

Estudio realizado para la
UNIVERSIDAD FASTA
Facultad de Ciencias de la Comunicación

»» EL USO DE INTERNET EN LOS NATIVOS DIGITALES .

**MARINA VENTURA
OTTAVIANO**

Lic. en Comunicación Social

Mar del Plata, 2015.

Esta investigación representa el cierre de una gran etapa importante en mi vida. Siempre me ha interesado saber sobre los adolescentes e Internet, es por eso que todas las investigaciones que hice durante la carrera fueron destinadas a ello. Al fin y al cabo, esta es mi exposición y se realizó con la intención de comprender a los estudiantes, concientizar e impulsar el uso de las TIC en la educación, ya que estos son el futuro de la sociedad. Por lo tanto, está destinada a todos los interesados en la temática y espero que el estudio sirva como una radiografía sobre el contexto y la realidad actual.

En primer lugar, quiero agradecer el apoyo incondicional de mi familia, que en todos estos años, hicieron que los 3 mil kilómetros que nos separan no se sientan tanto. Gracias a mis padres por confiar y por ser mi sostén emocional siempre. A mi hermano y amigo, Franco y a la razón y motivo de dicho estudio, mi “Nativo Digital favorito” Emi.

Igualmente agradezco a mis amistades, que siempre me han hecho sentir que Mar del Plata también es mi casa. Gracias por confiar en mí y haberme ayudado a transitar la carrera y poder terminarla. Gracias por la incondicional compañía a Maru, Josi, Lola, Magui, Luisina, Brenda, Gi, Lu, Seba, Mati, Santi y Marianito.

También, agradecer a las personas que me brindaron su ayuda para realizar la investigación, gracias a Andrea Gonzales, a Florencia y a Gonzalo por hacerme más fácil el camino.

No me quiero olvidar de decirle ¡gracias! a Ana Lorenzo por la paciencia y el tiempo dedicado durante el proceso de investigación.

A todos ellos simplemente gracias... de corazón.

Maru.

Resumen

Los estudiantes actuales son la primera generación mundial que ha crecido inmersa en las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Han pasado toda su vida rodeados de computadoras, celulares y respirando la atmosfera de Internet. Han creado un lenguaje que solo ellos entienden. Por lo tanto, es importante conocer a los Nativos Digitales.

Objetivo

La investigación se realizó con el propósito de describir y comparar el uso de Internet que hacen los estudiantes del último año del Secundario Superior de las Escuelas marplatenses Públicas y Privadas.

Materiales y Métodos

El tipo de diseño que se utilizó para llevar a cabo el estudio fue de tipo no experimental, ya que se observó a los jóvenes en su contexto habitual, el aula. Para esto se escogieron diez Escuelas de la ciudad de Mar del Plata, cinco Públicas y cinco Privadas. Posteriormente se empleó una grilla con dieciséis preguntas, para luego recolectar la información y analizarla.

Resultados

No existen diferencias en el uso de Internet entre los alumnos de las Escuelas Públicas y Privadas, los sitios web que más visitan son las Redes Sociales: Facebook, Twitter e Instagram y el recurso más utilizado es el "Chat". También reproducen música y ven videos. Usan Internet para realizar las tareas escolares, principalmente los Buscadores y Wikipedia; y como herramienta para realizar tareas grupales se valen de WhatsApp y del chat de Facebook. Asimismo, recurren a la Web para averiguar sobre su futuro profesional y la valoración que tienen de ésta es positiva.

Conclusión

La actividad en las Redes Sociales es el uso más extendido que se da a Internet al igual que el Chat. Si bien no hay motivación de parte de las Escuelas para utilizar a la Web como una herramienta en la educación, los estudiantes igualmente la aprovechan para resolver sus tareas escolares. En fin, el uso de Internet está estrictamente relacionado con sus necesidades.

USO DE INTERNET - JÓVENES - NATIVOS DIGITALES - TIC

ÍNDICE

➤	Agradecimientos.....	1
➤	Resumen.....	2
➤	Introducción.....	4
➤	Marco Teórico	
➤	Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: motor de cambio en la sociedad.....	9
➤	Los Nativos Digitales: una revolución para la Web 2.0.....	21
➤	Marco Metodológico.....	39
➤	Análisis e Interpretación de datos.....	47
➤	Conclusión.....	66
➤	Bibliografía.....	73
➤	Anexos.....	78

INTRODUCCIÓN >

La implantación de las nuevas tecnologías, incluyendo a Internet, en la sociedad actual ha generado múltiples transformaciones en distintos ámbitos de la vida, modificando el acceso a la información (sin barreras), las relaciones sociales y la comunicación, como así también la manera de entretenerse. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han convertido en verdaderas herramientas dentro de la denominada “Sociedad de la Información y el Conocimiento”.

Pero, si bien el mundo con las TIC se ve revolucionado, para los niños y los adolescentes no lo es, ya que ellos han nacido sumergidos en la era de Internet y las telecomunicaciones. A esta generación se la ha denominado “Nativos Digitales” (Prensky, 2001) ya que han crecido bajo la influencia de Internet. García, Portillo, Romo & Benito (2005) describen a los jóvenes como:

Estos nuevos usuarios enfocan su trabajo, el aprendizaje y los juegos de nuevas formas: absorben rápidamente la información multimedia de imágenes y videos, igual o mejor que si fuera texto; consumen datos simultáneamente de múltiples fuentes; esperan respuestas instantáneas; permanecen comunicados permanentemente y crean también sus propios contenidos. (p.2)

Esta generación se compone de todos aquellos que nacieron desde finales de la década de 1980 y principios de 1990, y que al presente son la primera que está estrechamente relacionada con la tecnología.

Si anteriormente la televisión ocupaba la mayoría del tiempo de ocio de los niños, actualmente se afirma que Internet está desplazando ese lugar (Bringué, 2010). Se han realizado estudios a nivel latinoamericano que han intentado medir el impacto de las TIC en los niños y adolescentes. Existen investigaciones realizadas en la Argentina respecto al uso de Internet, el acceso y disponibilidad de las TIC en la población¹. Pero, puntualmente, en Mar del Plata solo se registra un estudio llevado a cabo en el año 2010 por el “Observatorio de la ciudad”, perteneciente a la Universidad FASTA, en el cual se comparó el uso de Internet con el uso de la Televisión en los adolescentes del último año del ciclo escolar.

Es por eso, que la investigación apunta a la búsqueda de información y comparación, sobre el uso de Internet que hacen los estudiantes del último año de Escuelas públicas y privadas de la ciudad de Mar del Plata, debido a que los adolescentes que actualmente tienen

¹ Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación, año 2011, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Encuesta Nacional de Consumos Culturales, año 2013, del Sistema de Información Cultural de la Argentina.

Encuesta de Acceso, Consumo y Comportamiento de los adolescentes en Internet, año 2013, de UNICEF Argentina.

entre 17 y 18 años, son la primera generación que ha nacido inmersa en las TIC y que hoy se encuentran atravesando una etapa en la cual definen su futuro profesional, es por eso que interesa averiguar si aprovechan o no los recursos que la Web ofrece, ya que ellos son el futuro.



Problema

En esta investigación se estudiará el uso que hacen de Internet los adolescentes del último año del Secundario Superior que concurren a Escuelas Privadas y Públicas en el año 2014.

¿Existen diferencias en el uso que hacen de Internet los adolescentes del último año del Secundario Superior que concurren a las Escuelas Privadas y Públicas, de la ciudad de Mar del Plata?

Objetivo general

Describir y comparar el uso que hacen de Internet los adolescentes del sexto año del Secundario Superior de las Escuelas marplatenses Públicas y Privadas.

Objetivos específicos

- Detallar el uso de Internet según el dispositivo tecnológico elegido para navegar y el lugar de conexión.
- Describir el uso de Internet según la frecuencia y el tiempo de conexión.
- Establecer los sitios web y los recursos de Internet más utilizados por los adolescentes.
 - Identificar los sitios web y los recursos de Internet que usan para realizar las tareas escolares.
- Determinar el uso que los adolescentes hacen de Internet para averiguar acerca de su futuro profesional o académico.
- Describir la valoración que los estudiantes tienen de Internet.



MARCO TEÓRICO

**LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y LA
COMUNICACIÓN: MOTOR DE
CAMBIO EN LA SOCIEDAD >**

La transformación del mundo actual es algo que no se puede negar, la globalización y las nuevas tecnologías mantienen a las sociedades conectadas, achicando e incluso olvidando el tiempo y las distancias entre éstas. El principal motor de cambio lo ha generado Internet, ya que ha permitido a las personas de todo el planeta la comunicación instantánea y el acceso a la información, revolucionando así sus vidas.

Internet se ha convertido en el corazón de un nuevo paradigma que constituye en realidad la base material de las personas y de sus relaciones. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en realidad, constituyendo la sociedad actual (Manuel Castells, 1996, p. 18).

En este contexto se desarrolla y avanza lo que se denomina “Sociedad de la Información”, “Sociedad del Conocimiento” o “Sociedad de la Información y el Conocimiento”.

No existe un único término elegido y consensuado universalmente para poder nombrar a la actual sociedad, pero la característica que representa a ésta es el acceso y fluido de información que viaja por todo el mundo a través de las “Tecnologías de la Información y la Comunicación” y que no sólo han modificado las estructuras sociales, sino que permiten la creación de lazos entre las personas y la posibilidad de conocimiento.

Por una parte, hablar de “Sociedad de la Información” es referir a aquella comunidad que utiliza extensivamente y de forma optimizada las oportunidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como medio para el desarrollo personal y profesional de sus ciudadanos (La Sociedad de la Información en España: presente y perspectivas, 2000, p. 18).

Es decir, una sociedad que da lugar a la constante innovación de la tecnología de la información y que ésta a su vez, se convierte en la fuerza latente de la transformación social, modificando sus formas de relacionarse y de no sólo acceder a la información sino también almacenarla.

Por otro lado, la “Sociedad del Conocimiento” es considerada como un término diferente e incluso más completo. La UNESCO en su investigación *Hacia las Sociedades del Conocimiento* (2005) considera que existe una diferencia entre ambos términos argumentando que la información es efectivamente un instrumento del conocimiento, pero no es el conocimiento en sí; el conocimiento obedece a aquellos elementos que pueden ser comprendidos por cualquier

mente humana razonable, mientras que la información son aquellos elementos que obedecen principalmente a intereses económicos comerciales (p. 19).

El Subdirector de la UNESCO Abdul Waheed Khan reafirma esta postura considerando que el concepto de “Sociedad de la Información” está relacionado con la idea de la “innovación tecnológica”, mientras que el concepto de “Sociedades del Conocimiento” incluye una dimensión de transformación social, cultural, económica, política e institucional, así como una perspectiva más pluralista y desarrolladora (p. 19).

Al respecto, el sociólogo Manuel Castells (1996) también establece una distinción analítica entre “Sociedad de la Información” que prefiere denominarla “Sociedad Informacional”, y adopta el término “Sociedad Red”.

Lo que el autor sugiere es que el término “información”, en su sentido más amplio, es decir, como comunicación del conocimiento, es fundamental en todas las sociedades. En contraste, la expresión “informacional” indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas (Castells, 1996, p. 18).

En la “Sociedad Red” la realidad está construida por redes de información que procesan, almacenan y transmiten información sin restricciones de distancia, tiempo ni volumen. Esta nueva forma de entender el funcionamiento de la sociedad se basa en el fenómeno de la globalización, el cual se ha ido desarrollando gracias a Internet. Para Manuel Castells esta sociedad es entendida como una “estructura social resultante de interacción entre organización social, cambio social y el paradigma tecnológico constituido en torno a las tecnologías digitales de la información y la comunicación” (p. 27).

En fin, en esta investigación se considera a la “Sociedad de la Información” como precursora de la “Sociedad del Conocimiento”, ya que para la primera su materia prima es la información y la segunda procesa la información convirtiéndola en conocimiento, por tal motivo deben ir enlazadas. Pero, sin olvidar que este nuevo modo de desarrollo se desenvuelve de manera diferente según la diversidad de culturas e Instituciones en todo el planeta.

Como se mencionó anteriormente, la posibilidad de generar información y difundirla a través de las “Tecnologías de la Información y la Comunicación” (en adelante, las TIC) es la

característica sobresaliente que rige a las sociedades actuales ya que éstas han permitido su desarrollo.

De una forma general, las TIC son un conjunto de técnicas, desarrollos y dispositivos que sirven para transmitir, almacenar y procesar datos, es decir, son todas aquellas herramientas y programas que tratan, transmiten y comparten la información mediante soportes tecnológicos. La informática, Internet y las telecomunicaciones son las TIC más desarrolladas (Guía de formación TIC para padres y madres de adolescentes, 2009, p. 17).

La principal ventaja de estas tecnologías es que permiten fusionar distintos medios en un solo dispositivo, como una “cierta convergencia” (Martin Becerra, 2003, p. 92). Por ejemplo, la posibilidad de enviar fotos a través de teléfonos celulares o consultar las ediciones online, que incluyen videos y audios, de los diarios del mundo, o escuchar las emisiones radiales por Internet; todo eso se produce gracias a procesos de digitalización de la información que a su vez ha conducido que los medios ya no sean identificados exclusivamente por un aparato tecnológico.

Esto ha generado una revolución que ha atravesado al modelo cultural de cada sociedad. Con las TIC hay un tipo diferente de percepción del mundo, de vivir, de trabajar, de enseñar y de aprender. Además, como plantea Wolton (1999, citado en Guía de formación TIC para padres y madres de adolescentes, 2009):

Pocos sectores tan vitales para la sociedad contemporánea están tan de actualidad como la comunicación tecnológica. La historia del teléfono, del cine, de la radio, de la televisión, de la informática tiene sólo un siglo de vida. Pero las rupturas introducidas por estas técnicas han sido tan violentas y se han llevado a cabo tan rápidamente, que parece que están allí desde siempre. (p. 33)

Afirmar que parece que “están allí desde siempre”, como dice el autor, es aceptar que el uso de las TIC en la vida habitual no ha sido “tan difícil” de incorporar. Que para la utilización de las mismas no se necesita ser un experto en tecnología y que, el lenguaje que se ha creado con la aparición de éstas marca una diferencia generacional (entre niños, jóvenes y adultos mayores), pero a su vez deja a la luz la adaptación de los adultos al lenguaje y a la modificación de las actividades habituales incorporando las TIC (que un tanto ayudan a facilitar o simplificar algunas tareas).

Pero pese a eso, es importante mencionar que por más que se proclame que las TIC son una ventana de acceso universal, éstas traen aparejadas la denominada “brecha digital”, entendida como la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las “Tecnologías de Información y Comunicación” como una parte rutinaria de su vida y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que, aunque las tengan no saben cómo utilizarlas (Arturo Serrano & Evelio Martínez, 2003, p. 8).

Según, María Frick (2008, p. 19) existe una “brecha digital” entre los países en vías de desarrollo y los países del Primer Mundo, especialmente en áreas rurales y las urbanas.

La autora enfatiza que la “brecha digital” está asociada a la disponibilidad de recursos financieros de cada persona en particular, es decir, no todos pueden pagar la conexión a Internet y también se relaciona con el acceso socio-cultural, es decir, el nivel educativo o el idioma.

Por lo tanto, si bien las TIC ya están instaladas globalmente, la incorporación de las nuevas tecnologías y el acceso a éstas depende en gran medida del desarrollo de cada sociedad o cultura en particular.

En este sentido, José Joaquín Brünner (2003, p. 59) indica que Internet no ofrece iguales oportunidades de acceso a las diferentes sociedades y, por lo tanto, a los diferentes grupos que lo conforman. Señala, asimismo, que la Red está reproduciendo las desigualdades existentes en infraestructura, tecnologías, conocimiento y poder mundial.

Sin olvidar lo expuesto, es posible ver a las nuevas tecnologías desde una perspectiva instrumental y así afirmar que las principales contribuciones de las a las actividades humanas, se concretan en una serie de funciones que facilitan la realización de las tareas.

Igualmente, entenderlas como instrumentos que permiten procesar datos de manera rápida y fiable: realizar cálculos, escribir y copiar textos, crear bases de datos, modificar imágenes; que para ello hay programas especializados: hojas de cálculo, procesadores de textos, gestores de bases de datos, editores de gráficos, de imágenes, de sonidos, de videos, de presentaciones multimedia y de páginas web, etc.

En definitiva, lo positivo de las TIC, ya implantadas en la sociedad, es que por ejemplo, permiten almacenar grandes cantidades de información, producir contenidos y luego publicarlos, establecer comunicaciones inmediatas y participar en comunidades virtuales. Por lo tanto, se puede decir que han llegado para revolucionar y atravesar todas las sociedades.

En esta investigación se entiende que las TIC son un conjunto de herramientas con las cuales el individuo interactúa de forma activa formando una asociación intelectual que le posibilita realizar tareas de forma más eficiente y en menos tiempo, y también utilizarlas como “herramientas para pensar” (Jonassen, 2002).

Es indudable entonces que las TIC han atravesado a los individuos quienes hacen uso constante de éstas en su vida diaria de acuerdo a sus necesidades.

Al hablar de “usos” es pertinente mencionar a la “Teoría de Usos y Gratificaciones”, surgida en la década del setenta, ya que su principal objetivo fue explicar cómo los medios masivos de comunicación son utilizados para satisfacer las necesidades de los individuos. Por lo tanto, se entiende a Internet como medio, del cual la sociedad hace uso de acuerdo a sus necesidades.

Dicha teoría tiene su origen en la postura funcionalista en relación con los medios de comunicación; es decir, las funciones que los medios desempeñan en la sociedad (Otero, 1997). Hay que recordar que hasta ese entonces, primó la teoría de la aguja hipodérmica, donde los estudios estuvieron enfocados en el modelo causa-efecto. Según la “Teoría de Usos y Gratificaciones”, no se pregunta “qué hacen los medios de comunicación a las personas” (p. 127), sino se rige por responder ¿qué hacen las personas con los medios? Se basan en la afirmación “que ni siquiera el mensaje del más potente de los media puede normalmente influenciar a un individuo que no se sirva de él en el contexto socio- psicológico en el que vive” (Katz, 1959, citado en Mauro Wolf 1987, p. 78).

Con la aparición de dicha teoría, el resultado de la comunicación se empieza a considerar que es gracias a que los mensajes producen una cierta gratificación a los públicos destinatarios. Los mensajes serán más eficaces cuanto mayor eficacia les atribuya el mismo público. Si la gente obtiene cierta gratificación placentera con los mensajes concretos, cualquier texto que adopte su forma tendrá una eficacia importante (Javier Davara Rodríguez, 1992, p. 43).

Actualmente, algunos autores como Varela (2009, p. 2), sostienen que esta teoría relaciona las gratificaciones deseadas con las obtenidas así como con los orígenes sociales y psicológicos de la exposición a los medios. Algo similar refiere Mauro Wolf (1987) cuando cita a Merton (1982), quien sostiene que la influencia de las comunicaciones de masas sería incomprensible si no se considera su importancia respecto a los criterios de experiencias y a los

contextos situacionales del público: los mensajes son disfrutados, interpretados y adaptados al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones (p. 79).

Wolf también cita a uno de los propulsores de esta teoría, Denis McQuail (1975), quien señala que el receptor es también iniciador, ya que da origen a mensajes de retorno, y además realiza procesos de interpretaciones con un cierto grado de autonomía. Es el receptor quien “actúa” sobre la información de la que dispone y la “usa” (p. 79).

Los medios cumplen una función de satisfactores de las necesidades de quienes los consumen, Katz-Gurevitch-Haas (1973, citado en Wolf 1987) establecen cinco clases de necesidades:

- a) necesidades cognoscitivas (adquisición y refuerzo de los conocimientos y de la comprensión); b) necesidades afectivas –estéticas (esfuerzo de la experiencia estética, emotiva); c) necesidades integradoras a nivel de la personalidad (seguridad, estabilidad emotiva, incremento de la credibilidad y del status); d) necesidades integradoras a nivel social (refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, los amigos, etc.); e) necesidades de evasión (relajación de las tensiones y de los conflictos). (p. 81)

También, puede establecerse una relación entre el contexto social en el que vive el destinatario y las clases de necesidades que favorecen el consumo de medios. Se definieron cinco modalidades:

1. La situación social produce tensiones y conflictos, que el consumo de mass media atenúa; 2. La situación social crea la conciencia de determinados problemas que exigen atención, y la información sobre ellos puede buscarse en los media; 3. La situación social ofrece escasas oportunidades reales de satisfacer determinadas necesidades, que procuran satisfacerse, de forma delgada, con los media; 4. La situación social crea determinados valores, cuya afirmación y cuyo refuerzo son facilitados por las comunicaciones de masas; 5. La situación social proporciona y determina expectativas de familiaridad con determinados mensajes, que deben por lo tanto ser disfrutados para sostener la pertenencia a grupos sociales de referencia. (Katz-Blumler-Gurevitch, 1974, citado en Wolf 1987, p. 81)

Se puede ver que dicha teoría sostuvo que el público cumplía una función activa y no pasiva ante los medios de comunicación. Si bien están dentro del funcionalismo, el público cubre una necesidad independientemente de su estructura social. Por entonces se creyó que los individuos satisfacen una necesidad de carácter biosicológica (Otero 1997, p. 129).

Además, como ya se ha mencionado, los individuos se presentan activos ante las TIC, ya que es posible utilizarlas como herramientas para resolver distintas necesidades.

Parte de unos supuestos básicos, según la recopilación realizada por Otero Bello (1999, p. 129) la utilización de los medios está dirigida a la obtención de metas. Utilizan los medios de acuerdo a necesidades específicas. Del mismo modo, los receptores seleccionan tipos de medios y contenidos de medios para satisfacer necesidades. Entonces, se adaptan los medios a las necesidades de los espectadores.

Esto se ve reflejado constantemente en la innovación no sólo tecnológica, sino también en el cambio permanente de los medios en su contenido y estructura, ya que las necesidades de las personas se modifican. Por ejemplo, el dinamismo que muestran los sitios web, la manera de presentarse la información o noticias, como así también de producirla y la posibilidad de lo “instantáneo” o “inmediato”.

Sobre esto, Mauro Wolf (1987, p. 30) considera que un medio no solo es consumido por su contenido, es decir, algunas de las razones que llevan al consumo de medios no implican ninguna orientación respecto a la fuente representada por el emisor, sino que tienen significado en el mundo individual del sujeto que forma parte del público.

Es decir, que usar o elegir determinado medio es una opción que el individuo hace no solo por el fin que persigue, sino también por las características personales, sociales y las costumbres y familiaridad hacia ello.

Según Guillermo Orozco (1997), existen dos vertientes de dicha teoría. La corriente con influencia norteamericana, británica y alemana, donde se enfatiza las gratificaciones. Y por el contrario, la corriente latinoamericana que ha profundizado más en los usos. Según Orozco uno de los impulsores de esta variante fue Jesús Martín Barbero, quien indicó que es importante ver de qué manera se apropia la audiencia, como participantes de un grupo social o como miembros de una cultura específica (p. 55).

