



**Universidad Austral de Chile
Facultad de Filosofía y Humanidades
Instituto de Comunicación Social
Escuela de Periodismo**

**Profesor Patrocinante
Sr. Luis Cárcamo Ulloa**

**USOS DE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA EN ESTUDIANTES
SECUNDARIOS DE VALDIVIA**

**Tesis para optar al
Título de Periodista y al Grado de
Licenciado en Comunicación Social**

**Felipe Nesbet Montecinos
Valdivia, 2007**

INDICE GENERAL

Agradecimientos	9
Resumen	10
Abstract	10
Algunos alcances preeliminarios. La Generación <i>Messenger</i>	12
Introducción	15
<u>I Marco Teórico</u>	18
1.1 Marco Comunicativo	18
1. 1.1 Definición de Comunicación	18
1. 1.2 El Modelo de Eco, el Modelo elegido	20
1. 2 Medios y Mensaje	25
1. 3 Internet, el petróleo de la Nueva Era	33
1. 3.1 Historia de la red. Los primeros nodos de la telaraña global	33
1. 3.2 Importancia de Internet en la Sociedad Actual	38
1. 3.3 Internet en Chile. La telaraña en el fin del mundo	43
1. 3.4 Los Jóvenes y la Internet	49
1. 4 Brecha Digital	54
1. 4.1 Definición del concepto	54
1. 4.2 Hombres y mujeres en los bits. Brecha digital respecto a género	60
1. 4.3 La Brecha por cuestiones socioeconómicas	63
1.5 Comunicación mediada por Computador	67
1. 5.1 Paseo histórico	67
1. 5.2 <i>Chat y Messenger</i>	71
1. 5.3 Relevancia de la Mensajería Instantánea entre los jóvenes	76
1. 5.4 Cultura digital	82

1. 5.5	Motivación	86
1. 6	Adolescentes hoy en día	89
1. 6.1	Identidad juvenil	89
1. 6.2	Diferencias en la identidad según clases sociales	93

II. Marco Metodológico **97**

2. 1	Características de la investigación	97
2. 1.1	Objetivos de la investigación	97
2. 1.2	Hipótesis principales de investigación	98
2. 1.2.1	Hipótesis principal A	98
2. 1.2.2	Hipótesis principal B	100
2. 1.3	Hipótesis complementarias	101
2. 1.3.1	Hipótesis complementaria 1	102
2. 1.3.2	Hipótesis complementaria 2	103
2. 1.3.3	Hipótesis complementaria 3	103
2. 1.4	Definición de variables estudiadas	104
2. 1.4.1	Nivel socioeconómico	104
2. 1.4.1	Género	106
2. 1.5	Naturaleza de la investigación	107
2. 1.6	Sujetos	110
2. 2	Materiales e instrumentos	113
2. 2.1	Entrevistas semi-estructuradas	113
2. 2.2	Cuestionario	116
2. 3	Procedimiento	120
2. 3.1	Establecimientos escogidos	120
2. 3.2	Primera etapa: Entrevistas semi-estructuradas	121
2. 3.3	Segunda etapa: Muestreo-encuesta	122

III. Resultados y Análisis **124**

3. 1 **Resultados de las entrevistas semi-estructuradas** **124**

3. 1.1	Frecuencia y acceso	124
3. 1.2	Destrezas y habilidades	125
3. 1.3	Usos	125
3. 1.4	Relevancia del <i>Messenger</i>	126
3. 1.5	Confianzas y desconfianzas	126
3. 1.6	Evolución e inició	126
3. 1.7	<i>Cyberlove</i>	127
3. 1.8	Número de contactos	127
3. 1.9	Temas desechados por los usuarios	128

3. 2 **Resultados generales de las encuestas** **130**

3. 2.1	Sobre la escala de usos para la mensajería	130
3. 2.2	Opinión sobre la mensajería	132
3. 2.3	Mentiras en la mensajería	134
3. 2.4	Evolución del uso de la mensajería	134
3. 2.5	Uso de <i>emoticons</i>	136
3. 2.6	Amor y sexo en el <i>Messenger</i>	136
3. 2.7	Frecuencias de conexión a la mensajería	137
3. 2.8	Número de contactos en la cuenta de <i>Messenger</i>	139

3. 3 **Análisis comparativos de los resultados** **142**

3. 3.1	Diferencias por estratos socioeconómicos	142
3. 3.2	Diferencias de género	147

IV. Conclusiones, limitaciones y Proyecciones **151**

4. 1	Validación de hipótesis	151
4. 2	Relaciones y diferencias con otras investigaciones	155
4. 3	Alcances y limitaciones	158

V. Bibliografía y referencias **160**

5. 1	Libros	160
5. 2	Tesis	167
5. 3	Artículos	167
5. 3	Referencias electrónicas	167

VI. Anexos **184**

6. 1	Pauta de entrevista semi-estructurada	184
6. 2	Cuestionario	186
6. 3	Glosario	190
6. 3.1	<i>Emoticons</i>	190
6. 3.2	Sexo virtual	190
6. 3.3	Romance virtual	190
6. 3.4	Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	191

ÍNDICE DE FIGURAS

Índice de Figuras

Figura N° 1:	Esquema de la “Estructura elemental de la Comunicación” de Eco.	21
Figura N° 2:	Esquema del marco metodológico de los diseños experimentales.	110

Índice de Tablas

Tabla N° 1	Categorización de los Grupos socioeconómicos para la Prueba SIMCE	105
Tabla N° 2:	Distribución de los sujetos sometidos a la entrevista semi-estructurada.	122
Tabla N° 3:	Distribución teórica de la población cuasi-experimental por estrato socioeconómico y género.	123
Tabla N° 4:	Distribución de la población cuasi-experimental por estrato socioeconómico y género.	130
Tabla N° 5:	Medias significativas de acceso a Internet, frecuencias de conexión y evolución en el uso de la mensajería entre estratos socioeconómicos.	143
Tabla N° 6:	Medias significativas de número de contactos entre estratos socioeconómicos.	143
Tabla N° 7:	Medias significativas de amor y sexo en la mensajería entre estratos socioeconómicos.	145
Tabla N° 8:	Medias significativas por mentiras en la mensajería entre estratos socioeconómicos.	146
Tabla N° 9:	Medias significativas por acceso a la red y frecuencia de conexión diaria entre géneros.	147
Tabla N° 10:	Medias significativas de mayor uso inicial de la mensajería entre géneros.	147
Tabla N° 11:	Medias significativas de número de contactos desconocidos y contactos que han conocido vía MSN entre géneros.	148
Tabla N° 12:	Medias significativas de confesión de intimidades entre géneros.	148
Tabla N° 13:	Medias significativas de sexo y amor en la mensajería entre géneros.	149
Tabla N° 14:	Medias significativas de mentiras en la mensajería entre géneros.	150
Tabla N° 15:	Medias significativas de traspaso de datos y envío de	151

Tabla N° 16	archivos entre estratos socioeconómicos. Medias significativas de frecuencia de horas dedicadas netamente a chatear por mensajería entre estratos socioeconómicos.	152
Tabla N° 17	Medias significativas de interés por conocer nuevas personas y alumnos que han conocidos gente vía MSN entre estratos socioeconómicos.	154
Tabla N° 18	Medias significativas de uso de emoticons y preferencia por no usarlos entre géneros.	155

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1:	Personas con acceso a Computador e Internet por edad.	51
Gráfico N° 2:	Frecuencia de uso de computadores en el hogar para distintos fines (estudiantes).	53
Gráfico N° 3:	Cambios en conexiones domiciliarias de banda ancha, según GSE, 2003 – 2004.	65
Gráfico N° 4:	Sistemas de mensajería más usados en el mundo	74
Gráfico N° 5:	Servicios usados de la red Categoría "uso regular"	81
Gráfico N° 6:	Frecuency of use	82
Gráfico N° 7:	Medias estadísticas de los usos de la mensajería instantánea.	132
Gráfico N° 8:	Percepciones sobre la mensajería.	133
Gráfico N° 9:	Mentiras más comunes en la mensajería.	134
Gráfico N° 10:	Preferencia en el uso de <i>emoticons</i> .	135
Gráfico N° 11:	Usos de los <i>emoticons</i> .	136
Gráfico N° 12:	Frecuencia de conexión semanal a la mensajería Instantánea.	137
Gráfico N° 13:	Frecuencia de horas de conexión al <i>Messenger</i> por día.	137
Gráfico N° 14:	Frecuencia de horas diarias dedicadas solamente a chatear por mensajería.	138

Gráfico N° 15:	Momento en el que se abre la cuenta de mensajería Instantánea.	139
Gráfico N° 16:	Número de contactos que tienen los encuestados en sus cuentas de MSN.	140
Gráfico N° 17:	Número de contactos desconocidos físicamente que tienen los encuestados en sus cuentas de mensajería.	141

AGRADECIMIENTOS

A los profesores Alfredo Grossolli, Luis Aguilar, Guido Burgos y Oscar Santana, por todas las facilidades que me dieron para que realizase mi proyecto.

A todos los chicos que colaboraron con mi estudio.

A Paulo Contreras y Víctor Hugo Valenzuela por los consejos.

A Cristian Catalán “Mitoka” por la ayuda para encontrar gente para “probar los instrumentos” e introducirme en el mundo adolescente.

A mi ahijada y prima, Claudia Torres Opitz, y a mi primo Kabir Torres Optiz, por la ayuda prestada para “afinar los instrumentos”.

A mi madre y mi abuela que permitieron que llegue a la Universidad y terminará mi carrera.

A Dios y a la Virgen que me acompañan en cada paso de mi vida.

Muy especialmente, a mi profesor guía, y amigo, Luis Cárcamo Ulloa, por toda la abnegada dedicación, entusiasmo y paciencia que puso en mi proyecto.

Resumen

La introducción de la Internet ha alterado la sociedad chilena. Uno de los cambios que produce esta tecnología es el fenómeno de la Comunicación mediada por computador (CMC), donde adquiere gran relevancia la mensajería instantánea, especialmente entre los adolescentes.

A diferencia de otras tecnologías la mensajería instantánea penetra ampliamente en la juventud chilena, sin grandes distinciones de género o estrato social.

En consecuencia, este proyecto busca investigar los usos más comunes de la mensajería entre los estudiantes de tercer año de educación media de la comuna de Valdivia. Analizando las potenciales diferencias que pueden darse entre los segmentos socioeconómicos alto y medio-bajo, como también entre géneros.

Metodológicamente, el presente estudio se basa en dos instrumentos: entrevistas semi-estructuradas y encuestas.

Palabras Clave: mensajería Instantánea, adolescencia, estrato socioeconómico y género.

Abstract

The introduction of the Internet has altered the Chilean society. One of the changes that have produced this technology has been the phenomenon of the Computer mediated Communication (CMC), where the Instant Messaging has acquired great relevance, especially among teenagers.

Compared to other technologies, Instant Messaging has impacted significantly young people in Chile of any gender or social group.

Consequently this project looks for to investigate the most common uses of the Instant Messaging between the students of third year of secondary education of the city of Valdivia. Analyzing the potential differences that can occur between the high and lower middle socioeconomic group, like also between gender.

Methodologically, the present study will be based on two instruments: semi-structured interviews and surveys.

Key words: instant messaging, teenagers, social group and gender

ALGUNOS ALCANCES PREELIMINARES:

LA GENERACIÓN MESSENGER

“Así como los que tienen 30 años son como la generación del casete, nosotros somos la generación del Messenger”.

Alumna de Tercero medio, Instituto Superior de Administración y Turismo (Insat) de Valdivia.

“Si está bien ya que la mayoría de las personas de este Chile se comunica por MSN. Yo creó si no está este medio de comunicación no tendríamos tantas amistades”

Alumno de Tercero medio, Liceo Comercial Valdivia.

“Es un buen medio ya que puedes comunicarte de forma rápida con tus amigos y con gente que vive lejos de ti. También puedes conocer nuevas personas, pero hay que tener precaución porque a veces puede ser peligroso.”

Alumna de Tercero medio, Instituto Alemán Valdivia.

Cuando comienzo a plantearme este proyecto muchos compañeros me dijeron que no tenía ningún sentido hacer un estudio sobre algo tan banal como el *Messenger*. “¿Para qué? Si es obvio que en el *Messenger* se dicen puras *hueas (sic)*”, me dijo una compañera. Reconozco que también caigo en esos prejuicios. En ese entonces tenía la intención de hacer un proyecto sobre el periodismo internacional o la historia, dos temas que me siguen apasionando. “¿Hacer una tesis sobre el *Messenger* es como hacer una tesis sobre las telenovelas mexicanas?”, le

pregunte al profesor, Víctor Hugo Valenzuela, quien nos guío en nuestros proyectos de titulación.

Pero como lo sostiene Emile Durkheim (1986), uno de los padres de la sociología moderna, los fenómenos sociales no son validos de acuerdo a la relevancia que le otorga un segmento de la sociedad. “Porque lo que importa saber no es la manera en que tal pensador, individualmente, se representa tal institución sino el concepto que de ella tiene el grupo: sólo éste es socialmente eficaz (Durkheim, 1986:19-20)”.

Se digan o no se digan *hueas* en el *Messenger*, o si las telenovelas mexicanas son una basura televisiva o no, es indudable que ambos son fenómenos sociales que tienen cierta relevancia para un determinado grupo humano.

Con respecto a la mensajería instantánea, que es nuestro tema de estudio, existen muy pocos datos que demuestran la influencia de esta herramienta entre los adolescentes. Pero hay muchos profesores y muchos padres que lo pueden atestiguar. Por algo el 2006 en su campaña del uso del preservativo el Ministerio de Salud representó una conversación por mensajería instantánea de una chica con uniforme de Liceo. Por algo en las historias del programa juvenil “Invasión”, que se emite en Chilevisión todas las tardes, el *Messenger* es un elemento tan presente como los celulares, o los distintos estilos musicales¹.

En cierta medida este sistema comunicativo es la marihuana de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Es la tecnología más democrática, que encuentra usuarios en todos los estratos sociales, etéreos y políticos, tal como es el caso de la marihuana entre las drogas. No sólo los liceanos chatean por msn, también lo hacen los treintañeros, que como *cabros chicos con*

¹ Inclusive en la teleserie juvenil “16” que se emite en TVN entre el 2004 y el 2005 también el *Messenger* está presente.

juguete nuevo caen bajo el encanto del *chat*. Se usa en las empresas para reemplazar el teléfono, lo usan en las Universidades. Hasta los que odian la globalización lo usan para criticar a Bush (mejor no recordemos el virus de Bush que nos llegó a muchos por *Messenger*²), olvidándose que el *Messenger* pertenece a ese germen del capitalismo que es Microsoft Corporation.

Por eso, a diferencia de lo que se da generalmente en la música en la mensajería no están las típicas diferencias de estilos, como que a los niños ricos les gusta la música en inglés y a los pobres la música en español, como investigaron los sociólogos de la Escuela de Birmingham en los 70' (Hall y Jefferson, 1976 cit. Feixa, 1994), y que se observa también en Chile, como recordaran los lectores de "Palomita Blanca" (Lafourcade, 1996). Tanto a los que les gusta "My Chemical Romance", a los seguidores del reggeatton³, como a las *pelolais*, los *pokemon* y los *poncio*⁴ les gusta chatear por *Messenger* casi por igual. Ese casi es lo que pretendemos investigar.

² En el caso de este autor este virus informático le es enviado (involuntariamente, por supuesto) por el profesor, Víctor Hugo Valenzuela, (que tampoco ama a Bush). Esto gráfica que los profesores también utilizan este sistema para contactarse con sus alumnos.

³ My Chemical Romance es una banda estadounidense que cultiva el estilo Emo, rock con letras muy emocionales de ahí el denominativo, y es popular entre los jóvenes de estrato alto y medio. De hecho existe una tribu urbana que se identifica con esta música. El Reggeatton es el fenómeno musical del momento, pero su popularidad se concentra en los sectores bajos.

⁴ *Pokemón* y *Pelolais* son las dos grandes diferenciaciones que se generan entre las adolescentes chilenas, aunque también tocan a los varones. A grandes rasgos, los *Pokemon*, denominativo proveniente de un anime japonés, son generalmente de clase baja y media-baja, y se caracterizan por sus varios piercing y el pelo más corto. En cambio, las *Pelolais* son de estratos más altos y usan el pelo largo y liso. Mientras los *poncio* son los jóvenes (tanto varones como damas) que flirtean comúnmente en las fiestas.

INTRODUCCIÓN

La introducción de la Internet modifica en múltiples aspectos a la sociedad contemporánea. Bajo este fenómeno se sitúa la taxonomía de Comunicación mediada por computador, que se ve con más detalle en el apartado 1.5.

Manuel Castells (1999), sociólogo español que investiga profusamente la introducción de las nuevas tecnologías, señala que esta nueva modalidad comunicativa (donde cabe la mensajería instantánea, además del correo electrónico y los salones de *chat*) está revolucionando los procesos de comunicación y la cultura.

Generalmente, los efectos de la introducción de las tecnologías en los grupos humanos son muchísimo más notorios entre los jóvenes, que entre los mayores. Esto lo sostienen diversos autores, desde McLuhan (1967), pasando por Negroponte (1995) hasta el argentino Balardini (2003).

Dado lo anterior, este estudio se basa en la mensajería instantánea entre los adolescentes, más específicamente entre los estudiantes secundarios de la ciudad de Valdivia, bajo un determinado nivel educativo que es tercero medio.

En este momento las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) penetran en amplios sectores de la población chilena. Por ende la mensajería instantánea no se vislumbra como un sistema comunicativo restrictivo a un determinado estrato social o género. Los estudiantes que se seleccionan para el estudio tienen la misma proporción de género, y provienen de establecimientos de dos estratos sociales bien diferenciados: alto y medio-bajo. Estas categorías se desprenden del Índice de vulnerabilidad escolar (IVE), que es el criterio que utiliza el Ministerio de Educación chileno para efectos de su prueba de medición denominada Sistema de Medición de la Calidad de la Educación (SIMCE) del año 2002.

Esta investigación presenta como objetivo principal analizar los usos de la mensajería instantánea que hacen los alumnos de Tercero medio, de Liceos de la comuna de Valdivia de estrato social alto y medio bajo. Como también descubrir las potenciales diferencias con respecto al género y el segmento social de los establecimientos de los que proceden.

Para resolver estas problemáticas se utilizan dos instrumentos metodológicos: entrevistas semi-estructuradas, como acercamiento teórico al público que será investigado; y cuestionarios con preguntas cerradas que permiten precisar información cuantitativa.

En el mundo hispano existe una gran variedad de investigación sobre la comunicación mediada por Internet, enmarcados en el fenómeno de los salones de *chat*; analizados desde la óptica lingüística (López, 2005, Romano, 2005, y Rocha, 2004), psicológica (Raad, 2004), educativa (Hernández, 2001) y, principalmente, descriptivas (Fernández, 2004, Kiss, 2004, Roco, 2004, y Mayans, 2002), pero muy poco sobre la mensajería instantánea.

La excepción que confirma la regla es la tesis que desarrolla el ingeniero civil de la Universidad Católica de Chile, Silvio García (2004), sobre la apropiación de esta tecnología en la empresa Sodimac.

En Estados Unidos, cuna de la Internet y también de la mensajería, se realizan algunos estudios referentes al tema en cuestión. El que más se acerca al propósito del presente trabajo es el que llevan a cabo el 2004 Bonka S. Boneva, Army Quinn, Robert E. Kraut, Sara Kiesler e Irina Shklovski que tiene el sugerente título “Teenage Communication in the Instant Messaging Era”, que puede ser traducido como “Comunicación adolescente en la Era de la Mensajería Instantánea”. No obstante, el proyecto en cuestión no hace distinciones entre clases sociales (se basa netamente en jóvenes de etnia caucásica) ni entre géneros, como éste.

Además, deja afuera una serie de fenómenos emergentes que encuentran su espacio en la mensajería, los cuales se pretende investigar, como son: los romances virtuales, el sexo virtual, el cambio de género, las mentiras, los contactos desconocidos, el uso de *emoticons* y de envío de archivos.

Por lo tanto, este proyecto tiene un valor teórico al ser un estudio novedoso en Chile, y, probablemente, en el mundo hispano.

Este documento está dividido en dos partes. La primera contiene elementos teóricos, y la segunda la metodología y sus resultados.

I. MARCO TEÓRICO

1. 1 Marco Comunicativo

1. 1.2 Definición de Comunicación

Armand Mattelart (1995) indica que la Comunicación tiene un sinnúmero de acepciones, la primera de éstas la propone Denis Diderot en 1753 en la elaboración de su Enciclopedia, en pleno periodo de la Ilustración.

Este estudioso belga (1995) postula que la Comunicación es un concepto polisémico, estudiado desde distintos puntos de vista por variadas disciplinas, que van desde la física, la biología, la etología, las ciencias económicas, la psicología, la sociología y las ciencias de la cultura.

Parafraseando a Martín Serrano (1981) Miquel Rodrigo (1995) señala que lo que caracteriza el objeto de estudio de la Teoría de la Comunicación es su afán de “explicar cómo el ser vivo controla su entorno mediante el recurso de la información (Rodrigo, 1995:13)”.

Un aspecto importante de recalcar es que la Comunicación, como dice Avogadro (2002), no es un concepto estático, inmune a las transformaciones sociopolíticas, sino que se caracteriza por su dinamismo. Bajo esta conceptualización, Mattelart (1995) asegura que cada época de la Historia del hombre, y cada tipo de sociedad presentan su propia configuración comunicacional, que se convierte en un concepto hegemónico.

Para comprender esta teoría es necesario remontarse a la etimología del término. “Comunicación” proviene del latín *comunicare*, cuya traducción literal

vendría siendo “poner en común”. Como reseña Winkin (1990) “comulgar,” “comunión,” y también “excomuni3n”, comparten la misma ra3z latina de “Comunicaci3n”. Desde la premisa de la participaci3n de dos o varias personas en este proceso en el siglo XVI aparece el sentido de “practicar” una noticia como otra acepci3n del t3rmino. Luego se genera otro sentido del vocablo como forma de transmisi3n. “As3 pues, parece que los usos que significan globalmente “participar”, “compartir”, pasan progresivamente a un segundo plano para ceder el primer lugar a los usos centrados alrededor de “transmitir (Winkin, et al., 1990:12)”.

Para esta investigaci3n se estima que la definici3n m3s completa y certera sobre este concepto es la que entrega la investigadora mexicana Marta Rizo, que estipula lo siguiente:

“...se ha concebido a la comunicaci3n como el propio sistema de transmisi3n de mensajes o informaciones, entre personas f3sicas o sociales, o de una de 3stas a una poblaci3n, a trav3s de medios personalizados o de masas, mediante un c3digo de signos tambi3n convenido o fijado de forma arbitraria (Rizo, 2004)”.

No obstante, esta concepci3n obvia varios aspectos relevantes del fen3meno. La Comunicaci3n no se produce en un ambiente desligado del mundo exterior. “La transmisi3n de los mensajes entre interlocutores se da en un contexto (universo f3sico, historia, sociedad, cultura, etc.), que los afecta, tanto a ellos como a los procesos de codificaci3n y decodificaci3n (Ram3rez, 2003:6)”. Citando a Daniel Prieto Ram3rez recalca “que no puede haber comunicaci3n de un texto – en sentido gen3rico – sin un contexto que lo sustente (Ib3d., 2003:6)”. En la misma l3gica, Marta Rizo (2002) recuerda que para la Escuela de Palo Alto las acciones no se comprenden si no se ubican en un entorno en el cual se realizan o tienen lugar. En estas circunstancias, se hace imprescindible situar esta visi3n de la comunicaci3n bajo un modelo esquem3tico.

1. 1.2 El Modelo de Eco, el modelo elegido

Siguiendo a Rodrigo (1995) la principal ventaja de elaborar un modelo para estudiar la Comunicación es su capacidad para simplificar fenómenos complejos, como sin lugar a dudas lo es la Comunicación.

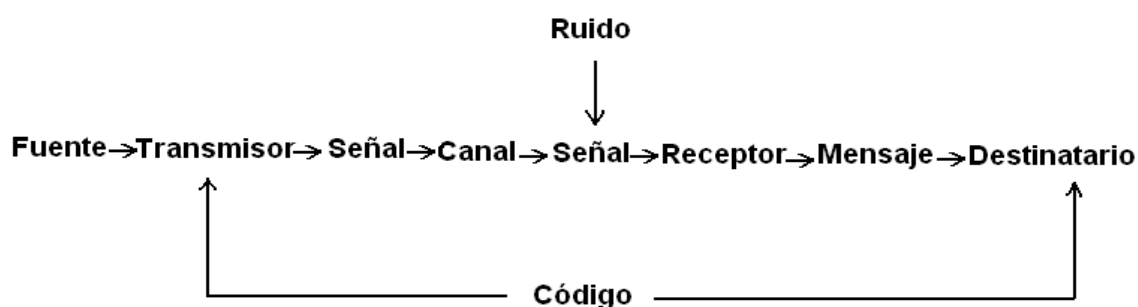
Desde la Segunda Guerra Mundial se desarrollan una serie de modelos comunicativos, bajo diversas ópticas, tendientes a explicar la naturaleza de este fenómeno. Para Rodrigo (1995) los más relevantes son los siguientes: Shannon y Weaver (1948) desde la informática; Gerhard Maletzke (1963) desde la publicidad; Roman Jakobson (1960) desde la lingüística; Harold Lasswell (1948) desde la ciencia política; Wilbur Schramm (1954) en el estudio de los efectos de los *mass media*; Everett M. Rogers (1974) desde la transculturalidad; Barry Jordan (1986) de la Escuela de Birmingham, en la producción y consumo de los objetos culturales; y el modelo sociosemiótico (1995), que propone el propio Rodrigo, y tiene como objetivo la influencia de los *mass media* en los grupos sociales.

La visión simplificada que supone un modelo implica una pérdida de información sobre el fenómeno en cuestión. Schramm (1971) sostiene que es muy difícil establecer un modelo que explique de forma óptima la Comunicación. “La mayor limitación que tienen los modelos es que su objeto de estudio está en continuo cambio (Rodrigo, 1995:25)”. Esto es lo que ocurre con la introducción de la Internet y sus derivados, como lo es la mensajería instantánea, en los procesos comunicativos. Hasta el momento no existe ningún modelo que esquematice la Comunicación mediada por computador.

En este contexto, se decide basar el estudio en el modelo que propone Umberto Eco. A pesar de que su objeto de estudio es la producción de signos, se piensa que el modelo de Eco, que él denomina “Estructura elemental de la Comunicación”, es el esquema más adecuado para estudiar el fenómeno

comunicativo. Además, el propio Eco hace la analogía de su modelo con la situación producida en un embalse, por eso la terminología cuasimecánica que conlleva esta teoría. Por ende, el modelo de Eco se puede reflejar en otra situación de mediación tecnológica, como la que se produce en la mensajería instantánea.

De esta forma, para este autor (1995) “un proceso comunicativo” se entiende “como el paso de una Señal (lo que no significa necesariamente ‘un signo’) desde una Fuente, a través de una Transmisor, a lo largo de un Canal, hasta un Destinatario (o punto de destino) (Eco, 1995:24).”



Umberto Eco recogió este esquema de De Mauro, elaborado en 1966

Figura N° 1: Esquema de la “Estructura elemental de la Comunicación” de Eco.

Estos elementos se pueden definir de forma más extensa de la siguiente forma:

- **Señal:** Para Eco la señal es “el objeto específico de una teoría de la información”. Pero se diferencia el concepto del signo. Las señales son “unidades de transmisión que pueden computarse cuantitativamente, e independientemente de su significado posible (Ibíd., 1995:41-42)”. Esta definición guarda mucha semejanza con el concepto de bits, que se visualiza más adelante.
- **Fuente:** Elemento por el cual “pueden transmitirse una serie de informaciones (Ibíd., 1995:58)”.
- **Transmisor:** “capaz de emitir una SEÑAL eléctrica que viaje a través de un CANAL (un hilo) y sea captada por un receptor (Ibíd., 1995:58)”.
- **Receptor:** Junto con recibir la señal el receptor es lo que convierte la señal eléctrica, producto de procesos mecánicos, en un MENSAJE.
- **Destinatario:** Una vez que el mensaje llega a su destino “el aparato destinatario puede accionar una respuesta mecánica que corrija la situación en la fuente (Ibíd., 1995:58)”.
- **Código:** Este concepto posee gran relevancia en los estudios de Eco. La Comunicación sólo se produce cuando existe un código. “Es el artificio que asegura la producción por parte de determinada señal eléctrica de determinado mensaje mecánico capaz de provocar una respuesta determinada (Ibíd., 1995:58)”.

- **Ruido:** El semiólogo italiano (1995) establece este nuevo elemento en los procesos comunicativos. El ruido implica cualquier problema que pueda alterar la naturaleza de la señal, ya sea eliminándola, dificultando su captación, o generando un error.

No obstante, el propio Eco (1995) enfatiza que el proceso entre máquinas carece de cualquier capacidad “significante”, por ende en esos casos no hay Comunicación, aunque pueda existir traspaso de información.

“En cambio, cuando el destinatario es el ser humano (y no es necesario que la fuente sea también un ser humano, con tal que emita una señal de acuerdo con reglas conocidas por el destinatario humano), estamos ante un proceso de comunicación, siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo, sino que solicite una respuesta INTERPRETATIVA del destinatario (Ibíd., 1995:24-25)”.

Esto es lo que ocurre con la mensajería instantánea, y en toda la Comunicación mediada por computador. Por mucho que el traspaso de información esté mediada tecnológicamente siempre son seres humanos los que están al otro lado de la pantalla produciendo señales, que pasan a ser signos, y generan Comunicación.

Sin embargo, el modelo de Eco deja al margen un aspecto importante dentro del proceso comunicativo: el contexto, algo que si abordan Albert Sheeflen (Winkin, 1990) y María Victoria Escandell (2005), entre otros; esta última autora señala:

“Las circunstancias en las que se desenvuelve la comunicación determinan decisivamente muchos de sus rasgos, tanto de forma como de contenido. Pero las circunstancias constituyen conjuntos muy

complejos de coordenadas siempre diferentes, que forman marcos únicos e irrepetibles. Consideremos la siguiente situación. Dos vecinos que se conocen sólo de vista coinciden en el ascensor de su casa; después de un escueto saludo convencional, y durante el pequeño trayecto que comparten, intercambian un par de observaciones sobre el tiempo; se despiden. En esta situación hay muchas cosas que efectivamente son únicas; las coordenadas espacio-temporales, la identidad de los participantes, su grado de conocimiento previo, la temperatura exterior e interior, los acontecimientos políticos y sociales... (Escandell, 2005:43)".

Aunque en sus propios estudios semióticos Eco (1995) establece una fuerte ligazón entre la Comunicación y su contexto cultural. Esto se analiza cuando se estudia la relación entre el medio, el mensaje y la tecnología.

1. 2 Medios y Mensaje

La cultura es, tal vez, el concepto que mayor discusión y sobreutilización tiene en las Ciencias Sociales. De acuerdo a Eco (1995) tres fenómenos sintetizan, en su sentido antropológico, su definición. “(a) la producción y el uso de objetos que transforman la relación hombre-naturaleza; (b) las relaciones de parentesco como núcleo primario de relaciones sociales institucionalizadas; (c) el intercambio de bienes económicos (Ibíd., 1995:44)”. No obstante, para miradas más antropológicas, la definición de Eco deja algunos aspectos afuera, como:

- Firth (1981) señala que desde las primeras definiciones de este concepto, por parte de Tylor en 1871 y Malinowsky en 1931, la conceptualización de cultura se vincula con las ideas, los hábitos, las costumbres, los valores, conocimientos, creencias, arte, ley y moral.
- La cultura no es una entidad estática, se renueva, cambia con el desarrollo de los individuos y los grupos. “Toda cultura está en un permanente proceso de construcción, desconstrucción y reconstrucción (Cuché, 2004:80)”.
- La cultura no es un concepto uniforme para todos los individuos que conviven en un entorno cultural. “La apreciación, capacitación y participación de una cultura puede ser tan variada como los grupos e, incluso, los individuos, que comparten la sociedad (Torres, 2001:156)”.

De acuerdo a una amplia gama de estudiosos Calvelo (1998), Schramm (1971), Watzlawick (1997), Luhmann (1995), Eco (1995), Castells (1999), Vilches (2001), Martín Barbero (2004), Kunczik (1992) y Bateson (1990) entre otros la matriz de la cultura se encuentra en la Comunicación. Citado por Sodré (1998) Lucien Sfez establece que la comunicaci3n es la figura *epistémica* de la cultura; en otras

palabras, desde la Comunicación “se elaboran los principios de organización, invención y mutación de una cultura (Sodré, 1998:34)”.

En estas circunstancias la “humanidad y la sociedad son fenómenos que sólo se pueden generar cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación (Eco, 1995:44)”.

La relación comunicación – cultura se plantea desde la semiótica de Eco (1995). Para esta vertiente teórica los procesos culturales se pueden analizar como procesos de comunicación, lo que ayuda a esclarecer sus mecanismos fundamentales. Esto no implica que cultura y comunicación sean conceptos equiparables, “sino que quiere decir que la cultura en su conjunto puede comprenderse mejor, si se la aborda desde un punto de vista semiótico (Ibíd., 1995:51)”.

Como se ve anteriormente la cultura no es un concepto invulnerable a los cambios que afectan a la sociedad. Como parte inseparable de la sociedad, la cultura también es afectada por los fenómenos que trastocan a ésta: uno de estos fenómenos es la influencia de las de nuevas tecnologías.

Según el filósofo alemán Carl Mitcham (1990) la tecnología es vista de tres formas distintas a lo largo de la historia. “La primera es lo que se puede llamarse el escepticismo antiguo; la segunda, el optimismo del Renacimiento y la Ilustración; y la tercera, la ambigüedad o desasosiego románticos (Mitcham, 1990:14)”.

Con el paso del tiempo quedo claro que la influencia de la tecnología en la sociedad va mucho más allá de la esfera económica-productiva. De hecho, para Sodré (1998) la imbricación de la comunicación, (como elemento epistémico de la cultura) con “las perspectivas socialdemocráticas”, y las tecnologías, forjan un nuevo orden “tecnocultural”. Desde otra vertiente, el sociólogo francés Jacques Ellul ya en

1954 sostiene que “la tecnología es la característica autónoma y definitoria de la sociedad moderna (Mitcham, 1990:9)”.

Desde los años 30’ la llamada Escuela de Frankfurt, o también conocida como teoría crítica de la sociedad”, propone que el progreso técnico genera una satisfacción “guiada de las necesidades materiales humanas”. Este pensamiento encuentra su asidero en el pensamiento marxista (1999), que ve en la industria el instrumento de dominio del “hombre sobre los hombres”.

Herbert Marcuse, (2001) tal vez el pensador más influyente de la Escuela de Frankfurt, asegura que la tecnología es el medio de dominación que ejerce el capitalismo sobre los hombres. Jürgen Habermas (1999) complementa esta visión con su teoría de que la tecnología se desempeña como la ideología de una nueva institucionalidad política. “Hoy la dominación se perpetua y amplía no sólo por medio de la tecnología, sino como tecnología: y ésta proporciona la gran legitimación a un poder política expansivo que engulle todos los ámbitos de la cultura (Ibíd., 1999:58)”.

En los años 60’ se hace celebre la visión de Marshall McLuhan para explicar la relación cultura – tecnología. A grandes rasgos las teorías de este polémico sociólogo canadiense (1967, 1969 y 1972) postulan que la evolución humana se determina por el grado de desarrollo técnico de los medios de comunicación social, por lo que se le denomina como “determinista”.

Más allá de las discusiones teóricas, en las que se entra de lleno en las próximas líneas, es indudable que los medios comunicativos también ejercen un nivel de influencia en la naturaleza de la Comunicación y la cultura.

La influencia de los medios en la comunicación abarca prácticamente toda la sociedad, el pensamiento y la cultura humana. La historia defiende esta teoría.

Harold Innis sostiene que “las diversas tecnologías empleadas en la comunicación tienen una relación íntima con el nacimiento, consolidación y crisis de ideologías y marcos de dominación política (Montero y Rueda, 2001:97)”. Eric Havelock, citado por Castells (1999), afirma que la invención del alfabeto, masificada gracias a la imprenta, genera el pensamiento lineal, que es la base del conocimiento occidental. McLuhan (1972) denomina a esta Era como la “Galaxia de Gutenberg”, ya que implica un “traslado al hombre desde el mundo mágico del oído al mundo neutro de lo visual (Ibíd., 1972:35)”. Este sociólogo ejemplifica este fenómeno con el disímil desarrollo de un niño occidental y un niño criado en África.

“En cualquier medio occidental, el niño está rodeado por una tecnología visual, abstracta y explícita, de tiempo uniforme y espacio continuo, en los que la “causa” es eficiente y trascendente, y en los que las cosas se mueven y ocurren por orden sucesivo, en planos únicos. Pero el niño africano vive en el mundo implícito y mágico de la resonante palabra hablada. No encuentra causas eficientes, sino causas formales en un campo configurativo del tipo de los que elabora cualquier sociedad analfabeta (Ibíd., 1972:36)”.

En el aspecto político esta innovación implica un trasvase de poder de la clase sacerdotal a la militar.

Posteriormente, la imprenta crea el culto al individualismo. “El alfabeto y la tecnología de la impresión han promovido y estimulado un proceso de fragmentación, un proceso de especialización y de separación (McLuhan y Fiore, 1967)”.

