Las mediaciones en el uso de la Internet	40
2.2.1. Notas sobre el concepto de mediación	42
2.2.2. La familia como categoría de estudio	46
2.2.3. La escuela como instancia educativa	48
2.2.4. La etapa de desarrollo del niño como mediación	50
2.2.5. El grupo de amigos como espacio de socialización	52
CAPITULO 3. LA EDUCACIÓN PARA EL USO CRITICO DE LA INTERNET	54
3.1. Algunas claves para educar en el uso crítico de la Red	61
3.1.1. La propuesta de la educación multimedia	62
3.1.2. La escuela ante la educación para el uso de la Internet	63
3.1.3. La familia, espacio para recrear los contenidos de la Red	65
3.2. El método de Investigación	67
3.2.1. El punto de partida de la investigación	70
3.2.2. Tipo de Investigación	72
3.2.3. La muestra	73
3.2.4. Los instrumentos de medición no son la metodología	73
3.2.5. El cuestionario	75

CAPITULO 4. LAS MEDIACIONES EN LA RELACIÓN NIÑO-INTERNET	81
4.1. La familia	82
4.1.1. Ubicación de la computadora dentro del hogar	82
4.1.2. Uso que hacen los miembros de la familia de la Internet	84
4.1.3. La familia como espacio de recreación de los contenidos de la Red	87
4.2. Etapa del desarrollo cognoscitivo	89
4.2.1. Uso semanal que el niño hace de la Internet	89
4.2.2. Fuente de influencia para navegar en la Red	91
4.2.3. Para qué usan los niños la Internet	92
4.2.4. Sitios web que los niños visitan con mayor frecuencia	94
4.2.5. La percepción que tienen los niños del medio	96
4.3. Los amigos	97
4.3.1. Para qué usa la Internet el grupo de amigos	97
4.3.2. Aprendizaje y recreación de los contenidos de la red	98
4.3.3. Percepción acerca de la Internet	99
4.4. La escuela	100
4.4.1. Recreación de los contenidos de la Internet en el aula	100
4.4.2. Promoción del uso de la Internet para fines escolares	101
4.4.3. Actitud de los maestros hacia la Internet	102
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	109
PROPUESTA DE UNA ACTIVIDAD ESCOLAR	111
BIBLIOGRAFIA	113
HEMEROGRAFIA	117
REFERENCIAS WEB	118
ANEXO 1. Tabla de análisis de las páginas que los niños visitan con mayor frecuencia	119
ANEXO 2. Esquema de categorías e indicadores de la Investigación	121
ANEXO 3. Cuestionario aplicado en la Investigación	122
ANEXO 4. Libro de códigos para vaciar los datos del cuestionario en el SPSS	128
ANEXO 5. Tablas de los resultados de la encuesta procesados en el SPSS	136

INTRODUCCION

Desde hace más de una década se ha originado una vertiginosa serie de transformaciones en el campo de las tecnologías de comunicación e información. Estos cambios han propiciado replanteamientos sobre las diferencias sociales y culturales inducidas por los usos de las innovaciones tecnológicas.

Una de las nuevas tecnologías de la comunicación que ha generado mayores cambios y atrae el interés de los investigadores es la Internet. Esta ha sido identificada con múltiples metáforas como "la súper autopista de la Información" y "la red de redes".

Internet es un medio de comunicación social. Se trata de un dispositivo tecnológico con características de producción y recepción-uso de mensajes particulares. En este sentido, la Red debe satisfacer el criterio de acceso plural a los contenidos de los que es soporte; este puede incluir a unos pocos individuos o a millones de personas.

De esta manera, podemos descartar que una llamada telefónica o un correo electrónico, se considere como un medio de comunicación en el sentido social que manejamos. La Internet como ese conjunto de computadoras, enlazadas mundialmente, responde a la definición antes planteada, debido a que permite el acceso plural a múltiples bases de datos y servicios.

Al hacer una comparación con los medios de comunicación tradicionales, se pueden destacar propiedades mediáticas únicas en la Red, debido a que es un medio de comunicación, de información, de memorización, de producción. Es también un medio de comercio, un medio para el ocio y el entretenimiento y un medio para la interacción (Echeverría, 1999). Para Javier Echeverría la Internet es más que un medio de comunicación debido a sus otras cualidades mediáticas.

Más que competir con la televisión, la radio, el periódico o el cine, Internet se inserta dentro de la oferta comunicativa. Si bien, aún no se encuentra en todos los hogares o ámbitos sociales, su penetración está siendo determinante y no tiene vuelta atrás. De ahí la necesidad de impulsar estudios al respecto, no sólo de Internet, sino del nuevo espacio social que ha propiciado.

Los medios masivos de comunicación constituyen fuentes del aprendizaje informal, con las que las personas están en contacto todos los días, y pocas veces se percibe su enseñanza. El arribo de la Red a la vida cotidiana significa no sólo una forma de instrucción informal, sino una posibilidad de expresión comunicativa, artística, ideológica, así como de acceso a grandes bancos de información.

Los niños consumen en forma permanente mensajes de los medios masivos de comunicación, y muchos ya tienen un acceso regular a la Internet. Ellos están siendo educados en un ambiente en el que muchas veces no se percibe la existencia de un proceso de enseñanza-aprendizaje.

La capacidad crítica que tienen para exponerse a la información de los medios de comunicación y de la Internet, varía según su edad, sexo, nivel económico, escolaridad. También es relevante el papel que desempeñan ambientes sociales como la familia, la escuela y los amigos.

Estos cumplen un papel mediador en el proceso de recepción de los mensajes de la Internet. Al igual que como se ha planteado desde la Estudios Culturales y Críticos de la Comunicación, de esa premisa se deduce que estas instituciones tienen un amplio potencial para influir positivamente dentro de la relación niño-Internet, de tal manera que hagan un uso que, sin dejar de ser divertido, también sea conciente, selectivo, crítico.

La relación que el niño establece con la Red de redes no es aislada. Antes, durante y después de usar la Internet, existen elementos que median esta relación. No podemos hablar sólo de dos elementos: niño-Internet, sino de varios que constituyen todo el proceso de consumo y producción de mensajes. ¿Cómo

es la relación antes descrita? ¿De qué manera la familia, la escuela, la etapa de desarrollo del niño y su grupo de amigos, intervienen en este proceso?

Internet ha revolucionado aspectos de la vida cotidiana tan fundamentales, como la comunicación, socialización, negocios, entretenimiento, educación, construcción de la identidad, acceso y producción de información. Más que un cambio, abre nuevas posibilidades para realizar cosas que antes hacíamos de forma presencial, en donde el tiempo y el espacio tenían otro sentido.

Este medio de comunicación no es sólo una nueva “ventana” al mundo — como se afirmó con la televisión— Internet es una “puerta” que nos permite afectar ese nuevo espacio social a través de la producción de contenidos. El usuario tiene la opción de participar activamente en el medio o ser un simple espectador.

La influencia de los medios de comunicación en las actividades de los receptores motivó a estudiosos de diferentes disciplinas, a analizar el proceso que se establece entre ellos. También han planteado la posibilidad de que el espectador cuente con una educación para comprender y usar críticamente los medios de comunicación. Estos estudios han recibido diferentes nombres como *alfabetización visual, educación para la recepción crítica, educación audiovisual, pedagogía de los medios, etcétera.*

Internet, con todas las posibilidades que representa para el usuario —más allá del concepto de receptor debido a la posibilidad de participación que otorga—, también requiere de una educación para su uso, no sólo técnico sino también crítico.

Esta investigación pretende aportar algunos puntos de análisis al estudio de la educación para el uso de la Internet. Aquí presentamos sólo una aproximación a esta temática. Con los resultados obtenidos de la actividad de campo, se proponen una serie de recomendaciones para los padres y maestros en torno a cómo orientar el uso de Internet en los niños.

Este trabajo encuentra su justificación a partir de dos grandes líneas: la necesidad de educar a las nuevas generaciones para hacer un uso crítico de este medio de comunicación, que les permita tener, además de una experiencia placentera, una relación con el medio que sea cada vez más crítica, autónoma y que con el tiempo, se convierta en un recurso para fortalecer su educación, su cultura, su participación ciudadana.

Por otra parte, existe una motivación de tipo epistemológico. Si bien desde hace más de una década que la Internet irrumpió en el ámbito social, ha surgido una literatura múltiple con relación a la globalización, redes telemáticas, economía de la información; existen todavía grandes espacios dentro de su conocimiento social. Hace falta una teoría que ayude a analizar la relación: Internet-usuario con todas las múltiples facetas que este proceso comunicativo conlleva.

La base teórica que se usó para entender la relación que se establece entre un grupo de niños de sexto año de primaria, que cuentan con acceso regular a la Internet, está basada en trabajos hechos para estudiar a la televisión, pero se han tomando en cuenta las características propias de la Red.

La edad de los niños encuestados en esta investigación, fue seleccionada a partir de algunas aportaciones de la teoría del desarrollo cognoscitivo de Jean Piaget. Este psicólogo y filósofo suizo, propuso seis etapas dentro del desarrollo de la inteligencia de los hombres y mujeres, desde el nacimiento hasta la adolescencia.

Este trabajo retoma las etapas quinta y sexta: El estadio de las operaciones intelectuales concretas, aparición de la lógica y de los sentimientos morales y sociales de cooperación (seis a 11 o 12 años de edad); y el estadio de las operaciones intelectuales abstractas, de la formación de la personalidad, del ingreso afectivo e intelectual de los niños a la sociedad de los adultos.

La teoría del constructivismo de Jean Piaget fue elaborada a mediados del siglo XX; sus trabajos fueron constantes a lo largo de cuarenta años. Sin embargo,

él mismo se sorprendería de todos los factores nuevos que influyen en el desarrollo mental de los niños, entre ellos los medios masivos de comunicación, los video juegos y la Internet.

Aun cuando la psicología ha hecho críticas al trabajo de Piaget, sus aportaciones se siguen manteniendo vigentes. En esta investigación se retomaron estas dos etapas del desarrollo para justificar el grupo de edad estudiado, que es entre los 11 y 12 años de edad. Se puede considerar a esta fase como la de transición entre el quinto y sexto estadio del desarrollo mental, justo cuando los niños, algunos antes que otros, entran en la etapa de la adolescencia.

Las operaciones formales —que se realizan gracias al desarrollo de la capacidad de reflexionar a voluntad— son el requisito propicio para enseñar al niño a tomar una postura ante diferentes situaciones. Es por esto que la consideramos una edad clave para enseñar al niño-adolescente, a ser un usuario crítico de la Internet. Es decir, que el uso que haga del medio no sea sólo lúdico, sino que explote la capacidad que tiene el medio para la expresión, la socialización, el acceso a grandes bases de datos, la multiplicación de sus experiencias, etcétera.

El objetivo general de esta tesis es conocer la participación que la familia, la escuela, el grupo de amigos y la etapa del desarrollo, tienen en la relación que un grupo de niños de primaria establece con la Internet, busca comprender cómo puede llevarse a cabo la educación, para que los niños estudiados hagan un uso crítico de la Internet.

Las hipótesis que se esbozaron son las siguientes:

- 1) La relación que establecen los niños de primaria con la Internet se encuentra mediada por los padres, los maestros y sus amigos; sin embargo, el niño tiene una actividad relevante en relación al uso y recreación de los contenidos que aprende de la Red, debido a que las instituciones mediadoras como la familia

y la escuela, se encuentran aún poco involucradas en el conocimiento y uso de este medio de comunicación.

2) El grupo de amigos constituye una de las mediaciones más importantes en la relación niño-Internet, debido a que es la fuente principal de lo que se puede conocer y hacer en el medio. Este grupo influye en la percepción que los niños tienen de la Red y es un espacio relevante para la recreación de los contenidos que hay en la misma.

Se levantó una encuesta a 49 niños de dos escuelas primarias de la Ciudad de México. La edad promedio fue de 11 años. El cuestionario tiene 34 preguntas. Fue rediseñado después de dos pruebas piloto y afinaciones en el diseño de la investigación. El objetivo de emplear esta técnica de investigación, fue conocer algunos elementos claves de la mediación que realizan la escuela, la familia, los amigos y el niño mismo en la relación que establece con la Internet.

El primer capítulo de esta tesis es contextual. Se comentan someramente algunos de los momentos históricos que permitieron la introducción de la Internet en el ámbito social. Se pretende destacar que la característica abierta para la producción de mensajes en la Red, está relacionada con la combinación de los ámbitos que participaron en su constitución actual, es decir, el militar, académico y comercial, y que este rasgo de la Internet, es una de las oportunidades más grandes para la educación en torno a su uso.

En el capítulo dos, se comentan las referencias teóricas y conceptuales de este trabajo. Se expone la situación actual de los estudios de recepción en comunicación y la necesidad de redefinir conceptos como el de receptor. Se define al niño como usuario activo de la Internet. También se aborda el tema de las mediaciones analizadas en este trabajo, a través de la teoría de las mediaciones sociales de Guillermo Orozco Gómez.

En el tercer capítulo se presentan algunas claves que se deben considerar en la Educación para el uso crítico de la Internet, como es la formación de la

autonomía y espíritu crítico en los niños. Se especifica cuál es el papel que deben asumir los padres y los maestros ante la educación para el uso crítico de la Internet. Por último se presentan algunos detalles del método de investigación empleado en este trabajo.

El capítulo cuarto de la tesis es la interpretación de los datos proporcionados por el cuestionario; tiene un apartado para cada una de las medlaciones planteadas: familia, escuela, etapa del desarrollo cognoscitivo y grupo de amigos.

Cabe aclarar que en este trabajo, el esfuerzo se centró más en entender que en predecir o explicar; debido a que la actividad Interpretativa, abandona las pretensiones de objetividad que conllevan la predicción y la explicación.

Este trabajo Interpretativo podrá propiciar los argumentos para planear actividades adecuadas para que, la familia y la escuela, se involucren activamente en el proceso de educación para el uso crítico de la Internet.

Es desde la infancia y a través de las instituciones socializantes fundamentales: la escuela y la familia, donde debe comenzar la educación para el uso crítico de Internet. Desde la niñez, los usuarios se van constituyendo como tal, van aprendiendo a entender el medio y a usar sus recursos. Que la utilización de este medio sea le permita reflexionar acerca de la información que consume, que estimule su capacidad de opinar y participar socialmente, depende del contexto en el que se desenvuelva y de la educación para los medios que reciba.

CAPITULO 1

INTERNET Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES

Internet es un medio de comunicación con características específicas, que lo ponen en un nivel diferente al de los medios tradicionales de comunicación como el cine, televisión, radio y prensa escrita. Dentro de la oferta comunicativa, la Red no sustituye a ninguno de ellos: se inserta como una nueva posibilidad que potencia las actividades de los receptores, hasta convertirlos no sólo en espectadores sino en productores de información.

Desde la creación de la Red de redes, podemos observar cómo se fue definiendo su carácter no lineal para la transmisión de información. La participación que tuvo el ámbito universitario en el diseño de la Internet, fue un factor determinante en la estructura abierta de este medio, no sólo por su capacidad creativa y sus conocimientos de informática, sino por su espíritu a favor de la libertad que caracterizaba a los jóvenes de los años 60 y 70's.

En algunos rasgos de la historia de la Internet, encontramos razones para la educación de las personas en torno a su uso. Una utilización que trascienda la recepción de los contenidos a la producción de los mismos. Es necesaria una orientación desde las Instituciones socializadoras básicas: familia y escuela, que permita que el espíritu de libertad con el que fue construida la Red, no se pierda en pos de actividades comerciales, sino que se mantenga el criterio educativo y contribuya a enriquecer culturalmente a los usuarios.

Internet brinda a los usuarios la posibilidad de producir su propia información: no sólo son receptores de mensajes; la estructura del medio les permite navegar en ese mar de contenidos y producir los propios. En estas características del medio, se encuentran algunos de los motivos y el porqué es posible y necesaria, la educación para el uso del mismo.

1.1. Notas sobre la historia de la Internet.

La historia de Internet no se puede situar sólo a partir de los años sesentas, cuando la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada del Departamento de Defensa de los Estados Unidos (DARPA), creó programas para conectar computadoras que permitieran, frente a un ataque bélico, el traslado libre de la información entre estos ordenadores, de una zona geográfica a otra sin perderla. Con este objetivo fue creada ARPANET, la red de computadoras antecesora de la Internet.

El desarrollo de la red de redes obedece al acoplo de conocimientos científicos, previos a su creación. Conocer algunas de las etapas más interesantes de la historia de Internet, es importante para comprender cuál es su situación actual como medio de comunicación.

En este apartado de la tesis, se exponen algunas generalidades del desarrollo de Internet, para dar pie a comentar el tipo de cultura que se ha desarrollado a través de su evolución y relacionarlo con la educación para su uso crítico.¹

En la década de los cuarentas se fabricó el primer transistor. Este semiconductor de electricidad impulsó el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información. Creado en los Laboratorios Bell de Nueva Jersey, el transistor permitió una mayor velocidad y calidad en la transmisión de información, al procesar los impulsos eléctricos a una velocidad más alta y de manera binaria. Para la década de los sesentas este sería remplazado por los circuitos integrados.

La historia del transistor comenzó con los descubrimientos científicos del siglo XIX, con aportaciones de intelectuales como Maxwell, Hertz, Faraday, y Edison que hicieron lo posible por emplear la electricidad para diferentes usos humanos. Inventores como Braun, Marconi, Fleming, y DeForest aplicaron este

¹ En específico autores como Braum (1984), Forester (1992), y Castells (2000), ofrecen no sólo datos sino análisis sobre cómo el desarrollo de la tecnología afecta a la sociedad y, a su vez, cómo ésta también condiciona el crecimiento tecnológico.

conocimiento en el desarrollo de dispositivos eléctricos útiles en la telecomunicación como es la radio. Los científicos de los laboratorios Bell, retomaron estos conocimientos para fabricar dispositivos electrónicos prácticos y útiles para las comunicaciones.

Fundados en 1925, los Laboratorios Bell reunieron a destacados científicos del mundo que seguían la investigación en electrónica, química, física, tecnología de comunicaciones, y otras disciplinas.

El transistor fue desarrollado por los físicos estadounidenses Walter Houser Brattain, John Bardeen y William Bradford Shockley. Este logro les hizo merecedores del Premio Nobel de Física en 1956. Alcanzaron lo que fue el sueño de científicos como los antes mencionados y abrieron la puerta a la Era de la Información.

1.1.1. El desarrollo de las computadoras.

Colossus fue el nombre de la primera computadora. Fue fabricada en Gran Bretaña en el centro secreto de decodificación, Bletchley Park, en 1943. Tres años después fue construida la máquina que se perfiló como la antecesora de las computadoras actuales: ENIAC (*Electronic Numerical Integrator and Calculator*).

Este fue el primer ordenador digital totalmente electrónico. Fue producido en la Escuela Moore, de Ingeniería Eléctrica de la Universidad de Pensilvania; sus autores fueron William Mauchly y John Presper Ecker. El ENIAC no sólo descifraba códigos: era capaz de realizar múltiples cálculos, los necesarios para evaluar el desempeño de armas y misiles.

Este ordenador pesaba 30 toneladas; ocupaba el piso de un edificio. Su precio equivaldría actualmente a 2 millones de dólares. Utilizaba tanta electricidad, que al encenderla se bajaba la luz en toda la ciudad de Filadelfia, porque contenía 18.000 válvulas de vacío; permaneció en uso hasta 1955.

La producción masiva de una máquina con tales características parecía incierta. Sin embargo, todos los avances en electrónica originados después de la segunda guerra mundial, contribuyeron al progreso rápido de la computación.

Los mismos creadores de la ENIAC, Mauchly y Eckert, desarrollaron en 1954 la primera computadora comercial: UNIVAC 1 (*Universal Automatic Computer*), después de que en 1946 fundaran su propia empresa: *Electronic Control Company*. Esta computadora, que fue la primera en tener éxito comercial, salvó en 1950 a los encargados del censo estadounidense, de ahogarse en un mar de datos para procesar.

Empresas antes escépticas de la mercantilización de los ordenadores, como IBM (*International Business Machines Corporation*, que entró al mercado con la IBM 701 en 1953), decidieron apostar a la fabricación masiva de las *mainframes*, de las cuales habría en el mercado más de 15 mil equipos en los siguientes 10 años.

El costo de estos ordenadores se encontraba todavía fuera del poder adquisitivo del ciudadano promedio. El más común de estos ordenadores: el IBM 1401, costaba un millón de dólares.

1.1.2. Convergencia de la microelectrónica y la telecomunicación.

El inicio de la década de los setentas estuvo marcado por la transición del circuito electrónico en microprocesador y la convergencia con el desarrollo en telecomunicaciones.

Fueron tres los inventos clave que revolucionaron la microelectrónica: el transistor, el proceso planar y el circuito integrado (Forester, 1997:33-34). La técnica planar, inventada por Jean Hoerni, permitió la fabricación masiva de transistores. A finales de la década de 1960, una nueva técnica electrónica: el circuito integrado, comenzó a sustituir al transistor en los equipamientos electrónicos complejos.

Aunque en términos generales su tamaño era parecido al de un transistor, el circuito integrado realizaba la función de quince a veinte transistores. Fue inventado por Jack Kilby de la empresa *Texas Instruments* y Robert N. Noyce de la *Fairchild Semiconductor*. En él lograron incorporar muchos transistores en un solo *chip* de silicio.

La comercialización de los *chips* fue impresionante. La técnica mejoraba totalmente la transmisión de impulsos eléctricos y abarataba los costos de producción. De 30 dólares que costaba un circuito integrado, su precio cayó a sólo un dólar (Castells, 2000).

Los científicos continuaron trabajando en el desarrollo del *chip*. Durante la década de los setentas, se produjeron circuitos con niveles de integración medio, alto y muy alto, que permitieron la fabricación de computadoras compactas. Las Unidades de Procesamiento Centrales (CPU, *central processing unit*) de las computadoras, tenían cientos o miles de circuitos integrados.

El gran salto en la microelectrónica se dio con la invención del microprocesador, que realizó en 1971, Ted Hoff, un joven ingeniero de Intel. El primero fue el Intel 4004. Resultaba revolucionario para su época. Contenía 2,300 transistores en un microprocesador de 4 bits que sólo podía realizar 60.000 operaciones por segundo. Los microprocesadores modernos tienen una capacidad y velocidad mucho mayores: en una base más pequeña que un timbre postal, tienen millones de transistores.

La revolución tecnológica permitió la fabricación en serie de los ordenadores y los costos de los mismos siguieron bajando. Una analogía inteligente para describir el vertiginoso desarrollo de la computación y el abaratamiento de costos, es la de Forester: "dicho de otra manera, si las Industrias del automóvil y de los aviones se hubieran desarrollado como la de las computadoras, un Rolls Royce constaría 2.75 dólares y correría casi cinco millones de kilómetros con unos cinco litros de gasolina; un Boeing 767 costaría sólo 500 dólares y le daría la vuelta al mundo en 20 minutos con 25 litros de combustible" (1987:33).

En la década de los sesentas, gracias a los adelantos de la microelectrónica, la telecomunicación se convirtió en digital, lo cual permitió la integración entre la informática y las redes de telecomunicación: “entendiéndose por informática el conjunto de técnicas y conocimientos que hacen posible el tratamiento automático de la Información, por medio de computadoras y que comprende desde el diseño hasta el uso de los mismos (nace la unión de las palabras información automática)” (Maldonado, 2001:5).

1.1.3. Los inicios de la Internet.

La década de los sesentas marcó el nacimiento de la Internet. ARPANET, una red de computadoras formada por 60 mil ordenadores, fue la forma en como la Red de redes hizo su arribo. La *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) del Departamento de Defensa de los Estados Unidos la creó ante el temor de que un ataque bélico, durante la Guerra Fría, destruyera sus centrales telefónicas, de tal manera que se perdiera la Intercomunicación.

En 1969 la misma tecnología de conmutación de paquetes utilizada por la ARPA para fabricar Internet, fue llevada a las universidades de California en Los Angeles, a La Universidad de California en Santa Bárbara y la Universidad de UTA. Para 1971 había ya quince nodos y la mayor parte de ellos eran utilizados por las universidades.

Para que las redes pudieran conectarse entre ellas, era necesario diseñar protocolos de comunicación estandarizados. En 1973 fue producido el Protocolo de Control de Transmisión (TCP), por el Informático Vinton Cerf y el ingeniero Robert Kahn, ambos de origen estadounidense. Cinco años después, Postel y Cohen siguieron trabajando sobre el protocolo hasta que diseñaron el TCP/IP, sobre el que en la actualidad opera Internet.

En 1983, el departamento norteamericano de defensa creó una red que tuviera más seguridad para realizar sus funciones: MILNET, destinada

especialmente a actividades militares. ARPANET se convirtió en ARPA-Internet y se destinó para la Investigación.

ARPANET fue desmontada en 1990. La patente de Internet fue cedida a la Fundación Nacional para la Ciencia, con lo que perdió toda relación con el entorno militar.

La década de los noventa marcó el uso privado de Internet. Lo que posibilitó su alcance mundial fue el World Wide Web, aplicación diseñada por el programador inglés, Tim Berners-Lee. Los nuevos ordenadores ya estaban listos para conectarse a Internet y nacieron los proveedores de servicios de Internet, que con fines comerciales construyeron sus propias redes y establecieron *enrutadores* para transferir datos entre redes.

En México, el primero de febrero de 1998, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), fue la primera institución en ingresar a la red mundial NFSNET (hoy Internet). En esos momentos se conectó la primera computadora, Microvax-II, digital, a Internet bajo el dominio .mx: dns.mty.itesm.mx con la dirección 131.178.1.1. El 6 de Septiembre de 1993, fue sustituida por una Sun SPARC Classic con 48 MB en RAM y 400 MB en disco.

En esta misma fecha se creó el *Network Information Center-México* (NIC-México), organización encargada de la administración del nombre de dominio territorial (ccTLD, country code Top Level Domain) .MX. Entre sus funciones están el proveer los servicios de información y registro para .MX así como la asignación de direcciones de IP y el mantenimiento de las bases de datos respectivas a cada recurso.²

² Para más información sobre NIC-México, visitar el sitio: www.nic.mx

1.1.4. Lecciones de la historia de la Red y la educación para su uso.

Hemos comentado someramente algunas de las etapas más importantes en el desarrollo de la informática y en especial de la Internet ¿Qué hace tan especial la historia del desarrollo de estas tecnologías?

Si partimos de la idea de que el momento histórico en que es producida una tecnología, determina su contenido y los usos que se harán de ella en el futuro, encontraremos que Internet tiene características muy propias, condicionadas por el contexto en el que se desarrolló, y que son una gran oportunidad para educar en torno a su uso.

Manuel Castells (2001), ha expuesto que el contexto histórico en el que se desarrolló la tecnología que hizo posible el arribo de la Internet, marcó el carácter actual de la misma: "Internet nació de la insólita encrucijada entre la gran ciencia, la investigación y la cultura libertaria. Las grandes universidades investigadoras y los *think-tanks* especializados en temas de defensa, constituyeron puntos de encuentro fundamentales entre estas tres fuentes de Internet"(Pág. 31).

Internet fue construida para satisfacer una necesidad del departamento de Defensa de los Estados Unidos (militar). Fue desarrollado por la ciencia (Universidades) y definido por sus creadores (Investigadores y muchos jóvenes estudiantes), en un contexto histórico en el que se proclamaba la libertad del hombre y de la información, como medio para alcanzar este objetivo.

El Modem, este aparato modulador/demodulador, que permite la comunicación entre computadoras gracias a que permite que la información viaje por líneas analógicas de transmisión de voz y/o datos, como las redes telefónicas, fue diseñado por dos estudiantes de Chicago en 1978 (Castells, 2001:386): Cristensen y Randy Sues, con el fin de no tener que reunirse para intercambiar programas microinformáticos, evadendo el intenso frío del invierno y las grandes distancias de esta ciudad.

Esta no era la única razón que los movía a trabajar intensamente en el diseño de nuevas tecnologías; también se encontraba la filosofía de innovación para contribuir con la arquitectura de este naciente medio de comunicación. Siguiendo esta tendencia del libre intercambio de conocimientos, estos estudiantes difundieron gratuitamente en 1979 el protocolo Xmodem, que permitió la transmisión de la información sin que pasara por un sistema receptor.

De la misma manera, tres estudiantes de la Universidad de Duke y la Universidad de Carolina del norte, posibilitaron el primer sistema de conversación electrónica: el Usenet, y su software lo difundieron de forma gratuita.

“Esta cultura electrónica de origen popular marcó para siempre la evolución y el uso de la red. Aunque sus tonos más heroicos y su ideología contracultural desaparecieron con la generalización del medio a escala global, los rasgos tecnológicos y los códigos sociales que se desarrollaron desde su uso libre han moldeado su utilización” (Castells, 2001:387).

El desarrollo histórico que ha marcado la estructura actual de la Internet, esa colección de redes informáticas interconectadas que permite a las computadoras comunicarse directamente, nos deja lecciones sobre las cuales reflexionar: en el proceso de su construcción, coexistieron grupos y culturas con intereses distintos, los cuales contribuyeron a que su actual estructura sea abierta. Esto permite que las instituciones, empresas, grupos sociales, creen sus espacios, produzcan sus mensajes y establezcan diversas actividades en la red.

Para Castells (2001), “la arquitectura de la red está tecnológicamente abierta, y lo seguirá estando, permitiendo el amplio acceso público y limitando severamente las restricciones gubernamentales o comerciales a este acceso...” (Pág. 389).

Gutiérrez (1999) utiliza el concepto de “anarquía social”, para referirse a las posibilidades abiertas a los usuarios gracias a la libre organización de Internet, al no existir dueños o gobernantes del sistema. Sin embargo, Wise advierte que

anarquía no es sinónimo de igualdad, y que los más listos, los más fuertes y despiadados marcarán la pauta, por lo que no podemos ver al universo electrónico como un lugar sin barreras (En Gutiérrez, 1999: 31).