En dicha investigación se toma de guía la corriente latinoamericana, ya que enfatiza en el uso que hacen de Internet los adolescentes, considerados como miembros de una cultura que ha surgido de las “Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación”.

Una cultura que conlleva nuevos conocimientos, nuevas maneras de ver el mundo, nuevas técnicas, pautas de comportamiento y no menos importante, la incorporación a la “vida

cotidiana” de las nuevas tecnologías y la creación de un lenguaje en torno a estas. Por “vida cotidiana” se entiende la reiteración de acciones vitales, en una distribución diaria del tiempo (Pichón Riviere, 1985, p. 70). La cotidianidad se constituye por ejemplo por la familia, la revista que se lee, la televisión, el cine, el teatro, la cocina, la moda, los medios de transporte, el trabajo, el deporte, el sexo, los tipos de consumo, la economía, la música que se escucha, etc. Desde esta mirada, se puede decir que la cultura se constituye por esta cotidianidad y viceversa.

El antropólogo estadounidense Ralph Linton Gillingham (1945, p. 47), ha definido a la cultura como una forma de vida dentro de la sociedad, como el resultado de la conducta, cuyos elementos se comparten y transmiten entre los miembros de una sociedad. Tanto las actividades de la vida cotidiana como así también las conductas del hombre, en la actualidad están afectadas o modificadas por la tecnología. Se puede ver la creación de nuevos espacios, nuevas formas de participación y socialización, en fin, nuevas formas de relacionarse y comunicarse entre los individuos. Además, lo que prima, según el autor, es que se comparte el valor de la comunicación, no necesariamente se trata de una cultura basada en el contenido, en los valores compartidos, sino en el proceso (p. 47).

Debido al informe encargado por el Consejo de Europa sobre las implicaciones culturales de las TIC, Pierre Lévy (2007, p. 7) designa con el nombre “Cibercultura”, al conjunto de los sistemas culturales surgidos en conjunción con dichas tecnologías digitales. En este sentido se pueden utilizar, asimismo, los términos “cultura digital” o “cultura de la sociedad digital” (utilizando la expresión sociedad digital como traducción de e-society) para designar la cultura propia de las sociedades en las que las tecnologías digitales configuran decisivamente las formas dominantes tanto de información, comunicación y conocimiento, como de investigación, producción, organización y administración.

Pierre Lévy (2007, p. 7) parte de una idea de cultura que no se reduce a los componentes de carácter simbólico (como representaciones, ideas, interpretaciones, valores, costumbres, etc.) presentes en la sociedad. Sino que además integra como un factor fundamental, las técnicas, los artefactos y los entornos materiales. La “Cibercultura” se desarrolla conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio, el cual viene dado por artefactos electrónicos, las TIC, las informaciones y comunicaciones digitales.

Este surgimiento cultural se ve reflejado principalmente en los jóvenes, quienes para ellos las TIC son una necesidad, no una opción. Resuelven sus problemas cotidianos usando las

distintas tecnologías, porque a través de ellas reciben información, se comunican, se divierten y estudian (Guía de formación TIC para padres y madres de adolescentes, 2009, p. 19).

Pero se considera, sin importar la diferencia generacional, que todas las personas que consumen regularmente creaciones culturales en formato digital, se las denomina “usuarios de cultura digital”. Así lo describió la *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital*² realizada en el primer semestre del año 2013.

Antes de continuar es importante saber qué es ser un “usuario”. Según el diccionario de la Real Academia Española, en principio, usuario es “aquel que usa algo”. Sin embargo, en el sentido puramente informático, el término hace referencia al “conjunto de permisos y de recursos (o dispositivos) a los cuales se tiene acceso. Un usuario puede ser tanto una persona, una máquina, un programa, etc.”.

Por lo tanto, ser “usuario de cultura digital” refiere a aquella persona que utilice un dispositivo tecnológico para consumir creaciones culturales (en versión digital).

En Argentina la penetración digital en la cultura es alta, el 69% de los argentinos (mayores de 12 años) son “usuarios de cultura digital”, según los resultados de la encuesta; y esto debe al uso extendido de la PC, ya que al utilizarla es casi “inevitable” no convertirse en consumidores de cultura digital. Incluso, quienes no utilizan PC son usuarios digitales a través del celular.

La industria con mayor cantidad de usuarios digitales es la fonográfica, con un 58%. En este caso parece importante el consumo de música y radio a través de dispositivos digitales portátiles (celulares y, en menor medida, reproductores de MP3 y MP4). El cine y la televisión presentan menores porcentajes de usuarios digitales (22% en total), según la encuesta, probablemente esto se deba a que las nuevas tecnologías, tengan menos ventajas relativas para su consumo respecto de la tecnología audiovisual analógica.

Siguiendo la investigación se ve que la penetración de las tecnologías digitales en la industria editorial es dispar: el diario, los blogs y las revistas digitales crecen y puede que, entonces, resten consumidores al mercado editorial en papel; pero, respecto de los libros, que son material de lectura y almacenamiento con mayor duración en el tiempo, el formato digital parece avanzar muy lentamente.

² La investigación fue llevada a cabo por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) y se aplicó a los ciudadanos de 12 años en adelante.

Sin dudas, el videojuego es la industria cultural digital por naturaleza, puede considerarse el sector donde más velozmente se impone el formato digital, ya que incluye al 78% de sus usuarios (24% de un total de 30%) que emplea soportes digitales.

De acuerdo al uso de la PC e Internet por parte de los argentinos, la computadora es el dispositivo tecnológico que más se extendió en los últimos tiempos: el 71% de los argentinos tiene PC, el 68% es usuario, el 65% se conecta a Internet y el 60% tiene conexión en su casa.

Esto muestra un crecimiento en cuando al uso, ya que en el año 2011 se realizó en Argentina la primer *Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC) en Hogares y Personas*³, y mostró que más de la mitad de los argentinos disponía de computadora (52,8%) pero menos de la mitad tenía Internet (43,8%). Aunque, no muy alejado de la situación actual, la investigación reveló que en los hogares con integrantes de entre 12 y 17 años había una mayor disponibilidad de celular, computadora e Internet (10,6; 15 y 7 puntos porcentuales más respectivamente) que en aquellos donde no había integrantes de estas edades.

Siguiendo los datos de la *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital* el protagonismo del teléfono celular en los consumos digitales es del 24%, la población se conecta a Internet a través de los Smartphone, y un 9% dice que ésta es su principal vía de conexión; también utilizado por el 10% para jugar videojuegos.

Hoy en día, se muestra un crecimiento del uso del teléfono celular en la población. Según la investigación realizada en junio del 2014, por la consultora Carrier y Asociados, hubo un aumento del 17% del acceso a Internet desde teléfonos móviles, llevando hasta el 74% de usuarios argentinos que acceden a la Web bajo esa modalidad.

Los datos de dicha investigación afirmaron que casi ocho de cada diez argentinos que accede a Internet lo hace desde un celular, sea Smartphone o no. Además, añaden que el 34% de los usuarios que cuentan con más de un dispositivo para conectarse a Internet, prefiere el Smartphone como principal medio de conexión.

Siguiendo con los contenidos que se consumen en Internet, las Redes Sociales se ubican primer lugar, con un 57% de usuarios (46% de uso frecuente); las páginas más visitadas son:

³ La ENTIC se administró a todas las personas de 10 años y más, entrevistados para la Encuesta Anual de Hogares Urbanos (EAHU), cuya estimación se extiende al total de la población residente en hogares particulares urbanos en localidades de 2.000 y más habitantes.

Facebook, con el 24% de menciones y YouTube segunda, con el 22%. El 55% de usuarios tiene un perfil en Facebook, el 13% una cuenta en Twitter y el 10% tiene Hotmail (Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital, 2013).

Chequear mails aparece como una actividad habitual y cotidiana. También se oye o se descarga música con frecuencia (el 49% de los internautas lo hace, y el 21%, diariamente). Informarse, tanto por diarios como por vías alternativas, es también una de las actividades más habitualmente realizadas (37% y 36% respectivamente).

En referencia a los videojuegos, la investigación realiza una cierta valoración en su conclusión, ya que el 30% de la población es consumidora. Según la investigación, este dato puede ser considerado de dos maneras: como un número menor que el de otros consumos digitales; o como un porcentaje importante, si se lo contempla como expresión de una actividad puramente lúdica y recreativa.

Con respecto al uso de Internet para consumir música, radio, televisión y lectura en general, ya sea diarios, revistas y libros, la *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital* refleja una importante penetración de la Web y los recursos que ésta ofrece para poder hacer uso y consumo de dichas industrias.

El uso del celular para escuchar música es el segundo elegido (con el 45%; primero el reproductor de CD con el 73%), y finalmente la PC con el 40%. Pero si bien, el consumo de Radio a través de Internet no llega ni a la mitad de los encuestados, el 35% que si lo hace, elige el celular para ello. Por otro lado, el consumo de películas y series a través de Internet, el porcentaje es menor al 20%, y constituye un canal secundario para el consumo audiovisual hogareño. Entre los canales más utilizados por los usuarios digitales se encuentran YouTube, Ares y Cuevana.

De todo esto se puede decir que Argentina es un país donde la población es atravesada por las nuevas tecnologías y que la utilización de estas crece rápidamente. Como se ha mostrado, hay un crecimiento del uso del celular en preferencia al uso de PC para acceder a Internet. Además, esta última, permite reunir en un mismo sitio (y acceder desde un mismo dispositivo tecnológico) los distintos recursos o herramientas para satisfacer las necesidades, ya sean informarse, comunicarse, entretenerse, realizar compras o utilizarla para el trabajo o el estudio, entre otros.

**LOS NATIVOS DIGITALES: UNA
REVOLUCIÓN PARA LA WEB 2.0)**

Dentro de las “Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación” se puede considerar a Internet como la principal, ya que en la última década ha crecido y modificado radicalmente su estructura y los “servicios” que ofrece. La “Sociedad de la Información y el Conocimiento” no podría haber surgido sin la ayuda de ésta. La revolución que ha causado Internet en todo el planeta marca un antes y un después en las sociedades, dejando a la luz su carácter de imprescindible para la humanidad.

Pero, Internet no siempre ha sido lo que se percibe hoy en día. Desde sus inicios, fue concebida como una herramienta de transmisión y recepción de información. En la actualidad no tiene un centro de control, sólo es un medio tecnológico que facilita la creación y mantenimiento de la “Sociedad de la Información y el Conocimiento”.

Es posible definir a Internet, como un espacio concurrido por un sin número de personas, siempre y cuando tengan acceso a una computadora o aparato móvil, y éstos a su vez tengan conexión a Internet. Es por eso que se la puede nombrar como un medio, ya que requiere la intervención de dichos instrumentos para poder acceder. Víctor Federico Herrero Solana (1998), describe a este fenómeno como una red de computadoras de alcance mundial, interconectadas con el fin de compartir recursos e información (p.11).

INTERconnected NETWORKS, INTERNET o The NET (La Red) es la mayor red de redes de comunicación e intercambio de información del mundo. Internet está formada por una multitud de redes de todo tipo. Redes de empresas, Universidades, centros de investigación, Ministerios, Departamentos de Gobierno, Hospitales, proyectos culturales, etc. Es tal la cantidad de nodos (ordenadores en red) que forman la tela de araña de Internet que muchas veces se la describe como una “*nube de nodos*” (Alejandro López & Julio Estrella, 1995).

En el libro *The Internet and the Mass Media* (Internet y los Medios de Comunicación), Lucy Küng, Robert G. Picard & Ruth Towse (2008, p. 3), definen a dicho fenómeno como un sistema basado en la telefonía que vincula ordenadores y redes de ordenadores a nivel mundial para permitir la distribución de datos, correo electrónico, mensajes y material audiovisual a individuos, grupos de individuos y el público en general.

Si bien, el origen data a comienzos de la década de 1970, lo que hoy en día se conoce por la “Web 2.0” no hubiera sido posible sin desarrollo del “World Wide Web”, más conocido por “www” o la “Web”.

Al principio Internet fue usado como herramienta por académicos o personas con ciertos niveles técnicos o aficionados a las computadoras, ya que no era sencillo usarlo, hasta que en 1990 el programador inglés Tim Berners-Lee creó la “www”; un sistema de distribución de documentos de hipertextos, al que se accede mediante un navegador web, y que permite el acceso a información, gráficos, fotografías y material audiovisual disponibles para cualquier persona.

Vale aclarar que la “Web” no es lo mismo que Internet. Esta última es la infraestructura en la que se apoya la Web y se trata de un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, por eso se hace referencia a ella como “la Red”. Es decir, Internet nos permite tener acceso a la Web. (Piotet & Pisani, 2009, p. 44).

Asimismo, el desarrollo de Internet en los últimos años ha creado un escenario donde interactúan lo social (cómo y dónde nos comunicamos y relacionamos) y lo tecnológico (nuevas herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios), lo cual ha desplazado a la antigua Web 1.0: web de los datos, y dando paso a una nueva Red caracterizada como la web de las personas (Castellanos, J.; Martín, E.; Pérez, D.; Santacruz, L.; Serrano, L.M., 2011, p. 36 – 37).

El cambio comienza en 1993 cuando los usuarios ya no se limitaban a leer. Aquí aparece el “e-commerce”, que es el servicio de compras a través de Internet. Por lo tanto, el usuario podía buscar información relevante, reconocer lo que quería en el nuevo entorno y adquirir su propia identidad (Alonso & Arébalos, 2009, p. 44).

A partir de 1997 se producen cambios significativos por el surgimiento de la banda ancha⁴, la consolidación de Yahoo! y Google como buscadores de información en la Web, los Foros y el “Chat” (Zanoni, 2008, p. 26).

Ya en el 2001, el usuario comienza a subir sus contenidos a “la nube”. Toda esa información publicada que circula por La Red comienza a ser guardada en los servidores, pudiendo accederse a ella desde cualquier computadora conectada a Internet (Piotet & Pisani, 2009, p. 31).

⁴ Es la transmisión de datos simétricos por la cual se envían simultáneamente varias piezas de información, con el objeto de incrementar la velocidad de transmisión efectiva.

Finalmente, en el 2004 se dice que “el usuario es la Web”, y el inicio de este paradigma coincidió con la aparición de la denominada “Web 2.0” (Alonso & Arébalos, 2009, p. 57).

Este término es utilizado por primera vez por Tim O’Reilly, y se refiere a una segunda generación o segunda versión en la historia de la Web, basada en las comunidades de usuarios y en una gama especial de servicios, como los Blogs y las Redes Sociales, que fomentan el intercambio ágil de información (Piotet & Pisani, 2009, p. 110).

Asimismo, según Herrero Solana (1998, p. 11) el objetivo final de Internet es la comunicación entre millones de usuarios para que puedan realizar tareas útiles y necesarias de manera eficiente y rápida, compartiendo los recursos y la información. Devuelve así la Web al receptor, los derechos de la emisión y promete, tantas o más bocas que orejas.

En su libro *Nativos Digitales, dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitectura de la participación*, Alejandro Piscitelli (2009) afirma que la Web 2.0 se ha convertido en un medio de distribución de información, y en una base de datos. Lo que produce un cambio a la vieja perspectiva, al invertir el flujo y ser el usuario quien busca lo que hay en el ciberespacio, Internet se convierte en una inmensa base de datos donde las personas de todo el mundo pueden explorar a voluntad” (p. 69).

En definitiva los usuarios tienen un rol activo en la Web, generan sus propios contenidos, escriben en Blogs, suben sus imágenes y videos que quedan colgados en la Web, comentan, publican, comparten e intercambian información de interés. En la Web 2.0 la mayor cantidad de contenido es producido por el común de los usuarios y no por profesionales. El protagonista es el usuario ya que no sólo lee, sino que escribe y sube contenidos; no sólo navega, sino que se conecta; no sólo consume individualmente, también comparte con los demás usuarios (Zanoni, 2008, p. 27).

Es decir, en ella los usuarios leen, pero también discuten, comentan, valoran, opinan, proponen, anuncian, enlazan, escriben, publican, intercambian y comparten...es decir, participan activamente como dice Ismael Nafría (2007, p. 11).

Todo esto permite definir a la “Web 2.0” tal como lo anunció Marshall McLuhan (1964), como un “medio frío”, debido al alto grado de participación que da al usuario.

McLuhan, el teórico en comunicación y visionario, definió a los medios de comunicación a partir de la percepción de sus contenidos por parte de los receptores, así en una de sus obras

más famosas: *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964), estableció dos categorías de medios: los “medios calientes” y los “medios fríos”.

Según el autor, los “medios fríos” serían aquellos que exigían de sus receptores una alta interacción; en otras palabras, al no ofrecer demasiados detalles sobre sus contenidos, obligan a los receptores a participar de forma muy activa en el proceso de comunicación. Un ejemplo extendido podría ser la radio, que, al ofrecer a sus receptores únicamente sonido, obliga al oyente a usar su imaginación para completar la información que recibe (McLuhan 1977, p. 43).

Por el contrario, los “medios calientes” lo son porque aportan al espectador tanta información que éste no requiere de un gran esfuerzo para percibirla. El caso paradigmático sería la televisión, que permite del espectador una respuesta bastante pasiva (Ibíd.).

En palabras del autor, “los medios cálidos son de poca o baja participación, mientras que los fríos son de alta participación para que el público los complete” (Ibíd., p. 47).

Es definitiva, cuando McLuhan hace referencia a la información que un medio transfiere, no está hablando solamente de los datos, sino también, de la respuesta en tanto los sentidos participan en distinta medida con el medio, de esta forma, debido a la gran participación que permite a los usuarios, la “Web 2.0” se considera un “medio frío”.

Por esta razón, al mencionar la interacción del usuario en Internet es remitir a la posibilidad de convertirse no sólo en un consumidor del medio, sino en protagonista y esto es posible gracias a los “servicios” o “recursos” que ofrece y que a su vez facilitan la acción de compartir información, interactuar y crear contenido.

En Internet conviven millones de “sitios web”. Un “sitio web” es un sitio (localización) en la “www”, que contiene documentos (páginas web) organizados jerárquicamente. Cada documento (página web) contiene texto y/o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla. Un sitio puede contener una combinación de gráficos, textos, audios, vídeos, y otros materiales dinámicos o estáticos, y a su vez ofrecer al usuario diversos servicios o recursos que le permiten utilizarlos como herramientas para resolver o realizar distintas actividades.

La *World Wide Web Consortium* define a los “servicios web” como un sistema de software diseñado para permitir interoperabilidad (es decir, interacción) máquina a máquina en una red⁵. Esto da carácter de “multimedia” a Internet y la posibilidad de que diversos tipos de medios que

⁵ Así lo define el Diccionario Online de Informática Y Tecnología “Alegsa”, disponible en www.alegsa.com.ar

se usan para transportar información ya sea texto, audio, gráficos, animación, videos e incluso interactividad converjan en la Web, por lo tanto toda la información multimedia funciona como recurso (Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España, 2006; p. 277). En pocas palabras, los servicios de la web son vistos como recursos y a su vez herramientas. Un recurso, según el Diccionario Online WordReference, es un medio del que se dispone para satisfacer una necesidad, llevar a cabo una tarea o conseguir algo, con respecto a Internet, un recurso refiere al provecho que se le puede sacar a los distintos servicios que se ofrecen en la Web.

En definitiva, cada “sitio web” ofrece al usuario servicios o recursos que son herramientas en la medida que son útiles para llevar a cabo una acción o actividad (Informe del portal educativo del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología Argentina, 2008, p. 13).

Por ejemplo, informarse en la web es posible gracias a los “sitios de noticias”, aquí el usuario dispone de información sobre la actualidad, la cual puede opinar, valorarla o compartirla con sus pares. Algunos son, diario Clarín, La Nación, Pagina 12 (Sandra Crucianelli, 2013, p. 16) o portales de noticias como Minuto1, Diarioveloz.com⁶, entre otros.

Otro sitio disponible en la web son los “sitios weblog” o Blog, utilizados para registrar cronológicamente textos o artículos de distintos autores. Los lectores pueden comentar y establecer un dialogo con los distintos usuarios y el contenido varía según el interés, ya sea desde humor hasta política, o información tanto académica o noticias. Por ejemplo: Blogger o WordPress⁷ (Crucianelli, 2013, p. 31).

Similar a los Blogs existen los “Foros de Internet” que son sitios que permiten expresar opiniones o participar de debates por medio de la Web. Los Foros de Internet funcionan a partir de un mensaje que es publicado por un usuario y que genera respuestas por parte del resto. Su diseño permite seguir el hilo de la conversación desde el mensaje original hasta las respuestas más recientes. Además, poseen una estructura ordenada, es decir, los temas se agrupan en categorías⁸.

Por otro lado, los “buscadores” que son sitios que incorporan a su sistema las nuevas entradas de millones de páginas que circulan en la Web. Y por esa razón, el resultado remite a

⁶ Sitios web de noticias: www.clarin.com ; www.lanacion.com; www.pagina12.com; www.minutouno.com; www.diarioveloz.com

⁷ Sitios Weblog: www.blogger.com ; .wordpress.org

⁸ Por ejemplo sitio web de www.creatuforo.com

la página exacta dentro del sitio. Un ejemplo puro es Google, Yahoo! o Bing⁹ (Ibíd., p. 16). Estos sitios ofrecen la posibilidad de buscar documentos, imágenes, archivos, videos e incluso realizar “búsquedas avanzadas”, donde se detalla específicamente lo que se desea encontrar, como así también eligiendo el tipo de formato (Word, Pdf, etc).

Pero, en algunos casos los usuarios al momento de buscar lo hacen de manera interrogativa, es decir preguntando. Para esto Yahoo! ofrece un servicio “Yahoo! Respuestas”¹⁰, que permite a sus usuarios tanto formular preguntas como responderlas. Para esto, es necesario registrarse con una cuenta en Yahoo!, pero, para ver la respuesta no, ya que la información puede aparecer en cualquier buscador. Es sencillo de usar, con sólo registrarse el usuario puede hacer la cantidad de preguntas que quiera asignándole un título, y los demás responderán. Claro que esa información es disponible para cualquier visitante de la página.

Si de lo contrario, se buscan documentos hechos en Power Point, existen nuevos sitios específicos para alojar este tipo de archivos, como son “Slide Share” y “Scribd”¹¹. Funcionan como Redes Sociales y permiten a los usuarios subir documentos, así como la descarga. También posibilitan la interacción entre usuarios mediante diferentes aplicaciones. En el segundo caso, Scribd, no solamente aloja documentos en Excel sino además en PDF, Word y Excel (Ibíd., p. 34).