El desarrollo de la televisión en la segunda mitad del siglo XX marca “el fin de la Galaxia de Gutenberg”, dando paso a lo que Jesús Martín Barbero (2004) denomina “un *ecosistema* comunicativo marcado por la hegemonía de la experiencia

audiovisual sobre la tipográfica y la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimientos (Martín Barbero, 2004)". Para Derrick de Kerckhove (1998) las nuevas tecnologías llevan a un retorno a una cultura oral, que él cataloga como "oral electrónica".

De esta forma, Castells (1999) sugiere que la creación del hipertexto conlleva un cambio de proporciones históricas comparable a la invención del alfabeto; este aspecto se estudia con más detalle en el apartado 1.5 (Comunicación mediada por Computador).

Para este autor los efectos de esta revolución tecnológica son muchísimo más profundos que las anteriores.

"Aunque la imprenta afectó de forma considerable a las sociedades europeas en la Edad Moderna, al igual que a la China medieval en menor medida, sus efectos quedaron hasta cierto punto limitados por el analfabetismo extendido de la población y por la baja intensidad que tenía la información en la estructura organizativa (Castells, 1999:57)".

Tanto en este estudioso español como en McLuhan se ven dos posturas divergentes sobre la influencia de los cambios tecnológicos en la cultura. Entre medio se sitúa una tercera mirada propuesta por el filósofo francés Pierre Lévy (2001), que propone que la tecnología condiciona los posteriores cambios sociales. "Decir que la técnica condiciona significa que abre ciertas posibilidades y que, sin la presencia de éstas, no se podrían contemplar seriamente ciertas opciones culturales o sociales. Pero se abren distintas posibilidades, y no todas serán aprovechadas (Lévy, 2001:31)". En este caso este autor presenta las diferencias en el uso de la imprenta en China, su lugar de origen donde es un instrumento del Estado imperial, mientras en Europa pasa al dominio público, lo que condiciona los efectos que menciona McLuhan.

A diferencia de Lévy, los académicos de la llamada Escuela de Toronto (Innis, Havelock y McLuhan) se sitúan bajo una postura determinista, que, según Andrade (2006), encuentra su germen en la obra del sociólogo estadounidense Thorstein Veblen. Desde esta óptica los medios tecnológicos son los que gobiernan “el destino de la humanidad, construyen la cultura, la conciencia y hasta la sensibilidad individual (McLuhan y Fiore, 1967)”..

Para el pensador canadiense, no hay alternativa posible a la tecnología; una mirada que encuentra asidero en el pensamiento de Habermas (1999). En una frase muy elocuente, McLuhan señala que para recuperar la libertad de antaño simplemente hay que desconectar la electricidad.

Patricia Wallace (2001), basada en Heilbroner (1967), sugiere que el determinismo tecnológico es un problema que se da en ciertas épocas históricas cuando el cambio tecnológico se encuentra en su punto álgido y los mecanismos de control o guía de dicha tecnología están en una etapa rudimentaria.

Contrastando con las teorías mcluhanianas para Castells (1999) la tecnología por sí misma no determina el cambio social, ni el derrotero histórico que seguirá una sociedad. “La gente moldea la tecnología para acoplarla a sus propias necesidades (Castells, 1999:396)”. Montero y Rueda (2001) añaden que la verdadera relevancia de los avances técnicos pasa por sus *usos sociales*. Giné y Prats (2001) enfatizan claramente dicha visión.

“En definitiva, las tecnologías no son sujetos sino objetos creados por la historia humana, y su nacimiento y utilización dependen de las capacidades institucionales existentes y de la responsabilidad humana para transformar dichas capacidades cuando resultan insuficientes (Giné y Prats, 2001:10 -11)”.

Raymond Williams (Williams, 1974 cit Andrade, 2006) critica la postura de McLuhan, argumentando que los seres humanos no son solamente vulnerables a los cambios tecnológicos, sino a una serie de otros fenómenos, como lo son las alteraciones sociales, económicas y políticas.

En la actualidad para Marissa Avogadro (2002) se hace evidente que la inclusión de las TIC en nuestra sociedad tiene un efecto enorme, que va desde las estructuras sociales, la economía, el trabajo, e inclusive las actividades domésticas. Parafraseando a Neil Postman, Castells (1999) sostiene que el carácter de la Comunicación, basada en el hipertexto, “determina decisivamente la cultura, porque, como escribió Postman, “no vemos (...) la realidad (...) como es, sino como son nuestros lenguajes (Castells, 1999:360)”. Avogadro (2002) reafirma esta visión al sostener que en la interacción entre las personas y los *media*, estos proponen modelos que modifican la realidad “en tanto espejos de hechos que sin embargo, son un reflejo parcial de los acontecimientos de la vida diaria (Avogadro, 2002:6)”.

Siguiendo esta lógica, el surgimiento de un nuevo sistema de comunicación electrónico, con un alcance global, que integra “todos los medios de comunicación y su interactividad potencial, ésta cambiando nuestra cultura, y lo hará para siempre (Castells, 1999:61)”.

Para Avogadro (2002), la Internet, junto con la Comunicación mediada por computador, un producto de la red, deben ser analizados como nuevos medios de comunicación.

“Internet es (...) un medio de comunicación con su lógica y lenguaje propios. Pero no está circunscrito a una manifestación concreta de la expresión cultural; más bien afecta a todas ellas. Es más, su comunicación suele estar incluida en la actividad social y no aislada en una suerte de mundo imaginario, el ámbito de los juegos de rol y las

identidades falsas. Se utiliza para difundir mensajes políticos, para comunicarse por correo electrónico con las redes de la vida, para transmitir ideas y buscar información. Es comunicación, pero no ocio, o al menos no de manera preponderante. Y como los medios audiovisuales, especialmente la televisión, están dominados por la lógica del entretenimiento, incluido el infotainment⁵ (Castells, 2001:227)".

Dentro de los cambios que trae consigo la Era de la Información, Sodré (1998) estima que la comunicaci3n es la base de la ideología de la consolidaci3n democrática que se suscita en Occidente. Para este autor las prácticas comunicativas realizan un trabajo cultural, que provoca lo que Sodré denomina "cultura de la comunicaci3n" o "cultura mediatizada".

Cárcamo, Cladellas y Estaún (2006) argumentan que este fen3meno se está dando de modo más intenso en este contexto hist3rico-tecnol3gico, que más adelante se visualiza con mayor detalle.

⁵ **Infotainment:** neologismo basado en la combinaci3n de informaci3n y entretenimiento.

1. 3 Internet, el petróleo de la Nueva Era

1. 3.1 Historia de la red. Los primeros nodos de la telaraña

La génesis de la Internet se encuentra en la relación entre el sistema de defensa estadounidense y las Universidades norteamericanos, todo esto enmarcado en la lucha global que significa la Guerra Fría.

Uno de los ámbitos de competencia que enfrenta a las Superpotencias en este conflicto es la tecnología. Tras el arribo del primer satélite soviético al espacio, el Sputnik en 1957, el Departamento de Defensa de Estados Unidos funda la ARPA, Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (Advanced Research Projects Agency), que tiene como objetivo prioritario “movilizar recursos procedentes del mundo universitario principalmente, a fin de alcanzar la superioridad tecnológica militar sobre la Unión Soviética (Castells, 2001:24)”.

Como uno de los campos de acción más relevantes de este programa es la informática, el gobierno estadounidense designa a J.C.R Licklider⁶ como su primer director en 1962. Licklider adquiere cierta fama con la publicación de su ensayo “Man-Computer, Symbiosis”, donde se gesta la idea de una “red de redes”.

"a network of such [computers], connected to one another by wide-band communication lines" which provided "the functions of present-day

⁶Es interesante el hecho que Licklider no es un hombre proveniente del ámbito de la informática. “Lick (como lo llamaban) era un psicólogo experimental de profesión y experto en acústica, que se volcó a la computación y término constituyéndose en un profeta de la misma (Negroponte, 1995:101)”.

libraries together with anticipated advances in information storage and retrieval and [other] symbiotic functions” (Wikipedia cit Liklider, 1960)⁷.

Auspiciada por ARPA funciona la IPTO, Oficina de Técnicas de Procesamiento de la Información (Information Processing Techniques Office), cuya función primordial es “estimular la investigación en el campo de la informática interactiva (Castells, 2001:24)”. Uno de los programas que desarrolla IPTO es ARPANET, iniciada en 1969⁸, donde se sitúa la matriz de lo que hoy se conoce como Internet.

ARPANET es un sistema de redes de comunicaciones flexibles y descentralizadas. Su intención primaria es “optimizar el uso de costosos recursos informáticos a base de compartir el tiempo *on line* entre diversos centros de computación (Ibíd., 2001:32)”. Castells afirma que la idea inicial es una propuesta de la empresa Rand Corporation al Pentágono para construir un sistema de comunicaciones militares, capaz de sobrevivir un ataque nuclear (obviamente soviético) a los Estados Unidos. Este sistema basa su transmisión de informaciones mediante la revolucionaria tecnología de conmutación de paquetes (*packet switching*), que actúan como unidades autónomas.

“Supongamos que al pasar el paquete número seis por Minneapolis, ese estado es atacado, en ese preciso instante por un misil enemigo. El paquete número seis se pierde. Inmediatamente los otros paquetes

⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_the_Internet

"Una red de pares (computadores), conectado para uno otro por el ancho de banda de la comunicación" que proveyó " las funciones de una bibliotecas de hoy día, conjuntamente con anticipos de avances en el almacenamiento y recuperación de (otra) información y las funciones simbióticas (Wikipedia cit Licklider, 1960)".

⁸ Llama la atención que el programa que da vida a Internet se comienza a ejecutar el mismo año que el hombre llega a la Luna. Este hecho marca la superioridad tecnológica de Estados Unidos por sobre la URSS, lo que implica el cumplimiento del objetivo de ARPA.

detectan esa pérdida y pueden pedir a Boston que se lo vuelva a enviar (pero esta vez no vía Minneapolis) (Negroponte, 1995:6)”.

No obstante, Castells (2001) enfatiza que ARPANET nunca posee una aplicación militar, a pesar del respaldo financiero que le brinda el Departamento de Defensa.

El diseño de ARPANET lo lleva a cabo la BBN (Bolt, Beranek y Newmann), “una empresa de ingeniería acústica de Boston, que se había pasado a la informática aplicada (Ibíd., 2001:24)”.

Los primeros nodos de esta telaraña son solamente centros universitarios: la Universidad de California en Los Ángeles, la Universidad de California en Santa Bárbara, el Instituto de Investigación de la Universidad de Standford en San Francisco SRI (Standford Research Institute) y la Universidad de Utah. “Los esfuerzos realizados se concretaron en el surgimiento la primera red que interconectó cuatro microordenadores de los estados de California y Utah (Zegers, 2003:1)”.

Manuel Castells (2001) sostiene que en 1972 se realiza la primera demostración exitosa de ARPANET, durante un congreso internacional en Washington DC. El proyecto continúa con el objetivo de conectar ARPANET con otras redes de computadores, para esto es necesario crear protocolos de comunicación estandarizados. En 1978 científicos de la Universidad de California del Sur (Postel y Cohen) y de Standford (Vint Cerf) crean el TCP/IP estándar, producto de la división del Protocolo de Control y Transmisión, TCP (Transmission Control Protocol) desarrollado con anterioridad, sumado al Protocolo Interredes, IP. Este mecanismo opera hasta el día de hoy en la Internet.

En 1975 ARPANET es transferido de la ARPA a la Agencia de Comunicación de la Defensa, DCA (Defense Communication Agency). En 1983, el Pentágono, inquieto por las violaciones que puede sufrir su sistema de seguridad, crea MIL-NET, un órgano destinado exclusivamente a usos militares. “ARPANET se convirtió en ARPA-INTERNET, y se destinó a la investigación (Castells, 2001:25)”. Al año siguiente la Fundación Nacional para la Ciencia (NSF, en sus siglas en inglés) establece su propia red informática de comunicaciones, NSFNET, usando más tarde a ARPA-INTERNET como eje troncal (*backbone*). En 1990 el Departamento de Defensa cancela ARPANET, ya tecnológicamente obsoleto, para encargar su gestión a la NSF, que muy pronto procede a privatizarla. Castells (2001) subraya que a partir de ese momento Internet comienza a desarrollarse rápidamente, como una red global de redes informáticas. Para Avogadro (2002) el último aporte del Pentágono a la creación de la Internet se produce cuando decide financiar la inclusión del protocolo TCP/IP en los sistemas operativos de los computadores fabricados en Norteamérica. En consecuencia, de acuerdo a Castells (2001), para 1990 la mayoría de los computadores de Estados Unidos cuentan con la herramienta técnica para sumarse a la red.

El sociólogo hispano (2001) relata que el mismo año que el Pentágono cancela ARPANET un programador inglés, Tim Berners-Lee, empleado en el CERN, Centro de Investigaciones de Física de Alta Energía (Centre Européen de Recherche Nucleaire), en Ginebra, Suiza, desarrolla (en sus horas libres sin que nadie se lo pida) una aplicación para compartir información. La obra de Berners-Lee se enmarca en una larga serie de iniciativas, comenzadas en 1945, tendientes a enlazar diversas fuentes de información mediante un sistema interactivo de computación.

“Berners-Lee definió y elaboró el software que permitía sacar e introducir información de y en cualquier ordenador conectado a través de Internet (HTTP, HTML, y URI posteriormente denominado URL). En colaboración con Robert Cailliau, construyeron su programa navegador/editor

(browser/editor) en diciembre de 1990 y dieron el nombre de world wide web a este sistema de hipertexto. CERN divulgó en la red el software para el browser WWW en agosto de 1991 (Castells, 2001:29)”.

Una serie de informáticos de todo el mundo elaboraron sus propios navegadores, basados en el modelo de Berners-Lee. Entre estos el que “tenía una orientación más comercial era *Mosaic* (Ibíd., 2001:30)”, fabricado por Marc Andressen y Eric Bina en el Centro Nacional de Aplicaciones para Supercomputadores de la Universidad de Illinois (University of Illinois, National Center for Supercomputer Applications). Castells (2001) indica, que posteriormente, bajo el auspicio de Jim Clark, empresario de Silicon Valley (el condado californiano donde se instala la industria informática), Andressen y Bina crean Mosaic Communications, que más tarde pasa a ser Netscape Communications. A fines de 1994 Netscape coloca en el mercado el primer navegador comercial. Esta compañía “era una empresa que no obtenía beneficios, que había desarrollado una funcionalidad que se entregaba sin costo a los usuarios de todo el mundo pero que pronto, en agosto de 1995, pudo cotizar 4.200 millones de dólares (Vilches, 2001:17)”. El gigante Microsoft reacciona ante el éxito de Netscape, e incluye en su programa Windows 95 su propio navegador, Internet Explorer.

En esta breve reseña histórica sobre el nacimiento de la red no se puede dejar de señalar la contribución de personas o grupos, que operan al margen de los programas de defensa y las grandes corporaciones; los llamados *hackers*.

Es necesario establecer un alcance con este anglicismo. En la prensa se suele denominar de este modo a los expertos informáticos que, deliberadamente, violan programas o sitios web. “Los *hackers* según, la terminología original del Artificial Intelligence Lab del MIT en los años sesenta, son los que innovan y crean movidos por la pasión de la creatividad, en todo tipo de actividades (Castells, 200:102)”.

En este contexto, Castells (2001) argumenta que Internet también es obra de los grupos libertarios y contestatarios, mientras Lévy (2001) les otorga un papel protagónico en la gestación de la red, y el posterior desarrollo del ciberespacio. Muchos de estos grupos crean sus propias redes de interconexión informática. Así nace el Bulletin Board Systems (BBS), FIDONET, BITNET, UNIX (que más tarde se uniría a ARPANET) y LINUX.

Según Marcelo Fernández (2002) de la necesidad de enviar y responder mensajes en las terminales UNIX se inicia el desarrollo de los sistemas de mensajería instantánea.

No obstante, Castells fundamenta (2001) que es la inclusión en el negocio del Internet de una de las corporaciones más grandes del mundo, Microsoft, propiedad del hombre más rico del orbe, Bill Gates, lo que lleva concepto Internet al dominio del *americano común*. Desde su nido en la costa californiana la telaraña comienza a tejer sus redes por el mundo entero.

1. 3.2 Importancia de Internet en la Sociedad Actual

El concepto Internet da origen a múltiples definiciones de todo tipo. Técnicamente se puede decir que Internet es “una colección específica de redes de ordenadores distribuidas por todo el mundo y conectadas todas ellas mediante un protocolo común denominado TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), conocida también como red de redes o simplemente Red (Avogadro, 2002:2)”. Pero Internet es mucho más que un simple medio tecnológico.

“Internet es el tejido de nuestras vidas. Si la tecnología de la información es el equivalente histórico de lo que supuso la electricidad en la era industrial, en nuestra era podríamos comparar a Internet con la red

eléctrica y el motor eléctrico, dada su capacidad para distribuir el poder de la información por todos los ámbitos de la actividad humana (Castells, 2001:15)”.

Complementando esta postura, la socióloga argentina Bibiana del Brutto (2000) menciona la importancia de la red en diversos ámbitos del quehacer humano-social.

(la Internet) “ella abarca no sólo el universo técnico y espiritual en el que la computadora pasa a ser una prolongación del cuerpo humano, sino que abarca a la inteligencia artificial, a la realidad virtual, a los juegos interactivos y sobretodo se convirtió en un acelerador de las capacidades psíquicas. Internet permite intercambios múltiples e instantáneos con personas diseminadas por todo el planeta tierra, de cualquier nacionalidad y cultura. En ella caben todos los asuntos, todos los problemas y también puede ser denominada a-geográfica ya que al rebasar fronteras construye su propia topografía (del Brutto, 2000)”.

Para entender la importancia de esta herramienta tecnológica-comunicativa en las sociedades contemporáneas es necesario explayarse sobre los cambios tecnológicos que trastocan nuestra civilización en las últimas décadas. Toffler (2000), Negroponte (1995) y Castells (1999) coinciden en que se vive en la transición de la Era Industrial hacia un nuevo paradigma histórico, que muchos autores definen como la Era de la Información.

“Hacia el final del segundo milenio de la era cristiana, varios acontecimientos de trascendencia histórica han transformado el paisaje social de la vida humana. Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado. Las economías de todo el mundo se han

hecho interdependientes a escala global, introduciendo una nueva forma de relación entre economía, Estado y sociedad en un sistema de geometría variable (Castells, 1999:28)”.

Un hecho que demuestra la importancia que toma dicho tema es la decisión de la ONU de celebrar una conferencia internacional sobre la influencia de las TIC en el mundo contemporáneo, denominada precisamente “Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información” (CMSI), que se lleva a cabo en dos etapas en Ginebra, Suiza, el 2003, y dos años después en Túnez.

Para Castells (1999), “el *núcleo* de esta transformación que estamos experimentando en la revolución en curso remite a *las tecnologías de procesamiento de la información y la comunicación* (Ibíd., 1999:57)”, por eso este autor denomina a la economía surgida bajo este contexto como informacional.

Así, este nuevo paradigma adquiere dimensiones comparables a Revoluciones Industriales del siglo XVIII y XIX. En estas circunstancias históricas las TIC cumplen un papel trascendental, de la misma forma que las fuentes de energía (carbón, petróleo, electricidad, y también la energía nuclear) lo hacen en las revoluciones industriales.

Desde una perspectiva más política para Martín Barbero (2004) las tecnologías de la comunicación son el dispositivo estructurante de la redefinición y remodelación de la nueva forma de Estado, producida en las últimas décadas. Las tecnologías “hacen fuerte a un Estado que refuerzan en sus posibilidades/tentaciones de control, mientras lo tornan débil al favorecer el movimiento que tiende a desligarlo de sus funciones públicas (Ibíd., 2004)”.

Según, Castells (1999) el desarrollo de estas tecnologías tiene la particularidad de que se generan en colaboración con los usuarios, que añaden

nuevas modificaciones a las tecnologías, a quienes de Kerckhove (1999) denomina “prosumidores”. La difusión de la información en su posterior aplicación concibe a su vez más información/conocimiento “en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos (Castells, 1999:58)”. Wallace (2001) gráfica de forma muy clara esta concepción:

“Internet no es una tecnología que nos haya sido impuesta y ante la cual sólo podamos reaccionar de dos maneras: aceptarla tal cual es o evitarla por completo. De hecho, tenemos más poder para influir en este entorno que el que nunca hemos llegado a tener para influir en la televisión o en el teléfono, porque somos al mismo tiempo sus creadores, sus productores y sus usuarios (Wallace, 2001:29)”.

Para Manuel Castells (1999) el desarrollo de Internet es un ejemplo de apropiación y definición de la tecnología por parte de los usuarios.

Desde que la Fundación Nacional para la Ciencia de Estados Unidos se hace cargo de ARPANET la telaraña se expande enormemente. Zegers (2003) señala que en 1984 hay mil usuarios de Internet, para 1992 ya son un millón, diez años después aumentan a 200 millones de suscritos. Gray, Magpantay, Thompson, de Ridder y Southwood (2006) aseguran que para fines del 2004 esta cifra alcanza los 840 millones de usuarios, equivalente a un poco más del 13% de la población total del orbe.

Dado este vertiginoso crecimiento no extraña la importancia que adquiere la red en el mundo actual. Siguiendo con la analogía con las Revoluciones Industriales que plantea Castells (1999), en la Era de la Información la red equivale a la electricidad en la Era Industrial. “Internet constituye actualmente la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información: la red

(Ibíd., 2001:15)”. En este contexto, para este autor (2001) es inconcebible el desarrollo humano desentendiéndose de esta herramienta.

No obstante, no se puede circunscribir el fenómeno de la Internet al ámbito de las estructuras socioeconómicas, que señala Castells. Las telarañas de la red llegan a distintas esferas de la vida humana. Lorenzo Vilches (2001) y Patricia Wallace (2001) indican la influencia de la red en la psicología personal; Jorge Halpern (2005) en los procesos comunicativos; y de Kerckhove (1999), Busquet y Samaranch (2005), Pereira de Sá (2006) y Lemos (2005), entre otros, hablan de la nueva dimensión cultural, que Pierre Lévy (2001) designa como *cibercultura*.

La Internet provoca la conceptualización de realidad virtual. A diferencia de la radio o la televisión, que son meros transmisores de contenido, o una forma de acortar distancia, Gómez (2003) señala que la red también se puede concebir como un espacio social, “como si fuera un café o un parque en donde se citan las personas para interactuar (Ibíd., 2003:15)”. Esta premisa da origen al concepto de ciberespacio, que Lévy (2001) entiende por “*el espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de las computadoras y de las memorias informáticas* (Lévy, 2001:112)”. Tanto para Gómez (2002), Jones (2003) y Rocha (2004) dicha terminología está muy ligada al fenómeno de la comunicación mediada por computador.

“Se trata de un ámbito construido simbólicamente por habitantes de las tecnologías informática para comunicarse, a través de redes mundiales, para las cuales no hay fronteras – en el sentido geopolítico del término – excepto las que suponen el mismo acceso a la tecnología y las habilidades tecnológicas necesarias para hacerlo (Rocha, 2004:12)”.

La enorme relevancia de la Internet en nuestra sociedad se puede sintetizar en esta cita de Steven Jones (2003).

“Del mismo modo que el New Deal no cambió únicamente nuestras comunidades sino el sentido mismo de la comunidad, de la unión, Internet tiene consecuencias para el sentido que otorgamos a lo que somos, quiénes somos, quiénes somos entre los otros y quién queremos ser (Ibíd., 2003:22)”.

Un estudio de la ONG estadounidense Pew Internet and American Life Project del 2005 consigna que para cerca del 45% de los consultados la red es un elemento importante en sus vidas, ya que “les ayudó a tomar grandes decisiones o a afrontar un momento importante en su vida durante los dos años anteriores¹⁰”.

Castells (2001) asegura que el desconocimiento, o deficiente acceso a Internet, determina debilidades de las personas y/o zonas geográficas, frente a sus pares con mayor acceso a este medio. Araya y Orrego (2002) recuerdan que en el Programa de Desarrollo Humano de la ONU (PNUD) el acceso a Internet de la población es un ítem más para evaluar el desarrollo tanto humano como social. Este fenómeno es lo que se denomina Brecha Digital, que se analiza más adelante con mayor profundidad.

1. 3.3 Internet en Chile. La telaraña en el fin del mundo

Chile no está al margen de las redes de la telaraña global, con mayor razón si se toma en cuenta la extraordinaria apertura de la economía chilena a los mercados globales, mediante los Tratado de Libre Comercio (TLC) que nuestro país tiene comprometidos con Estados Unidos, la Unión Europea, China, entre otros.

⁹ Se conoce como New Deal (Nuevo trato en su traducción hispana) al proceso de reformas económicas que lleva a cabo la administración de Franklin D. Roosevelt en Estados Unidos, para paliar los efectos de la crisis económica de 1929.

¹⁰ Portal tecnológico mundoenlinea.cl
http://www.mundoenlinea.cl/noticia.php?noticia_id=6280&categoria_id=29

Los primeros indicios de la llegada de la telaraña en Chile se remontan a 1984. Juan Eduardo Fernández (2001) basado en entrevistas a Florencio Utreras, ex presidente de Reuna¹¹, señala que ese año los departamentos de computación de las Universidades chilenas, concordaron en “unirse para formar una gran red que permitiera una conexión tras sí, y con el resto del mundo (Fernández, Juan Eduardo, 2001:69),” con el objetivo de romper las barreras geográficas y respaldar el intercambio académico con el exterior.

Utreras asegura que en 1987 se consigue una conexión a BITNET, mediante una línea de comunicaciones proporcionada por la NASA y su oficina en Chile (Estación de Rastreo de Satélites de la Universidad de Chile), que posibilita la conexión entre las Universidades chilenas con la Universidad de Maryland.

Las primeras conexiones bajo el protocolo TCP/IP se hacen en 1988, pero sólo en 1992 Chile se logra conectar a la NSFNET, antecesora de Internet.

Ese año se crea la primera red de Universidades que se conecta a Internet, gracias a los aportes de Fondef¹². En 1995, año en que de acuerdo a Castells (2001) la Internet pasa al conocimiento del *americano* común, Utreras cuenta que por contagio este proceso se comienza a dar en Chile. “Ello coincidió también con el nacimiento de otras empresas proveedoras del servicio y el despliegue de importantes campañas de promoción (Fernández, Juan Eduardo, 2001:70)”. Producto de esto Reuna vende su ISP (servicio Internet) a CTC (Compañía de teléfonos de Chile, que hoy día usa el nombre de Telefónica CTC). Según Utreras la entidad que él preside se sale de la Internet Comercial para

¹¹ Reuna: Red Universitaria nacional, organismo compuesto por las Universidades del Consejo de rectores, además del Conycit, Comisión Nacional de investigación científica y tecnológica, y el observatorio Aura.

¹² Portal de la Corporación Reuna
http://www.reuna.cl/consorcio/aporte_pais/reuna_internet.htm.

dedicarse a la Internet Avanzada, más concerniente con el ámbito universitario. En consecuencia se crea Reuna2 en 1998, que al decir de Utreras es la red académica más avanzada de América Latina.

De esta forma, Internet se va ganando un espacio en el “paisaje social” chileno.

“Ya sea por la gran cantidad de discursos publicitarios circulantes o por la imagen que se hace de los telecentros comunitarios, ya sea por la creciente expansión de los “cíber” en los barrios o por la discusión pública de los programas de gobierno, hoy las personas afirman que las nuevas tecnologías envuelven de uno u otro modo a todo el país” (PNUD Chile, 2006:6)”.

Chile es el país que ostenta mayor grado de desarrollo en la Sociedad de la Información de Latinoamérica, (más de un punto más que México, el segundo latinoamericano en la lista) según el Indicador de la Sociedad de la Información (ISI), elaborado por DMR Consulting (consultora de gestión de origen canadiense) y el IESE-CELA (Centro para la empresa en Latinoamérica de la Escuela de negocios de la Universidad de Navarra)¹³.

No obstante, para Castells (2005) Chile presenta un punto débil en su desarrollo tecnológico: la ineficacia en “la transición tecnológica de sus recursos humanos y organizativos a un modelo informacional (Ibíd., 2005:90)”, ítem en el que se sitúa por debajo de Brasil, Argentina y México.

El principal logro del desarrollo informático en el país es la alta penetración de la red, que coloca a Chile en un nivel de liderazgo en Latinoamérica.

¹³ Portal tecnológico mundoenlinea.cl
http://www.mundoenlinea.cl/noticia.php?noticia_id=7049&categoria_id=29.

Un estudio de la World Internet Project (WIP), realizado en Chile por el académico de la Universidad Católica, Francisco Javier Fernández (2004), señala que un 36% de los chilenos, de una forma u otra, tienen acceso a la red. De acuerdo a estos datos la penetración de la Internet en Chile es equivalente a España y superior a Italia y Hungría. No obstante, aún se está lejos de las naciones desarrolladas en el aspecto de conectividad, en el cual nuestro país ocupa el puesto 43^a en el mundo¹⁴.

Numéricamente, la oficina chilena del PNUD (2006) señala que para el 2004 existen cerca de 4,8 millones de personas conectados a la red, mientras la Cámara de Comercio de Santiago sitúa esta cifra en 5,6 millones¹⁵. Lo que demuestra el sostenido crecimiento de la penetración de la Internet en el país.

El Estado chileno comienza a tomar conciencia de la importancia de la Internet bajo la administración de Eduardo Frei (1994 – 2000). Según Araya y Orrego (2002) en 1998 dicho gobierno agrupa a las distintas entidades, tanto públicas como privadas, que están impulsando el desarrollo de la red para la creación de la Comisión Presidencial de Nuevas Tecnologías de Información¹⁶. El portal Agenda Digital (2004) subraya que el estado chileno es el primero en Latinoamérica que elabora una Estrategia de Desarrollo Digital.

Posteriormente, el Presidente Ricardo Lagos (2000 – 2006) crea el Comité de Ministros de Tecnología de Información, un organismo tendiente a proponer e impulsar iniciativas para desarrollar la infraestructura de información;

¹⁴ Portal de la Subsecretaría de Desarrollo Regional
<http://www.subdere.gov.cl/1510/article-69554.html> (Citado 3 de agosto de 2006).

¹⁵ Portal del Programa Biblioredes.
<http://www.biblioredes.cl/BiblioRed/notas/not91.htm>.

¹⁶ Ver informe de la comisión titulado “**Chile: hacia la sociedad de la información**” (1999).
Disponible en la World Wide Web:
<http://www.unesco.org.uy/informatica/publicaciones/chile.pdf>

auspiciar el comercio electrónico; acelerar el aprendizaje social ligado al uso de redes y la difusión de la cultura y la educación por vía digital. Entre los programas que impulsan el desarrollo de las TIC en Chile destacan:

- **Programa Enlaces:** Un proyecto del Ministerio de Educación tendiente a “constituir una gran comunidad educativa nacional, a través de la introducción masiva de computadores de última generación, redes, internet, multimedia y software educativo en los establecimientos educacionales chilenos (Soto, et al., 2002:26)”.
- **Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT):** Araya y Orrego (2002) señalan que en un principio este programa se aboca a subsidiar la telefonía rural, no obstante, en una segunda etapa se extiende ha el ámbito de la Internet.
- **Programa Nacional de Infocentros:** En primer lugar es necesario conceptualizar el término Infocentros. Siguiendo la lógica de la Subsecretaria de Telecomunicaciones (SUBTEL) se entiende bajo esta denominación los “puntos de acceso público a computadores con conexión a internet (SUBTEL, 2002:5)”. Araya y Orrego (2002) sostienen que el Programa Nacional de Infocentros implica una imbricación entre el Estado, la comunidad y las pequeñas y medianas empresas. Por ende la SUBTEL (2002) quiere ampliar el número de infocentros para los micro y pequeños empresarios.
- **Red de Bibliotecas Públicas para el Nuevo Milenio:** Esta iniciativa proviene de una donación de la Fundación Bill & Melinda Gates al gobierno de Chile “para el equipamiento de las bibliotecas públicas con computadores y conexión a Internet en todo el territorio nacional (Araya y Orrego, 2002:18)”.

Fernández (2004) añade a una serie de iniciativas privadas, como la del Comité de Democratización de la Informática (CDI-Chile), Maule Activa en Talca, Corporación El Encuentro en Peñalolén, Santiago, y los programas de la Fundación para la Superación de la Pobreza (Funasupo).

En ese marco el Estado se pone como objetivo crear el “gobierno electrónico”, en el contexto del proceso de modernización del estado. De acuerdo a Agenda Digital (2004) dicho año todos los servicios del gobierno cuentan con portales en Internet, en los cuales se pueden realizar 170 trámites en línea. En efecto, Chile ocupa el 5º lugar a nivel mundial en el ranking de *E-Government* (solamente superado por Taiwán, Corea del Sur, Canadá y Estados Unidos), medición realizada por la Universidad de Brown el 2002, siendo éste el mayor logro de la Agenda Digital en nuestro país¹⁷.

En el actual gobierno la preocupación por las TIC se mantiene. En el discurso del 21 de mayo del 2006 la Presidenta Michelle Bachelet anuncia que el acceso a las tecnologías de la Información es una prioridad en su administración¹⁸.

¹⁷ Portal de la Subsecretaría de Desarrollo Regional
<http://www.subdere.gov.cl/1510/article-69554.html> (Citado 3 de agosto de 2006).

¹⁸ Portal del Gobierno de Chile
http://www.gobierno.cl/21mayo2006/indice_discursos.asp (Citado 3 de agosto de 2006).

1.3.4 Los Jóvenes y la Internet

Aunque se disienta de la predicción hecha por Nicholas Negroponte en 1995, sobre la teoría que la brecha digital se traduciría en un asunto, netamente generacional, expresada en la dicotomía: jóvenes-ricos vs viejos-pobres¹⁹. No obstante, este autor estadounidense (1995) está en lo cierto cuando señala la mayor facilidad que tienen los jóvenes hacia las nuevas tecnologías.

Ya en los 60' McLuhan advierte que la juventud es el grupo humano más proclive a los cambios tecnológicos. Para Balaguer (2004) este fenómeno se explica a que estas generaciones crecen frente a las pantallas. Lo que Cárcamo, Cladellas y Estaún (2006) sostienen es cada vez más prematuro. “Desde las videocámaras que vigilan a un bebé, los juegos y *hobbies* de infantes y adolescentes, además de los cambios que se dan en los procesos de escolarización (Cárcamo y Cladellas y Estaún, 2006:14)”.

Esta cuestión es aún más relevante tomando en cuenta que los jóvenes se encuentran en un período de definición de identidad, un aspecto que se estudia con mayor detalle en el apartado 1.6. Citando a Turkle (1995) y Wallace (1999) Zegers (2003) dice que la red es un enorme laboratorio de experimentación de la identidad, mediante los MUD (Multi User Dungeons, dominios multiusuarios, en los cuales se construye un mundo virtual), metamundos, *chats* abiertos o cerrados (como lo es el *Messenger*), grupos de noticias, y comunidades virtuales. Para esta autora (2003) la red es un nuevo espacio en donde los jóvenes viven la llamada *moratoria psicosocial*, que Graciela Castro (2002) define como el período en el cual el muchacho se preparan para ser adulto.

¹⁹ Esta grosera infravaloración del aspecto económico indica claramente la postura positivista de Negroponte, que se analiza en el apartado 1.5.4.

“...allí pueden tener las experiencias -libre de las obligaciones y consecuencias que tienen los experimentos en la vida real- necesarias para lograr definir la identidad. Cuando Erikson formuló su teoría de la Identidad (Erikson, 1968, 1972), la juventud leía más y a través de la lectura de grandes obras y biografías, de la caracterización espiritual y psicológica de sus personajes, podía identificarse con ellos, aprendiendo en un nivel simbólico más que concreto; no obstante hoy, para algunos el ciberespacio está tomando su lugar (Zegers, 2003:5-6)”.

De acuerdo a Fernando de Laire (2001), en su afán por encontrar espacios uno de los lugares donde los jóvenes se *enracinan* (se repliegan, buscan abrigo) es el ciberespacio, especialmente en los foros virtuales y los *chat*²⁰. En estas circunstancias, para Adriana Gil (2003) los *cibercafés* (lugares donde se paga por un computador con acceso a Internet por un período determinado) adquieren particular relevancia. La juventud chilena le quita el “café” al término, y lo denomina simplemente *ciber*, un vocablo más apropiado para un recinto en el cual rara vez hay café.

Para el sociólogo argentino Sergio Balardini (2004), los adolescentes viven bajo una “tecnocultura” (este concepto tiene una naturaleza distinta a la que propone Sodré). Dicha terminología se vincula con lo que propone su colega chilena, Ana María Raad (2004), sobre la fascinación que sienten los jóvenes hacia las TIC, lo que ella llama “tecnofascinación”.

De esta forma, para Balaguer y Balardini (2004) la relación de los jóvenes con la tecnología es más amplia que una cuestión comercial y pasa a ser un espacio de identificación. La tecnología les brinda seguridad, estabilidad y compañía fiel. Es su mundo habitual, familiar, conocido y estable. El PNUD (2006) añade que las

²⁰ Esta definición se debe a que en ese momento la visita a los salones de *chat* ostenta una relevancia social superior al *Messenger*.

tecnologías cumplen la función de entretenimiento, y también, les ofrecen independencia.