Una de las barreras que se presentan para explotar los beneficios de Internet, es la causada por el factor económico. La mayor o menor capacidad adquisitiva de tecnología ha propiciado la llamada brecha digital³, entre los países que tienen mayor acceso a esta tecnología, frente a los que están haciendo una serie de esfuerzos para entrar al tercer entorno⁴, era o sociedad de la información; o como otros intelectuales han nombrado a los cambios provocados por la revolución tecnológica, vivida desde hace medio siglo, a la actualidad.

Otras de las limitaciones o ventajas para realizar las diferentes actividades que la red permite, es la habilidad para usarla. Las personas más capacitadas para emplear los recursos tecnológicos, tienen una gran ventaja frente a quienes no han aprendido a utilizarlos. La educación para su uso debe ir en dos grandes sentidos: el desarrollo de habilidades técnicas y la educación para utilizarla críticamente.

Las lecciones históricas de la Internet nos llevan a reflexionar sobre la importancia de la educación para su uso crítico. Debemos explotar su estructura tecnológicamente abierta, que permite la participación activa de los usuarios, para que se convierta en un espacio de diálogo y participación ciudadana, que en su momento plantearon los pioneros de su desarrollo.

³ Pipa Norris tiene un trabajo interesante para conocer más acerca de la Brecha digital en su libro *Digital Divide. Civic engagement, información poverty, and the Internet worldwide*

⁴ Echeverría, Javier (1999). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. España: Ediciones destino.

1.2. Los usuarios de la Internet

Hace algunos años, los usuarios de las computadoras y de la Internet parecían seres extraños que realizaban actividades poco comprensibles. Hoy muchas personas utilizan todos los días la computadora y no conciben su existencia sin tener acceso a la red de redes; estar en Internet ya no es siquiera una moda: es una necesidad. Es participar de la información y del contexto social.

Dentro de la cultura que la informática ha desarrollado, podemos ver, siguiendo a Sherry Turkle (1995), dos subculturas: la de los *hackers* —antes de que el término adquiriera un tono peyorativo—, compuesta por virtuosos de la informática que se interesaban en tomar grandes complejos informáticos para forzarlos hasta sus límites, apoyados en sus amplios conocimientos de informática y en los lenguajes de programación. Esta subcultura tiene la capacidad de comprender, de manera técnica, todos los misterios que se encuentran detrás de un ordenador.

La otra subcultura es la de los *hobbyist*, que se puede traducir como “los aficionados a la informática”. Lo que ellos valoraban de la utilización de los ordenadores no era precisamente penetrar a las entrañas de los mismos, sino trabajar cerca del hardware. Más que dar una serie de indicaciones a la computadora, que en esencia es la programación, el objetivo de esta subcultura era relacionarse con ella en un entorno más amistoso.

De estas dos subculturas nace a principios de los años setentas la definición de usuario, quien “tiene un tipo de relación práctica con la máquina pero no está interesado en la tecnología excepto como algo que permite su aplicación. Los piratas informáticos son la antítesis de los usuarios” (Turkle, 1995:43).

Los usuarios de la informática quedaron atraídos por los usos que podían dar a la computadora: en un contexto de íconos y cuadros de texto para comunicarse con ella, comenzaron a utilizarla, sin pensar qué había detrás de su tecnología, a diferencia de los primeros usuarios, que para hacer cualquier tarea necesitaban un conocimiento extra que les permitiera programar paso a paso sus actividades.

Internet forma parte de este contexto amistoso con la máquina. Más que ser una herramienta de trabajo se ha convertido en una posibilidad de interacción; no es sólo una ventana para entrar al mundo, sino una puerta, por la capacidad que puede adquirir el usuario para afectar ese entorno que se construye gracias a esta tecnología.

“En los años recientes, los ordenadores se han convertido en los principales objetos de pensamiento de la era posmoderna, no son simplemente parte de movimientos culturales mayores sino que son portadores de nuevas formas de conocimiento” (Turkle, 1995:62).

Los usuarios de la red se desplazan entre páginas de naturaleza muy diversa. Entablan amistades que se convierten en amores electrónicos con pocas, pero no nulas, posibilidades de trascender a otros niveles más allá de la pantalla de la computadora. Hacen compras, revisan sus cuentas bancarias, obtienen software de diversa índole, se divierten, sufren etc.

No todos los ciudadanos tienen acceso todavía a este océano de información. Revisemos rápidamente cuántos son y dónde están los usuarios en la red de redes.

1.2.1. Cifras de los usuarios de la Red en el mundo.

La aceptación y apropiación de Internet por las personas ha sido muy amplia y eso se puede observar en el rápido crecimiento de las estadísticas de usuarios en el mundo.

Según datos de la NUA tomados de las primeras encuestas sobre el uso de Internet, a finales de 1996, había un total de 45 millones de usuarios, de los cuales 30 millones correspondían a Estados Unidos y Canadá, y 9 millones a Europa, mientras los otros 6 millones eran el resto de usuarios en el mundo.

En el año 2000, Estados Unidos y Canadá continuaban a la cabeza del número de usuarios de Internet, pero la cantidad se multiplicó casi 6 veces, a 161 millones de usuarios, aproximadamente el 50 por ciento de su población.

Para septiembre del 2002, la cantidad de usuarios en estos dos países creció alrededor de 20 millones más, haciendo un total de 182.67 millones.

En el 2000, Europa llegó a tener 105 millones de usuarios y estos significaban la mayor condensación del mundo. Para el 2002 ya eran 190.91 millones de personas en la red. La región Asia-Pacífico sólo contaba con 90 millones de usuarios, aproximadamente un 20 % de su población total, que significa dos tercios de la población mundial; en el 2002 el número aumentó a 187 millones de usuarios.

Latinoamérica tenía tan sólo 15 millones de usuarios que no se acercan siquiera a la población del Distrito Federal y área conurbana; pero en septiembre del 2002, el número de cibernautas se incrementó en más del doble: 33.35 millones.

En abril del 2002, según datos de Nielsen/NetRatings⁵ había en el mundo 607 millones, 633 mil 364 usuarios de Internet. En mayo del 2002, según datos de la misma empresa, Estados Unidos contaba con 165 millones de usuarios, lo que equivale a casi el 60 por ciento de su población. Holanda, Suecia, Dinamarca, Noruega y Hong Kong tienen juntos, un porcentaje de usuarios similar al de los Estados Unidos.

En Latinoamérica encontramos, gracias a la empresa *Jupiter Research*⁶, que Brasil es el país con más usuarios de la Internet con poco más de 20 millones, que equivalen al 11 por ciento de la población total. Después se encuentra México con 4,8 millones de personas usando la Internet, que apenas representa el 4.4 por ciento de la población total.

⁵ <http://nielsen-netratings.com>

⁶ Jupiter Research, citado en *Asociación de usuarios de Internet*, <http://www.aui.com>

En la ponencia “una red para la gente”, el Doctor en Sociología, Raúl Trejo Delarbre, hace un análisis comparativo del crecimiento de usuarios de México y el Mundo, a partir del cual concluye:

“Aparentemente la evolución global y mexicana de la Red han sido casi paralelas. Entre 1995 y 2000 prácticamente cada año se duplicó la cantidad de cibernautas en cada uno de esos ámbitos y a partir de entonces los incrementos fueron de aproximadamente 40 y 30%, respectivamente. Es decir, en ambos planos —global y nacional— se aprecia una desaceleración en el ritmo de crecimiento que la Internet tuvo en su lapso de mayor desarrollo hasta la fecha, en el último lustro del siglo XX”⁷.

Trejo Delarbre plantea que entre 1995 y 1996 y en el bienio siguiente, el número de usuarios de la Red creció en México casi el doble y más del triple. Sin embargo a partir del lapso 1998-1999, ese ritmo se estancó y luego cayó notablemente.

En los dos últimos años —siguiendo el análisis del mismo autor—, el crecimiento de usuarios en nuestro país aumenta por encima del porcentaje mundial: “34% en México en el tránsito de una centuria a otra, cuando la cifra global es de 23%. Y en el periodo más reciente el aumento de usuarios de la Red fue de 28% en México mientras que en el mundo, solamente de 10% de un año a otro”.

Aún cuando estos datos de los usuarios de Internet en México, no son los más alentadores, notamos cómo el crecimiento de la Red es vertiginoso. Las cifras de usuarios de Internet siguen creciendo, lo cual nos indica que es necesario educar para el uso de este medio de comunicación.

Es importante y necesario, ampliar los estudios de recepción hacia los usos que se le están dando a la Red en los diferentes ámbitos humanos: el académico,

⁷ Presentada en la *Conferencia Internacional El Reto de México ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información*, en el Senado de la República, México, 28 de mayo de 2003. Versión electrónica disponible en la página del autor: <http://raultrejo.tripod.com>

de entretenimiento, comercial, artístico, político, etc. Para presentar propuestas que ayuden a que su desarrollo no sea arrastrado sólo hacia fines comerciales, sino también hacía otros de interés social como la educación y la participación ciudadana.

1.2.2. Cifras mundiales de los niños usuarios de la Internet.

Los niños son usuarios activos de la Internet a nivel mundial. Los datos acerca de cuántos niños y qué usos le dan a la Red, son escasos; sin embargo, podemos comentar algunas investigaciones que nos hablan del crecimiento de este grupo en el ciberespacio.

En el último estudio de la empresa Nielsen/NetRatings, realizado en octubre del 2003, se encontró que en septiembre del mismo año, 27 millones de usuarios entre 2 y 17 años de edad, estuvieron conectados a la Internet desde sus casas en los Estados Unidos⁸. De estos cibernautas, 12 millones tenían entre los 2 y 11 años, mientras que el resto entre los 12 y 17 años de edad; este grupo representa el 21 por ciento de los usuarios activos de Internet en los hogares de este país: 1 de cada 5 cibernautas.

En el 2001, la *US Census Bureau*⁹ encontró que cerca del 80 por ciento de los niños en este país, tenían acceso a la red desde sus escuelas.

En Inglaterra, NOP Research Group¹⁰, reveló en el 2001 que tres cuartas partes de los niños en este país, de edades que fluctúan entre los 7 y los 16 años, tenían ya acceso a la Internet. En abril del mismo año, este grupo de usuarios había aumentado en un 10 por ciento: de 4.8 a 5.6 millones en seis meses.

⁸ www.nielsen-netratings.com

⁹ www.census.gov.

¹⁰ www.nop.co.uk

En el 2001, Austrian Internet Monitor¹¹, encontró que tres cuartas partes de los Infantes con edades entre los 10 y los 13 años, acceden a Internet frecuentemente. De ellos, un 92 por ciento son niñas y un 87 por ciento varones.

En el mismo año, se conoció que más de 1.5 millones de niños italianos entre 6 y 11 años de edad, usan la Internet especialmente para bajar juegos y acceder a información, de acuerdo con la empresa Eurispes¹². Este numero de usuarios, concluyó la firma, tiene una tendencia de crecimiento fuerte.

Un estudio más reciente de la empresa Nielsen/NetRatings, encontró que en Europa el número de niños usuarios de la Red, aumentó en tres millones durante 12 meses; es decir, de agosto del 2002 al mismo mes del 2003.

Actualmente son 13, 1 millones el número de niños europeos que se conectan a la Internet, de los que cuatro millones son menores de 12 años y, los otros nueve, están entre 12 y 17 años de edad.

Este mismo estudio reveló que Inglaterra es el país europeo con más niños on line. El número de menores de 18 años que han utilizado Internet en ese país, ha crecido un 58 por ciento en el último año, mientras la tasa de crecimiento en el resto de las naciones europeas, ha sido de un 27 por ciento. Los niños menores de 12 años, son el grupo que más rápido ha crecido en Europa.

“Como consecuencia de la madurez que va adquiriendo Internet, el perfil demográfico de los usuarios se acerca cada vez más al de la población europea en general.” dijo Tom Ewing, analista europeo de Nielsen//NetRatings. “También estamos observando como crece el número de familias que se conectan a Internet. La utilización de la banda ancha en los hogares, hace que los padres permitan a los hijos usar y explorar la web, en mayor profundidad, ya que ahora no pagan por minuto de conexión.”

¹¹ www.integral.co.at

¹² www.eurispes.com

“Actualmente, la mayoría de los sitios que han conseguido una audiencia considerable entre menores de 18 años, está empezando a orientarse a los jóvenes”, comentó Ewing, “Pero son los menores de 12 años, el grupo que más rápido ha crecido en Internet, por lo que serán las páginas que más confianza muestren a los padres y más diviertan a los hijos, las que más audiencia alcancen en los próximos 12 meses”.

En Latinoamérica y en especial en México, son pocos los estudios que existen acerca del perfil de los usuarios de la Internet. En el 2001, cuando todavía había en México sólo 1 millón y medio de cibernautas, se encontró gracias a la empresa Net Value, que la mayoría de estos eran jóvenes. El 67 por ciento tenía menos de 34 años, mientras que el 37 por ciento estaba entre los 15 y 24 años de edad.

En el último reporte de los hábitos de los usuarios de la Red (2003), la Asociación de Usuarios de Internet, dio a conocer que de 5 mil 770 entrevistas realizadas on line, el 23 por ciento de los usuarios dijo tener entre 18 y 24 años de edad.

El crecimiento de los usuarios jóvenes de la Internet es evidente, como también es la participación que están tomando dentro de la Red los niños de aproximadamente 11 años de edad, en todo el mundo. La pregunta a responder ahora es ¿Para que acceden a la Internet? En el siguiente apartado se expone una síntesis de lo que se ha encontrado en las últimas Investigaciones acerca del tema.

1.2.3. Usos que le dan a la Internet los niños en el mundo.

Internet ha significado para los niños un nuevo espacio que les permite realizar diferentes actividades. Ellos son los que se han acercado a la red de redes con mayor confianza: no le temen como las generaciones adultas. Se mueven con confianza entre la infinidad de bancos de Información. Los usos que le dan son múltiples, entre ellos está buscar información para hacer sus tareas, bajar juegos, música, fotos, videos, enviar mails, *chatear* etc.

Revisemos algunos datos de Investigaciones que se han realizado acerca de los usos que los niños le dan a la Internet:

En Canadá aumentó el porcentaje de menores de edad que usan la Red para hacer sus tareas, de un 30 por ciento en 1999, a un 40 por ciento en el 2002, según la empresa eMarketer¹³. De acuerdo con una Investigación de Ipsos-REID¹⁴, los niños en este país invierten 2.4 horas a la semana en la Internet, buscando información para la escuela.

Cerca del 56 por ciento de este grupo de usuarios, busca información para sus clases de ciencias, mientras que el 42 por ciento navegan en la red para sus clases de ciencias sociales y el 36 por ciento para sus proyectos de inglés. Geografía, Lenguas y Matemáticas, son también títulos populares que ellos buscan en la red.

En Inglaterra, una investigación de NOP Research Group realizada en el 2001, encontró que el 33 por ciento de usuarios entre 7 y 16 años, usan la Internet para estudiar antes de presentar sus exámenes. Nueve de cada 10 de estos usuarios consideran que la Internet es útil para sus aprendizaje. En este mismo

¹³ www.emarketer.com

¹⁴ www.angusreid.com

estudio se encontró que sólo un 30 por ciento de este grupo ha comprado artículos por medio de Internet.

En el año 2000, esta misma empresa encontró que de los niños usuarios de la Red, el 56 por ciento buscaban información para realizar sus tareas escolares. Esta actividad iba seguida por el uso del correo electrónico con el 43 por ciento, y jugar juegos, 42 por ciento.

Los niños también utilizan la Red con la finalidad de hacer amigos o de reforzar las relaciones que ya tienen fuera de línea. En el 2001, una investigación realizada por Pew Internet & American Life, encontró que casi la mitad de los adolescentes estadounidenses de 12 a 17 años, que accesan a Internet, han mejorado las relaciones que ya tenían con sus amigos. Cerca de la tercera parte, afirmó que han hecho nuevas amistades, gracias a este medio.

Las cinco actividades que realiza con más frecuencia este grupo, según la investigación son: correo electrónico, navegar para divertirse, visitar sitios de entretenimiento, usar mensajes instantáneos y buscar pasatiempos. Sólo un 31 por ciento ha comprado en Internet.

La empresa Austrian Internet Monitor, encontró en el mismo año, que los niños de Australia con acceso a Internet, de 10 a 13 años de edad, lo hacen para buscar información escolar, después de usar el email. Bajar música y otro tipo de datos, es también una de las actividades concurridas, más por los niños que por las niñas.

En Italia, los niños de entre 6 y 11 años de edad que usan la computadora, lo hacen para jugar y para acceder a información en la Red, según la empresa de investigación Eurispes.

Haciendo un análisis de estos datos, encontramos que los niños objeto de estos estudios, guían con mayor frecuencia el uso de la Internet en tres sentidos: Aprendizaje, diversión y Socialización.

1.3. Internet y los medios tradicionales de comunicación.

Al hacer una comparación con los medios de comunicación tradicionales, se pueden destacar propiedades mediáticas únicas en la Red de redes. Retomando a Echeverría (1999) —para quien la Red es más que un medio de comunicación, debido a que posee otras cualidades mediáticas—, Internet es: un medio de información, memorización, producción, comercio, útil para el ocio y el entretenimiento, y un medio idóneo para la Interacción.

En los siguientes párrafos, retomaremos los detalles de estas características de Internet, en palabras de Javier Echeverría:

Suele decirse que Internet es un nuevo medio de comunicación, y ello es muy cierto. Sin embargo, Internet posee otras cualidades “mediáticas”, y por ello diremos que la red es:

1. Un medio de comunicación. De hecho, el libro, la prensa, la radio y la televisión se van integrando en Internet. Pero lo esencial es que también el teléfono puede operar a través de Internet. Por lo que no sólo es un medio público de comunicación sino también privado e íntimo.
2. Un medio de Información, pero no sólo en el sentido periodístico, sino también como instrumento que transforma las ciencias de la documentación, y en general la obtención, procesamiento, recuperación y transmisión de datos, documentos, etc.
3. Un medio de memorización, lo cual es distinto a ser un medio de información en el sentido periodístico del término. La posibilidad de almacenar y memorizar todo tipo de mensajes en formato digital permite introducir procedimientos automáticos de procesamiento, organización y recuperación de dichos mensajes, sean estos de interés público, privado o íntimo (...).

4. Un medio de producción, como muestra el teletrabajo. La llegada de las empresas red y la creación de intranets está específicamente ligada a la actividad productiva, y no solo a la publicitaria. Obviamente Internet es un medio excelente para la producción, elaboración, compraventa y distribución de Información.
5. Un medio de comercio (e intercambio), porque posibilita la compraventa de numerosos productos, e incluso la distribución de mercancías por la propia red. La progresión del comercio en Internet es considerable durante los últimos años, las expectativas de futuro son enormes.
6. Un medio para el ocio y el entretenimiento, como muchos cibernautas saben bien. En este sentido, Internet la doble vertiente de la televisión y la radio: por una parte es un medio de información, por otra un entretenimiento (...).
7. Un medio de interacción. Aquí radica, a nuestro entender, la posibilidad mayor de las redes telemáticas. Aunque cabe hablar de acciones comunicativas, la interacción posible en redes tipo Internet abarca acciones de mayor envergadura: militares, financieras, médicas, educativas, lúdicas, etc. En esta obra consideraremos que las redes telemáticas son, ante todo, medios de Interacción humana, y no simplemente medios de información o de comunicación (1999: 52-53).

Internet también es un medio de comunicación social: "Es un dispositivo tecnológico de producción de mensajes asociado a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de dichos mensajes" (Verón, 1992:14). Para Eliseo Verón la noción de medio de comunicación social debe satisfacer el criterio de acceso plural a los mensajes de los que es soporte; este puede incluir a unos pocos individuos, o a millones de personas.

De esta manera, podemos descartar que una llamada telefónica o un correo electrónico se consideren como un medio de comunicación en el sentido sociológico que aquí importa; pero no así Internet, ya que "el acceso a múltiples bases de datos a otros múltiples servicios a través de Internet, responde a la definición porque comporta un acceso plural a los mismos mensajes" (Idem).

1.3.1. La Integración de Internet dentro de la oferta comunicativa.

Más que competir con la televisión, la radio, el periódico y el cine, Internet marca y forma parte de una nueva etapa social: la era de la digitalización. Si la Internet aún no se encuentra en todos los hogares o ámbitos sociales, su penetración está siendo determinante y no tiene vuelta atrás.

Para Manuel Castells, la transformación tecnológica que se está marcando con el arribo de Internet, tiene dimensiones históricas similares a la del descubrimiento del alfabeto, debido a que se trata de una integración de varios modos de comunicación en una red interactiva.

Si la imprenta impulsó la cultura escrita, la radio la oral, y la televisión y el cine la audiovisual, para este autor, Internet significa la formación de un supertexto y un metalenguaje que por vez primera en la historia, integran en el mismo sistema las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación.

"Las redes de comunicación a través del ordenador, dentro y fuera de Internet, se caracterizan por su penetración, su descentralización multilateral y su flexibilidad... Por supuesto, reflejarán los intereses comerciales, ya que extenderán la lógica controladora de las principales organizaciones públicas y privadas a todo el ámbito de la comunicación. Pero a diferencia de los medios de comunicación de masas de la galaxia de McLuhan, han incorporado tecnológicamente y culturalmente, las propiedades de la interactividad y la comunicación" (Castells, 2000:390).

El mismo autor reafirma el papel transformador de la cultura de la Red, como un proceso imposible de detener:

“El surgimiento de un nuevo sistema de comunicación electrónico, caracterizado por su alcance global, su integración de todos los medios de comunicación y su interactividad potencial está cambiando nuestra cultura, y lo hará para siempre” (Castells: 2000:361).

Internet no desplazará de la oferta comunicativa a ningún medio de comunicación tradicional. Afirmar algo así, sería regresar a la idea que se tuvo en los orígenes de la televisión, en el sentido de que desplazaría al cine y la radio. Cada medio ha mantenido su lugar por diferentes motivos. Los públicos han seleccionado entre utilizar un medio u otro, pero eso no significa que desaparezcan.

Los medios masivos de comunicación, televisión, radio, cine y prensa escrita, tienen un lugar consolidado dentro de la oferta comunicativa. Aún cuando Internet tiene la capacidad de absorber el lenguaje de todos ellos (audio, imagen, escritura) y consolidar la capacidad de interacción entre medio y receptor, no los substituye en los ámbitos de la comunicación.

CAPITULO 2

EL ESTUDIO DE INTERNET DESDE LA COMUNICACIÓN

Las teorías de la comunicación abarcan en su análisis las diferentes etapas del proceso comunicativo: emisión, canal, mensaje y recepción. Los medios de comunicación, han sido entendidos como los canales para hacer llegar el mensaje y la naturaleza de estos, es tan diversa que matiza las afirmaciones que se pueden hacer en torno a ellos.

La penetración de la Internet dentro de las opciones comunicativas que tiene el público, abre nuevos espacios para el trabajo teórico conceptual de los estudios de la comunicación.

En el último apartado del capítulo anterior, comentamos las propiedades multimediáticas de la Red, que la hacen diferente a los medios de comunicación convencionales como la televisión, la radio, el cine y la prensa escrita. Vamos a revisar, ahora, algunas aportaciones teóricas y conceptuales de los estudios que hay en comunicación, acerca de la recepción de mensajes.

Estas aportaciones teóricas que retomamos para efectos de este trabajo, se orientan hacia las audiencias de los medios tradicionales de comunicación, en especial de la televisión, debido a que no existen hasta el momento referencias teóricas concretas sobre el estudio de las diferentes etapas del proceso comunicativo en el uso de la Internet.

Las aportaciones de los estudios de recepción de los medios de comunicación, no pueden ser retomadas *per se*; es necesario plantear aproximaciones a la reconceptualización de términos como el de receptor y mediación.

Revisemos entonces las referencias teóricas-conceptuales que retomamos para la interpretación de la relación niño-Internet.

2. 1. Los estudios de recepción ante la nueva oferta comunicativa.

Los estudios de recepción, analizan el vínculo que se establece entre los productores de los medios de comunicación y el público receptor, desde diferentes perspectivas. Los enfoques críticos, a partir de la década de los setentas y gracias a las aportaciones de los estudios culturales, han modificado su concepto del receptor: de uno pasivo, y manipulable por las empresas comunicativas, por una definición en la que reconocían la existencia de mensajes alternativos; los cuales contribuían a que el público resistiera la adquisición de los valores dominantes que le eran impuestos desde los *mass media*.

Los estudios culturales, representados principalmente por los investigadores Stuart Hall y David Morley, encontraron que la influencia de los medios sobre los receptores, no se establecía en un plano individual; sino que estos a su vez, eran parte de subculturas y que había otros factores que influían dentro de la recepción que hacían del medio, como su situación económica, bagaje cultural, religión, educación, etc.

En esta corriente teórica se afirma entonces, que las diferencias individuales en la apropiación de los contenidos mediáticos, podían estar enmarcadas por factores culturales, que influían en la forma en que el público se relaciona con los medios.

En los últimos años se ha perfilado un nuevo enfoque de estudio respecto a la relación del receptor con los medios de comunicación. Se trata del análisis de la recepción. Karl Brum Jensen afirma que lo que caracteriza al análisis de la recepción es, sobre todo: "la insistencia en que los estudios incluyan un análisis empírico comparativo entre los discursos de los medios y los discursos de la audiencia —la estructura de los contenidos y la de las respuestas de la audiencia en relación al contenido—. Los resultados de este análisis son posteriormente interpretados con referencia al sistema sociocultural que los rodea, el cual [...] es

conceptualizado como una configuración histórica de prácticas sociales, contextos de uso y comunidades interpretativas" (Citado en Lozano, 1996:197) .

La perspectiva latinoamericana de los estudios de recepción, ha hecho contribuciones muy importantes a este tema. Como ejemplo podemos citar a Néstor García Canclini, quien a partir de su teoría de "el consumo cultural", propone una teoría sociocultural del consumo integrando teorías económicas, psicoanalíticas, sociológicas y comunicacionales.

En México, el investigador Jorge González ha trabajado la corriente teórica de los frentes culturales; en ella, intenta probar que existe una disputa por la validación simbólica, en la que cada grupo sociocultural participa para hacer valer su identidad cultural.

Guillermo Orozco es otro mexicano que ha profundizado en el estudio de la recepción de los medios de comunicación, vertiendo sus análisis en la llamada teoría de las mediaciones sociales. Este autor realizó en la década de los noventa, una hibridación de los planteamientos de la "teoría del desarrollo cognoscitivo" y la del "aprendizaje social" para concluir que el niño es un "aprendiz social cognoscitivamente activo".

La recepción que hace el niño de los medios es, entonces, activa y está mediada por diferentes instituciones como la familia y la escuela. Estas intentan educar al niño en sistemas de valores que muchas veces se encuentran en conflicto, lo cual hace importante la educación para la recepción crítica de los medios de comunicación (Charles y Orozco, 1990). Este tema se comenta con mayor detalle en el apartado de educación para la recepción.

2.1.1. El receptor como ente activo.

La recepción activa, desarrollada por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (Ceneca) de Chile, estudia la influencia cultural de la televisión a través de las relaciones concretas de producción de significado entre los receptores y los mensajes.

El uso social de los medios, propuesto por Jesús Martín Barbero, analiza las articulaciones que se establecen entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales, considerando el contexto cultural de los receptores como una mediación.

El modelo de las multimedialidades, tiene como objetivo averiguar cómo se realiza la interacción de los receptores y la TV, tomando en cuenta el conjunto de mediaciones que se enlazan en lo cotidiano y en las prácticas sociales (Lozano, 1996).

Guillermo Orozco, desde este modelo de las mediaciones, plantea que el niño realiza un triple esfuerzo mental como receptor de la televisión: atención-percepción, asimilación-comprensión y apropiación-significación. Este proceso, no necesariamente es lineal, permite al niño aprender por medio de un juego de asociaciones que implica una actividad mental, aun cuando ver televisión parezca una actividad pasiva y automática (Charles y Orozco, 1999).

Como se puede observar, estos enfoques teóricos emplean conceptos y supuestos teóricos que la vez están relacionados con los estudios culturales. Pero cada uno hace algún tipo de aportación que les da identidad propia.

2.1.2. Para los estudios de Internet: más que un receptor, un usuario.

En el uso de la Internet, la recepción del medio no es suficiente para ser participe de los beneficios y del abanico de actividades que se pueden desarrollar gracias al medio. La Red y sus propiedades medláticas nos obligan a reconceptualizar diferentes términos dentro de la relación medio-audliencia.

Uno de estos conceptos es el de "receptor", que bien se puede versar hacia el de "usuario" en el estudio de la Internet.

Los estudios de comunicación en sus inicios, vieron al receptor como un ente susceptible a ser manipulado por los productores de los medios de comunicación, y al mensaje como un instrumento para lograrlo. En los años setentas, con la "teoría de los usos y gratificaciones", esta afirmación dio un giro hacia un receptor capaz de seleccionar entre la amplia gama de mensajes, aquellos que colncidían con sus gustos e intereses.

Esta teoría dejaba fuera aquellos efectos a largo plazo, que no están explícitos en el mensaje. Por lo que los autores de los Estudios Culturales redefinieron al receptor, sí como un ente activo y selectivo, pero condicionado por su contexto cultural.

Los cambios tecnológicos en los medlos de comunicación, también han propiciado que el receptor se aleje más de aquella concepción de un ser manipulable por los medios de comunicación. Las audliencias están cada vez más fragmentadas. Se ha ampliado tanto la variedad de canales y de contenidos de los programas, que se habla incluso, del fin de los medios de comunicación de masas.

El uso de una cámara de video para grabar las escenas de la vida privada, llevó al público a entender mejor cómo se construía "la magia" de la televisión: súbitamente todos pudieron "estar en la pantalla", aun cuando no fueran vistos de manera masiva.

El paso decisivo para el fin de una masa de personas afectadas por los mismos mensajes de los *mass media*, fue la ampliación de la oferta de canales de televisión, propiciadas por la televisión de cable en los noventa con la aportación de la fibra óptica, la digitalización y la emisión directa por satélite.

En Estados Unidos el número de canales se expandió de 62 a 330 durante los años ochenta. En Europa aumentó de 40 canales en los años ochenta, a 150 a mediados de 1990 (Castells, 2000:371).

Françoise Sabbah, escribió en 1985 acerca de este cambio en los medios de comunicación: "En suma los nuevos medios de comunicación determinan a una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masa en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe".