La Web también ofrece como herramienta las “Redes sociales” que son sitios que admiten a los que estén registrados generar contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares. Poseen una interfaz dinámica para compartir datos y fomentar la comunicación. Los datos que se comparten varían desde textos simples, fotos, audio, hasta videos en HD.

En Argentina, la actividad en las Redes Sociales, en niños de 12 años en adelante, es el uso más extendido que se da a Internet. Las páginas que más visitan son Facebook (24%) y YouTube (con el 22%) según *La Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital del año 2013*. Asimismo, el 55% de toda la población tiene un perfil en Facebook y el 13%, una cuenta en Twitter.

⁹ Sitios web buscadores: www.google.com.ar ; www.yahoo.com ; www.bing.com

¹⁰ Servicio de Yahoo! Respuesta en la Web: <https://ar.answers.yahoo.com>

¹¹ Servicio para subir y descargar archivos en la Web: www.slideshare.net; www.scribd.com

“Facebook”¹² es un sitio web para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos de páginas externas y videos. Pero además, ofrece el intercambio de archivos a través del “chat”, que en un principio era un solo envío de mensajes y en la actualidad es posible enviar archivos de distinto tipo e incluso realizar “video conferencias” a través de la aplicación “Facebook Messenger”.

Por otro lado, “YouTube”¹³ es un sitio de almacenaje gratuito en la Red, donde es posible subir para compartir, ver, comentar, buscar y descargar videos. Además, posee una gran variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales.

El “correo electrónico” es otro servicio que ofrece la Web y que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes que pueden contener archivos de distinto tipo, como ser texto, audio, videos y documentos. Algunos de los sitios más conocidos que ofrecen como servicio el “correo electrónico”, son Gmail, Outlook y Yahoo! ¹⁴.

Otra Red Social es “Twitter”¹⁵ (parlotear) que consiste en permitir a los usuarios enviar y compartir entradas cortas, denominadas “tweets”, no mayores de 140 caracteres. Para enviar estos mensajes se puede usar la Web, pero también el servicio de mensajes de los teléfonos móviles (Ibíd., p. 90).

Existe también “Instagram”¹⁶ al igual de los sitios anteriormente nombrados, funciona como Red Social, pero particularmente para dispositivos móviles, aquí los usuarios una vez registrados pueden editar, retocar y agregarle efectos a las fotos y videos tomadas con el celular, también permite compartirlas en Facebook y Twitter.

Google además de ser un navegador web y sitio buscador, ofrece a los usuarios su propia Red Social “Google +”, donde es posible subir contenido para compartir y crear redes de amigos y organizarlos en los llamados “círculos”. Todo es posible mediante el botón “+1” que aparece en varias páginas y en la barra de Google (en el navegador que la tenga instalada). Se integra con otros servicios populares de Google como Gmail, Google Maps, Calendario, Docs, etc.

¹² Dirección en la Web: www.facebook.com

¹³ Dirección en la Web: www.youtube.com

¹⁴ Dirección en la Web: www.gmail.com , www.live.com

¹⁵ Dirección en la Web: www.twitter.com

¹⁶ Dirección en la Web: www.instagram.com

Internet también ofrece el servicio de “video conferencia” donde el usuario puede en tiempo real mantener una conversación con una o varias personas que estén conectadas. Esta conversación puede ser por video o sólo en audio. El sitio más popular reconocido es “Skype”. Desde allí, una vez registrado, el usuario desde su cuenta puede conectar con otras personas y no sólo realizar videos llamadas, sino también chatear y enviar archivos¹⁷.

Con el crecimiento y el uso popular de los Smartphone, las Redes Sociales mencionadas se han visto obligadas a estar disponibles como “aplicaciones”, para ser utilizadas a través de estos teléfonos inteligentes. El usuario desde su celular puede realizar las actividades del mismo modo que si estuviera desde una Pc de escritorio o Notebook. Asimismo, el servicio de “mensajería instantánea”, es decir enviar y recibir mensajes, que ofrece Internet ha llegado a los Smartphone, a través de la aplicación “WhatsApp” y que funciona al igual que los chats desde una Pc. Los usuarios no sólo pueden enviar texto, sino también imágenes, videos, grabaciones de audio e incluso crear grupos (con los contactos agendados). Para descargar la aplicación, basta con tener un Smartphone e identificarse como usuario con el número de teléfono móvil.

Por otra parte, muy distinta a Facebook y a Twitter, es la Red Social “Taringa!”¹⁸, que es un sitio de entretenimiento en donde los usuarios registrados comparten noticias, información, videos, música y enlaces, por medio de “post”. El contenido permite realizar comentarios y además, a través de un sistema de calificaciones, cada persona registrada puede dar una determinada cantidad de puntos por día. Se diferencia de Facebook y Twitter porque se destaca por la generación de contenido y, gracias a ello, los usuarios se relacionan desde el anonimato y en función de gustos o intereses en común.

Otra herramienta disponible es el sitio “colaborativo o Wiki”, un sitio cuyas entradas pueden ser modificadas o editadas por los usuarios (colaborativamente), quienes además tienen la capacidad de crear e incluso borrar un texto compartido. Los propios visitantes son los responsables de mantener la aplicación viva. Por ejemplo, Wikipedia¹⁹. (Ibíd., p. 102)

También, los “sitios de información” que brindan información a los visitantes, pero no necesariamente de propósitos comerciales; la mayoría de los gobiernos e instituciones educativas y sin ánimo de lucro tienen un sitio de información. Puede ser por ejemplo, las

¹⁷ Dirección en la Web: www.skype.com.ar

¹⁸ Dirección en la Web: www.taringa.net

¹⁹ Dirección en la Web: www.wikipedia.org

páginas web de universidades o sitios específicos con información sobre el gobierno. Sobre el contenido educativo, existen sitios que ofrecen a los usuarios trabajos de investigación, monografías o resúmenes, realizados en la Escuela o en la Universidad y que ellos mismos cuelgan en la Web. Por ejemplo “Rincón del Vago”, “Monografias.com” o “Buenas tareas”²⁰.

Relacionado al contenido educativo, existen sitios web destinados exclusivamente a que cualquier individuo que navegue por la Web pueda realizarse un Test de Orientación Vocacional, la modalidad en la que se presenta es sencilla, generalmente son anónimos y sólo debe completarse el cuestionario para luego obtener el diagnóstico. Por ejemplo, el sitio web “Quevasaestudiar.com”, “Edukativos.com”, etc.

Igualmente, es posible encontrar en Internet los sitios web destinados a funcionar como Bibliotecas. Allí, los usuarios pueden encontrar documentos, libros, artículos o trabajos de investigación de todos los tiempos, accediendo gratuitamente. Algunos tienen como requisito registrarse, lo cual también permite poder subir y publicar documentos. Por ejemplo, Bibliotecas virtuales.com, La Red de Bibliotecas Virtuales de Ciencias Sociales en América Latina y el Caribe (CLACSO) o La Ciberoteca²¹. Pero también, existen los sitios exclusivos que alojan y permiten la descarga de libros digitales, la única condición es ser usuario del sitio, algunos son por ejemplo, “Español Free-ebooks net”, “Bajaebooks.net”, etc. Del mismo modo, se encuentran los sitios específicamente de Diccionarios, disponibles como bancos de datos para el usuario, el cual accede gratuitamente a la búsqueda de palabras, sinónimos y antónimos. Por ejemplo la “Real Academia Española”, “Diccionarios” y “Wordreference”²², que funciona a modo de foro y de diccionario en diferentes idiomas. Su diccionario inglés-español es uno de los más usados online por traductores y especialistas en lenguas extranjeras. Las definiciones que aparecen en este diccionario en línea están chequeadas y aprobadas por especialistas (Ibíd., p. 141).

Asimismo, existen las herramientas de idioma y traducción, llamados “Traductores”, disponible no solo para ingresar desde una Pc de escritorio o Notebook, sino también como “aplicación” para utilizar desde cualquier Smartphone. Los “Traductores” son sencillos de usar y están disponibles gratuitamente, traducen desde palabras, textos a páginas web completas. Por

Dirección en la Web: www.rincondelvago.com, www.monografias.com, www.buenastareas.com

²¹ Dirección en la Web: www.bibliotecasvirtuales.com, www.biblioteca.clacso.edu.ar, www.ciberoteca.com

²² Dirección en la Web: www.rae.es, www.diccionarios.com, www.wordreference.com

ejemplo, el “Traductor de Google”, “Traductor del Mundo” (que es un servicio que ofrece el sitio web del diario español “El Mundo”) y Babylon²³.

Por otro lado, hay sitios dedicados puramente a descargas, es decir, sólo existen para descargar contenido electrónico, como software, juegos o fondos de escritorio, algunos son “Softonic”, “Download” o “Tucows”²⁴. Con respecto a los juegos, existen sitios específicos en la Web para juegos de todo tipo, desde acción y deportes, hasta juegos de casino, rol, disparos y clásicos de mesa para todas las edades. Algunos son en tiempo real y permiten jugar en grupo, sin limitaciones de distancias. Por ejemplo, “MSN Games,” “Minijuegos.com”, “Pogo.com” y los “MMORPGs” y “Runescape”²⁵.

Del mismo modo, hay páginas web dedicadas exclusivamente a que el usuario pueda reproducir la radio y también música, además crear listas de reproducción y compartirlas si solo si, antes se crea un “perfil”, como por ejemplo “Spotify” o “Grooveshark”²⁶. De manera similar, Internet ofrece sitios exclusivos para subir o descargar música (en MP3) como son “Música Online”, “Jamedo” o “Dilandau”²⁷. Sino, también es posible descargar programas, como por ejemplo “Ares”²⁸.

Por último, existen sitios web que ofrecen a los usuarios la posibilidad de publicar artículos, productos o servicios para venderlos, como así también de comprarlos. Por ejemplo “alamaula.com” o “mercadolibre.com”, donde los usuarios pueden vender tanto productos nuevos como usados a precio fijo o en la modalidad de subastas.

De todo lo expuesto, queda a la luz que hoy en día, la “Web 2.0” es la protagonista principal, aparece como una plataforma abierta a los usuarios, quienes aprovechan al máximo los recursos que ésta ofrece. Piotet & Pisani (2009) utilizan el término “webactores” para referirse a los usuarios actuales de la Web, que proponen servicios, intercambian información, hacen comentarios, se implican y participan (p. 109).

Pero la revolución que ha generado la incorporación de las nuevas tecnologías y el uso de Internet como herramienta, permite dividir a los “webactores” según la generación.

²³Dirección en la Web: www.elmundo.es/traductor , www.traductor.babylon.com

²⁴ www.softonic.com , www.force-download.es, www.tucows.com

²⁵ Dirección en la Web: zone.msn.com , www.minijuegos.com, www.pogo.com, www.mmorpg.com, www.runescape.com

²⁶ Dirección en la Web: www.spotify.com, www.grooveshark.com

²⁷ Dirección en la Web: www.musica-online.org www.jamendo.com, www.dilandau.mx

²⁸Dirección en la Web: ares.softonic.com

Sobre esto Alejandro Piscitelli (2009) explica que “existe una brecha cognitiva/emocional en creciente conformación entre los que nacieron antes y después de determinadas tecnologías cognitivas, en particular las asociadas a la información masiva, Internet y el uso de la telefonía celular; la conectividad permanente, el acceso irrestricto a Wikipedia, YouTube, MySpace, Facebook, Twitter, los Weblogs y las Redes Sociales como matrices de subjetivación (p. 20).

Es decir, el uso de Internet y las TIC ha dividido a la sociedad en dos partes, aquellos que dominan los recursos y el lenguaje que nace de Internet (con total facilidad) y los que no tienen plenamente asociado el dominio y el lenguaje de éstas.

Para Piscitelli (2009) la diferencia generacional que existe en la sociedad se remarca principalmente en cuanto al lenguaje. Según el autor, con la inscripción de las nuevas tecnologías se modifican las formas narrativas y las conductas de los usuarios, que gracias a la interactividad se convierten en manipuladores del contenido (p. 39).

Así pues, los jóvenes nacidos en la era de las telecomunicaciones, se caracterizan por convivir y hacer uso de las TIC en su cotidianidad, lo cual marca otro ritmo en cuanto al proceso de aprendizaje y por lo tanto, en la incorporación de un lenguaje distinto que el de sus generaciones pasadas; por ejemplo, sus padres.

Estos niños y jóvenes son los “Nativos Digitales”, como los clasificó Marc Prensky (2001 p. 4) por el contacto con las diversas pantallas connaturales a su crecimiento y el uso global que realizan de los recursos y contenidos de Internet. En contraposición a ellos, Pinsky denominó “Inmigrantes Digitales” a los adultos.

Xavier Bringué, Charo Sádaba & Jorge Tolsá (2011) en su libro e investigación, *La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010, Niños y adolescentes ante las pantallas*, caracterizan a dicha generación (también denominada “Generación Interactiva”) como capaz de procesar la información de forma simultánea y que a su vez, pueden combinar el uso de pantallas en espacios comunes de tiempo. Dicho de otro modo, navegar por Internet o utilizar un videojuego, supone aprender a gestionar una multitud de recorridos con distintos desenlaces. Y esta capacidad de atención simultánea también se refleja en la acción: es decir, la capacidad de hacer varias cosas a la vez, que se ha convertido de capacidad en necesidad (p. 554).

Según el estudio, la “Generación Interactiva” aprovecha al máximo las pantallas para actuar en cinco ejes fundamentales: comunicar, conocer, compartir, divertirse y consumir (Xavier Bringué et al., 2011, p. 555).

Al describir las características de los “Nativos Digitales”, es imposible no mencionar a Giovanni Sartori quien en su libro *Homo Videns: la sociedad teledirigida* (1998) predijo que los niños y jóvenes serían unos “cibernautas prácticos”, siempre y cuando utilicen Internet como instrumento de conocimiento.

Asimismo, el autor se planteaba una duda con respecto al uso que harían de Internet, teniendo en cuenta que los niños crecen consumiendo televisión desde una actitud totalmente pasiva. Según Sartori (1998), el mundo multimedia era interactivo, de usuarios activos y, polivalente (de múltiple utilización) cuya maquina era un ordenador que recibía y transmitía mensajes digitalizados (p. 54). Nada muy alejado de la actualidad. Pero, se preguntaba si Internet produciría o no un crecimiento cultural. “En teoría debería ser así, pues el que busca conocimiento en Internet, lo encuentra” (p. 54).

La cuestión, dice Sartori, es qué número de personas utilizaran Internet como instrumento de conocimiento. El obstáculo es que el niño se inicia con la televisión, por lo tanto, cuando llega a Internet su interés cognoscitivo no está sensibilizado para la abstracción. “Es muy probable que el saber almacenado en la red permanezca inutilizado” (p. 55).

No es que niegue las posibilidades de Internet, sino que cuestiona la utilización. Dice Sartori que éstas son y serán positivas cuando el usuario utilice el instrumento para adquirir información y conocimiento, es decir cuando se mueva por genuinos intereses intelectuales, por el deseo de saber y de entender. Pero descrea que así sea. La “paideia del video” hará pasar a Internet analfabetos culturales que rápidamente olvidarán lo que aprendieron en la escuela, y por lo tanto, matarán el tiempo libre en Internet, en compañía de “almas gemelas”, deportivas, eróticas, o de pequeños hobbies. Define también, que el uso de Internet será mayormente para perder el tiempo, y peor aún, que se pensará que esto no tiene nada de malo (Ibíd., p. 55).

Clara está la mirada crítica del autor en relación a los actuales “Nativos Digitales”, quienes han sido criados consumiendo televisión, lo cual están acostumbrados a la imagen, que permite contar todo sin palabras. Su preocupación reside en que si estos niños o jóvenes, estarán preparados para hacer un correcto uso de Internet, aprovechando todo lo que en ella se encuentre.

La predicción de Sartori no está muy alejada de la realidad actual. Un informe de investigación realizado por el “*Observatorio de la Ciudad*” de la Universidad FASTA de Mar del Plata, en el año 2010, sobre “Adolescentes marplatenses y el consumo de TV e Internet”, reveló que los adolescentes consumen mucho más Internet que la Tv en general.

Por lo tanto, se puede deducir que no fue “desplazada” totalmente la televisión por la Web, tal como decía Sartori (cuando afirmaba que la Tv no sería superada ya que es diferente a Internet, entonces podían convivir) y que ésta última seguiría siendo una herramienta para entretenerse.

Los resultados dejaron a la luz que el principal uso de Internet es como herramienta de comunicación (82%) y en segundo lugar, como diversión y entretenimiento (76%) y la mitad de los estudiantes respondió que casi nunca utilizan Internet con fines educativos.

Igualmente se concluyó que el consumo de Internet no tiene un objetivo claro, los jóvenes de la ciudad de Mar del Plata, usan la Web porque no tienen nada que hacer y pasan más tiempo leyendo las publicaciones de otros, que publicando sus mensajes en las Redes sociales.

Pero contrario a esto, desde una mirada más positiva, es posible definir a los “Nativos Digitales” como una “generación multifuncional”, que los caracteriza por ir más allá descubriendo nuevas dimensiones de uso de Internet “integradas y multifuncionales”. Es decir, los niños y jóvenes ven las pantallas como medios para fines muy concretos, por ejemplo, Internet les sirve en su tarea escolar pero sobre todo les brinda la posibilidad de una conexión permanente con sus iguales a través de las Redes Sociales o con todo aquello que les interesa (Xavier Bringué et al., 2011, p. 553). Además, tal como varios autores afirman:

Parece que el teléfono celular se ha ideado para hablar, pero también permite comunicarse de otras muchas maneras: mensajes de texto, envío de fotos y vídeos, etc. Puede que lo más atractivo de un videojuego sea jugar; sin embargo, la experiencia lúdica alcanza otra dimensión si se desarrolla con otras personas a través de la Red. (Ibíd., p. 553)

En cambio, para muchos adultos, el sentido primordial de la televisión es informar o entretener, el teléfono celular básicamente es útil para comunicarse, y el principal sentido que se le pueda dar a Internet es ser un medio en la búsqueda de información (según Xavier Bringué et al 2011, p.554).

De acuerdo a los “Inmigrantes Digitales” Marc Prensky, afirma que si bien se adaptan al nuevo entorno y al ambiente, conservan siempre una cierta conexión o “acento” con el pasado. “¿Cómo denominar ahora, por otro lado, a los que por edad no hemos vivido tan intensamente ese aluvión, pero, obligados por la necesidad de estar al día, hemos tenido que formarnos con toda celeridad en ello? Abogo por “Inmigrantes Digitales” (p. 5).

Ese “acento” se puede ver, por ejemplo, en que primero los “Inmigrantes” se lanzan a navegar por Internet y luego, se embarcan en la lectura atenta de manuales para obtener más información y aprender. Esto es: en primer lugar se decanta por la práctica y luego por la teoría, que le permite sobrevivir. Se deduce, pues, que los “Inmigrantes Digitales” se comunican de modo diferente con sus hijos, ya que se ven en la obligación de “aprender una nueva lengua” que los jóvenes no temen, sino que además, conocen y dominan como “Nativos”.

De acuerdo a esta nueva lengua, el argentino Piscitelli (2009) describe que para los “Inmigrantes”, lo digital es una segunda lengua, por ejemplo, dice el autor: “ingresamos a Internet cuando no encontramos un libro que previamente dé cuenta del problema que nos interesa. Antes de usar un aparato leemos el manual, antes de ejecutar un programa necesitamos saber que tecla apretar, etc.” (p. 46). Justo a la inversa de los “Nativos Digitales”, donde la tecnología es su lengua “materna” y donde ellos hacen primero y se preguntan después.

Piscitelli (2009) describe a los “Inmigrantes” (termino que incluye a personas de 35 a 55 años) como inmersos en un lenguaje analógico o “extranjero”, en el que dan por natural ciertas actividades como, imprimir un mail, o llamar por teléfono para confirmar si lo recibió, hasta editar un documento primero en papel y luego digitalizarlo (p. 41).

Por otro lado, los “Nativos Digitales” (los chicos de 5 a 15 años) son la primera generación mundial que ha crecido inmersa en estas nuevas tecnologías. Ha pasado toda su vida rodeado de computadoras, videojuegos, teléfonos celulares y el resto de los gadgets digitales, pero especialmente respirando la atmosfera Internet (Castells, 2001; Prensky, 2006; Gee, 2003, citado por Piscitelli 2009, p. 45). Además agrega:

Nuestros estudiantes actuales, ya sea que tengan 6 años o 20 (pero preferentemente la franja de los 5 a los 15 años), son hablantes nativos del lenguaje de la televisión interactiva, las computadoras, los videojuegos e Internet. Y nosotros por más tecnófilos que seamos (o nos

creamos), nunca sobrepasaremos la categoría de Inmigrantes Digitales, o de hablantes más o menos competentes de esa segunda lengua. (p. 46)

En su teoría o investigación Marc Prensky (2001, p. 5) caracteriza a la generación de los estudiantes como aquellos en los que desean recibir la información de forma ágil e inmediata. Donde se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos, inclinados por el acceso al azar y donde prefieren los gráficos a los textos. No muy alejado a lo citado anteriormente por Giovanni Sartori cuando anunciaba que los niños crecidos con la televisión escogerían la imagen antes que el texto. Los “Nativos” funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red y prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional.

Por el contrario, según Prensky (2001), los “Inmigrantes Digitales” no parecen valorar suficientemente las habilidades que los “Nativos Digitales” han adquirido y perfeccionado año tras año a través de interacción y práctica, y prefieren moverse dentro de lo que les es conocido en virtud de su forma de aprender (que es también la forma en que los enseñaron a ellos).

Esta mirada crítica se justifica ya que el profesor Prensky reclama de los educadores, nuevas formas de enseñar para conectar a los alumnos con su propio proceso de aprendizaje. Según el autor, los jóvenes de hoy no pueden aprender como los jóvenes de ayer, porque son diferentes sus cerebros y su cultura. La escuela tradicional debe incorporar formatos educativos basados en el ocio y el entretenimiento (Prensky, 2001, p. 6).

Pero ante esto existe como obstáculo, la brecha digital que repercute en la educación. Obstruyendo tanto las nuevas formas de aprendizaje como así también, la incorporación de las nuevas tecnologías a la escuela. Aunque se trabaja mundialmente e incluye a la Argentina, para poder incorporar las TIC a la educación, todavía no se puede eliminar esta brecha digital.

Sobre esto, María Quiroz (2008, p. 175) sostiene que las TIC no son usadas en las escuelas porque la mayoría de docentes no están capacitados para aplicarlas. Además, afirma que la brecha digital no es estrictamente tecnológica de acceso, sino que se trata de una brecha educativa, porque a través de la educación aprendes a hacer un uso adecuado de Internet, insertándolo apropiadamente en la propuesta educativa. Ahí está la mayor brecha digital, no solamente en el acceso, sino en la parte educativa.