Entendiendo esta lógica no es extraño que los jóvenes sean los visitantes más asiduos a la red. Según datos de la encuesta del INJUV del 2002, que ejecuta Fernando Soto y sus colaboradores, en una población que fluctúa entre los 15 a 24 años (donde se sitúa la población de este estudio), un 80,5% de los encuestados reconoce usar habitualmente la Internet. El acceso a la red entre los jóvenes alcanza un 35%, siendo el grupo etáreo que presenta mayor conectividad. Este porcentaje baja a un 21% entre los 19 y 29 años, y a un 14% entre los 30 y 44 años (ver gráfico 1).

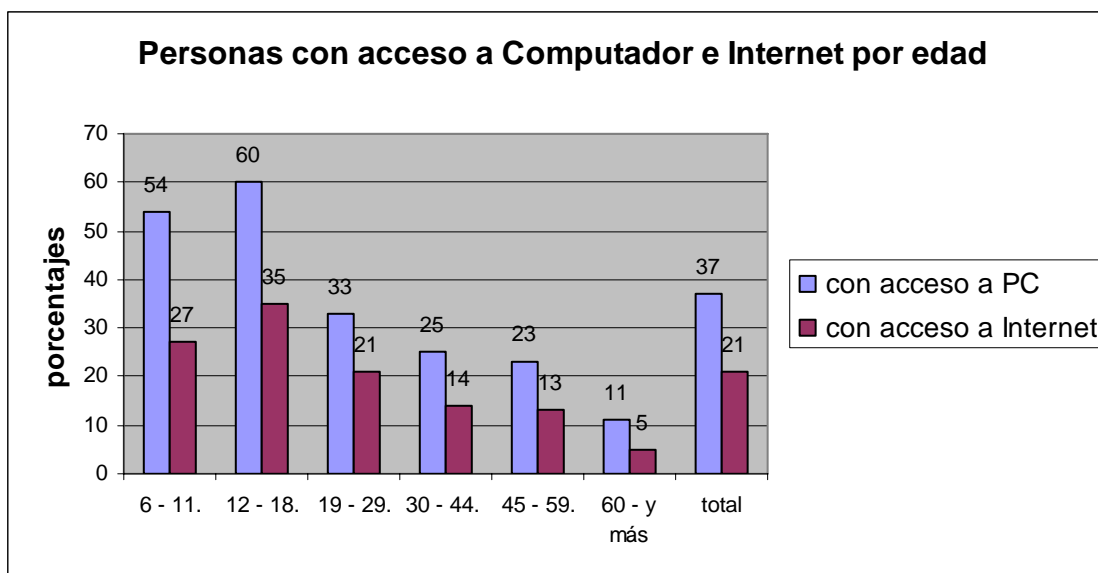


Gráfico N° 1: Fuente: Injuv, 2002.

Navegar en el ciberespacio es la séptima actividad más frecuente que realizan los jóvenes en sus tiempos libres, entre 21 posibles tareas enlistadas.

Sin embargo, dada la vertiginosidad de los cambios en la informática (cuestión que se aborda en el apartado 1.5.4), y el acelerado crecimiento de la

penetración de la *web* en la población chilena (desde el 2001 al 2005 la introducción del Internet aumenta un 218,7%²¹) estos resultados no son del todo efectivos para el día de hoy.

Para efectos comparativos se pueden ver otros datos correspondientes a un contexto más parecido al chileno (México), y un país tecnológicamente más avanzado (España).

De acuerdo a un estudio realizado por la investigadora mexicana, Guadalupe Victorica el año 2004, entre adolescentes de 15 a 19 años en Monterrey, un 52% de los consultados dice que dedica de una a cinco horas a la semana a navegar en Internet; el 27% de 6 a 14 horas; y el 21% contesta que de 15 a 54 horas.

Según datos de AIMC-EGM (Estudio General de Medios de la Asociación para la investigación de medios de comunicación de España) correspondientes al 2002, recogidos por Bouza (2003), se establece que en España el 48,3% de los internautas son adolescentes entre 14 y 19 años, porcentaje que alcanza su *pick* de 49,1% entre los 20 y los 24 años, para descender a un 36,2% en el rango de edad comprendido entre los 25 y los 34 años.

Dentro de los usos que hacen los jóvenes de la red, la encuesta que ejecuta el programa Enlaces (2005) entrega datos relevantes, a pesar que es realizada entre alumnos de cursos que no se toman en este estudio (7º, 8º básico y 2º medio) (ver gráfico 2). Igualmente es interesante ya que, tal como este trabajo, abarca establecimientos particulares y subvencionados.

²¹ Citado de World Stats de la ITU (International Telecommunication Union). Revista Tendencias Digitales.
<http://www.tendenciasdigitales.com/td/tendencias34.htm> (26 de septiembre del 2006)

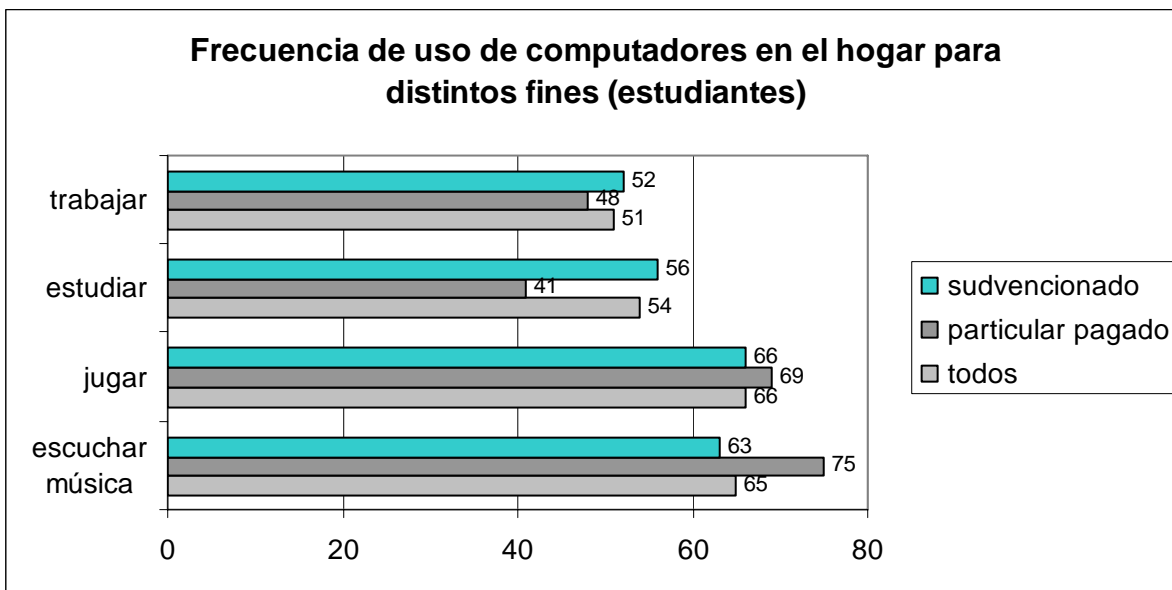


Gráfico N° 2. Fuente: Enlaces, 2005.

Estas cifras demuestran que los usos de la red entre alumnos de ambos establecimientos guardan una enorme similitud, exceptuando en el ámbito de la comunicación, donde los alumnos de liceos particulares muestran mayor frecuencia.

1. 4. Brecha Digital

1. 4.1 Definición del concepto

Eduardo Villanueva (2005) plantea que la Brecha digital es uno de los problemas críticos que presenta la Sociedad de la Información.

Basándose en los postulados de Castells (2001), la importancia que adquiere Internet en la sociedad actual hace que su acceso sea un factor determinante en el desarrollo, tanto de las personas, como de las regiones o países. “La disparidad entre los que tienen y los que no tienen Internet amplía aún más la brecha de la desigualdad y la exclusión social (Castells, 2001:227)”.

Siguiendo a este teórico (2001) el fenómeno de la Brecha Digital responde al hecho de que Internet se desarrolla en unas condiciones socioeconómicas en las que prima la desigualdad.

“La llamada brecha digital no es sin embargo el problema sino el resultado de otras brechas más importantes en capital humano, capital social, capacidades institucionales, gobernabilidad democrática... Ellas son las que impiden que los países pobres y el mundo aprovechen las inmensas oportunidades que representan las TIC (Giné y Prats, 2001:2)”.

Pero es un error entender la cuestión de la Brecha como un asunto que se limita al ámbito económico. Citados por Villanueva (2005), Chen y Wellman (2003) entienden este fenómeno de acuerdo a cuatro aspectos: acceso a la tecnología, alfabetización tecnológica, acceso social y uso social. Sobre este último ítem Covi (2002) señala: “el acceso no sólo depende de la infraestructura disponible sino de la habilidades de la población para manejar los nuevos desarrollos tecnológicos (Covi, 2002:40 cit. Pineda, 2005:4)”.

Según Volkow (2003) la conceptualización de Brecha Digital encuentra su génesis en Francia, en medio del proyecto Minitel, que se lleva a cabo a fines de los 70' y principios de los 80', "como un instrumento para encaminar a Francia hacia la sociedad de la información (Castells, 1999:376)". Técnicamente, este programa implica "la sustitución de la distribución de directorios telefónicos impresos por unos equipos de cómputo a manera de terminales muy simples que permitían búsquedas de números telefónicos de una base de datos electrónica (Volkow, 2003:2)". La gratuidad de Minitel es objeto de debate en el país galo. Se argumenta que ese sistema es una puerta de entrada a la Sociedad de la Información, por lo tanto, en un régimen democrático no se puede marginar a ningún ciudadano del acceso a la información por cuestiones económicas.

"En los últimos años de la década de los 90, Estados Unidos retoma el uso de este concepto para denotar el riesgo de marginar a los sectores sociales menos favorecidos de los beneficios de tener acceso a internet (Volkow, 2003:2)."

Para efectos de este estudio se adopta la definición de Brecha Digital que entrega la OCDE (apócrifo anglosajón de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico):

"...el término `brecha digital´ se refiere a la distancia existente entre áreas individuales, residenciales, de negocios y geográficas en los diferentes niveles socio-económicos en relación a sus oportunidades para acceder a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación así como al uso de Internet, lo que acaba reflejando diferencias tanto entre países como dentro de los mismos..." (del Álamo, 2003:1).

Valeria Herskovic, José Miguel Garrido y Cristian Fuenzalida (2004) dimensionan esta problemática bajo dos vertientes:

- **Brecha Digital internacional:** basada en las diferencias entre países.
- **Brecha Digital interna o domestica:** En esta taxonomía se analiza el problema en una determinada nación. “Por ejemplo, entre estratos socioeconómicos, según tamaño de empresas, o geográfica (Herskovic, Garrido y Fuenzalida, 2004).”

Complejizando el tema se puede vislumbrar esta problemática desde variados ámbitos.

Uno de ellos es el geográfico. Castells (2001) sostiene que, tanto en los países desarrollados como en los subdesarrollados, las áreas urbanas son las primeras en adoptar la Internet, mientras los sectores rurales y las ciudades pequeñas se encuentran a la zaga. Lo que implica que el acceso a la red se concentre en las zonas urbanas en detrimento de las provincias y las zonas rurales. Este fenómeno también se refleja en nuestro país. Este autor (2005) señala que de las diez comunas más conectadas en el país, todas están ubicadas el sector oriente de Santiago, donde tradicionalmente viven los sectores más acomodados de la sociedad chilena.

Pérez-Ariza (2006) argumenta que el alto índice de ruralidad explica, en parte, la diferencia de acceso a la red en países con PIB similar, como es el caso de Chile con respecto a México.

La Brecha Digital es un factor que incide fuertemente en la educación, un aspecto que en la Era de la Información adquiere aún mayor protagonismo en el desarrollo de los países y las personas.

“Es previsible que, en un contexto en que la capacidad para procesar la información en y mediante Internet resulta crucial, los niños de las familias

más desfavorecidas queden rezagados frente a aquellos compañeros que tengan mayor capacidad de procesamiento de la información gracias a su exposición a un ambiente doméstico culturalmente más elevado (Castells, 2001:288)".

Aunque el mismo autor (2001) afirma que gran parte de un óptimo aprendizaje de las TIC pasa por la calidad de los profesores para llevar a las aulas las nuevas tecnologías, que a su juicio es deficiente en todas partes, pero se distribuye desigualmente por criterios socioeconómicos.

Jesús Martín Barbero (2002) plantea que en los sectores populares la educación "es el espacio decisivo de acceso a las nuevas formas de conocimiento (Ibíd., 2002:9)". "La escuela actúa como mecanismo compensatorio de las diferencias estructurales que existen en nuestra sociedad y que se reflejan en la brecha de acceso digital en los hogares (Enlaces, 2005:7)".

La ya citada encuesta del programa Enlaces (2005) constata las diferencias en el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación entre los escolares de establecimientos particulares frente a sus pares de colegios y liceos subvencionados. Mientras en los primeros establecimientos un 95% de los alumnos cuenta con un computador en su casa, en los segundos es sólo el 39%. Con respecto al Internet un 84% de los alumnos de colegios particulares tiene acceso a la red desde su hogar, proporción que se reduce a un 15% en las instituciones subvencionadas.

La relación educación – acceso a la tecnología se entiende bajo el vínculo que establece Fermín Bouza (2003) entre la Brecha Digital con la teoría de la Brecha del conocimiento (KGH, Knowledge Gap Hipotesis, en sus siglas en inglés), que sugiere que los segmentos de la población con estado socioeconómico superior

adquieren información más rápidamente que los estratos inferiores, lo que produce una abertura entre el conocimiento de los estratos altos con respecto a los bajos.

Desde una perspectiva similar Volkow (200) teoriza sobre la segunda dimensión de la Brecha, donde radica en el acceso a la Sociedad de la Información:

“en donde la red crea las condiciones de una biblioteca virtual universal, esto es, como medio de acceso a un gran acervo de información disponible a través de los sitios conectados a la red (Volkow, 2003:2)”.

Otro ámbito en el que se observa este problema es en el mundo empresarial. “La red es el medio que crea las condiciones del mercado universal virtual, entre consumidores y empresas o entre empresas, y en fechas más recientes se incluye la relación con el gobierno (Volkow, 2003:2)”. Herskovic, Garrido y Fuenzalida (2004) enfatizan que las grandes empresas cuentan con mayores posibilidades de acceso a las TIC que las empresas más pequeñas.

Sin embargo, la competencia comercial es un factor que inhibe los efectos de la Brecha Digital entre las personas, ya que producto de ésta el costo económico del acceso a las tecnologías se va reduciendo. Así, en Estados Unidos ya se desarrolla un computador de 299 dólares y la conexión a la red cuesta unos 15 dólares, equivalentes a unos 9.000 pesos chilenos. Según Alberto Mordojovich, ahora un PC (*personal computer*) puede ser tan barato como un televisor²².

Enmarcado en medio del dinamismo tecnológico contemporáneo la Brecha Digital se entiende como un concepto dinámico. “Cada vez que los países en desarrollo alcanzan un determinado nivel, la innovación tecnológica cambia la frontera y reestablece la distancia (CERI/OCDE, 2005:150)”. Así se abren nuevos

²² Página web de Fernando Flores
<http://www.fernandoflores.cl/node/404>.

focos de ensanchamiento de esta problemática. Para Castells (2001) uno de estos puntos es el servicio de banda ancha de alta velocidad. Sucintamente este concepto se entiende de la siguiente forma. “El ancho de banda es la capacidad de transmitir información a través de un canal determinado. (Negroponte, 1995:30)”

Castells (2001) predice que en un futuro próximo todas las aplicaciones de la red van a depender de la banda ancha. “Es bastante probable que, cuando las masas tengan por fin acceso a Internet a través de la línea telefónica, las élites globales se hayan escapado ya a un círculo superior del ciberespacio (Ibíd., 2001:284)”.

Siguiendo los parámetros de la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos (FCC, por sus siglas en inglés) técnicamente para que una conexión a la red alcance el nivel de banda ancha debiera tener una velocidad de transmisión de datos superior a los 200 kilobits (KB) por segundo²³. Esto conlleva a una capacidad cercana a los 2 megabits (MB).

Pero, en Chile se toma como “banda ancha” “a cualquier conexión permanente que funcione a una velocidad igual o superior a los 128 Kilobites por segundo (Kbps)”²⁴. Ni siquiera esta velocidad se alcanza a plenitud. Recogiendo comentarios de Paulo Contreras, académico de la Universidad Austral, las empresas servidoras sólo se responsabilizan por el tráfico, y no aseguran que desde la conexión al sitio se alcance esa velocidad.

Mordojovich complementa que la compañía telefónica dominante en Chile, Telefónica CTC, entrega un servicio de banda ancha muy deficitario. Este consorcio

²³ Portal de Comunicación e Informática Mouse.cl. Fechado 26 de enero de 2005
<http://www.mouse.cl/2005/guiaweb/01/26/index.asp>.

¹³ Página de la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos
http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/sp_highspeedinternet.html.

invierte cerca de US\$ 100 por enlace. “Lo que ni siquiera cubre el 10% de sus líneas. Por US\$ 43 mensuales entrega una velocidad equivalente a la décima sexta parte de la capacidad máxima de la conexión”²⁵.

Sin embargo, este dispositivo tecnológico también sufre la sistemática reducción de sus precios por los efectos de la competencia comercial. Pérez-Ariza (2006) cita un estudio de la consultora Forrester, que asegura que entre julio del 2004 y octubre de 2005 la los precios de la banda ancha bajan un 35%, lo que redundaría en que dicho servicio haya crecido un 77%.

Pero en nuestro país el acceso a este servicio sigue siendo restrictivo, por su costo económico, mientras en los países desarrollados su cuota mensual es menor a la telefónica.

1. 4.2 Hombres y Mujeres en los bits. Brecha Digital respecto a género.

Como recuerdan Burkle y González (2005) “desde sus orígenes, la Internet fue creada para ser un instrumento militar y se estableció dentro de un marco de cultura de tecnología que ignoraba la participación y el rol de las mujeres (Burkle y González, 2005:2)”. Por ende la Internet se diseña como un espacio masculino, donde las mujeres no tienen lugar. Para Gloria Bonder (2002), citada por Gómez (2003), la abundancia de pornografía en la red, y el comercio sexual son claros ejemplos del menoscabo al género femenino que existe en el ciberespacio.

De esta forma, para Burkle y González (2005) la brecha de género se enmarca en la marginación histórica del género femenino en la ciencia. Villanueva

²⁵ Página web de Fernando Flores
<http://www.fernandoflores.cl/node/404>.

(2005) señala que tanto en los países subdesarrollados como en los desarrollados Internet es dominada, mayoritariamente, por los mismos personajes: hombres de entre 20 y 35 años.

Algunos datos recogidos de Castells (2001) y Óscar del Álamo (2003) revelan que el conocimiento respecto a la red entre hombres y mujeres es desigual. Por ejemplo, la experimentación masculina con las tecnologías se inicia de forma más prematura que en las mujeres. “En los Estados Unidos los varones usan las computadoras en casa cinco veces más que las mujeres y los padres gastan dos veces más en productos relacionados a la tecnología para sus hijos que para sus hijas (del Álamo, 2003:9)”.

El estudio de Adriana Gil y sus colaboradoras (2003) sobre las prácticas de los adolescentes barceloneses con la tecnología, indica que los niños comienzan a entrar a los *cibercafés* de los 7 a 9 años, mientras las niñas lo hacen de los 12 a 13 años. De acuerdo a esta autora, producto de esta diferencia las jóvenes suelen dominar en la red sólo los ámbitos de su preferencia, mientras los varones se mueven bien en todos los aspectos del ciberespacio.

Del Alamo (2003) recoge las cifras que las mujeres significan sólo un 25% de los conectados en Brasil, 17% en Japón y Sudáfrica, 16% en Rusia, 7% en China y 4% en los Estados Árabes. Mientras en España, Bouza (2003) indica que de los visitantes a los sitios españoles el 70,5% corresponde a hombres, y un 29,2% a mujeres. La excepción que marca la regla es Estados Unidos, el país en el que nace la Internet, Villanueva (2005) dice que las mujeres componen una leve mayoría del 51% entre los usuarios en el país del norte.

Sin embargo, el investigador peruano (2005) sostiene que en los países europeos sigue existiendo una diferencia favorable a los hombres, lo mismo ocurre en las naciones de penetración tecnológica más retardada, como es el caso de

Chile. Para del Álamo (2003) si no se detiene esta tendencia, o si se permite que este proceso sea neutro en términos de género, la desventaja de las mujeres en la sociedad del conocimiento y la información se acentuará.

En Chile no existen datos actualizados precisos sobre este tema. En 1999 un estudio de la Universidad de Chile decía que un 65% de los usuarios de la red eran hombres, y un 35% mujeres.

La Brecha genérica también se relaciona a la forma de aproximación que tienen ambos sexos hacia el ciberespacio. Para Lucia Castellón y Óscar Jaramillo (2003) las chilenas tienen mayor inseguridad que los hombres ante la Internet, debido al menor conocimiento sobre el funcionamiento de la red. Por ejemplo, ambos estudiosos destacan que, a diferencia de lo que ocurre fuera de la red, los varones son los que realizan compras en línea con mayor frecuencia.

Parafraseando a Carlos Catalán Castellón y Jaramillo (2003) proponen que dichas diferencias se deben a la diferencia en cultura de consumo de medios entre hombres y mujeres.

“Internet requiere un nivel de atención muy alto, que incluso es mayor que el de la televisión, su consumo atenta contra la realización de cualquier otra actividad y en especial, de las labores domésticas o cotidianas (Castellón y Jaramillo, 2002:10)”.

En este contexto, la investigación que llevan a cabo Jackson, Ervin y Gardner (2001) entre 630 estudiantes angloamericanos, demuestra que las mujeres tienen mayores habilidades para comunicarse vía red, especialmente en el uso del *e-mail*. Mientras las fortalezas de los hombres se concentran en la búsqueda en la Web.

1. 4.3 La Brecha por cuestiones socioeconómicas

Dado el contexto de desigualdad socioeconómica en el que se desarrolla Internet, no es de extrañar que su acceso se concentre en los sectores de mayores ingresos económicos. De acuerdo a del Álamo (2003), precisamente, es la imposibilidad monetaria para adquirir un PC y suscribirse a Internet, la principal barrera que obstruye un equitativo acceso a la red. “La brecha digital no constituye un problema en sí mismo, sino un síntoma de divisiones más profundas e importantes: de ingresos, desarrollo y alfabetismo (The Economist cit. de Benavides y Della Chiesa, 2005:84)”.

De esto se desprende la taxonomía de info-ricos e info-pobres, según la capacidad para obtener acceso a las TIC, que ya postula en 1998 Baigorri (1998).

Esta problemática se produce tanto en países desarrollados, como Estados Unidos, o naciones subdesarrolladas, como es el caso de Chile. Castells (2001) advierte que para el 2000 en Estados Unidos el 70,1% de las personas con una renta superior a los 75.000 dólares al año tienen acceso a Internet, el porcentaje desciende al 25,3% entre los que tienen una renta entre 25.000 y 34.999, y a un 18,4% entre los que perciben entre 15.000 y 24.999 dólares anuales.

En Chile se da una lógica similar. Siguiendo los datos que entrega la fundación Agenda Digital (2005), el decil de mayores ingresos concentra el 50% de los hogares con acceso a Internet, lo que contrasta con el 0,7 con el decil de menores ingresos.

Las diferencias socioeconómicas en el país repercuten en los lugares de acceso.

“Mientras que en Estados Unidos el acceso es mayoritariamente desde la casa, en Chile es compartido con el establecimiento educativo y el lugar de trabajo. Y si pasamos a regiones, prevalece el acceso desde los establecimientos educativos (Fernández, Francisco J., 2005:3)”.

La Brecha Digital también se observa con respecto a las empresas. Según los datos proporcionados por la Subsecretaría de Economía (2005), un 41,9% de las empresas pequeñas no cuenta con computadores para el 2002, bajando esta cifra al aumentar el tamaño de la empresa estudiada. En las empresas grandes menos del 2% no posee computadores. La misma lógica se da con respecto a la conexión a Internet. Las estadísticas de Agenda Digital (2004) coinciden con estos datos. Para dicha fecha casi la totalidad de las empresas grandes y medianas cuentan con esta herramienta, proporción que baja a un 40% en las empresas pequeñas.

El factor de la banda ancha agudiza este problema. Gray, Magpantay, Thompson, de Ridder y Southwood (2006) aseguran que las nuevas aplicaciones en la red impulsan la demanda a un acceso de alta velocidad, o sea el paso del acceso a Internet por conexión telefónica a la banda ancha.

Aunque Agenda Digital (2005) dice que el acceso a este sistema se multiplica 24 veces en los últimos tres años se mantiene el retraso con respecto al Primer Mundo. “Esto constituye un desafío estratégico para la competitividad y también para la equidad, especialmente para quienes acceden a Internet desde escuelas, empresas, Infocentros y cibercafés (Ibíd., 2005:12)”.

Francisco Javier Fernández (2005) añade que el acceso a la banda ancha se concentra en los sectores con mayor capacidad económica. Según sus investigaciones (2005), la conexión a banda ancha llega a un 73,4% en los estratos

ABC1 y C2 (clase alta), un 46,2% en el estrato C3 (clase media) y un 21,4% en el D (clase baja) (ver gráfico 3).

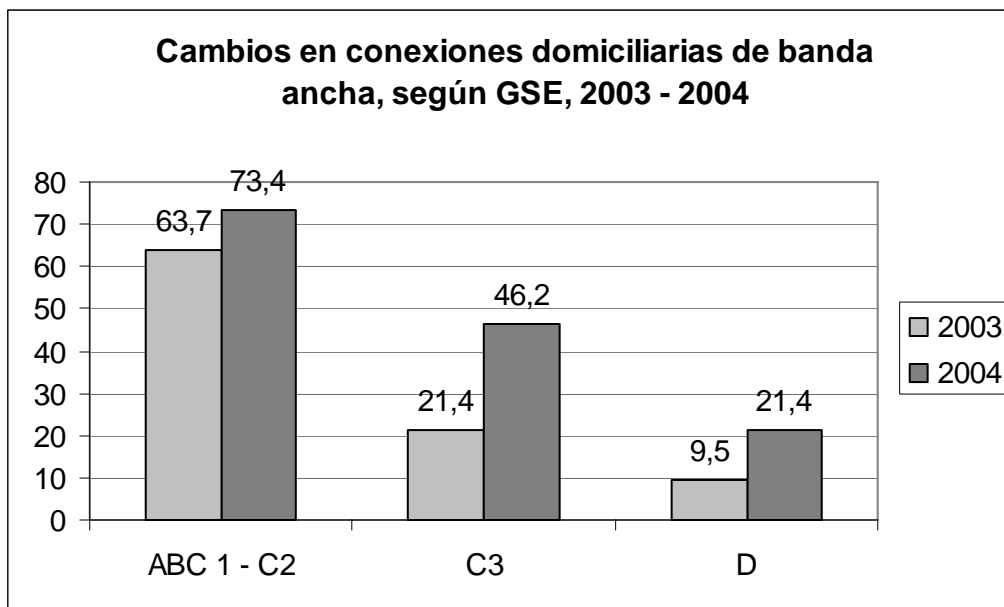


Gráfico N° 3: Fuente: WIP Chile, 2005.

Como se menciona anteriormente, el Estado chileno toma conciencia del peligro que significa que la divisoria digital siga abriéndose. Por ende, gran parte de los programas a los que se aludió anteriormente tienen como objetivo implícito reducir la Brecha Digital, y que las telarañas de la red alcancen de forma equitativa a todos los sectores sociales.

En este contexto, el año 2005 el gobierno lanza el programa “Mi primer PC”, un convenio entre la Subsecretaría de Economía, compañías fabricantes de hardware y grandes tiendas comerciales, que permite la adquisición de equipos computacionales desde 249.000 pesos, cancelados en 36 cuotas de 9.900 pesos mensuales. El propio Ricardo Lagos, presidente de Chile en aquel momento,

asegura que el objetivo del programa es “acercar las tecnologías de información a los segmentos C3 y D de la población chilena”²⁶.

²⁶ Portal de Comunicación e Informática mouse.cl
<http://www.mouse.cl/detail.asp?story=2005/08/03/11/02/10>

1.5 Comunicación Mediada por Computador

1.5.1 Paseo histórico

Como se ve con anterioridad, fundamentado en los textos de Castells (2001), Internet surge como una iniciativa tendiente a lograr la comunicación entre computadores. No obstante, la taxonomía de comunicación mediada por computador (CMC) se define décadas más tarde cuando la telaraña global teje sus redes por los cinco continentes. A pesar de que Juan Eduardo Fernández (2001) señala que sus primeras aproximaciones teóricas se remontan a 1968 (un año antes que se iniciase ARPANET) de la mano de John Licklider y Robert Taylor. Mayans (2002) advierte que en la conceptualización de CMC se observa “una evolución del uso de la idea de información a una comunicación, que implica fijar la atención en algo social y humano (Mayans, 2002:231)”. De esta forma, este concepto “describe la forma en que los humanos usan los sistemas computarizados y las redes para transferir, almacenar y recuperar información, aunque agregan que el énfasis está siempre en el término ‘comunicación’ (Berge & Collins, 1995, cit de Hernández, 2001:5)”.

Esto se entiende bajo la acepción de que Internet es un espacio social de interacción. “De ahí la idea de "citarse", "encontrarse" o "quedar de verse" en el ciberespacio (Gómez, 2002)”. Como se plantea el concepto de ciberespacio está muy relacionado con la Comunicación mediada por computador.

Este último fenómeno se puede entender bajos dos modalidades: sincrónicas y asincrónicas. Parafraseando a Dewald (2000) Naysia Hernández (2001) afirma que la diferencia entre ambas tipologías radica en el hecho que la primera permite la comunicación a tiempo real, mientras que la segunda carece de esta cualidad. Entre los instrumentos sincrónicos se sitúan al *chat* y al *Messenger*, y entre los asincrónicos al *mail* o correo electrónico.

ARPANET cuenta con una herramienta que permite la comunicación entre computadores: el “FTP (File Transfer Protocol) o servicio de “transferencia de ficheros,” (Avogadro, 2:2002)”. En 1971 Ray Tomlinson crea el primer programa de correspondencia vía red, ideando la nomenclatura *user@host*, que es genérica a toda dirección de correo electrónico hasta la actualidad. Tomlinson elige arbitrariamente entre los signos no alfabéticos del alfabeto el signo @²⁷. De acuerdo a Mayans (2002) es en 1977 cuando la Universidad de Wisconsin, enmarcada en ARPANET, desarrolla el primer modelo de *mail* (o también llamado *e-mail*), debido a la necesidad de los científicos de comunicarse entre sí.

Hasta el día de hoy el *mail* es uno de los usos más comunes en Internet. En el estudio sobre los jóvenes y el uso de computadores e Internet, que elabora el Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, del 2002, un 65,5% de los encuestados dice usar el correo electrónico de forma regular, siendo el segundo ítem más recurrente. Mientras que para la investigación del WIP (World International Project) del año 2004, (que, a diferencia de la investigación anterior, incluye un espectro desde los 12 a los 60 años) la principal actividad en la red es visitar *e-mails*, con un 79% de preferencia. El estudio de Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) demuestra que entre los adolescentes norteamericanos el uso del *mail* declina con respecto a la edad. Esto se analiza con más detalle cuando se ve la relevancia de la mensajería instantánea entre los jóvenes.

Desde la época de ARPANET Internet cuenta con mecanismos que permiten la comunicación sincrónica entre computadores que participan en dicha iniciativa. Castells (2001) cuenta que los primeros usos de los *chats*, entre los estudiantes de doctorado que participan del programa, es pasarse datos para comprar marihuana.

²⁷ Biblioteca virtual Wikipedia.org.
http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_the_Internet.

El argentino Marcelo Fernández (2002) sugiere que el nacimiento de programas más masivos de mensajería instantánea es consecuencia del aporte de la relación entre la empresa privada y el sistema universitario estadounidense, como se vislumbra una de las vertientes que da luz a Internet.

En 1974 los laboratorios Bell entregan a los centros de estudios superiores un sistema operativo llamado UNIX, junto a su código fuente con el permiso expreso para modificarlo. En 1978 Bell diseña un programa capaz de copiar archivos de un computador a otro. Basados en este invento cuatro estudiantes de la Universidad de Carolina del Norte crean un programa para comunicación entre computadores UNIX. Fernández (2002) dice que mediante los programas *talk* y *write* es posible charlar e intercambiar ideas en tiempo real por medio de una conexión a un servidor central o a distintos servidores.

“A fines de los '80 y principios de los '90, con el surgimiento de los BBS (Bulletin Board System) y sus servicios en línea, cualquiera que tuviera una computadora personal y un módem podía entrar a salas de chat y charlar de la misma manera que si estuvieran en el living de su casa (Ibíd., 2002:1)”.

Para este investigador argentino (2002) con el inicio de la masificación de la Internet, a mediados de los 90', la mensajería instantánea se convierte en un producto más en una industria que crece en forma vertiginosa. En este contexto, este autor (2002) relata que “Mirabilis”, una compañía israelí dedicada a la informática, crea un software llamado ICQ (vocablo derivado de “I Seek You”, “Yo te busco” en inglés), que permite ver si algún conocido (sea vía personal o Internet) está *on-line*, para poder enviarle mensajes y recibir sus respuestas al mismo tiempo. Este programa se perfecciona, al mismo tiempo que aparecen nuevos servicios de mensajería instantánea (AIM, WM, YIM), ansiosos de imitar el éxito de ICQ, que rápidamente llega a los 50 millones de usuarios. En 1998 America Online (AOL)

adquirió Mirabilis, aunque mantiene ICQ trata de imponer su propio sistema de mensajería: AIM (AOL Instant Messenger).

Otros programas o espacios de comunicación mediada por computador que vale la pena consignar son los MUD, el IRC y el Minitel. Los MUD (Multi User Dungeons, dominios multiusuarios) nacieron en 1980, en la Universidad de Essex, en Inglaterra. “Fueron espacios creados para la simulación de un fenómeno real y pueden usarse para el desarrollo de actividades de investigación científica, educativas, recreacionales y lúdicas, por eso es que se los llama dominios multiusuarios (Zegers, 2003:6)”.

El sistema de Internet Relay Chat (IRC en sus siglas en inglés) es otra vertiente de los programas de *chat*, que funciona bajo el sistema MIRC. Se creó durante el verano de 1988, por el finlandés Jarkko Oikarinen, empleado informático de la Universidad de Uulu. “Su idea motora era diseñar un sistema que sirviera para añadir a las listas de discusión asincrónica del tipo Usenet un servicio de mensajería en tiempo real que permitiera la conversación entre más de dos usuarios (Mayans, 2002:24)”.

Por otro lado, uno de los servicios que incluye el programa Minitel son las líneas de conversación o *messengeries*, “la mayoría de las cuales se especializaron de inmediato en ofertas de sexo o conversaciones relacionadas con él (*les messengeries roses*) que en 1990 ya representaban más de la mitad de las llamadas (Castells, 1999:377)”.

En este capítulo se hace referencia al *chat* y el *Messenger* como dos sistemas similares, que se sirven de la misma matriz, la Internet, pero su naturaleza es disímil. A continuación se ve que las hace distintas y que las asemeja.

1. 5.2 Chat y Messenger

El término *chat* es un anglicismo que, literalmente, se puede traducir como charla, lo que en inglés implica una conversación informal. El lingüista Odon Betanzos, citado por Dandrea (2005) señala que este vocablo se *españoliza* dando origen a la denominación neológica “chateo”.

Para esta tesis se entiende por *chat* “una aplicación informática – software – que, haciendo uso de la conexión a Internet, permite la comunicación escrita inmediata y simultánea de múltiples usuarios (Mayans, 2002:19)”. A esto se añade lo que establece Francisco Yus (2001), que la “conversación virtual por Internet”, como la denomina, es un diálogo cimentado en un soporte escrito.

A pesar de las diferencias técnicas y estructurales entre el *chat* y la mensajería instantánea, asunto que se aborda con mayor amplitud más adelante, la verbalización del uso es común en los dos sistemas. Para definir este verbo se usa la definición de Balaguer. “Chatear es el acto de conversar en línea entre varios usuarios utilizando un teclado y conexión a la Red (Balaguer, 2006)”.

Del Brutto (2000) define al *chat* como la fantasía del postmodernismo, por su continuo fluir sin horarios, la posibilidad de perder la identidad²⁸, los amores virtuales, la marginación de la erudición y la exposición del voyeurismo.

Técnicamente, la mensajería instantánea tiene un mecanismo algo similar al ICQ. Generalmente, los programas de mensajería son gratuitos, y requieren tener una cuenta de correo electrónico para poder usar el sistema.

²⁸ El 2003 Beatriz Zegers realiza un estudio sobre el tema entre estudiantes de la Universidad de los Andes. Ver: **El Chat: ¿Medio de Comunicación o Laboratorio de Experimentación de la Identidad? Estudio en una Muestra de 124 Estudiantes Universitarios de Santiago de Chile.**

“En general, es un software que se instala en un dispositivo (PCs, Palms) con conexión a Internet. Es un cliente, y el sistema funciona bajo el paradigma P2P híbrido. Se dispone de un listado de contactos (en inglés “buddy list”), los cuales aparecen en distinto color según su estado, On-Line (Conectado), Away (Distante), Off-Line (Desconectado), aunque estos varían (suele haber más) dependiendo del software utilizado. Esta lista se almacena en los servidores, estando disponible desde cualquier lugar que uno se conecte. Haciendo clic en alguno de ellos, se despliega un menú en donde aparecen varias opciones, como el envío de mensajes, archivos, chat directo, establecer comunicación de voz/video, etc. El usuario que recibe algún pedido decide si quiere contestar o no. Una vez abierto el diálogo, éste se mantiene en una ventana hasta que alguno lo termine (Fernández, 2002:4)”.