Sabbah afirmó que los nuevos medios de comunicación ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes, a una audiencia de masas homogénea. La multiplicidad de mensajes y fuentes provocó que el receptor se volviera más selectivo: "La audiencia seleccionada tiende a elegir sus mensajes, con lo cual profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor" (Citado en Castells 2000:372).

Internet se inserta dentro de este concepto, no sólo con su oferta de mensajes, sino también de actividades para realizar en el ciberespacio. La audiencia no se conectará a un sitio web de forma simultánea como ocurre con la televisión y la radio; sin duda hay páginas que son visitadas por miles de personas, pero el sitio web no especifica de antemano la hora para la visita. Cabe destacar también que cada uno de los usuarios establece un tipo de lectura de acuerdo a sus intereses.

Es necesario que cambie el concepto de "receptor" en los estudios de recepción, por el de "usuario" al estudiar la relación que las personas establecen

con la Red. Por usuario de Internet, nos referimos al sujeto que se relaciona con un medio de comunicación que le permite la interacción, producción de mensajes, localización de información, obtención de software, etc. Se trata de una persona que debe contar con conocimientos básicos de computación, como encender la PC, conectarse a un navegador de Internet, haciendo previamente una llamada telefónica a cualesquiera de los múltiples servidores que se encuentran operando la Red.

El usuario de Internet, no se sienta frente al medio para observar y escuchar, como lo hace el receptor de televisión. Si los estudios de recepción de medios ya habían planteado a un receptor activo, Internet nos pone ante un usuario que necesita ser completamente activo, para interactuar dentro de ese ámbito artificial creado por medios informáticos, que es el ciberespacio.

Al decir usuario activo, me refiero tanto a la capacidad física para utilizar el hardware como el teclado y el mouse, como a la intelectual, para que desde el comienzo de la navegación, el usuario pueda decidir su desplazamiento entre los diferentes hipervínculos que una página tiene, o ante la oferta de actividades que se presentan.

Más que estar estudiando a un receptor de medios de comunicación, cuando se intenta comprender la relación que una persona o un grupo de personas establecen con la Internet, se hace indispensable emplear el concepto de "usuario".

Dentro de los estudios que se han realizado para tratar de entender como se relacionan las personas con la Internet, se ha encontrado que el uso que se le da, es principalmente instrumental y se relaciona con el trabajo, la familia y la vida cotidiana de los usuarios. El correo electrónico representa más del 85% del uso de Internet y se utiliza para el trabajo, la escuela y para relacionarse con personas con las que se tiene contacto en la vida real, como amigos y familiares (Castells, 2001).

Una de las pioneras en los estudios sobre la construcción de la identidad a través de Internet, Sherry Turkle (1997), encontró que la gente revela su vida propia a través de la pantalla. Esto quiere decir que el uso de la Red, está limitado por los deseos, sufrimientos y la mortalidad de los seres físicos de los usuarios. Sin lugar a dudas, Internet es un medio para la construcción de identidades propias, de la explotación del lenguaje y la creatividad.

La Red tiene un gran potencial para la educación y la socialización. Su estructura permite la comunicación anárquica; estos son recursos que pueden ser explotados para fines de desarrollo humano, para la socialización de los problemas y retroalimentación de las posibles soluciones.

2.1.3. Los niños, ¿Usuarios críticos de La Red?

La capacidad que tiene el receptor de participar activamente en un medio de comunicación, a través de seleccionar, rechazar y crear diversos contenidos, es una realidad cuando hablamos del uso de la Internet, en gran parte gracias a la estructura abierta del medio.

Leer un libro, ver televisión e incluso usar la Internet, pueden parecer actividades pasivas físicamente hablando. Sin embargo, la actividad mental empleada para comprender el mensaje que el medio está haciéndonos llegar, es activa.

El español Joan Ferrés (1994), en un interesante y completo trabajo sobre la recepción de la televisión, plantea que la descodificación de los mensajes audiovisuales, a diferencia de lo que ocurre con la lectura, exige un ejercicio muy reducido de la lógica, análisis y racionalidad, sin que implique que sea una actividad mentalmente pasiva.

"La percepción es selectiva. El sujeto interviene de manera activa en la percepción a través de la selección y la interpretación. Selecciona aquello que es

significativo para él, es decir, aquello que tiene interés y sentido para él. Y lo interpreta desde sus propios esquemas mentales” (Ferrés, 1994: 115).

El uso de la Internet exige a sus usuarios un proceso mental también complejo. Para comenzar la interacción dentro de un sitio web, el usuario necesita hacer una lectura rápida y global del contenido, para tomar decisiones en un proceso de selección-discriminación. Posteriormente según sus objetivos comienza a desplazarse a través de los diferentes hipervínculos. Por lo tanto, la lógica, el análisis y la racionalidad se hacen necesariamente presentes.

El criterio de selección e interpretación que establece el receptor de televisión, se presenta todavía con mayor intensidad para el usuario de la Red. Todo el que se desplaza entre la información que hay en la Internet, necesita establecer criterios para seleccionar y apropiarse de aquello que le es significativo.

A diferencia de la televisión, la Internet exige al usuario no sólo ver y oír para comprender los mensajes. La lectura es un actividad indispensable cuando se le utiliza. “El lector se enfrenta a un mundo abstracto de conceptos e ideas. El televidente se enfrenta a un universo concreto de objetos y realidades. La decodificación de la imagen es casi automática, instantánea, mientras que la decodificación de los signos escritos exige complejas operaciones analíticas y racionales” (Ferrés, 1994:31).

Entonces, como un principio básico en el estudio del uso que los niños hacen de la Red, tenemos que el infante es un usuario crítico de la Internet, debido a que establece criterios para seleccionar y rechazar los datos que va obteniendo, y trazar su camino en el ciberespacio.

La capacidad para ir tomando las decisiones que guían el desplazamiento del niño por la Red, no dice hacia qué fines orienta esa capacidad. Aquí entra en juego un elemento importante: el contexto sociocultural del niño, que lo forma en cuanto a las ideas, las convicciones y los valores con lo que está o no de acuerdo.

En los estudios de recepción de la televisión realizados por Guillermo Orozco Gómez, calificó a los niños como "aprendices sociales cognoscitivamente activos", porque su aprendizaje "no lo realiza en el vacío sino en un contexto histórico y sociocultural específico que incide en y orienta la actuación del niño sobre los elementos que lo rodean y sobre sus objetos de su aprendizaje" (Charles y Orozco 1999: 39).

En ese ejercicio activo que la Internet exige de los niños, tenemos una de las razones más importantes para educarlos en torno a su uso: lograr que exploten todas las posibilidades culturales, recreativas, educativas, formativas, expresivas y lúdicas que la Red ofrece.

2.2. Las mediaciones en el uso de la Internet.

El proceso que se lleva a cabo cuando el niño está usando la Internet, se encuentra mediado por la familia, la escuela, su etapa de desarrollo y los amigos. Al hablar de mediaciones, se hace a un lado la idea de un receptor aislado que está siendo afectado directamente por los contenidos del medio, así como que esta relación se establezca en un momento único que es el período de exposición al mensaje.

La familia, la escuela, el grupo de amigos y la etapa de desarrollo cognoscitivo del niño, influyen todo el tiempo en el tipo de uso que hace éste del medio. Estas cuatro instancias medadoras, son categorías de análisis complejas que hay que definir de acuerdo al objeto de estudio, es decir de la relación niños-Internet.

Los estudios de recepción de medios masivos de comunicación se basan en la pregunta: ¿Cómo se realiza la interacción entre la televisión y la audiencia? (Orozco, 1996). El enfoque integral de las audiencias, que recoge aspectos de modelos anteriores, pero también de otras corrientes teóricas como la de los

Estudios Culturales y la de Análisis de textos, es la perspectiva dentro de la cual se han desarrollado los estudios de recepción de medios.

El Modelo de los efectos se usó por más de diez años durante la década de los cuarentas del siglo pasado, para analizar los efectos de los medios masivos de comunicación en las personas. Este modelo no satisfacía el conocimiento acerca de la influencia real de los medios, en parte por la forma como concebía los elementos del proceso de recepción, y también por su metodología.

Ver al receptor como un sujeto pasivo, y por lo tanto víctima de los mensajes de la televisión, manejar sólo los contenidos explícitos de los mensajes —en una situación de estímulo-respuesta— y utilizar Instrumentos de investigación cuantitativos para evitar la subjetividad en la investigación, fueron elementos de esta teoría que provocaba que se perdiera la contextualización del problema de estudio.

La teoría de usos y gratificaciones, cambió la interrogante del modelo de los efectos: *¿qué hacen los medios con el receptor?* Por la pregunta *¿Qué hace el receptor con los medios?* Esta pregunta seguía dejando de lado muchos de los elementos del contexto, de la complejidad del proceso de recepción y de su trascendencia al simple momento de estar en contacto con el medio.

En los años ochentas se fortalecieron los estudios críticos de los medios de comunicación que hicieron específicos elementos que existen en el proceso de usar los medios, llevando a que la recepción se constituyera en todo un proceso de interacción mediado socialmente.

En estos estudios se rebasa la concepción de la recepción como un proceso condicionado a una causalidad lineal, donde el sujeto receptor es el polo más frágil y pasivo dentro del proceso comunicativo. La recepción se considera como un proceso múltiple y contradictorio, donde entran en juego una variedad de mediaciones determinadas tanto por las relaciones sociales en las que está inserto el sujeto, como por su posición social, cultural e histórica.

La teoría crítica de la recepción tiene dos grandes objetivos. Uno es describir el proceso de recepción, tomando en cuenta todas las características que lo definen y las mediaciones que lo condicionan. El otro es transformar el proceso de recepción hacia uno que se base en la participación activa del sujeto, empleando la capacidad que tiene para seleccionar entre los mensajes y por lo tanto, hacer un consumo crítico de los medios.

2.2.1. Notas sobre el concepto de mediación.

El término mediación hace referencia a diversos procesos que como objetivo final plantean una intervención, en la que un primer objeto, es el medio para que cierto mensaje llegue a otro sujeto. Estos al nacer son un campo limpio de cualquier información, listo para ser afectado por principios y significantes que le hagan llegar diferentes instancias como la familia, la escuela y los medios de comunicación.

Entonces encontramos que este concepto se ha estudiado desde dos vertientes: una de ellas es el proceso de transmisión de versiones ajenas, de acontecimientos y condiciones que no podemos observar directamente. En segundo lugar, la mediación hace referencia a los esfuerzos de otras instancias e instituciones para entrar en contacto con nosotros para sus propios fines (o para nuestro supuesto bien) (McQuail, 2001).

Algunas Metáforas que retoma McQuail (2001:118) con las que se ha tratado de hacer referencia a la mediación que los medios de comunicación son las siguientes:

- Una *ventana* sobre los acontecimientos y experiencias, que amplía nuestra visión y nos capacita para ver, por nosotros mismos y sin interferencias ajenas, lo que está ocurriendo.

- Un *espejo* de los acontecimientos de la sociedad; esto implica un reflejo fiel (aunque con inversión y posibles distorsiones de la imagen), a pesar de que el ángulo y la dirección del espejo la decidan otros, y tengamos menos libertad de ver lo que queramos.
- Un filtro o vigilante, que selecciona partes de experiencia para atención especial y bloquea, intencionadamente o no, otras voces o opiniones.
- Una señal, guía o interprete, que indican el camino y explican lo que de otro modo parecería desconcertante o fragmentado
- Un foro o plataforma para la presentación de información e ideas a una audiencia, a menudo con posibilidad de respuesta o de feedback.
- Una pantalla o barrera, que representan la posibilidad de que los *media* nos impidan el acceso a la realidad, dándonos una visión del mundo falseada por fantasías escapistas o por la propaganda.

Para los estudios de Internet es necesario reconceptualizar el proceso de mediación, hacia uno que tome en cuenta la posibilidad del usuario de construir sus propios mensajes en la red y de interactuar.

Respecto a las metáforas comentadas anteriormente, McQuail comenta: "no aluden a las posibilidades interactivas de los nuevos *media*, en los que el receptor se puede convertir en emisor y utilizar los medios en interacción con su entorno. Esto señala el nivel en el que las nuevas tecnologías podrían conducir con efectividad a cambios revolucionarios, con un proceso de 'intermediación' que sustituyera o completara el de mediación" (2001: 119).

Las posibilidades interactivas y multimediláticas de la Internet representan ya no una ventana, un espejo, o sólo un foro, un filtro o una guía, sino una "puerta"

para entrar en un espacio que permite al usuario expresarse a través de la producción de mensajes e interactuar con otros sujetos, de los cuales se convierte en mediador de las interpretaciones que estos tienen del mundo.

El concepto de mediación que aplicamos en este trabajo para comprender cómo la familia, la escuela, grupo de amigos y la etapa del desarrollo, media la relación niños-Internet, está basado en los estudios de Guillermo Orozco (1990), quien plantea que la mediación en la recepción de televisión es doble: sociocultural y cognoscitiva.

Las diferentes instancias que median en la formación de los niños, buscan alcanzar objetivos concretos: la familia intenta educar al niño como un miembro más de ella; la escuela lo motiva para que se convierta en un ser social, y los medios de comunicación comerciales, lo ven como un posible consumidor de su programación y de los artículos que anuncia.

Estos procesos de mediación, que se establecen en los diferentes espacios comunicacionales que tiene el niño, se encuentran la mayoría de las veces en conflicto. Ninguna de las instancias mediadoras educa completamente al niño. Este sujeto retoma en un proceso de constante selección y rechazo, aquellos estímulos que considera, o no, adecuados para su formación.

Como hemos mencionado, la audiencia es activa ante los medios de comunicación y ante las otras instancias que la educan. En la relación que se establece entre ella y el medio, influyen mediaciones que provienen del sujeto mismo, así como del contexto en el que se está formando. Los estudios de recepción crítica de medios han marcado cinco tipos de mediaciones:

LA MEDIACIÓN COGNOSCITIVA, es aquella que incluye en el proceso del conocimiento. Este proceso incluye tanto el procesamiento lógico de la información, así como la generación de creencias y su valoración afectiva por parte del sujeto.

LA MEDIACIÓN CULTURAL. La relevancia de las preguntas que guían la curiosidad cognoscitiva del sujeto y del sujeto como televidente, así como del sentido de sus respuestas, en buena medida son condicionadas por la cultura o la subcultura concreta a la que pertenece.

LAS MEDIACIONES DE REFERENCIA. Las diversas "identidades" del sujeto receptor: cultural, sexual, étnica, socioeconómica y hasta su procedencia geográfica constituyen mediaciones en el proceso de ver televisión que inciden diferencialmente en la interacción que el sujeto entabla con el mensaje televisivo.

LAS MEDIACIONES INSTITUCIONALES. Por lo general el televidente es miembro de una familia, participa en un vecindario o es parte de un grupo de trabajo: En todas estas "Instituciones sociales", el sujeto interactúa, recibe, intercambia, y "produce" sentidos y significados: se comunica".

LAS MEDIACIONES VIDEOTECNOLOGICAS. La TV tiene recursos tecnológicos que le permiten mediar en recepción que hará del mensaje el sujeto como: 1. La creación de noticias; 2. La presencialidad del receptor; 3. La construcción de verosimilitud y 4. La apelación emotiva (Orozco, 1991).

Al estar usando la Internet, el niño está condicionado por las características que tienen las mediaciones anteriores. El niño es miembro de una familia, alumno de una escuela, miembro de un grupo de amigos (Orozco, 1996). Su condición de usuario de Internet, no elimina su pertenencia a otras instituciones sociales, ni la posibilidad de que asuma otros papeles e interactúe en otros escenarios.

En las siguientes páginas se presenta un análisis de las categorías de estudio de esta tesis, que son Instancias mediadoras en el objeto de estudio. Es decir, en la relación niño- Internet.

2.2.2. La familia como categoría de estudio.

El significado que se le otorga al concepto familia, es parecido en todo el mundo. Si pudiéramos obtener una definición única de este término diríamos que es el primer espacio de interacción humano, en el cual, el sujeto crece, adquiere su capacidad expresiva y de socialización, recibe las primeras enseñanzas en torno a valores y conductas humanas.

"No obstante su variabilidad es infinita, su composición y estructura, igual que los principios morales que rigen el comportamiento de sus miembros es tan heterogénea como los grupos, comunidades y culturas que existen en el planeta" (Ornelas y Guinsberg, 2003:9)

En este trabajo no abordaremos el concepto de familia desde aspectos complejos como su estructura y organización. Resulta suficiente entenderla como el primer lugar para la socialización y el desarrollo de habilidades, criterios para interpretar el mundo, capacidad seleccionar y discriminar situaciones. Es en pocas palabras la primera instancia mediadora en el comportamiento humano.

Una definición de familia apropiada a los fines de este trabajo es la de Antoine Oldenderff, quien considera que la familia "es el primer mundo social del hombre. En la familia y por medio de ella, el niño se entera de la cultura de la sociedad global, o por lo menos, del medio sociocultural a que pertenece su familia. Los padres ocultan al niño determinados aspectos de la sociedad, en cambio, le ponen constantemente otros a la vista. Así, la familia sirve a la vez de "escriba" y de "forma": actúa como intermediaria entre el individuo en ciernes y el medio social. Es todo el ámbito emocional de afecto, lealtad, identificación, dependencia y temor a los padres. En la familia nacen también los primeros gérmenes de la conciencia de grupo y de solidaridad" (Citado en Prieto, 2001: 37).

Los estudios de recepción crítica de la televisión marcan a la familia como una de las instituciones mediadoras con mayor peso en la relación del niño con la

televisión. La familia es el espacio propicio para que los niños interactúen con los medios de comunicación. En este contexto, los adultos y en particular la madre, ejercen una fuerte influencia permanente con los miembros más pequeños, no solo en los gustos y preferencia de contenidos de los medios, también en la forma en la que los usan y se apropian de sus contenidos.

Los padres como mediadores del uso de la Internet, educan tanto con el ejemplo como estableciendo reglas en el uso del medio. Un padre o madre, que use la Internet para informarse y cultivar su conocimiento acerca de diversos temas, que regule su consumo y sancione aquella información con la que no esté de acuerdo, realizará una mediación positiva para el uso que sus hijos hagan de la Red.

Los padres que utilizan la Internet en forma desmesurada, que dejan de lado sus obligaciones laborales o familiares por estar *on line*, también realizan una influencia fuerte en sus hijos. Finalmente la educación en esta instancia mediadora, se realiza como principio básico, con el ejemplo.

La ciberfobia, como rechazo por temor al uso de la Internet, no lleva a ninguna parte. Es importante que los padres sean conscientes de que no pueden mantener a sus hijos alejados del uso de la red. Calificar a la Internet desde aspectos negativos, como pérdida de tiempo o acceso a información dañina, por sus contenidos violentos o pornográficos, no contribuye a que los niños exploren las posibilidades expresivas y educativas del medio.

Analizar qué uso le da la familia a la Internet, es importante para conocer la mediación que realiza esta instancia en el proceso de uso del medio por parte del niño. ¿Quién es el miembro de la familia que más recurre a Internet? ¿Con qué finalidad?

El lugar dentro de la casa en donde usan Internet es otro elemento importante de analizar. ¿Navegan en su habitación? Las características del lugar donde los niños hacen uso del medio, condiciona la relación que establecen con

él. En la recámara propia, el niño se siente con mayor libertad para usar la Internet. En este espacio, ellos van a hacer un uso diferente del medio al que harían en la sala, el estudio u otra habitación del dominio familiar.

Los padres, y otros miembros de la familia, tienen un juicio muy personal acerca de usar la Internet, y a partir de éste, alentarán al niño a utilizar el medio. Puede ser que el padre y la madre apelen a un uso educativo de la Red, mientras los hermanos quizás a uno más lúdico.

La regulación del tiempo que el niño invierte en la Internet es importante. No se trata de prohibir sino de regular, orientar, conocer qué es lo que está haciendo con el medio y cuáles actividades opcionales se les pueden recomendar. El papel que la familia tiene en el uso de la Red, entonces, es uno de las más importantes en cuanto a la formación de los niños como usuarios de la misma.

2.2.3. La escuela como instancia educativa.

No podemos entender la educación sólo como el proceso en el que se moldean las actitudes humanas. La formación educativa de los seres humanos está condicionada por el contexto histórico y cultural al que pertenece. Coincidimos entonces con la definición de educación de Émile Durkheim, quien planteó que es un hecho social:

“La educación es la acción ejercida por las generaciones adultas sobre aquellas que no han alcanzado todavía el grado de madurez necesario para la vida social. Tiene por objeto el suscitar y desarrollar en el niño un cierto número de estados físicos, intelectuales y morales que exigen de él tanto la sociedad política en su conjunto como el medio ambiente específico al que está especialmente destinado” (Durkheim, 2001: 49).

Dentro de una sociedad en la que el uso de la información, y de los canales para manejarla son prioritarios, es necesario que los individuos sean formados en

torno a este tema. El papel que ejerce el estado en este proceso formativo es determinante. No nos detendremos aquí para analizar a fondo los intereses estatales respecto a la formación de los mexicanos.

La escuela es entonces, el espacio en el cual, a través de una serie de materias temáticas y tiempos definidos, el individuo adquiere los conocimientos que le permitirán insertarse dentro del mercado laboral y en general dentro de su sociedad.

Una escuela que no educa en torno al uso de los medios de comunicación, y actualmente también de la Internet, es una instancia que no prepara al individuo para afrontar la realidad social.

Es a esta institución a la que le corresponde la formación educativa en torno al uso de la Internet. No sólo a los niños sino también a los padres, para que aprendan a ser guías del uso que hacen del medio sus hijos.

Los niños pasan en la escuela muchas horas y la educación tanto formal como informal, condiciona el uso que hacen de los medios. ¿Cómo interviene la escuela en la relación de los niños con Internet? Para dar respuesta a esta pregunta es importante indagar algo tan elemental como si imparten o no clases de computación o mejor aún de Internet, hasta si los maestros promueven la discusión entre los alumnos acerca de los contenidos de la Internet.

Los medios de comunicación aportan una educación sobre acontecimientos actuales, que en muchas ocasiones ganan la atención de los niños frente a la enseñanza aburrida de la escuela. La escuela tiene que asumir su existencia y su influencia en el desarrollo infantil (Charles y Orozco, capítulo 5).

La educación formal representa una gran oportunidad para influir en el proceso de uso y apropiación que hacen los niños de la Internet. ¿Motivan los maestros a los niños para que hagan su tarea, navegando en la Red? La información que hay en la Internet, puede ser valiosa para la formación y

recreación de los niños, pero también puede ser inútil. Lo importante está en la selección que se haga de ella.

La escuela tiene un concepto sobre lo que es "bueno" o es "malo" socialmente, que se verá reflejado en el tipo de educación que impartan. Existe una serie de conocimientos y orientaciones sancionadas socialmente, como adecuadas para ser formalmente enseñadas a las generaciones jóvenes.

De esta forma el aparato escolar, facilita la reproducción cultural y la formación de ciudadanos que el Estado necesita. Los niños están sujetos a su influencia y un análisis de las mediciones del proceso de recepción de Internet, no puede dejar a un lado a esta instancia mediadora.

2.2.4. La etapa de desarrollo cognoscitivo como mediación.

La edad promedio de los niños a estudiar en este trabajo es de 11 años. En esta etapa de la vida, se encuentran atravesando uno de los estadios de la formación humana más interesante: la transición de la inteligencia concreta hacia el desarrollo de la Inteligencia abstracta.

De los siete a los 12 años de edad, se marcan grandes progresos en la conducta y socialización de los niños: Comienzan a abandonar su actitud egocéntrica que no les permitía trabajar en grupo, para hacer las primeras reflexiones sobre la cooperación y el trabajo en equipo.

"Son incluso tan solidarios que a primera vista es difícil decir si es que el niño ha adquirido cierta capacidad de reflexión que le permite coordinar sus acciones con la de los demás, o si es que existe un progreso en su socialización que refuerza el pensamiento por interiorización" (Piaget, 1971).

Estos progresos en la socialización y la capacidad de reflexión indican que está en vías de asimilación racional, es decir, en la estructuración de la realidad por la razón misma. La afectividad en esta edad, se caracteriza por la aparición de

nuevos sentimientos morales y, sobre todo, por una organización de la voluntad, que desembocan en una mejor integración del "yo", y en una regulación más firme de la vida afectiva.

Durante esta etapa se desarrollan valores morales que antes no existían. El comportamiento de simple sumisión, alcanza una autonomía relativa de la conciencia moral de los individuos. Así la obediencia ante el adulto toma un nuevo matiz: se basa en la lógica de los valores o de las acciones entre los individuos.

En esta edad los niños tienen la suficiente capacidad para utilizar la Internet en forma autónoma. Algunos incluso demuestran habilidades especiales para el uso técnico de las computadoras. La mayor parte de los niños se muestran entusiasmados cuando se toca el tema de Internet y del uso de las computadoras.

Una de las críticas más recurrente a la teoría de Piaget es que no toma en cuenta, de manera adecuada la diversidad del medio físico y social, en el que crecen los niños pertenecientes a diferentes grupos socioculturales. Entre los autores actuales que lo han criticado están Blumer, Braine y Berlyne¹⁶. A estas críticas Piaget hizo una aclaración muy oportuna, diciendo que lo que debía ser considerado estable es la secuencia de los estados y no las edades.

Franco del Casale (1986), propone trece etapas en el desarrollo de los niños, de los 0 a los 16 años de edad. En especial la décima etapa estudiada por este autor, resulta de interés para este trabajo. Plantea que en el estado del "Yo" en esta etapa, se han alcanzado niveles de abstracción que promueven la capacidad reflexiva.

En el mismo sentido que Piaget, Del Casale plantea: "la adquisición de la capacidad de abstracción, determina el predominio del pensamiento abstracto y conceptual que permite al niño un conocimiento más adecuado y profundo de las

¹⁶ Ver Di Stefano, Gabriele. Interacción social y experiencia concreta en el modelo de desarrollo cognoscitivo elaborado por Piaget. En Palmonari, Augusto (dir.) (1990). Aspectos cognitivos de la socialización en la edad evolutiva. (primera edición 1978). Argentina: Ediciones Nueva Visión.

cosas, que se revertirá en reflexiones y cuestionamientos más precisos sobre la realidad que lo circunda" (1986: 161).

2.2.5. El grupo de amigos como espacio de socialización.

Como vimos en los párrafos anteriores, los niños se encuentran en una etapa de su desarrollo, donde la socialización toma una dimensión nueva. Las características de este estadio, afectan la forma en que el niño se relaciona con su grupo de amigos y estos a su vez, influyen en la toma de decisión de los niños. Es importante por lo tanto analizar cómo el grupo de amigos media la relación que los niños establecen con la Internet.

Antes es importante comentar, cómo podemos comprender al grupo de amigos. Dos de las grandes categorías que se asignan a los grupos son las de primarios y secundarios.

"En el grupo primario los miembros se hayan ligados unos a otros por lazos emocionales cálidos, íntimos y 'personales'; poseen una solidaridad inconsciente basada más en los sentimientos que en el cálculo. Tales grupos pertenecen a la clase de grupos pequeños, de contacto directo, espontáneos, en su conducta interpersonal, y orientados aunque no necesariamente en forma explícita, hacia fines mutuos o comunes" (Olmsted, 1981:11).

Los grupos de amigos, las pandillas y la familia, forman parte de estos grupos primarios. Los secundarios tienen características opuestas, pero complementarias a estos grupos: "Las relaciones entre los miembros son 'frías', impersonales, racionales, contractuales y formales. Los individuos participan no como personalidades totales, sino sólo con relación a capacidades especiales y delimitadas; el grupo no es un fin en sí mismo, sino un medio para otros fines" (Olmsted, 1981:11).

Los seres humanos interactúan en ambos grupos. Son miembros de una familia, de un grupo de amigos, asisten a la escuela donde, con sus maestros y

sus compañeros, conviven en términos secundarios entre relaciones interpersonales más orientadas a los objetivos que a la afinidad.

Los pequeños grupos funcionan como objetos de estudios. Su complejidad va más allá de una primera revisión porque "no existe grupo que —considerado como sistema— carezca de una configuración dada, o en otras palabras, de una estructura (y muy especialmente de una estructura manifiesta de liderazgo y comunicación), así como no existe grupo que carezca de una dinámica manifiesta o proceso de interacción en el que aparecen roles funcionales —o disfuncionales— entre sus miembros" (Romero: 1987).

Para conocer de qué forma el grupo de amigos cumple una función medidora en la relación niño-Internet, se tiene que indagar en primer término, si este grupo de amigos, usan o no la Red y en caso de hacerlo, si las actividades realizadas con el medio, son similares a las del niño estudiado.

Otra de las preguntas que se necesitan responder es si comentan los contenidos de Internet, y si intercambian tips acerca de lo que se puede hacer con el medio. Los niños forman, ya sea desde la escuela o sus colonias, grupos de amigos con los que comparten, en un proceso complejo de relación, un universo simbólico que los une. Los medios de comunicación nutren ese espacio.

Dentro del complejo sistema de relaciones que el niño establece con su grupo de amigos, se instituyen lazos de confianza, competencia, admiración, sumisión, diversión etc. Es desde este ambiente complejo, que se crea entre los amigos la oportunidad para compartir gustos y preocupaciones. En los comentarios que hacen los niños acerca de lo que "ven" o "bajan" de la Internet, se da todo un proceso de reaprendizaje de lo que es "mejor" para "visitar" o "descargar".

La actitud que tiene el grupo de amigos ante el medio puede marcar, en una medida importante, el uso que hacen los niños estudiados, de la Internet. Los niños utilizan a su grupo de amigos como espacios para recrear los contenidos de la televisión, de los cómics, del cine, y ahora también los de Internet.

CAPITULO 3

LA EDUCACIÓN PARA EL USO CRITICO DE LA INTERNET

En 1982, con representantes de diecinueve naciones, la UNESCO promulgó, en el Simposio Internacional sobre la enseñanza de los Medios, en Grünwald, Alemania, la declaración sobre medios de comunicación. En este documento se reconoce la penetración social de los medios, haciendo énfasis en la necesidad de promover entre los ciudadanos, una comprensión crítica sobre los fenómenos de la comunicación¹⁶.