Siguiendo a la autora, menciona que para disminuir esta brecha en la educación, se deben dar las herramientas a los educandos para que puedan decodificar la información, analizarla y entender las diferentes fuentes.

Para otros autores como Guillermo Sunkel (2006, p. 44), no se trata de instalar tecnologías en las escuelas, sino más bien en la capacitación de los docentes, para que puedan integrarlas en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

El investigador describe además, que se debe tener en cuenta que la mayoría de profesores fueron educados de manera tradicional, porque no están familiarizados con las TIC ni sus lenguajes. Del mismo modo, indica que la resistencia para el uso de las TIC en la educación se encuentra en los propios docentes, quienes ven en las TIC una amenaza, porque pueden perder su principio de autoridad en el aula de clase, ya que estas ofrecen mucho más información de la que el profesor puede saber.

Con el propósito de concentrar y fomentar distintas acciones vinculadas con las TIC y la educación, en Argentina se creó en mayo del 2006, la *Unidad de Tecnología de la Información y la Comunicación* (UTIC). Con esto, el Estado trabaja para promover y favorecer la equidad en el acceso a las TIC a los docentes de las escuelas secundarias. Además, de los distintos programas de capacitación (tanto en cursos, como en material bibliográfico digital) se busca concientizar a los padres de los “Nativos Digitales”, de acuerdo al “buen uso” de Internet y el resto de las tecnologías, para poder achicar la brecha generacional y educacional, que se encuentran estrictamente vinculadas.

Ahora bien, el reclamo que exige Prensky de acuerdo a la incorporación de formatos educativos basados en el ocio y el entretenimiento, adquiere sustento al saber que el principal uso de Internet por parte de los jóvenes es sobre ello.

Por ejemplo en Argentina, en el año 2013, UNICEF realizó una encuesta a los adolescentes de 12 a 20 años, sobre el *Acceso, Consumo y Comportamiento en Internet*. De acuerdo a los resultados de UNICEF, los “Nativos Digitales” utilizan Internet en primer instancia para comunicarse y luego como herramienta de entretenimiento e información.

Casi la totalidad de los chicos usa la Web para chatear con amigos y/o familiares (82%). La gran mayoría de los encuestados la usa para jugar Online (63%) y más de la media hacen búsqueda de información para realizar tareas escolares (59%).

Pero estas actividades no son las únicas. Más de la mitad de los jóvenes usan Internet para ver series o películas (59%), realizar descargas (51%), y menos de la mitad, para leer diarios o revistas (42%), escuchar la radio (33%) y en último lugar de preferencia, crearse un blog o participar en algún foro (14%).

Además, según los datos de la investigación de UNICEF, el promedio en que los chicos sacaron su primera cuenta en las Redes sociales, fue a los 13 años. Esto deja expuesto el por qué es tan natural e importante para los jóvenes de hoy la utilización de las TIC, y principalmente Internet para realizar sus actividades.

Al tener en cuenta estos datos, es posible comprender a Prensky cuando sostiene que es necesaria la incorporación de las nuevas tecnologías en la educación y, la instrucción de los “Inmigrantes” para poder comprender a los “Nativos”. Además, el autor afirma que los “Inmigrantes” rechazan que los estudiantes puedan trabajar y aprender mientras miran televisión o escuchan música, porque a ese precepto restrictivo se habituaron ellos desde siempre. Los “Inmigrantes Digitales” no justifican que el proceso de enseñanza y aprendizaje pueda y deba ser ameno y divertido (Prensky, 2001 p. 10).

Los internautas de hoy, están alimentándose de los contenidos de la Red, sirviéndose de sus ofertas comunicativas, gestionando la información y la comunicación, y modelando modos de apropiación del conocimiento. Hacen realidad y construyen realidad social. Esto se debe gran parte a la transformación que ejercen las TIC y muy especialmente Internet, que permite la comunicación sincrónica o diferida, aboliendo distancias espacio-temporales y la libertad de interacción entre los sujetos.

Como señala Jeroem Boschma (2006, p. 90), para los adolescentes de ahora, el ordenador no es una máquina tecnológica, sino una máquina social. La “generación Einstein”, como la han calificado, se caracteriza por romper todas las fronteras: “anywhere, anytime, anyplace”. Tienen una gran capacidad de comunicación, necesitan expresar lo que piensan, lo que sienten y aspiran a cambiar el mundo.

**MARCO
METODOLÓGICO**

La presente investigación es descriptiva-comparativa, ya que se analizó y comparó el uso de Internet por parte de los adolescentes estudiantes del sexto año del Secundario Superior, de cinco Escuelas Privadas y cinco Escuelas Públicas de la ciudad de Mar del Plata.

Es una investigación descriptiva, porque ofrece un panorama sobre el uso de Internet que hacen los estudiantes y asimismo es comparativa, ya que se buscó confrontar el uso según concurren a establecimientos públicos o privados.

El tipo de diseño que se utilizó para llevar a cabo el estudio fue de tipo no experimental, ya que no se manipuló las variables. Se observó el uso que hacen los jóvenes estudiantes de Internet en su contexto habitual: el aula, para luego analizar y comparar los resultados (mediante la grilla).

En relación a la dimensión temporal, la investigación posee un diseño transversal-descriptivo ya que se estudió el uso que hacen de Internet los adolescentes en un solo momento. No se analizaron los cambios respecto al uso a través del tiempo, sino que se retrató a los alumnos en un tiempo único, como si fuera una fotografía. Todo esto se llevó a cabo en el mes de noviembre del 2014.

De acuerdo a lo mencionado, se realizó un análisis cuantitativo de la información obtenida.

Universo y Muestra

Para poder llevar a cabo la investigación, se realizó un muestreo no probabilístico intencional, ya que se buscó ir detrás de las escuelas en función de la accesibilidad a las mismas.

Aunque se escogieron 10 escuelas públicas y privadas, la selección de la muestra se realizó en base a ciertos requisitos de inclusión. El Partido de General Pueyrredón tiene 122 establecimientos educativos de Secundario Superior y Secundario Orientado. En dicha investigación se ha tomado solamente aquellas escuelas que pertenecen a la ciudad de Mar del Plata, en la cual no concurren adultos como alumnos y que se encuentren situados en los barrios cercanos al centro de la ciudad, es decir se excluyó zonas como Punta Mogotes, Estación Camet, Chapalmalal, Sierra de los Padres, entre otros.

Entonces, formaron parte del muestro aquellas escuelas públicas y privadas que no están alejadas de la zona céntrica de la ciudad. Además, como requisito fundamental, ya que se

pretendía analizar el uso de Internet por parte de los adolescentes, la presencia exclusiva de éstos (eso explica el por qué la exclusión de los adultos).

La zona elegida para comprender la muestra fue la “zona del centro” que se extiende entre las Avenidas Luro y Juan B. Justo y desde la costa al límite del ejido urbano. Engloba además, la “zona micro y macrocentro” siguiendo las siguientes calles: 20 de Septiembre, Av. Colón, Av. Independencia, Alvarado y Güemes. Los barrios seleccionados de allí, fueron: Santa Rosa de Lima, Barrio Don Bosco (no oficial), Barrio San Juan (no oficial), San José, Los Troncos. También se incluyó la “zona Mar del Plata Norte” que comprende los barrios que se encuentran al norte de la Av. Luro, para la investigación se seleccionaron los barrios: Nueva Pompeya y Parque Luro.

Una vez delimitados los barrios se procedió a seleccionar las escuelas, de las cuales debían ser cinco públicas y cinco privadas, una vez elegidas se solicitó el permiso de las mismas.

Las Instituciones solicitaron que para acceder a los alumnos la investigación no podía revelar el nombre del colegio ni el nombre de los encuestados, por lo tanto se aseguró que éstas serían tabuladas como “A, B, C, etc.”. Es por ello que sólo se ha nombrado las zonas a las que corresponden.

Sólo dos colegios, que en primera instancia habían sido seleccionados, no admitieron el acceso para la investigación, por lo tanto se buscaron otros que pertenezcan a la misma zona.

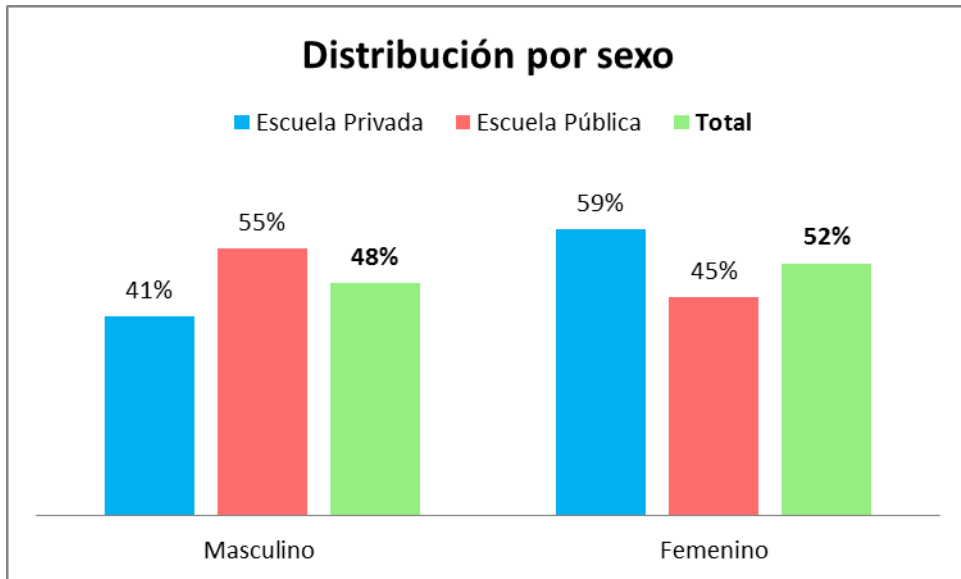
Una vez determinado el tamaño de la muestra y el posible acceso, se planteó el requisito mínimo de alumnos voluntarios por curso, es decir, que por lo menos existan quince chicos predispuestos que concurran en el mes de noviembre a las distintas instituciones.

Participantes

Universo: estudiantes de las Escuelas Secundarias, Superior y Secundario Orientado de la ciudad de Mar del Plata en el año 2014.

Muestra: estudiantes de cinco Escuelas Secundarias Privadas y cinco Escuelas Secundarias Públicas.

Gráfico A. Características de la muestra según el género (n: 162)

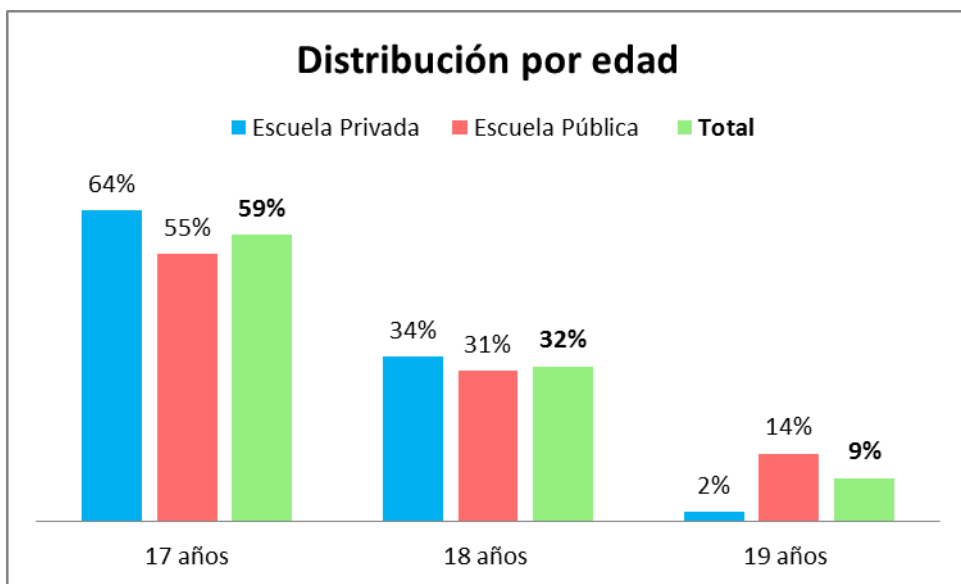


Fuente: Datos propios.

La muestra está compuesta por el 48% de estudiantes varones y el 52% de estudiantes femeninas.

Por otro lado, según la distribución por edad, el 59% de los jóvenes encuestados tiene 17 años, el 32% tiene 18 y tan solo el 9% tiene 19 años.

Gráfico B. Características de la muestra según la edad (n: 162)



Fuente: Datos propios.

Técnica de recolección de datos

Con el objetivo de recolectar información sobre el uso de Internet para luego describirlo y analizarlo, se utilizó un cuestionario, adaptado por la autora de dicho trabajo, en el cual se tomaron en cuenta investigaciones similares como ser las de UNICEF, INDEC y la Fundación de Telefónica, realizadas en Argentina.

Antes de administrar el cuestionario en su versión definitiva se aplicó una prueba piloto a un grupo de estudiantes de sexto año del Secundario Superior, en dos de las escuelas seleccionadas. Se evaluó la comprensión y el orden de las preguntas, así como también la duración de la encuesta. Luego se realizó las modificaciones necesarias para que el cuestionario definitivo contenga preguntas comprensibles y recolecte respuestas significativas.

La muestra piloto se realizó el día 28 de octubre del 2014. Previamente se había coordinado con las autoridades de dos Instituciones seleccionadas, una pública y otra privada. La prueba se realizó a seis chicos, de los cuales tres eran masculinos y tres femeninos, es decir un total de doce alumnos voluntarios, entre ambas escuelas.

Los adolescentes se mostraron dispuestos a colaborar con la investigación. La prueba piloto tomó un tiempo de 15 minutos y hubo problemas para entender el significado de “sedentarismo”, por lo tanto tuvo que ser reemplazado del cuestionario, por otro sinónimo.

Luego de realizar la modificación, el cuestionario final se aplicó desde el 3 hasta el 14 de noviembre, en las diez escuelas.

Como se había pactado, se partió de la base de quince alumnos, pero sorprendentemente en todos los colegios se sumaron con buena predisposición el resto de los compañeros.

Variables

La principal variable a medir en el estudio es el **uso de Internet**, entendido como:

“Espacio donde se enseña, se aprende, se negocia y se vende, se disfruta, se establecen relaciones de muchos a muchos, y las personas se entretienen” (Piscitelli, citado en Quiroz, 2008).

Por lo tanto, en este trabajo de investigación se define el **uso de Internet** es decir, la utilización del medio tecnológico, como una herramienta que permite al usuario realizar

activamente distintas acciones, como la comunicación instantánea, acceder a la información, entretenerse, y ejecutar actividades académicas y comerciales.

Otra variable a medir es el **lugar de conexión a Internet**, el mismo se considera que es el espacio físico desde el cual el usuario ingresa a Internet.

También el **Dispositivo tecnológico**, que según Wikipedia, se refiere a:

“Un aparato o dispositivo eléctrico es un aparato que, para cumplir una tarea, utiliza energía eléctrica alterándola, ya sea por transformación, amplificación, reducción o interrupción”

Por lo tanto, **Dispositivo tecnológico** hace referencia al aparato eléctrico o TIC elegida para conectarse a Internet.

Por otro lado, interesa medir el **tiempo de conexión** y la **frecuencia de conexión** a Internet. El primero, es el tiempo que el adolescente utiliza Internet o permanece conectado al mismo; y la **frecuencia** indica la cantidad de veces que el estudiante ingresa a Internet.

Evaluar los **Sitios Web** que los adolescentes visitan. El diccionario virtual “Definición.de” describe al Sitio Web como:

“Es un espacio virtual en la “www”, que se compone por un conjunto de páginas web y que a su vez pueden contener una combinación de gráficos, textos, audios, vídeos, y animaciones. Existe una gran variedad de tipos de sitios web que se diferencian por la clase de contenido que ofrecen o por el servicio que brindan a los usuarios”.

Y por último, los **Recursos de Internet**:

Un recurso es un medio del que se dispone para satisfacer una necesidad, llevar a cabo una tarea o conseguir algo, el **recurso Internet** refiere al provecho que se le puede sacar a los distintos servicios que se ofrecen en la Web. Los servicios web son sistemas de software diseñados para permitir interoperabilidad (es decir, interacción) máquina a máquina en una red (ALEGSA, Diccionario de Informática y Tecnología)²⁹.

²⁹ <http://www.alegsa.com.ar/>

Por lo tanto, se entiende por **Recursos de Internet** a los servicios que ofrece un sitio web y que sirven al usuario como herramientas en la medida que son útiles para llevar a cabo una acción o actividad.

Definición operacional de las variables

✓ **Lugar de conexión a Internet:**

Los posibles espacios físicos son desde el hogar, desde la casa de un amigo, desde el ciber o desde la escuela.

✓ **Dispositivo Tecnológico:**

Ingresar a Internet mediante una computadora de escritorio, desde la Notebook, la Tablet o el celular.

✓ **Tiempo de conexión:**

Permanecer conectado a Internet desde menos de una hora, de una a tres horas, de tres a seis horas o más de seis horas.

✓ **Frecuencia de conexión:**

La frecuencia de ingreso a Internet puede ser una vez al mes, una vez por semana, tres veces por semana o todos los días.

✓ **Sitios Web:**

Los sitios web según el contenido pueden ser:

Los sitios de noticias: Diarios digitales, Portales de noticias y Revistas

Los sitios weblog o Blog

Los sitios buscadores

Las Redes Sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Google +, Taringa

Sitio colaborativo: Wikipedia

Los sitios de información: Rincón del Vago, Monografias.com, Buenas Tareas

Sitios de Bibliotecas Virtuales

Sitios de Diccionarios Virtuales

Sitios de descargas de Libros digitales

Sitios de Juegos

Los sitios de compra y venta de productos o servicios

Sitios exclusivos para realizar Test de Orientación Vocacional

✓ **Recursos de Internet**

Los servicios que ofrece Internet son:

- El Chat o mensajería instantánea
- Mensajería instantánea en el Smartphone: WhatsApp
- El correo electrónico
- Video conferencia: Skype
- Reproducir la Radio
- Reproducir Música
- Realizar descargas de programas, tutoriales y Software
- Realizar descargas de música
- Utilizar Traductores

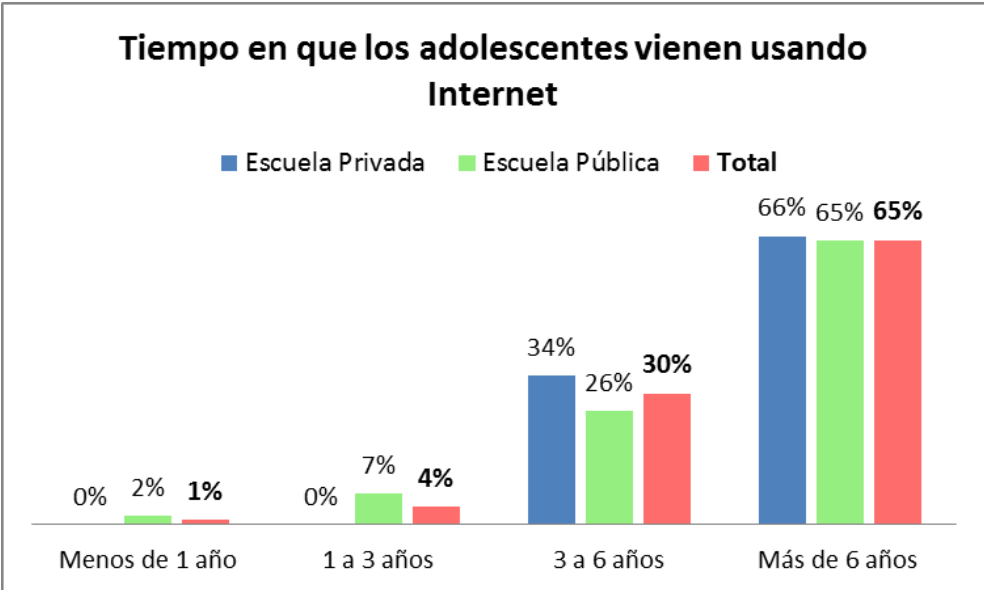
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS»

Con la intención de conocer el uso que hacen los adolescentes de Internet, se ha comenzado por averiguar desde hace cuánto tiempo vienen utilizando dicha tecnología.

Los estudiantes de hoy han nacido inmersos en el mundo globalizado, tal como lo alegan varios autores, esto es natural para los Nativos Digitales que desde siempre han tenido contacto con las nuevas tecnologías.

En la investigación propiamente dicha, los resultados permiten afirmar esto, ya que el **65%** de los estudiantes usa Internet desde hace más de 6 años y además aprendieron a navegar solos (**88%**). Esto coincide con el planteamiento de Marc Prensky al hablar de la brecha existente entre ellos y los Inmigrantes Digitales, es decir, el hecho de que los adolescentes hayan aprendido a usar Internet desde muy pequeños y solos, deja expuesto que los padres y los maestros, por falta de conocimiento, no les han podido enseñar cómo usar las nuevas tecnologías y principalmente Internet.

Gráfico 3. Tiempo en que los adolescentes vienen usando Internet.



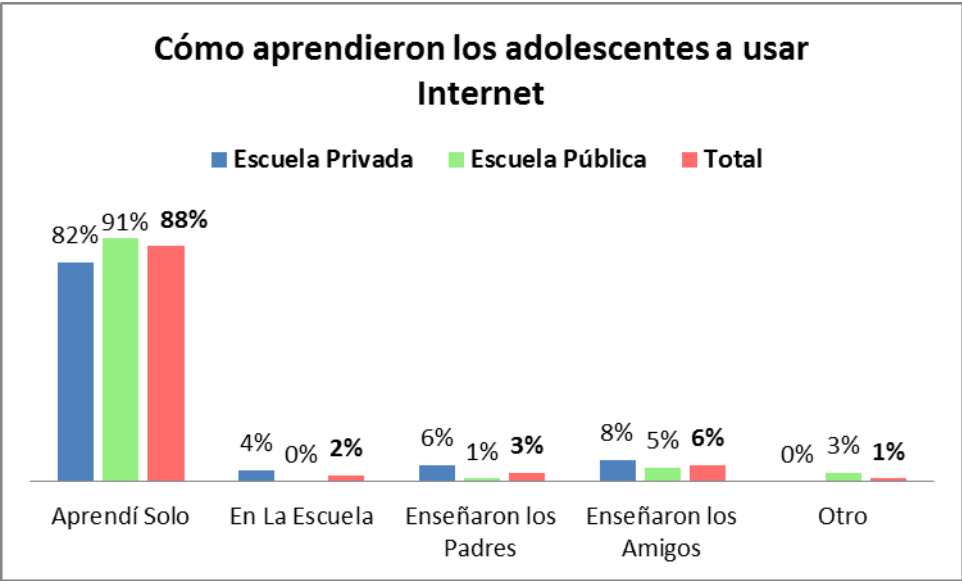
Fuente: Datos propios

Como se puede ver predomina el uso de Internet desde hace más de 6 años, no hay una diferencia entre los estudiantes de las Escuelas Públicas y las Privadas. El resto de los jóvenes (**30%**) afirmaron que el tiempo desde que navegan es de hace 3 a 6 años.