Además, los mensajeros permiten la comunicación entre más de dos usuarios, y, en casi todos los sistemas, enviar archivos digitales. Fernández (2002) sostiene que entre las ventajas de la mensajería instantánea sobre el *mail* se cuentan:

- inmediatez.
- mayor eficiencia en el traspaso de la información
- y aviso de presencia/ausencia del usuario²⁹

Para Balaguer (2006) la diferencia sustancial entre el *chat* y la mensajería instantánea radica en “el nivel de privacidad y veracidad de la información que se maneja en el intercambio entre los usuarios (Ibíd., 2006)”. En la mensajería

²⁹ Esto queda a criterio del usuario si desea habilitar su estado presencial de acuerdo a su presencia y/o disponibilidad frente a la mensajería.

instantánea queda a libertad del usuario escoger las personas con las que desea chatear “y cada vez que se inicie el programa ellas aparecerán como conectadas, ahí uno ve si desea o no hablar con una persona en particular (Oyanedel y Samaniego, 2004:7)”. Mientras la tecnología de los *chat* permite una comunicación múltiple. Por ende “las conversaciones que se generan son por conocimiento de quién está del otro lado, no por temática, ni por casualidades de la navegación, como sucede en el chat (Balaguer, 2006)”.

Un ámbito en el cual ambos mecanismos se asemejan es su expresión textual, la cual presenta unas características especiales. Para Yus (2001) las tecnologías digitales influyen en el uso del lenguaje.

Este autor asegura que el lenguaje usado en la red es un híbrido “entre la estabilidad y formalidad de la letra impresa, por un lado y la cualidad efímera e informal del habla por otro (Yus, 2001:139)”. Mientras Mayans (2001) lo denomina como un “género confuso”.

Balaguer añade (2006), que en el léxico virtual intervienen modos propios de la red, entre los que se mencionan: abreviaciones, simbologías y *emoticons*; a las que Escandell (2005) suma el tipo de letra y su color. Por eso algunos autores hablan de un “tercer entorno” que se suma a la tradicional dicotomía oral/escrito.

Oyanedel y Samaniego (2004) argumentan que otro aspecto que liga a la mensajería instantánea con el *chat* son sus capacidades técnicas, (que son comunes a todas las TIC) que logran romper las barreras geográficas en la Comunicación.

Tanto los salones de *chats* como los sistemas de mensajería, no están libres del dinamismo inherente a las TIC. Alma Galindo y Edgar Gómez (2005) subrayan que algunos sistemas de Comunicación mediada por computador, como

los BBS y el ICQ pierden liderazgo o, prácticamente, se extinguen. Lo mismo ocurre con el IRC. El propio Mayans (2001), que basa sus estudios sobre este sistema de comunicación, ya predice su fugaz declive. También se debe añadir el dominio del mercado del Internet por parte de Microsoft, que impone su mensajero: MSN Messenger. Por otro lado está el estancamiento tecnológico del sistema, versus sus rivales más entretenidos y fáciles de usar.

De acuerdo a la empresa de encuestas internacional, Nielsen Net Rating, los sistemas de mensajería instantánea más usados en el mundo son: AOL Instant Messenger 51,5%, MSN Messenger 26,2%, Yahoo Messenger 21,4% y Google Talk 0,8%³⁰ (ver gráfico 4). Igualmente, cabe señalar al sistema de mensajería libre Jabber; y los mensajeros ejecutados desde las páginas web, tal es el caso de meebo, web Messenger, ebody y lloveim.

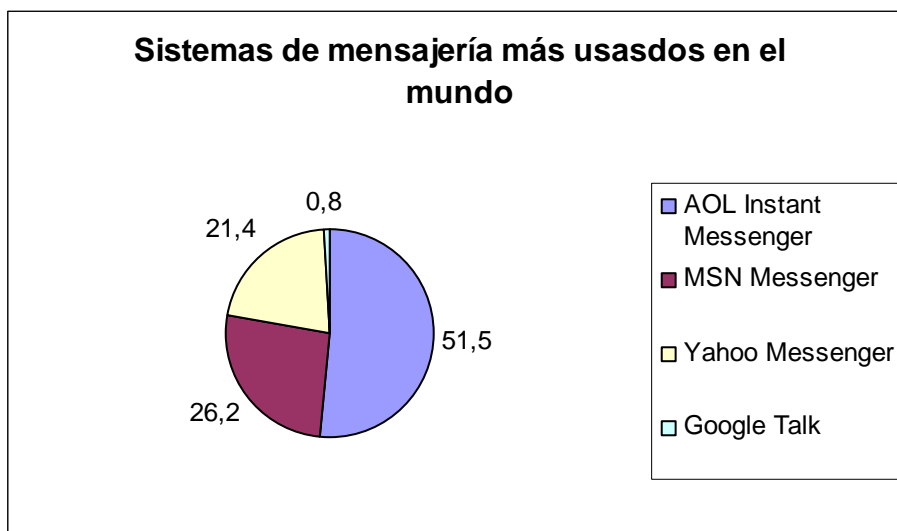


Gráfico N° 4: Fuente: Nielsen Net Rating.³¹

³⁰ Portal de la Comunicación y la informática
http://www.netline.cl/web/index.php?option=com_content&task=view&id=294&Itemid=9

³¹ Portal tecnológico mundoenlinea.cl
http://www.mundoenlinea.cl/noticia.php?noticia_id=7633&categoria_id=41

A pesar del liderazgo mundial de AOL Instant en el mundo, Galindo y Gómez (2005) aseguran que en Latinoamérica el líder indiscutido es MSN Messenger, debido al amplio dominio que ejerce Microsoft en este continente.

Aunque no existen datos certeros sobre el volumen numérico de esta herramienta algunos cálculos indican que MSN Messenger cuenta con 240 millones de usuarios³², mientras los servidores de America OnLine comunican a diario más de 300 millones de mensajes instantáneos.

En Chile la relevancia de la mensajería instantánea tampoco es menospreciable. De los 240 millones de cuentas que tiene MSN, 2,7 millones son chilenas. Un 36% de los encuestados en el estudio WIP (2004), revela que “chatear” es uno de sus usos más frecuentes en la red.

En efecto, Balaguer (2001) afirma que es en los *chat*, sumado a los MUD, la pornografía y los juegos en línea, donde se produce con mayor frecuencia los casos de adicción a la Internet.

Una de las razones que puede explicar este éxito es el estilo de conversación amena e informal que se genera en este sistema comunicativo, lo que ya consigna Isaacs, Walendowski, Whittaker, Schiano y Kamm (2002) en su estudio sobre el uso de la mensajería en los lugares de trabajo en Estados Unidos. Esto se refleja claramente en la investigación de Bonnie A. Nardi, Steven Whittaker y Eric Bradner, (2000) sobre la interacción mediante este sistema comunicativo.

“As the log shows, the general tenor of instant messages is typically casual, informal, and friendly. One user contrasted it with email: “It’s more casual so you can be more quirky.” Relaxed grammar and spelling are the

³² Portal tecnológico mundoenlinea.cl
http://www.mundoenlinea.cl/noticia.php?noticia_id=6819&categoria_id=35.

norm. Standard capitalization is often ignored though caps may be used for emphasis. Multiple exclamation points and question marks are sprinkled liberally throughout Instant messages. This informality lends Instant messages a kind of intimacy that is often absent from other types of mediated communication (Nardi, Whittaker y Bradner, 2000:3)³³.

Son los jóvenes los que gustan más de este tipo de conversación. A continuación se observa la cercana relación que se establece entre la adolescencia y la mensajería instantánea.

1. 5.3 Relevancia de la Mensajería Instantánea entre los jóvenes

Entre los muchos cambios que trae la Internet, para del Brutto (2000) también influye en las formas de comunicación. Ya en 1999 Castells afirma que la comunicación mediada por computador es un fenómeno que está revolucionando los procesos de comunicativos y culturales.

“La comunicación mediada por computadoras a través de Internet se ha posicionado como un espacio importante en el quehacer social, puesto que este medio posibilita el encuentro entre sujetos, por tanto sus posibilidades de acción, interacción y comunicación ha introducido elementos a través de los cuales es posible la formación de relaciones sociales de diversa índole.

³³ “Mientras que el registro demuestra el tenor general de la mensajería instantánea es típicamente ocasional, informal, y amistosa. Un usuario lo comparó con el *e-mail*: “Es más ocasional así que puedes ser más estrafalario”. La gramática y el deletreo relajados son la norma. Generalmente, la capitalización se ignora, aunque los se pueden utilizar para el énfasis. A través de la mensajería instantánea se dibujan libremente puntos múltiples de exclamación y signos de interrogación. Esta falta de formalidad da a la mensajería instantánea una intimidad, a menudo, ausente de otros tipos de comunicación mediada”.

De manera que nos vemos enfrentados a un nuevo fenómeno social, en el que se está tejiendo un entramado de relaciones sociales que ameritan nuestra atención, para conocer y comprender este fenómeno (Roco, 2002:7)”.

Desde McLuhan (1967), pasando por Negroponte (1995) hasta Balardini (2003) hacen hincapié en la estrecha relación entre los jóvenes y la tecnología. En este marco, para Balaguer (2006) la mensajería instantánea cobra relevancia en sus procesos de comunicación y socialización.

“Apenas unos años atrás la manera de contactarse de los adolescentes - privados de la posibilidad de encuentro material- era el teléfono. Participar de los chats y del Messenger (MSN) cumple hoy la función de darle al adolescente la posibilidad de mantener ese contacto permanente con sus pares. Con la pantalla encendida en forma constante, ese contacto -que parece por momentos tomar sesgos adictivos- resulta en general necesario para la construcción de la identidad adolescente como tal. A través del chat el joven se instala en un lugar de pertenencia, un espacio de referencia que brinda nuevas formas de acceso a una identidad común adolescente.

Participar o no de estos encuentros virtuales puede ser la clave de estar dentro o fuera de cierta realidad juvenil impregnada y delimitada por lo tecnológico (Balaguer, 2006)”.

Fernando de Laire (2001) plantea que la mensajería instantánea, vista como fenómeno comunicativo, es fruto del contexto tecnológico actual que ve desarrollarse al máximo la abstracción de las relaciones sociales; en otras palabras las relaciones cara a cara, o interpersonales, disminuyen o son cada vez más innecesarias. Esto produce lo que Anthony Giddens (1990) denomina *desanclaje* (la capacidad de la modernidad para disociar el tiempo del espacio).

De Laire (2001) postula que entre los jóvenes el *desanclaje* se transforma en *reeanclaje*. “Es decir de búsqueda de espacios de rehumanización, para recuperar las relaciones cara a cara (de Laire, 2001)”. El estudio de Adriana Gil y sus colaboradores (2003) refuerza esta tesis:

“Podemos concluir claramente y sin dudas que los jóvenes están más preocupados por las demás personas y las relaciones que mantienen que por la tecnología en sí misma. En este sentido, utilizan las tecnologías para mantener las relaciones que ya tienen cara a cara y para transformarlas, a menudo incluso para profundizar en ellas, de manera que las convierten en relaciones más íntimas y más sinceras (Ibíd., 2003:4)”.

Un aspecto que identifica a la mensajería instantánea con la juventud es, precisamente, su inmediatez, que se identifica como una de sus particularidades más características. Esto implica una ventaja del *Messenger* por sobre el *e-mail*. “Si quieren decirle algo a alguien no le envían un mensaje de correo electrónico, porque es demasiado lento tener que esperar que el otro se acuerde de conectarse y mirar su correo (Gil, et al., 2003:11)”.

De acuerdo a de Laire (2001) en la construcción de su identidad los adolescentes exacerbaban la búsqueda de espacios. En este proceso uno de los lugares donde los jóvenes se enraizan (se repliegan, buscan abrigo) es la red, específicamente los foros virtuales y el fenómeno *chat*. Adriana Gil (2003) sostiene que los adolescentes urbanos construyen colectivamente su identidad de la mano de las tecnologías. Ligado a este argumento, García y Lombarte (2005) afirman que el celular y el *chat* “actúan como instrumentos de socialización para los más jóvenes, reforzando su sentimiento de pertenencia a un grupo (Ibíd., 2005)”. Para estas investigadoras hispanas (2005) tanto la telefonía celular, como el Internet son elementos que atraviesan las diferencias socioeconómicas y culturales.

Por eso no llama la atención que las actividades más comunes en los *cibercafés*, tanto entre los adolescentes peruanos como entre sus pares barcelonenses, según Eduardo Villanueva (2005) y Adriana Gil (2003) respectivamente, es el uso de la mensajería instantánea y otras formas de comunicación interpersonal.

Pero, dentro de la comunicación mediada por computador para Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) la adolescencia estadounidense reemplaza el uso del mail, y también las conversaciones en *chats rooms*, por la mensajería instantánea.

“We placed IM use in the context of other major teen computer-based activities— e-mail use and browsing the Web. Comparing frequencies of use of these three applications by cohorts, we found different patterns of IM, e-mail and Web use of adolescents and adults. For example, adolescents are the highest users of IM, and its use dropped quickly with age. In contrast respondents in their twenties are the highest users of e-mail. The decline in e-mail and Web use with age was much less steep than the decline in IM use (Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski, 2004:22³⁴)”

Dado lo anterior, para estos académicos norteamericanos (2004) los distintos sistemas de este tipo se convierten en el principal complemento comunicacional entre las amistades juveniles.

³⁴ “Pusimos el uso de la mensajería instantánea en el contexto del otro uso computarizado importante entre los adolescentes, el e-mail y navegar en la web. Comparando frecuencias del uso de estas tres aplicaciones de grupos cohortes, encontramos diversos patrones de mensajería instantánea, *e-mail* y el uso del web de adolescentes y de adultos. Por ejemplo, los adolescentes son los principales usuarios de mensajería instantánea, y su uso declina rápidamente por la edad. En cambio las personas de 20 años son los mayores usuarios del *e-mail*. La declinación del *e-mail* y la navegación en la web con la edad era mucho menos escalonada que la declinación del uso de la mensajería instantánea”.

En Chile se observa una situación no es muy distinta. Si Internet está inserto en el “paisaje social chileno”, lo mismo se puede decir con respecto a la mensajería instantánea. Muestra de ello es que en la campaña del uso del condón del segundo semestre del 2006 en los *spots* se representan conversaciones vía *Messenger* de una niña con uniforme liceano con otro joven.

Existen pocas cifras para cuantificar la relevancia de la mensajería entre los adolescentes. Según los datos recabados por Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) el 83% de los quinceañeros norteamericanos (*teenagers*) usa la mensajería. El 72,4% lo usa uno o dos días a la semana y el 52% de los encuestados conversa con alguien el día anterior a ser entrevistado para esta investigación.

Para la realidad chilena se puede revisar la investigación del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) sobre el uso del PC del 2002, con todas las falencias que se mencionan. En este estudio un 72,8% de los encuestados reconoce que chatea (la encuesta no hacía diferencia entre el *chats* y la mensajería instantánea), de los cuales un 46,7% los usa de forma regular, y un 26,1% de forma ocasional. Las páginas de *chat* y conversación son los terceros sitios más visitadas, detrás los musicales y académicos.

En este estudio, un 65,1% de los encuestados dice usar la Internet para conocer a otras personas (ver gráfico 5). En gran parte, aunque no exclusivamente, aquí se sitúa el uso de los sistemas de mensajería.

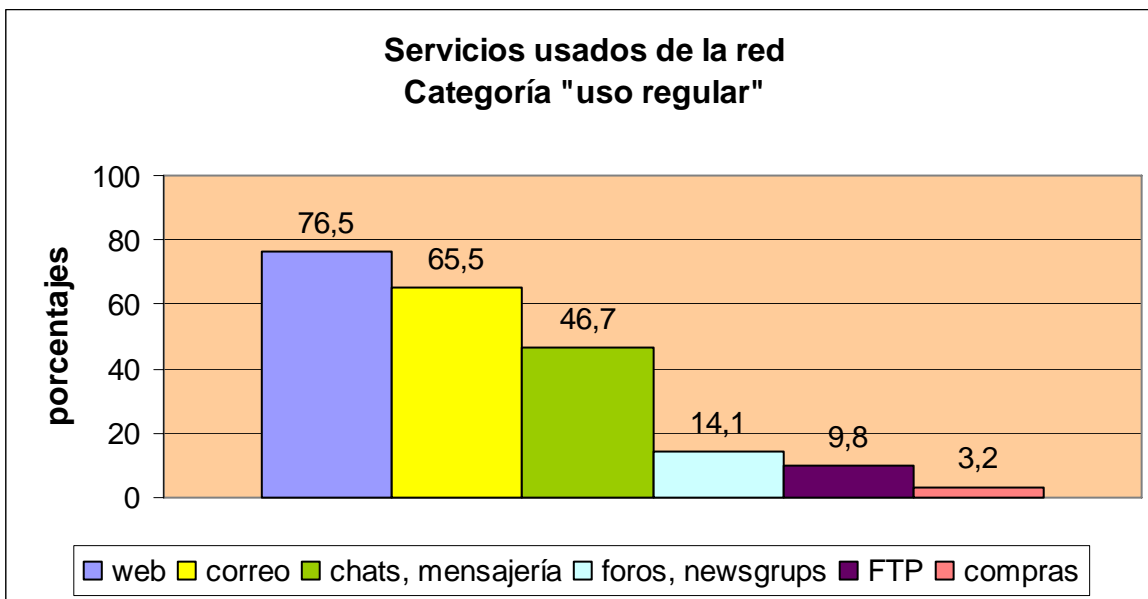
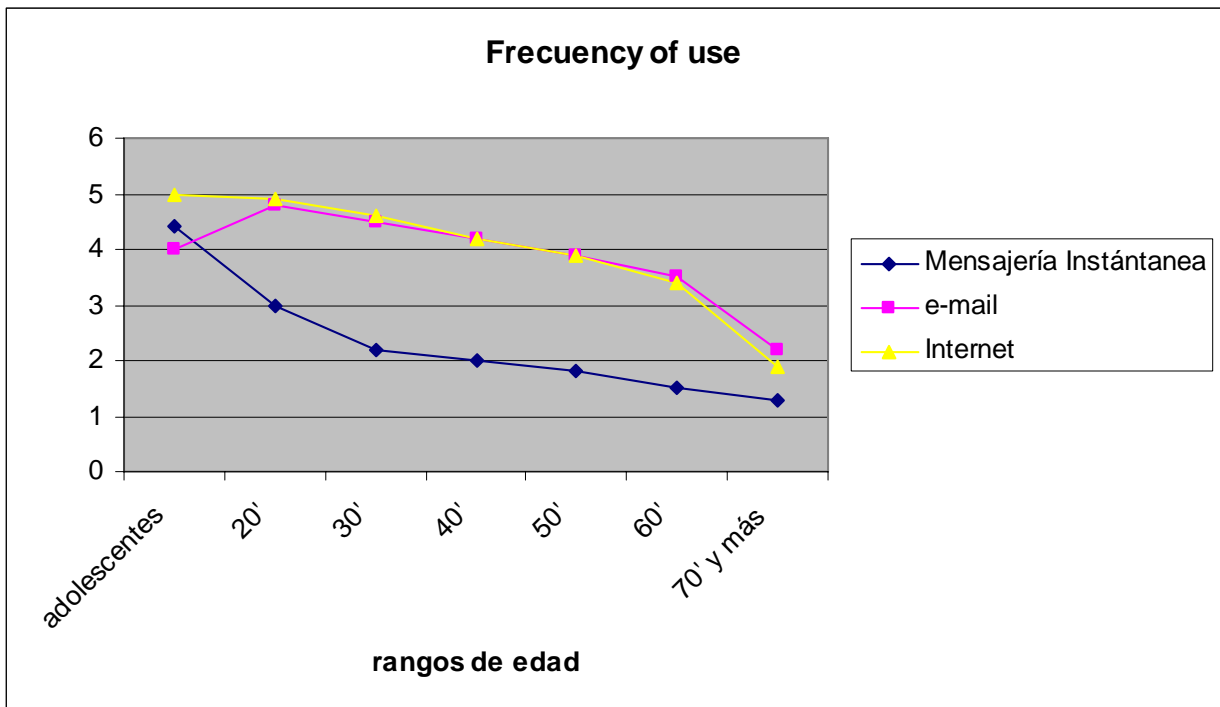


Gráfico N° 5: Fuente: Injuv, 2002.

No obstante, la investigación de Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) encuentra indicios de que entre los adolescentes estadounidenses los *chats rooms* están perdiendo protagonismo frente al fenómeno *Messenger*. Entre 1996 y 1998 el 26% de los adolescentes entrevistados visita los salones de *chats*, porcentaje que desciende al 12% entre 1999 y el 2002.

Este estudio deja en claro que la mensajería instantánea es netamente un instrumento de preferencia juvenil, que decae progresivamente con los años. Cuestión que se da en las tres categorías estudiadas, pero que en relación a la mensajería presenta una caída muy brusca desde la adolescencia a la veintena de edad (ver gráfico 6).



1: nunca; 2: menos frecuente; 3: poco todas las semanas; 4: 1 a 2 días a la semana; 5: 3 a 5 días a la semana.

Gráfico N° 6: Fuente: Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski, 2004.

1. 5.4 Cultura digital

Diversos autores como Toffler (2001), Negroponte (1995) y Martínez (2005) coinciden en que la forma de transmitir la comunicación más usual en la Era de la Información son los medios digitales, compuestos por bits, diferenciados de los análogos basados en átomos.

Los bits son representaciones numéricas binarias, organizados en pares opuestos, que describen “el estado de algo: encendido o apagado, verdadero o falso, arriba o abajo, adentro o afuera, blanco o negro. A los fines prácticos, consideramos que un bit es un 1 o un 0 (Negroponte, 1995:21-22)”.

Para Negroponte (1995) este es el elemento básico que posibilita la tecnología digital. Este autor establece la metáfora entre los bits y los átomos, ambos son los más pequeños entes, pero fundamentales en la informática y la cadena del ADN, respectivamente.

Así los códigos informáticos hacen posible que una señal se pueda digitalizar, lo que implica tomar muestras de la misma señal “que, estrechamente espaciadas (en composición cerrada), pueden ser usadas para reproducir una replica en apariencia exacta (Negroponte, 1995:22)”. Lévy (2001) añade que casi todas las informaciones son factibles de sufrir este proceso: las imágenes, los números, la escritura y los sonidos. “La información digital se puede tratar automáticamente, con un grado de fineza casi absoluto, muy rápidamente, y en una gran escala cuantitativa. Ningún procedimiento que no sea el digital alcanza a poseer *junto* estas cuatro cualidades (Ibíd., 2001:63-64)”. De hecho, todo el desarrollo de la computación, desde los años 50’, se cimenta en este teorema matemático.

Negroponte (1995) y Castells (1999) sostienen que este fenómeno permite la imbricación del texto escrito, el lenguaje oral y audiovisual en un mismo sistema, conocido como hipertexto. Esta herramienta se asocia a otro dispositivo “llamado hipermedia, que permite al hipertexto el empleo de los multimedia (imagen, sonido, diferentes tipos de lenguajes y soportes) (Vilches, 2001:23)”.

Para Castells (1999) su potencial aumenta, gracias a las capacidades técnicas de la Internet. Este sociólogo de la comunicación (1999) sugiere que el nacimiento de esta tecnología solamente es comparable, en sus dimensiones históricas, a la creación del alfabeto. Martínez argumenta (2005) que el hipertexto, como un efecto más enmarcado en la digitalización, es otro elemento que altera nuestra cultura.

(El hipertexto) *“...cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación. Y ésta determina decisivamente la cultura (...) Puesto que la comunicación mediatiza y difunde la cultura, las mismas culturas, esto es, nuestros sistemas de creencias y códigos producidos a lo largo de la historia, son profundamente transformados y lo serán más con el tiempo, por el nuevo sistema tecnológico (Castells, 1999:360)”*.

Con esto, Lévy (2001) establece una clara simbiosis entre los conceptos digital y virtual. *“En el seno de las redes digitales, la información, desde luego, se encuentra físicamente en alguna parte, en un soporte determinado, pero también está virtualmente presente en cada uno de los puntos de la red en que será requerida (Lévy, 2001:59).”* De esta forma, se puede definir la cultura digital, como:

...“toda expresión cultural, de la peor a la mejor, de la más elitista a la más popular, se reúne en este universo digital, que conecta en un supertexto histórico y gigantesco las manifestaciones pasadas, presentes y futuras de la mente comunicativa. Al hacerlo, construye un nuevo entorno simbólico. Hace de la virtualidad nuestra realidad (Castells, 1999:405)”.

Una constante – paradójica, como la califica Lévy (2001), de la “cultura digital”, y que también es válida para la Era de la Información es la vertiginosidad:

“Muy a menudo, en el momento en que estamos deliberando acerca de los usos posibles de una tecnología dada, ya se están imponiendo maneras de hacer. Desde antes de que tengamos conciencia de ello, la dinámica colectiva ya sembró sus atractivos. Cuando empezamos a fijar nuestra atención, es demasiado tarde... Mientras que nos interrogamos de nuevo, otras tecnologías surgen en aquella frontera nebulosa donde se inventan las ideas, las cosas y las prácticas (Lévy, 2001:32)”.

Como toda nueva innovación en la sociedad, la digitalización también conlleva tanto efectos positivos como negativos.

Nicholas Negroponte (1995), que habitualmente es calificado en la prensa como el “guru” de las nuevas tecnologías³⁵, destaca por su visión optimista, que recuerda el positivismo anterior a la Primer Guerra mundial, cuando se vislumbra a las tecnologías como un instrumento que aporta un progreso constante. Para este autor, la más obvia ventaja de la digitalización es la comprensión de datos y corrección de errores que genera productos más baratos y de una calidad exponencialmente superior. Martínez (2005) fundamenta esta tesis con el hecho de que todos los aparatos digitales modernos utilizan la tecnología digital, además de los productos audiovisuales y datos (textos).

Este autor estadounidense (1995) advierte que dicho fenómeno está quebrando las limitaciones de las distancias geográficas, y tiende a acercar al hombre. “La comunicación sigue con lo digital un movimiento de virtualización iniciado hace mucho tiempo mediante técnicas más antiguas, tales como la escritura, la grabación del sonido y de la imagen, la radio, la televisión y el teléfono (Lévy, 2001:60)”.

Para Martínez (2005) la tecnología digital es una herramienta de incalculable utilidad en dos ámbitos de gran repercusión social: la medicina y en la educación.

Entre sus desventajas, este estudioso mexicano señala (2005) que la Era digital es otra forma de dominación sobre nuestras vidas, mediante la tecnología,

³⁵ En la Conferencia sobre Internet el 2005 en Túnez, Negroponte, con el apoyo de una serie de multinacionales de la informática, presenta su propuesta de desarrollar un computador portátil a 100 dólares, como forma de acortar la Brecha Digital. Se espera que el 2008 comience a ser comercializado. Con esta propuesta el autor estadounidense contradice su visión etárea sobre la Brecha Digital.

siguiendo los planteamientos de Marcuse (2001). Además, que implanta un monopolio económico, especialmente en el Tercer Mundo. En este contexto se entiende la proliferación del MSN Messenger en Chile, un programa de la Microsoft, que como se dice con anterioridad, tiene un dominio indiscutido en la informática en Latinoamérica.

1.5.5 Motivación

Para definir el concepto de motivación este proyecto se queda con la definición que entrega Linda Davidoff: “*motivo o motivación* se refiere a un estado interno que puede ser el resultado de una necesidad, y se le caracteriza como algo que activa o excita conducta que por lo común se dirige a la satisfacción del requerido instigador (Ibíd., 1989:331)”.

Nuttin (1978) recalca que la naturaleza neurofisiológica de este fenómeno. “La célula nerviosa no necesita, para estar activa, de una excitación exterior; no es fisiológicamente inerte, y su actividad natural constituiría, según Hebb un sistema de automotivación (Ibíd., 1978:105)”. Para este autor (1978) todo órgano presenta algún grado de motivación, que lo impulsa a ejercitar las funciones de que es capaz. En las motivaciones cognitivas, como es la comunicación, la motivación viene “de los tejidos celulares del cerebro y del sistema nervioso en general (Ibíd., 1978:116)”.

Albert Bandura (1987) se basa en la visión de varios estudiosos que ligan la motivación al fenómeno expectativa – valencia. “Todas estas formulaciones aceptan que la intensidad de la motivación es función conjunta de la creencia sobre los resultados específicos de una acción particular y del valor adjudicado a estos resultados (Ibíd., 1987:252)”. Por ende toda motivación se ejecuta desde una recompensa, lo que refuerza el mecanismo de ésta.

La relación de los seres humanos con la comunicación se remonta al período de lactancia. Nuttin (1978) asegura que el rostro humano es el primer objeto que es percibido y seguido por los bebés. Para Pieron (1978) dentro de las necesidades, o pulsiones, psicofisiológicas que toman una importancia fundamental en el desarrollo humano se encuentra la “necesidad de comunicación y de solidaridad”. De acuerdo a su teoría todos los animales que viven en grupos, como es el caso del hombre, forjan una necesidad de comunicarse que se manifiesta mediante variadas formas como pueden ser las verbales, “actitudes, miradas significativas que expresan llamados, advertencias, bienvenidas o amenazas, etc. (Ibíd., 1978:55)”. Dentro de ese largo etcétera se sitúa la Comunicación mediada por computadores, una herramienta inexistente en el minuto que este autor francés plantea su teoría.

La necesidad comunicativa está muy relacionada con otra necesidad que indican los estudios de Pieron (1978), que es la “necesidad de compañía”. Este psicólogo galo lo explica de esta forma: “en muchos animales se manifiesta una fuerte tendencia a escapar del aislamiento, a buscar compañía, a veces de distinto origen. Aquí se manifiesta el rudimento de la pulsión social propiamente dicha (Ibíd., 1978:55)”.

Por eso, para Bandura (1987) el factor de las recompensas no es tan importante en una motivación de índole intrínseca, donde se ubica la comunicación desde su óptica.

El fenómeno de la Comunicación mediada por computadores se puede entender bajo la necesidad de cambio que estipula Pieron (1978), “cuando una forma de actividad ya no es satisfactoria, cuando es muy monótona ha durado mucho tiempo, o no es sostenida ya por un impulso (Ibíd., 1978: 53)”. En este contexto, la proliferación de la mensajería instantánea entre los jóvenes se puede visualizar bajo el impulso de adaptarse a las condiciones del medio, que refiere

Nuttin, “con la ayuda de reacciones motrices repetidas a menudo en forma intensiva, es decir que los estímulos externos desencadenan a cada instante reacciones de adaptación (Ibíd., 1978:113)”.

Dicho autor señala que cuando la respuesta a una necesidad se vuelve automática la persona busca paliar su necesidad mediante nuevos mecanismos. Pieron (1978) pone el ejemplo de los fumadores que en este proceso de vuelven drogadictos. Un fenómeno parecido ocurre con la Comunicación vía Internet. La comunicación verbal, el mecanismo más común de la comunicación humana, se vuelve un proceso repetitivo y las personas buscan otras formas de comunicación, como es la Comunicación Mediada por Computadores.

1.6 Adolescentes hoy en día

1.6.1 Identidad juvenil

Paul Gilroy (1998) indica que la identidad es un concepto que se pone de moda en las Ciencias Sociales en el último tiempo. Dentro de las múltiples definiciones existentes se opta por la que aporta Erving Goffman.

“La identidad personal se relaciona, entonces, con el supuesto de que el individuo puede diferenciarse de todos los demás, y que alrededor de este medio de diferenciación se adhieren y entrelazan, como los copos de azúcar, los hechos sociales de una única historia continua, que se convertirá luego en la melosa sustancia a la cual pueden adherirse aún otros hechos biográficos (Ibíd., 1963:73)”.

Para este autor dicho elemento cumple una rutina estructurada, estandarizando el papel de la persona en la organización social. Goffman (1963) argumenta que, a veces, la identidad puede surgir antes que nazca una persona, incluso el proceso puede continuar después de la muerte.

James Marcia (Marcia, 1976 cit. Zegers, 2003) estima que el desarrollo de la identidad se mide entorno a dos parámetros:

- cuestionamiento y experimentación.
- decisión y compromiso

Un período de la vida que tiene suma importancia en este proceso es la adolescencia.

Desde el primer estudio que trata este fenómeno, Stanley Hall en 1904, quedan plasmadas las líneas generales que definen esta etapa. Así este autor (cit. de Dávila, 2004) sostiene que la adolescencia es un período dramático, con enormes tensiones internas, que supone un corte profundo con la infancia.

Resumiendo los estudios de Erikson Mario Arill (2001) estima que, para dicho estudio, desde los 13 a los 19 años las personas viven un período de “búsqueda de identidad frente a confusión de roles (Ibíd., 2001:260)”. Basado en los estadios del desarrollo de la identidad que propone Marcia, Zegers (2003) sitúa el crecimiento de la identidad juvenil dentro de dos etapas.

- **identidad en moratoria:** Los jóvenes se encuentran en el período de cuestionamiento y experimentación, por lo que aún no realizan decisiones definitivas para su vida personal.
- **difusión de identidad:** En este estado se encuentran los adolescentes que enfrentados al cuestionamiento, antes referido, experimentan tal angustia que suspenden la búsqueda y también los compromisos.

La adolescencia es un momento culmine en el crecimiento humano, observado desde tres perspectivas: fisiológica, intelectual y social.

En este primer aspecto, el desarrollo físico llega a su parte final del crecimiento, “con el comienzo de la capacidad de reproducción: pudiendo decirse que la adolescencia se extiende desde la pubertad hasta el desarrollo de la madurez reproductiva completa (Dávila, 2004:6)”.

En su aspecto intelectual, según Piaget (cit. de Dávila, 2004) el adolescente entra en lo que denomina “período de las operaciones formales”, que va desde los 11 a los 15 años. En esta etapa el joven adquiere la capacidad de realizar

abstracciones, y puede “mantener muchas cosas en sus mentes al mismo tiempo (Davidoff, 1989:448)”.

Sin embargo, la confusión de las contradicciones que ellos comienzan a observar no deja de abrumarlos.

“Los individuos evalúan preguntas amplias, intentando encontrarle sentido a la vida, a su identidad, las realidades sociales, la religión, la justicia, el significado, la responsabilidad y causas parecidas. Las contradicciones les molesta; por ejemplo, ¿cómo puede existir un Dios amable y personas cuando hay millones de seres humanos que sufren? A menudo se ve la introspección, pensar sobre uno mismo. En palabras de un adolescente: “me encuentro razonando acerca de mi futuro y en seguida empiezo a pensar en lo que estaba ponderando y a pensar por qué pensaba en lo que pensaba con respecto a mi futuro (Mussen, et al., 1974:314, cit. Davidoff, 1989:448)”.

Para Dávila (2004), de la mano de dicho transcurso evolutivo los individuos comienzan a adquirir un razonamiento social, teniendo como punto relevante los procesos identitarios individuales, colectivos y societales, los cuales aportan en la comprensión individual, las relaciones interpersonales, las instituciones y costumbres sociales.

Algunas de las peculiaridades propias de esta etapa, que se trasuntan en la construcción de la identidad son la levedad, la ambigüedad y la experimentación.

- **levedad:** Fernando de Laire (2001) define esta característica como “la fugacidad de la sedimentación identitaria, como resultado de la aceleración de la circulación por diferentes referentes propia del contexto actual (Ibíd., 2001)”. Este concepto se relaciona con la “elasticidad cultural” que hace

referencia Martín Barbero (2002), que consiste en la “camaleónica adaptación” por parte de los jóvenes a múltiples contextos, donde se incluyen los lenguajes de las tecnologías digitales.

- **ambigüedad:** Fundamentada en los estudios de Turner la antropóloga peruana Norma Fuller entiende este concepto cuando la persona “pasa por un mundo que tiene pocas o ninguna cualidad del estado pasado o por venir. Ya no es un niño dependiente, pero aún no ostenta los blasones del adulto (Ibíd., 2003:72)”.
- **experimentación:** Para Beatriz Zegers (2003) este es un paso necesario en la construcción de la identidad. Los jóvenes buscan experiencias ajenas a las obligaciones y consecuencias que tienen los experimentos en la vida real.

De acuerdo a Zegers (2003) la identidad se completa definitivamente cuando el joven logra subordinar sus identificaciones infantiles a otras de distinta clase, logradas por medio del contacto social.

La construcción del género igualmente es un proceso social, que se genera por intermedio de la familia, la escuela, la calle y los medios de comunicación, los llamados espacios de comunicación primarios.

Últimamente algunos autores como Gómez, Vallejo y Trujillo (2006) sostienen que el *chat* también pasa a cumplir un papel en este fenómeno.

“En los albores del Siglo XXI, se encuentra un nuevo espacio de interacción social que genera nuevas sociabilidades y que también incide en la construcción de la identidad del género, como es el espacio virtual y particularmente el Chat (Ibíd., 2006:4)”.

1. 6.2 Diferencias en la identidad según clases sociales

En opinión de Laire (2001) y Reguillo (2003) las Ciencias Sociales caen en el error de homogeneizar a la juventud, sin tomar en cuenta sus diferenciaciones.