La declaración plantea cuatro puntos de interés que son:

1. Organizar y apoyar programas integrados de educación, relativos a los medios de comunicación desde el nivel preescolar, hasta el universitario y la educación de adultos con miras a desarrollar los conocimientos, técnicas y actitudes que permitan favorecer la creación de una conciencia crítica y, por consiguiente, de una mayor competencia entre los usuarios de los medios de comunicación electrónicos e impresos. Lo ideal sería que esos programas abarcaran desde el análisis del contenido de los medios de comunicación, hasta la utilización de los instrumentos de expresión creadora, sin dejar de lado la utilización de los canales de comunicación disponibles, basada en una participación activa.

2. Desarrollar cursos de formación para los educadores, y diferentes tipos de animadores y mediadores, encaminados tanto a mejorar su conocimientos y comprensión de los medios de comunicación, como a familiarizarlos con métodos de enseñanza apropiados, que tengan en cuenta, el conocimiento de los medios de comunicación, a menudo considerable, pero aún fragmentario, que posee a la mayoría de los estudiantes.

¹⁶ Una versión disponible del documento se encuentra en Masternan, L. (1999) *La enseñanza de los medios de comunicación* (primera edición en inglés 1985). Madrid, España: Ediciones de la Torre. Págs. 285-287.

3. Estimular las actividades de investigación y desarrollo concernientes a la educación relativa a los medios de comunicación, en disciplinas como la psicología y las ciencias de la comunicación.

4. Apoyar y reforzar las medidas adoptadas o previstas por la UNESCO, con miras a fomentar la cooperación internacional en la esfera de la educación relativa a los medios de comunicación.

Aún cuando en diferentes países hay antecedentes antiguos en materia pedagógica para los medios de comunicación, fue en la década de los ochentas, cuando se promovió y se apoyó la investigación en torno al tema¹⁷.

En Inglaterra, Len Masterman es uno de los autores claves en la educación para la recepción. Expone siete razones para considerar a la educación en medios de comunicación, como un asunto prioritario:

- 1) Un elevado uso del consumo de los medios y la saturación de estos en la sociedad contemporánea.
- 2) La importancia ideológica de los medios y su influencia como empresa de concienciación.
- 3) El aumento de la manipulación y fabricación de la Información y su propagación por los medios.
- 4) La creciente penetración de los medios en la creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales.

¹⁷ Un buen resumen de los esfuerzos mundiales en educación para los medios, se encuentra en Aparici, Roberto (coord.); *La revolución de los medios Audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías*. Ed. De la Torre; Madrid, 1996. También es indispensable consultar: Charles, Mercedes; Orozco, Guillermo; *Educación para la recepción*. Ed. Trillas; México, 1990. Una síntesis completa sobre este tema se encuentra en el artículo de Méndez, Juan Manuel y Monescillo, Manuel. (2003). *Orientar para educar en el consumo de los mensajes mediáticos*. En Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación, no. 20. Págs. 21-30.

- 5) La creciente importancia de la comunicación e información visuales en todas las áreas.
- 6) La importancia de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro.
- 7) El vertiginoso incremento de las presiones nacionales e internacionales para privatizar la Información.

La educación para los medios, recibe diferentes nombres como *educación audiovisual, pedagogía de los medios, alfabetización audiovisual, educación en medios de comunicación, educación para la recepción crítica, pedagogía de la imagen, educación en materia de comunicación*, todos, con algunas variables, encaminados en el mismo sentido: dotar al receptor de los medios de comunicación, de los conocimientos necesarios para asumir una postura activa, selectiva, crítica, ante los mensajes de los mismos.

Para Joan Ferrés, educar para la reflexión crítica "supone ayudar a tomar distancias respecto a los propios sentimientos, saber identificar los motivos de la magia, comprender el sentido explícito e implícito de las informaciones y de las historias... y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas ante lo que aparece en la pantalla y la realidad del mundo fuera de ella" (1994:106).

Masterman propone como principio básico de la educación audiovisual, tener en cuenta que "los medios son sistemas simbólicos (o de signos) que necesitan ser leídos de manera activa, y que no son reflejo incuestionable de la realidad externa ni se explican por si mismos" (1999: 36).

Por lo tanto la educación audiovisual asume necesariamente que estas experiencias presentadas por los medios de comunicación "están reconstruidas, representadas (re-presentadas), empaquetadas y moldeadas con formas

identificables y características por las Instituciones de los medios, las técnicas audiovisuales y la práctica de los profesionales de la comunicación" (Idem).

Para Guillermo Orozco, como para la perspectiva latinoamericana en educación para la recepción, este esfuerzo educativo, debe ir más allá de analizar los aspectos técnicos y semióticos de los medios de comunicación: "la educación para la recepción participativa implica la toma de conciencia de los sujetos, como sujetos sociales, que para construir su imagen histórica requieren de los medios de comunicación y de un constante flujo de información que les refleje y les retroalimente".

Con la llegada de la Internet a la oferta comunicativa, y en sí de la tecnología multimedia, nos encontramos ante un nuevo reto: educar para el uso crítico de la Internet.

En un documento editado en julio del 2002, por la UNESCO, como producto de la primera reunión del Comité Preliminar de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (WSIS por sus siglas en Inglés), está planteada la necesidad de fomentar las oportunidades de enseñanza y aprendizaje por medio del acceso a contenidos y sistemas, gracias a las Tecnologías de la Comunicación e Información (ICTs por sus siglas en Inglés).

Los puntos que dedican a este tema son siete que podemos resumir de la siguiente forma:

1) Los ICTs ofrecen cada vez más oportunidades para aprender sin estar dentro de los sistemas formales de educación. Pero conforme aumenta la demanda de educación y la oferta se diversifica, se pueden observar mayores desigualdades en lo que se refiere al acceso, costo y calidad. Se puede observar, entonces, un cambio en el concepto de educación como un bien público, que representa un importante desafío para la comunidad internacional.

2) Un reto mayor para la Cumbre es la definición del mejor uso de los ICTs para el mejoramiento de la calidad de la enseñanza y el aprendizaje, la

distribución del conocimiento e información, la introducción de un grado más alto de flexibilidad en respuesta a las necesidades sociales, la reducción del costo de la educación y el mejoramiento de rendimientos internos y externos del sistema educativo.

3) Renovar la educación gracias al uso sensato de ICTs, reconocer su potencial como mecanismos de entrega y para la expansión, a nivel de sistema, de la oferta y calidad de la educación a distancia y las oportunidades de aprendizaje abierto, inclusive a través de una educación no formal.

4) La Cumbre también debe reconocer el potencial de los ICTs para alcanzar los Objetivos del Milenio en educación, y en términos más generales, los objetivos de educación para todos (EFA por sus siglas en Inglés), establecidos por la comunidad Internacional en Dakar, en abril del 2000, y fomentar un mayor uso de los ICTs con el propósito de alcanzar a los excluidos.

5) Establecer un diálogo con todos los actores involucrados en la educación (gubernamentales, no gubernamentales, la sociedad civil, el sector privado y organizaciones intergubernamentales) con el fin de promover un mejor entendimiento por parte del público sobre los asuntos educativos, según se vean afectados por los ICTs

6) La cumbre deberá atender asuntos éticos y legales referentes al amplio uso de las ICTs en la educación.

7) Finalmente la Cumbre debe reconocer que el conocimiento del lenguaje de las computadoras, es una habilidad básica para el desempeño en las sociedades de conocimiento, y que los ICTs brindan los medios para una mejor administración y uso de los recursos educativos.

En una lectura rápida a estos puntos, se puede concluir que todos, contemplan la utilización de las ICTs como apoyo a la educación, en sus

modalidades formal y no formal. Sin embargo, hace falta plantarnos qué pasa con el uso de estas nuevas tecnologías en el aprendizaje informal.

No basta con que llegue la tecnología a los usuarios. Esto nos llevaría a ver las tecnologías como determinantes *per se* para el desarrollo del conocimiento humano, es decir: al determinismo tecnológico. Necesitamos plantearnos serias interrogantes acerca del uso de las tecnologías de la Información, en ámbitos que trascienden a las instituciones educativas.

"Hace falta que exista un adiestramiento necesario, al que nos referimos es el que tendría que existir para evaluar y elegir los mensajes que encontramos en cualquier moderno medio de comunicación. Sería preciso que nos educaran, preventiva y activamente para mirar la televisión o leer los diarios. De la misma manera, creemos que es pertinente que a los cibernautas de mañana se les enseñe a navegar con ventaja por las redes para que valga el juego de palabras, no acaben enredándose en ellas" (Trejo, 1996:34).

En la VI Conferencia Internacional, El Reto de México ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, se abrieron puertas para retomar el tema de la educación para el uso de la Internet. El doctor Alejandro Pisanty director de Cómputo Académico de la UNAM, comentó que se ha hecho más énfasis en la educación para la Sociedad de la Información, que en la educación en la Sociedad de la Información. Sugirió, entonces, inducir el aprendizaje sobre cómo afrontar un nuevo ambiente económico, cultural y social, dominado por la tecnología y la información.

Pisanty, consideró que es preocupante la cultura de la sociedad mexicana acerca del manejo de la información. Dijo que en la Internet hay una cultura de "búsquedas concretas". Sin embargo, aseguró que el mexicano está más acostumbrado "a una lógica difusa que a una exploración puntual".

Sobre este asunto, Sally Burch sugirió incorporar en las escuelas, la alfabetización mediática y el aprendizaje para manejar información.

Trejo Delarbre, propuso cuatro puntos insoslayables en este debate. En especial, el punto dos hace referencia a esta capacitación completa en el uso de la Internet que los ciudadanos requieren; es decir, desarrollar y extender la educación para el uso de la Red y del conjunto de nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Apuntó que las conexiones no bastan: "Para aprovecharlas se requiere de una capacitación a la que todavía no estamos habituados. Sería necesario que en las escuelas de todos los niveles se enseñara a emplear la Internet, con la misma atención que se invierte para enseñar a leer y escribir y luego, desarrollar esas habilidades".

Como premisa fundamental en esta nueva educación, que ha sido nombrada como alfabetización digital, educación multimedia y educación para el uso de la Internet, alfabetización informática, tenemos que se deben retomar dos aspectos fundamentales.

1) Capacitación técnica en el uso de la computadora y de la Internet. Esta es una de las vertientes que ya se plantean en la educación con los medios de comunicación. Se trata de aplicar dentro del aula los recursos computacionales con fines pedagógicos, aprovechando los múltiples recursos que presenta. Dotar a los alumnos de habilidades técnicas, para que aprovechen el potencial pedagógico de la Red.

2) Capacitación para la apropiación crítica de los contenidos. Así como también, una educación que le despierte la inquietud de convertirse en productor de mensajes de la Red, y no ser solamente un usuario. Esta capacitación le permitirá participar en este nuevo espacio social que la Internet ha facilitado.

3.1. Algunas claves para educar en el uso de la Internet.

Existen aspectos que deben destacarse cuando se habla de educación para el uso crítico de los medios de comunicación. El principal rasgo es, en sí mismo, un objetivo: desarrollar en los alumnos un espíritu crítico y la autonomía que le permita trascender el conocimiento adquirido en el aula, a su entorno cotidiano.

El usuario de la Internet es un ser activo. Desarrolla procesos mentales y emocionales en el momento mismo de seleccionar la información y las actividades a realizar en la Red. Sin embargo, la sobre información que hay en este medio de comunicación es tal, que muchas veces termina perdido entre tan variados contenidos, y sus criterios de selección se ven sometidos a un proceso complejo de interpretación de datos.

Es necesario brindarle conocimientos en el análisis de los sitios web que le permitan realizar una navegación exitosa en términos de los objetivos que se plantee. La comunicación que establece con el medio se volverá activa cuando no se conforme con ver, copiar, y pegar información, sino que cree sus propios contenidos, participe en los foros de discusión, cree equipos de trabajo afines a sus intereses etc.

Ese espíritu de participación en el medio es el que convierte a un receptor de medios en un usuario crítico de la Internet.

Hablamos de una formación integral en el uso de la Red, es decir, capacitación en torno a aspectos técnicos del medio, como en la producción de contenidos a través del lenguaje *html*. Es importante conocer cómo funciona un medio, entender cómo se construye su magia, sin que esto signifique que se pierda la misma, sino que se extienda gracias a la posibilidad de construirla.

Los estudios de la Educación Audiovisual proponen la dosificación del consumo de la televisión y de los otros medios audiovisuales, como una forma de control del consumo mediático de los niños. En la educación para el uso de la Internet, más que hablar de una dosificación, se necesita hacer énfasis en una

cuallificación del uso del medio. No hablamos de cantidad de tiempo en la Red sino de calidad de su uso.

Una persona puede pasar media hora perdido en un mar de información, para finalmente, desertar de su objetivo a alcanzar, con un sentimiento de frustración; o bien, puede invertir 2 horas de su tiempo realizando actividades múltiples y teniendo la seguridad de que su navegación en la Red lo ha gratificado en torno a sus propósitos iniciales.

3.1.1. La propuesta de la Educación Multimedia.

La propuesta de la educación multimedia, surge a partir de la necesidad de capacitar a los individuos para desenvolverse mejor en el ambiente de sobre información que caracteriza a la sociedad multimedia. Es decir, la sociedad en que los individuos aprenden, a partir no sólo de la educación formal, sino de todo el ambiente externo a la Institución educativa gubernamental¹⁸.

Esta corriente de la comunicación educativa, plantea la necesidad de integrar curricularmente las Nuevas Tecnologías Medláticas como recursos didácticos. Particulariza en las funciones educativas de estas tecnologías, los nuevos modos de aprender y la selección y valoración de materiales multimedia.

Alfonso Gutiérrez Martín, es uno de los impulsores de esta propuesta educativa. Plantea la integración de la educación multimedia también en el currículo y formación del profesorado, con la finalidad de que sea Integrada en las diferentes áreas curriculares, entendiendo esta educación como una materia transversal de los contenidos escolares.

Para este autor, las computadoras no deben verse sólo como máquinas de enseñar, sino como herramientas para aprender. Es decir los documentos

¹⁸ Para profundizar en el tema consultar: Gutiérrez, Alfonso (1999) *Educación Multimedia y Nuevas Tecnologías*. (primera edición 1997). Madrid, España: Ediciones de la Torre. Pág.

multimedia, que integran el audio, el video y el texto, deben estar diseñados de tal forma que permitan al alumno llevar el control del sistema, a través de la consulta y la elaboración de contenidos.

"El control del alumno llega a su máximo exponente cuando este no se limita a navegar por la aplicación diseñada por un emisor remoto, sino que utiliza el medio para convertirse él mismo en emisor, utiliza el sistema como herramienta para programar o elaborar sus propios materiales, sus mensajes multimedia para nuevos receptores" (Gutiérrez, 1999: 82).

Gutiérrez no se limita sólo a los aspectos técnicos en la educación multimedia. También propone educar para conocer cómo se construyen los documentos con los distintos lenguajes y medios. En la alfabetización multimedia, plantea el autor, se hace indispensable analizar el *quien hace qué, para quien*.

"En la educación multimedia global e integradora que venimos proponiendo al tiempo que desarrolla la autonomía personal y espíritu crítico en los alumnos, propone como objetivo la convivencia con las innovaciones tecnológicas propias de cada época" (Ibidem, Pág.177).

3.1.2. La escuela ante la educación para el uso de la Internet.

Una de las claves más importantes para llevar a cabo la educación en materia de los medios de comunicación, y también de la Internet, es el papel que asuman los padres y los maestros en torno al tema.

La escuela es una de las áreas más importantes para que los niños accedan a actividades didácticas, que les permitan comprender mejor a la Internet como un multimedio de comunicación, información, educación, recreación, expresión, etc. La autoridad que tiene el maestro como líder de su grupo, es un recurso que se debería aprovechar en este sentido.

Las recomendaciones que pueden hacer los profesores, a partir de las pláticas en los grupos en torno a los usos de la Internet, pueden estar bien dirigidas; siempre y cuando se encuentren comprometidos con su trabajo. Se requiere de un profesor que entienda su misión como mediadora entre los conocimientos que el niño adquiere, que además, trascienden del aula con muros, al aula sin muros.

El planteamiento de la educación para el uso de la Internet, desde la escuela, debe estar inserto en el ámbito de la pedagogía de los medios. Este enfoque sigue de cerca los planteamientos del educador brasileño Paulo Freire (1982), quien defendía una pedagogía orientada a liberar a los alumnos en lugar de oprimir o domesticar su espíritu.

Para alcanzar esta educación liberadora, se debe comprender su esencia, es decir, la necesidad de esclarecer el mundo, no verlo como algo dado que hay que aceptar, partiendo siempre de la realidad concreta de los alumnos, y abandonar los modos narrativos y jerárquicos de transmisión.

"La enseñanza eficaz de los medios exige modos de enseñanza no jerárquicos y una metodología que fomente la reflexión y el pensamiento crítico y que, al mismo tiempo, sea lo más viva, democrática, centrada en el grupo y orientada a la acción que el profesor pueda conseguir" (Masterman, 1997: 43).

El camino para llegar a un uso más crítico de la Internet, no sólo está trazado por los recursos informáticos con los que cuenta una institución educativa. Para construir ese espíritu crítico de los alumnos, Len Masterman ha recomendado, desde la pedagogía de los medios, poner en práctica el diálogo-reflexión-acción.

"El diálogo pretende entender los fenómenos, incluidas las propias actividades del grupo, no como algo estático y 'cognoscible', sino siempre en su proceso de cambio y desarrollo. Mientras que el debate frecuentemente sirve para poco más que reciclar las ideas y conocimientos preexistentes, el diálogo apunta a generar formas de comprensión nuevas y más complejas" (Masterman, 1999:49).

Esta concepción del diálogo, como un medio para construir una idea global del grupo, en torno a diferentes temas de la Internet, exige que el maestro asuma una postura abierta. Cuando un alumno toca un tema acerca de lo que hizo, vio, adquirió, escuchó o produjo en la Red, el maestro tiene varias alternativas: reaccionar con indiferencia, callarlos, o involucrarse con inteligencia en sus conversaciones.

Esta última reacción es la que debe predominar cuando hablamos de la educación en el uso de la Internet. Cuando el maestro interviene en las pláticas de sus alumnos, los contenidos de la Red se pueden reapropiar en forma más crítica.

Las escuelas como espacios, educativos y de recreación de los contenidos de los medios de comunicación, son lugares idóneos para enseñar en torno a su uso. Equipar las escuelas con talleres de cómputo conectados a la Internet, es sólo un paso en el camino de la formación integral para el uso de la red.

3.1.3. La familia, espacio para recrear los contenidos de la red.

Al referirse al papel mediador de los padres y los maestros, Joan Ferrés (1994), los nombra *Intérpretes de sueños*. Con esto hace referencia al apoyo que pueden dar a los niños para comprender los contenidos de la Internet, partiendo del postulado freudiano de que los sueños tienen contenidos manifiestos y latentes. Siendo los primeros, aquellos que se comprenden con el simple relato y los segundos, la realidad profunda enmascarada por el mismo.

El diálogo que los padres entablan con sus hijos respecto a los contenidos de los medios de comunicación, tiene un valor importante para la educación en torno a su uso: "La presencia de otros compañeros, pero sobre todo la de los padres, les permitirá tomar distancias respecto a su propia experiencia como espectadores. Siempre, claro está, que sea una presencia activa; es decir, siempre que los padres no estén tan hipnotizados como ellos ante la pequeña pantalla" (Ferrés, 1994: 137).

Los padres no necesariamente tienen que estar todo el tiempo, como férreos vigilantes, al lado de sus hijos cuando usan la Internet. Su papel es más valioso en tanto asumen una actitud de compañerismo; es decir, involucrándose amistosamente en los temas que sus hijos aborden de la Internet, y hacerlos partícipes de aquello que ellos mismos, a través de sus navegaciones, encuentren en la Red.

Los padres necesitan reflexionar en torno a las siguientes preguntas ¿Qué tanto sé de las páginas que visitan con mayor frecuencia mis hijos? ¿Qué páginas puedo recomendarles, ya sea para que resuelvan sus tareas, para que se diviertan, para que conozcan temas nuevos etc? ¿Qué contenidos son menos adecuados para ellos? Y ¿Qué alternativas tengo para evitar que los afecten? Entre otras.

El ejemplo de los padres es decisivo en el uso que los niños hacen del medio. Difícilmente el niño asumirá posturas críticas ante los contenidos de la red, si ve en sus padres una actitud poco analítica y participativa. En las familias que utilizan la Internet, es común que sean los niños los cibernautas adelantados, y por lo tanto, los que orienten a otros miembros de la familia, entre ellos los padres, en torno a cómo usar o qué hacer en el ciberespacio.

Por lo tanto, es una necesidad que los padres, que todavía no se acercan al uso de esta tecnología, se involucren. La ayuda de sus hijos puede ser un buen punto para el encuentro y la comunicación familiar. Mantenerse al margen, no es la mejor alternativa.

Con la televisión, muchos padres han cometido el error de asignarle el papel de niñera electrónica. En la relación que el niño entabla con la Internet, encontramos procesos emocionales complejos. Estos se dan a través de la socialización que entablan con otras personas gracias al medio, los contenidos que adquieren, la diversión de jugar gracias a la Red etc.

Los padres necesitan formación, para no cometer el mismo error que se ha cometido en muchos casos, con los medios tradicionales de comunicación: dejar a

sus hijos cómodamente instalados "en la bolsa del canguro". Sólo la educación en el uso de este medio, les permitirá establecer el contexto familiar idóneo para la formación de usuarios críticos de la Internet.

"Sólo la formación les facilitará criterios razonables y coherentes de actuación; de ordinario la actitud de *no saber qué hacer*, suele desembocar en la actitud de *dejar hacer*, y esto no es recomendable desde ningún punto de vista" (Ferrés 1994:133).

He ahí la necesidad de un trabajo conjunto entre la escuela, la familia, las organizaciones gubernamentales y civiles. La escuela se coloca una vez más, como la instancia que puede brindar el espacio, para que los padres se sensibilicen respecto a la importancia que tienen en la educación para el uso de la Internet, y de las ventajas que pueden obtener de ellas, en especial la oportunidad de fomentar la comunicación familiar.

3.2. El método de Investigación.

Dentro del proceso de investigación existe un elemento que constituye la columna vertebral del trabajo, se trata del método de investigación. Muchas veces existe una fuerte confusión acerca de qué es exactamente: un capítulo de la tesis nombrado como "metodología", haciendo referencia a las técnicas de recolección de datos, o un proceso que va mucho más allá.

Sin duda el método incluye los instrumentos de medición, pero estos no pueden surgir de la nada, sino de la base teórica de la Investigación. Entonces el método va más allá de la recolección de datos de campo. "En su sentido más amplio, significa el camino, la forma de arribar a una meta, y, por lo tanto, los pasos sucesivos que es preciso dar para llegar a un buen término, los mojones necesarios de la senda del desarrollo intelectual" (Lebedinsky, 1996: 8).

El establecimiento del método pertenece a cada responsable de la investigación. Esto no significa que no haya reglas para respetar. Si se quiere realizar un trabajo con carácter científico hay que apegarse, en la medida que sea necesario, a el método científico que adquiere este carácter cuando: "es instrumento que refleja verdaderamente las leyes del mundo objetivo, cuando define las particularidades del objeto estudiado, las leyes de su desarrollo, su reflejo en la conciencia" (Lebedinsky, 1996: 8).

El método de investigación no se establece sólo por aquellas técnicas de investigación que parecen más adecuadas o están de moda. Se encuentra en íntima relación con la teoría. Es importante tomar en cuenta el enfoque teórico desde el cual se trabaja. Por ejemplo: para los idealistas el método es un conjunto de reglas establecidas arbitrariamente por el espíritu humano, para las comodidades del conocimiento.

Por el contrario, para el materialismo científico el método sólo es justo cuando establece las leyes objetivas de la propia realidad. La filosofía marxista concibe el método como la ciencia de las leyes más generales de la naturaleza, de la sociedad y del pensamiento.

"Veremos que el método de estudio y el de investigación tienen estrecha relación entre sí y asimismo que están muy vinculados a la filosofía. Es decir, dado el ángulo filosófico, la metodología queda implícita" (Lebedinsky, 1996: 8).

El conocimiento de la humanidad, se ha desarrollado gracias a las contribuciones de diferentes estudiosos de la realidad a través de la historia. La realidad concreta es, para la ciencia, el puente de partida y de llegada, el punto de referencia directo o indirecto, mediato o inmediato para su desarrollo y consolidación (Rojas, 1983: 11).

Esta investigación tiene su punto de partida en la observación de la realidad concreta y encuentra sus conclusiones reflexionando sobre la misma.

Entendemos hasta este momento que la investigación científica no se puede apegar a recetas preestablecidas. Cada trabajo de este criterio, necesita encontrar su propio desarrollo sin apegarse a un solo camino trazado de antemano, "en la investigación no tienen cabida las concepciones rígidas que limitan el pensamiento y la acción; se requiere un espíritu dialéctico que conjugue la preparación formal en el campo de la teoría, la metodología, y las técnicas, con las experiencias directas e indirectas de la imaginación creativa" (Lebedinsky, 1996: 16).

Antes de aplicar cualquier técnica de investigación, se debe tener una valoración teórica, tanto del problema como de las técnicas de investigación a utilizar, debido a que todas tienen una relación directa con lo real, lo cual las define y condiciona.

Otra definición completa del método es la de Eli de Gortari: "El método es el procedimiento planeado que se sigue en la actividad científica para descubrir las formas de existencia de los procesos, distinguir las fases de su desarrollo, desentrañar sus enlaces internos y externos, esclarecer sus interacciones con otros procesos, generalizar y profundizar los conocimientos adquiridos de este modo, demostrarlos luego con el rigor racional y conseguir después su aprobación en el experimento y con la técnica de su aplicación"(Citado en Zorrilla, 1989: 59)

Las técnicas de investigación forman parte del método: "Es un procedimiento o conjunto de procedimientos, regulado y provisto de una determinada eficacia. Las técnicas constituyen una de las partes más adelantadas de la actividad científica" (Citado en Zorrilla, 1989: 60).

Es erróneo entender por el método de investigación, el conjunto de técnicas o procedimientos que nos ayudan a recolectar los datos de la investigación, sobre lo cual abundaré en el apartado 3.2.4. El método de investigación tiene objetivo fundamental: elevar el conocimiento común a conocimiento científico, es en sí todo el cuerpo de la investigación.

3.2.1. El punto de partida de la investigación.

La inquietud de estudiar la relación que se establece entre los niños y la Internet, surgió a raíz de observaciones realizadas durante un ciclo escolar en el Centro Escolar Chilpancingo (CECH), en la ciudad homónima capital del estado de Guerrero. Esta escuela cuenta con un laboratorio de computación, con una computadora por alumno. Se enseña el uso de diferentes aplicaciones como Word, Excel, PowerPoint, e Internet.

Los niños de primaria y los adolescentes de secundaria, mostraban un gran interés para aprender "todo" lo relacionado con la computación. En especial les agradaba usar la Internet. Era sorprendente la facilidad con la cual se "movían" a través de los contenidos.

Los maestros de esta escuela manifestaban cierta preocupación por esta gran afinidad del niño con la computadora. Se sentían excluidos de todos los conocimientos y posibilidades que la Informática presentaba e incluso pidieron un curso para aprender a usar también la computadora, y en especial la Internet.

Sin embargo, la afinidad que el niño sentía hacia la computadora, no se reflejaba en un uso intelectual de la misma. Para ellos la máquina significaba una forma de divertirse. Cuando se les daban cinco minutos al final de la clase para que jugaran con programas de la computadora, se notaban felices, y muy activos. Lo mismo sucedía cuando usaban Internet: dejarlos entrar a las páginas de sus artistas, a los chats, a los juegos, a las páginas de sus caricaturas favoritas, era lo más "padre" de la clase de computación.

Una observación más acerca del uso que hacían de la Internet, era el gusto que los niños experimentaban al sentirse superiores ante su maestro de clases. Llevar una tarea de muchas cuartillas sobre un tema que les dejaba investigar el profesor, que había sido realizada en menos de diez minutos gracias a un

buscador de Internet y a las herramientas "cortar" y "pegar", era para ellos una forma ser "astuto", de revelarse ante el maestro.

Estaban concientes de que ellos tenían más conocimientos acerca de la Internet que sus maestros y ese poder del conocimiento los hacía sentirse incluso superiores a sus profesores en ese sentido. Por un momento ellos podían ser maestros de sus maestros. El profesor que conocía más sobre la Internet, que les hablaba de ese tema actual que tanto les gustaba, era reconocido por ellos como "buena onda".

Los maestros comenzaron a sentir la necesidad de adquirir conocimientos respecto al nuevo medio de comunicación, cuando los niños les preguntaban o hablaban acerca del mismo.

Sentían la incomodidad de no ser hábiles en un tema de actualidad. Muchos optaron por asumir una actitud de imposición y no permitían el tema de Internet en sus aulas. Veían el uso de la Red como algo que no les ayudaba en nada, o al menos, no como el aprendizaje de la escuela.

Estar en contacto con esta revolución que la Internet causaba en el ámbito escolar, sembró las primeras preguntas acerca de la relación del niño y la Internet. Los temas de investigación finalmente, parten de la observación de la realidad. "El punto de vista —dice Saussure— crea el objeto" (Citado en Bourdieu, 2000: 51).

Es cierto que de la observación de los hechos, es como nacen los temas de investigación; sin embargo, la ciencia aspira a alejarse de la simple observación para alcanzar el conocimiento científico: "la ciencia se construye construyendo su objeto contra el sentido común —siguiendo los principios de construcción que la definen—, no se impone por su sola evidencia, es porque nada se opone más a las evidencias del sentido común que la diferencia entre objeto "real", preconstruído por la percepción y el objeto científico, como sistema de relaciones expresamente construido" (Bourdieu, 2000: 52).

La experiencia de trabajo, de observación en este colegio, fue el punto de partida para construir el problema de estudio de esta tesis. Las primeras preguntas que surgieron de esa observación, estaban basadas en el sentido común. Empero, está clara la importancia de superar esta etapa a través del proceso científico. Esta serie de etapas permiten construir un conocimiento acerca de esa pequeña o gran parte de la realidad observada.