Por otro lado, de acuerdo a cómo aprendieron a navegar no existe un contraste, ya que la gran mayoría afirmó haber aprendido solo, pero una diferencia a destacar es que algunos de los

alumnos de las Escuelas Privadas (**4%**) confirmaron haber aprendido también en la Escuela y por los padres (**6%**) hecho que no sucedió en los alumnos de las Escuelas Públicas, ya que una pequeña parte aprendió porque le enseñaron los amigos (**5%**) y los hermanos (**3%**).

Gráfico 4. Cómo aprendieron los adolescentes a usar Internet.



Fuente: Datos propios

Que los adolescentes hayan aprendido a usar Internet solos y desde pequeños permite suponer que podría deberse a las necesidades planteadas por la Teoría de Usos y Gratificaciones. Por ejemplo, acercarse al medio por una necesidad de adquisición de conocimientos: “necesidades cognoscitivas”.

Por otra parte, interesó saber el lugar desde donde se conectan a Internet; los resultados obtenidos muestran que los estudiantes lo hacen siempre desde el hogar (**62%**), algunas veces desde la Escuela (**26%**) y otras desde la casa de un amigo (**24%**). Pero nunca ingresan a Internet desde un Ciber (**89%**)³⁰.

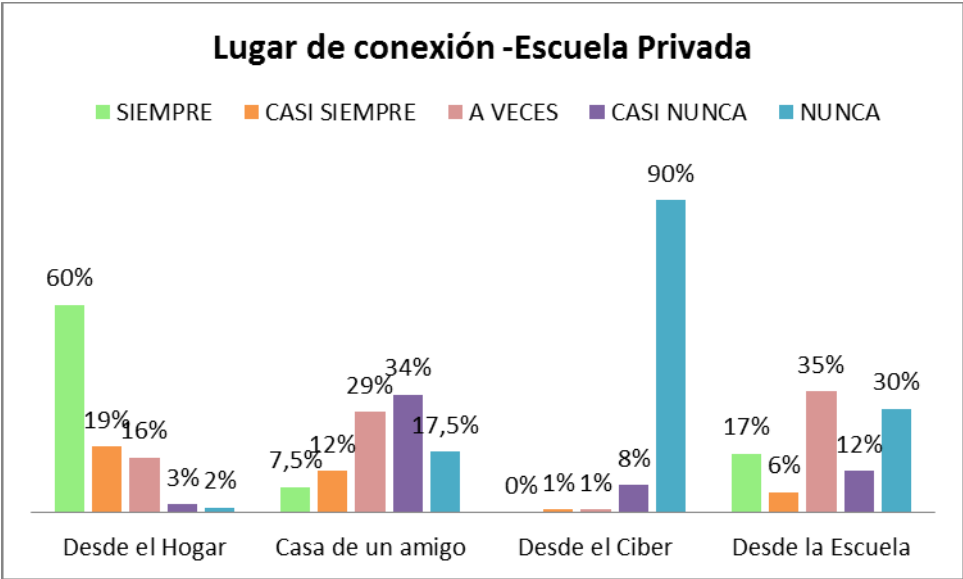
Esto coincide con la investigación realizada en el año 2013 por la *Encuesta Nacional de Consumo Cultural y Entorno digital en Argentina*, ya que afirman que los jóvenes ingresan a Internet siempre desde la casa.

La diferencia puede apreciarse en el ingreso a Internet desde la Escuela, los alumnos de las Escuelas Privadas a veces ingresan desde allí (**35%**) distinto a los estudiantes de las

³⁰ Ver gráfico de Resultados Totales en Anexo.

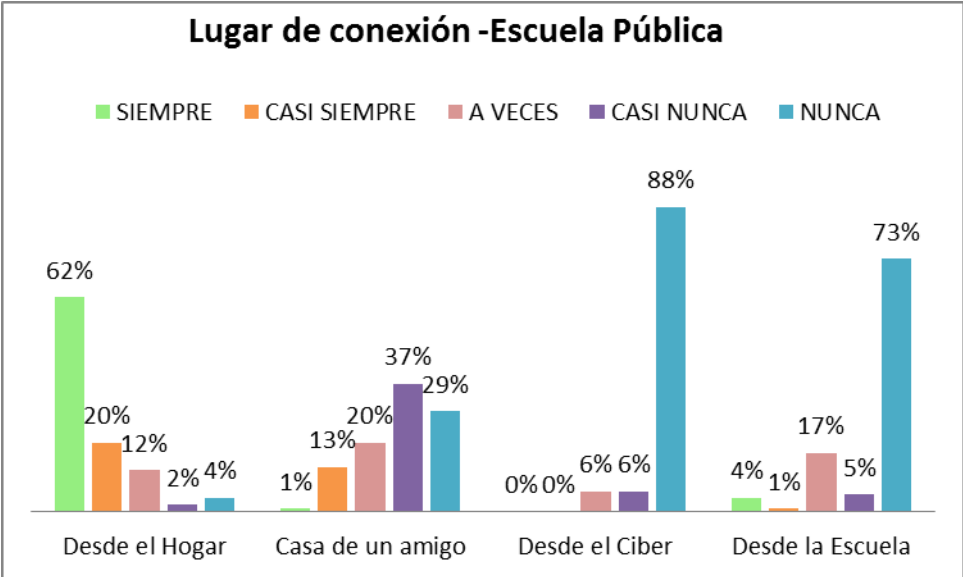
Escuelas Públicas que nunca se conectan desde la Escuela (73%). Pero si, ambos nunca ingresan desde un Ciber.

Gráfico 5. Lugar de conexión a Internet- Escuela Privada



Fuente: Datos propios

Gráfico 5.1. Lugar de conexión a Internet- Escuela Pública



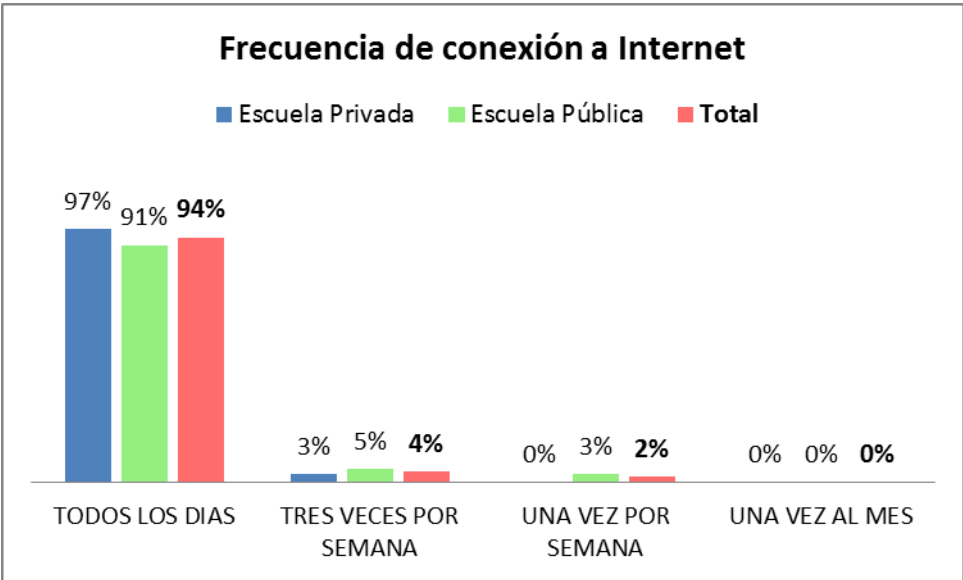
Fuente: Datos propios

Que el Ciber haya sido desplazado como lugar elegido por los jóvenes y sea el Hogar, el preferido por excelencia, podría deberse a la frecuencia con la que ingresan, la cantidad de

horas que los jóvenes permanecen conectados y al dispositivo o aparato tecnológico que disponen para navegar.

Los resultados muestran que los estudiantes ingresan a Internet todos los días (94%) y permanecen conectados de 1 a 3 horas (30%) o más de 6 horas (30%), y mayormente ingresan siempre desde el celular (70%)³¹.

Gráfico 6. Frecuencia de conexión a Internet



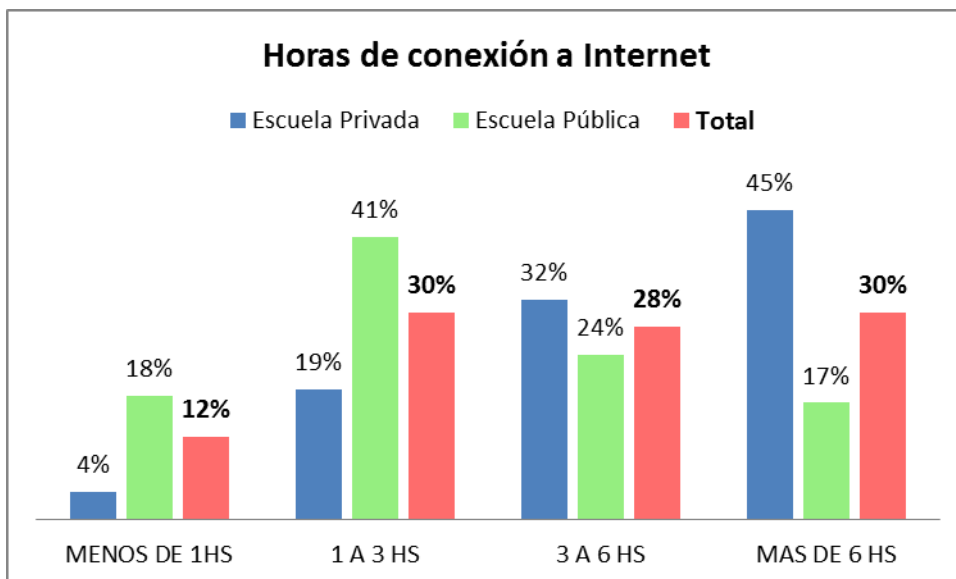
Fuente: Datos propios

Casi el total de los estudiantes se conecta a la Web todos los días. No existe diferencia entre los alumnos de las Escuelas Privadas y Públicas. Tan solo el 4% admitió conectarse tres veces por semana.

Existe una diferencia en relación a la cantidad de horas que permanecen conectados. Los alumnos de las Escuelas Públicas están menos horas navegando que los alumnos de las Escuelas Privadas. Estos últimos pasan más de 6 horas en Internet (45%) frente a los estudiantes de Escuelas Públicas que solo están de 1 a 3 horas (41%).

³¹ Ver gráfico de Resultados Totales en Anexos

Gráfico 7. Horas de conexión a Internet



Fuente: Datos propios

El total de los jóvenes encuestados demostró que el tiempo que están conectados supera la hora, tan solo el **12%** de los alumnos usan Internet menos de 1 hora, pero en igual porcentaje algunos eligen estar de 1 a 3 horas, o estar conectados más de 6 horas (**30%**), y el **28%** de los jóvenes navega de 3 a 6 horas diarias.

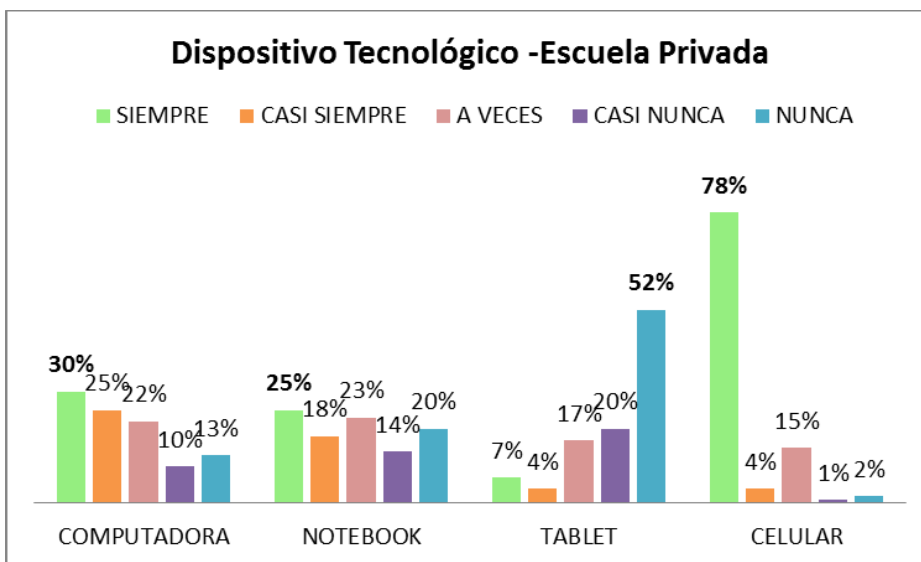
Entonces se podría decir, que la frecuencia no influye en el tiempo en que los estudiantes están conectados a Internet, ya que por más que el ingreso sea diario, las horas de conexión a Internet difieren.

De acuerdo al dispositivo o aparato que usan para ingresar a Internet, el elegido fue el celular. Esto difiere de los datos obtenidos en la *Encuesta de Consumo Cultural* (anteriormente nombrada) ya que, según los resultados de ésta la gran mayoría de los adolescentes elige a la computadora de escritorio como el principal dispositivo para navegar y mucho menos de la mitad prefiere el Smartphone.

De los datos obtenidos en dicha investigación se puede ver que no hay una gran diferencia en el dispositivo o aparato tecnológico elegido para navegar. Los alumnos de ambos colegios prefieren el celular, tal como la última investigación realizada por Carrier y Asociados (en julio del 2014) lo demuestran, la computadora está siendo desplazada por el uso de los Smartphone. También, ni la innovación de la Tablet y la Notebook han podido superar a la preferencia del celular. Pero, a pesar de ello, los alumnos de las Escuelas Públicas hacen

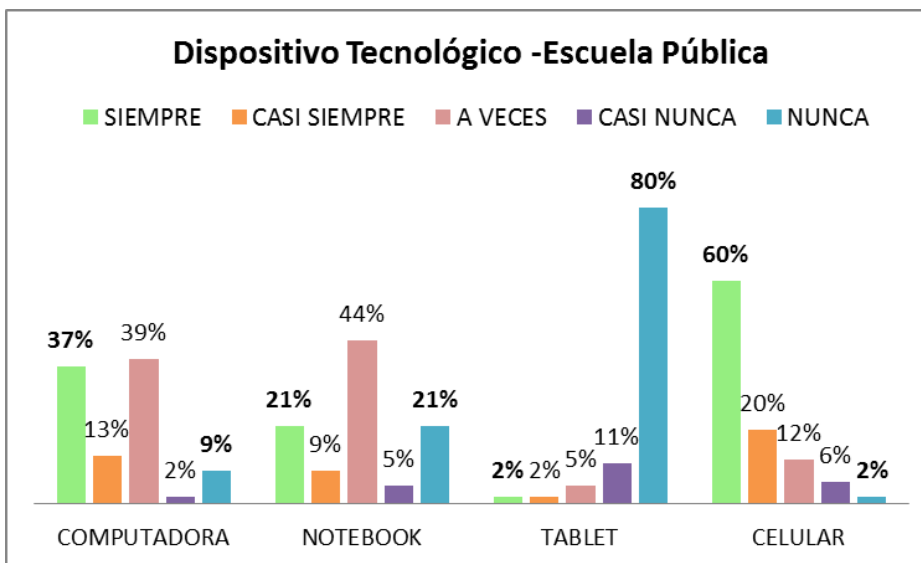
mayor uso de la computadora de escritorio (**37%**) que los estudiantes de las Escuelas Privadas (**30%**).

Gráfico 8. Dispositivo Tecnológico- Escuela Privada



Fuente: Datos propios³²

Gráfico 8.1. Dispositivo Tecnológico- Escuela Pública



Fuente: Datos propios³³

³² Los datos no pueden tomarse como representativos o finales, ya que los encuestados no comprendieron que la elección de un dispositivo excluía la elección del otro.

Lo que ocurre con el celular inteligente o Smartphone es que permite realizar varias actividades desde el mismo aparato, y principalmente navegar en Internet de una manera más ágil e inmediata.

Pero bien, el objetivo principal de la investigación era averiguar el uso que hacen de Internet los adolescentes, para ello hubo que investigar los sitios web y recursos de Internet que utilizan los Nativos cada vez que navegan.

Observando los resultados obtenidos de los alumnos de los distintos establecimientos, se puede ver que no existen grandes diferencias, los datos totales permiten afirmar que el principal uso de Internet son las Redes Sociales: Facebook lidera con el **68%** y le sigue el Twitter con el **47%** e Instagram (**40%**)³⁴. No hay diferencias en el uso de éstas en los distintos colegios. Y existe además, una correspondencia con la *Encuesta de Consumos Culturales en la Argentina* que afirma que el uso principal de Internet son las Redes Sociales, especialmente Facebook y Twitter.

También, es posible relacionar con la investigación llevada a cabo en Mar del Plata por el *Observatorio de la ciudad* de la Universidad FASTA, donde los resultados afirman que el principal uso de Internet por parte de los jóvenes es para comunicarse y luego entretenerse, y para esto se sirven de las Redes Sociales.

Se podría además establecer una conexión con la *Teoría de Usos y Gratificaciones* al suponer que utilizar las Redes Sociales se debe a las necesidades integradoras a nivel personal, a nivel social y a las necesidades de evasión por parte de los adolescentes.

Asimismo, el recurso que más utilizan es el chat (**60%**) y no existen diferencias entre los estudiantes de los distintos colegios. Esto además, coincide con los resultados de la *Encuesta sobre Consumo de Medios en los adolescentes* realizada por UNICEF (2013), que afirma que la principal motivación de uso de Internet de los jóvenes, es chatear.

Con esto, es posible suponer que existe una relación entre la utilización de dicho recurso y el dispositivo desde el cual los adolescentes ingresan a la Web, ya que teniendo en cuenta que casi la totalidad se conecta desde el celular, no es casual que utilicen el servicio de

³³ Los datos no pueden tomarse como representativos o finales, ya que los encuestados no comprendieron que la elección de un dispositivo excluía la elección del otro.

³⁴ Ver gráfico de Resultados Totales en Anexo

“mensajería instantánea” de Internet ya que permite la comunicación rápida e instantánea desde cualquier parte.

Lo particular del dispositivo móvil o Smartphone es que admite en cualquier tiempo y espacio la constante comunicación, no sólo charlar por texto, sino también, enviar y recibir imágenes, videos, música y también “notas de voz”. Esto hace que la comunicación no tenga barreras.

Por otra parte, escuchar música (**36%**) y ver/subir videos (**24%**) son otras de las principales actividades que hacen los jóvenes. Se puede observar que hay una distinción entre reproducir y descargar música, ya que esta última no es una actividad que hagan siempre (**22%**) sino que a veces (**44%**).

Comparando entre las Escuelas, se observa que existe una preferencia en los encuestados de los colegios Privados por reproducir música en vez de descargarla, el **41%** de los alumnos lo hace siempre y casi siempre el **29%**. Esto supera la elección de la descarga, ya que solo lo hacen a veces (**38%**).

Otra actividad distintiva es ver y/o subir videos, ya que el **41%** de los estudiantes de las Escuelas Privadas lo hace siempre que se conecta o casi siempre (**29%**). Pero, distinto a los alumnos de los colegios Públicos que prefieren escuchar (**28%**) y descargar música (**20%**), en vez de ver o subir videos que lo hacen a veces (**50%**).

Estos datos coinciden con la *Encuesta de Consumo Cultura y Entorno digital* (recientemente nombrada) que afirma que el mayor uso que se hace Internet le compete a la Industria Fonográfica.

Por otro lado, los alumnos encuestados dicen usar Internet para hacer las tareas escolares, el **36%** admite hacerlo siempre y el **37%** casi siempre. Otra actividad principal es el uso de los tutoriales para aprender sobre algún tema, el **37%** de los alumnos afirma hacerlo a veces. Esto podría relacionarse con las necesidades cognoscitivas planteadas en la *Teoría de Usos y Gratificaciones* (anteriormente mencionada), y comprender el uso de Internet desde la necesidad de adquirir o reforzar conocimientos de parte de los estudiantes.

Aunque los resultados muestran que la actividad en Internet por parte de los adolescentes no pasa precisamente por la lectura de temas de interés, sino por actividades que no impliquen la total atención, como ser, navegar por las Redes Sociales, reproducir o descargar música, o

ver/subir algún video. Esto puede explicarse tal cual lo predijo Giovanni Sartori al hablar del niño que crecía consumiendo imagen desde la televisión y en un futuro desde Internet. La prioridad por la imagen sobre la palabra escrita queda expuesta en los resultados.

Por otro lado, que queda excluido del uso de Internet reproducir la Radio (**63%**), charlar por Skype (**58%**), tampoco la lectura de Foros (**47%**), ni participar en ellos (**70%**), y lo mismo sucede con las visitas o lectura de algún Blog (**65%**). Igualmente, jugar en red, ya que el **39%** de los alumnos encuestados nunca lo hace y casi nunca el **23%**, superando a los que afirman jugar siempre (**15%**).

Aunque se observó una diferencia entre los alumnos de la Escuela Pública que si juegan en red más que los estudiantes de las Escuelas Privadas. Estos últimos lo hacen a veces (**16%**) pero no supera el uso que hacen siempre los jóvenes de las Escuelas Públicas. Esto deja expuesto a los estudiantes del colegio Público que son los que menos horas permanecen conectados a Internet, pero los que más lo usan los sitios web de juegos.

Otra pequeña diferencia que existe es al revisar el correo electrónico, ya que los alumnos de las Escuelas Públicas nunca lo hacen (**50%**) frente a los alumnos de las Escuelas Privadas que si lo hacen a veces (**31%**).

Con respecto a visitar los sitios web de noticias, los datos muestran que no hay diferencias entre los adolescentes de los distintos colegios, y pese a que el **57%** de los jóvenes no lean los diarios, el **19%** por lo menos lo hace a veces. Lo mismo ocurre con los portales de noticias, el **54%** de los estudiantes nunca ingresa a dicho sitio, pero al menos “a veces” el **17%** afirma hacerlo.

Pero teniendo en cuenta que según el autor Giovanni Sartori, los adolescentes prefieren imágenes y sonido, no ocurre lo mismo con las noticias, ya que el **78%** de los encuestados no se informa de la actualidad escuchando las noticias a través de la radio por Internet. Lo mismo ocurre con la lectura de Blogs o actualizarlo, de hecho sólo el **1%** admite hacerlo siempre.

Pero si se tiene en cuenta que (según los resultados) el principal uso de los adolescentes son las Redes Sociales, como el Facebook o el Twitter, allí las noticias aparecen constantemente y de una manera mucho más dinámica, o quizás más simple y atractiva que un diario digital.