En este marco la construcción de la identidad juvenil no es un proceso que se produce de forma homogénea, al contrario “la diversidad es su principal característica (Dávila, 2004:12)”. Barker (2003) relaciona lo anterior con los contextos culturales y/o sociales en los que se desenvuelve el individuo.

Entre las diversidades que menciona Dávila se encuentran las diferencias sociales.

“Es absolutamente obvio que para cualquier persona, “vivir” su pubertad y adolescencia, experimentando estos trastornos (la autora hace alusión a las tensiones internas que mencionaba Hall), en un entorno social que lo proteja, es distinto a vivirlo en la soledad, el abandono, la miseria y la exclusión (Tijoux, 1995:7)”.

Esto se vincula con lo que fundamenta Goffman (1963), que la identidad se construye mediante las diversas experiencias sociales por las que atraviesa el individuo. En este contexto la “Nueva Sociología de la juventud británica”, enmarcada dentro de la “Escuela de Birmingham”, denominada como corriente teórica “nueva teoría subcultura”, analiza a la juventud como producto de las clases sociales. Para Martín Criado (Dávila, 2004) la cultura juvenil, o subculturas juveniles corresponden a subculturas de clases.

Marcelo Urresti (2000) sugiere que en los sectores populares muchas veces las personas no viven su adolescencia, o simplemente nunca la experimentan. Así “distintas clases sociales tendrán distintos tipos de maduración social, más o

menos acelerada según las presiones materiales a que estén expuestos (Ibíd., 2000:7-8)”.

Para María Emilia Tijoux (1995) dicho fenómeno responde al temprano ingreso al mundo laboral, (a veces todavía siendo niños), y las responsabilidades que conlleva la paternidad y maternidad precoz. En cambio, la antropóloga chilena (1995) argumenta que en la burguesía (clase media-alta y alta) este período se prolonga, lo mismo que acontece con parte de la infancia.

Por los disímiles accesos a los bienes de consumo en ambos estratos económicos, Bellei (2000) advierte que la apertura de un mercado destinado exclusivamente a los jóvenes, de los 90' en adelante, hace de los gustos y consumos sean un factor de diferenciación entre los jóvenes. La socióloga mexicana Rossana Reguillo (2003) lo señala más claramente:

“El vestuario, la música y ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, elementos que se ofrecen no solo como marcas visibles de ciertas adscripciones sino fundamentalmente como lo que los publicistas llaman con gran sentido “un concepto, un estilo (Ibíd., 2003.4-5)”.

El sociólogo colombiano Fernando Urrea (2003) sugiere que la diferenciación genérica es un factor de identificación más intenso en las clases subalternas, (denominación que corresponde a las clases bajas), debido a la mayor dominación masculina existente en estos sectores sociales.

De acuerdo a Urrea (2003) las diferencias sociales están íntimamente relacionadas con la pertenencia a una determinada referencia o adscripción a un territorio determinado. Arill (2001) afirma que la importancia psicosocial de la

adolescencia reside en la pertenencia. Humberto Abarca (2003) postula que la identidad se construye mediante la pertenencia a una matriz socioterritorial, tal como lo plantea Reneé de la Torre (2002). Reguillo (2003) agrega: “la identidad grupal particular se convierte en el referente clave que permite “leer” la interacción de los sujetos en el mundo social (Ibíd., 2003:10)”.

En este aspecto también se producen divergencias entre clases sociales. Urrea (2003) argumenta que en las clases populares la identidad se construye en los barrios, cuestión que no se repite en los sectores más acomodados. El estudioso colombiano (2003) enfatiza que dicho fenómeno repercute en la distinta naturaleza de las amistades en ambos sectores sociales, un factor que también actúa en la construcción de identidad.

“Las amistades masculinas y femeninas separadas unas de otras, pero de cohortes de edades similares o próximas, por fuera de los lazos familiares tradicionales, relacionadas con la experiencia barrial y escolar, van a tener una importancia creciente en la socialización de tránsito hacia el mundo adulto para las clases subalternas, pues en el caso de las clases medias y altas el fenómeno es bien diferente. Aquí pesan más las sociabilidades desarrolladas por fuera del entorno residencial, gracias a mayores capitales cultural y social, no sólo económico, garantizando así un cosmopolitismo que genera nuevas oportunidades para los individuos, perdiendo fuerza el vecindario. Por ellos los grupos de iguales masculinos y femeninos en las clases medias y altas tienden a tener un efecto pasajero, debido a la poca importancia de un espacio barrial estable en la socialización intergeneracional (Ibíd., 2003:103)”.

Virginia Toledo (1998) agrega que para los adolescentes el grupo de amigos es el mecanismo que hace posible la transición desde la familia a la sociedad. “El grupo se convierte en un espacio donde puede actuar, reflexionar,

ensayar conductas, desarrollar destrezas, tener amigos e ir elaborando su identidad (Ibíd., 1998:87)".

Para Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) esto se explica por la intensa necesidad de los muchachos por comunicarse con amigos, ya sea para compartir *hobbies*, conversar sobre sus problemas o recibir respaldo emocional. En este marco, concordando con Hopkins (1983) y Jones (1976) Davidoff (1989) afirma que no existe un período en el cual las personas dependan tanto de sus semejantes, para obtener apoyo, orientación, autoestima y también identidad, que la adolescencia.

No obstante, dadas las exigencias escolares Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) sostienen que los adolescentes se ven obligados a limitar el tiempo compartido con sus amistades. Este punto también cabe para Chile, con respecto a la instalación de la jornada escolar completa. Citado por estos autores estadounidenses Fischer (1992) enfatiza en la importancia que el teléfono adquiere en ese entonces en la comunicación juvenil en Estados Unidos, cumpliendo un rol similar al *Messenger* en la actualidad.

Si la Internet y, particularmente la mensajería instantánea, también es otro de los espacios en el cual los jóvenes forjan sus amistades, es uno de los tópicos que se trata en esta investigación.

II. MARCO METODOLÓGICO

2. 1 Características de la investigación

2. 1.1 Objetivos de la Investigación

Como indica Roberto Hernández Sampieri (2003) toda investigación tiene la necesidad de establecer claramente sus pretensiones y fines. Los objetivos “son las guías del estudio y durante todo el desarrollo del mismo deben tenerse presentes (Ibíd., 2003: 11)”. Para este proyecto se elabora un objetivo general, y tres específicos, íntimamente relacionados con el primero.

El objetivo general de esta investigación es el siguiente:

- Analizar los usos de la mensajería instantánea que hacen los alumnos de Tercero Medio, de Liceos de la comuna de Valdivia de estrato social alto y medio bajo.

Los objetivos específicos que se plantea esta investigación son:

- Describir los usos de la mensajería instantánea que hacen los alumnos de Tercero Medio, de Liceos de la comuna de Valdivia de estrato alto y medio bajo.
- Comparar las diferencias en los usos de la mensajería instantánea entre alumnos de Terceros Medio de Liceos de estrato alto de la comuna de Valdivia, y sus pares de Liceos de estrato medio bajo de la misma comuna.

- Contrastar las diferencias en los usos de la mensajería instantánea de alumnos de Tercero Medio, de Liceos de la de comuna de Valdivia, de acuerdo a género.

2. 1.2 Hipótesis Principales de investigación

En esta investigación se realizan dos hipótesis de investigación, ambas correspondientes al tipo que Hernández Sampieri (2003) denomina direccional de diferencia de grupos. “Esto último por lo común sucede cuando la hipótesis se deriva de una teoría o estudios antecedentes, o bien el investigador está bastante familiarizado con el problema de estudio (Ibíd., 2003:152)”.

Las hipótesis que se formulan son las siguientes:

2. 1.2.1 Hipótesis Principal A

- Existen diferencias en los usos de la mensajería instantánea que hacen los alumnos de Tercero Medio de Liceos de la comuna de Valdivia, de nivel socioeconómico alto, con respecto a sus pares de nivel socioeconómico medio bajo de la misma ciudad. En este contexto, se visualiza un mayor interés en el primer grupo a utilizar la mensajería como canal para traspaso de datos de estudio o fiestas, como también de archivos digitales.

La elaboración de dicha hipótesis es netamente intuitiva, siguiendo las definiciones de Briones (1990). “Parecen *nacidas por inspiración* sin trabajo teórico previo. Sin embargo, lo cierto es que detrás de ellas es fácil encontrar un conocimiento anterior y una larga elaboración conceptual acerca del objeto o proceso al cual se refiere la hipótesis (Briones, 1990:36)”.

En este caso ese conocimiento anterior proviene del estudio cualitativo de Lynn Schofield Clark, incluido en el libro de Steven Jones (2003), sobre la relación con el *chat* de tres adolescentes estadounidenses, enmarcados en una investigación más amplia que incluye a 47 jóvenes y 26 miembros de sus familias de distinta realidad social, familiar, económica y étnica. Aunque siempre es necesario tomar en cuenta las diferencias entre la presente investigación y la que lleva a cabo Schofield Clark.

- La distinta naturaleza del estudio; el de Schofield es cualitativo, y este es mixto porque usa una herramienta cualitativa (entrevistas semi-estructurada) y una cuantitativa (cuestionario).
- El contexto sociocultural y tecnológico investigado en dicho estudio, con respecto al que se basa esta investigación. Chile y Estados Unidos presentan notorias diferencias socioculturales (Estados Unidos es una de las naciones más desarrolladas del mundo, y Chile aún es un país subdesarrollado) y tecnológicos (la nación norteamericana es la cuna de la Internet, por ende tiene su acceso a la red es uno de los mayores del orbe, mientras Chile está por debajo los 30 países con mayor acceso).
- Y, lo más importante, las distinciones entre los *chats rooms* y la mensajería instantánea. Mientras la primera es de fisonomía público (un usuario que ingresa al sistema puede entablar una charla con cualquier otro) el *Messenger* es un mecanismo privado en el cual cada persona es libre de aceptar a otro sujeto en su lista de contactos.

2. 1.2.2 Hipótesis Principal B

En tanto, la segunda hipótesis de investigación consiste en:

- Existen diferencias en los usos de la mensajería instantánea que hacen los alumnos de Tercero Medio de Liceos de la comuna de Valdivia, respecto a la variable género. Manifestando las mujeres una tendencia mayor que los varones a conectarse prioritariamente para usar mensajería.

La argumentación para formular esta hipótesis se encuentra en el estudio sobre el *chat* y la experimentación de la identidad entre estudiantes de primer año de Psicología de la Universidad de los Andes, en Santiago de Chile, dirigido por Beatriz Zegers del año 2002.

Estos autores sustentan su hipótesis en las diferencias en la comunicación en la red, respecto a género, que se sustrae de los estudios de Herring (1996) y Morahan-Martin (1998). No obstante, la data de estas investigaciones responde a una etapa en la cual la Internet no está tan presente en la sociedad como en la actualidad, lo que le puede restar validez a este marco teórico; mas tratándose de un fenómeno tan vertiginoso como la Internet.

El resultado del estudio liderado por Zegers (2002) deja en claro que los varones tienen mayor predisposición a experimentar con la realidad virtual, enmascarar aspectos de su identidad y a engañar con respecto a ésta, que las mujeres. Los hombres son más permisivos con comportamientos que transgreden “las bases de la confianza en las que se sustentan las relaciones interpersonales (Ibíd., 2002:18)”. Dichos psicólogos explican este fenómeno porque el proceso de maduración masculina es más lento que el de las mujeres, “por ende, es posible pensar que en primer año de universidad ellos aún continúan experimentando con su identidad (Ibíd., 2002:18)”.

Sin embargo, al igual que en la primera hipótesis, acá tampoco se pueden soslayar las diferencias entre el trabajo de Zegers (2002) y este estudio, que pasan por los siguientes aspectos:

- Estos tres autores abocan su experimento en estudiantes universitarios, mientras esta tesis se basa en estudiantes secundarios.
- Zegers y sus ayudantes (2002) no hacen distinciones entre los *chats rooms* y el *MSN*, que es el sistema en el que se centra esta investigación.
- Dicho estudio pasa por alto las diferencias socioeconómicas de los jóvenes, mientras acá se incluyen dos estratos socioeconómicos bien diferenciados.

El análisis de las entrevistas semi-estructuradas es otro antecedente que lleva a proponer esta hipótesis, ya que en este proceso la relevancia que las alumnas le otorgan a la mensajería es superior a la percepción masculina. Además que igualmente hay una leve superioridad en las frecuencias de conexión de las mujeres por sobre los hombres.

2. 1.3 Hipótesis complementarias

Para completar e enriquecer este estudio se desarrollan tres hipótesis complementarias. Dos de estas herramientas metodológicas están estrechamente ligadas a las dos hipótesis principales desarrolladas y tienen el valor especial de liberar o confirmar juicios que pueden resultar homogeneizantes y/o prejuiciosos sobre los internautas adolescentes.

2. 1.3.1 Hipótesis complementaria 1

- Existe una tendencia en los varones a experimentar comportamientos ligados a la sexualidad en interacciones de mensajería instantánea. Un número mayor al 50% reconoce haber desarrollado, conocer o haber sido víctima de actividades de este tipo.

Esta predicción se sustenta en el alto consumo de material pornográfico existente entre los jóvenes chilenos, según queda consignada en la investigación sobre el tema que realiza Enrique Moletto el 2003, entre estudiantes de enseñanza media de sectores populares en la comuna de La Florida, región metropolitana, y un sector semi-rural cercano a Chillán (240 km. al sur de Santiago, aproximadamente). Como se observa este grupo de estudio es muy similar al estrato medio-bajo en el que trabaja este proyecto. “Del total de cuarenta y cinco entrevistas, cuarenta afirman haber visto programas pornográficos, ya sea en vídeos, revistas o Internet Sólo cuatro dicen no haberlo hecho nunca en ninguno de los dos formatos (Ibíd., 2003:225)”.

Este fenómeno se explica por razones biológicas. Los adolescentes se encuentran en su período de maduración sexual, y nace el deseo de descargar sus impulsos.

“Al acercarse la edad de 18 años, con la madurez neurológica que implica la mielinización, se posibilita el movimiento muscular voluntario y la sensibilidad propioceptiva. El niño empieza a experimentar fascinación por lo que puede hacer con sus músculos voluntarios. Para él disminuye la importancia de la boca y el acto de mamar. La mayoría de los niños de esa edad ya no obtiene gratificación al succionar, y pareciera que el impulso está dirigido a moverse, tocar y sentir con las manos, el cuerpo, los músculos e incluso los esfínteres (Isaías, 2000:174)”.

En cambio en las mujeres, basado en las investigaciones de Masters y Johnson (1966), y planteamientos anteriores de Freud (1925), Isaías (2000) sostiene que el clímax erótico no se sitúa en la juventud, sino al final de la treintena, después de vivir la maternidad. También en las adolescentes influye la mayor presión social a mantenerse alejada del sexo.

2. 1.3.2 Hipótesis complementaria 2

- Existe mayor predisposición entre los alumnos de tercero medio de establecimientos de segmento medio-baja a conocer personas vía mensajería instantánea que los estudiantes del mismo nivel docente pertenecientes a la clase alta.

Esta hipótesis encuentra asidero en los resultados de las entrevistas semi-estructuradas, en las cuales se encuentra que los liceanos (tendencia superior en las mujeres) de segmentos medio-bajo tienen mayor cantidad de contactos desconocidos que los de nivel alto.

2. 1.3.3 Hipótesis complementaria 3

- Las alumnas de Tercero medio usan más los *emoticons* que los varones que rinden ese mismo nivel escolar.

Esta hipótesis se sustenta en la investigación de Jackson, Ervin y Gardner. (2001) sobre las diferencias en los usos de la red de acuerdo a géneros, que se menciona anteriormente. No obstante, hay que consignar que cuando esta investigación descubre habilidades superiores en las mujeres en el aspecto comunicativo en la Internet se refiere exclusivamente al uso del *e-mail*.

2. 1.4 Definición de variables estudiadas

Como advierte Arnau (1990), dada la naturaleza cuasi-experimental de esta investigación, cuestión que se aprecia más adelante, se infiere una relación de causalidad entre una variable independiente por sobre una dependiente. Siguiendo a Hernández Sampieri (2003) se entiende por variable independiente una propiedad que ejerce una determinada influencia, sin importar el grado o característica de ésta, sobre otra propiedad. Mientras la propiedad que sufre los efectos es denominada variable dependiente. Lo anterior implica que “la variable dependiente no se manipula, sino que se mida para ver el efecto que la manipulación de la variable independiente tiene en ella (Ibíd., 2003:190)”.

En este caso eso implica que el nivel socioeconómico de los Liceos y el género influya de cierta manera en los usos de la mensajería que hacen los jóvenes valdivianos. Por ende, para esta investigación el nivel socioeconómico de los Liceos y el género corresponden a las variables independientes, por su parte los usos de la mensajería es la variable dependiente.

Hernández Sampieri (2003) enfatiza en la importancia de definir las variables. Como se desconocen los usos de la mensajería, que es el fenómeno a investigar, no se está en condiciones de conceptualizar el término. No obstante, a las variables independientes se les puede otorgar un significado.

2. 1.4.1 Nivel socioeconómico de los Liceos: Para efectos de este estudio la definición de nivel socioeconómico es la que entrega el Ministerio de Educación en el análisis de los resultados de la prueba SIMCE (Sistema de Medición de la Calidad de la Educación) del año 2002.

Para medir este concepto el Ministerio de Educación usa los siguientes criterios.

Grupo Socioeconómico	Años de estudio		Ingreso del Hogar (2002)	Índice de vulnerabilidad Escolar
	Madre	Padre		
A (Bajo)	7	7	\$ 100.563	66%
B (Medio bajo)	9	9	\$ 129.776	43%
C (Medio)	11	11	% 195.772	23%
D (Medio Alto)	13	13	\$ 391.242	8%
E (Alto)	15	16	\$ 1. 252.361	0%

Tabla N° 1: Categorización de los Grupos socioeconómicos para la Prueba SIMCE. Fuente (Simce, 2003:11)

Dentro de estas variables la que exige una categorización más compleja es el Índice de Vulnerabilidad Escolar (IVE). Esta variable mide una serie de datos, que aportan una calificación numérica, que es calculada. Esta medición tiene dos ítems:

- referentes al establecimiento educacional
- alusivas a los alumnos

Los primeros corresponden a: si cuenta con servicios básicos (agua potable, luz eléctrica y retiro de la basura); sí cuenta con inspector y subdirector; y cantidad de profesores.

Entre los segundos se incluyen: peso (el Ministerio de Educación advierte que esta variable tiene distorsión con la realidad); talla; necesidad médica; necesidad dental; sí el alumno es beneficiario del Programa de Alimentación Escolar (PAE) en la enseñanza básica; estudios de la madre (igualmente esta variable

presenta distorsión con la realidad); estudios del padre; estudios del jefe de hogar; jefatura de hogar; sí vive con la madre biológica; sí vive con el padre biológico; ocupación de la madre; ocupación del padre; ocupación del jefe de hogar; sí el alumno recibe el Subsidio Único Familiar (SUF); sistema de salud que se acoge el alumno; distribución del agua que cuenta el domicilio del alumno; sistema de eliminación de excretas; número de personas en el hogar; número de piezas para dormir; sí ha fallecido algún integrante de la familia, menor de 40 años, por muerte no esperada; sí hay algún integrante de la familia que posea enfermedad al corazón; sí el estudiante sufre arritmias; sí el estudiante ha perdido el conocimiento durante el ejercicio; y, sí el estudiante o su tutor pertenece a una etnia indígena.

2. 1.4.2 Género: Para definir este concepto se utiliza una conceptualización de rasgos más socioculturales, que propone la antropóloga peruana, Norma Fuller.

“el género no se deriva mecánicamente de la anatomía sexual o de las funciones reproductivas, sino que ésta constituido por el conjunto de saberes que adjudica significados a las diferencias corporales asociadas a los órganos sexuales y a los roles reproductivos (Ortner y Whitehead 1981; Scott 1988). Esta simbolización cultural de las diferencias anatómicas toma forma en un conjunto de prácticas, discursos y representaciones sociales que definen la conducta, la subjetividad y los cuerpos de las personas. A su vez, se producen categorías sociales: los varones y las mujeres, que ocupan lugares precisos, diferentes y jerarquizados en el ordenamiento social (Ibíd, 1998:56)”.

Esta postura encuentra su base en los estudios de Erving Goffman, citados por Danet (Jones, 1998) que fundamenta que el género es una cuestión netamente cultural. Esta autora profundiza la definición de Goffman, al asegurar que nuestra atribución de sexo no se basa en una inspección ginecológica sobre sus

órganos sexuales, sino de su *performance* en relación a las categorías de género construidas culturalmente.

En este contexto, Fuller (1998) plantea que la identidad de género no se puede desligar del entorno socioeconómico y cultural en el que se desenvuelve el individuo. “La experiencia de género de un varón no se determina únicamente por su sexo, sino por el lugar que ocupa dentro de las categorías raciales étnicas, de clase, regionales, institucionales, etc., de la sociedad en que vive (Ibíd, 1998:57)”.

2. 1.5 Naturaleza de la investigación

Según Hernández Sampieri (2003), la inclusión de las mencionadas herramientas en la investigación le otorga a este proyecto una naturaleza mixta, ya que la entrevista semi-estructurada es una herramienta de naturaleza cualitativa, y la encuesta es cuantitativa.

En cuestiones de tiempo, se usa el planteamiento que Lohr (2000) denomina, “muestreo por conglomerado en dos etapas”. Estas dos etapas corresponden a la entrevista semi-estructurada, y la encuesta.

Como plantean Gaitán y Piñuel (1998), tanto la encuesta como la entrevista implican una alteración del entorno, (sin importar si éste es natural o artificial) con el objetivo de contrastar si las relaciones observadas entre las variables implican una relación de causa – efecto.

Tal como la elección de los participantes del proyecto se realiza mediante su inclusión en los cursos, no todos los miembros del universo muestral tienen la misma probabilidad de participar en esta la investigación; por ende, esta investigación no puede ser calificada como probabilística. En este caso dicho estudio

pasa a ser, lo que Hernández Sampieri (2003) califica como cuasiexperimento. De hecho, la naturaleza no probabilística de esta investigación es la única diferencia con los experimentos: “la interpretación es similar, las comparaciones son las mismas y los análisis estadísticos iguales (Ibíd, et al., 2003)”.

No obstante, Ferguson (1986) sugiere que ciertas investigaciones de naturaleza no probabilística, pueden ser tomadas como un estudio probabilístico. Este investigador (1986) establece un ejemplo que muy acorde para este proyecto.

“Así, en el experimento educativo, podemos estudiar la muestra de sujetos respecto a su edad, sexo, CI, nivel socioeconómico de los padres y otras características de la muestra. Puede ser que la muestra no se diferencia mucho en estos aspectos de un grupo mayor o población del mismo curso. Puesto que la muestra no presenta sesgo en un número de características conocidas, esto es, no difiere de una muestra aleatoria en la medida en la medida en que estas peculiaridades se tienen en cuenta, el investigador puede considerarla como representativa de la población y tratarla como si fuera aleatoria (Ibíd., 1986:157)”.

Dada la naturaleza de la estructura de la educación secundaria chilena, organizada en cursos, el diseño cuasiexperimental es adecuado para trabajar en este contexto. “Los sujetos no se asignan al azar a los grupos ni se emparejan, sino que dichos grupos ya estaban formados antes del experimento (Hernández Sampieri, et al., 2002:256)”.

Dentro de la clasificación que establece Arnau, (1990) este estudio se sitúa bajo el enfoque de “Diseño de comparación de grupos”, este esquema “se caracteriza por el hecho que se toma de cada sujeto un solo dato, en un punto de corte en el tiempo (Ibíd., et al., 1990:79)”.

En los diseños de comparación de grupos se maneja el diseño de dos grupos. Este esquema se genera cuando “la variable independiente es manipulada de modo que se generan dos condiciones de tratamientos o grupos experimentales (Arnau, et al., 1990:82)”. En este contexto se trabaja bajo el diseño de dos grupos de datos apareados, o de grupos relacionados. Esta tipología es importante en este proyecto, debido a que en muchos establecimientos educacionales la organización de los cursos no es un asunto baladí, a veces está relacionado a los desempeños escolares, o en los Liceos técnicos profesionales a las distintas especialidades que imparten. Por eso, siguiendo lo que afirma Arnau (1990) se debe buscar que los grupos tengan cierta equivalencia entre sí.

De acuerdo a este investigador hispano (1990), el Diseño experimental de grupos apareados es propicio para situaciones donde se dispone de una cantidad reducida de casos, como ocurre en esta tesis estudio. En estos casos “la probabilidad de que los grupos no sean equivalentes aumenta, cuando se dispone de un pequeño número de sujetos y son asignados al azar” (Ibíd., et al., 1990:84).

El presente esquema contiene el marco metodológico en el que esta investigación se rige.

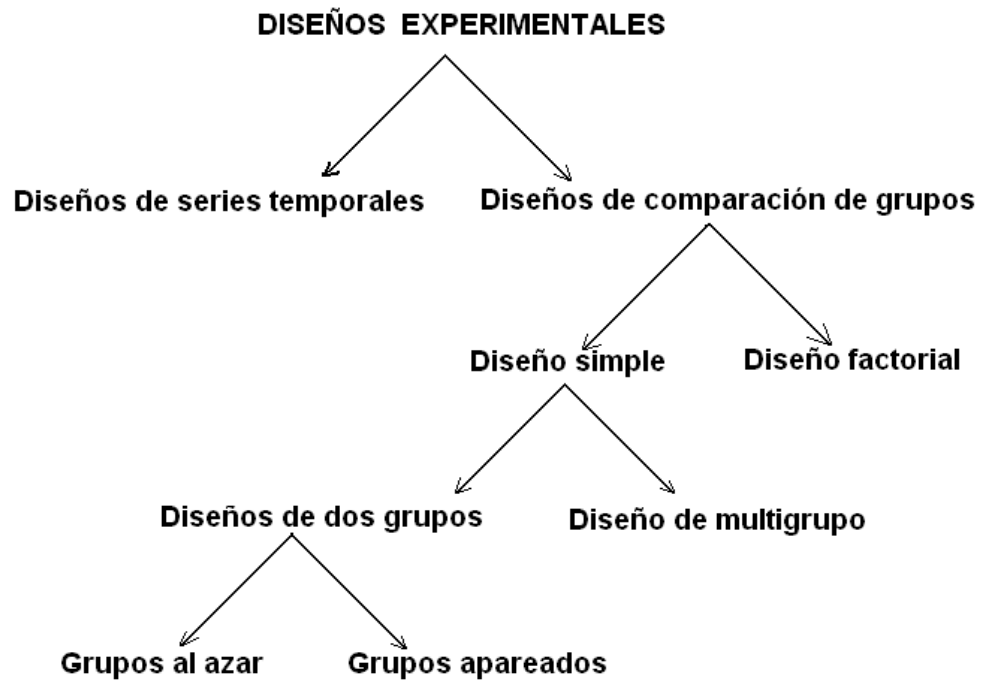


Figura N° 2: Esquema del marco metodológico de los diseños experimentales.

2. 1.6 Sujetos

Parte importante de una investigación científica de índole social consiste en la definición del “universo”. “La definición precisa del universo y las observaciones, y la de las relaciones apreciables entre uno y otras, constituye la piedra angular del planteamiento para conseguir una verdadera representación (Goode, 1967:264)”.

Desde el aspecto cuantitativo se entiende por universo el “conjunto de todos los casos que concuerdan en determinadas especificaciones (Hernández Sampieri, et al., 2003:304)”.

En este estudio estas especificaciones corresponden a tres criterios:

- alumnos de Tercero medio
- de Liceos de estrato alto y medio
- pertenecientes a la comuna de Valdivia

Los individuos que cumplen con estos tres requisitos son 1.419. De los cuales 1.296 pertenecen a Liceos de nivel socioeconómico medio bajo, y 123 a establecimientos de nivel alto³⁶.

Ciñéndose a lo que proponen Juan Luis Gaitán y José Luis Piñuel (1998), al tener menos de 100.000 a investigar, nuestra investigación se centra en un universo finito.

No obstante, el, relativamente, reducido universo muestral de este estudio está fuera de la capacidad logística y económica de los ejecutores de este proyecto realizar un muestreo a 1.818 personas. Arnau (1990) aconseja en estos casos se extraiga “un grupo de individuos que constituyen una parte de la población que es objeto de estudio (Ibíd., et al., 1990:73)”, lo que estos autores denominan “muestra representativa”.

³⁶ En este último caso la cifra no es exacta, ya que la Dirección provincial de Educación no tiene a su disposición las matrículas de ese año, ni el desglose por cada curso.

Esta muestra representativa es sometida a un muestreo de grupos más adecuado a nuestras posibilidades y coherente con los diseños de educación y psicología sugeridos por George Ferguson (1986). Considerando como grupos naturales y suficientes de comparar los grupos-cursos de los liceos seleccionados.

2. 2 Materiales e Instrumentos

A continuación se explican los dos instrumentos metodológicos que se tratan, definiendo la fisonomía que se le otorga, además de analizar las ventajas que presentan en el marco de nuestra investigación.

2. 2.1 Entrevistas semi-estructuradas

Dado el absoluto desconocimiento sobre el tema a investigar, Gaitán y Piñuel (1998) estiman conveniente realizar una primera aproximación a los contextos sociales de las personas encuestadas mediante entrevistas. Citando a Pourtois et Desmet, estos estudiosos (1998) señalan que la función de la entrevista se puede definir como auxiliar, preparatoria o instrumental, ya “que permite, por ejemplo, formular categorías para la observación, sobre todo sistemática, pero también hábiles para categorizar comportamientos, fases críticas, etc., de la vida de las gentes (Gaitán y Piñuel, 1998:88)”.

Las entrevistas realizadas son de la modalidad semi-estructurada. Esta tipología es “un cuestionario abierto, de respuesta libre y de preguntas no absolutamente predeterminadas, aunque con un guión preestablecido (Gaitán y Piñuel, 1998:95)”. Para Álvarez-Gayou (2003) esta es la tipología de entrevista más adecuada para el componente cualitativo que posee esta investigación.

Gaitán y Piñuel (1998) enfatizan que el énfasis de las entrevistas semi-estructuradas es el objeto de la entrevista, que en este caso es el fenómeno o problema a estudiar, en detrimento del entrevistado. Dicha cualidad es relevante para los propósitos del presente estudio.

Para el caso del fenómeno de la mensajería instantánea existen varios antecedentes de uso de esta herramienta en investigaciones sobre la comunicación mediada por computador. En el estudio de Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) se usan entrevistas semi-estructuradas de 3 horas a los propios adolescentes y a los miembros de su familia. Además, Handel y Herbsleb (2002) y Boyer, Handel, Herbsleb, et al, (2002) utilizan la misma herramienta para sus indagaciones sobre la utilización de la mensajería en entornos laborales. Como se ve, todos estos investigadores estadounidenses estudian el mismo fenómeno, la apropiación social de la mensajería instantánea, pero en ambientes muy disímiles a este, ya sea por cuestiones sociales, etáreas y geográficas, pero también se basan en la entrevista semi-estructurada.

En este caso esta herramienta metodológica se diseña para personas que compartan el entorno social de los encuestados, o sea alumnos de establecimientos del mismo estrato social en los cuales se ejecuta el muestreo.

Siguiendo a Álvarez-Gayou (2003), la construcción de este instrumento exige por parte del investigador una serie de cualidades, entre las que cabe mencionar:

- conocimiento del tema que se aborda
- amabilidad: permitir la expresión de las personas, de acuerdo a su estilo particular.
- sensibilidad: escuchar con atención lo que se dice
- capacidad de interrogar críticamente para evaluar la veracidad de la persona entrevistada.

- capacidad interpretativa que permite clarificar o ampliar los significados de lo expresado por el entrevistado.

“Ante todo, el entrevistador debe situarse en disposición de entender el punto de vista del entrevistado, adoptando una perspectiva alter-céntrica, renunciando a las preconcepciones y evitando los prejuicios que coarten la expresividad del entrevistado (Gaitán y Piñuel, 1998:91)”.

Con la idea de causar la más mínima alteración al entrevistado, las entrevistas semi-estructuradas se llevan a cabo en el entorno de los jóvenes, esto es en sus establecimientos educacionales. Además, para recabar información más precisa y fresca por parte de los encuestados, se trata de realizarlas tras una clase que implica un contacto con tecnologías. De esta forma, se busca lograr una aproximación al método que ejecutan Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004). En dicho trabajo se realizan las entrevistas inmediatamente tras una sesión de mensajería por parte de los quinceañeros.

En el marco de este proyecto el principal fin de las entrevistas es buscar ítems en las cuales se basan posteriormente las encuestas. Citado a Crocker y Algina (1986) María José Navas (2001) propone varias estrategias para la elección de ítems, de las cuales tomares dos:

- **Muestreo del dominio del ítem:** Navas (2001) plantea que se debe tomar una serie de cuestiones teóricas de las que se extraen una muestra de estos para incluirlos posteriormente en el test.
- **Análisis de contenido:** “Se plantean preguntas abiertas a los sujetos, sus respuestas son agrupadas por temas y los temas más recurrentes son considerados como las dimensiones principales del constructo (Ibíd, 2001:103)”.

Al no existir estudios empíricos previos, se hacen entrevistas semi-estructuradas de prueba ejecutadas entre jóvenes valdivianos, que en la mayoría de los casos cumplen con las características de nuestra población: estudiantes secundarios de tercero medio, de Liceos de estrato alto y medio-bajo. Además, en este proceso sirve la experiencia de los autores como usuarios de la mensajería instantánea y/o conocedores de la juventud chilena.

2.2.2 Cuestionario

De acuerdo a Gaitán y Piñuel (1998) el cuestionario es una de las herramientas más empleadas en las Ciencias Sociales. Ambos estudiosos (1998) indican que esta técnica es recomendable en investigaciones donde se desconoce el campo de estudio, como es el caso del presente proyecto. Además, Briones (1990) agrega que los muestreos se distinguen por medir conductas y actividades, donde se incluye la utilización de recursos. Obviamente, se entiende de este modo el uso de la mensajería instantánea.

La encuesta “permite medir las respuestas, es decir hacer cuantificables las cuestiones que se estiman relevantes para los objetivos de investigación (Gaitán y Piñuel, 1998)”. Por otro lado, estos autores (1998) plantean que dicha herramienta puede convertirse en un gran instrumento explicativo (ver anexo 2).

Lógicamente, al estar situado en una investigación no probabilística, el muestreo de este proyecto es de este tipo.

Aunque Gaitán y Piñuel (1998) definen los muestreos por conglomerados o áreas, como estudios probabilísticos, igualmente se usa esta tipología para definir el tipo de muestreo con el que se trabaja, sustentados en los postulados de Ferguson (1986), a los que se hace alusión.

Tempranamente, se acuerda que, tanto para la pauta de entrevista semi-estructurada como la encuesta, conllevaran una respuesta de menos de media hora. Concordando con Navas (2001), docentes de enseñanza secundaria consultados sobre el tema aconsejan usar instrumentos que exijan menos tiempo, con el fin de que los adolescentes no caigan en el aburrimiento (*lata* en la jerga juvenil chilena) o cansancio, lo que se puede traducir en preguntas respondidas ligeramente, que en un alto grado son erróneas.

Para esta autora española (2001) el tipo de variables usadas, sean cognitivas o no cognitivas, tiene una enorme relevancia para el estudio. En este caso la variable no cognitiva, que la propio Navas (2001) califica como de la esfera de la personalidad, valores, actitudes, opiniones, intereses, etc. se relaciona mucho con las características de nuestra variable independiente (usos de la mensajería).

Para estos casos la metodóloga hispana (2001) propone traducir los ítems del estudio en preguntas de respuesta cerrada, “en las que el sujeto responde eligiendo (una de) entre las distintas opciones propuestas (Ibíd, 2001:108)”. Esta autora califica a este tipo de preguntas como escalas de valoración.

Dentro de las escalas de valoración se usan las llamadas escalas de categorías. De acuerdo a Navas (2001) esta clase de interrogante consta de un ítem formado en un enunciado y un conjunto de categorías. Aunque generalmente se expresa el grado de acuerdo o desacuerdo con alguna afirmación.

“las categorías pueden expresar otros muchos aspectos de la característica, de las conductas o de los hechos examinados en la prueba, como su frecuencia, intensidad, etc. En cualquier caso, lo que se le pide al sujeto es que se posicione respecto a un objeto, sujeto, hecho o idea, esto es que considere las categorías proporcionadas y las etiquetas utilizadas,

que examine sus opiniones o sentimientos y los situé en la categoría apropiada (Navas, 2001:109)”.

Entre las categorías que menciona Navas (2001) se utilizan las de categorías de frecuencia, cantidad y valoración.

Otro tipo de preguntas que expone dicha autora (2001) son los ítems de respuesta abierta, “en los que el sujeto escribe directamente su respuesta (Ibíd., 2001:108)”. A pesar de que los pedagogos de enseñanza secundaria recomiendan no usar este tipo de preguntas, ante el riesgo de aburrir a los jóvenes, se decide mantener una pregunta abierta en el cuestionario.

Entre los aspectos que hay que atender para construir un cuestionario, Navas (2001) menciona:

- Las instrucciones dadas a los sujetos para responder a los ítems del test.
- El formato de presentación de la prueba, la organización general de la información.
- El formato de registro de las respuestas de los sujetos a los ítems (Ibíd., 2001: 123).