3.2.2. Tipo de investigación.

Esta investigación es de tipo exploratorio debido a que la relación que se establece entre los niños y la Internet ha sido poco investigada. En los estudios de recepción de medios no se ha incluido el estudio de la Internet como medio de comunicación.

Este estudio servirá para familiarizarnos con un fenómeno relativamente desconocido, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables.

También podemos definir esta investigación como descriptiva. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. En este caso se va a describir la relación que un grupo de niños de primaria establece con Internet.

Hacer una descripción de la relación niño-Internet, a través del papel mediador de variables como las planteadas en este trabajo, es necesario para hablar de educación para el uso crítico de la Internet.

3.2.3. La muestra.

Para seleccionar al grupo de estudio se requirieron niños que tuvieran acceso regular a la Internet. La edad promedio que se estableció fue 11 años, por lo que el lugar ideal para encontrarlos fue las escuelas de nivel primaria, entre quinto y sexto año escolar. La escuela fue el medio para acceder a ellos sin importar si en las aulas imparten o no clases de Internet.

La muestra fue de tipo no probabilística, también llamada dirigida, supone un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario. A diferencia de la probabilística, la elección no depende de que los sujetos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión del investigador, claro, en base a objetivos de estudios, el esquema de la investigación y el alcance de sus contribuciones.

El objetivo de esta muestra fue analizar a un grupo de niños de 11 años de edad en promedio (Se encuentran entre sexto y quinto grado de primaria), que tuvieran acceso regular a Internet, es decir, que en sus casas lo tengan y además lo usen.

3.2.4. Los instrumentos de medición no son la metodología.

El proceso metodológico, no significa simplemente las técnicas de investigación que se van a usar para cumplir con los objetivos de investigación. Es todo el camino que se recorre desde que se establece el objeto de estudio y su problemática, hasta que se presentan los resultados de todo el proceso de análisis en torno a él, y de ser uno de los objetivos, hacer el planteamiento de soluciones posibles a la problemática.

En palabras de Bourdieu esto es:

"Al llamar metodología, como a menudo se hace, a lo que no es sino un decálogo de preceptos tecnológicos, se escamotea la cuestión propiamente dicha,

la de la opción entre técnicas (métricas o no) referentes a la significación epistemológica del tratamiento que las técnicas escogidas hacen experimentar al objeto, y a la significación teórica de los problemas que se quieren plantear al objeto al cual se les aplica" (Bourdieu, 2000: 60).

Entonces:

"Para ofrecer un cuadro exhaustivo de la realidad es necesario profundizar el análisis y llegar a la esencia del fenómeno mediante el método de abstracciones. Más tarde tienen lugar el proceso inverso, o sea, el que va de lo abstracto a lo concreto, a la manifestación de las formas concretas, pero ya de unas formas iluminadas por la comprensión de su esencia real y, por ello, parte de una unidad multiforme, rica, viva." (Citado en Zorrilla, 1989: 41).

Esta investigación no va a ofrecer un cuadro exhaustivo de la realidad; empero es un posible camino para abordar esta problemática.

En la senda a recorrer en este proceso de investigación, la revisión de la literatura para analizar la relación que se establece entre los niños y la Internet, me acercó a los trabajos de Recepción Crítica para medios masivos de comunicación. Los cuales tienen su base epistemológica, como he explicado en el marco teórico, en los Estudios Culturales y en la Teoría Crítica Social.

Para tratar de entender la relación que establecen los niños de primaria con la Internet, se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos.

Cabe mencionar la importancia de utilizar técnicas cualitativas y cuantitativas en la investigación. Pero por cuestiones de tiempo, en este trabajo sólo se utilizó una técnica cuantitativa, sin descartarse la necesidad de usar otra, como puede ser la observación y la entrevista en profundidad.

3.2.5. El cuestionario.

El cuestionario es una de las técnicas de investigación cuantitativas más utilizadas. Goeede y Hatt, afirmaron que preparar un cuestionario puede verse como un avance de "adentro" hacia "fuera" (En Zorrilla, 1996: 116). El investigador establece consecuencias lógicas de su problema, y luego se apoya en la construcción de su problemática, y en la revisión de la literatura para redactar las preguntas del cuestionario.

Para esta investigación, se ha diseñado un cuestionario que consta de 34 preguntas. Fue rediseñado después de una prueba piloto y se le hicieron afinaciones en el diseño de la investigación. El objetivo de esta técnica de investigación, es conocer algunos elementos claves de la mediación que realizan la escuela, la familia, los amigos y el niño mismo, en la relación que entabla con la Internet.

Definir la edad de la muestra es muy importante en toda investigación. Esta dependerá de los objetivos de la investigación. Uno de los primeros datos que se le piden a los niños y niñas es la edad, el cual se ha considerado necesario aún cuando se sabe que 11 años es la edad promedio del grupo, debido a que es una etapa del desarrollo que marca el ingreso a otra (ver capítulo 2), por lo que puede haber variaciones entre estos y los que tiene 12 o 9. Los 11 años es la edad que nos interesa conocer en relación al problema de estudio, debido a que no es lo mismo un cibernauta de 30, o 20 años, a uno de 11.

Este trabajo no plantea una hipótesis acerca del género con respecto al grupo de estudio; el sexo también es un dato de introducción importante, debido a que hay estudios que indican que las mujeres son minoría entre los usuarios hasta el momento (Citados en Castells, 1996: 393). El correo electrónico es otro dato interesante de recabar, para saber si los niños participan de este nuevo recurso de comunicación. Al final del cuestionario se les pide su autorización para, en caso de arrojar datos interesantes, contactar a los niños para una entrevista posterior.

El papel de la familia en la relación niño-Internet, será indagado de la pregunta 1 a la 9. De esta categoría se quieren medir como indicadores el uso que le da la familia a la Internet, para lo cual se han diseñado las preguntas *¿Cuántos días a la semana usan Internet en tu casa?, ¿Cuántas horas por día usan los miembros de tu familia y tú Internet en tu casa?, ¿La persona que más usa la Internet en tu casa para qué lo hace?, ¿Tienen algún tipo de restricción en Internet en tu casa?*

Estas preguntas son todas cerradas y tienen como objetivo conocer la frecuencia del uso de la Internet, si la persona que tiene la tutela del medio es aquella que más lo maneja y crea una fuerte influencia en el resto de la familia, y si los padres se sienten inseguros de dejar a sus hijos navegando solos, o colocan algún sistema de restricción.

El lugar que ocupa la computadora en la casa, y en sí el lugar en donde navega el niño, condiciona en gran medida el uso que se hace de él. Uno de los indicadores a medir es también el lugar dentro de la casa que ocupa la Internet. En la pregunta 1 se realizó un cuadro para obtener tres datos: el lugar en donde esta ubicada la computadora, cuáles de ellas están conectadas y claro, también cuantas computadoras hay en la casa. La pregunta dos está relacionada a este indicador y es respecto a cual de estas máquinas utiliza el niño.

Los padres ejercen una influencia muy importante en el uso que los niños hacen de la Internet. En estudios realizados para televisión se ha encontrado que es la madre la que influye fuertemente en el consumo que se hace de ella. Sin embargo, es de esperarse que tratándose de la Red, los resultados no sean parecidos a los de las investigaciones de los medios masivos de comunicación, debido a que en la mayoría de los casos, son los más jóvenes aquellos que se sienten más atraídos por el medio, y todavía muchos adultos se sienten fuera del uso de la informática.

La comunicación que se establece entre los padres y los hijos es muy importante para dirigir al niño respecto a su consumo del medio. En el

cuestionario, las preguntas 6 y 7 están orientadas a medir la ayuda que proporcionan o no al niño para reflexionar acerca del uso y contenido de Internet. Para saber si los padres dirigen el uso de la Internet está la pregunta 8 *¿Qué tan seguido tus padres te dicen qué páginas debes visitar?* Con esta y otras preguntas, se busca conocer el carácter mediador de los padres en el uso de la Internet del grupo estudiado.

La etapa de desarrollo que está viviendo el niño es también una mediación en la relación que va a establecer con el medio. Un niño de menos de 10 años no va a realizar las mismas actividades, con los mismos objetivos que un adolescente de 14 o 15 años. El criterio para usar un medio de comunicación en esta edad, tiene características diferentes a los que se tienen en la edad adulta. En esta categoría se pretenden medir los siguientes indicadores: la socialización y el uso de Internet, para lo cual se emplearán las preguntas 12, 13, 18, 19, 20 y 21.

Este grupo de preguntas pretende establecer cómo es la rutina que establece el niño para usar Internet; quién acompaña a los niños y las niñas cuando navegan; si refuerza con publicidad de otros medios su fuente de páginas que puede visitar en la Internet; qué actividad es la que más le gusta realizar en la Internet, el chat y el correo electrónico como medios para hacer amigos, buscar información para sus tareas, bajar música o jugar.

El bloque de preguntas anteriores trata de entender esta característica de la etapa de desarrollo del niño. Sin embargo, se tiene en cuenta que la Internet, no sólo permite la socialización por sus características tecnológicas, sino también porque forma parte del universo simbólico que se construye entre el grupo de amigos.

El uso personal que hacen de Internet está medido además en las preguntas: 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18, y 30; tienen como objetivos analizar la frecuencia con la que usan el medio, si se encuentra solo o acompañado, en dónde y porqué le gusta más navegar en ese lugar. Se trata de entender cuál es el espacio personal que crea el niño en torno al uso de la Internet.

Un infante no se puede concebir como un ser sin capacidad crítica. Como analizamos en el capítulo 2, los niños de 11 años de edad tienen capacidad para rechazar y aceptar mensajes. Esta tratará de conocerse a través de las preguntas: 10, 11, 15, 16, 17 y 22. Aquí se pretende recabar datos acerca de los factores que influyen en los contenidos a los que el niño accede en la Internet, la frecuencia con la que termina haciendo un recorrido por la Red que no tenía previsto, conocer sus tres páginas de preferencia; analizar que es lo que él o ella consideran que puede ser malo para ellos en el medio y si alguna vez se han encontrado con algo que les pareciera negativo para su persona.

La pregunta abierta *¿Crees que usar la Internet te da habilidades y conocimientos que no tendrías de no usarlo?*, permitirá conocer hasta que punto el niño ha reflexionado acerca de Internet y cómo considera él mismo que afecta a su vida. La pregunta 30 tiene como propósito conocer cómo califican a la Internet los infantes, si les parece un medio excelente o pésimo; la misma interrogante se les formula acerca de la opinión sus amigos, para conocer que tanto coincide su percepción sobre Internet.

Los conocimientos acerca de cómo y para qué usar la Internet, muchas veces no se adquieren en un aula de clases, sino que se socializan en el grupo de amigos, que puede también ser una fuente de aprendizaje de Internet; de ahí la pregunta *¿Tus amigos te dan tips sobre qué buscar en Internet, por ejemplo de páginas que les han gustado o cómo usarlo mejor?*

También es importante indagar los comentarios que el niño realiza con sus amigos acerca del contenido de la Internet: *¿Haces comentarios acerca de Internet con tus amigos?* Y una pregunta abierta tratará de recabar información más amplia acerca de los temas que comentan: *¿Qué cosas recuerdas que has platicado con tus amigos acerca de Internet?*

La actitud de los amigos ante el medio, debe ser un factor que influya en la de los niños estudiados. Usando una escala bipolar* se formula la pregunta ¿Cómo calificarían tus amigos Internet? y la respuesta oscila entre Excelente y Pésimo, los niños tendrán que marcar con una X sobre una de las líneas según se acerque la respuesta a uno de los calificativos, siendo la línea de en medio la que define como neutra la opinión a cerca de Internet.

Una de las instituciones medadoras de los mensajes de los medios de comunicación, además de la familia, es la escuela. La escuela proporciona un espacio para el aprendizaje y el desarrollo del niño, en el cual pasa muchas horas al día. Las últimas preguntas del cuestionario van dirigidas a entender la participación de la escuela en la relación niño-Internet.

El maestro juega un papel muy importante en el aprendizaje de los niños. Es significativo conocer si los maestros en la escuela estimulan el acercamiento a la Internet de los niños. Es desde este ámbito donde se pueden proporcionar las herramientas para hacer un uso crítico del medio *¿Qué tan seguido tus maestros hablan contigo de temas que ven en Internet? ¿Qué tan seguido tus maestros te piden que busques, o mejores las tareas con información de Internet?* y por último una pregunta abierta *¿Crees que a tus maestros les gusta Internet?*

Este cuestionario nos arrojará datos acerca de las relaciones niño-Internet desde el punto de vista de los niños entrevistados. No se les preguntó más acerca de sus maestros, debido que el niño finalmente conoce más acerca de sí mismo, de sus amigos y su familia, que del uso que puedan hacer sus maestros de la Internet, y no cuentan aún con un criterio de análisis lo suficientemente desarrollado para hablar acerca de la escuela. Se tienen claras las limitantes del cuestionario, y no se pretenden hacer afirmaciones que hablen de una verdad absoluta.

* Para más detalles acerca de la estas escalas ver: Sampieri, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (1991) Metodología de la investigación (Segunda edición 1999) México: McGraw-Hill. P. 266.

"El cuestionario no es más que uno de los instrumentos de la observación, cuyas ventajas metodológicas, como por ejemplo la capacidad de recoger datos homogéneos igualmente apreciables por un análisis estadístico, no deben disimular sus límites epistemológicos" (Bourdieu, 2000: 67).

Bourdieu advierte que al darle toda la preferencia al cuestionario se corre el peligro de desconocer el aspecto de las conductas, en sus usos más ritualizados, e incluso, por efecto de desplazamiento, a desvalorizar el proyecto mismo de su captación. Este autor propone no ignorar las técnicas cuantitativas por las cualitativas y viceversa.

"El preferente interés que los etnólogos conceden a los aspectos más determinados de la conducta, a menudo es paralelo con la indiferencia por el uso de la estadística, que es la única capaz de medir la distancia entre las normas y conductas reales" (Bourdieu, 2000: 67).

Un cuestionario de 34 preguntas aplicado en dos escuelas, a un total de 49 niños y niñas, no nos arroja datos respecto a los niños de primaria de todo el distrito federal. Nos introduce a conocer la relación que establecen con la Internet los niños entrevistados, pensando que podría ser utilizado en una muestra realmente representativa de esta población.

Sin descartar además que existen otras mediaciones que aquí no se alcanzan a medir. Para esto se necesitaría aplicar otras técnicas de Investigación, acudir también a conocer más de cerca a los padres, los maestros y a los amigos.

Tenemos un instrumento de Investigación que es producto de un método de investigación, que se ha definido a través de fases y que tiene en claro su objetivo general; una vez analizados los datos, nos permitió conocer en que grado las hipótesis son planteadas son refutadas o aceptadas, siempre teniendo presente las limitaciones de este instrumento de investigación.

CAPITULO 4

LAS MEDIACIONES EN LA RELACIÓN NIÑO-INTERNET

Como abordamos en el capítulo 2, toda recepción de mensajes está mediada por diferentes factores, desde Individuales hasta sociales. Este trabajo de Investigación se limitó a abordar cuatro que son: la familia, la etapa de desarrollo cognoscitivo, el grupo de amigos y la escuela, todos vistos desde la perspectiva del niño.

Es necesario hacer énfasis en que para conocer la relación niño-Internet, no basta analizar sólo estas mediaciones; hay otras como la clase social, el contexto regional, la cultura, que son importantes para el análisis del objeto de estudio. Por el momento revisaremos sólo algunos aspectos, de la compleja mediación que llevan a cabo los factores antes mencionados en el uso que el niño hace de la Internet.

La visión del niño en torno a su familia, la escuela y su grupo de amigos con relación al uso que hacen de la Internet, presenta limitantes para conocer a fondo cada una de las instancias mencionadas. El niño muchas veces no conoce a detalle cómo usan la Internet sus maestros, incluso sus amigos, pero su percepción es importante para el análisis.

Sería necesario aplicar un instrumento de investigación para cada una de las instancias mediadoras. Sin embargo, éste es sólo un primer paso para conocer cómo está mediada la relación que el niño establece con la Internet.

El cuestionario se llevó a cabo en dos escuelas de la Ciudad de México. Una de ellas es el Instituto de Estudios Básicos Amado Nervo, que se encuentra ubicado en la colonia Agrícola Oriental, en la delegación Ixtacalco; la otra es el Colegio Coyoacán, ubicada en el centro de la delegación homónima.

Se encuestaron 49 personas, de las cuales 24 fueron niños y 25 niñas. La edad que predominó fue la de 11 años con un 55.1 por ciento, seguida por los 12 años de edad, con un 30 por ciento.

Los resultados de la encuesta, fueron procesados en el Programa de Estadística para Ciencias Sociales SPSS y graficados en Excel. Analicemos entonces algunos datos relevantes.

4.1. La familia.

La familia como instancia mediadora, posee un interés especial hacia la relación de los niños con la Internet. Los resultados que encontramos en torno a ésta, van desde el espacio geográfico en el cual se encuentra la computadora conectada a Internet, hasta el uso que hacen de ella los diferentes miembros de la familia.

El 85 por ciento de los niños entrevistados dijo tener 1 o 2 computadoras en sus casas, el resto tiene 3 o 4 y sólo uno de ellos dijo tener más de cuatro ordenadores en su hogar.

4.1.1. Ubicación de la computadora dentro del hogar.

La distribución de las computadoras dentro del hogar, nos arroja algunos datos interesantes: el sitio que predominó como espacio para albergar la computadora, fue la recámara de los niños entrevistados, con un 51 por ciento.

El estudio fue el segundo espacio más utilizado para la navegación, con un 28.6 por ciento. El resto de los lugares como la sala, la computadora portátil o la opción otro lugar, ocuparon porcentajes más bajos. Los porcentajes se presentan detalladamente en la tabla 1.

Tratando de indagar también cuál de estas computadoras estaban conectadas a Internet, se le pidió a los niños que identificaran cuando una computadora estaba conectada o no a la Red, según el espacio geográfico dentro del hogar que ocupa.

Se encontró que del 51 por ciento de los entrevistados, que dijeron tener el ordenador en su recámara, el 88 por ciento estableció que contaba con conexión a Internet. Del 22 por ciento que afirmó tener una computadora en la sala de su casa, el 90 por ciento afirmó tener conexión a la red.

Otro de los espacios donde predominó la conexión a Internet fue el estudio. Del 24 por ciento de los sujetos que tienen computadora en este sitio, el 85.7 por ciento, dijo contar con conexión a la web.

En la siguiente tabla se presentan los espacios geográficos dentro de los hogares que cuentan con computadora, ya sea conectada o no a la Internet:

Computadora conectada o no a la Internet		Espacio dentro del hogar				
		ESTUDIO	RECAMARA PROPIA	SALA	PORTATIL	OTRO
Hay computadora	Conectada	24.5	44.9	20.4	10.2	28.6
	No conectada	41.1	61.1	2	4.1	6.1
No hay computadora		71.4	49	77.6	85.7	65.3
Total		100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 1. Lugar en que se encuentra ubicada la computadora, conectada o no a la Internet, en la casa de los niños entrevistados.

Un promedio del 83 por ciento de las computadoras, que los niños marcaron dentro de los diferentes espacios familiares, están conectadas a la Red.

Una de las interpretaciones que se puede realizar de estos datos, es que los padres confían y muestran interés para que sus hijos cuenten con acceso a la Internet en espacios privados, como lo son sus recamaras.

Encontramos que los sitios compartidos por los diferentes miembros de la familia, cuentan en menos porcentajes con un ordenador; pero en caso de haberlo, el porcentaje de los que están en conexión es alto, lo que nos habla de familias que comparten el acceso a Internet.

Navegar en un ámbito privado o público influye directamente en el uso que se hace del medio. Ubicar la computadora con acceso a Internet puede ser una forma de control en el consumo de sus contenidos. Podemos destacar que de los sujetos de estudio, más del 50 por ciento no han visto la necesidad de ubicar en un espacio que sea del dominio familiar el acceso a la Internet, como una forma de control sobre el uso del medio.

Las lecturas que se le pueden dar a estos resultados son diversas, pero es importante destacar que las familias a las que pertenecen estos niños son abiertas a que sus hijos naveguen en un espacio privado, posiblemente porque lo ven como un medio para que aprendan cosas nuevas, o simplemente se entretengan.

Como era de suponerse, la computadora más utilizada por los niños entrevistados fue la que se encuentra en su recámara en un 44 por ciento, seguida con un 16.3 por ciento por el estudio y la sala.

4.1.2. Uso que hacen los miembros de la familia de la Internet.

El 51 por ciento de los niños y niñas entrevistadas, dijo que en su casa se usa la Internet de uno a dos días a la semana. Al investigar la frecuencia del uso del medio según los miembros de la familia, se encontró que es la mamá el miembro de la familia que la usa menos con 59.2 por ciento (de madres que no lo usan). Del grupo de niños que marcó al papá dentro de los miembros de su familia, el 32.7 por ciento dijo que no la usa y el mismo porcentaje afirmó que lo usa menos de una hora.

El hermano mayor, de aquellos niños que lo indicaron, fue el miembro de la familia que destacó como el que usa la Internet durante más de tres horas, con un 22.4 por ciento, seguido por el mismo niño o niña que se marcó en la categoría "de una a tres horas diarias" en un 46.9 por ciento. Aquí podemos ver que la influencia en el uso de Internet que podría existir por parte de los padres, es menor debido a que no son ellos los miembros que más utilizan el medio.

La tabla 2 muestra mejor los datos sobre las horas al día que usan la Internet los diferentes miembros de las familias, aclarando que no se trata de todos los días de la semana, sino de aquellos días que suelen navegar.

Frecuencia del uso de la Internet al día	Miembro de la familia							
	Papá	Mamá	Hermano (a) Mayor	Hermano (a) Menor	Tío (a) o Tíos (as)	Abuelo (a)	Niño encuestado	Otra persona
Menos de una hora	16.3	18.4	8.2	16.3	2	4.1	20.4	10.2
De una a tres horas	14.3	6.1	16.3	14.3	6.1	0	46.9	2
Más de tres	0	4.1	22.4	0	6.1	0	18.4	6.1
No la usa	20.4	59.2	4.1	20.4	4.1	8.2	0	0
No lo marca	49	12.2	49	49	81.7	87.7	14.3	81.7
Porcentaje total	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabla 2. Horas que los miembros de la familia suelen utilizar la Internet.

Para recolectar esta información, se presentó dentro del cuestionario una tabla que los niños llenaron, marcando al miembro de la familia como "papá" "mamá" "hermano mayor o menor"; es decir, marcaron al miembro de la familia en relación a ellos mismos. Después marcaron las opciones del tiempo ya predefinidas (ver cuestionario en los anexos), incluyendo también la opción de "no la usa".

Una vez que se revisaron los cuestionarios, se procedió a categorizar a los miembros de la familia y aquellos como "padrino" "primo", que no eran un grupo representativo, se incluyó en la categoría "otra persona".

Es interesante conocer para qué usa la Internet el familiar que navega más de una hora al día. Del 51 por ciento de los niños que dijo tener un hermano mayor, el 76 por ciento comentó que este familiar navega de una y tres horas al día. Este es el miembro de la familia, que los niños entrevistados tienen como una referencia del uso de la Red.

Las horas al día que el hermano mayor de los niños dedica en promedio al uso de la Internet, están a la par del tiempo que invierten en este medio los niños estudiados: un 76 por ciento dijo navegar de una a más de tres horas al día.

Siendo el hermano mayor, aquel que utiliza más la Internet en la familia (haciendo a un lado al niño entrevistado), es importante conocer para qué la utiliza, o en otros casos, para qué utiliza este medio el familiar que navega más seguido en la familia.

En la siguiente tabla podemos observar que el 36.7 por ciento, de los familiares que más usa la Internet, lo hacen para buscar información, que es el porcentaje más alto. Un 20 por ciento lo utiliza para Chatear.

Actividad	Porcentaje
Buscar información	36.7
leer el correo electrónico	8.2
Chatear	20.4
Bajar música o fotos	8.2
Otro	10.2
Marcó más de 1	14.3
N.C.	2
Total	100

Tabla 3. Actividades que realizan con mayor frecuencia los miembros que usan más la Red.

Una vez detectado el miembro o los miembros en la familia que más utilizan la Internet, es importante saber para qué la usan; porque ellos son los que tienen una mayor influencia en la relación niño-Internet.

4.1.3 La familia como espacio de recreación de los contenidos de la Internet.

La recreación de los contenidos que el niño ve y usa de la Internet, es "algunas veces" comentado en familia (40 %), en contraste con un 14.3 por ciento que dijo comentar "siempre" los contenidos. Este dato se asemeja al 12.2 por ciento, que afirmó "nunca" comentar sobre Internet en familia. En un resultado semejante, encontramos que "algunas veces" los padres les preguntan a sus hijos acerca de lo que ven o hacen en Internet (34.7 %), a diferencia del 12.2 por ciento de padres que preguntan "siempre" a sus hijos por la Internet.

Si hacemos una suma de los porcentajes de las opciones: "siempre", "muchas veces" y "algunas veces", encontramos que un total del 65 por ciento de los padres comentan en mayor o menor medida, los contenidos de Internet con sus hijos, lo cual nos habla de un porcentaje importante del interés que tienen los padres de familia, por recrear aquello que los hijos ven o hacen en la Red.

En la frecuencia con la que los padres preguntan a los niños acerca de la Internet, encontramos que la suma de las categorías comentadas en el párrafo anterior, suman 57 por ciento, que también es un nivel representativo. Esto se puede interpretar de diversas formas pero, sin duda, nos habla del interés que tienen los padres en la relación que su hijo establece con la Internet.

En la frecuencia con la que los padres indican a los niños sobre páginas que pueden consultar, también encontramos que el porcentaje más alto, 26.5 por ciento, indica que "algunas veces" los padres toman esta iniciativa. Este porcentaje se empareja con la opción "nunca". La suma de las tres primeras categorías (siempre, muchas y algunas veces) nos da un 47 por ciento. En la siguiente tabla se pueden revisar más detenidamente estos resultados:

Frecuencia	Comenta con la familia sobre la Internet	Los padres le pregunta acerca de la Internet	Los padres indican las páginas que debe consultar
Siempre	14.3	12.2	16.3
Muchas veces	10.2	10.2	4.1
Algunas veces	40.8	34.7	26.5
Rara vez	18.4	16.3	18.4
Muy rara vez	4.1	18.4	8.2
Nunca	12.2	8.2	26.5
Total	100	100	100

Tabla 4. Frecuencia con la que los padres se involucran en el uso Internet de sus hijos.

Sólo un 10 por ciento de los niños saben si tienen restricción para navegar en Internet en sus casas, versus el 42.9 por ciento que afirmó no tenerla. El resto dijo no saber si sus padres colocaron algún tipo de candado para el uso de la Internet.

Los datos muestran que las familias de estos niños se encuentran interesadas en que sus hijos tengan acceso a la Internet (lo cual vemos al proporcionarles la tecnología, permitirles su uso privado y algunas veces platicar con ellos acerca de lo que hacen o ven en la Internet). Sin embargo, los padres están poco involucrados en el uso de la misma. Esto también repercute en el bajo índice de recreación de los contenidos y de la orientación para navegar en la Internet.

Dentro del espacio familiar, son los niños los que usan más este medio de comunicación. Ellos son los que llevan a la discusión este tema en familia, y no sería extraño pensar que son ellos también los que orientan a los otros miembros de su familia sobre cómo usar la Internet.

Aún cuando la familia no se presenta como el espacio mediador por excelencia de la relación niño-Internet, la casa es el lugar que los niños prefieren para navegar en un 86 %, el motivo es que sienten tener mayor comodidad (30 %), mayor privacidad (26 %), y mayor libertad (18 %), entre otras razones.

4.2. Etapa del desarrollo cognoscitivo.

Este apartado del cuestionario, tuvo como finalidad conocer cuál es el uso personal que hace el niño de la Internet y la percepción que tiene del medio.

El tipo de contenido que el niño considera es malo para él en la Red, gira en torno a la pornografía y a la violencia que se pueden encontrar en los sitios web. Sólo un 16 por ciento dijo no encontrar nada malo en la Internet. En contraste, el 80 por ciento dijo no haber encontrado ningún contenido desagradable en la Internet, versus el 20 por ciento que dijo lo contrario.

La noción de anonimato todavía no es muy confiable para los niños de esta edad. Se les hizo énfasis en que los datos no afectarían sus calificaciones y que no eran necesarios sus datos personales como el nombre. Los datos son tan contrastantes que como primera aproximación podemos encontrar, que los niños sintieron miedo de ser reprimidos (aún bajo el anonimato), y por eso, un alto porcentaje dijo no haber encontrado ningún contenido desagradable en la Internet.

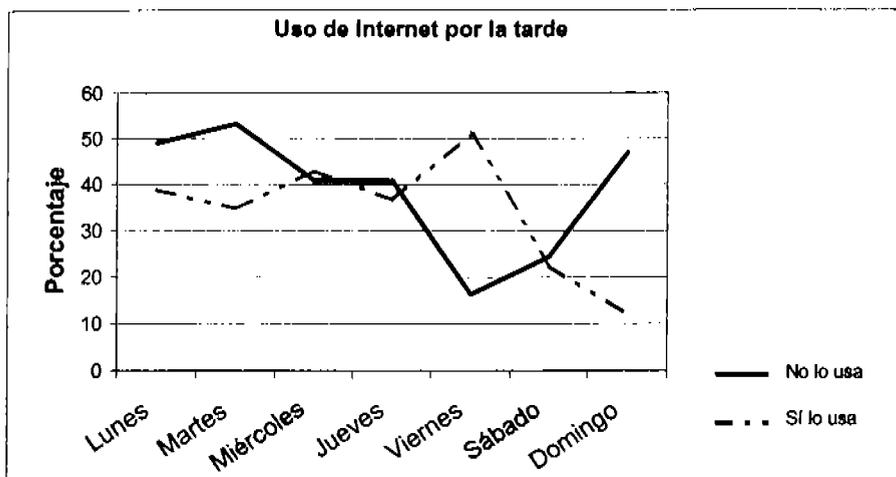
4.2.1. Uso semanal que el niño hace de la Internet.