Por otro lado, de los datos se observa que la gran mayoría de los alumnos encuestados (**63%**) nunca lee libros y revistas para aprender sobre un tema, pero por la menos “a veces” visitan los sitios web de libros (**18%**) y de revistas (**19%**).

De acuerdo a las posibles diferencias entre las instituciones, aunque el porcentaje de lectura de libros digitales es muy bajo, las Escuelas Privadas superan a la lectura de libros de las Escuelas Públicas, ya que casi la totalidad de los alumnos de establecimientos Públicos admite no leer nunca (**70%**).

Esto sucede tal cual lo afirman Marc Prensky y otros autores, si las escuelas implementarían el uso de Internet para enseñar de forma más lúdica y dinámica, quizás los estudiantes aprovecharían de dicha tecnología. Ya que, como lo afirma el autor, los Nativos Digitales prefieren aprender tal cual ellos han aprendido y esa forma ha sido de una manera lúdica y gracias a Internet.

Contrariamente a los Inmigrantes quienes han vivido la educación de un carácter más tradicional y rígido. Lo cual, es una brecha difícil de achicar, tal como la investigación lo muestra, al exponer que los jóvenes han aprendido solos a usar esta tecnología.

Por último, de los datos obtenidos se observó que la gran mayoría de los jóvenes no usan Internet específicamente para realizar compras o ventas de objetos. Pero si a veces (**16%**) han realizado compras por Internet.

Los datos también muestran que los estudiantes de las Escuelas Privadas a veces (**17%**) han comprado pero no venden, en cambio los alumnos de las Escuelas Públicas admiten vender a veces (**12%**) lo cual supera a los estudiantes de los colegios Privados.

Otro de los objetivos planteados en la investigación era averiguar cuáles de los sitios web y recursos que ofrece Internet eran aprovechados por los adolescentes para hacer las tareas escolares. Aunque si bien los datos mostraron que casi la totalidad de los adolescentes usan Internet para esto, los datos permiten afirmar que es escaso el aprovechamiento de los sitios web y los recursos.

Al momento de realizar las tareas, sin encontrar diferencias entre las Escuelas Públicas y Privadas, la gran mayoría de los estudiantes utilizan los sitios web de buscadores (**68%**) y siempre (**35%**) o casi siempre (**39%**) se sirven de la información que está en Wikipedia. Una característica sobresaliente de los Nativos Digitales es la búsqueda de soluciones dinámicas

para resolver sus tareas. Esto explica la necesidad de “instantaneidad” que a su vez ofrecen los buscadores y fundamentalmente Wikipedia, para dar respuesta inmediata a cualquier inquietud.

Por otro lado, el recurso de Internet más utilizado es el Traductor, ya que más de la mitad de los alumnos afirma usarlo ya sea: siempre (**20%**), casi siempre (**28%**) o a veces (**28%**). Pero se puede ver que los estudiantes de las Instituciones Privadas usan con más frecuencia dicha herramienta, ya que los alumnos de las Instituciones Públicas lo consultan a veces (**30%**) a diferencia de los estudiantes de las Escuelas Privadas que lo hacen siempre (**30%**).

Se puede observar que las herramientas disponibles en Internet para realizar las tareas escolares son utilizadas “a veces” por los estudiantes, no existe un uso frecuente de la gran mayoría, solo ocurre con los sitios web de buscadores o el sitio colaborativo de Wikipedia.

Esto podría deberse debido a que Wikipedia ofrece una descripción o definición de todos los temas, además de brindar la información de manera organizada la presenta de manera más simple. Si se vuelve a la teoría de Giovanni Sartori donde el autor planteaba que el niño que crece con la televisión preferiría la imagen por sobre la palabra. Sucede que hay una relación, ya que los resultados demuestran que los jóvenes buscan leer lo menos posible. Es por eso también que la mitad de los alumnos eligen ver videos en YouTube para realizar las actividades escolares.

A saber, dentro de las Redes Sociales, que como ya se mencionó anteriormente, son los sitios más recurridos por los adolescentes, pero al momento de hacer tareas escolares se sirven “a veces” de YouTube (**32%**) y son los alumnos de las Escuelas Privadas quienes más utilizan “a veces” dicha herramienta (**40%**) frente a los alumnos de las Escuelas Públicas quienes solo el **24%** dice hacerlo. De igual manera sucede “a veces” con Taringa (**25%**) En efecto, Facebook (**52%**), Twitter (**60%**) y Skype (**79%**) nunca son consultados para dicho fin.

Los sitios web de Diccionarios Virtuales también son utilizados a veces (**27%**) por los estudiantes, aunque casi la mitad del total de los encuestados nunca lo haga. Pero se puede ver que los alumnos de las Escuelas Privadas utilizan siempre (**29%**) dicha herramienta, frente a los alumnos de Escuelas Públicas que sólo lo hacen a veces (**34%**).

Otra herramienta utilizada, y sin diferencias entre los alumnos de los colegios es Yahoo! Respuestas, aunque el **38%** nunca lo utilice, al menos el **25%** de los encuestados a veces consulta en el sitio y sólo el **13%** lo hace siempre.

Por otro lado, de los sitios de información el más consultado “a veces” es Monografias.com (**31%**), los que más usan dicha herramienta son los estudiantes de las Escuelas Privadas quienes consultan casi siempre (**20%**) o a veces (**34%**) frente a los estudiantes de las Escuelas Públicas que nunca lo hacen (**43%**). Asimismo le sigue Rincón del Vago que es consultado a veces (**27%**) por la totalidad de los estudiantes y el sitio web Buenas Tareas que el **46%** nunca lo consulta, sobre esto no se encontraron diferencias entre los distintos colegios.

Los sitios web menos consultados por los adolescentes son las Revistas, el **64%** de los estudiantes nunca lo hace, aunque existe una pequeña diferencia entre los alumnos de las Escuelas Privadas quienes al menos “a veces” navegan dichos sitios (**24%**) frente a los de las Escuelas Públicas que nunca (**74%**). Asimismo, para la lectura de Diarios digitales, más de la mitad de los adolescentes nunca visitan dichos sitios para hacer las tareas escolares, pese a esto, el **26%** de los alumnos de las Escuelas Privadas son quienes lo hacen “a veces” frente a los de Escuelas Públicas que sólo el **10%** afirma hacerlo.

También se observó que los estudiantes de las Escuelas Públicas leen menos libros que los de las Escuelas Privadas, más de la mitad de los primeros afirma no hacerlo nunca y los segundos al menos el **25%** lo hace “a veces”. Pero no hay diferencias entre ellos al momento de descargar libros para realizar las tareas escolares, ya que el **60%** de los alumnos afirma nunca hacerlo.

Lo mismo sucede con las búsquedas en sitios weblog, más de la mitad de los alumnos encuestados nunca utiliza dicha herramienta, tampoco se encontraron diferencias entre los estudiantes de las distintas Instituciones.

No sucede lo mismo con la visita a Bibliotecas Virtuales, ya que son los alumnos de las Instituciones Privadas quienes más uso hacen siempre (**26%**) y casi siempre (**10%**) frente al poco uso de los estudiantes de las Escuelas Públicas: tan solo el **2%** ingresa siempre.

De todo lo expuesto se puede ver que los adolescentes no usan la totalidad de las herramientas que ofrece Internet. Esto podría entenderse, como lo plantean varios autores: por la falta de incorporación de Internet como herramienta en la educación, tarea que compete a las Instituciones.

Además de esto, se buscó averiguar qué herramientas usan de Internet los estudiantes para resolver tareas escolares grupales. No existen diferencias muy marcadas entre los

alumnos de las Escuelas Privadas y Públicas, pero se observó que los primeros hacen mayor uso de éstas para resolver sus deberes.

Los resultados muestran que el principal uso es la aplicación WhatsApp disponible en los Smartphone, más de la mitad de los estudiantes lo utiliza siempre (**51%**). La razón podría ser ya que dicha aplicación permite el envío de fotos, videos y notas de voz, al margen del texto. Todo eso sucede tal como los Nativos lo prefieren, es fácil y rápido.

Otro recurso de Internet más utilizado para pasar archivos, trabajos o documentos a otro compañero es el chat “Messenger” de Facebook, el **45%** de los estudiantes lo usan siempre y el **26%** casi siempre. En este caso teniendo en cuenta, como ya se mostró anteriormente, la mensajería instantánea es el recurso de Internet que más manejan los adolescentes, sin olvidar que Facebook es la preferida entre los sitios web que visitan. Por lo tanto, no es casual que la gran mayoría de los estudiantes no utilicen el servicio de Skype (**70%**) ya que Facebook ofrece a través del chat la posibilidad de enviar archivos, documentos, fotos y realizar video conferencias.

No ocurre lo mismo con el correo electrónico, pese a esto, a veces los estudiantes (**24%**) lo prefieren para pasar las tareas o información a otros compañeros, y mayormente por los alumnos de las Escuelas Privadas (**29%**), ya que el **44%** de los estudiantes de las Escuelas Públicas nunca lo hace.

Asimismo, Facebook brinda la posibilidad de armar grupos y es una herramienta muy aprovechada por los estudiantes, pues el **47%** de los alumnos encuestados afirman armar o participar de grupos para resolver tareas escolares. Tampoco se encontraron diferencias entre las Instituciones Privadas y Públicas.

Esto coincide con la convergencia propuesta por varios autores en la que describen que el fenómeno de Internet brinda la posibilidad de encontrar todos los medios, o herramientas en este caso, en un mismo sitio web. Sumado además, que el principal acceso a esto es a través del celular.

Según los resultados, los adolescentes realizan más descargas de archivos, documentos o información De acuerdo a subir y/o descargar archivos, documentos o información desde sitios específicos, los resultados muestran que más de la mitad de los alumnos realizan descargas para llevar a cabo las tareas escolares, y que la misma cantidad admite no subir nunca sus trabajos realizados a Internet.

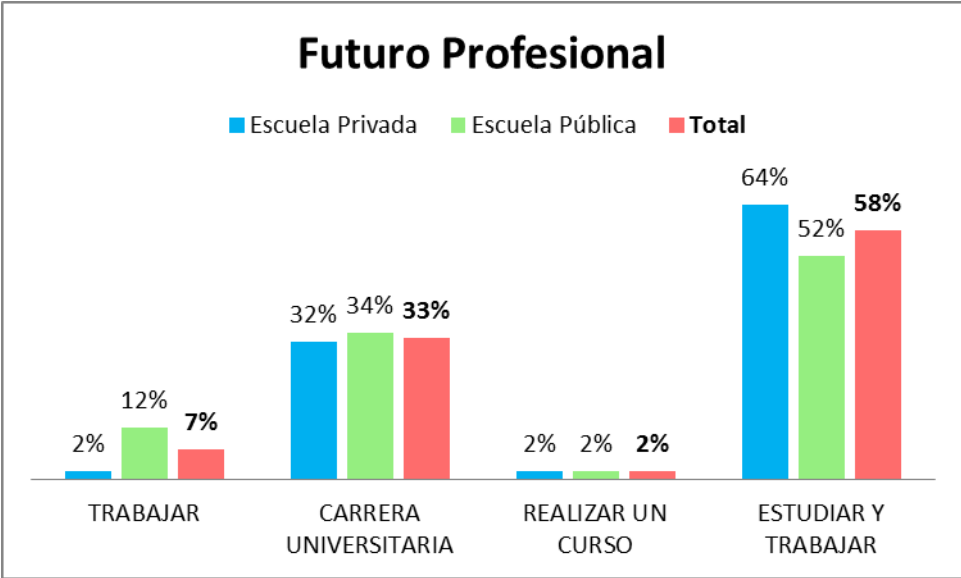
Si bien, la Web 2.0 se caracteriza por ser un “medio frío” como diría McLuhan, porque el usuario es activo y adquiere cierto protagonismo y participación. Según los resultados de la investigación, los Nativos Digitales eligen consultar información disponible en la Web y descargarla (**33%**) en vez de aportar sus trabajos, el **56%** de los estudiantes nunca lo hace. Aunque existe una diferencia entre los estudiantes de las Escuelas Privadas (**35%**) que utilizan más estas herramientas que los estudiantes de las Escuelas Públicas que nunca lo hacen (**35%**).

También se ha visto que no participan en Blogs (**62%**) que generalmente son sitios web donde se discuten o aportan opiniones sobre un tema y que nunca armaron uno (**52%**). Se puede decir al respecto, la importancia de fomentar el uso de las TICs en las Escuelas, ya que daría como resultado un mayor conocimiento o utilidad de los recursos que la Web ofrece. Así como también, disminuir la brecha digital que se produce al respecto.

De modo similar, otro de los objetivos propuestos para la investigación era consultar si los adolescentes usan Internet para averiguar sobre su futuro profesional. Para esto se indagó sobre lo que les gustaría hacer cuando terminen sus estudios y si utilizaron Internet para averiguarlo.

De los resultados recolectados se muestra que el **58%** de los estudiantes al finalizar su paso por la Escuela desean estudiar y trabajar, además de que el **60%** ha buscado Universidad en Internet. Existe si una diferencia entre los alumnos de las Escuelas Públicas quienes prefieren trabajar cuando terminen (**12%**) frente a los estudiantes de las Escuelas Privadas quienes mayormente optan por estudiar y trabajar (**64%**). También, entre realizar un curso y una carrera universitaria, los estudiantes prefieren ésta última.

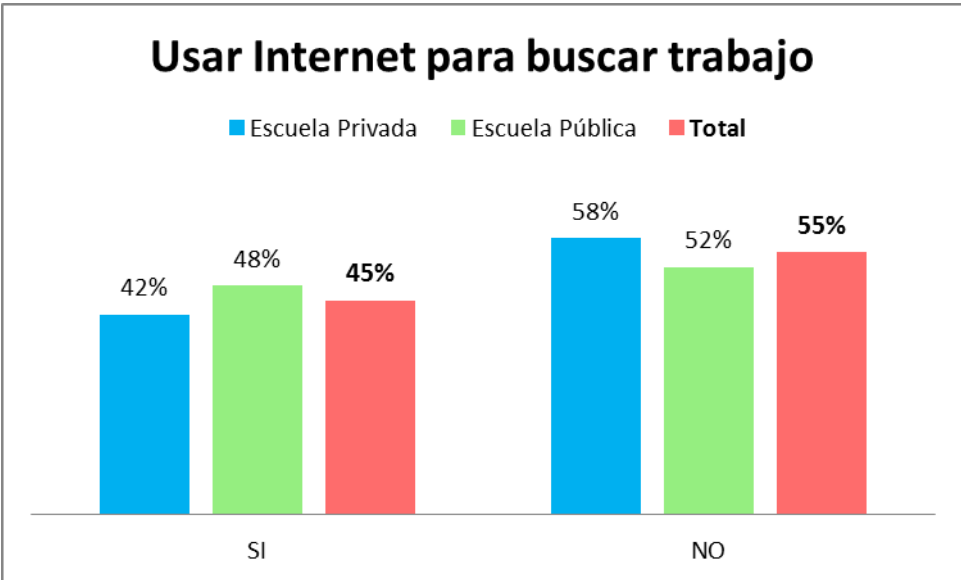
Gráfico 9. Elección del futuro profesional



Fuente: Datos propios

Si bien la gran mayoría de los alumnos encuestados son menores, se les consultó si utilizan Internet para buscar trabajo, el **55%** de los alumnos no lo hicieron, pero el **45%** si, aunque no todos respondieron desde qué sitios, por esta razón no hay resultados estadísticos. Teniendo en cuenta esto, se les preguntó si buscaron información en Internet acerca de lo que les gustaría estudiar.

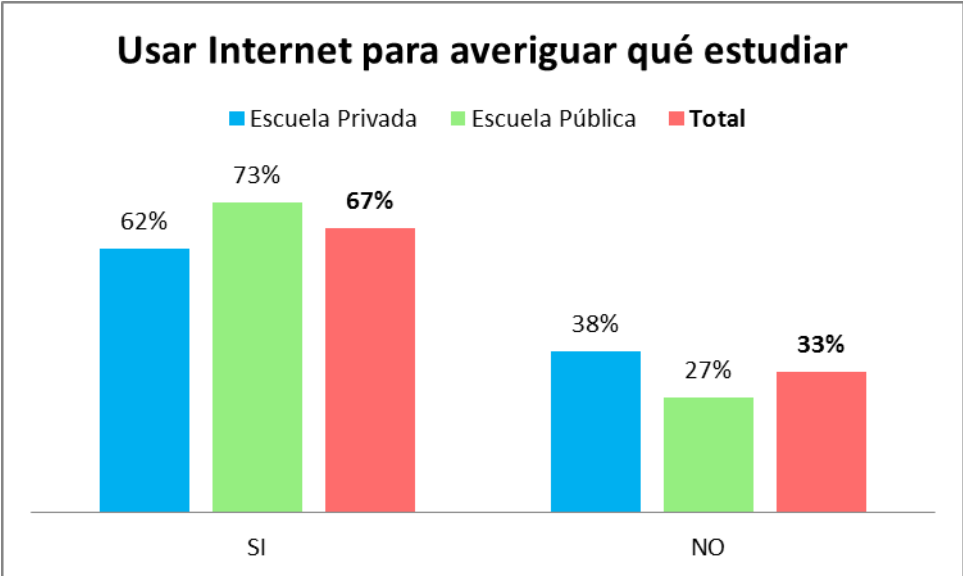
Gráfico 10. Usar Internet para buscar trabajo.



Fuente: Datos propios

La gran mayoría de los alumnos (**67%**) utilizó a Internet como herramienta para buscar información referida su futuro profesional. Si bien no todos los encuestados respondieron “dónde” habían conseguido la información, los sitios más consultados fueron las páginas específicas de las Universidades, las más mencionadas fueron la Universidad Nacional de Mar del Plata y la Universidad FASTA, y en algunos casos, los alumnos contestaron “buscadores” . Por lo cual los datos obtenidos no pueden tomarse como estadísticas reales. Existe una pequeña diferencia ya que los estudiantes de las Escuelas Públicas si han usado a Internet como herramienta para averiguar el futuro profesional superando con el **73%** a los alumnos de las Escuelas Privadas (**62%**). Y su vez estos últimos superan en no usar a Internet para dicho fin.

Gráfico 11. Usar Internet para averiguar qué estudiar.



Fuente: Datos propios

Una herramienta que disponible en la Web es la posibilidad de realizar un Test Vocacional, Los resultados muestran que los Nativos no confían en los sitios web que se encargan de ello, ya que el **64%** de los estudiantes no hizo ningún Test y de los que sí lo hicieron sólo el **27%** confía en el resultado.

Esto podría deberse a que los estudiantes saben que la información que está disponible en Internet no es totalmente confiable. Ya que ellos, gracias a la participación que admite la Web 2.0, tienen acceso a crear contenidos disponibles para los distintos sitios.

El último objetivo del estudio llevado a cabo fue averiguar la valoración que los Nativos Digitales tienen de Internet, independientemente del uso que hagan del mismo. De acuerdo a las posibles diferencias que pueden hallarse entre los alumnos de las Escuelas Privadas con los que concurren a las Escuelas Públicas, los resultados mostraron que no hay diferencias: los adolescentes tienen una valoración positiva de la Web. Si bien, esto puede entenderse ya que al ser “nativos” de una lengua creada particularmente por ellos y de la interacción con la tecnología, los adolescentes cubren sus necesidades desde muy pequeños con Internet.

La gran mayoría de los estudiantes (**71%**) están muy de acuerdo en considerar que Internet es fácil de usar. Tal como Alejandro Piscitelli y otros autores describen de los Nativos Digitales, que nacieron envueltos en las computadoras, los celulares e Internet, por lo tanto tienen un lenguaje digital o “alfabetización digital” incorporada de manera natural. Es por ello, que la tecnología no les resulta difícil de manejar.

Se ha visto a lo largo de la investigación que los estudiantes usan principalmente de Internet las Redes Sociales y el servicio de mensajería instantánea o Chat, que son herramientas que entre otras cosas pueden servir para comunicarse y entretenerse, por lo tanto, no sorprende que los adolescentes estén muy de acuerdo en considerar (positivamente) a Internet como una herramienta de comunicación y entretenimiento, casi la totalidad de los encuestados está muy de acuerdo en creer que la Web sirve para ello.

Así también, más de la mitad de los estudiantes demostraron estar muy de acuerdo al afirmar que en la Web las personas pueden expresar cualquier opinión y que se admite la participación de éstas. Aunque, se ha visto que los estudiantes no participan en Foros ni en Blogs, la mayor contribución e interacción que hacen es en las Redes Sociales.

Igualmente consideran estar de acuerdo en creer que la Web sirve para estar al tanto de temas de la actualidad y que dispone de distintos sitios en donde encontrar información y aprender sobre algún tema. Pero al mismo tiempo, mostraron estar “ni en acuerdo ni en desacuerdo” (**62%**) y algunos “poco de acuerdo” (**14%**) en que la información que esta Internet es confiable y en afirmar que no está verificada.

Aunque los datos recolectados revelan que los Nativos no realizan compras ni venden productos o servicios en sitios web específicos, más de la mitad de ellos sin embargo, están muy de acuerdo en considerar a la Web como un espacio para dicha actividad.

Por otra parte los estudiantes encuestados expresan cierta valoración negativa sobre Internet, y tiene que ver con cuestiones referidas a las personas, como ser el respeto por la privacidad, la burla o discriminación y el anonimato de los usuarios.

Casi la totalidad de los jóvenes está muy de acuerdo en afirmar que en Internet la gente se puede mostrar con un perfil distinto al de la realidad, es decir que los usuarios pueden mostrarse con una personalidad diferente o también, tener perfiles “truchos”. Esto es posible en las Redes Sociales, en Blogs, en Foros o en cualquier sitio donde se admita la participación de los usuarios.

La Web es interactiva y permite distintas voces, lo cual no excluye que exista discriminación y se fomente la burla hacia las personas, sobre esto, la gran mayoría de los adolescentes admitió estar de acuerdo. Además, consideran que en Internet no se respeta la privacidad de las personas (**44%**).

Por otro lado, los adolescentes consideran que estar conectados a Internet quita tiempo para realizar otras actividades, pero manifestaron estar “ni en acuerdo ni en desacuerdo” y algunos “poco de acuerdo”, al decir que fomenta una vida solitaria y quieta. Esto puede explicarse entendiendo que el mayor ingreso a Internet se hace a través del celular, por lo tanto, no consideran tener una vida sedentaria.

Esta investigación ha dejado a la luz que los estudiantes realizan descargas de música, de distintos archivos, imágenes, entre otros. Se puede establecer una relación al entender que casi la totalidad de ellos está muy de acuerdo con que Internet facilita la piratería de música, videos, imágenes, etc. Además, se demostró que esta actividad de “descargar”, es una de las más realizadas por los jóvenes.