Al igual que en el caso de las entrevistas con respecto a las encuestas se realizan cuestionarios piloto, siguiendo la denominación de Gaitán y Piñuel (1998), entre jóvenes valdivianos, que en la mayoría de los casos cumplen con las características de nuestra población. Para estos investigadores (1998) aparte de probar el instrumento la finalidad de una encuesta piloto reside en que prueba otros aspectos de esta técnica de obtención de información. Parafraseando a Moser y

Kalton (1979) Gaitán y Piñuel (1998) mencionan entre las funciones de la encuesta piloto:

- Establecer la idoneidad del marco muestral
- Analizar la variabilidad de las variables
- Estimación de la tasa de respuesta y de no-respuesta
- Probar la eficacia de las instrucciones dadas a los entrevistadores y de la organización del trabajo de campo.
- Verificación de la idoneidad de la técnica de obtención de datos y del cuestionario (Ibíd., 1998:155).

En este caso particular, se trata de buscar jóvenes de cursos inferiores al público-objeto (tercero medio), bajo la lógica de que si el texto es comprendido por estos adolescentes, con mayor razón será entendido por los encuestados.

2.3 Procedimiento

El procedimiento metodológico desarrollado se cimienta en dos etapas, que se entienden en el marco de la realización de nuestras dos herramientas: entrevistas semi-estructuradas y cuestionarios-encuesta. Aquí se habla de la elección del público-objeto usado en ambos procesos.

2.3.1 Establecimientos escogidos

En la búsqueda de la similitud de grupos que se acuerda se busca a los colegios con mejor rendimiento en la prueba SIMCE dentro de su segmento socioeconómico. Esos establecimientos son el Liceo Comercial en el los Liceos de estrato medio-bajo, y el Instituto Alemán en los colegios de nivel alto.

Como forma de de no “contaminar” a los grupos sometidos posteriormente a las encuestas, las entrevistas semi-estructuradas se ejecutan en Liceos distintos. La forma de elección más lógica es escoger a los segundos mejores lugares en la prueba SIMCE. Por lo tanto, los establecimientos seleccionados corresponden al Instituto Superior de Administración y Turismo (INSAT), del estrato medio-bajo, y el Colegio Windsor School en el estrato alto³⁷.

³⁷ Ante la posibilidad de escasez de alumnos en el estrato alto los autores de este documento se contactan con el Colegio San Luis de Alba. Pero, debido a su orientación católica dicha escuela rechazo trabajar en el proyecto por las preguntas referentes al sexo virtual.

2. 3.2 Primera Etapa: Entrevistas semi-estructuradas.

Para la elección de la muestra de las entrevistas semi-estructuradas se siguen las etapas que menciona Shannon Lohr (2000):

1 Se elige una muestra de unidades primarias de entre la población de las unidades primarias.

2 Se elige una muestra aleatoria simple de unidades secundarias de cada unidad primaria (Ibíd., 2000:143).

De acuerdo a Lohr (2000) en este contexto metodológico los cursos son denominados unidades de muestreo primario o conglomerados, y los alumnos las unidades de muestreo secundarias.

Como se dice anteriormente, tal como postula Arnau (1990) la elección de las unidades primarias se lleva a cabo buscando similitud entre sus pares. En cambio, la selección de de los alumnos entrevistados es aleatoria, mediante lo que Ferguson (1986) denomina muestreo sistemático. Esta taxonomía se explica por la organización del universo poblacional. “Si se ordena alfabéticamente una lista, o cualquier otra forma sistemática, cada n -ésimo nombre podrá ser elegido para construir una muestra (Ibíd., 1986:156)”.

Al tratarse de un componente cuantitativo el número de personas sometidas al instrumento pierde importancia. “En la investigación cuantitativa no interesa la representatividad; una investigación puede ser valiosa si se realiza en un solo caso (estudio de caso), en una familia o en un grupo cualquiera de pocas personas (Álvarez-Gayou, 2003:33)”. Este aspecto guarda relación con el concepto de la saturación, que tratan estos autores (2003), producido cuando la información

obtenida guarda una notable similitud con la recolectada anteriormente. Por ende, se decide realizar las entrevistas a dos sujetos de cada segmento estudiado.

Género	Estrato Alto	Estrato Medio Bajo	Total
Masculino	2	2	4
Femenino	2	2	4
Total	4	2	4

Tabla Nº 2: Distribución de los sujetos sometidos a la entrevista semi-estructurada

Este proceso se cumple en noviembre del 2006. Cada una de estas entrevistas son grabadas y transcritas para ser sometidas a un análisis de contenidos simple que determine los ítems de estudio, bajo los cuales se cimienta la segunda etapa de la investigación: la ejecución de los cuestionarios.

2. 3.3 Segunda Etapa: muestreo-encuesta

Arnau (1990) sostiene que la elección de la muestra tiene una importancia fundamental en una investigación, y gran parte de los resultados de ésta dependen de dicho factor.

La naturaleza comparativa simple de esta investigación no probabilística indica que la muestra no es el resultado de un proceso aleatorio, sino que se trata de una acción dirigida en pos de la definición de grupos de sujetos seleccionados para este desarrollo empírico en particular.

Así, se respeta la estructura organizativa de la educación chilena, consistente en grupos-cursos. No obstante, los conglomerados (cursos) rara vez son idénticos en número, ni siquiera tratándose de los mismos establecimientos.

En ese sentido Ferguson (1986) señala que tanto en grupos muestrales de contextos educativos o sanitarios, los grupos de 25 a 30 sujetos pueden ser considerados grupos grandes y adecuados de comparar.

De esta forma, en esta investigación se usan 60 estudiantes de Liceos de estrato alto, 30 mujeres y 30 varones; y 60 estudiantes de Liceos de estrato medio-bajo, con la misma proporción de género (ver tabla 3). Por ende, en este caso el número total de cada grupo excede largamente ese valor muestral. Siguiendo la tipología que propone Ferguson (1986) se puede hablar de un muestreo estratificado proporcional, el cual consiste en seleccionar “los miembros aleatoriamente de cada uno de los niveles, de tal forma que se den las mismas proporciones en la muestra de una población (Ibíd., 1986:156)”.

Género	Estrato Alto	Estrato Medio Bajo	Total
Masculino	30	30	60
Femenino	30	30	60
Total	60	60	120

Tabla Nº 3: Distribución teórica de la población cuasi-experimental por estrato socioeconómico y género.

En el siguiente capítulo se aprecian los resultados que se levantan de ambos instrumentos y la constatación de las hipótesis anteriormente presentadas.

III. RESULTADOS Y ANÁLISIS

A continuación se presentan los resultados de este estudio, dividido de acuerdo a cada uno de los dos instrumentos metodológicos empleados: primero se ven los resultados de las entrevistas semi-estructuradas, para luego observar los resultados de las encuestas.

3.1 Resultados de las Entrevistas semi-estructuradas

Esta etapa se lleva cabo en noviembre del 2006 entre dos estudiantes del 3º A y C del Instituto Superior de Administración y Turismo (INSAT) y dos del 3º A y B del Colegio Windsor School, en ambos establecimientos se mantuvo una paridad genérica en la elección de los sujetos.

En la realización de esta fase se generan los siguientes ítems, siguiendo la definición de Navas (2001). Los análisis se desmenuzan de la siguiente forma, de acuerdo a los criterios analizados. Como observación general se vislumbra que no existe mayor diferencia entre los estratos socioeconómicos, las distinciones van por el acceso a la red, que es casi absoluta en la clase alta. Ello valida los postulados de una nomenclatura de “info-ricos” e “info-pobres” que plantea Baigorri (1998).

3.1.1 Frecuencia y acceso

Los entrevistados que tienen acceso a la red (info-ricos) declaran estar conectados todo el día, aunque sólo dedican un par de horas netamente a chatear por *Messenger*. En ellos se ve mayor predilección a usar el sistema en la noche, especialmente los fines de semana.

Entre los que no tienen acceso a Internet la proporción de acceso semanal es de tres veces días a la semana o incluso menos.

Todos los encuestados de clase alta tienen red en su casa. En comparación, casi todos los encuestados de clase media-baja no poseen este servicio. En consecuencia, sus lugares de acceso son los *ciber* y el Liceo, básicamente.

Con respecto a la variable género hay una manifestación preferencial levemente superior entre las chicas a usar este sistema.

3. 1.2 Destrezas y habilidades

Existe un conocimiento muy similar de las herramientas de la mensajería instantánea en ambos estratos y géneros. La única diferencia que se nota es un cierto temor del estrato alto hacia las *webcam*.

3. 1.3 Usos

También se observan las diferencias más de acuerdo al acceso a la Internet que por el segmento socioeconómico. Los info-ricos se conectan durante largas horas, pero estos lapsos no los dedican exclusivamente a chatear. Mientras los info-pobres lo usan con más intensidad cuando se conectan. En este contexto los que tienen red en su casa usan la mensajería más como alternativa al teléfono, o para hacer trabajos para el Liceo.

3. 1.4 Relevancia del *Messenger*

Para los jóvenes de clase media-baja parece más relevante que para los de clase alta. Aquí también se refleja una leve relevancia superior en las mujeres por sobre los hombres.

3. 1.5 Confianzas y desconfianzas

Todos los encuestados dicen con certeza que en la mensajería instantánea se miente. No obstante, la gran mayoría confiesa haber contado intimidades a algún contacto; las mujeres tienen mayor tendencia a expresar esto que los varones.

En el estrato medio-bajo hay mayor predisposición a falsear. También se observa una leve tendencia superior a mentir en los hombres por sobre las mujeres. Las mentiras van por el tema de los aspectos físicos, y también sobre el lugar donde se encuentran.

Los cambios de género no se dan con mucha frecuencia. Sólo una fuente reconoce haberlo hecho.

3. 1.6 Evolución e inició

Salvo una entrevistada la gran mayoría de las fuentes admiten que su uso de la mensajería cambia con el pasar del tiempo. De la conversación constante para fines de entretención, se pasa a un empleo más restringido en los contactos y el tiempo.

En el estrato alto la etapa de inicio en el este sistema es anterior al estrato medio-bajo. Casi todos reconocen que en la etapa inicial caen en la adicción al *Messenger*. Pero todos sostienen que este periodo es parte del pasado. Dicha adicción se visualiza con menos claridad en los varones de clase alta.

Generalmente la persona que los induce en la mensajería es un compañero de curso y/o amigo.

3. 1.7 Cyberlove

Una fuente admite que conoce a su novia (denominada bajo el chilenismo *polola*) mediante la mensajería instantánea, y otra que usa esta herramienta como arma de conquista. En esto se observa mayor predisposición de las mujeres.

El *cyberpololeo*, como se denomina al romance virtual, se da más en el estrato medio-bajo.

Con respecto al sexo virtual todos sostienen que existe, pero nadie afirma que lo experimenta, ni que tiene amigos que lo hacen. Por otro lado, casi todas las chicas manifiestan que sus interlocutores la intentan seducir (denominado en la jerga juvenil chilena *joteo*) mientras chatean.

3. 1.8 Número de contactos

Claramente los alumnos de estrato alto tienen mayor número de contactos que los de estrato bajo. Entre los primeros, casi siempre, se llega a los 200. Y en el estrato medio-bajo una sola vez supera el centenar.

Casi todos admiten tener contactos que no conocen personalmente. En el estrato medio-bajo esto se da en mayor volumen; más en las mujeres que en los hombres.

3. 1.9 Temas desechados por los usuarios

En este proceso hay tres temas que se investigan, pero tienen escasa relevancia por parte de las fuentes:

- Uno, es sobre el interés por usar mensajería para conocer personas de otros países, en lo que se nota casi nula respuesta entre los entrevistados. No obstante, varios poseen contactos en el extranjero que son familiares.
- El segundo, es la tendencia a mentir sobre el lugar de residencia, con el propósito de falsear su procedencia social, esto tanto para los dos grupos sociales, con el fin de igualarse a sus interlocutores que, probablemente, pertenecen a un sector social distinto al suyo.
- El tercero es la utilización de otros sistemas de mensajería aparte del MSN *Messenger*. Aunque varios otros son conocidos no existe mucha predilección por ellos, manteniendo el mensajero de Microsoft un liderazgo incontrarrestable.

En las encuestas se aprecia que algunos de estos fenómenos vuelven a aparecer, como efecto de apreciar una muestra de sujetos más numerosa.

Las categorías y tópicos extraídos desde las entrevistas o material cualitativo sirven para elaborar un segundo instrumento que permite recabar datos

más específicos y a un número mayor de sujetos. Con esos datos se abordan las comparaciones de grupos planteadas en las hipótesis.

3. 2 Resultados generales de las encuestas

Tras el análisis de esta información se elabora un cuestionario (ver anexo), que es analizado por tres académicos de la Universidad Austral:

Paulo Contreras, profesor del Instituto de Comunicación Social.

Marcelo Arancibia, profesor del Instituto de Filosofía y estudios educacionales.

Liliana Larrañaga, profesora del Instituto de Ciencias Sociales.

Posterior a la realización de dicha encuesta entre alumnos del 3^a A y 3^a B del Instituto Alemán y del 3^a A, 3^a E y 3^a C del Liceo Comercial (ver tabla 4), en mayo del 2006, los resultados obtenidos del análisis del programa SPSS son los siguientes.

Género	estrato alto	Estrato medio-bajo
Masculino	31	31
Femenino	29	30
Total	60	61
Total		121

Tabla N° 4: Distribución de la población cuasi-experimental por estrato socioeconómico y género.

3. 2.1 Sobre la Escala de Usos para la mensajería

Con el propósito de discriminar entre los usos más comunes en la mensajería instantánea en el cuestionario se realiza una escala sobre las preferencias en la utilización de esta tecnología.

Dicha escala incluía.

- conversar con amigos
- conversar con parientes que viven lejos de la ciudad
- mantener romances virtuales
- conocer nuevas personas
- traspaso de datos de estudio o de fiestas
- enviar y recibir archivos, sean estos música, vídeos u otros
- u otro uso definido por el usuario.

Del 1 al 6 los censados indican sus prioridades. Vale recordar que ante dicha interrogante existe la posibilidad de marcar más de una alternativa. Este ejercicio genera una alta preferencia por las “**charlas con amigos**”. Un 71% lo marca como su primera opción. La media estadística que arroja esta opción es de 1,55, siendo la preferencia que más se acerca al valor 1, que significa la primera prioridad.

El segundo uso más popular es el “**envío de datos**”. Para el 15% de los adolescentes censados esta es su primera prioridad, mientras un 32% la señala

como su segunda opción. La mencionada posibilidad obtiene una media estadística de 2,85.

La preferencia por “**traspasarse archivos**” es la tercera opción más común con una media estadística de 3,51 en el índice de prioridades. Muy cerca le sigue la alternativa de “**conversar con parientes**” de afuera que tiene una media de 3,61. La posibilidad de “**conocer personas**” da una media de 3,81. Muy alejada se encuentra la opción de mantener “**romance virtual**”, que tiene una media estadística de 5.03 (ver gráfico 7). En tanto la opción de “**otro uso**” es contestada por apenas 27 de 121 personas, lo que le resta validez muestral, por ende se excluye de la muestra.

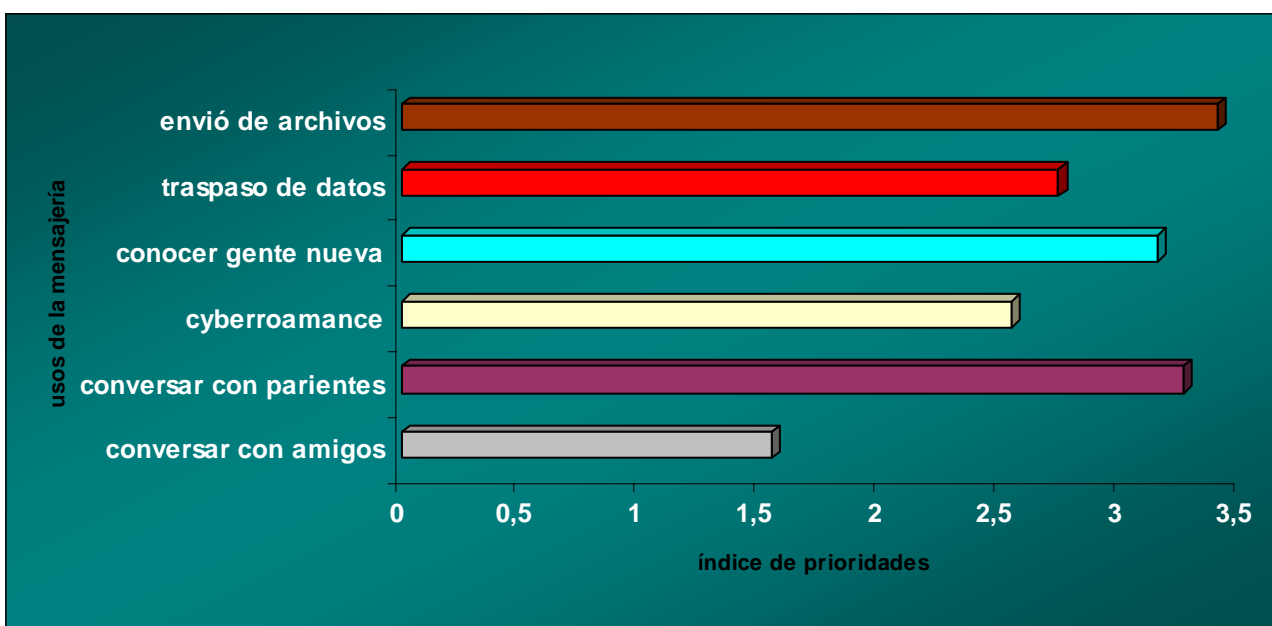


Gráfico N° 7: Medias estadísticas de los usos de la mensajería instantánea.

3. 2.2 Opinión sobre la mensajería instantánea

Las opiniones que los alumnos escriben sobre el sistema se categorizan en cuatro niveles:

- muy positiva
- positiva
- con reparos: esta taxonomía no indica una valoración netamente negativa, sino una crítica al “mal uso” que hacen algunos del sistema, y el miedo a que el MSN se convierta en un vicio
- negativa

En su gran mayoría los censados manifiestan una visión positiva sobre esta tecnología. El 44% tiene una “**opinión positiva**”, y el 30% “**muy positiva**”. Sólo un 9% expresa una mirada “**negativa**” hacia el sistema. Mientras un 17% tiene “**ciertos reparos**” (ver gráfico 8).

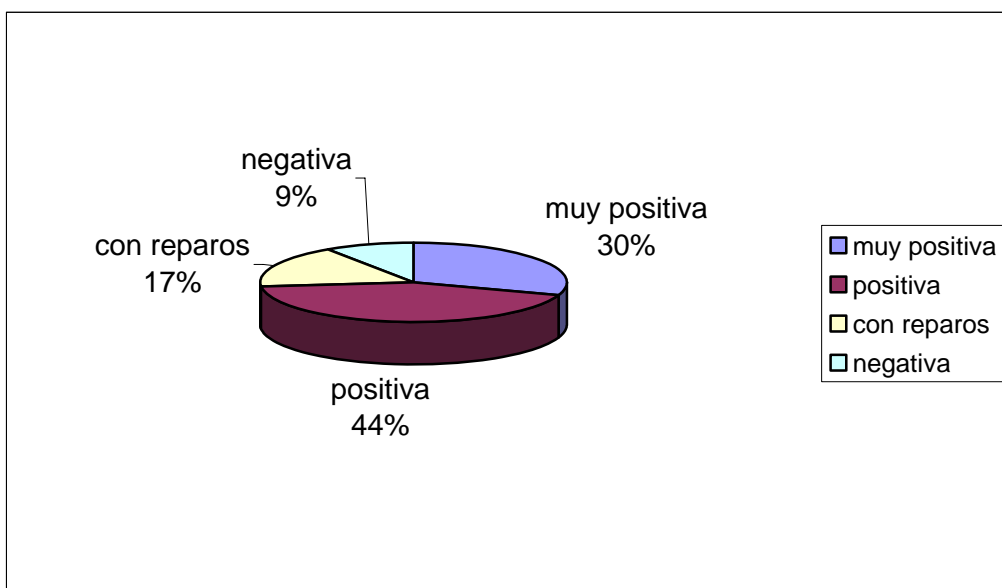


Gráfico N° 8: Percepciones sobre la mensajería instantánea.

Llama la atención la cercanía que se encuentra entre la postura manifestada por los jóvenes liceanos y la de los adultos trabajadores de Sodimac sobre la inclusión de la mensajería. De acuerdo a la tesis de Silvio García (2004) el 51% de los trabajadores de esta compañía se declara contento con esta nueva tecnología, y el 21% muy contento. Sólo un 4% dice estar descontento o muy descontento con el sistema.

3. 2.3 Mentiras en la mensajería

Más de la mitad de los censados (53,71%) reconoce haber mentido en el *Messenger* por lo menos en alguna ocasión. La mentira más común es referente a la “**edad**” (40%) y la “**ubicación**” del lugar en el que se sitúan” (32%). Mientras tanto el “**cambi**ó de género” y la “**apar**iencia física” no son muy relevantes numéricamente, con 7% y 5% respectivamente (ver gráfico 9).

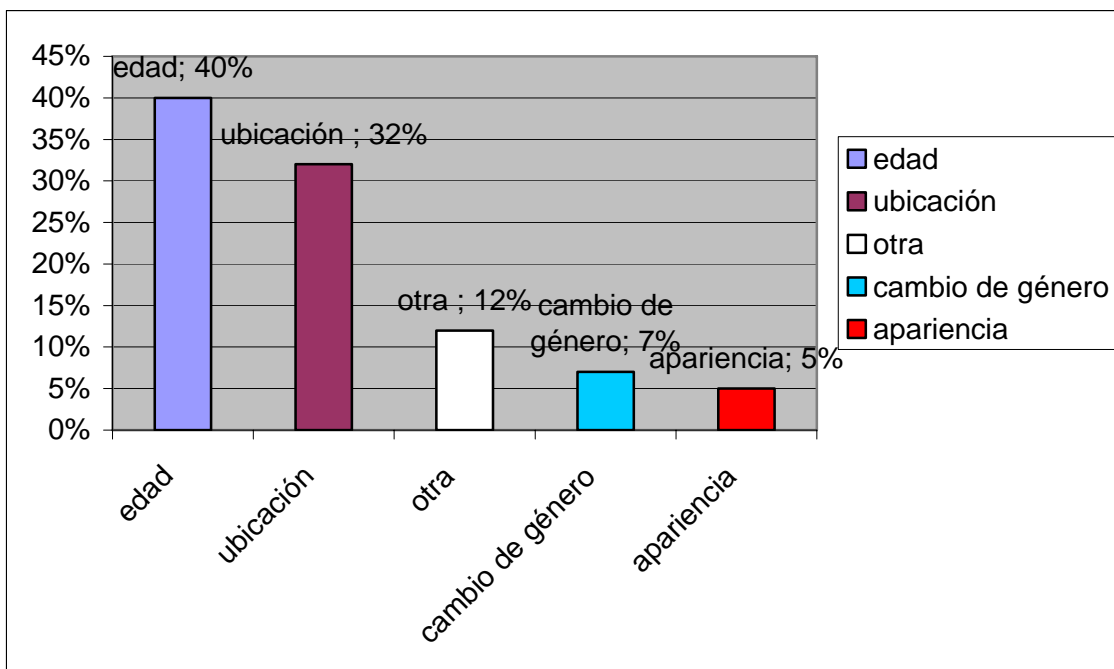


Gráfico N° 9: Mentiras más comunes en la mensajería.

3. 2.4 Evolución del uso de la mensajería

Se observa una evolución en los jóvenes desde el momento en que conocen la mensajería instantánea con respecto al presente. El 52,5% de los jóvenes dicen que antes su frecuencia de conexión era superior a la actual. Acá se aprecia una similitud con el caso norteamericano donde, de acuerdo a la investigación de Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004), el 68% de los entrevistados sostiene que en el pasado ingresa más al *Messenger* que en la actualidad.

3. 2.5 Uso de *emoticons*

Este trabajo muestra que el uso de *emoticons* entre los liceanos es muy amplio. Sólo un 11,7% dice preferir “**no usar**” estos elementos (ver gráfico 10). El 56,3% lo utiliza con el fin de “**representar gestos o sentimientos**”, y un 32,7% “**en lugar de escribir algunas palabras**” (ver gráfico 11).

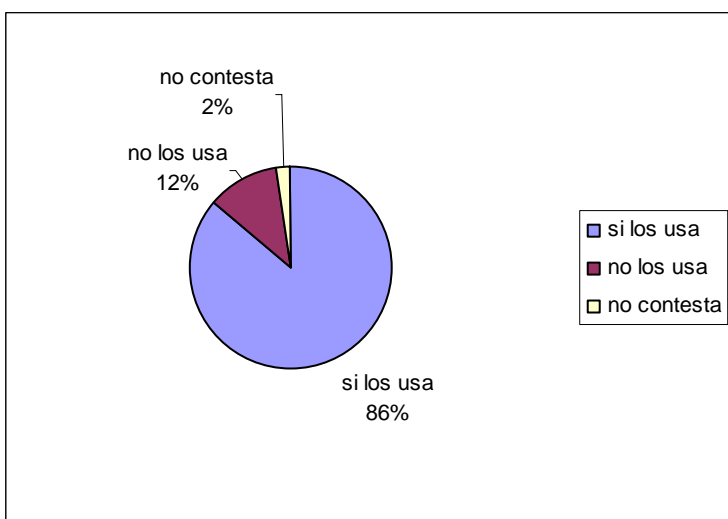


Gráfico N° 10: Preferencia en el uso de *emoticons*.

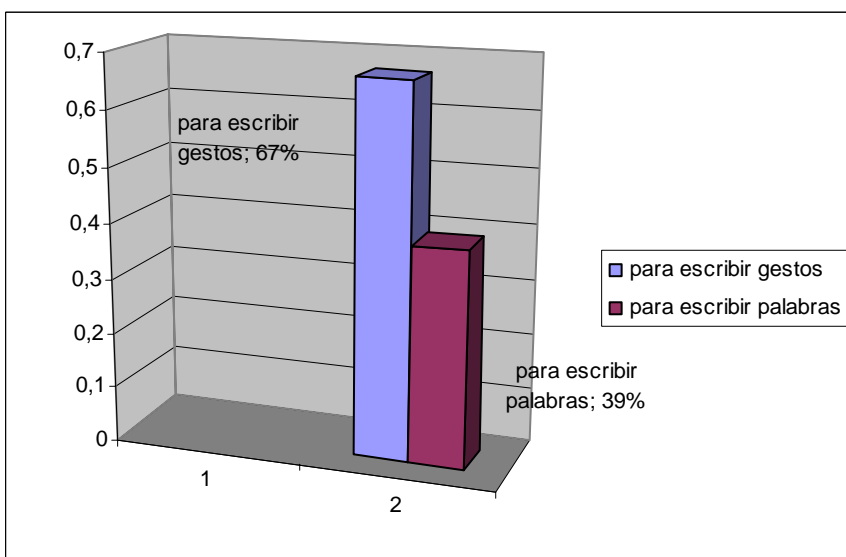


Gráfico N° 11: Usos de los *emoticons*.

3. 2.6 Amor y sexo en el *Messenger*

Un 55,4% de los encuestados asegura haber utilizado la mensajería para conocer más a alguien que le gusta o le parece atractivo. En otras palabras usan el *Messenger* como herramienta de conquista amorosa.

No obstante, la proporción de jóvenes que señalan que tienen un romance virtual no es muy significativa. Sólo un 11,7% dice tener o haber tenido una *cyberpolola* o un *cyberpololo*.

3. 2.7 Frecuencias de conexión a la mensajería

Los datos demuestran una frecuencia de uso muy elevada. El 44% de los censados se conectan “**diariamente**”, y el 24% “**tres veces a la semana**”. Apenas un 2,4% “**nunca**” ingresa al sistema (ver gráfico 12).

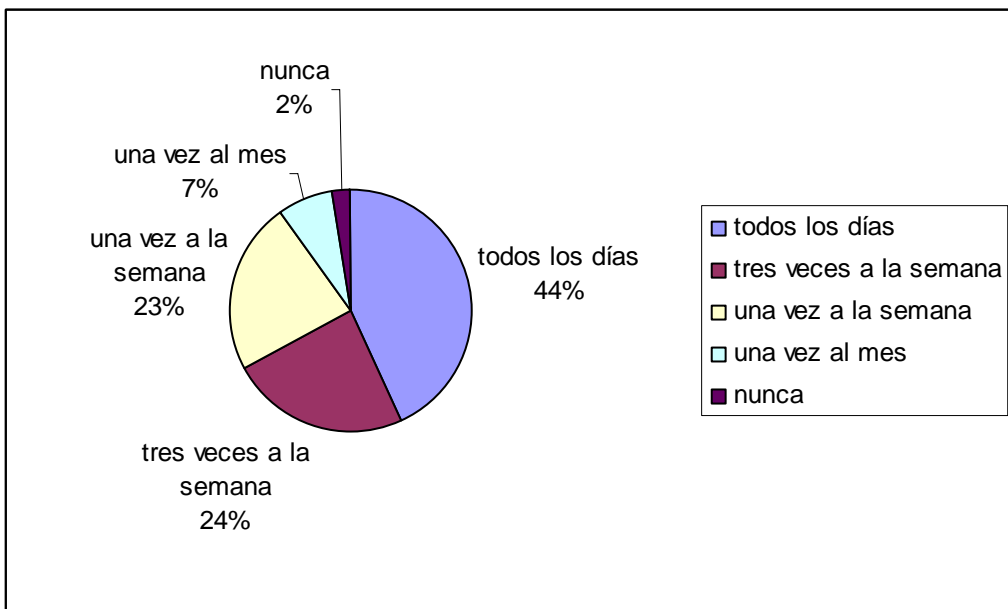


Gráfico N° 12: Frecuencia de conexión semanal a la mensajería instantánea.

Con respecto a las horas de conexión al día, la mayoría de los jóvenes ingresan en lapsos, relativamente, cortos. El 47% lo hace **“entre 1 y 2 horas”**, y el 20,83% por **“menos de una hora”** (ver gráfico 13).

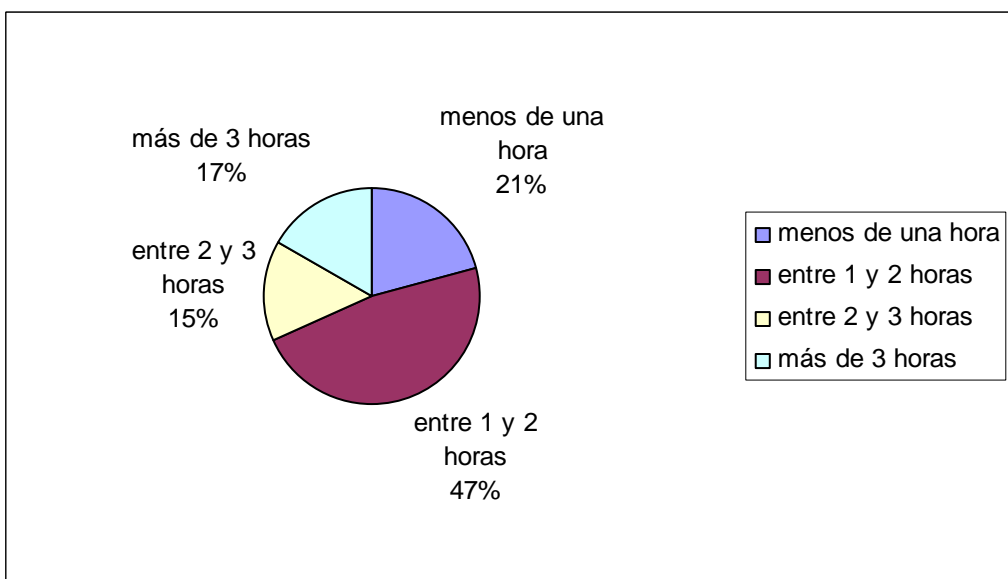


Gráfico N° 13: Frecuencia de horas de conexión al Messenger por día.

Igualmente, el tiempo que los jóvenes dedican netamente a chatear por la mensajería instantánea tampoco es muy extenso. El 43% ocupa “**menos de una hora**” y un 29% “**más de una hora**” (ver gráfico 14).

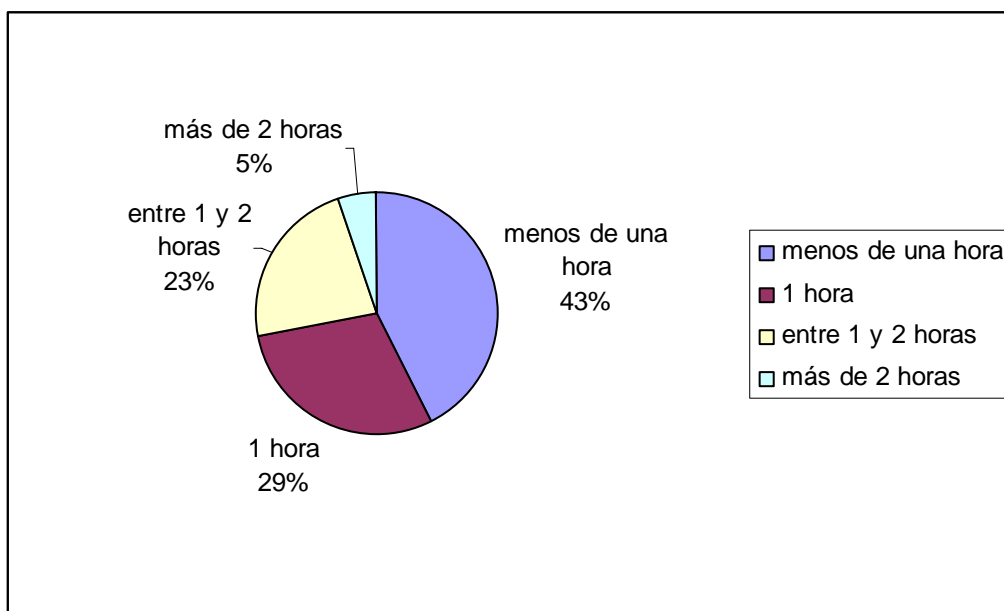


Gráfico N° 14: Frecuencia de horas diarias dedicadas solamente a chatear por mensajería.

Sobre el momento en el que los jóvenes abren su cuenta de mensajería, cerca de la mitad confiesa que eso es lo primero que hacen cuando ingresan a la red. El 19% se conecta “**luego de navegar un rato**” y otra idéntica proporción lo hace “**tras revisar su correo electrónico**”. Sólo un 2% señala que “**nunca abre su cuenta**” en el sistema (ver gráfico 15).

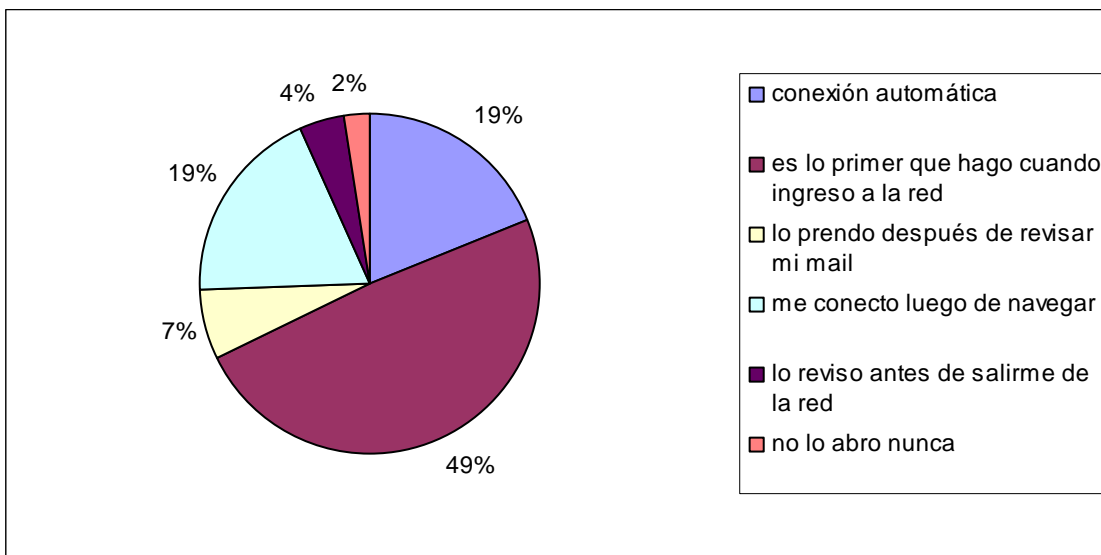


Gráfico N° 15: Momento en el que se abre la cuenta de mensajería instantánea.

3. 2.8 Número de contactos en la cuenta de *Messenger*

La cantidad de contactos que tienen los encuestados en su cuenta de *Messenger* supera el centenar. El 26% tiene “entre 100 y 150”, y un 21% posee “más de 200 contactos” (ver gráfico 16). En este ítem también se encuentra un punto de correlación con la experiencia estadounidense. Según Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler y Shklovski (2004) el 40% de los casos que ellos estudian tienen más de 100 personas en sus *Buddy List*.