El tiempo que el niño hace uso de la Internet, aumenta en el fin de semana. En el cuadro en que se le pidió que marcara si en la semana navegaba en la mañana, en la tarde o en la noche, o que especificara si no lo utilizaba, se encontraron algunos datos interesantes del uso que hace de la Red.

Haciendo una gráfica lineal con los datos de cada cuadro, logramos observar el uso a lo largo de la semana que los niños hacen de la Internet. Entre semana vemos que la categoría "no lo usa" y "tarde" (lo usa por las tardes), se encuentran muy altos: alrededor del 50 por ciento. La opción "mañana", casi no la marcaron en los primeros días de la semana, hasta el jueves y viernes. La misma tendencia se presentó con la categoría "noche".

La siguiente gráfica muestra el uso que los niños hacen de la Internet por las tardes (que fue el periodo del día que obtuvo un porcentaje representativo), en la

cual podemos observar como en el fin de semana, se incrementa la frecuencia del uso de la Internet:



Gráfica 1. Uso de la Internet por las tardes, según el día de la semana.

El viernes es el día que los niños prefieren para navegar. En este lapso el 83.7 por ciento navega ya sea en la mañana, en la tarde, o en la noche, o bien, mañana-noche y tarde-noche.

El sábado y el domingo, el uso de Internet por las tardes decrece, y lógicamente la línea de la categoría "no lo usa", aumenta. Esto debido a que muchos niños salen de paseo, visitan a algún familiar, o se ven con sus amigos. Los niños han insertado el uso de la Red dentro de sus actividades, sin que este necesariamente las modifique de manera radical.

También podemos acreditar a los padres la función de mediadores en la rutina semanal para el uso de la Internet. En esta edad, a la mayoría de los niños se les exige que respeten sus horarios de escuela, de juegos, obligaciones en casa, etcétera.

4.2.2. Influencia para navegar en la Internet.

El 59 por ciento de los niños entrevistados afirmó navegar solo. Del resto de los niños que frecuentemente navegan acompañados, encontramos que el 75 por ciento lo hacen con un familiar; el 20 por ciento con un amigo o un familiar. El 5 por ciento no contestó.

La influencia que tienen los niños para navegar en la Internet, se encuentra marcada por su decisión y por la orientación de su grupo de amigos, así como también por los medios de comunicación. Un 28 por ciento dijo que las páginas que decide consultar, se las recomiendan sus amigos. Un 27 por ciento dijo que se trata de sitios web que ven anunciados en los medios de comunicación. El 25 por ciento afirmó que nadie le hace recomendaciones, sino que entra a Internet y llega a páginas que no se había propuesto ver.

En la siguiente tabla podemos ver con detalle los porcentajes de la forma en que los niños deciden las páginas que suelen visitar:

COMO DECIDE EN QUE PÁGS. NAVEGAR	Porcentaje
Son páginas que le recomiendan sus amigos	28.6
Son páginas que le recomiendan sus maestros	10.2
Son páginas que veo anunciadas en revistas o en la televisión	26.5
Nadie me recomienda sólo entro a la Internet y llego a páginas que no me habla propuesto ver	24.5
Marca más de una opción	10.2
TOTAL	100

Tabla 5. Medios por los cuales el niño decide qué páginas consultar en la Internet.

Estos datos son congruentes con los resultados de la pregunta ¿Qué tan frecuentemente navegas sin planeación? Los niños marcaron con un 34.7 por ciento que "algunas veces" navegan de esta forma, si le sumamos los porcentajes de las opciones "siempre" y "muchas veces", tenemos que un 53.1 por ciento de

los niños suelen navegar sin planeación, es decir, sin haber pensado antes qué página iban a visitar y con qué objetivo.

Un porcentaje alto de los niños entrevistados comentó que no navega sin planeación. En total el 47 por ciento de ellos dijo que "rara vez", "muy rara vez" y "nunca", navegan de esta forma. El 53 por ciento de los niños navegan "siempre", "muchas" y "algunas veces" sin planeación.

Un 46.9 por ciento de los niños entrevistados, afirmó que sí busca en Internet las páginas que vieron antes anunciadas en la televisión. Un 49 por ciento respondió negativamente a esta pregunta y un 4.1 no la contestó.

4.2.3. Para qué usan los niños la Internet.

Conocer las actividades que realizan los niños en la Internet es importante para poder encaminar el uso que hacen del medio.

Los niños encuestados dijeron navegar en la Red "para divertirse", en un 41 por ciento. El 33 por ciento seleccionó la opción para "resolver una tarea", o alguna duda que quieren aclarar. "Hacer amigos" sólo obtuvo un 14 por ciento de las respuestas y el resto marcó más de una opción. Los niños usan la Internet para divertirse o para hacer alguna tarea, y en menor grado para socializar.

La socialización más fuerte se encuentra dentro de su grupo de *off line*, el de la escuela o la colonia, con los cuales no se comunican por la Internet pero sí recrean los contenidos, como veremos en el apartado de los amigos como mediadores de la relación niño-Internet.

¿Cuál es la actividad preferida de los niños al navegar en la Internet? En la pregunta 19 del cuestionario, se les pidió que hicieran una escala de preferencia de las actividades que más les gustaban realizar en la Red. Se les especificaron las siguientes: e-mail, buscar información, para resolver las tareas, chatear bajar

música, jugar y otra actividad. La siguiente tabla muestra los porcentajes que obtuvieron cada una de las opciones:

Escala de preferencia	e mail	Buscar información para resolver tareas	Chat	Bajar Música	Jugar	Otra actividad
Primero	14.3	8.2	26.5	10.2	28.7	6.1
Segundo	10.2	30.6	10.2	28.6	16.3	0
Tercero	16.3	10.2	16.3	22.4	26.5	4.1
Cuarto	36.7	8.2	12.2	18.4	10.2	4.1
Quinto	10.2	28.6	18.4	10.2	12.2	10.2
Sexto	4.1	10.2	10.2	2	2	30.6
No lo marca	8.2	4	6.2	8.2	4.1	44.9
Porcentaje total	100	100	100	100	100	100

Tabla 6. Lugar en la escala de preferencia de los niños, que obtuvieron cada una de estas actividades.

Podemos apreciar que la actividad que más prefieren realizar los niños es la de jugar, con un 28.7 por ciento; si sumamos este resultado al segundo y tercer lugar de preferencia, nos da un 71.4.

“Bajar música” fue la actividad que dijeron los niños preferir después de jugar, con un total del 61 por ciento, acumulando los tres primeros lugares. Vemos que en este orden, “bajar información” obtuvo un porcentaje más bajo que la opción anterior, con un 62 por ciento (sumando los tres primeros lugares).

Aún cuando sólo un 14 por ciento de los niños, dijo usar la Internet para hacer amigos, utilizar el chat ocupa un lugar importante entre sus actividades favoritas en la Internet. Esto quiere decir que los niños no necesariamente “chatean” para conocer gente, sino para reforzar las relaciones que ya tienen, podría ser con sus familiares y amigos cercanos. Sin embargo, para afirmar esto se requiere de estudios que profundicen acerca del uso que los niños hacen del chat.

Encontramos que sólo el 8.2 por ciento colocó en primer lugar “buscar información para resolver las tareas”; pero si lo sumamos con el segundo y el

tercer lugar, encontramos que casi la mitad de los niños coloca esta actividad dentro de las preferidas, en un 49 por ciento. Estos resultados son congruentes con las cifras mundiales que se presentaron en el capítulo 1.

4.2.4. Sitios web que los niños visitan con mayor frecuencia.

En la pregunta 17 del cuestionario, se les pidió a los niños entrevistados que escribieran las direcciones de los tres sitios web que acostumbran visitar con mayor frecuencia; esto se hizo con el objetivo de conocer más concretamente el contenido que adquiere el niño de la red. Vamos a analizar los datos.

Se debieron registrar un total de 147 sitios web. 13 de los 49 niños entrevistados marcaron menos de las 3 opciones. Por lo tanto fueron un total de 122 las respuestas otorgadas. Estas se manejaron como el 100 por ciento en la interpretación de los datos (Ver el anexo uno).

Haciendo un análisis de los sitios que los niños marcaron, se establecieron categorías que definen la naturaleza de los mismos como son: buscadores, sitios de caricaturas, artistas, escolares, juegos, deportes. Se dejó un espacio para los sitios web de las dos televisoras más importantes del país: Televisa y TV Azteca; es decir, "esmas.com" y "todito.com", debido a que son los sitios web con mayor publicidad en los medios tradicionales de comunicación, en especial en la televisión.

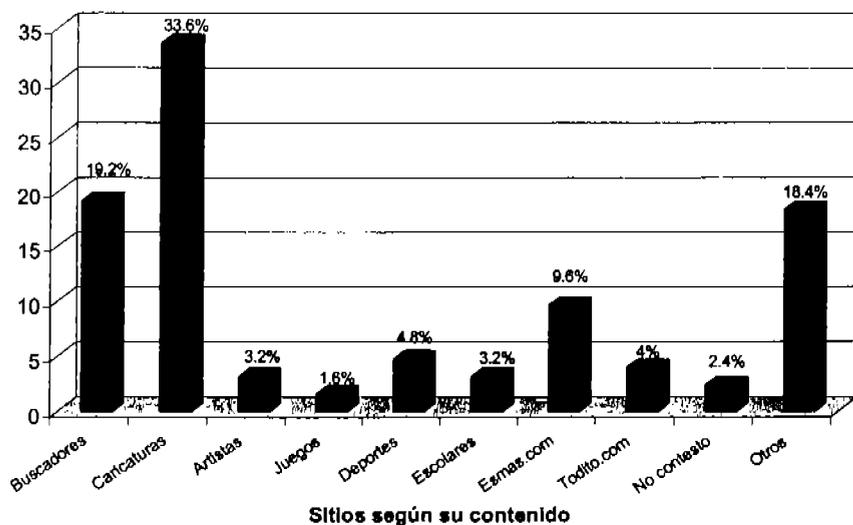
En este registro se encontró que los sitios en la Red que los niños visitan con mayor frecuencia, son los de caricaturas, con un 33.6 por ciento, entre ellos están los de algunos canales televisivos como Cartoon Network y Nickelodeon. El 19.2 por ciento de los sitios web marcados por los niños, hacen referencia a motores de búsqueda; entre los más utilizados están yahoo, hotmail, google y stamedia. La gráfica 3, presenta con mayor detalle el resto de los porcentajes.

Encontramos que sólo el 3.2 por ciento de las páginas registradas por los niños, hacen referencias a sitios web utilizados para resolver tareas escolares, aún

cuando esta es una de las actividades que los niños dijeron realizar más en la Red. Esto no necesariamente nos indica que los niños no usen el medio con este propósito, sino que no cuentan con referencias directas para realizar esta actividad. Posiblemente acceden a los contenidos escolares a través de los buscadores.

Algo similar a esto ocurre con el chat. Ningún niño se refirió a utilizar páginas de chat en concreto. Sin embargo, puede ser que esta actividad la realicen a través de sitios como esmas.com, todito.com, y los buscadores que también proporcionan este servicio.

Sitios web en los que el niño navega con mayor frecuencia.



Gráfica 2. Tipos de sitios web que los niños suelen visitar con mayor frecuencia.

Podemos observar que muchos de los niños no cuentan con las referencias directas de los sitios que visitan. Pocos lograron anotar las direcciones concretas de páginas; la mayoría se concretó a dar referencias del contenido al que acceden. Existe por lo tanto una relación entre aquellos sitios que cuentan con

mayor publicidad televisiva, y el acceso a la información de la Internet a través de direcciones concretas.

4.2.5. La percepción que tienen los niños de la Internet.

Los niños consideran que la Internet les da nuevas habilidades y conocimientos. La pregunta número 22 del cuestionario, tuvo el objetivo de indagar qué piensan los niños acerca de la Internet, cómo la califican, si consideran que el uso de este medio les da alguna habilidad o conocimiento diferente y por qué.

La siguiente tabla muestra los resultados una vez que la pregunta fue cerrada:

	No. de niños	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sí. Porque nos da nuevos conocimientos	8	16.3	16.3
Sí. Porque hay información de diversos temas	7	14.3	30.6
Sí. Porque sirve para hacer las tareas	8	16.3	46.9
Sí. Porque aprendemos a manejar mejor la PC	9	18.4	65.3
Sí. Otros motivos	8	16.3	81.6
No.	6	12.2	93.9
No sabe.	1	2.0	95.9
N. C.	2	4.1	100.0
Total	49	100.0	

Tabla 7. Motivos por los que el niño piensa que la Internet le da nuevas habilidades y conocimientos.

El tipo de contenido que les parece malo es la pornografía en un 51 por ciento. El 12.2 por ciento dijo que la pornografía y la violencia. Un 8 por ciento dijo que chatear es malo para ellos. El 16 por ciento dijo no encontrar nada malo en la Internet.

Aún cuando los entrevistados comentaron que la pornografía era el tipo de contenido "malo" para ellos en la Internet, un 80 por ciento de los niños afirmó no haber encontrado ningún contenido desagradable. Es posible que algunos de los

niños hayan mentido en este resultado, ocultando que sí se han encontrado con contenidos pornográficos. Esto puede deberse a que quizás no comprenden el concepto anonimato completamente, y sintieron miedo a sufrir algún tipo de represalia.

4.3. Los amigos.

Un 98 por ciento de los niños encuestados, afirmaron que sus amigos usan la Internet. Un 52 por ciento dijo no saber que tan seguido usan sus amigos la Red en comparación con ellos mismos, mientras que un 18 por ciento comentó que lo usan más que ellos. El 16 por ciento lo usan menos que ellos, y un 14 por ciento lo usan igual que ellos, según afirmaron.

4.3.1 Para qué usa la Internet el grupo de amigos.

Existe una similitud entre la frecuencia del uso de la Internet de los niños entrevistados y sus amigos. Un 57 por ciento de ellos afirmó que sus amigos usan la Internet para divertirse; un 28.6 por ciento comentó que lo usan para resolver una tarea o duda que quieren investigar. La respuesta "para hacer amigos", sólo obtuvo un 2 por ciento. Divertirse es el objetivo que predomina tanto en los niños entrevistados como en su grupo de amigos.

	No. De niños	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Para resolver una tarea o duda que quieren investigar	14	28.6	28.6
Para divertirse	28	57.1	85.7
Para hacer amigos	1	2.0	87.8
N. C.	1	2.0	89.8
Marcó más de 1	5	10.2	100.0
Total	49	100.0	

Tabla 8. Objetivos que, según los niños entrevistados, sus amigos tienen para usar la Internet.

Tener inquietudes similares con el grupo de amigos, hace que estos se conviertan en un espacio ideal para la recreación de los contenidos de la Internet, así como del intercambio de *tips* para aprender cosas nuevas en la red. Revisemos los datos en este sentido.

4.3.2. Aprendizaje y recreación de los contenidos en la Red.

Un 75 por ciento de los infantes entrevistados, afirmó que sí comentan los contenidos de la Internet con sus amigos.

Las pláticas que entablan acerca de la Internet, están orientadas en dos sentidos: los contenidos sobre las páginas más atractivas para visitar, los juegos, la música, ciertos archivos que son factibles de descargar, y los *tips* acerca de cómo realizar una u otra actividad en la red.

Qué recuerdan haber comentado con sus amigos acerca de la Internet	Porcentaje	Porcentaje acumulativo
Sobre contenidos de las páginas	42.9	42.9
Sobre juegos	22.4	65.3
Nada	12.2	77.6
Otros	16.3	93.9
N. C.	6.1	100.0
Total	100.0	

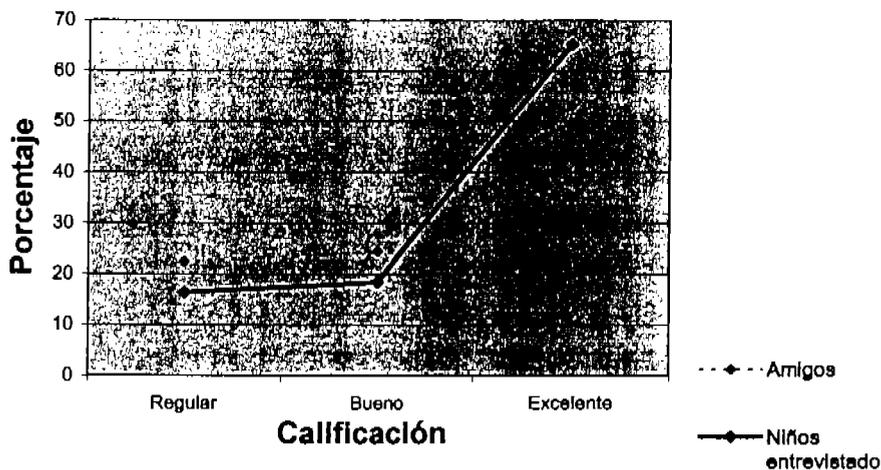
Tabla 8. Temas que los niños recuerdan haber entablado con sus amigos sobre la Internet.

El 42 por ciento suele comentar con sus amigos las páginas que visitan. Un 22 por ciento platican sobre los juegos que utilizan, entre otros. El 71 por ciento de los entrevistados dijo que se intercambian *tips* para navegar en la Internet.

El grupo de amigos realiza una mediación muy importante en el uso que los niños hacen de la Internet. Con ellos comparten, de acuerdo a los intereses en común, todo lo que la Internet les aporta. Como veremos a continuación, también coinciden en la percepción acerca del medio.

4.3.3. Percepción que tienen de la Internet.

Los niños y niñas entrevistadas dijeron, en un 53 %, que sus amigos califican a la Internet como "excelente", casi a la par de ellos mismos que, en un 65 por ciento, lo califican de esta forma. El 24 por ciento de los niños afirmó que su grupo de amigos conceptúa la Internet como "bueno" y el 22 por ciento como "regular".



Gráfica 3. Calificación que los niños le dan a la Internet, en comparación con la que ellos piensan le dan su grupo de amigos. Las opciones "malo" y "pésimo" no fueron seleccionadas por ningún niño entrevistado.

Los niños comparten con sus amigos el contenido de lo que encuentran y hacen en la Internet, en un nivel mayor que sus padres. Además aprenden cosas nuevas de cómo utilizar este medio a través de sus pláticas. Al tener un objetivo en común para usar al medio como espacio de recreación y realización de tareas, comparten la misma opinión acerca de la Internet.

4.4. La escuela

Las escuelas en las que se levantaron los cuestionarios cuentan con laboratorio de cómputo, en el cual enseñan a los niños a utilizar diferentes aplicaciones, pero no se les instruye en relación al uso de la Internet.

4.4.1. Recreación de los contenidos de la Internet en el aula.

El aula de clases es un espacio ideal para que los niños expongan los contenidos de la Internet, así como los beneficios que puede o no recibir del medio. Los maestros en este caso pueden cumplir el papel de mediadores en el uso del medio, orientando a los niños a buscar determinados contenidos.

Sin embargo, encontramos que los profesores propician poco la recreación de los contenidos de Internet en las clases. Un 38.8 de los niños entrevistados dijo que sus maestros "nunca" hablan con ellos de la Internet. Nadie optó por la opción "siempre" y el resto giró en torno a "algunas veces", "rara vez" y "muy rara vez".

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muchas veces	1	2.0	2.0
Algunas veces	9	18.4	20.4
Rara vez	11	22.4	42.9
Muy rara vez	9	18.4	61.2
Nunca	19	38.8	100.0
Total	49	100.0	

Tabla 9. Frecuencia con la que los maestros hablan en clase de la Internet.

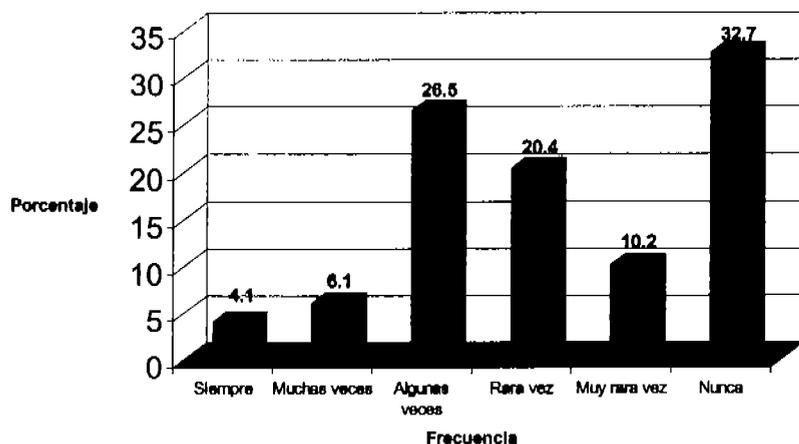
Los porcentajes obtenidos en las respuestas de este apartado, nos muestran que aún cuando la figura del maestro puede ser una gran influencia en los niños con relación al uso de la Internet, estos todavía se mantienen relativamente al margen: si sumamos las opciones "muchas veces", "algunas veces" y "rara vez",

tenemos que en un 42 por ciento los maestros recrean los contenidos de la Internet en el salón de clase.

Este porcentaje nos habla de cierto interés en hablar de la Internet dentro del aula. Es necesario hacer otros estudios orientados en este sentido.

4.4.2. Promoción del uso de la Internet para fines escolares.

El porcentaje de los niños que afirmó que sus maestros "siempre" les piden que hagan búsquedas en la Internet, también fue bajo: 4.1 por ciento, seguido por un 26.5 por ciento que afirmó que "algunas veces" llegan a hacer esta petición. El 30.6 por ciento comentó que "rara vez" y "muy rara vez" sus maestros les piden que hagan búsquedas en la Internet. El 32 por ciento dijo que "nunca" se les ha pedido que realicen esta actividad.



Gráfica 4. Frecuencia con la que los maestros les piden a sus alumnos, que hagan búsquedas en la Red.

Podemos observar que si sumamos los resultados de las categorías "siempre", "muchas veces", y "algunas veces" tenemos que en un 36 por ciento,

los maestros piden a los niños que hagan consultas en la Internet con fines educativos.

Aún cuando el porcentaje anterior es bajo, nos indica que sí existe una inquietud por parte de los maestros para trabajar con los niños temas escolares a través de la Internet, y que posiblemente, ellos también consideran que la Red es un apoyo importante para la educación.

4.4.3. Actitud de los maestros hacia la Internet.

Aún cuando en pocas ocasiones se recrean los contenidos de la Internet en los salones de clases –como lo vimos en los datos anteriores--, los niños creen que sí les gusta Internet a sus maestros en un 33 por ciento. Posiblemente ellos deducen esto a partir de la percepción que tienen del medio: Internet es una oportunidad para aprender cosas nuevas, obtener información sobre diversos temas, y adquirir nuevas habilidades.

Un 39 por ciento de los niños dijo no saber si les gusta o no la Internet a sus maestros. Un 10 por ciento cree que les gusta más o menos, y un 8 por ciento afirmó que no les gusta usar la Internet, entre otras razones se encuentra que casi nunca hablan de ellos y hubo quien afirmó que porque no lo saben usar.

	No. de niños	Porcentaje	Porcentaje acumulativo
Sí	16	32.7	32.7
No	4	8.2	40.8
Más o menos	5	10.2	51.0
No sé	19	38.8	89.8
Marca las tres primeras	5	10.2	100.0
Total	49	100.0	

Tabla 10. Niños que creen que a sus maestros les gusta utilizar la Internet.

Si sumamos el porcentaje de los niños que afirmaron que sí les gusta navegar en la Internet, con la opción "más o menos" tenemos un total del 43 por ciento. Este es un porcentaje que debemos tomar en cuenta para hablar sobre la

mediación que los maestros realizan en la relación niño-Internet, porque nos deja ver que en menor o mayor medida les gusta usar la Internet.

El maestro tiene el potencial necesario para ser una figura medidora en el uso que sus alumnos hacen de la Internet. Al igual que la familia, los padres en específico, existe en el maestro el potencial para guiar a los niños en este sentido.

No se realizó una indagación más profunda acerca de la mediación que realiza la escuela en la relación niños-Internet, debido a que el cuestionario estuvo diseñado pensando en los niños y ellos no podían proporcionar más datos. Para estudios posteriores sería interesante también, entrevistar a los maestros para conocer más esta mediación.

CONCLUSIONES

En la relación Internet-usuario, el papel mediador de la familia, la escuela, el grupo de amigos y la etapa del desarrollo, tienen características particulares. Las que se pudieron observar a través del Instrumento de investigación son las siguientes.

Los padres de familia están interesados en que sus hijos tengan acceso a la Internet, lo cual se puede observar en la oportunidad que les brindan para emplear este medio de comunicación. También tienen confianza en sus hijos para que accedan a la Red desde un espacio privado, como lo es su habitación.

Los padres son mediadores de la rutina del uso del medio, se observa en la rutina semanal que establecen para usar la Internet. El uso más frecuente del medio lo realizan por las tardes y en fines de semana, que es el horario que no interfiere en sus actividades escolares. El día domingo utilizan muy poco la Red porque prefieren hacer otras actividades como visitar a los amigos o la familia.

No podemos afirmar contundentemente que sea el padre, la madre, o ambos, quienes nieguen o permitan el acceso al medio en determinadas horas; empero, al analizar las horas de uso del medio a lo largo de los días de la semana, encontramos que éste sigue un patrón que no interfiere con las actividades escolares y recreativas. Los padres deben tener un papel preponderante en esta rutina del uso de la Internet, debido a que en esta edad, los niños todavía están muy apegados a lo que sus padres les piden.

Los padres platican poco con sus hijos sobre el contenido que ven en la Internet. También es baja la frecuencia con la que les hacen sugerencias acerca de los sitios web para visitar; esto puede atribuirse a que, dentro de los miembros de la familia, los padres son los que usan menos este medio de comunicación.

La madre fue calificada por los niños como el miembro de la familia que menos usa la Internet. Esto nos indica que ella no es el mediador principal en el tipo de contenidos que el niño ve o produce en la Internet, como tampoco del tipo

de materiales que el infante adquiere a través de este medio como música, juegos, videos, etcétera. Es importante recordar que estos datos fueron recabados a través del niño, por lo cual, se pueden presentar muchas excepciones, una de ellas sería la de aquellas madres, y padres también, que utilicen la Internet sólo desde sus trabajos.

El hermano mayor, según los datos proporcionados por los niños que dijeron tener este miembro familiar, es una de las figuras mediadoras importantes dentro del espacio de mediación, ya que a diferencia de los padres, es el que utiliza con mayor frecuencia la Internet.

Los maestros resultaron ser un caso interesante como mediadores de la relación niño-Internet. Comienzan a proponer que los niños hagan búsquedas en la Internet para que resuelvan sus tareas, quizá porque saben que es difícil evitar que los niños utilicen la Red con este propósito.

Los niños consideran que utilizar la Internet les brinda capacidades nuevas, porque el medio les permite obtener información para fines escolares. Empero, pocos niños tienen direcciones de sitios web concretas para hacer búsquedas con fines escolares.

El aula no se ha convertido en un espacio en el que los alumnos intercambien con sus profesores comentarios, percepciones, propuestas, análisis, de la Internet. Sólo "algunas veces" el maestro toca este tema en clase. Aun con estos resultados, los niños creen que a sus maestros sí les gusta la Internet. Esta calificación nace más de su percepción del medio que de la observación de la realidad.

Con quienes los niños están seguros de compartir el calificativo "excelente" para la Internet, es con su grupo de amigos. Ellos son el espacio más importante que tienen para recrear los contenidos que ven, adquieren o producen en la Red.

Los niños analizados y su grupo de amigos no sólo se recomiendan sitios web para navegar en la Internet, también Intercambian tips para utilizar mejor el medio.

Después de resumido lo anterior, podemos concluir que se cumple la primera hipótesis: La relación que establecen los niños de primaria con la Internet se encuentra mediada por los padres, maestros y amigos; sin embargo, el niño tiene una actividad relevante en relación al uso y recreación de los contenidos que aprende de la Red, debido a que las instituciones mediadoras como la familia y la escuela, se encuentran aún poco involucradas en el conocimiento y uso de este medio de comunicación.

Esta hipótesis no descarta que los padres influyan en el uso del medio, pero es diferente a la que tiene el grupo de amigos —que también navega frecuentemente en la Red— con quien el niño comparte intereses como jugar, bajar archivos o buscar información para tareas.

Encontramos entonces que se cumple la segunda hipótesis: El grupo de amigos constituye una de las mediaciones más importantes en la relación niño-Internet, debido a que es la fuente principal de lo que se puede conocer y hacer en el medio. Este grupo influye en la percepción que los niños tienen de la Red y es un espacio relevante para la recreación de los contenidos que hay en la misma.

Los niños encuestados consideran que la Internet es excelente porque les permite adquirir conocimientos nuevos; sin embargo, el uso principal que hacen del medio es lúdico. Ellos visitan páginas de caricaturas o aquellas que ven anunciadas en la televisión y buscan información de sus artistas favoritos.

Jugar en la Internet es una de las actividades favoritas de los niños entrevistados; pero también ven en la Red un potencial importante para hacer las tareas más fácilmente. Sería importante conocer ¿Qué tan fácil o complicado les resulta a los niños navegar con éxito en la Internet, para obtener información útil que apoye la realización de sus tareas escolares? Quizá la dificultad de encontrar los contenidos, por las grandes cantidades de información en la Red, y el todavía

poco interés de las escuelas al respecto, sea la razón de que los niños utilicen la Internet en un porcentaje menor para este fin.

Aun cuando los amigos son los mediadores principales en el uso que los niños hacen de la web, la casa es el espacio predilecto de los niños para navegar, y es en la escuela, en sus pasillos, en el patio del recreo, donde los niños recrean y aprenden más acerca de la Internet.

A través de la revisión de la literatura, encontramos que el papel de la familia y escuela son fundamentales para mediar la relación niño-Internet. Estas instancias tienen un potencial amplio para influir en que los niños –además de actividades lúdicas– realicen actividades con fines de adquirir nuevos conocimientos a través del uso de la Internet.

En este trabajo sólo se proponen una serie de recomendaciones a los padres y maestros, con la finalidad de que orienten a los niños acerca del uso de la Internet; sin embargo, la educación para el uso crítico del medio es más compleja que esta simple aproximación.