Para finalizar con la valoración se les solicitó a los estudiantes que asocien con una sola palabra a Internet. El **23%** de los encuestados no contestó la pregunta. Pero el resto asoció a la Web con la palabra “comunicación” (**35%**), le siguió “entretenimiento” (**10%**) y “conexión” (**10%**). Las otras dos fueron “globalización” (**6%**) y “tecnología” (**6%**). Una minoría de los alumnos asoció a Internet con una valoración negativa (**4%**), describiéndola como “aislamiento” o “sedentarismo”. Por lo tanto, no es casual que hayan asociado a Internet con el uso principal que ellos mismos realizan de esta.

CONCLUSIONES >

La investigación buscó describir el uso que hacen los adolescentes de Internet en su vida diaria, pero en un momento determinado. Por lo que sería importante continuar con el estudio, ya que las tecnologías avanzan muy rápido y en la era de la globalización todos los cambios son inmediatos.

De los resultados recolectados, los adolescentes de la ciudad de Mar del Plata se conectan a Internet mayormente desde la casa, por medio del Smartphone y navegan todos los días más de seis horas. Se ha visto que el celular se ha transformado en sinónimo de Internet, y ha desplazado no sólo al Ciber, que era el lugar donde hace unos años atrás los jóvenes se reunían para estar en Red, sino que también, al uso de las PC, Notebook y Tablet; quizás por esta razón es que casi la mayoría de los estudiantes no juega en red. Si se tiene en cuenta que los adolescentes quieren todo de forma ágil, rápida e inmediata, esto encuentra un sentido, ya que el celular inteligente se ha convertido en una mini computadora que permite el fácil acceso a Internet y ofrece aplicaciones para las distintas necesidades que demanda el usuario.

Se ha visto que varios autores (ya nombrados) discuten por el empleo de las TICs en la educación, no sólo como herramientas para enseñar, sino también, para achicar la brecha digital que existe entre los maestros, llamados por Prensky los Inmigrantes Digitales, y los alumnos. Los datos muestran que en Mar del Plata las Escuelas no incorporan ni promueven el uso responsable de las nuevas tecnologías.

Esto se vio reflejado cuando se consultó a los estudiantes cómo aprendieron a usar Internet. Casi la totalidad expresó haber aprendido hace más de seis años y solos, sin ayuda de los padres y muy pocos afirmaron la participación de la Escuela.

Por otro lado, al averiguar qué hacen los Nativos cada vez que se conectan a Internet, los resultados no mostraron diferencias entre los encuestados de las Escuelas Públicas y Privadas, el principal y mayor uso es de Redes Sociales, el sitio web más navegado es Facebook y luego Twitter, y el recurso de Internet más utilizado es el Chat, como así también (aunque en menor medida) reproducir música y ver o subir videos.

Podría afirmarse, según los datos recolectados, que es escaso el uso que los estudiantes hacen de Internet, es decir teniendo en cuenta que principalmente se conectan para chatear y navegar en las Redes Sociales, queda excluido todo el “abanico” de herramientas que ofrece la Web.

Pero también, podría verse de manera positiva al entender que Internet permite la convergencia de varios servicios en un mismo sitio web, por lo tanto, encuentra razón navegar un mismo sitio desde varias necesidades.

Ahora bien, teniendo en cuenta que Facebook es el sitio web por excelencia más usado, la razón de esto podría ser que allí los adolescentes encuentran información de todo tipo, desde noticias a temas de interés general, lo mismo ocurre con Twitter, por lo tanto se entiende por qué no navegan siempre por Diarios digitales, ni Revistas o Foros, ni escuchan la Radio para saber las noticias. Además se observó que al momento de realizar tareas grupales para la escuela, usan el servicio de mensajería instantánea desde el Smartphone, con la aplicación de WhatsApp y el servicio de chat del Facebook para enviar y recibir archivos; por lo tanto, es posible entender que esto haya desplazado el servicio de video llamadas que ofrecía Skype, ya que también se encuentra disponible en dicha Red Social.

Si se tiene en cuenta la mirada de la Teoría de Usos y Gratificaciones cuando señala que el receptor (en este caso, el usuario adolescente) es también el iniciador de mensajes, y que a su vez es quien “actúa” sobre la información de la que dispone y la “usa”, permite afirmar que los Nativos Digitales han provocado una revolución y cambio en la Web, la manera en que usan y actúan sobre la información ha generado un nuevo lenguaje y una nueva forma de presentar los contenidos.

Consecuentemente, se puede decir que es una profecía cumplida lo expuesto por Giovanni Sartori cuando afirmaba que el niño que crece mirando televisión acostumbraría a su coeficiente intelectual a aprender a través de las imágenes y no con el texto. Los jóvenes mostraron una gran preferencia por los gráficos, la lectura ágil, corta y los videos. Es decir, se dejó de lado todo aquello que implique mucha lectura, como ser los Foros, Blogs, sitios web específicos para realizar tareas escolares, la visita de Diarios o Portales de noticias, entre otros.

También se observó que los adolescentes no realizan compras ni ventas de productos o servicios, aunque se ha visto que un pequeño porcentaje ha comprado a través de la Web.

Con respecto al uso de Internet para hacer las tareas escolares, los estudiantes afirman hacerlo, pero no es aprovechado en su totalidad. Los sitios que más frecuentan para resolver sus actividades son los buscadores y Wikipedia, uno de los sitios web que más ha crecido en los últimos tiempos.

Se ha dicho que en Internet se encuentran sitios específicos donde subir o descargar archivos escolares, si bien no es la principal fuente a la que recurren, pero se notó que prefieren la descarga de documentos. Lo cual, la participación que es posible en Internet se ha visto que es más aprovechada desde ese lugar, en vez de que los adolescentes aporten y suban trabajos realizados, prefieren la información que se encuentra en Wikipedia y esto se debe a que allí los contenidos se ofrecen de manera sintética y ordenada.

Por la misma razón, tanto en el uso habitual de Internet como al momento de realizar trabajos para la Escuela se ha visto que los alumnos no recurren a la lectura ni descarga de libros; tampoco a la consulta en Blogs ni Foros virtuales, lo mismo sucede con los Diarios y las Revistas.

De todo esto, se puede deducir que los Nativos Digitales usan Internet pero no navegan por la gran variedad de sitios y recursos, sino que frecuentan siempre los mismos y buscan soluciones prácticas y fáciles. Y esta modalidad rige para el uso en general como así también al momento de realizar tareas escolares. La preferencia por “ver y oír”, sin el esfuerzo de leer mucho es lo que más sobresale.

La investigación demostró que las TICs utilizadas en la educación son muy pocas, por lo que correspondería de parte de las Instituciones escolares fomentar el uso responsable a los alumnos y la participación de éstas como herramientas. Además, al entender la características de los Nativos, podría continuarse el estudio pero ésta vez específicamente sobre lo que “ven” y con qué fin lo hace. Es decir, las imágenes o videos que circulan en la Web no sólo el uso desde la necesidad, sino también desde la gratificación.

Pero una salvedad es que los estudiantes pese a que no han recibido una instrucción correcta para navegar, igual aplican desde sus conocimientos y usos, los recursos de Internet que les parecen más prácticos. Como ser los buscadores, traductores, diccionarios virtuales y los videos disponibles en YouTube para resolver las tareas educativas. Asimismo, Facebook que es el sitio que más navegan, es utilizado como herramienta para ello, ya que los alumnos afirman haber armado y participado en grupos e incluso de usar el “Messenger” que ofrece la Red Social, para intercambiar archivos.

Estos datos coinciden con la propuesta del Profesor Marc Prensky, quien sostiene que las Escuelas deben aplicar en su educación formas lúdicas presentes en las TICs y en particular en Internet, para el aprendizaje de los alumnos.

Por otro lado, los estudiantes marplatenses han usado Internet para averiguar sobre su futuro profesional. La gran mayoría quiere trabajar y estudiar, pero la diferencia se percibió en que más de la mitad no han utilizado a Internet para buscar trabajo, pero si para buscar Universidad.

No obstante, un problema que surgió es que no todos contestaron las opciones propuestas para buscar empleo, por lo tanto no se ha podido establecer un porcentaje exacto, ya que varias de las respuestas al ser mal contestadas fueron eliminadas. Lo mismo ocurrió cuando se indagó sobre dónde habían buscado Universidad, muchos de los estudiantes no respondieron, otros nombraron “páginas de Universidades” y algunos mencionaron a la Universidad Nacional de Mar del Plata y muy pocos a la Universidad FASTA.

Sobre la valoración que tienen de Internet se puede decir que es positiva. Independientemente del uso que hacen de ésta, los jóvenes son conscientes de los recursos que ofrece la Web y la posibilidad de usarlos como herramientas.

Casi la totalidad considera que Internet es fácil de usar, que es una herramienta para comunicarse, entretenerse e informarse y aunque no realicen compras o ventas en sitios específicos, también creen que Internet es útil para ello.

Y pese a que están todo el tiempo en contacto con las TICs y en especial a Internet, los Nativos consideran que no tener Internet no es estar desconectado de la sociedad, ni que fomenta una vida sedentaria. Pero si, que quita tiempo para realizar otras actividades.

Pero a pesar de lo expuesto, no se excluye la crítica a los contenidos exhibidos en la nube. Los estudiantes también consideran que en Internet no se respeta la privacidad de las personas, que sirve para fomentar la burla y la discriminación y que la información no es totalmente confiable ni está del todo verificada.

No es casual entonces que los jóvenes asocien la palabra comunicación, entretenimiento, conexión, tecnología y globalización a Internet, ya que estas describen claramente el uso que ellos hacen y por lo tanto la valoración que tienen sobre ella.

Aunque también, un pequeño porcentaje de los alumnos consideró a Internet desde una apreciación negativa, asociándola con el sedentarismo, el aislamiento y la desconexión con los demás.

En fin, el uso que los jóvenes hacen de Internet está estrechamente ligado a las necesidades que tienen, y un rasgo que distingue a dicha generación es la necesidad de inmediatez, instantaneidad, lo fácil y ágil en cualquiera de las actividades que traten.

Las TICs incluyendo a Internet son una herramienta fundamental para aplicar en las actividades cotidianas, ya que han simplificado muchas tareas, acortando el tiempo y la distancia. Los jóvenes son el futuro de las sociedades y por eso es importante fomentar y enseñar el uso responsable y provechoso de dichas herramientas, para potenciar la capacidad de la “multitarea” que tienen los niños y jóvenes de hoy.

La investigación buscó analizar el uso que hacen los adolescentes de Internet, por lo que sería importante en un próximo estudio averiguar la motivación o el “para qué” se conectan a Internet, es decir, averiguar las gratificaciones obtenidas por dicho medio. Por otro lado, continuar indagando sobre el uso de Internet aplicado a la educación, ya que aquí se ha perfilado en mostrar a Internet como una herramienta para dicho fin.

Además, avanzar sobre las limitaciones con las que se ha encontrado este trabajo, como ser, poder aumentar la cantidad de estudiantes encuestados, es decir, abarcar más Escuelas marplatenses. También, reforzar la investigación sobre el uso de Internet para averiguar sobre el futuro profesional, ya que los resultados obtenidos en la investigación propiamente dicha no pudieron ser considerados como reales ya que los alumnos no respondieron correctamente.

Por último, de lo expuesto se puede afirmar que los estudiantes de la ciudad de Mar del Plata, teniendo una valoración positiva de Internet y sabiendo que allí es posible la participación del usuario, como así también la gratificación de sus necesidades, ellos frecuentan siempre los mismos sitios web y los mismos recursos que Internet ofrece, tanto para navegar diariamente como para realizar tareas educativas.

Por lo tanto, puede entenderse de dos maneras, por un lado que el uso de Internet y aprovechamiento de éste como herramienta es muy escaso, ya que navegan pocos sitios web y usan pocos recursos. O por otro lado, entender que al encontrar la convergencia de varios servicios en un mismo sitio, estos han evolucionado, tanto su forma como el contenido, lo que ha llevado que algunos sitios web no se frecuenten tanto, como ser los Foros o Blogs, y mismo se ha visto para los Diarios y Revistas digitales, quienes se han desplazado a las Redes Sociales. Y que entonces con esto, el uso que los adolescentes hacen de Internet es suficiente

y abundante de acuerdo a sus necesidades y características que los definen a los Nativos Digitales, por lo cual sería lógica la elección de los sitios web y los recursos utilizados.



Por consiguiente, en dicha investigación se considera y se concluye provechoso el uso que los adolescentes hacen de Internet, pero se razona que hace falta una gran motivación por parte de las Instituciones educativas para poder incorporar otros usos, tanto de las TICs como de lo que ofrece Internet, lo cual llevará a los adolescentes a descubrir herramientas que, si bien saben que existen y están disponibles, no las utilizan.

BIBLIOGRAFIA >

- Alonso, G. y Arébalos, A. (2009). *La revolución horizontal*. Buenos Aires: Ediciones B.
- Bauman, Zygmunt (2002). *Modernidad líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Becerra, Martin (2003). *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Argentina: Editorial Norma.
- Boschma, Jeroen (2006). *Generación Einstein*. Bilbao: Editorial Gestión 2000.
- Bringué Xavier, Sádaba Charo y Jorge Tolsá (2011, octubre). *La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010: niños y adolescentes ante las pantallas* [en línea]. España: Fundación Telefónica. Disponible en: <http://www.generacionesinteractivas.org/descargas/1indiceypresentacion.pdf> [2014, 20 de mayo].
- Brünner, José (2003). *Educación e internet ¿La próxima revolución?* Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Castellanos, Jorge; Martín, Estefanía; Pérez, Diana; Santacruz, Liliana; Serrano, Luís Miguel (2011). *Las TIC en la educación* [en línea]. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/7530/4/capitulo1.pdf> [2015, 6 de enero].
- Castells, Manuel (1996). *La ciudad informacional. Tecnologías de la Información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial.
- Consejería de Innovación Ciencia y Empresa (2009). *Educar para proteger: Guía de formación TIC para padres y madres de adolescentes* [en línea]. España: Junta de Andalucía. Disponible en: http://www.juntadeandalucia.es/averroes/mochiladigitalESO/buen_uso_internet/educar_para_proteger_12a17.pdf [2014, 29 de agosto].
- Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa (2009). *Guía de formación TIC para padres y madres de adolescentes* [en línea]. España: Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/servicios/publicaciones/detalle/67245.html> [2014, 29 de agosto].

Consultora Carrier y Asociados (2014, junio). *Informe: Usuario online 2014*, [en línea]. Argentina: Carrier y Asociados. Disponible en: <http://www.comentariosblog.com.ar/tag/carrier-y-asociados/page/2/> [2014, 5 de octubre].

Crucianelli, Sandra (2013). *Herramientas Digitales para Periodistas, Segunda Edición* [en línea]. Argentina: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. Disponible en: <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf> [2014, 10 de agosto].

Frick, María (2007, octubre). *Niños y jóvenes en la Sociedad de la Información. Acceso y uso de Internet en América Latina* [en línea]. Madrid: Centro Euro- Latinoamericano (CEULA) del Instituto de Empresa y Telefónica. Disponible en: <http://www.nativos-digitales.net/wp-content/ninos-y-jovenes-en-la-sociedad-de-la-informacion-maria-frick.pdf> [2014, 19 de agosto].

Guazmayán, Carlos (2004). *Internet y la investigación científica. El uso de los Medios y las Nuevas Tecnologías en Educación*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.

Herrero Solana, Víctor F. (1998). *Guía de fuentes de información sobre recursos de Internet*. México: El Colegio de México Biblioteca Daniel Cosío Villegas.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012, 11 de diciembre). *Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC), Resultados del tercer trimestre de 2011* [en línea]. Argentina: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Disponible en: <http://estadistica.cba.gov.ar/LinkClick.aspx?fileticket=q5afrYycHEI%3D&tabid=503&language=es-AR> [2014, 5 de julio].

Jonassen, David H. (2002, mayo). *Computadores como Herramientas de la Mente* [en línea]. Colombia: Portal educativo Eduteka. Disponible en: <http://www.eduteka.org/modulos.php?catx=9&idSubX=272&ida=78&art=1> [2015, 15 de enero].

Küng, Lucy; Picard, Robert G y Towse, Ruth (2008). *The Internet and the Mass Media*. London: Sage Publications.

Linton, Ralph (1945). *Cultura y personalidad Versión española de Javier Romero*. México: Fondo de Cultura.

López, Alejandro y Estrella, Julio (1995). *Cibercultura*. Madrid: Anaya Multimedia.

McLuhan, Marshall (1971). *Las comprensiones de los medios como extensiones del hombre*. Prefacio, Introducción y cap. 1. México: Diana.

Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología (2013, agosto). *Los chicos e Internet. Para una navegación segura, provechosa y divertida* [en línea]. Argentina: Portal educativo Educar. Disponible en: http://www.educ.ar/recursos/ver?rec_id=92377 [2014, 25 de mayo].

Nafría, Ismael (2007). *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Observatorio de la Ciudad (2010, diciembre). *Adolescentes marplatenses y el consumo de TV e Internet* [en línea]. Argentina: Universidad FASTA de Mar del Plata. Disponible en: <http://es.calameo.com/books/001605176c33c55fa0a82> [2014, 5 de agosto].

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2005). *Hacia las Sociedades del Conocimiento* [en línea]. Informe mundial: Ediciones UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf> [2014, 5 de agosto].

Orozco, Guillermo (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.

Otero, Edison (1997). *Teorías de la comunicación*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Pichon Riviere, Enrique y Quiroga, Ana (1985). *Prólogo a la 2da Edición del libro Psicología de la vida cotidiana*. Argentina: Ed. Nueva Visión.

Pierre, Levy (2007). *Cibercultura: la cultura en la Sociedad Digital*. Barcelona: Anthropos.

Piotet, D. y Pisani, F. (2009). *La alquimia de las multitudes*. Barcelona: Editorial Paidós.

Piscitelli, Alejandro (2005). *Internet la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gredisa Editorial.

Piscitelli, Alejandro (2009). *Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Argentina: Editorial Santillana.

Prensky Marc (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales. Adaptación al castellano del texto original "Digital Natives, Digital Immigran"* [en línea]. España: Institución Educativa SEK. Disponible en:

[http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALE S%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALE S%20(SEK).pdf) [2014, 25 de septiembre].

Quiroz, María (2008). *La edad de la pantalla tecnologías interactivas y jóvenes peruanos* [en línea]. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima. Disponible en: <http://www.unife.edu.pe/pub/revcomunicaciones/2008/garcia.pdf> [2014, 5 de agosto].

Rodríguez Davara, F. J. (1992). *Estrategias de comunicación en marketing*. Madrid: Dossat 2000.

Sartori, Giovanni (1998). *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Editorial Taurus.

Serrano, Arturo y Martínez, Evelio (2003). *La Brecha Digital: Mitos y Realidades* [en línea]. México: Editorial UABC. Disponible en: http://labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital_MitosyRealidades.pdf [2014, el 23 de septiembre].

Sistema de Información Cultural de La Argentina (2013, diciembre). *Encuesta Nacional de Consumo Culturales y Entorno Digital del año 2013* [en línea]. Argentina: Secretaria de Cultura de la Nación. Disponible en: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/encuestas/> [2014, 11 de agosto].

Sunkel, Guillermo (2011, enero). *Aprender y enseñar con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en América Latina: potenciales beneficios* [en línea]. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y Naciones Unidas. Disponible en: <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08498.pdf> [2014, 20 de agosto].

[UNICEF Argentina \(2013, octubre\). Encuesta de Acceso, Consumo y Comportamiento de los adolescentes en Internet](http://www.unicef.org/argentina/spanish/media_26131.htm) [en línea]. Argentina: UNICEF. Disponible en: http://www.unicef.org/argentina/spanish/media_26131.htm [2014, 25 de mayo].

Varela, José Ignacio (2009). Razón y Palabra. *La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los Reality Shows* [en línea], N° 24. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24_ivarela.html [2014, 20 de septiembre].

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Paidós.

Zanoni, L. (2008, agosto). *El imperio digital: el nuevo paradigma de la comunicación 2.0* [en línea]. Buenos Aires: Ediciones B. Argentina. Disponible en: <http://www.lapropaladora.com.ar/2008/08/20/el-imperio-digital-de-leandro-zanoni/> [2014, 25 de septiembre].

ANEXO

Instrumento de Recolección de datos

La siguiente grilla, se compone de 16 preguntas y permite registrar y ordenar los datos. De acuerdo a los resultados recolectados se puede hacer un análisis.

El instrumento posee preguntas concretas con respuestas delimitadas las cuales deben ser marcadas con una "X". También, presenta cuadros de doble entrada que permiten ver el uso que se hace de Internet y sus recursos, según sea "siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca".

Para averiguar la valoración que tienen los adolescentes de la Web, se realizó un cuadro de doble entrada donde se expusieron frases las cuales debían ser valoradas según estén "muy de acuerdo, de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo, poco de acuerdo y nada de acuerdo".

La última pregunta es la única de tipo abierta, ya que se buscó la palabra con la que los adolescentes asocian a Internet.

La encuesta puede verse a continuación.

MARQUE CON UNA "X"

1 ¿Qué edad tienes? Género: F

2 ¿Cuánto tiempo venís usando Internet?

- a. Menos de 1 año
- b. 1 a 3 años
- c. 3 a 6 años
- d. Más de 6 años
- e. No uso Internet

3 ¿Desde dónde te conectas a Internet?

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
Desde tu casa					
Desde la casa de un amigo					
Desde el ciber					
Desde la escuela					
Desde el celular					

Otro: _____

3.a ¿Desde dónde ingresas a Internet?

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
Desde la computadora					
Desde la notebook					
Desde la tablet					
Desde el celular					

Otro: _____

4 ¿Cómo aprendiste a usar Internet?

- a. Aprendí solo
- b. Aprendí en la escuela
- c. Me enseñaron mis padres
- d. Me enseñaron mis amigos

Otro: _____

5. ¿Con qué frecuencia te conectas a Internet?

- a. Todos los días
- b. Tres veces por semana
- c. Una vez por semana
- d. Una vez al mes

Otro: _____

6. Por día, ¿cuántas horas crees que permaneces conectado a Internet?

- a. Menos de 1 hora
- b. 1 a 3 horas
- c. 3 a 6 horas
- d. Más de 6 horas

Otro: _____

7 ¿Qué haces cuando estás conectado a Internet?