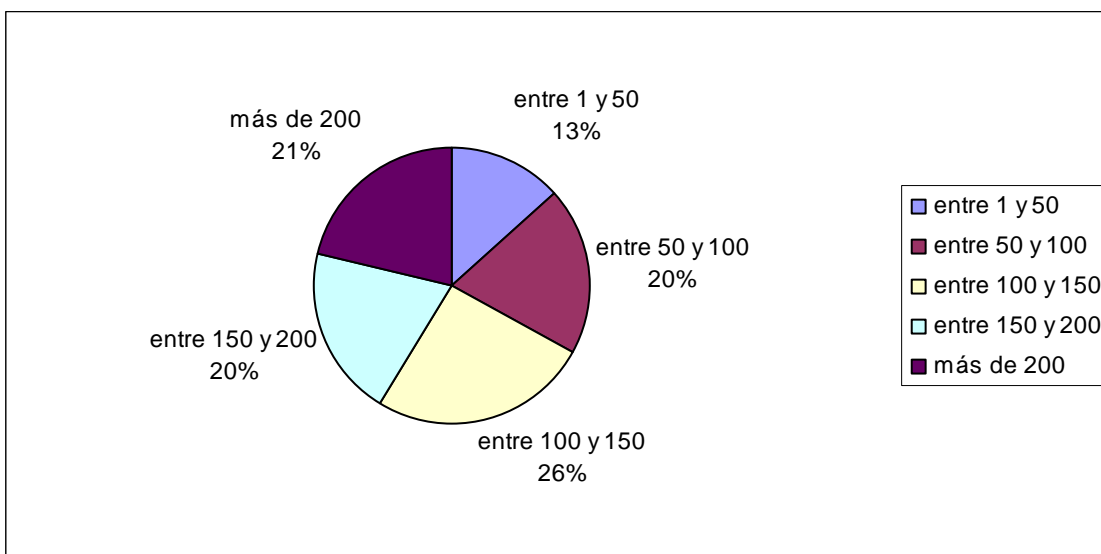


Gráfico N° 16: Número de contactos que tienen los encuestados en sus cuentas de MSN.

Con respecto a los contactos que los usuarios no conocen físicamente el 87% admite tener contactos de este tipo. Mientras el 29% dice poseer “**menos de 10 desconocidos**”, un 24% tiene “**más de 30**” (ver gráfico 17).

Sin embargo, sólo el 33% asegura que conoce personalmente a alguno de estos contactos. El promedio de cuantas personas conoce cada uno de estos jóvenes es de 3,4 personas.

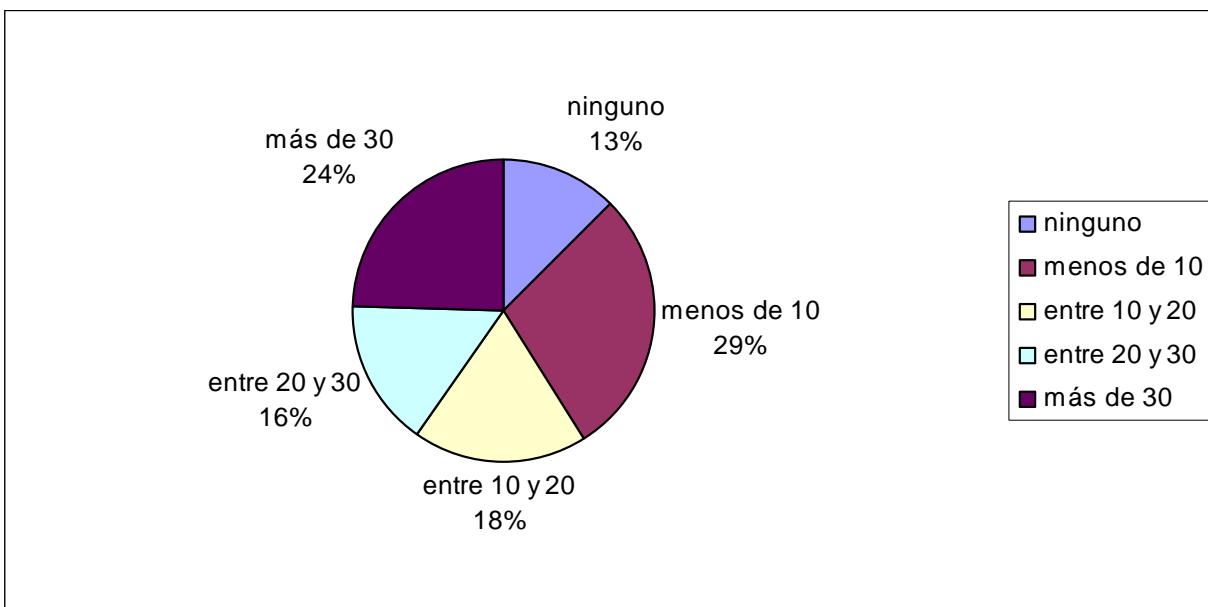


Gráfico N° 17: Número de contactos que no conocen personalmente, que tienen los encuestados en sus cuentas de mensajería.

Hasta acá se señalan los resultados generales de las encuestas, de acuerdo a los ítems estudiados. En el próximo capítulo se comprueba si las hipótesis presentadas resultan acertadas o equivocadas.

3.3 Análisis comparativo de los resultados

Ahora se ven los resultados de las encuestas buscando las diferencias en relación a las dos variables independientes estudiadas: nivel socioeconómico de los Liceos y género.

3.3.1 Diferencias por estrato socioeconómico

Como observación general, el fenómeno de la Brecha Digital se trasunta claramente en el acceso a la Internet en ambos sectores sociales. Mientras en el estrato alto la posesión de conexión en el hogar, o el lugar donde viven, alcanza a un 98%, en el medio-bajo es de un 38%.

Este hecho se vincula a muchas interrogantes. La frecuencia de conexión semanal de los jóvenes de clase alta es más alta que sus pares de clase media-baja, con una media de significación equivalente al 1,37 y 2,67 en grados de conectividad semanales³⁸. No obstante, en la frecuencia de horas de conexión al día se observa la relación inversa. Los alumnos de clase media-baja se conectan por periodos más extensos que sus pares de estrato alto. La media de estimación en grados de conectividad diaria³⁹ es de 2,13 para los primeros, y de un 2,43 para los segundos. Estos tres criterios presentan una significación estadística absoluta: $p = \mathbf{0,000}$.

Esta problemática igualmente se relaciona con la edad de inicio en la mensajería por parte de los jóvenes. En la clase alta ésta es más precoz, con una

³⁸ Estos grados de conectividad, representados en la encuesta, significan: 1 conexión todos los días; 2 tres veces a la semana; 3 una vez a la semana; 4 una vez al mes; 5 nunca.

³⁹ Con respecto a estos grados de conectividad, igualmente señalados en la encuesta, su significado es el siguiente: 1 menos de una hora; 2 entre una hora y dos; 3 entre dos y tres horas; más de 3 horas.

media del 1,75, en la clase media-baja la media de significación es de 2,54 (ver tabla 5). En esta interrogante la significación estadística es de $p = 0,021$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Estrato socioeconómico	Nº	Media	Desviación típica	P
Acceso a Internet	Alto	60	,98	,128	,000
	media-baja	61	,38	,489	
Frecuencia de conexión semanal	Alto	60	1,37	,610	,000
	media-baja	61	2,67	1,076	
Frecuencia de conexión diaria	Alto	60	2,43	1,110	,000
	media-baja	60	2,12	,804	
Edad de inicio en la mensajería	Alto	59	1,75	,733	,021
	media-baja	61	2,54	,923	

Tabla N° 5: Medias significativas de acceso a Internet, frecuencias y evolución entre estratos socioeconómicos.

Con respecto al número de contactos en el estrato alto los encuestados de este nivel tienen mayor cantidad de contactos en su cuenta de *Messenger* frente a sus pares de Liceos del segmento medio-bajo (ver tabla 6). Para este ítem el grado de significación es de $p = 0,028$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Estrato socioeconómico	Nº	Media	Desviación típica	P
Número de contactos	Alto	60	3,80	1,022	,028
	media baja	61	2,54	1,311	

Tabla N° 6: Medias significativas de número de contactos entre estratos socioeconómicos.

Frente al fenómeno del uso de la mensajería como instrumento de conquista amorosa y experimentación sexual hay resultados interesantes. En la

clase alta un 72% dice que usa el sistema con el objetivo de conquistar o conocer a alguien que les atrae amorosamente o les parece atractivo, mientras en el segmento medio-bajo el porcentaje, igualmente alto, sólo alcanza el 59%. En este caso el índice de significación estadístico es de $p = 0,008$.

Sin embargo, con respecto al romance y sexo virtual hay mayor predisposición en el segmento medio-bajo. Un 18% de los encuestados de los alumnos de este grupo social tienen o han tenido un romance virtual, lo que entre los estudiantes de Liceos de estrato alto el porcentaje sólo se arrima al 10%. Acá la significación estadística que arrojan los resultados es de un $p = 0,009$. Frente al sexo virtual, en la clase media-baja un 17% indica que conoce la experiencia, proporción que en el otro grupo baja al 8%. Este ítem tuvo una significación estadística de $p = 0,005$.

Cuando se les pregunta por conocidos o amigos que experimentan de esta modalidad erótica los porcentajes aumentan levemente; aunque la diferencia se estrecha, sigue bajo la misma lógica. El 22% de los encuestados de clase media-baja dice que tiene amigos que tienen *cibersexo*, lo que en el segmento alto llega al 13%. Aunque la significación estadística sube un tanto con respecto a los criterios anteriores, igualmente es alta, alcanzado el $p = 0,016$.

En este contexto, cerca de la mitad de los adolescentes de clase media-baja (48%) dice haber sufrido manifestaciones obscenas o le han dicho cosas eróticas mientras chatea, lo que en la clase alta representa el 30% (ver tabla 7). La significación estadística es colindante con el nivel absoluto representando $p = 0,001$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Estrato socioeconómico	N ^a	Media	Desviación típica	P
Para conquistar a alguien	Alto	60	,72	,454	,008
	media-baja	59	,59	,495	
Romance virtual	Alto	60	,10	,303	,009
	media-baja	60	,18	,390	
Sexo virtual	Alto	60	,08	,279	,005
	media-baja	60	,17	,376	
Conocidos que han tenido sexo virtual	Alto	60	,13	,343	,016
	media-baja	60	,22	,415	
Obscenidades	Alto	60	,30	,462	,001
	media-baja	60	,48	,504	

Tabla N° 7: Medias significativas de amor y sexo en la mensajería entre estratos socioeconómicos.

Sobre las mentiras que se mencionan en la mensajería instantánea también se aprecian varias diferencias. En ambos grupos la mayoría de los jóvenes revela que ha faltado a la verdad alguna vez. Pero en el nivel medio-bajo esto es más notorio con un 72% de personas, mientras en sus pares de segmento alto el porcentaje es de 58%. Estas cifras dan una significación estadística de $p = 0,003$.

La mentira más común en la clase media-baja es la edad, que es señalada por un 48% de este grupo. En contraste, entre los adolescentes del segmento alto un 33% se cambia su edad. Esta variable ostenta una significación estadística de $p = 0,009$. En cambio, entre los jóvenes de clase alta la mentira más indicada es sobre la ubicación en la cual se encuentran, la cual es consignada por un 37% de ese grupo. Lo que en los alumnos de establecimientos del otro tipo analizado sólo representa el 28%. En este caso la significación estadística es de $p = 0,44$ y por tanto no se puede expresar **como diferencia entre grupos**.

Igualmente, en el segmento más elevado socialmente se da más la tendencia a falsear sobre su género que entre sus pares del estrato medio-bajo. Un 10% contra un 5% del segundo consignan haberse cambiado de sexo. Este dato arroja una significación estadística del $p = 0,033$. Este fenómeno encuentra asidero en los estudios sobre el tema que realiza Beatriz Zegers y sus colaboradores (2002) entre los estudiantes de primer año universitario de la Universidad de Los Andes⁴⁰.

La opción de consignar otra mentira es marcada por un 18% de los chicos de clase media-baja, y un 7% por sus equivalentes de nivel socioeconómico alto (ver tabla 8). Acá la significación estadística da un absoluto $p = 0,000$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Estrato socioeconómico	Nº	Media	Desviación típica	P
Mentiras	Alto	60	,58	,497	,003
	media-baja	61	,72	,452	
Mentir en la edad	Alto	60	,33	,475	,009
	media-baja	61	,48	,504	
Mentir en la ubicación	Alto	60	,37	,486	,044
	media-baja	61	,28	,452	
Cambio de género	Alto	60	,10	,303	,033
	media-baja	61	,05	,218	
Otra mentira	Alto	60	,07	,252	,000
	media-baja	61	,18	,388	

Tabla N° 8: Medias significativas por mentiras en la mensajería entre estratos socioeconómicos.

⁴⁰ Esta es una casa de estudios privada, ligada al movimiento católico Opus Dei. Generalmente, sus alumnos provienen de los segmentos sociales más adinerados.

3. 3.2 Diferencias de género

Validando la tesis que sostienen Castellón y Jaramillo (2003) y del Álamo (2003) sobre una mayor predisposición masculina hacia la Internet, se observa un acceso a la red superior entre los varones (73%), contra un 63% en las damas. No obstante, esta diferencia no tiene un grado absoluto de significación estadística: $p = 0,025$. Sin embargo, en el caso de la mensajería instantánea las mujeres pasan más de tiempo chateando que los hombres. La media entre los chicos es de 2,41, mientras en las mujeres es de 2,14 (ver tabla 9). El grado de significación que se obtiene es leve: $p = 0,041$, sin ser tampoco una diferencia absoluta y cabe evaluar si con una muestra mayor se maximizan los valores.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Género	Nº	Media	Desviación típica	P
Acceso a la Internet	Femenino	59	,63	,488	,025
	Masculino	62	,73	,450	
Frecuencia de conexión diaria	Femenino	59	2,14	,899	,041
	Masculino	61	2,41	1,039	

Tabla N° 9: Medias significativas por acceso a la red y frecuencia de conexión diaria entre géneros.

En las mujeres se nota más claramente una evolución en su frecuencia de conexión que en los jóvenes. El 78% de las encuestadas indica que cuando conoce el sistema se conectaba más que en la actualidad. En los hombres la proporción no llega a la mitad (48%) (ver tabla 10). Para esta variable la significación estadística resulta ser absoluta: $p = 0,000$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Género	Nº	Media	Desviación típica	P
Mayor uso inicial del sistema	Femenino	59	,78	,418	<u>0,000</u>
	Masculino	61	,48	,504	

Tabla N° 10: Medias significativas de mayor uso inicial de la mensajería entre géneros.

Con respecto a los contactos desconocidos se observan resultados interesantes. Entre las mujeres la proporción de contactos que no conocen personalmente es más elevada que en los varones, con una media de 3,19 y 2,92 respectivamente. Este ítem tiene un grado de significación del **0,023**. No obstante, llama la atención que el 39% de los hombres conoce a alguno de sus contactos desconocidos, situación que en las chicas sólo llega al 26% (ver tabla 11). Acá la significación estadística se eleva al $p = 0,004$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Género	Nº	Media	Desviación típica	P
Número de contactos desconocidos	Femenino	59	3,19	1,548	,023
	Masculino	62	2,92	1,334	
Conocer contactos desconocidos	Femenino	58	,26	,442	,004
	Masculino	62	,39	,491	

Tabla N° 11: Medias significativas de número de contactos desconocidos y contactos que han conocido vía MSN entre géneros.

Relacionado con esto último, un 43% de los alumnos acepta que cuenta intimidades en el sistema, cuestión que sólo un 22% de las chicas acostumbra hacer (ver tabla 12). Este caso genera una significación estadística absoluta: $p = 0,000$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Género	Nº	Media	Desviación típica	P
Confesión de intimidades	Femenino	59	,22	,418	<u>,000</u>
	Masculino	61	,43	,499	

Tabla N° 12: Medias significativas de confesión de intimidades entre géneros.

Al momento de analizar el romance y el sexo virtual se vislumbran marcadas desigualdades en ambos géneros. El *cyberpololeo* es un fenómeno claramente femenino. El 20% de las adolescentes censadas marca que tiene o ha tenido una pareja virtual. Cuestión que en los hombres sólo representa el 8%. En contraste, el sexo virtual es una actividad más masculina. El 23% de los chicos dice que ha tenido experiencias de este tipo. Apenas un 2% de sus compañeras admite haber vivido algo semejante. La tendencia hacia cada género se demuestra con la significación estadística absoluta que arrojan ambas variables: $p = \mathbf{0,000}$.

Las diferencias con respecto a los conocidos que tienen *cibersexo* se elevan un poco, pero mantienen casi la misma significación. Un idéntico 23% de hombres que dice haber tenido sexo virtual dice conocer gente que pasa por lo mismo, mientras sólo un 12% de las chicas tiene amigas o conocidas que usan la mensajería con ese propósito (ver tabla 13). En este caso, igualmente la significación estadística es absoluta: $p = \mathbf{0,000}$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Género	N ^a	Media	Desviación típica	P
Romance virtual	Femenino	59	,20	,406	,000
	Masculino	61	,08	,277	
Sexo virtual	Femenino	59	,02	,130	,000
	Masculino	61	,23	,424	
Conocidos que han tenido sexo virtual	Femenino	59	,12	,326	,001
	Masculino	61	,23	,424	

Tabla N° 13: Medias significativas de sexo y amor en la mensajería entre géneros.

Con relación a las mentiras también se notan algunas claras diferencias por sexo. Mentir en la edad es más usual en los varones, un 47% reconoce hacerlo, y sólo un 34% de las jóvenes. La significación estadística resultante es de un $p = \mathbf{0,014}$. Pero, el hecho de falsear sobre el lugar en el que se ubican es más común en

el género femenino. El 42% de las encuestadas señala que miente con ese propósito, cuestión que sólo un 23% de los hombres lo hace. Acá la significación estadística es más reveladora, y da un nivel absoluto: $p = \underline{0,000}$.

El caso de otras mentiras es subrayado por el 19% de las mujeres y un 6% de los varones. Acá se repite con cierta asiduidad el fenómeno de mentir sobre el lugar de residencia entre las chicas. Este es uno de los temas emergentes que presenta este estudio (ver tabla 14). Sobre esta problemática la significación estadística indica un grado absoluto $p = \underline{0,000}$.

Estadísticos de muestras independientes

Crterios	Género	Nº	Media	Desviación típica	P
Mentir en la edad	Femenino	59	,34	,477	,014
	Masculino	62	,47	,503	
Mentir en la ubicación	Femenino	59	,42	,498	,000
	Masculino	62	,23	,422	
Otra mentira	Femenino	59	,19	,393	,000
	Masculino	62	,06	,248	

Tabla N° 14: Medias significativas de mentiras en la mensajería entre géneros.

IV. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y PROYECCIONES

4.1 Validación de Hipótesis

Los datos recabados en la presente investigación sugieren que los usos de la mensajería instantánea con respecto a estratos socioeconómicos mantienen claras diferencias.

La predisposición a traspasarse datos de estudio o de fiestas es más alta en la clase alta. La media del sector alto es de 2,22 y del sector medio-bajo de 3,26. La tasa de significación estadística resultante es: $p = 0,004$. Lo mismo ocurre con respecto al envío de archivos (sean música, videos u otros), donde las destrezas en el uso de tecnología por parte de los adolescentes de clase alta es superior a sus similares de nivel socioeconómico más bajo (ver tabla 15). La diferencia de medias es de 3,30 y 3,51, respectivamente; lo que genera una significación estadística de $p = 0,000$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Estrato socioeconómico	Nº	Media	Desviación típica	P
Traspaso de datos de estudio o de fiestas.	Alto	60	2,22	1,151	,004
	Media-baja	61	3,26	1,611	
Envío de archivos	Alta	60	3,30	,908	,000
	Media-baja	61	3,51	1,728	

Tabla N° 15: Medias significativas de traspaso de datos y envío de archivos entre estratos socioeconómicos.

Por lo tanto, estos hechos **validan estadísticamente la hipótesis principal A**. Por ende, existen antecedentes para sostener que existen diferencias en los usos de la mensajería instantánea de los jóvenes valdivianos de liceos de

estrato alto frente a sus pares de nivel medio-bajo. Esto se refleja claramente en las distinciones observadas referente a la predilección a utilizar la mensajería como canal para traspaso de datos de estudio o fiestas, y también de archivos digitales.

Con respecto a la diferencia en las horas de conexión en la cual los jóvenes se dedican netamente a chatear el análisis de los datos arroja una leve tendencia superior en las mujeres. De este criterio se proyecta una media significativa de 2,02, mientras en los varones este indicador es de 1,85 (ver tabla 16). En este ítem la **significación estadística de $p = 0,832$ no alcanza a dar un nivel significativo.**

De esta forma **la hipótesis principal B se rechaza.** En estas circunstancias no es posible afirmar con certeza de que hay una diferencia marcada en los usos de la mensajería, ya que no se aprecia una mayor tendencia femenina a conectarse prioritariamente para usar mensajería.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Género	N^a	Media	Desviación típica	P
Frecuencia de horas diarias dedicadas netamente a chatear por mensajería.	Femenino	59	2,02	1,042	0,832
	Masculino	61	1,85	,891	

Tabla N° 16: Medias significativas de frecuencia de horas dedicadas netamente a chatear por la mensajería entre estratos socioeconómicos.

En cuanto a los comportamientos con connotaciones sexuales en la mensajería entre los hombres tampoco se obtiene mayor significación porcentual. Sólo un 10,8% de los censados admite haber experimentado sexo virtual. No obstante estos porcentajes suben cuando se les pregunta si tienen amigos que pasan por estas experiencias. El 44,6% tiene amigos o conocidos que tienen un romance virtual, y un 15% conoce a gente que experimenta del sexo virtual.

Siguiendo esta línea de investigación, solamente el 32,5% revela que ha sufrido manifestaciones obscenas, le han dicho cuestiones eróticas mientras chatean, o le han mostrado partes íntimas por la videocámara. **Estas proporciones indican que la hipótesis complementaria 1 se rechaza.** Por ende, en el caso de los liceanos valdivianos es errado argüir que la mensajería es un instrumento tendiente a satisfacer, o bien aquietar, las necesidades propias de su período de despertar sexual.

No obstante, como en todo trabajo científico que trate con seres humanos nunca se alcanza a conocer la realidad objetiva; estos resultados son solamente un acercamiento a esta realidad. En este contexto toma relevancia la posibilidad, siempre latente, que los jóvenes falseen sus respuestas en función del pudor, pérdida de la intimidad o producto de la “deseabilidad social”, que subraya Navas (2001).

El interés por conocer nuevas personas mediante la mensajería instantánea es más acentuado en el estrato medio-bajo, con una media de estimación 2,77, mientras en el segmento alto es de 3,53. Dicha problemática genera un grado de significación estadística que alcanza un $p = 0,014$. Este resultado se condice con el hecho de que el 39% de los alumnos de clase media-baja conocen personalmente a sus contactos desconocidos, lo que en sus pares de la clase alta sólo llega al 25% (ver tabla 17). Este ítem posee una significación estadística muy cercana al rango absoluto: $p = 0,002$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Estrato socioeconómico	Nº	Media	Desviación típica	P
Interés por conocer nuevas personas	Alto	60	3,53	2,167	,014
	Media-baja	61	2,77	1,687	
Alumnos que han	Alto	59	,25	,439	,002

conocido gente vía MSN	media-baja	61	,39	,493	
------------------------	------------	----	-----	------	--

Tabla N° 17: Medias significativas de interés por conocer nuevas personas y alumnos que han conocidos gente vía MSN entre estratos socioeconómicos.

Los anteriores datos señalan que la Hipótesis complementaria 2 resulta ser efectiva. En consecuencia, de este estudio se desprende claramente que los estudiantes de estrato medio-bajo usan la mensajería como herramienta de socialización en mayor medida que los chicos de clase alta. Este dato se refuerza con el antecedente de que en el análisis de las entrevistas semi-estructuradas igualmente se nota esta distinción social.

En el uso de los *emoticons* se visualizan diferencias de acuerdo al género. A pesar de la masiva utilización de estas representaciones gráficas su apropiación es preferentemente femenina. Sólo un 10% de las mujeres dice preferir no usarlos, proporción que sube a un 18% en los varones. La significación estadística de esta variable también resulta ser absoluta $p = \mathbf{0,000}$.

Así, el 76% de las chicas emplea *emoticons* con el fin de reemplazar gestos o sentimientos, entre el grupo masculino este porcentaje, igualmente mayoritario, sólo llega al 59% (ver tabla 18). Aquí la significación estadística es de $p = \mathbf{0,011}$.

Estadísticos de muestras independientes

Criterios	Género	Nº	Media	Desviación típica	P
Uso de emoticons para reemplazar gestos	Femenino	59	,76	,429	<u>,000</u>
	Masculino	60	,58	,497	
Preferencia por no usar emoticons	Femenino	59	,10	,305	,011
	Masculino	60	,18	,390	

Tabla N° 18: Medias significativas de uso de *emoticons* y preferencia por no usarlos entre géneros.

Por ende, estos hechos corroboran la hipótesis complementaria 3.

De esta forma estos resultados aprueban la tesis de que las mujeres tienen mayor habilidad para usar la Internet como medio comunicativo que los varones, lo que plantea Jackson, Ervin y Gardner (2001) con respecto al uso del *e-mail*.

4. 2 Relaciones y diferencias con otras investigaciones.

El hecho que el 49% de los encuestados afirme que lo primero que hace cuando ingresa a la red es abrir su cuenta de *Messenger*, y el 19% tenga programado el inicio de su sistema de mensajería al encender su computador, demuestra que en estos momentos la mensajería instantánea es el uso prioritario de los adolescentes en la red, tal como Adriana Gil (2003) demuestra que acontece entre los jóvenes catalanes y Villanueva (2005) entre la juventud peruana.

La altísima valoración positiva (44%) y muy positiva (30%) de esta tecnología se relaciona con la fascinación que la juventud siente por la tecnología, que explican una serie de autores como Raad (2004), Balardini (2004) y Balaguer (2004).

Desde otra perspectiva, el frecuente uso de la mensajería instantánea reafirma la tesis de Fernando de Laire (2001) que esta herramienta (y la red en general, por ejemplo el uso de juegos online) es otro de los espacios en el cual los jóvenes se *enracinan* (buscan abrigo)⁴¹ y viven su moratoria *psicosocial*, como postula Zegers (2003).

La proporción de estudiantes que usan este sistema para conocer nuevas personas, ya sea para hacer amistad o con fines amorosos, establece que el

⁴¹ La tesis de de Laire cabe perfectamente para explicar el uso de jóvenes en los juegos online.

Messenger se convierte en un nuevo espacio de socialización juvenil, tal como lo sostienen Gómez, Vallejo y Trujillo (2006).

En esto no sólo cabe con las amistades “reales”, sino también con los amigos que no conocen físicamente. El mayoritario porcentaje de jóvenes que tiene contactos desconocidos (87%, de los cuales sólo un 33% conoce personalmente a uno) sugiere que el ciberespacio es para muchos adolescentes un lugar en el cual se forjan un nuevo tipo de relaciones de amistades, las “amistades virtuales”.

Siguiendo esta lógica la mensajería instantánea adquiere una enorme relevancia en esa importante labor que se realiza en la adolescencia, que es la búsqueda de la identidad, en la cual las amistades tienen una importancia capital, como bien lo señala Davidoff (1989).

En esta línea de investigación aparece como tema emergente el interés de los liceanos de clase media-baja, especialmente entre las mujeres, a conocer amigos en otros lugares de Chile y otros países. Esta posibilidad se incluye en las entrevistas semi-estructuradas, pero al no obtener mayor relevancia es excluida del cuestionario.

Este proyecto es una mínima parte para llenar el vacío existente en la apropiación social de las tecnologías entre el segmento más vulnerable a su influencia: la adolescencia.

La aparición de “Wena Naty”, un vídeo subido a la red (con el explícito consentimiento de sus protagonistas) en la cual una niña de 14 años le practica sexo oral a un compañero en una plaza, es la demostración más dramática del uso y abuso que los jóvenes chilenos hacen de las nuevas tecnologías.

La enorme conmoción social producida por este suceso abre los ojos a la sociedad sobre algunos fenómenos juveniles que encuentran su lugar de expresión

en el ciberespacio. Es el caso de la alta apropiación de administradores de imágenes. De hecho Chile es el país que tiene el mayor número de usuarios de los sistemas de administradores de imágenes en el mundo: fotolog.com⁴², por lo que para la juventud criolla fotolog es un sinónimo para designar un administrador electrónico de imágenes. El psicólogo Miguel Arias (2007) dirige los dos informes del “Fenómeno Fotolog en Chile”⁴³, realizado por el Observatorio del Usuario Divergente S.A, y el estudio sobre la publicidad en este medio.

Pero no ocurre lo mismo con respecto a los juegos online, por lo menos en Latinoamérica⁴⁴. Si bien la encuesta del programa Enlaces (2005), sobre los usos del computador, consigna que un 69% usa el PC para “jugar” no existe claridad si esa categoría implica la participación en este tipo de juegos. Actualmente, en todo el mundo el fenómeno emergente en el ciberespacio es el enorme éxito que tiene el portal electrónico de vídeos Youtube.com⁴⁵, el cual, aparte de exponer vídeos del más amplio espectro, también se convierte en un verdadero foro de discusión⁴⁶.

⁴² Portal de la Consultora Divergente SA.

http://divergente-ideas.blogspot.com/2007_04_01_archive.html

Hay que hacer la salvedad que esto no significa una mayor tendencia de los chilenos a socializar sus fotografías. En otros países existen otros sistemas de este tipo que ostentan la popularidad que en Chile tiene Fotolog, como hi5, flyker, myspace o metroflog.

⁴³ Portal de la Consultora Divergente SA.

http://divergente-ideas.blogspot.com/2007_04_01_archive.html

⁴⁴ En España la Asociación española de editores de distribuidores y editores de software de entretenimiento (Adese) elabora varios estudios sobre la influencia de los videojuegos y juegos online entre la juventud hispana. Ver el último informe de este organismo titulado “Estudio de hábitos y usos de los videojuegos 2006”.

http://www.adese.es/pdf/InformeUA_2006.pdf

⁴⁵ Para revisar un análisis descriptivo de dicho fenómeno se recomienda leer el artículo de Denis Renó: “**YouTube, o mediador da cultura popular no ciberespaço**”. Revista Latina de Comunicación Social, N° 62.

http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm.

⁴⁶ Más de algún lector puede pensar que “Wena Naty” es subido a Youtube, lo cual no es así, ya que este portal no permite material pornográfico.

4.3 Alcances y limitaciones

Tal vez, el esfuerzo realizado en este estudio resulte totalmente infructuoso a futuro. En la incesante vertiginosidad de la Era de la Información es muy probable que pronto la mensajería instantánea, como se conoce hoy, casi no tenga líneas de continuidad con algún otro sistema de comunicación que la reemplace en la predilección de la gente. Precisamente, Pierre Lévy (2001) advierte que esta es uno de los principales escollos para estudiar los fenómenos ligados al “ciberespacio”.

Sobre esto, cabe recordar el caso de la “etnografía virtual” de Joan Mayans sobre los *chats* IRC. En la actualidad este sistema es muy poco usado, por lo que se dice que pasa a engrosar la arqueología de las TIC, junto con los disquetes 3,5' y el beeper.

Los resultados de este estudio sólo generan un acercamiento al fenómeno de la mensajería en la ciudad de Valdivia, entre los liceanos de Tercero medio en los segmentos alto y medio-bajo. Las conclusiones que se reproducen solamente se infieren a este grupo humano, que comprende un universo de 1.419 personas.

Por ende, esta investigación no es reproducible a los otros niveles socioeconómicos, ni en otros grupos étnicos, ni de la misma ciudad, ni del resto de Chile. Los chicos de estrato medio y bajo y los estudiantes universitarios, pueden tener otros intereses en la mensajería de los cuales se tiene absoluto desconocimiento. No obstante, este trabajo queda como antecedente para futuras investigaciones sobre el tema en otros contextos geográfico, social y étnico.

Como todo estudio científico basado en seres humanos es imposible aspirar a alcanzar la realidad objetiva de los usos de la mensajería instantánea entre

los liceanos de Valdivia. Siempre existe la posibilidad que los censados no contesten con toda sinceridad el cuestionario, lo que es una permanente preocupación para esta tesis.

Por otro lado, por más que los autores de este estudio mantengan una cercanía generacional con la población estudiada nunca se está libre de caer en el “etnocentrismo generacional”, que plantea Enrique Moletto (2003). “¿hasta qué punto los estudios sobre adolescencia no retratan mejor a los adultos que los sustentan, a sus clasificaciones, a sus modos de simbolizar, que a los pretendidos sujetos de estudio? (Ibíd., 2003:222)”. ¿Que tan cercano se esta de la realidad del uso del *Messenger* entre los adolescentes valdivianos? Sólo ellos lo dirán.

Por último se deja planteada la necesidad de incrementar el marco de estudios en la línea de la apropiación de las tecnologías e incorporar además de los necesarios datos cuantitativos, más elementos cualitativos que permitan responder más a los por qué de las tendencias o comportamientos. Este estudio, aunque tomado con mucha responsabilidad científica, no agota todas las posibilidades metodológicas y por lo mismo invita a diseños más completos.

V. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

5.1 Libros

Abarca, Humberto. 2003. Adolescencia, masculinidad y violencia: el caso de los barristas de fútbol. Humberto Abarca, en Varones Adolescentes: género, identidades y sexualidades en América Latina. Olavarría, José. Chile. Editorial FLACSO.

Álvarez-Gayou, Juan Luis. 2003. Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología. México. Editorial Paidós.

Arill, Mario. 2001. Personas, procesos mentales y sociedad. Ciencias Sociales. Sociedad y cultura contemporáneas. Lina Torres. México. Editorial Thompson.

Arnau, Jaime; Anguera, María Teresa; y Gómez, Juan. 1990. Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento. España. Universidad de Murcia.

Bandura, Albert. 1987. Pensamiento y acción. Fundamentos sociales. España. Editorial Martínez Roca.

Barker, Gary. 2003. La formación de hombres jóvenes “género equitativos”: reflexiones de la investigación y desarrollo de programas en Río de Janeiro, Brasil, en Varones Adolescentes: género, identidades y sexualidades en América Latina. Olavarría, José. Chile. Editorial FLACSO.

Briones, Guillermo. 1990. Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México. Editorial Trillas.

Castells, Manuel. 1999. La Sociedad Red. La Era de la Información: economía, sociedad y cultura, vol. 1. España. Editorial Siglo Veintiuno.

Castells, Manuel. 2001. La Galaxia Internet. España. Editorial Areté.

Castells, Manuel. 2005. Globalización, desarrollo y democracia: Chile en el contexto mundial. Chile. Editorial Fondo de Cultura Económica.

Cuche, Denys. 2004. La noción de cultura en las ciencias sociales. Argentina. Editorial Nueva Visión

Danet, Brenda. El texto como máscara: género, juego y performance en Internet. Capítulo V de Cibersociedad 2.0. Jones, Steven. España. Editorial UOC.

Davidoff, Linda. 1989. Introducción a la Psicología. México. Editorial McGraw-Hill.

De Kerckhove, Derrick. 1998. La Piel de la Cultura. España. Editorial Gedisa.

Durkheim, Emile. 1986. Las reglas del método sociológico. México. Fondo de Cultura Económica.

Eco, Umberto. 1995. Tratado de Semiótica General. España. Editorial Lumen.

Escandell, María Victoria. 2005. La Comunicación. España. Editorial Gredos.

Gaitán, Juan A, y Piñuel, José L. 1998. Técnicas de Investigación en Comunicación social. España. Editorial Síntesis.

Giddens, Anthony. 1990. The Consequences of Modernity. Estados Unidos. Editorial Polito Press.

Gilroy, Paul. 1998. Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad, en Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo. Curran, James; Morley, David; y Walkedine, Valery. España. Editorial Paidós.

Goffman, Erving. 1963. Estigma: la identidad deteriorada. Argentina. Editorial Amorrortu.

Goode, William J. 1967. Métodos de Investigación social. México. Editorial Trillas.

Ferguson, George A. 1986. Análisis estadístico en educación y psicología. España. Editorial Anaya.

Firth, Raymond. 1981. Hombre y cultura. La obra de Bronislaw Malinowsky. México. Editorial Siglo Veintiuno

Fuller, Norma. 1998. La Construcción social de la identidad de género entre varones urbanos del Perú, en Masculinidades y equidad de género en América Latina. Chile. Valdés, Teresa; y Olavarría, José. Editorial FLACSO-Chile.

Fuller, Norma. 2003. Adolescencia y riesgo: reflexiones desde la antropología y los estudios de género, en Varones Adolescentes: género, identidades y sexualidades en América Latina. Olavarría, José. Chile. Editorial FLACSO.

Habermas, Jürgen. 1999. Ciencia y técnica como "ideología". España. Editorial Tecnos.

Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; y Baptista, Pilar. 2003. Metodología de la Investigación social. México. Editorial Mc Graw Hill.

Isaías, Manuel. 2000. Desarrollo psicosexual. Capítulo 23 de El Adolescente. Dulanto. Enrique. México. Editorial McGraw – Hill Interamericana.

Jones. Steven G. 2004. Información, Internet y Comunidad: apuntes para la comprensión de la comunidad en la Era de la Información. Capítulo I de Cibersociedad 2.0. Jones, Steven. España. Editorial UOC.

Lafourcade, Enrique. 1996. Palomita Blanca. Chile Editorial Zig – Zag.

Lévy, Pierre. 2001. Cibercultura. Chile. Editorial Dolmen.

Lohr, Shannon L. 2000. Muestreo: diseño y análisis. México. Editorial Thompson Internacional.

Mattelart, Armand. 1995. La invención de la Comunicación. México. Editorial Siglo Veintiuno.