Se requiere el diseño de actividades a través de la vinculación de la comunicación y la pedagogía, para llevar a acabo dentro de la escuela y el hogar, actividades que permitan, con el paso del tiempo, que el niño oriente el uso que hace de la Internet hacia opciones que le permitan adquirir nuevas habilidades y conocimientos en todas las áreas del saber. Una utilización que le permita expresarse y participar, más allá de ser un simple consumidor de contenidos.

Si en este estudio se encontró que el uso que hacen los niños de la Internet, es principalmente lúdico, lo ideal sería que en estudios posteriores, la balanza se inclinara más hacia la adquisición de nuevas habilidades en beneficio de su socialización y participación social.

Esto no se podrá alcanzar sin el apoyo de la familia y la escuela, que deben comenzar a interesarse más en cómo la Internet gana espacio dentro de las

actividades cotidianas de los niños, y en las aportaciones que su utilización hace y podría llegar a hacer a su desarrollo cognoscitivo.

El cuestionario que se levantó en las dos escuelas primarias y este trabajo de investigación en sí, es sólo una aproximación al conocimiento de cómo la familia, la etapa de desarrollo cognoscitivo, los amigos y la escuela median la relación niño-Internet, pero no es suficiente para hacer afirmaciones categóricas al respecto.

Para reforzar el conocimiento de este problema de estudio, sería pertinente emplear otros instrumentos de investigación, que recolectaran información al interior de las instituciones mediadoras escuela y familia; así como aplicar instrumentos cualitativos como la observación o la entrevista en profundidad.

La teoría de las mediaciones es uno de los enfoques desde el cual se puede abordar este tema. Es necesario realizar más aportaciones empíricas que lleven a esta teoría a la reconceptualización pertinente, para aportar los fundamentos teóricos que sustenten las conclusiones de futuras investigaciones de la recepción y uso de la Internet.

La metodología de esta tesis significó todo un proceso de investigación, desde que se concibió la idea por medio de la observación de la realidad, revisión de la literatura, definición del objeto de estudio, planteamiento de la problemática, diseño del instrumento, hasta la recolección de los datos y su interpretación.

Con relación al instrumento de investigación, éste fue concebido posterior a la definición conceptual del problema de estudio, por lo cual se encuentra estructurado para conocer más a fondo las hipótesis planteadas; de tal manera que es coherente con el planteamiento inicial. Sin embargo, considero pertinente reiterar que es necesario aplicar otro tipo de instrumentos de análisis –que tengan una orientación cuantitativa– para este mismo problema de estudio.

RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones están basadas en los resultados de este trabajo de Investigación, y orientadas a los padres y maestros de las escuelas primarias en general. No pretenden ser reflejo de un *deber ser* respecto a cómo mediar la relación niños-Internet, porque no es posible generalizar cuando hablamos de mediaciones, ya que los contextos en que viven los niños pueden ser muy diferentes.

- Es recomendable que la computadora con acceso a la Internet sea de uso compartido. Puede estar dentro de un espacio del hogar al cual acuden todos los miembros de la familia. No es recomendable quitarle el ordenador del cuarto al niño que lo tiene en este espacio; esto no implica que los padres y la familia en general no se acerquen a conocer lo que niño hace y ve en la Internet.
- Los padres deben involucrarse más en el uso de la Internet. No es necesario tomar cursos de computación para navegar en la Red. Basta con dedicar un poco de tiempo a la semana en compañía de sus propios hijos.
- Una vez que los padres tengan el acceso a la Internet, será importante que naveguen en los sitios web que les gustan a sus hijos, y que hagan búsquedas en páginas de entretenimiento y de cultura para hacerles recomendaciones.
- Detectar quién es el miembro de la familia que más navega en la Internet y trabajar en equipo con esta persona, para que reflexione acerca de la influencia que tiene en el uso que hacen de la Internet los niños de la casa.
- Los padres deben preguntar a sus hijos qué contenidos consultan en la Internet, propiciando la reflexión acerca de los mismos.

- El tiempo que el niño dedica a utilizar la Internet no debe chocar con otras actividades importantes para su desarrollo, como lo es la educación, la recreación, respetar los horarios de sueño, alimentación, etcétera.
- No es mala idea usar programas que bloqueen la entrada a ciertas páginas; sin embargo, no es la solución ideal, lo más importante es la comunicación que los padres pueden llegar a establecer con sus hijos. Ésta debe estar basada en la confianza, no en las sanciones y restricciones para su uso.
- La escuela debe tomar con seriedad la rapidez y penetración de la Internet en diversos ámbitos sociales. Proporcionar a sus alumnos el recurso técnico es importante, pero no lo único. Se debe educar para el uso crítico de la Internet.
- Es importante que los maestros se involucren en el uso de la Red, primero de manera personal, y en segundo plano, con miras a encontrar contenidos que puedan servir como apoyo didáctico.
- El aula puede y debería ser un espacio preciso para recrear los contenidos de la Internet. Los maestros pueden realizar actividades para que los niños comprendan cómo usarla, invirtiendo parte de su tiempo para hacer búsquedas en páginas divertidas, y que aporten elementos a los contenidos temáticos que imparten.
- La escuela debe motivar y capacitar a los maestros en torno al uso crítico de la Internet, con miras a que sean ellos quienes asuman la responsabilidad, junto con los padres, de educar a los niños en torno a este tema.

PROPUESTA DE UNA ACTIVIDAD PARA REALIZAR EN EL AULA

Título: Amistades a ciegas.

Objetivo: Los niños reflexionarán con la ayuda de sus maestros, acerca del concepto confianza, cuando utilizan el chat para conocer gente nueva.

Para aplicar esta actividad no es necesario el uso de una computadora con conexión a Internet. Esta propuesta puede llevarse a cabo con niños que no hayan interactuado con otras personas a través de este medio e incluso navegado en la Internet, pero será necesario que se les dé una plática explicativa de lo que es el chat.

No es recomendable llevar a cabo "Amistades a ciegas" sin el conocimiento previo del grupo; es decir, antes de comenzar, el maestro deberá entablar una plática con sus alumnos para conocer qué tanto saben ellos del chat y de la Internet.

La aplicación de esta práctica tendrá ciertos matices a partir del conocimiento del grupo.

Posterior a la plática, el maestro indicará a los niños que formen parejas. Uno de ellos tendrá que crearse una personalidad que no tenga ninguna relación con la verdad: se inventará una profesión, características físicas diferentes, pasatiempos distintos a los suyos, una edad falsa, etcétera. El otro niño o niña, no cambiará de personalidad y deberá ser muy honesto al contestar a toda pregunta que su compañero le haga.

Se les pedirá que se tapen los ojos mientras comienzan a platicar con "el desconocido". Se harán mutuamente las preguntas básicas para conocer a una persona, como el nombre, lugar de origen, trabajo, gustos, características físicas etcétera. Finalmente se les pedirá que decidan si van a seguir en contacto con ese nuevo amigo o amiga, quedando de acuerdo para volver a conversar por este medio.

Es recomendable que el maestro ejemplifique el ejercicio con la ayuda de uno de sus alumnos, él debe tomar el papel de quien dice mentiras en la plática.

El tiempo de este juego conversacional debe ser corto; se recomienda un periodo de duración de 5 a 10 minutos.

Una vez concluida esta etapa, se realizará una plática con los niños con algunas preguntas como:

¿Consideran que una amistad a ciegas, en donde no tienes contacto físico con las personas, puede ser buena? ¿Cómo creen que se deben manejar este tipo de amistades? Dándoles toda la confianza, o siendo reservados y cautelosos con ellos ¿Por qué? ¿Crees que puedes correr algún peligro haciéndote de amistades de este tipo o que es una actividad inofensiva sólo para distraerse? ¿Cuál es la opinión que tienen después de este ejercicio del chat?

Las preguntas deben ser abiertas, estas son sólo algunas sugerencias. En los comentarios de los niños se encuentra el material para estructurarlas. Se trata de entablar un diálogo con ellos, por lo cual no se pueden crear preguntas de manera rígida.

A partir de los comentarios de los niños, el maestro debe ayudarlos a reflexionar que el chat puede ser un buen medio para hacer amigos, pero que deben ser cuidadosos, no proporcionar fácilmente sus datos personales, no hacer citas con ellos a escondidas, y platicar con sus padres acerca de estos nuevos amigos. El maestro no debe tratar de disuadir a los niños de hacer amigos en la Red.

Finalmente se les pedirá que hagan un reporte por escrito con la ayuda de sus padres de las ideas que esa actividad les haya dejado, para que éstos les ayuden a entender mejor este juego de amistades a ciegas.

BIBLIOGRAFÍA:

- Adorno, Theodor (1998). Educación para la emancipación. Madrid: Morata.
- Ali, Ismail y Ganuza, José Luis (1997). Internet en la educación. Madrid: Anaya Multimedia.
- Andoni, Alonso e Iñaky, Arzos (2002). La nueva ciudad de Dios. Un juego ciber-cultural sobre el techno-hermetismo. Barcelona, España: Siruela.
- Ang, Lan (1996). Las Guerras de la sala de estar. En Silverstone, Roger (editor). *Los efectos de la nueva Comunicación*. Barcelona, España: Bosch.
- Aparici, Roberto (coord.) (1996). La revolución de los medios Audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Bourdieu, Pierre; Chamboredon, Jean-Claude y Passeron Jean-Claude (2000). El oficio de Sociólogo. (22ª. Edición). México: Siglo XXI.
- Braum, Ernest y Macdonald, Stuart (1984). Revolución en miniatura. la revolución y el impacto de la electrónica del semiconductor. España: Fundesco.
- Castells, Manuel (2000). La Era de la Información. Economía sociedad y cultura (Primera edición 1996) México: Siglo veintiuno editores.
- (2001). La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. España: Plaza & Janés Editores.
- Cebrian, Juan Luis (1998). La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación. Madrid: Taurus.
- Charles, Mercedes y Orozco, Guillermo (1990). Educación para la recepción. México: Trillas.
- Comer, Douglas (1995). El libro de Internet. Todo lo que necesita saber acerca de redes de computadoras y cómo funciona el Internet. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Davara, Miguel (1996). De las autopistas de la información a la sociedad virtual. Navarra: Avanzada editorial.
- Del Casale, Franco (1986). El niño de los Q a los 16 años. Argentina: Nueva Visión.
- Díaz, Javier y Mezo, Koldo (1997). Medios de Comunicación en Internet. Guía de navegación. Madrid: Anaya Multimedia.
- Durkheim, Émile (2001). Educación y sociología. México: Ed. Coyoacán.
- Dutton, H. (1996). Information and Communication Technologies, Visions and Realities. New York: Oxford University Press.

Echeverría, Javier (1999). Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno. España: Destino

Fau, René (1980). Grupos de niños y de adolescentes. (12ª edición). España: Planeta.

Ferrés, Joan (1994). Televisión y Educación. España: Paidós.

Forester, Tom (1992). Sociedad de alta tecnología. (Primera impresión 1987). México: Siglo XXI.

Freire, Paulo (1982). La educación como práctica de la libertad. (Primera edición 1969). México: Siglo XIX.

Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, Ma. Elena (1994). La recepción activa de la televisión. En: *La educación para los medios de comunicación*. México: Universidad Pedagógica Nacional.

Gómez, Palacio y Campos, Carlos (1998). Comunicación y educación en la era digital. Retos y Oportunidades. México: Diana.

Guadarrama, Luis (2002). Familias Mediáticas. una aproximación a las transformaciones de la clase media. En: Maldonado, Patricia (coord.) *Horizontes comunicativos en México. Estudios Críticos*. México: AMIC.

Gutiérrez, Alfonso (1999). Educación multimedia y nuevas tecnologías. (Primera impresión, 1997). Madrid: Ediciones de la Torre.

Howard, C. Warren (comp.). Diccionario de Psicología. México: Fondo de Cultura Económica.

Islas, Octavio; et. Al. (2000). Internet el medio inteligente. México: Grupo Patria Cultural.

Jordan, Tim (1999). Cyberpower. The culture and politics of Cyberspace and the Internet. London: Routledge.

Kaplum, Mario (1996). Ni impuesta ni amada. la recepción televisiva y sus tierras incógnitas. En: *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Universidad Latinoamericana.

Ledebinsky, Mauricio (1985). Notas sobre la metodología del estudio y la investigación. México: Cartago Argentina.

Lefebvre, Henri (1984). La vida cotidiana en el mundo moderno. Madrid: Alianza.

Lévy, Pierre (1999). ¿Qué es lo virtual? España: Paidós.

Louis, Not (1987). Las pedagogías del conocimiento. México: Fondo de cultura económica.

Lozano, José Carlos (1996). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Alambra.

Maldonado, Patricia (2001). Incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación en la modernización educativa superior: La universidad virtual en México. Tesis de maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México DF.

Martín, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. México: Gili.

Masterman, Len (1999). La enseñanza de los medios de comunicación. (Primera edición, 1985). Madrid: Ediciones de la Torre.

Matterlart, Armand (2002). Historia de la sociedad de la información. Barcelona: Piados.

Mc Luhan, M. (1972) La comprensión de los medios masivos de comunicación como extensión del hombre. México: Diana.

Mc. Quall, Denis (1972). Sociología de los medios masivos de comunicación. Buenos Aires: Paidós.

Moragas, Miguel de (1985). Teorías de la comunicación. Barcelona: G. Gili.

Morley, David (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires: Amorrortu.

Murdock, Graham (1996). La contextualización del ordenador doméstico. En: Roger, Silverston (editor). *Los efectos de la nueva comunicación*. Barcelona: Bosch.

Norris, Pipa (2001). Digital divide. Civic engagement, information poverty and the Internet worldwide. Ed. Cambridge University Press.

O' Donell, James (2000). Avatares de la palabra. Del papiro al ciberespacio. Barcelona: Piados.

Olmsted, Michael (1981). El grupo pequeño. Argentino: Piados.

Omerlas, Ana y Guinsberg, Enrique (2003). La comunicación en la familia. México: Primero editores.

Orozco, Guillermo (1996). Televisión y audiencias. un enfoque cualitativo. México: Latinoamericana y Ediciones de la Torre.

— (1990). Recepción televisiva, tres aproximaciones y una razón para su estudio. México: Universidad Iberoamericana.

Picittelli, Alejandro (2002). Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes. Buenos Aires: Piados.

Palacios, Jesús et. Al. (comp.) (1990). Desarrollo Psicológico y educación I. España: Alianza Psicológica.

Palmonari, Augusto (dir.) (1990). Aspectos cognitivos de la socialización en la edad evolutiva. (Primera edición 1978). Argentina: Ediciones Nueva Visión.

- Piaget, Jean (1971). Seis estudios de psicología. México: Ensayo Seix Barral.
- (1972). La eguilibración de las estructuras cognoscitivas: problema fundamental del desarrollo. España: Siglo XXI.
- Rheingold, Horward (1994). La comunidad virtual. Barcelona: Gedisa.
- Rojas, Raúl (2000). Métodos para la investigación social. Una proposición dialéctica. (15ª edición). México: Plaza y Valdés.
- Romero, Roberto (1987). Grupo. Objeto y teoría. Argentina: Lugar editorial.
- Sánchez-Mejorada, Roberto (2002). ¡Toma el control! Guía práctica para aprovechar los medios de comunicación en familia. México: Trillas.
- Slevin, James (2000). The Internet and Society. Cornwall: Polity Press.
- Swiss, Tomas (editor) (2000). UNSPUN Concepts for Understanding the Word Wide Web. New York University Press.
- Seely, John y Duguid, Paul (2000). The social life of information. Boston: Harvard Buseness School Press.
- Sunstein, Cass (2001). republc.com. New Jersey: Princeton University Press.
- Sampleri, Roberto; et. al. (1999). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Tenorio, Luis Alberto (2001). Internet y educación. La formación del sujeto en la Era del ciberespacio. Tesis de licenciatura. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, UNAM. Naucalpan, Edo. de México.
- Trejo, Raúl (1996). La nueva alfombra mágica: Usos y mitos de Internet, la red de redes. México: Diana.
- Turkle, Sherry (1997). La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet. España: Paidós.
- Varios Autores (1998). Encrucijadas Metodológicas en Ciencias Sociales. México: UAM Xochimilco.
- Tyner, K. Y Lloyd, D. (1995). Aprender con los medios de comunicación. (Primera edición 1991). Madrid: Ediciones de la Torre.
- Wolf, Mauro (1998). La investigación de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- Wolton, Dominique (2000). Internet ¿Y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación. Barcelona: Gedisa.
- Zorrilla, Santiago (1988). Introducción a la metodología de la investigación. (Décimo octava edición: 1996). México: Aguilar León y Cal Editores.

HEMOROGRAFÍA:

Castells, Manuel (mayo, 2001). Internet y la sociedad red; en Revista Etcétera no. 7 p. 49-62.

Colás Bravo, Pilar (2003). Internet y aprendizaje en la sociedad del conocimiento. En Revista Comunicar no. 20. Págs. 21-30

Malik, Beatriz y Sánchez, Marifé (2003). Orientación para el desarrollo de la carrera en Internet. En Revista Comunicar no. 20. Págs. 21-30

Méndez, Juan Manuel y Monescillo, Manuel (2003). Orientar para educar en el consumo de los mensajes mediáticos. En Revista Comunicar no. 20. Págs. 21-30.

Prado, Emill (octubre, 1997). Gran almacén universal virtual; en Diálogos no. 48 p. 89-95.

Ramonet, Ignacio (septiembre, 2001). Por si misma. Internet no cambia al mundo; en Revista Etcétera no. 11 p. 55-57

Trejo, Raúl (septiembre, 2003). La Internet como bien público. En revista diálogos de la comunicación no. 67.

Toledo, Edgardo y Comba, Silvana (Septiembre, 2001). Del Calculo a la comunicación: Usos y modos de conocer la computadora; en Revista Etcétera no. 11 p. 50-54

Verón, Ellseo (octubre, 1997). Esquema para el análisis de la mediatización; en Diálogos no. 48 p. 9-17.

Viguerras, Erica (agosto, 2001). El amigo virtual; en revista Etcétera no. 10 p. 57-64

REFERENCIAS WEB:

www.aui.es.

Asociación de Usuarios de Internet.

www.amipci.org.mx

Asociación Mexicana de Internet.

www.pewinternet.org

Pew Internet & American Life.

www.enr.le

Electric News.

www.bbc.co.uk

BBC Online Network.

www.nop.co.uk

Nop Research.

www.aba.gov.au

Australian Broadcasting Authority.

www.netvalue.com

NetValue.

www.nielsen-netratings.com

Nielsen NetRatings.

www.europemedia.net

Europemedia.

www.chatdanger.com

Chat Danger, sitio de Children International (www.chilnet-int.org)

ANEXO I. Análisis de las páginas web que los niños entrevistados dijeron utilizar con mayor frecuencia

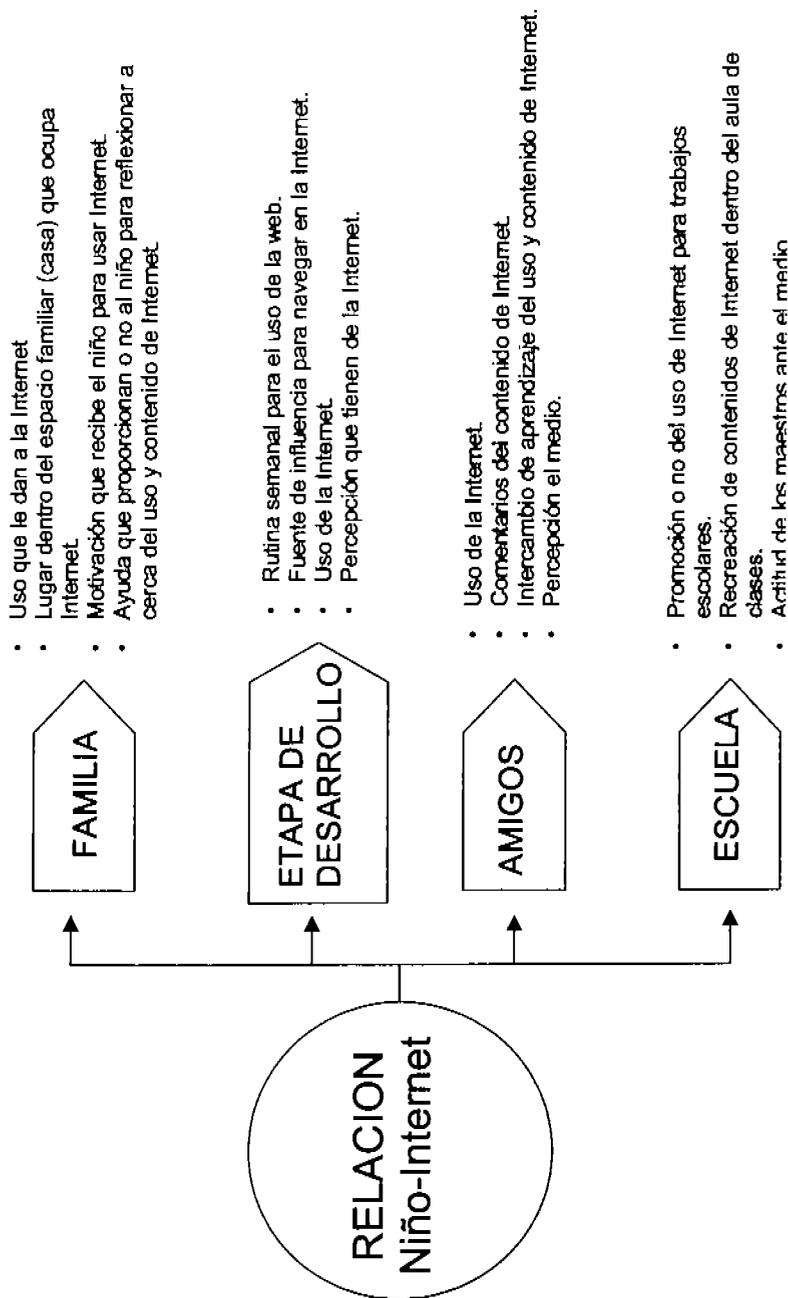
No. De cuestionario	Contenido											TOTAL	
	Buscadores	De caricaturas	De artistas	Juegos	Deportes	Escolares	Otros	No contestó	Es mas.com	Todito.com			
1	1	1											2
2				1									1
3													1
4												1	1
5		1											0
6	1												1
7		1	1										2
8									1				3
9	3								1				3
10					1								3
11							2						3
12			3				2					1	3
13			3										3
14			3										3
15													0
16			3										3
17	2												3
18													0
19		1											3
20	2								1			1	3
21	1												3
22	3								1			1	3
23													3
24	1				1								2
25				1									1
26	2								1				3
27		1											3
28	2											1	3

No. De cuestionario	Contenido										TOTAL
	Buscadores	De caricaturas	De artistas	Juegos	Deportes	Escolares	Otros	No contestó	Es mas.com	Todito.com	
29		1						1		1	3
30		2						1			3
31		2						1			3
32		1			1						2
33		1		2							3
34						2				1	3
35		2					1				3
36		3									3
37	1							2			3
38	1										3
39	2	1									3
40											3
41		1							1	1	3
42	1		2								3
43	1		1							1	3
44	1		1					2			3
45	1		1	1						1	3
46		1			2			1			3
47		1									1
48		1						2			3
49		2								1	3
TOTAL	24	42	4	2	6	4	23	4	3	12	5 122
PORCENTAJE	19.2	33.6	3.2	1.6	4.8	3.2	18.4	2.4	9.6	4	100

Total de páginas registradas por los niños:	122
Se debieron registrar en total:	147
Diferencia:	25

NOTA: Se le pidió a cada niño que anotara el nombre de las tres páginas web que visitaba con mayor frecuencia. Sólo 13 niños anotaron menos de esta cantidad.

ANEXO II. Esquema de las categorías e indicadores para el diseño del cuestionario.



CUESTIONARIO: Internet y Yo

Estimado estudiante: este cuestionario es para conocer tu relación con Internet. Este trabajo forma parte de una investigación del posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Trata de contestar con toda sinceridad, tus respuestas no afectarán ninguna de tus calificaciones en la escuela. Este cuestionario es anónimo.

Edad: _____

Sexo: Niño _____ Niña _____

¿Tienes correo electrónico? (Si) (No)

Su quieres anótalo: _____

Escuela: _____

1. ¿Cuántas computadoras hay en tu casa y cuáles están conectadas a Internet?

Número de PC y Lugar en la casa	Estudio	Mi Recamara	Sala	Es portátil	Otro lugar
Conectada					
No conectada					
No hay					

(Escribe "X" dentro de los cuadros realizando un cruce entre las opciones conectada y no conectada y el lugar de tu casa en donde está la computadora. Ejemplo: si tienes una computadora con Internet en tu cuarto, coloca "X" en el cuadro que se hace entre las opciones recámara propia y conectada. Así con todas las computadoras que hay en tu casa).

2. ¿Cuál (o cuáles) de esas computadoras es la que usas más seguido? _____

3. ¿Cuántos días a la semana usan Internet en tu casa?

- a) Uno o dos días a la semana
- b) Dos o cuatro días a la semana
- c) Todos los días de la semana

4. ¿Cuántas horas al día usan los miembros de tu familia y tú Internet en tu casa?

HORAS AL DÍA Miembro de la familia	Menos de una hora al día	De una a tres horas al día	Más de tres horas diarias	No lo usa

(En la primera columna escribe el miembro de tu casa que vas a registrar, por ejemplo "papá" luego "mamá" "Hermana menor o mayor" "Hermano mayor o menor" y así hasta incluirte a ti mismo. Después has un cruce con la opción del tiempo que cada uno navega en Internet, marcando en el cuadro que corresponda con una X)

5. ¿La persona que más usa La Internet en tu casa para qué lo hace?

- a) Para buscar información
- b) Para leer el correo
- c) Para Chatear
- d) Para bajar música o fotos
- f) No sé
- g) Otro _____

6. ¿Acostumbras comentar en familia las cosas que aprendes o ves en Internet?

- a) Siempre
- b) Muchas veces
- c) Algunas veces
- d) Rara vez
- e) Muy rara vez
- f) Nunca

7. ¿Qué tan seguido tus padres te preguntan acerca de lo que ves y aprendes en Internet?

- a) Siempre
- b) Muchas veces
- c) Algunas veces
- d) Rara vez
- e) Muy rara vez
- f) Nunca

8. ¿Qué tan seguido tus padres te dicen qué páginas debes visitar?

- d) Siempre
- e) Muchas veces
- f) Algunas veces
- d) Rara vez
- e) Muy rara vez
- f) Nunca

9. ¿Tienen algún tipo de restricción en Internet en tu casa?

- a) Sí. ¿Cuál? _____
- b) No.
- c) No sé.

10. ¿Qué tipo de contenido, de páginas de Internet, te parece que sean malas para ti?

11. ¿Alguna vez usando Internet, te encontraste con alguna cosa que te pareciera desagradable?

- d) Si (Escribe qué) _____
- e) No.

12. ¿Cuántas horas en la mañana, en la tarde o en la noche, navegas en Internet según el día de la semana?

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Mañana							
Tarde							
Noche							

(Marca con una "X" dentro del cuadro que une el día de la semana y si es "mañana", "tarde" o "noche").

13. ¿Cuándo usas Internet estás solo o acompañado por otra persona?

- a) Estoy solo
- b) Estoy acompañado: Con _____

14. ¿Para qué usas Internet?

- a) Para resolver una tarea o duda que quiero investigar
- b) Para divertirme
- c) Para hacer amigos

15. Por lo general ¿Cómo decides las páginas en las que vas a visitar?

- a) Son páginas que me recomiendan mis amigos.
- b) Son páginas que me recomiendan mis maestros en la escuela.
- c) Son páginas que veo anunciadas en revistas, en la televisión etc.
- d) Nadie me recomienda, sólo entro y llego a páginas que no me había propuesto ver.

16. ¿Cuántas veces terminas visitando páginas que no tenías contemplado visitar?

- a) Siempre
- b) Muchas veces
- c) Algunas veces
- d) Rara vez
- e) Muy rara vez
- f) Nunca

17. Menciona los nombres (escribe la dirección) de tres páginas web's que más acostumbras a visitar:

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____

18. ¿Has visto publicidad en la televisión sobre páginas de Internet que después visites?

- a) Si. ¿Cómo cuál? _____
- b) No

19. Según tu preferencia has una lista de lo que más utilizas de Internet:

- a) Correo electrónico
 - b) Información para tareas
 - c) Chat
 - d) Bajar música
 - e) Jugar
 - f) otra _____
- 1) _____
 - 2) _____
 - 3) _____
 - 4) _____
 - 5) _____
 - 6) _____

(Escribe en la columna de la derecha la letra de la opción de mayor preferencia para ti hasta la actividad que menos realizas en Internet).

20. ¿En dónde te gusta más navegar?

- a) En mi casa
- b) En la escuela
- c) En un cybercafé
- d) En casa de un amigo
- e) Otro. _____

21. ¿Por qué te gusta navegar más en ese lugar?

22. ¿Crees que usar Internet te da habilidades y conocimientos que no tendrías de no usarlo? Menciona como que habilidades y conocimientos.

23. Tus amigos ¿Usan la Internet?

- a) Sí
- b) No

24. ¿Qué tan seguido usan Internet tus amigos?

- a) Más que tu.
- b) Igual que tu.
- c) Menos que tu.
- d) No sé.

25. ¿Para qué navegan tus amigos en Internet?

- a) Para resolver una tarea o duda que quieren investigar.
- b) Para divertirse.
- c) Para hacer amigos.

26. ¿Hacen comentarios acerca de Internet con tus amigos?

- a) Sí.
- b) No.

27. ¿Qué cosas recuerdas que has platicado con tus amigos acerca de Internet?

28. ¿Tus amigos te dan tips sobre qué buscar en Internet, por ejemplo de páginas que les han gustado o cómo usarlo mejor?

- a) Sí.
- b) No.

29. ¿Cómo calificarían tus amigos Internet?

Excelente _____ Pésimo

(Marca con una "X" sobre una de las líneas que se acerque o se aleje al término que califica a Internet, la línea de en medio, quiere decir que a tus amigos no les parece ni excelente ni pésimo).