Marcuse, Herbert. 2001. El hombre unidimensional. España. Editorial Ariel.

Marx, Carlos. 1999. El Capital. Crítica de la economía política. México. Editorial Fondo de cultura económica.

Mayans, Joan. 2002. Genero Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio. España. Editorial Gedisa.

McLuhan, Marshall y Fiore, Quentin. 1967. El medio es el mensaje: inventario de efectos. España. Editorial Paidós Studio.

McLuhan, Marshall. 1969. “La comprensión de los medios como extensiones del hombre. México. Editorial Diana.

McLuhan, Marshall. 1972. La Galaxia de Gutenberg. España. Editorial Aguilar

Moletto, Enrique. 2003. La Pornografía entre los jóvenes adolescentes chilenos, en Varones Adolescentes: género, identidades y sexualidades en América Latina. Olavarría, José. Chile. Editorial FLACSO.

Montero, Juan y Rueda, José Carlos. 2001. Introducción a la historia de la Comunicación social. España. Editorial Ariel.

Negroponete, Nicholas. 1995. Ser Digital. Argentina. Editorial Atlántida.

Navas, María José. 2001. Métodos, diseños y técnicas de investigación psicológica. España. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Nuttin, J. 1978. Origen y desarrollo de los motivos; en La Motivación. Nuttin, J; Pieron, H; y Buytendjik, F. J. J. Argentina. Argentina. Editorial Nueva Visión.

Pieron, H. 1978. Bases fisiológicas de la Motivación; en La Motivación. Nuttin, J; Pieron, H; y Buytendjik, F. J. J. Argentina. Editorial Nueva Visión.

Rodrigo, Miquel. 1995. Los Modelos de la Comunicación Social. España. Editorial Tecnos.

Schofield Clark, Lynn. Flirteo en la Red: los adolescentes y el auge de las relaciones puras. Capítulo VI de Cibersociedad 2.0. Jones, Steven. España. Editorial UOC.

Schramm, Wilbur y Roberts, Donald. 1971. The Process and Effects of Mass Communication. Estados Unidos. Editorial de la Universidad de Illinois

Simce, Informe de Resultados, 2002. 2003. Sistema de Medición de la Calidad de la Educación (SIMCE). Chile. Ministerio de Educación.

Sodré, Muniz. 1998. Reinventando la cultura. España. Editorial Gedisa.

Toffler, Alvin. 2000. La Tercera Ola. España. Editorial Plaza & Janes.

Toledo, Virginia; Luengo, María Ximena; Lobos, Lucia; Fuentes, María Eugenia; y Siragyan, María Ximena. 1998. Adolescencia tiempo de decisiones. Chile. Editorial Mediterráneo.

Urrea, Fernando. 2003. El grupo de pares en la construcción masculina de jóvenes en clases subalternas, en Varones Adolescentes: género, identidades y sexualidades en América Latina. Olavarría, José. Chile. Editorial FLACSO.

Yus, Francisco. 2001. Cyberpragmática. España. Editorial Ariel.

Wallace, Patricia. 2001. La Psicología de Internet. España. Editorial Paidós Transiciones.

Winkin, Yves; Bateson, Gregory; Birdwhistell, Ray; Goffman, Erving; Hall, Edmund; Watzlawick, Paul; Jackson, Don; y Sheeflen, Albert; 1990. La nueva comunicación. España. Editorial Kairós.

5.2 Tesis

Cárcamo, Luis; Cladellas, Ramón; y Estaún, Santiago. 2006. Estimación de tiempo en adolescentes chilenos frente a una tarea especial desarrollada en formatos de papel y ordenador. España.

Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Psicologia Bàsica, Evolutiva i de l' Educació. Programa de Doctorat en Percepció, Comunicació i Temps.

Fernández, Juan Eduardo y Pradenas, Alfredo. 2001. Revolución Digital: Los Cambios Comunicacionales en el Presente, tecnológico, las Democracias y el rol del Periodista.

Tesis de Periodista. Valdivia, Universidad Austral de Chile. Facultad de Filosofía y Humanidades.

García, Silvio. 2004. Introducción de tecnologías emergentes en empresas: caso mensajería instantánea en Sodimac S.A.

Memoria para optar al título de Ingeniero Civil de Industrias, con Diploma en Ingeniería de Tecnologías de Información. Santiago, Universidad Católica de Chile. Departamento de Ingeniería Industrial y de Sistemas.

López, Carlos y Rodríguez, Gustavo. 2005. El rol de los Emoticones y de las aglutinaciones de carácter léxico en los canales de chat y telefonía móvil.

Tesis para optar al Título de Periodista y al grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social. Valdivia, Universidad Austral. Facultad de Filosofía y Humanidades.

5.3 Artículos

Mitcham, Carl. 1990. Tres formas de ser-con la tecnología. Revista Anthropos N° 94-95, 1989. España. Editorial Antropos.

Ramírez, Juan Domingo. 2003. La comunicación como un lugar de encuentro. Chile. Taller Introducción a la Comunicación. Instituto de Comunicación Social, Universidad Austral.

Vilches, Lorenzo. 2003. La Innovación en la Sociedad de la Información. Nuevos medios y nuevas culturas. Chile. Curso sobre la Migración digital. Universidad Austral de Chile.

5.4 Referencias electrónicas

AGENDA DIGITAL. **Informe 2004.**

Portal Guía para el desarrollo de sitios web de Gobierno de Chile (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.guiaweb.gob.cl/recursos/documentos/AgendaDigital_2004.pdf (Citado 7 de Agosto de 2006)

ANDRADE, Vinicius. **Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos.**

Revista Razón y Palabra. N° 41 octubre – noviembre 2004. Ponencia del Octavo congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Sao Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.razonypalabra.org.mx/actual/alaic.html> (Citado 29 de agosto de 2006)

ARAYA, Rodrigo y ORREGO, Claudio. **Internet en Chile. Oportunidad para la Participación Ciudadana.**

Portal de la Escuela de negocios, INCAE (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.incae.ac.cr/ES/clacds/proyectos/sociales/internet.pdf> (Citado 17 de mayo de 2006)

ARIAS, Miguel. **Diseño y publicidad responsable: nuevos códigos y plataformas en Internet. Caso “Interfase Fotolog”. Una mirada relacional y divergente.**

Revista Ciencia Psicológica, Universidad Central de Chile. Vol 1, Nº 1, 2007 (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.fcsucentral.cl/articulo.php?hace=publicaciones&id=42> (Citado 12 de agosto del 2007).

AVOGADRO, Marisa. **Ciencias de la Comunicación y Sociedad: un diálogo para la Era Digital.** CONGRESO de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) 2002 – Bolivia (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.eca.usp.br/alaic/material%20congresso%202002/congBolivia2002/trabalhos%20completos%20Bolivia%202002/GT%2019%20jose%20octavio%20islas%20carmona/Marisa%20E%20Avogadro.doc> (Citado 8 de agosto de 2006)

BALAGUER, Roberto. **La adicción a Internet.**

Portal Cibersociedad.net (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=2> (Citado 21 de agosto de 2006).

BALAGUER, Roberto. **El chat y el Messenger: instrumentos de entrenamiento en comunicación para tiempos de incertidumbre y baja atención.**

Portal Cibersociedad.net (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=209> (Citado 13 de mayo del 2006).

BALAGUER, Roberto. **Juventudes Conect@das.**

Portal Cibersociedad.net (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=124 (Citado 29 de julio del 2006).

BALARDINI, Sergio. **Dedeejays y ciberchabones: Subjetividades juveniles y tecnocultura.** Revista de Estudios sobre Juventud. Edición: año 8, núm. 20

México, DF, enero-junio 2004 pp. 108-139. (online)

Disponible en la World Wide Web:

http://www.imjuventud.gob.mx/pdf/rev_joven_es/20/De%20deejais%20y%20ciberchabones,%20Sergio%20Balardini.pdf (Citado 12 de mayo del 2006).

BELLEI, Cristian. **Educación Media y Juventud en los 90'. Actualizando la vieja promesa.**

Revista Última Década. Revista del Centro de Investigación y Difusión Poblacional de Achupallas, Viña del Mar, Chile. Nª 012. Marzo del 2000 (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/195/19501206.pdf> (Citado 27 de julio de 2006).

BAIGORRI, ARTEMIO. **Info-ricos e info-pobres. Navegando sin remos sobre la cresta de la ola.**

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.unex.es/sociolog/BAIGORRI/papers/inforicos.pdf> (Citado 19 de Junio de 2007)

BONEVA, Bonka S; QUINN, Amy; KRAUT, Robert E; KIESLER, Sara; e SHKLOVSKY, Irina. **Teenage Communication in the Instant Messaging Era.** University Carnegie Mellon (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf> (Citado 15 de Julio 2007)

BOUZA, Fermín. **Tendencias a la desigualdad en Internet: la brecha digital (digital divide) en España.**

Portal de la Universidad de Complutense de Madrid (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.ucm.es/info/socvi/BOUZA/NUEVA1/Textos/t.pdf> (Citado 8 de Septiembre de 2006).

BOYER, David; HANDEL, Mark; y HERBSLEB, James. **Introducing Instant Measing and Chat in Workplace** (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://delivery.acm.org/10.1145/510000/503408/p171-herbsleb.pdf?key1=503408&key2=0025453611&coll=portal&dl=ACM&CFID=11111111&CFTOKEN=2222222> (Citado 28 de diciembre de 2006)

BUSQUET, Jordi y SAMARANCH, Gonzalo. **Ciberculturas.** Revista Audiencia, Cultura i Xarxa. Universitat Ramon Llull. III Congrés Internacional Comunicació i Realitat (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/03/BUS_Jordi_SAMARANCH_Gonzalo.pdf (Citado 18 de agosto de 2006)

BURKLE, Martha, y GONZÁLEZ, Eva. **Redes de Mujeres en Internet para el cambio social: Un estudio de casos.**

Revista Razón y palabra, N° 52, febrero – marzo del 2006 V Biental Iberoamericana de comunicación (online)

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/biental/Mesa%201/Redes%20Mujeres%20GONZALEZ%20y%20BURKLE%203.pdf> (25 de septiembre de 2006)

CASTELLS, Manuel. **Internet y la Sociedad Red.**

Ponencia en la Universitat Oberta de Catalunya. Febrero del 2001 (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.cabuenes.org/03/documentos/cursos/globalizacion/bloque2/glob_biq2_08.pdf (Citado el 14 de mayo).

CASTELLÓN, Lucía y JARAMILLO, Óscar. **Las múltiples dimensiones de la brecha digital.** Coloquio Panamericano. Industrias culturales y diálogos en las Américas, Montreal, abril del 2002 (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/panam/Castello.pdf> (Citado 7 de Agosto de 2006)

CASTRO, Graciela. **Los jóvenes, los grupos y los escenarios de encuentros.**

Revista Kairos de Temas Sociales, de la Universidad Nacional de San Luis. Facultad de Ingeniería y Ciencias Económico Sociales. N° 14 octubre del 2004 (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www2.fices.unsl.edu.ar/~kairos/k12-archivos/castro2.pdf> (Citado 2 de Agosto de 2006).

CERI/OCDE. **Las TIC y los desafíos del aprendizaje en la sociedad del conocimiento**. Tercer Seminario CERI/OCDE de habla hispana. Santiago de Chile 2005 (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.enlaces.cl/Despliegue_Contenidos.php?id_seccion=4&id_contenido=13
(Citado 20 de agosto de 2006)

Ponencias Citadas

Las TIC y la desigualdad educativa en América Latina. Juan Carlos Tudesco.

La experiencia de la OCDE: ¿cuándo y en qué condiciones pueden las TIC mejorar los aprendizajes? Elementos clave para encontrar ciertas respuestas a los desafíos educacionales. Francisco Benavides y Bruno Della Chiesa.

DANDREA, Fabián. **Innovación tipográfica: prácticas redaccionales en el chat**. VI Congreso Latinoamericano de Estudios del discurso (online).

Disponible en la World Wide Web:

www.congresoaled2005.puc.cl/pdf/dandrea.pdf (Citado 25 de agosto de 2006)

DÁVILA, Óscar. **Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes**.

Revista Última Década (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.cidpa.cl/txt/21arti3.pdf> (Citado 25 de julio de 2006).

DE LAIRE, Fernando. **¿Identidad Juvenil? La Insoportable Levedad del Ser: Aportes para Renovar el Marco Teórico de los Estudios sobre Juventud**. Revista Mad. N° 4. Mayo 2001. Departamento de Antropología. Universidad de Chile (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/mad/04/paper02.htm> (Citado 25 de julio de 2006).

DEL ÁLAMO, Óscar. **El desafío de la Brecha Digital** (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.el4ei.net/esp/biblioteca/Textos%20biblioteca%20v1.0/problemas/falta%20de%20informacion/organizacion/el%20desafio%20brecha%20digital.pdf> (Citado 7 de agosto del 2006)

DEL BRUTTO, Bibiana. **Relaciones virtuales o Relaciones reales**

Revista Kairos de Temas Sociales, de la Universidad Nacional de San Luis. Facultad de Ingeniería y Ciencias Económico Sociales. N^o 4 ISSN 1514-9331

Disponible en la Wide World Web:

<http://www2.fices.unsl.edu.ar/~kairos/k04-d04.htm> (Citado 18 de octubre del 2006)

ENLACES. **Encuesta: “Educación en la Sociedad de la Información”**. Realizada por: Collect, Investigaciones de Mercado y ENLACES;

Centro de Educación y Tecnología del Ministerio de Educación (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.enlaces.cl/libro/encuesta.pdf> (Citado 3 de octubre de 2006)

GALINDO, Alma y GÓMEZ, Edgar. **Los Estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una Revisión y algunos Apuntes.**

Revista Razón y Palabra. N^o 44 abril – mayo 2005 (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n44/gomergalindo.html> (Citado 26 de septiembre de 2006)

GARCÍA, Iolanda y LOMBARTE, Silvia. **Estudio de un caso sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para la inclusión social** (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www3.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_06/n6_art_garcia_lombarte.htm

(Citado 6 de agosto del 2006).

GIL, Adriana; FELIU, Joel; RIVERO, Isabel; y GIL, Eva Patricia. **¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital** (online).

Disponible en la World Wide Web:

[http://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=&q=cache:uz_-](http://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=&q=cache:uz_-FRQsR7QJ:psicondec.rediris.es/Psicologia-clinica/nhinhos.pdf+los+j%C3%B3venes+y+la+tecnolog%C3%ADa)

[FRQsR7QJ:psicondec.rediris.es/Psicologia-](http://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=&q=cache:uz_-FRQsR7QJ:psicondec.rediris.es/Psicologia-clinica/nhinhos.pdf+los+j%C3%B3venes+y+la+tecnolog%C3%ADa)

[clinica/nhinhos.pdf+los+j%C3%B3venes+y+la+tecnolog%C3%ADa](http://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=&q=cache:uz_-FRQsR7QJ:psicondec.rediris.es/Psicologia-clinica/nhinhos.pdf+los+j%C3%B3venes+y+la+tecnolog%C3%ADa) (Citado 22 de noviembre del 2006).

GINÉ, Jaume y PRATS, Joan. **¿Nuevas tecnologías para el desarrollo humano?**

Revista Instituciones y Desarrollo N° 10 (2001) págs. 237-249 (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.iigov.org/revista/?p=10_08 (Citado 8 de septiembre del 2006).

GÓMEZ, Edgar. **Cibersexo: ¿La última frontera del Eros? Un estudio etnográfico.** Universidad de Colima, México.

Revista Razón y palabra. Sección libros (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/cibersexo.pdf> (Citado 10 de marzo del 2007)

GÓMEZ, Edgar. **Espacio, Ciberespacio e Hiperespacio: Nuevas configuraciones para leer la Comunicación Mediada por Computadora.** Anuario de Investigación

del CONEICC, Consejo Nacional para la Enseñanza y la investigación de las Ciencias de la Comunicación de México (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=19> (Citado 17 de agosto del 2006).

GÓMEZ, Elizabeth; VALLEJO, Ximena; y TRUJILLO, Julian. **La construcción de las identidades de género a través del chat**. Revista Quivera, número 001, volumen 8, enero – julio 2006 (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/401/40180116.pdf> (Citado 16 de octubre de 2006)

GRAY, Vanesa; MAGPANTAY, Esperanza; THOMPSON, Herbert; DE RIDDER, John; y SOUTHWOOD, Russell. **Informe sobre el desarrollo mundial de las Telecomunicaciones/TIC, 2006** (Resumen). Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, en sus siglas en inglés) (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-WTDR-2006-SUM-PDF-S.pdf
(Citado 8 de agosto de 2006)

FEIXA, Carles. **De las bandas a las culturas juveniles**. Estudios sobre las culturas contemporáneas, año/vol. V, número 15. Universidad de Colima, México (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/316/31601507.pdf> (Citado 18 de junio de 2007).

FERNÁNDEZ, Marcelo. **Mensajería Instantánea en Internet**.

Laboratorio de redes de la Universidad Nacional de San Juan, Argentina (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.tyr.unlu.edu.ar/tyr/TYR-mi/MI-Fernandez.pdf> (Citado 14 de mayo del 2006)

FERNÁNDEZ, Francisco Javier. **Brecha digital y adopción de las TIC: más allá de la infraestructura.** Revista Ruptura Digital (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol2/10/FERNANDEZ_FranciscoJavier.pdf (Citado 4 de agosto de 2006)

HALPERN, Jorge. **Para terminar con el juicio de Dios... o como Internet crea nuevas formas de socialización y quehacer colectivo.**

Portal Cibersociedad.net (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=128 (Citado 12 de mayo del 2006)

HANDEL, Mark y HERBSLEB, James. **What Is Chat Doing in the Wokplace?** (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://delivery.acm.org/10.1145/510000/503408/p171-herbsleb.pdf?key1=503408&key2=0025453611&coll=portal&dl=ACM&CFID=11111111&CFTOKEN=2222222> (Citado 28 de diciembre de 2006)

HERNÁNDEZ, Nayesia. **El chat como herramienta de comunicación en la educación a distancia: usos y potencialidades para fomentar el aprendizaje cooperativo.** Docencia Universitaria, Volumen II, Año 2001, N° 2. Universidad Central de Venezuela (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.revele.com.ve//pdf/docencia/volii-n2/pag27.pdf> (Citado 11 de mayo del 2006).

HERSKOVC, Valeria; GARRIDO, José Miguel; y FUENZALIDA, Cristian. **Software Libre y Brecha Digital**. Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas
Departamento de Ciencias de la Computación. Universidad de Chile (online).
Disponible en la World Wide Web:
http://www.dcc.uchile.cl/~cfuenzal/recursos/brecha_digital_sol.pdf (Citado 14 de mayo del 2006)

JACKSON, Linda A; ERVIIN, Kelly S; y GARDNER, Phillip D. **Gender and the Internet: Women Communicating and Men Searching**.
Sex Roles: A Journal of Research. March 2001 (online).
Disponible en la World Wide Web:
http://findarticles.com/p/articles/mi_m2294/is_2001_March/ai_78361733

KISS, Diana. **Los Procesos de la Comunicación interpersonal en Internet** (online).
Disponible en la World Wide Web:
http://scholar.google.cl/scholar?hl=es&lr=lang_es&cluster=17913902458467637452
(Citado 20 de junio del 2006).

LEMOS, André. **Ciberespaco e Tecnologias Móveis. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura**.
Revista Razón y Palabra. Nº 41 octubre – noviembre 2004. Ponencia del Octavo congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Sao Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil (online).
Disponible en la World Wide Web:
<http://www.razonypalabra.org.mx/actual/alaic.html> (Citado 29 de agosto de 2006)

MARTÍN BARBERO, Jesús. **Jóvenes: comunicación e identidad** (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.mseg.gba.gov.ar/ForyCap/cedocse/seguridad/JOVENES%20Y%20SEGURIDAD/jovenes%20y%20seguridad.pdf> (Citado 6 de septiembre de 2006).

MARTÍN BARBERO, Jesús. **Medios y culturas en el espacio latinoamericano** (online).

Revista de Cultura Pensar Iberoamérica. Número 5 - enero - abril 2004 (online)

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric05a01.htm> (Citado 6 de septiembre del 2006).

MARTÍNEZ, Víctor. **Cultura digital: ventajas y desventajas de la red global** Revista Razón y Palabra febrero – marzo, 2006, numero 49 V Bial Iberoamericana de comunicación (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bial/Mesa%209/VictorMartinez.pdf> (Citado 15 de agosto de 2006)

NARDI, Bonnie A.; WHITTAKER, Steve; y BRADNER, Erin. **Interaction and Outeraction: Instant Messaging in Action** (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/outeraction_cscw2000.pdf (Citado 1 de junio del 2007).

OYANEDEL, Marcela; y SAMANIEGO, José Luis. **Manual para el examen de Comunicación escrita**. Facultad de Letras de la Universidad Católica (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.uc.cl/dara/registro/estructuraestudios/manual_ECE/eglobal.html (Citado 11 de agosto del 2006)

PEREIRA DE SÁ, Simona. **Quem media a cultura do shuffle? A cultura, mídias e cenas musicais.**

Revista Razón y Palabra. Nº 41 octubre – noviembre 2004. Ponencia del Octavo congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), Sao Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.razonypalabra.org.mx/actual/alaic.html> (Citado 29 de agosto de 2006)

PERÉZ-ARIZA, Carlos. **El Estado de Internet en España y América Latina a Comienzos de 2006: Relaciones de Libertad de Expresión.**

Revista Razón y Palabra. Nº 51 junio – julio 2006 (online)

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n51/cperez.html>

(Citado 25 de septiembre de 2006).

PINEDA, Migdalia. **Sociedad de la información, Internet y Políticas Culturales en América Latina.**

Revista Razón y Palabra. Nº 48 diciembre 2005 – enero 2006 V Biental Iberoamericana de comunicación (online)

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n48/biental/mesa9.pdf>

(Citado 25 de septiembre de 2006)

PNUD CHILE. **Las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?**

Portal del Programa de Desarrollo Humano de la ONU en Chile (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.desarrollohumano.cl/informe-2006/sinopsis.pdf> (Citado 13 de Julio de 2006).

TIJOUX, María Emilia. **Jóvenes pobre en Chile. Nadando en la modernidad y la exclusión.**

Revista Última Década. Revista del Centro de Investigación y Difusión Poblacional de Achupallas, Viña del Mar, Chile. N° 003 (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/195/19500303.pdf> (Citado 20 de julio de 2006).

RAAD, Ana María. **Comunidad Emocional. Comunidad Virtual. Estudio sobre las relaciones mediadas por Internet.** Revista Mad. N° 10, Mayo 2004. Departamento Antropología. Universidad de Chile (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.revistamad.uchile.cl/10paper06.pdf> (Citado 20 de junio de 2006).

REGUILLO, Rossana. **Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión.** Revista Brasileira de Educação, Maio-Ago, número 023 (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/275/27502308.pdf> (Citado 7 de septiembre del 2006)

RIZO, Marta. **El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación.**

Portal de la Comunicación de la Universidad de Barcelona (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.portalcomunicacion.com/access/e_yes.asp (Citado 23 de mayo del 2006).

RIZO, Marta. **El Camino Hacia la “Nueva Comunicación”**. **Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto**. Revista Razón y Palabra. N^o 40, agosto – septiembre 2004 (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n40/mrizo.html> (Citado 20 de junio del 2007).

ROCHA, M. Alejandra. **El lenguaje de los jóvenes en el Chat**. Revista Estudios sobre las Culturas contemporáneas, junio, año/vol. X, número 019. Universidad de Colima, México (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://www.ucol.mx/acerca/coordinaciones/cgic/articulos/Productos/TESIS%20INTERNET%20U%20DE%20C.pdf> (Citado 11 de agosto del 2006)

ROCO, Gladys. **Relaciones interpersonales en los chats de Internet**. 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad (online).

Disponible en la World Wide Web:

<http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/gx7roco.pdf> (Citado 14 de mayo del 2006)

SOTO, Fernando; ESPEJO, Carlos; y MATUTE, Isabel. **Los jóvenes y el uso de Computadores e Internet**.

Portal del Instituto Nacional de la Juventud de Chile (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://www.injuv.gob.cl/cedoc_archivos/estudios/Informe_final.pdf (Citado 13 de mayo del 2006).

(SUBTEL) SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES DE CHILE. **Sistematización de la Información del proceso de la instalación de Telecentros Comunitarios en Chile** (online).

Disponible en la World Wide Web:

http://scholar.google.es/url?sa=U&q=http://www.iie.ufro.cl/documentos/Mujer_Completo.pdf (Citado 3 de agosto del 2006).

URRESTI, Marcelo. **Cambios de escenarios sociales, experiencia, juvenil, urbana y escuela.**

Portal de la Oficina de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, oficina de Buenos Aires (online).

Disponible en la Wide World Web:

http://www.oei.org.ar/edumedia/pdfs/T01_Docu1_Cambiodeescenariosociales_Urresti.pdf (Citado 25 de julio de 2006)

VICTORICA, Guadalupe. **¿Existe relación significativa entre el grado de exposición a Internet y las actitudes a socializar con amigos entre los adolescentes?**

Red Iberoamericana en Sociedad de la Información y Cibercultura (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/congreso/AMIC04PonenciaCompletaG%5B1%5D.Victorica.doc> (Citado 15 de agosto de 2006).

VILLANUEVA, Eduardo. **Brecha Digital: Descartando un Término Equívoco**

Revista Razón y Palabra. Nº 51 junio – julio 2006 (online)

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n51/evillanueva.html>
(Citado 22 de septiembre de 2006).

VOLKOW, Natalia. **La brecha digital, un concepto social con cuatro dimensiones.** Boletín de Política Informática Núm. 6, 2003 (online).

Disponible en la Wide World Web:

http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/articulos/tecnologia/brecha.pdf#search=%22%22Volkow%22%20%22brecha%20digital%20*%20concepto%22%22 (Citado 8 de septiembre del 2006)

ZEGERS, Beatriz. **El impacto de Internet en la Identidad Juvenil**. Clase Magistral dictada con ocasión de la Inauguración del año académico, Universidad de los Andes, 2003 (online).

Disponible en la Wide World Web:

<http://www.el4ei.net/esp/biblioteca/Textos%20biblioteca%20v1.0/problemas/falta%20de%20informacion/organizacion/el%20desafio%20brecha%20digital.pdf> (Citado 25 de julio del 2006).

ZEGERS, Beatriz; LARRAÍN, María Elena; y TRAPP, Alejandro. **El Chat: ¿Medio de Comunicación o Laboratorio de Experimentación de la Identidad? Estudio en una Muestra de 124 Estudiantes Universitarios de Santiago de Chile** (online).

Portal de la Biblioteca científica Scielo (Scientific Electronic Library Online) (online).

Disponible en la Wide World Web:

http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22282004000100005&script=sci_arttext (Citado 30 de agosto del 2006)

VI. ANEXOS

6. 1 Pauta de Entrevista semi-estructurada

- ¿Tienes Internet en tu casa? –
- ¿Usas el Messenger? –
- ¿Qué sistemas de Messenger usas? MSN Messenger, eBuddy, Meebo, etc –
- ¿Te conectas todos los días? –
- Si tu respuesta es no. ¿Cuántos días a la semana te conectas?
- Si tu respuesta es si. ¿Cuántas horas al día te conectas?
- ¿Cuántos contactos tienes? –
- ¿Tienes contactos que no conozcas personalmente? –
- ¿Tienes contactos fuera de Chile? –
- ¿Usas el Messenger para practicar inglés u otro idioma extranjero? –
- ¿Para que usas el Messenger?-
 - a) para conversar con tus amigos
 - b) hacer amistad con gente que no conozcas
 - c) para tener datos de estudio
 - d) para tener sexo virtual
- ¿Qué herramientas usas en el Messenger?
 - a) envío de archivos (fotos)
 - b) webcam
 - c) emoticons
- ¿Usas el Messenger para conocer más a alguien que te gusta? –
- ¿Has tenido un romance virtual?
- ¿Te has hecho pasar por mujer u hombre en el Messenger? –

- ¿Has tenido sexo virtual? –
- ¿Tienes amigo o conocidos que han tenido sexo virtual? -
- ¿En el Messenger has contado cosas que no te atreves a contar en la vida real? –
- ¿Mientes en el Messenger? –
- Si tu respuesta es Sí
 - a) te haces pasar por alguien más rico o más pobre (te cambias de clase social)
 - b) cambias tu aspecto físico (a veces pones una foto que no sea tuya)

6. 2 Cuestionario



**Universidad Austral de Chile
Facultad de Filosofía y Humanidades
Instituto de Comunicación Social
Escuela de Periodismo**

USOS DE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA EN ESTUDIANTES SECUNDARIOS DE VALDIVIA

Este cuestionario es parte de un estudio de la Universidad Austral que busca conocer los usos del Messenger entre los estudiantes secundarios de Valdivia. Todo lo que contestes sólo será analizado para esta investigación. Nada llegará a tus profesores, ni a tus padres, así que puedes contestar con toda confianza.

Ojo: Este cuestionario es sobre los usos en el Messenger, no de los salones de chat, como el Puntochat.

Género

- Masculino
 Femenino

Marca con una X la opción preferida.

1 ¿Tienes Internet en tu casa o en el lugar donde vives?

- Sí
 No

2 ¿Cuántos días a la semana te conectas?

- A todos los días
 B tres veces a la semana
 C una vez a la semana
 D una vez al mes
 E nunca

3 ¿Cuántas horas al día estas conectado?

- A menos de una hora
 B entre una 1 hora y 2 horas
 C entre 2 horas y 3 horas
 D más de 3 horas

4 Cuándo estas conectado ¿Cuanto rato te dedicas solamente a chatear?

- A menos de hora
- B 1 hora al día
- C entre 1 y 2 horas
- D más de 2 horas

5 ¿Cuántos contactos tienes en tu lista de Messenger?

- A entre 1 y 50
- B entre 50 y 100
- C entre 100 y 150
- D entre 150 y 200
- E más de 200

6 ¿Cuántos contactos tienes en tu lista que no conoces físicamente?

- A ninguno
- B menos de 10
- C entre 10 y 20
- D entre 20 y 30
- E más de 30

7 ¿Te has juntado con alguno de estos contactos que no conocías?

- Si
- No

8 ¿Hace cuanto comenzaste a chatear en el Messenger?

- A desde hace 5 años o más (tenías 11 años o menos, aproximadamente)
- B entre 4 a 3 años atrás (tenías 12 ó 13 años, aproximadamente)
- C hace 2 años (tenías 14 años, aproximadamente)
- D desde el año pasado

9 ¿En que momento abres tu Messenger?

- A me conecta automáticamente cuando inició el computador
- B es lo primero que hago cuando ingreso a Internet
- C lo prendo después que leo mi mail
- D luego de navegar un rato
- E lo reviso antes de salirme de la red
- F no lo abro nunca

10 ¿Para que usas el Messenger? Marca del 1 al 6 de la opción más usada a la menos usada. Con el 1 la más usada, con el 2 la segunda más usada, así sucesivamente. Si hay una opción que no ocupas escribe cero.

A	Conversar con tus amigos	
B	Conversar con parientes que viven lejos	
B	tener romances (cyberpololeo)	
C	Conocer personas nuevas	
D	para pasarse datos de estudio o de carretes	
E	enviar y recibir archivos (música, vídeos, u otros)	

F	Otro.....	
---	-----------	--

**11 ¿Usas emoticons (los monitos que señalan una frase o palabra)?
(puedes marcar de una opción)**

- A Uso emoticons en vez de escribir gestos o sentimientos
- B Uso emoticons en vez de escribir algunas palabras
- C Prefiero no usar emoticons

12 De tu uso personal del Messenger. Marca con una X si ocupas el Messenger para alguna de estas actividades.

		Si	No
A	Cuando conocí el Messenger me conectaba más que ahora		
B	En el Messenger he contado cuestiones que no le cuento a cualquier persona		
C	He usado el Messenger para conocer más a alguien que te gusta o que te parece atractivo		
D	He tenido un cyberpolo o cyberpolola		
E	Tengo amigos o conocidos que han tenido cyberpololo o cyberpolola		
D	He tenido sexo virtual (conversaciones eróticas o de tono sexual)		
F	Conozco a gente que ha tenido sexo virtual		
G	Has sufrido manifestaciones obscenas en el Messenger (te han dicho cosas eróticas o te han mostrado algunas partes íntimas por webcam).		

13 ¿Has mentido en el Messenger?

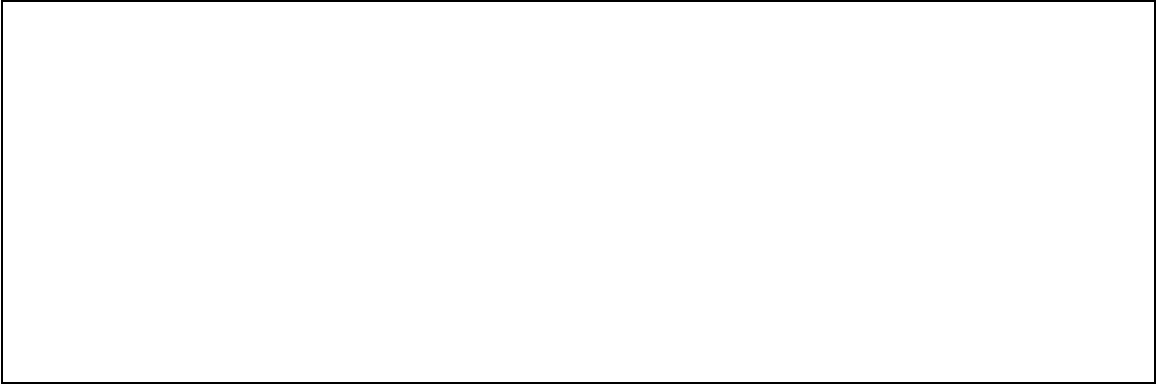
- Si
- No

**14 ¿En que has mentido en el Messenger?
(puedes marcar de una opción)**

- A has cambiado tu apariencia física
- B has cambiado tu edad
- C has mentido sobre el lugar donde estas
- D te has pasado por mujer o por hombre
- E otro aspecto ¿Cuál?.....

.....

15 ¿Qué opinas del Messenger como medio de comunicación?



Gracias por todo

Felipe

6.3 Glosario

Este glosario incluye algunos términos que quedan fuera del marco teórico, pero son muy relevantes en los resultados de los instrumentos metodológicos.

6.3.1 Emoticons: Como dice Mayans (2002) los *emoticons* “son representaciones gráficas o “textos icónicos” (Yus, 2001:128) de uso convencional, cotidiano y sorprendentemente frecuente en los chats (Mayans, 2002:62).”

Para Carlos López (2005) los *emoticons* representan los aspectos extralingüísticos de la comunicación oral información (gestos, entonación, miradas, acento, cadencia de la voz, etc.) tras pasados a la comunicación digital sincrónica. Esto es válido para la mensajería instantánea, los salones de *chat*, y también en la telefonía celular.

Aunque López (2005) habla de *emoticones* y Mayans (2002) de *emoticonos*, se opta por este vocablo con fines más anglos pero que es más común entre los usuarios de la mensajería.

6.3.2 Sexo Virtual: Siguiendo a Gómez (2003) como muchos conceptos relacionados con las TIC el *cibersexo* no tiene una definición clara. A grandes rasgos se entiende por sexo virtual como “aquella experiencia de búsqueda y obtención de placer erótico realizada no en el contexto de la realidad, sino a través de algún medio que representa un objeto sexual (Area, 1998)”.

Edgar Gómez (2003) distingue el sexo virtual basado en palabras, como es el caso de las conversaciones vía mensajería instantánea, mediante dos vertientes:

- 1) **relatos compartidos:** Este tipo de *cibersexo* consiste en la elaboración de un relato erótico, donde la otra persona sólo lo lee al otro lado de la línea, o eventualmente se masturba.
- 2) **narrativo-interactivo:** Aquí son las dos personas que construyen “una narrativa sexual de manera interactiva (como un diálogo), estando conectadas al mismo tiempo” (Gómez, 2003:70).

Pero, como dice Branwyn (2000), citado por Gómez (2003), en este fenómeno también participan algunas herramientas tecnológicas como son las fotografías con poses eróticas, que son intercambiadas por los participantes, y el uso de videocámaras (*webcam*), mediante el cual se puede mostrar imágenes en tiempo real de las personas.

6. 3.3 Romance virtual: Para Gómez (2003) y del Brutto (2000) el romance virtual es la continuación electrónica de los amores por correspondencia. Area (1998) los denomina *cyberromance*, pero en la realidad chilena son conocidos como *cyberpololeo*, un neologismo que imbrica el chilenismo con el que se conocen las relaciones de pareja (*pololeo*) con el neologismo *cyber*. De acuerdo a Area (1998) se entiende esta taxonomía como “enamoramientos de personas que no se conocen físicamente, pero que mantienen una comunicación regular entre ellas a través del ordenador (Ibíd., 1998:18)”.

6. 3.4 Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): Muchos autores le agregan a esta conceptualización el sinónimo de “nuevas”, cuestión que no parece pertinente, ya que se refieren a tecnologías que tienen por lo menos una década. Para definir este término se emplea una definición otorgada por Manuel Castells. “Entre las tecnologías de la información incluyo, como todo el mundo, el *conjunto convergente* de tecnologías de la microelectrónica, la informática (máquinas

y software, las telecomunicaciones/televisión/radio y la optoelectrónica (Ibíd., 1999:56)”.