30. ¿Cómo calificas tú a Internet

Excelente _____ Pésimo

31. Tienes clases de Internet en tu escuela.

- a) Sí
- b) No, sólo de computación.

32. ¿Qué tan seguido tus maestros hablan contigo acerca de Internet?

- a) Siempre
- b) Muchas veces
- c) Algunas veces
- d) Rara vez
- e) Muy rara vez
- f) Nunca

33. ¿Qué tan seguido tus maestros te piden que busques, o mejores las tareas con información de Internet?

- a) Siempre
- b) Muchas veces
- c) Algunas veces
- d) Rara vez
- e) Muy rara vez
- f) Nunca

34. ¿Crees que a tus maestros les gusta Internet?

a) Sí. Por qué

b) No. Por qué

c) Más o menos. Por qué:

d) No sé.

En caso de ser necesario: ¿Puedo pedirte más ayuda para conocer lo que piensas de Internet por medio del correo electrónico?

- a) sí.
- b) No.

Me llamo Aleida Leticia Tello Divicino, si deseas platicarme otras cosas acerca de tu uso de Internet, mi correo electrónico es: tdivicino@yahoo.com

MUCHAS GRACIAS.

ANEXO IV. Libro de códigos para procesar los datos en el SPSS.

Variable	Categoría	Subcategoría	Código	Col.
Edad	10		1	2
	11		2	2
	12		3	2
	Otros		4	2
	N. C.		5	2
Sexo	Niño		1	3
	Niña		2	3
	N. C.		3	3
E-mail	Si		1	4
	No		2	4
	N. C.		3	4
Escuela	Colegio Coyoacán		1	5
	Amado Nervo		2	5
	N. C.		3	5
No. De computadoras	1-2		1	6
	2-4		2	6
	mas de 4		3	6
	N. C.		4	6
No. De PC's conectadas y no conectadas a Internet y Lugar de ubicación	Estudio	Conectada	1	7
		No conectada	2	7
		No hay	3	7
	Recámara propia	Conectada	1	8
		No conectada	2	8
		No hay	3	8
	Sala	Conectada	1	9
		No conectada	2	9
		No hay	3	9
	Es portátil	Conectada	1	10
		No conectada	2	10
		No hay	3	10
	Otro lugar	Conectada	1	11
		No conectada	2	11
		No hay	3	11
Computadora que usas más seguido	Estudio		1	12
	Recámara		2	12
	Sala		3	12
	Portátil		4	12
	Otro lugar		5	12
Días que usan Internet en su casa	Uno o dos días a la semana		1	13
	Dos o cuatro días a la semana		2	13
	Todos los días de la semana		3	13
Horas por día que la familia y el niño usan Internet	Papá	Menos de una hora al día	1	14
		De una a tres horas al día	2	14
		Más de tres horas diarias	3	14
		No la usa	4	14
		No lo indica	5	14

	Mamá	Menos de una hora al día	1	15
		De una a tres horas al día	2	15
		Más de tres horas diarias	3	15
		No lo usa	4	15
		No lo indica.	5	15
	Hermano o /y hermana mayor	Menos de una hora al día	1	16
		De una a tres horas al día	2	16
		Más de tres horas diarias	3	16
		No lo usa	4	16
		No lo indica	5	16
	Hermano o /y menor	Menos de una hora al día	1	17
		De una a tres horas al día	2	17
		Más de tres horas diarias	3	17
		No lo usa	4	17
		No lo indica	5	17
	Tíos	Menos de una hora al día	1	18
		De una a tres horas al día	2	18
		Más de tres horas diarias	3	18
		No lo usa	4	18
		No lo indica	5	18
	Abuelos	Menos de una hora al día	1	19
		De una a tres horas al día	2	19
		Más de tres horas diarias	3	19
		No lo usa	4	19
		No lo indica	5	19
	Otros	Menos de una hora al día	1	20
		De una a tres horas al día	2	20
		Más de tres horas diarias	3	20
		No lo usa	4	20
		No lo indica	5	20
	Niño	Menos de una hora al día	1	21
		De una a tres horas al día	2	21
		Más de tres horas diarias	3	21
		No lo usa	4	21
		No se indicó	5	21

Para que usa el Internet la persona que navega más seguido	Para buscar Información		1	22
	Para leer el correo		2	22
	Para Chatear		3	22
	Para bajar música o fotos		4	22
	No sé		5	22
	Otro		6	22
Costumbre con la que comenta los contenidos de Internet con su familia	Siempre		1	23
	Muchas veces		2	23
	Algunas veces		3	23
	Rara vez		4	23
	Muy rara vez		5	23
	Nunca		6	23
¿Qué tan seguido tus padres te preguntan a acerca de lo que ves y aprendes en Internet?	Siempre		1	24
	Muchas veces		2	24
	Algunas veces		3	24
	Rara vez		4	24
	Muy rara vez		5	24
	Nunca		6	24
¿Qué tan seguido tus padres te dicen qué páginas debes visitar?	Siempre		1	25
	Muchas veces		2	25
	Algunas veces		3	25
	Rara vez		4	25
	Muy rara vez		5	25
	Nunca		6	25
¿Tienen algún tipo de restricción en Internet en tu casa?	Sí		1	26
	No		2	26
	No sé		3	26
¿Qué tipo de contenido, de páginas de Internet, te parecen que sean malas para ti?	Pornografía		1	27
	Pornografía y violencia		2	27
	Chatear		3	27
	Nada		4	27
	Otro		5	27
¿Alguna vez usando Internet te encontraste con alguna cosa que te pareciera desagradable?	Sí		1	28
	No		2	28
¿Cuándo acostumbras a navegar en la semana?	Lunes			
		Mañana	1	29
		Tarde	2	29
		Noche	3	29
		Mañana-Tarde	4	29
		Mañana-Noche	5	29
		Tarde-Mañana	6	29
		Tarde-Noche	7	29
		Noche-Mañana	8	29
		Noche- Tarde	9	29
		Mañana- Tarde y Noche	10	29
	No lo usa	11	29	

Martes	Mañana	1	30
	Tarde	2	30
	Noche	3	30
	Mañana-Tarde	4	30
	Mañana-Noche	5	30
	Tarde-Mañana	6	30
	Tarde-Noche	7	30
	Noche-Mañana	8	30
	Noche- Tarde	9	30
	Mañana- Tarde y Noche	10	30
	No lo usa	11	30
Miércoles	Mañana	1	31
	Tarde	2	31
	Noche	3	31
	Mañana-Tarde	4	31
	Mañana-Noche	5	31
	Tarde-Mañana	6	31
	Tarde-Noche	7	31
	Noche-Mañana	8	31
	Noche- Tarde	9	31
	Mañana- Tarde y Noche	10	31
	No lo usa	11	31
Jueves	Mañana	1	32
	Tarde	2	32
	Noche	3	32
	Mañana-Tarde	4	32
	Mañana-Noche	5	32
	Tarde-Mañana	6	32
	Tarde-Noche	7	32
	Noche-Mañana	8	32
	Noche- Tarde	9	32
	Mañana- Tarde y Noche	10	32
	No lo usa	11	32
Viernes	Mañana	1	33
	Tarde	2	33
	Noche	3	33
	Mañana-Tarde	4	33
	Mañana-Noche	5	33
	Tarde-Mañana	6	33
	Tarde-Noche	7	33
	Noche-Mañana	8	33
	Noche- Tarde	9	33
	Mañana- Tarde y Noche	10	33
	No lo usa	11	33

	Sábado	Mañana	1	34
		Tarde	2	34
		Noche	3	34
		Mañana-Tarde	4	34
		Mañana-Noche	5	34
		Tarde-Mañana	6	34
		Tarde-Noche	7	34
		Noche-Mañana	8	34
		Noche- Tarde	9	34
		Mañana- Tarde y Noche	10	34
		Noche	11	34
	No lo usa			
	Domingo	Mañana	1	35
		Tarde	2	35
		Noche	3	35
		Mañana-Tarde	4	35
		Mañana-Noche	5	35
		Tarde-Mañana	6	35
		Tarde-Noche	7	35
		Noche-Mañana	8	35
		Noche- Tarde	9	35
Mañana- Tarde y Noche		10	35	
Noche		11	35	
No lo usa				
¿Cuándo navegas en Internet estás solo o acompañado por otra persona?	Solo		1	36
	Acompañado	Con algún (os) familiar (res)	1	37
		Con algún (os) amigo (s)	2	37
¿Para qué navegas en Internet?	Para resolver una tarea o duda que quiero investigar		1	38
	Para divertirme		2	38
	Para hacer amigos		3	38
Por lo general ¿Cómo decides las páginas en las que vas a navegar?	Son páginas que me recomiendan mis amigos		1	39
	Son páginas que me recomiendan mis maestros en la escuela.		2	39
	Son páginas que veo anunciadas en revistas, en la televisión etc.		3	39
	Nadie me recomienda, sólo entro y luego a páginas que no me había propuesto ver.		4	39
¿Cuántas veces terminas navegando en páginas que no tenías contemplado visitar?	Siempre		1	40
	Muchas veces		2	40
	Algunas veces		3	40
	Rara vez		4	40
	Muy rara vez		5	40

	Nunca		6	40
Menciona los nombres de tres páginas web's que más acostumbras a visitar:	No se procesó en SPSS			41
¿Has visto publicidad en la televisión sobre páginas de Internet y que después hayas visitado?	Si		1	42
	No		2	42
	N. C.		3	42
Según tu preferencia has una lista de lo que más utilizas de Internet:	Correo electrónico	Primer lugar	1	43
		Segundo lugar	2	43
		Tercer lugar	3	43
		Cuarto lugar	4	43
		Quinto lugar	5	43
		Sexto lugar	6	43
		No marcó	7	43
	Información para tareas	Primer lugar	1	44
		Segundo lugar	2	44
		Tercer lugar	3	44
		Cuarto lugar	4	44
		Quinto lugar	5	44
		Sexto lugar	6	44
		No marcó	7	44
	Chat	Primer lugar	1	45
		Segundo lugar	2	45
		Tercer lugar	3	45
		Cuarto lugar	4	45
		Quinto lugar	5	45
		Sexto lugar	6	45
		No marcó	7	45
	Bajar música	Primer lugar	1	46
		Segundo lugar	2	46
		Tercer lugar	3	46
		Cuarto lugar	4	46
		Quinto lugar	5	46
		Sexto lugar	6	46
		No marcó	7	46
Jugar	Primer lugar	1	47	
	Segundo lugar	2	47	
	Tercer lugar	3	47	
	Cuarto lugar	4	47	
	Quinto lugar	5	47	
	Sexto lugar	6	47	
	No marcó	7	47	
Otro	Primer lugar	1	48	
	Segundo lugar	2	48	
	Tercer lugar	3	48	
	Cuarto lugar	4	48	
	Quinto lugar	5	48	
	Sexto lugar	6	48	
	No marcó	7	48	
¿En dónde te gusta más navegar?	En mi casa		1	49
	En la escuela		2	49
	En un cybercafé		3	49
	En casa de un amigo		4	49
	Otro.		5	49

¿Por qué te gusta navegar más en ese lugar?	Mayor privacidad	1	50
	Mayor libertad	2	50
	Mayor comodidad	3	50
	Es más divertido	4	50
	Recibo ayuda	5	50
	Otros	6	50
	No contestó	7	50
¿Crees que usar Internet te da habilidades y conocimientos que no tendrías de no usarlo?	Si. Nuevos conocimientos	1	51
	Si. Información sobre diversos temas	2	51
	Si. Información para tareas	3	51
	Si. Manejar mejor la PC	4	51
	Si. Otros motivos	5	51
	No	6	51
	No sabe	7	51
	No contestó	8	51
Tus amigos ¿Usan la Internet?	Si	1	52
	No	2	52
	No sé	3	52
¿Qué tan seguido usan Internet tus amigos?	Más que tú.	1	53
	Igual que tú.	2	53
	Menos que tú	3	53
	No sé	4	53
¿Para qué navegan tus amigos en Internet?	Para resolver una tarea o duda que quieren investigar	1	54
	Para divertirse	2	54
	Para hacer amigos	3	54
¿Hacen comentarios a cerca de Internet con tus amigos?	Si	1	55
	No	2	55
¿Qué cosas recuerdas que has platicado con tus amigos acerca de Internet?	Sobré los contenidos de diversas páginas	1	56
	Sobre juegos	2	56
	Nada	3	56
	Otros	4	56
¿Tus amigos te dan tips sobre qué buscar en Internet?	Si	1	57
	No	2	57
¿Cómo calificarían tus amigos Internet?	-2 (Excelente)	1	58
	-1 (Bueno)	2	58
	0 (Regular)	3	58
	1 (Malo)	4	58
	2 (Pésimo)	5	58
	No específica o N. C.	6	58
¿Cómo calificarías tú a Internet?	-2 (Excelente)	1	59
	-1 (Bueno)	2	59
	0 (Regular)	3	59
	1 (Malo)	4	59
	2 (Pésimo)	5	59
	No específica o N. C.	6	59

Tienes clases de Internet en tu escuela.	Sí		1	60
	No, sólo de computación.		2	60
¿Qué tan seguido tus maestros hablan contigo de temas que ven en Internet?	Siempre		1	61
	Muchas veces		2	61
	Algunas veces		3	61
	Rara vez		4	61
	Muy rara vez		5	61
	Nunca		6	61
¿Qué tan seguido tus maestros te piden que busques, o mejores las tareas con información de Internet?	Siempre		1	62
	Muchas veces		2	62
	Algunas veces		3	62
	Rara vez		4	62
	Muy rara vez		5	62
	Nunca		6	62
¿Crees que a tus maestros les gusta Internet?	Sí		1	63
	No		2	63
	Más o menos		3	63
	No sé		4	63
En caso de ser necesario: ¿Puedes dar más información?	Sí		1	64
	No		2	64

ANEXO V. Tablas de los resultados de la encuesta procesados en SPSS

Edad.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	5	10.2	10.2	10.2
	11	27	55.1	55.1	65.3
	12	15	30.6	30.6	95.9
	Otros	1	2.0	2.0	98.0
	N. C.	1	2.0	2.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Sexo.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Niño	25	51.0	51.0	51.0
	Niña	24	49.0	49.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Tienen E-mail.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	25	51.0	51.0	51.0
	No	24	49.0	49.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Escuela.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Colegio Coyoacán	22	44.9	44.9	44.9
	Instituto Amado Nervo	27	55.1	55.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

No. de Computadoras.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2	42	85.7	85.7	85.7
	3-4	6	12.2	12.2	98.0
	Más de 4	1	2.0	2.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Computadora en el Estudio.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Conectada	12	24.5	24.5	24.5
	No conectada	2	4.1	4.1	28.8
	No hay	35	71.4	71.4	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Computadora en la Recámara propia.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Conectada	22	44.9	44.9	44.9
	No conectada	3	6.1	6.1	51.0
	No hay	24	49.0	49.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Computadora en la Sala.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Conectada	10	20.4	20.4	20.4
	No conectada	1	2.0	2.0	22.4
	No hay	38	77.6	77.6	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Computadora Portátil.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Conectada	5	10.2	10.2	10.2
	No conectada	2	4.1	4.1	14.3
	No hay	42	85.7	85.7	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Computadora en Otro lugar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Conectada	14	28.6	28.6	28.6
	No conectada	3	6.1	6.1	34.7
	No hay	32	65.3	65.3	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Computadora usada más por el niño.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Estudio	8	16.3	16.3	16.3
	Recámara propia	22	44.9	44.9	61.2
	Sala	8	16.3	16.3	77.6
	Portátil	3	6.1	6.1	83.7
	Otro lugar	8	16.3	16.3	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Días que usan la Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Uno o dos días a la semana	25	51.0	51.0	51.0
	Dos o cuatro días a la semana	15	30.6	30.6	81.6
	Todos los días de la semana	9	18.4	18.4	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet el papá.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	16	32.7	32.7	32.7
	De una a tres horas al día	7	14.3	14.3	46.9
	Más de tres horas diarias	5	10.2	10.2	57.1
	No la usa	16	32.7	32.7	89.8
	No lo marca	5	10.2	10.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet la mamá.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	9	18.4	18.4	18.4
	De una a tres horas al día	3	6.1	6.1	24.5
	Más de tres horas diarias	2	4.1	4.1	28.6
	No la usa	29	59.2	59.2	87.8
	No lo marca	6	12.2	12.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet el hermano y/o hermana mayor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	4	8.2	8.2	8.2
	De una a tres horas al día	8	16.3	16.3	24.5
	Más de tres horas diarias	11	22.4	22.4	46.9
	No la usa	2	4.1	4.1	51.0
	No lo marca	24	49.0	49.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet el hermano y/o hermana menor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	8	16.3	16.3	16.3
	De una a tres horas al día	7	14.3	14.3	30.6
	No la usa	10	20.4	20.4	51.0
	No lo marca	24	49.0	49.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet el abuelo (a) o los abuelos (as).

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	2	4.1	4.1	4.1
	No la usa	4	8.2	8.2	12.2
	No lo marca	43	87.8	87.8	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet el tío (a) o los tíos (as).

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	1	2.0	2.0	2.0
	De una a tres horas al día	3	6.1	6.1	8.2
	Más de tres horas diarias	3	6.1	6.1	14.3
	No la usa	2	4.1	4.1	18.4
	No lo marca	40	81.6	81.6	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet el niño.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	10	20.4	20.4	20.4
	De una a tres horas al día	23	46.9	46.9	67.3
	Más de tres horas diarias	9	18.4	18.4	85.7
	No lo marca	7	14.3	14.3	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Horas al día que usa la Internet otra persona.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de una hora al día	5	10.2	10.2	10.2
	De una a tres horas al día	1	2.0	2.0	12.2
	Más de tres horas diarias	3	6.1	6.1	18.4
	No lo marca	40	81.6	81.6	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de la Internet del familiar que navega más seguido.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para buscar información	18	36.7	36.7	36.7
	Para leer el correo	4	8.2	8.2	44.9
	Para Chatear	10	20.4	20.4	65.3
	Para bajar música o fotos	4	8.2	8.2	73.5
	Otro	5	10.2	10.2	83.7
	Marcó más de 1	7	14.3	14.3	98.0
	N. C.	1	2.0	2.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Frecuencia con la que comenta en familia acerca de la Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Siempre	7	14.3	14.3	14.3
	Muchas veces	5	10.2	10.2	24.5
	Algunas veces	20	40.8	40.8	65.3
	Rara vez	9	18.4	18.4	83.7
	Muy rara vez	2	4.1	4.1	87.8
	Nunca	6	12.2	12.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Frecuencia con la que los padres le preguntan acerca de Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Siempre	6	12.2	12.2	12.2
	Muchas veces	5	10.2	10.2	22.4
	Algunas veces	17	34.7	34.7	57.1
	Rara vez	8	16.3	16.3	73.5
	Muy rara vez	9	18.4	18.4	91.8
	Nunca	4	8.2	8.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Frecuencia con la que los padres indican las páginas que debe consultar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Siempre	8	16.3	16.3	16.3
	Muchas veces	2	4.1	4.1	20.4
	Algunas veces	13	26.5	26.5	46.9
	Rara vez	9	18.4	18.4	65.3
	Muy rara vez	4	8.2	8.2	73.5
	Nunca	13	26.5	26.5	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Conocen si tiene algún tipo de restricción en la Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	5	10.2	10.2	10.2
	No	21	42.9	42.9	53.1
	No sé	23	46.9	46.9	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Tipo de contenido que al niño le parece malo.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pornografía	25	51.0	51.0	51.0
	Pornografía y violencia	6	12.2	12.2	63.3
	Chatear	4	8.2	8.2	71.4
	Ninguno	8	16.3	16.3	87.8
	Otro	6	12.2	12.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Se encontraron con algún contenido desagradable.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	10	20.4	20.4	20.4
	No	39	79.6	79.6	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de Internet los lunes.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tarde	19	38.8	38.8	38.8
	Noche	3	6.1	6.1	44.9
	Tarde-Noche	3	6.1	6.1	51.0
	No lo usa	24	49.0	49.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de Internet los martes.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tarde	17	34.7	34.7	34.7
	Noche	3	6.1	6.1	40.8
	Tarde-Noche	3	6.1	6.1	46.9
	No lo usa	26	53.1	53.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de Internet los miércoles.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tarde	21	42.9	42.9	42.9
	Noche	4	8.2	8.2	51.0
	Tarde-Noche	4	8.2	8.2	59.2
	No lo usa	20	40.8	40.8	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de Internet los jueves.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mañana	1	2.0	2.0	2.0
	Tarde	18	36.7	36.7	38.8
	Noche	6	12.2	12.2	51.0
	Tarde-Noche	4	8.2	8.2	59.2
	No lo usa	20	40.8	40.8	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de Internet los viernes.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mañana	2	4.1	4.1	4.1
	Tarde	25	51.0	51.0	55.1
	Noche	8	16.3	16.3	71.4
	Mañana-Noche	1	2.0	2.0	73.5
	Tarde-Noche	5	10.2	10.2	83.7
	No lo usa	8	16.3	16.3	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de Internet los sábados.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mañana	5	10.2	10.2	10.2
	Tarde	11	22.4	22.4	32.7
	Noche	13	26.5	26.5	59.2
	Mañana-Noche	3	6.1	6.1	65.3
	Tarde-Noche	1	2.0	2.0	67.3
	No lo usa	12	24.5	24.5	91.8
	Mañana-tarde y noche	4	8.2	8.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Uso de Internet los domingos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mañana	8	16.3	16.3	16.3
	Tarde	6	12.2	12.2	28.6
	Noche	6	12.2	12.2	40.8
	Mañana-Noche	2	4.1	4.1	44.9
	Tarde-Noche	1	2.0	2.0	46.9
	No lo usa	23	46.9	46.9	93.9
	Mañana-tarde y noche	3	6.1	6.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Navega solo o acompañado.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sólo	29	59.2	59.2	59.2
	Acompañado	20	40.8	40.8	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Navega acompañado por:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Un familiar	15	30.6	75.0	75.0
	Un amigo	2	4.1	10.0	85.0
	Un familiar o un amigo	2	4.1	10.0	95.0
	N. C.	1	2.0	5.0	100.0
	Total	20	40.8	100.0	
Missing	System	29	59.2		
Total		49	100.0		

Para qué navega en la Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para resolver una tarea o duda que quiero investigar	16	32.7	32.7	32.7
	Para divertirme	20	40.8	40.8	73.5
	Para hacer amigos	7	14.3	14.3	87.8
	Marca más de 1	6	12.2	12.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Cómo decide las páginas a consultar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Son páginas que me recomiendan mis amigos	14	28.6	28.6	28.6
	Son páginas que me recomiendan mis maestros en la escuela.	5	10.2	10.2	38.8
	Son páginas que veo anunciadas en revistas, en la televisión	13	26.5	26.5	65.3
	Nadie me recomienda, sólo entro y luego a páginas que no me	12	24.5	24.5	89.8
	Marca más de 1	5	10.2	10.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Veces que el niño navega sin planeación.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Siempre	4	8.2	8.2	8.2
	Muchas veces	5	10.2	10.2	18.4
	Algunas veces	17	34.7	34.7	53.1
	Rara vez	10	20.4	20.4	73.5
	Muy rara vez	10	20.4	20.4	93.9
	Nunca	3	6.1	6.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Páginas que hayan visto anunciadas y después visitadas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SI	23	46.9	46.9	46.9
	No	24	49.0	49.0	95.9
	N. C.	2	4.1	4.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Preferencia del uso del e-mail.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primer lugar	7	14.3	14.3	14.3
	Segundo lugar	5	10.2	10.2	24.5
	Tercer lugar	8	16.3	16.3	40.8
	Cuarto lugar	18	36.7	36.7	77.6
	Quinto lugar	5	10.2	10.2	87.8
	Sexto lugar	2	4.1	4.1	91.8
	No lo marca	4	8.2	8.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Preferencia del uso de Internet para tareas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primer lugar	4	8.2	8.2	8.2
	Segundo lugar	15	30.6	30.6	38.8
	Tercer lugar	5	10.2	10.2	49.0
	Cuarto lugar	4	8.2	8.2	57.1
	Quinto lugar	14	28.6	28.6	85.7
	Sexto lugar	5	10.2	10.2	95.9
	No lo marca	2	4.1	4.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Preferencia del uso del chat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primer lugar	13	26.5	26.5	26.5
	Segundo lugar	5	10.2	10.2	36.7
	Tercer lugar	8	16.3	16.3	53.1
	Cuarto lugar	6	12.2	12.2	65.3
	Quinto lugar	9	18.4	18.4	83.7
	Sexto lugar	5	10.2	10.2	93.9
	No lo marca	3	6.1	6.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Preferencia del uso para bajar música.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primer lugar	5	10.2	10.2	10.2
	Segundo lugar	14	28.6	28.6	38.8
	Tercer lugar	11	22.4	22.4	61.2
	Cuarto lugar	9	18.4	18.4	79.6
	Quinto lugar	5	10.2	10.2	89.8
	Sexto lugar	1	2.0	2.0	91.8
	No lo marca	4	8.2	8.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Preferencia del uso para jugar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primer lugar	14	28.6	28.6	28.6
	Segundo lugar	8	16.3	16.3	44.9
	Tercer lugar	13	26.5	26.5	71.4
	Cuarto lugar	5	10.2	10.2	81.6
	Quinto lugar	6	12.2	12.2	93.9
	Sexto lugar	1	2.0	2.0	95.9
	No lo marca	2	4.1	4.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Preferencia del uso para otra actividad.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primer lugar	3	6.1	6.1	6.1
	Tercer lugar	2	4.1	4.1	10.2
	Cuarto lugar	2	4.1	4.1	14.3
	Quinto lugar	5	10.2	10.2	24.5
	Sexto lugar	15	30.6	30.6	55.1
	No lo marca	22	44.9	44.9	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Lugar en el que prefieren navegar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En mi casa	42	85.7	85.7	85.7
	En un cybercafé	4	8.2	8.2	93.9
	En casa de un amigo	1	2.0	2.0	95.9
	Otro.	2	4.1	4.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Porqué es mejor este lugar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mayor privacidad	13	26.5	26.5	26.5
	Mayor libertad	9	18.4	18.4	44.9
	Mayor comodidad	14	28.6	28.6	73.5
	Es más divertido	4	8.2	8.2	81.6
	Recibo ayuda	4	8.2	8.2	89.8
	Otros motivos	3	6.1	6.1	95.9
	No contestó	2	4.1	4.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Usar Internet les da nuevas habilidades y conocimientos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si porque nos da nuevos conocimientos	8	16.3	16.3	16.3
	Si, porque hay información de diversos temas	7	14.3	14.3	30.6
	Si, porque sirve para hacer las tareas	8	16.3	16.3	46.9
	Si, porque aprendemos a manejar mejor la PC	9	18.4	18.4	65.3
	Si, Otros motivos	8	16.3	16.3	81.6
	No	6	12.2	12.2	93.9
	No sabe	1	2.0	2.0	95.9
	N. C.	2	4.1	4.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Usan sus amigos la Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	48	98.0	98.0	98.0
	No	1	2.0	2.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Que tan seguido lo usan en comparación con ellos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Más que tu	9	18.4	18.4	18.4
	Igual que tu	7	14.3	14.3	32.7
	Menos que tu	8	16.3	16.3	49.0
	No sé	25	51.0	51.0	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Para qué navegan sus amigos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para resolver una tarea o duda que quieren Investigar	14	28.6	28.6	28.6
	Para divertirse	28	57.1	57.1	85.7
	Para hacer amigos	1	2.0	2.0	87.8
	N. C.	1	2.0	2.0	89.8
	Marcó más de 1	5	10.2	10.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentan los contenidos con sus amigos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	37	75.5	75.5	75.5
	No	12	24.5	24.5	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Qué recuerdan haber comentado acerca de Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sobre contenidos de las páginas	21	42.9	42.9	42.9
	Sobre juegos	11	22.4	22.4	65.3
	Nada	6	12.2	12.2	77.6
	Otros	8	16.3	16.3	93.9
	N. C.	3	6.1	6.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Se dan o no tips para navegar entre amigos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	35	71.4	71.4	71.4
	No	12	24.5	24.5	95.9
	N. C.	2	4.1	4.1	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Cómo califican al Internet tus amigos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-2 (Excelente)	26	53.1	53.1	53.1
	-1 (Bueno)	12	24.5	24.5	77.6
	0 (Regular)	11	22.4	22.4	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Cómo calificas tu el Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-2 (Excelente)	32	65.3	65.3	65.3
	-1 (Bueno)	9	18.4	18.4	83.7
	0 (Regular)	8	16.3	16.3	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Frecuencia con la que los maestros hablan en clase de Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muchas veces	1	2.0	2.0	2.0
	Algunas veces	9	18.4	18.4	20.4
	Rara vez	11	22.4	22.4	42.9
	Muy rara vez	9	18.4	18.4	61.2
	Nunca	19	38.8	38.8	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Frecuencia con la que los maestros les piden que hagan búsquedas en Internet.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Siempre	2	4.1	4.1	4.1
	Muchas veces	3	6.1	6.1	10.2
	Algunas veces	13	26.5	26.5	36.7
	Rara vez	10	20.4	20.4	57.1
	Muy rara vez	5	10.2	10.2	67.3
	Nunca	16	32.7	32.7	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Creer que les gusta la Internet a sus maestros.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	32.7	32.7	32.7
	No	4	8.2	8.2	40.8
	Más o menos	5	10.2	10.2	51.0
	No sé	19	38.8	38.8	89.8
	Marca las tres primeras	5	10.2	10.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

FE DE ERRATAS:

En la página 19, en el último párrafo, hace falta el siguiente pie de página:

⁶ The world's Leading resource for Internet trends & statistics. Sitio web: <http://www.nua.com>

En la página 58 en el penúltimo párrafo debe ir el siguiente pie de página:

¹⁶ En Revista Diálogos de la Comunicación (septiembre 2003). Numero 67. Pág. 74.

En la página 59 en el penúltimo párrafo debe ir el siguiente pie de página:

¹⁹ Ver el documento de la relatoría de esta conferencia en el sitio web de Raúl Trejo: www.raultrejo.tripod.com

En la bibliografía página 116 debe ir la fuente:

Prieto, Francisco (2001) La comunicación Interpersonal. México: Ediciones Coyoacán.