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
Revisar el correo electrónico					
Chatear					
Charlar por Skype con amigos					
Ingresar a Facebook					
Ingresar a Twitter					
Ingresar a Instagram					
Ingresar a Google +					
Leer foros virtuales					
Participar en foros virtuales					
Ver y/o subir videos					
Escuchar radio online					
Escuchar música online					
Descargar música					
Jugar en red					
Leer blogs					

Leer revistas virtuales					
Leer libros virtuales					
Escuchar la radio para saber las noticias					
Revisar blogs para saber las noticias					
Actualizar un blog					
Leer diarios para informarse					
Leer portales de noticias					
Usar información de Internet para realizar tareas escolares					
Usar tutoriales para aprender un tema					
Realizar búsquedas avanzadas (por tipo de archivo, año de publicación, etc)					
Realizar compras en sitios específicos					
Vender objetos en sitios específicos					

8 ¿Cuáles de estas herramientas usas para hacer las tareas escolares?

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
Utilizar buscadores					
Utilizar Wikipedia					
Usar la información de Taringa,					
Usar la información de Rincón del Vago					
Usar la información de Monografias.com					
Usar la información de					

Buenas Tareas					
Usar la información de Yahoo Respuestas					
Utilizar Facebook					
Utilizar Twitter					
Charlar por Skype					
Ver videos de YouTube					
Leer libros digitales					
Descargar libros digitales					
Buscar en blogs					
Buscar en bibliotecas virtuales					
Utilizar diccionarios virtuales					
Utilizar traductores					
Leer diarios virtuales					
Leer revistas virtuales					

Otro: _____

9 ¿Realizaste estas actividades para hacer tareas grupales?

**por archivo se entiende documentos, trabajos prácticos, videos o imágenes.

	SIEMPR E	CASI SIEMPR E	A VECE S	CASI NUNC A	NUNC A
Armar un blog para los compañeros de clase					
Participar de un blog					
Subir archivos en alguna página web					
Descargar archivos de sitios específicos					
Armar o participar de grupos en Facebook					
Armar o participar de grupos en Whatsapp					
Armar o participar de grupos en Skype					
Pasar las tareas o información a un compañero por correo electrónico					
Pasar las tareas o información a un compañero por el chat Facebook					

Otro: _____

10 Cuando termines la escuela te gustaría:

- a. Trabajar
- b. Estudiar una carrera universitaria
- c. Realizar un curso
- d. Estudiar y trabajar

11 ¿Utilizaste Internet para buscar trabajo?

SI NO

¿Dónde?

- a. Clasificados en diarios digitales
- b. Portales de búsqueda de trabajo
- c. Suscripción a sitios específicos donde se busca trabajo

Otro: _____

12 .a ¿Buscaste información en Internet acerca de lo que te gustaría estudiar?

SI NO

¿Dónde? _____

13 ¿Hiciste algún Test Vocacional a través de Internet?

SI NO

¿Confías en el resultado?

SI NO

14 ¿Buscaste universidades por Internet?

SI

15 Indica si estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones

Crees que...	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	POCO DE ACUERDO	NADA DE ACUERDO
La información que está en Internet es confiable					
En Internet se respeta la privacidad de las					

personas					
La información personal es de acceso público					
Internet es fácil de usar					
Internet sirve para entretenerse					
Internet sirve para informarse					
En Internet se admite la participación de los usuarios					
Internet sirve para comunicarse con otros					
En Internet se puede expresar cualquier opinión					
Internet sirve para aprender sobre distintos temas, según gustos personales					
Internet permite tener y hacer nuevos amigos					
Internet sirve para vender y comprar productos					
Internet facilita la piratería de música, vídeos, imágenes, etc.					
En internet la gente se puede mostrar con un perfil distinto al que es en la realidad					

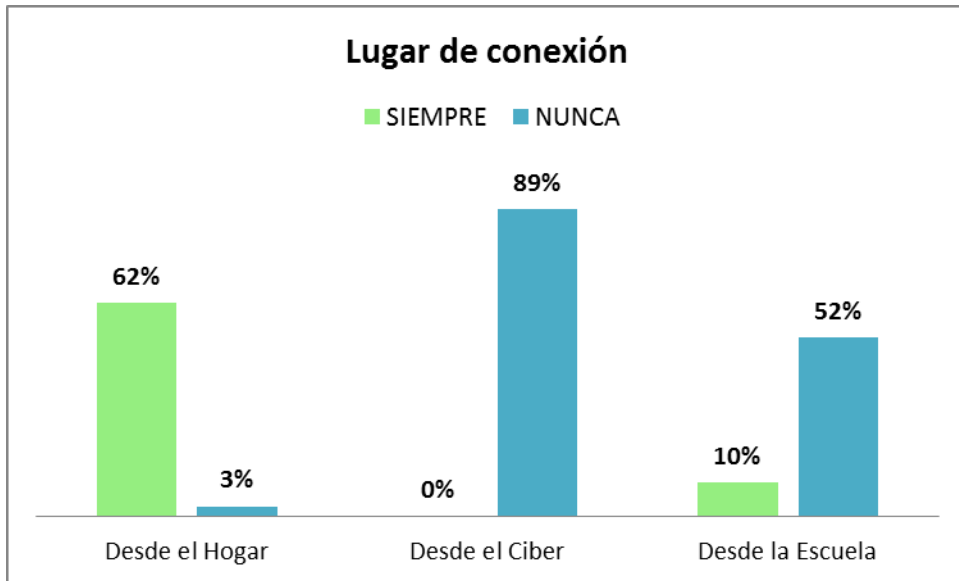
No tener Internet es estar desconectado de la sociedad					
Internet fomenta una vida solitaria y quieta					
Estar conectado a Internet saca tiempo para hacer otras actividades					
La información que está en internet no está verificada					
En Internet hay discriminación y fomenta la burla hacia otras personas					

Otro: _____

16 ¿Con qué palabra asocias a Internet? (UNA SOLA)

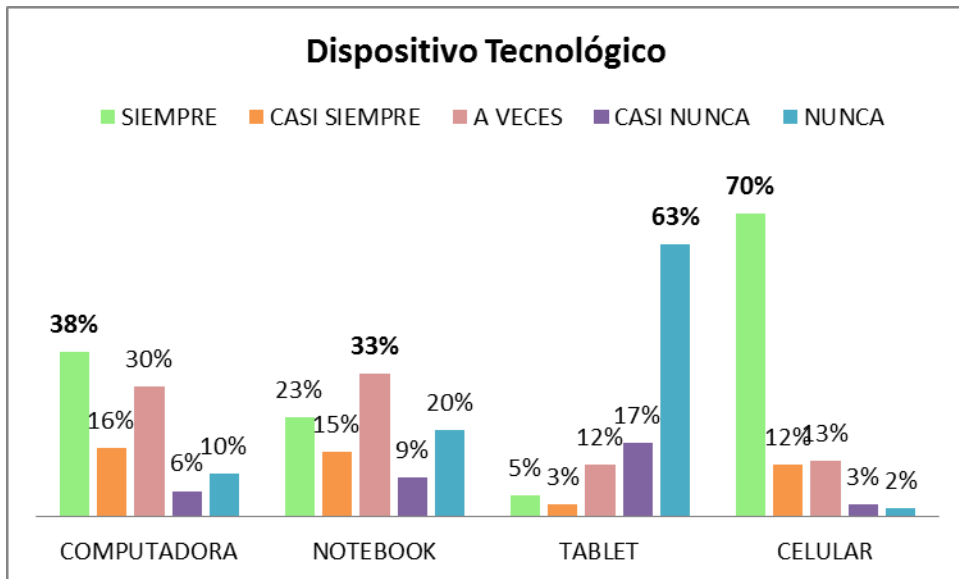
Gráficos correspondientes al Análisis de los datos

Gráfico 5.2. Lugar de conexión a Internet, total de encuestados.



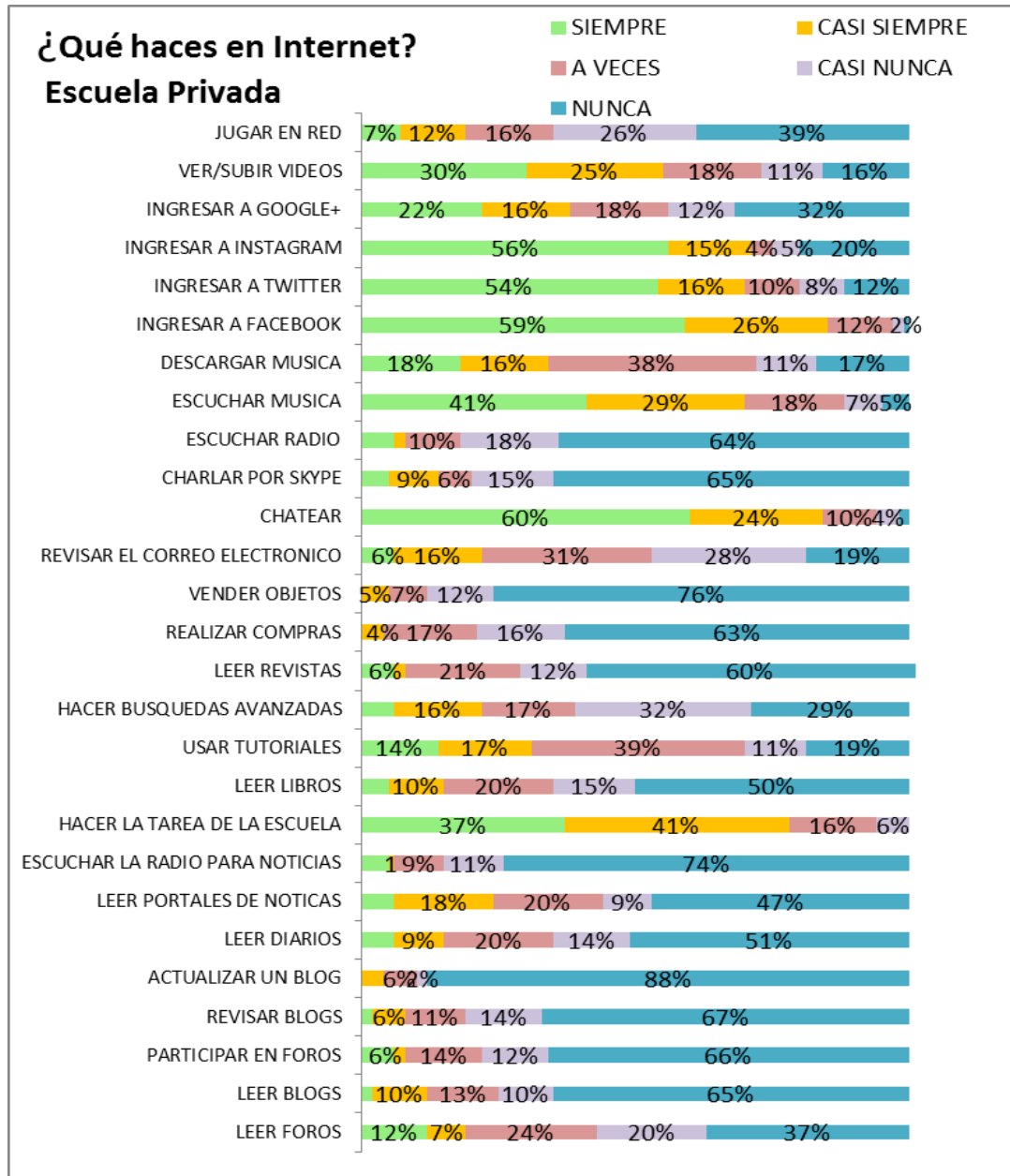
Fuente: Datos Propios

Gráfico 8.2. Dispositivo Tecnológico, total de encuestados.



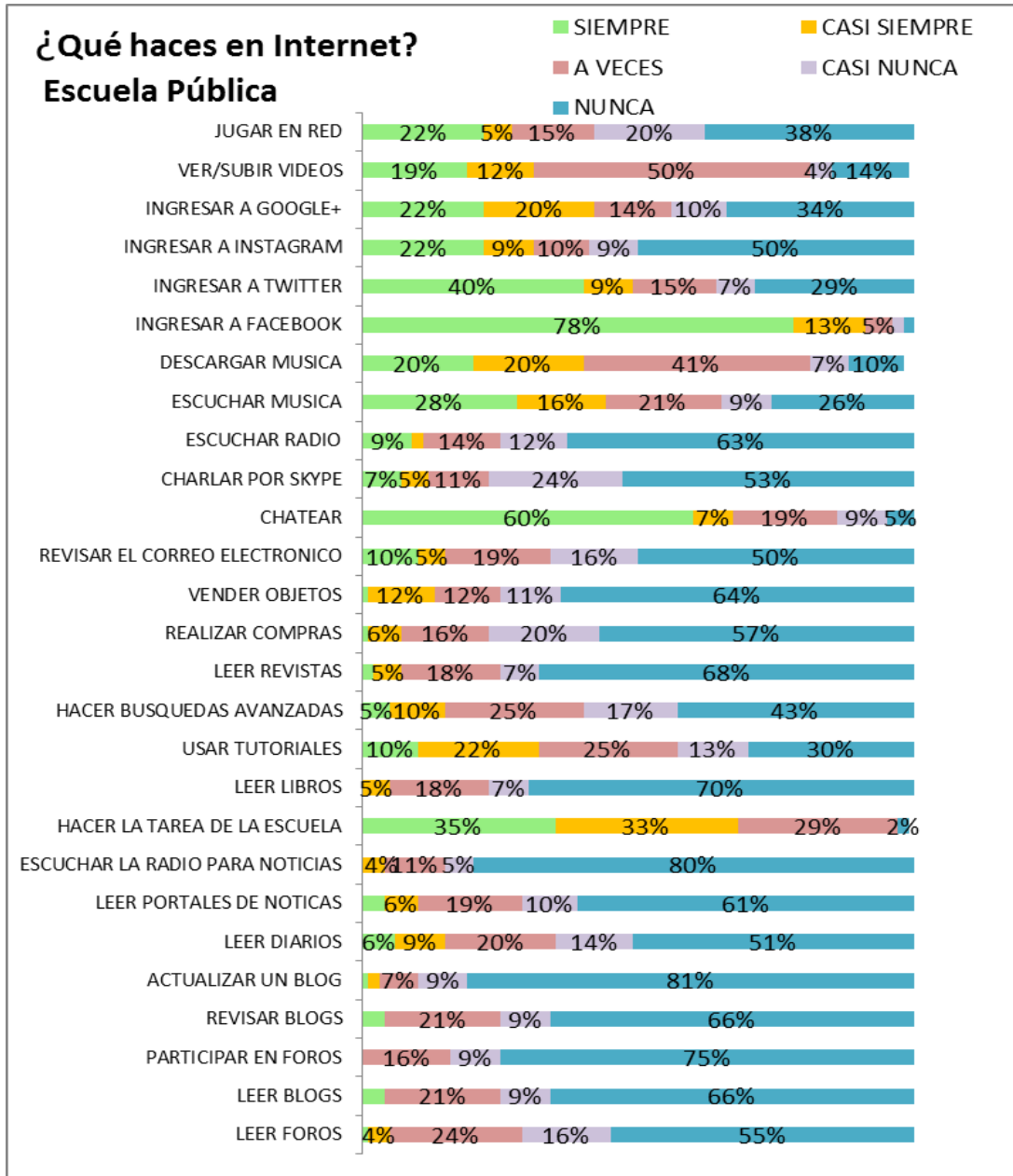
Fuente: Datos Propios

Gráfico 12. ¿Qué haces en Internet? Escuela Privada



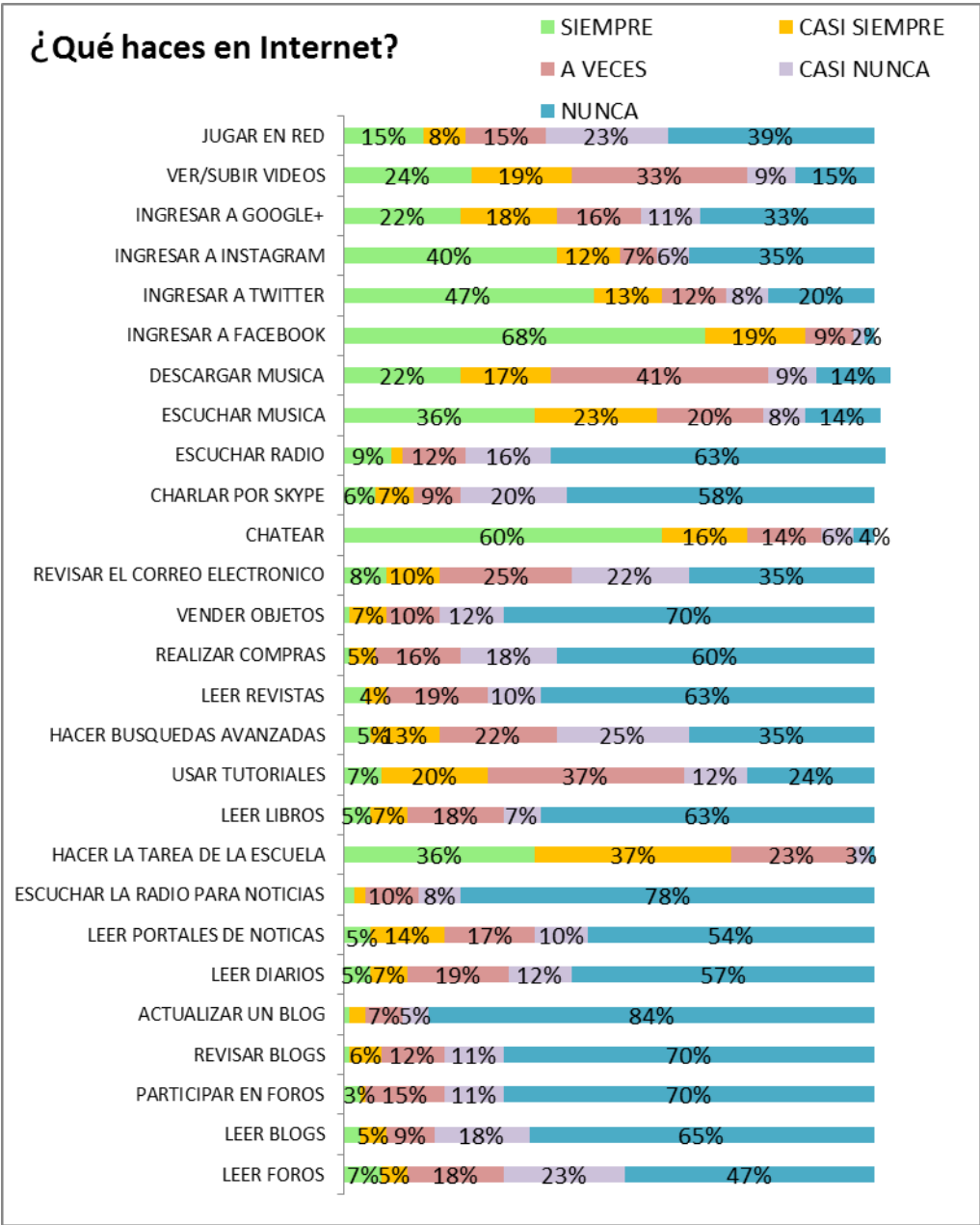
Fuente: Datos Propios

Gráfico 12.1 ¿Qué haces en Internet? Escuela Pública.



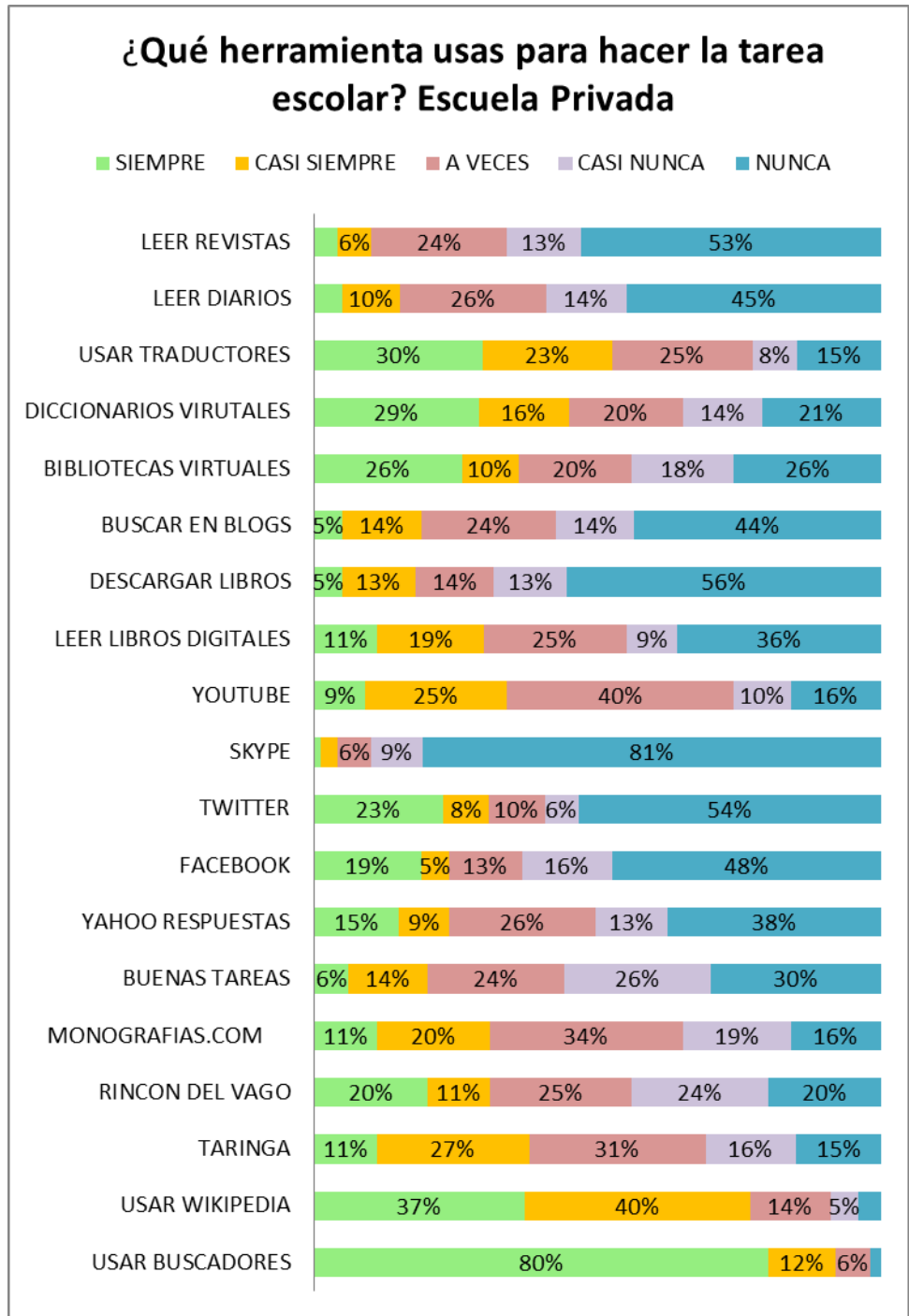
Fuente: Datos Propios

Gráfico12.2 ¿Qué haces en Internet? total de encuestados.



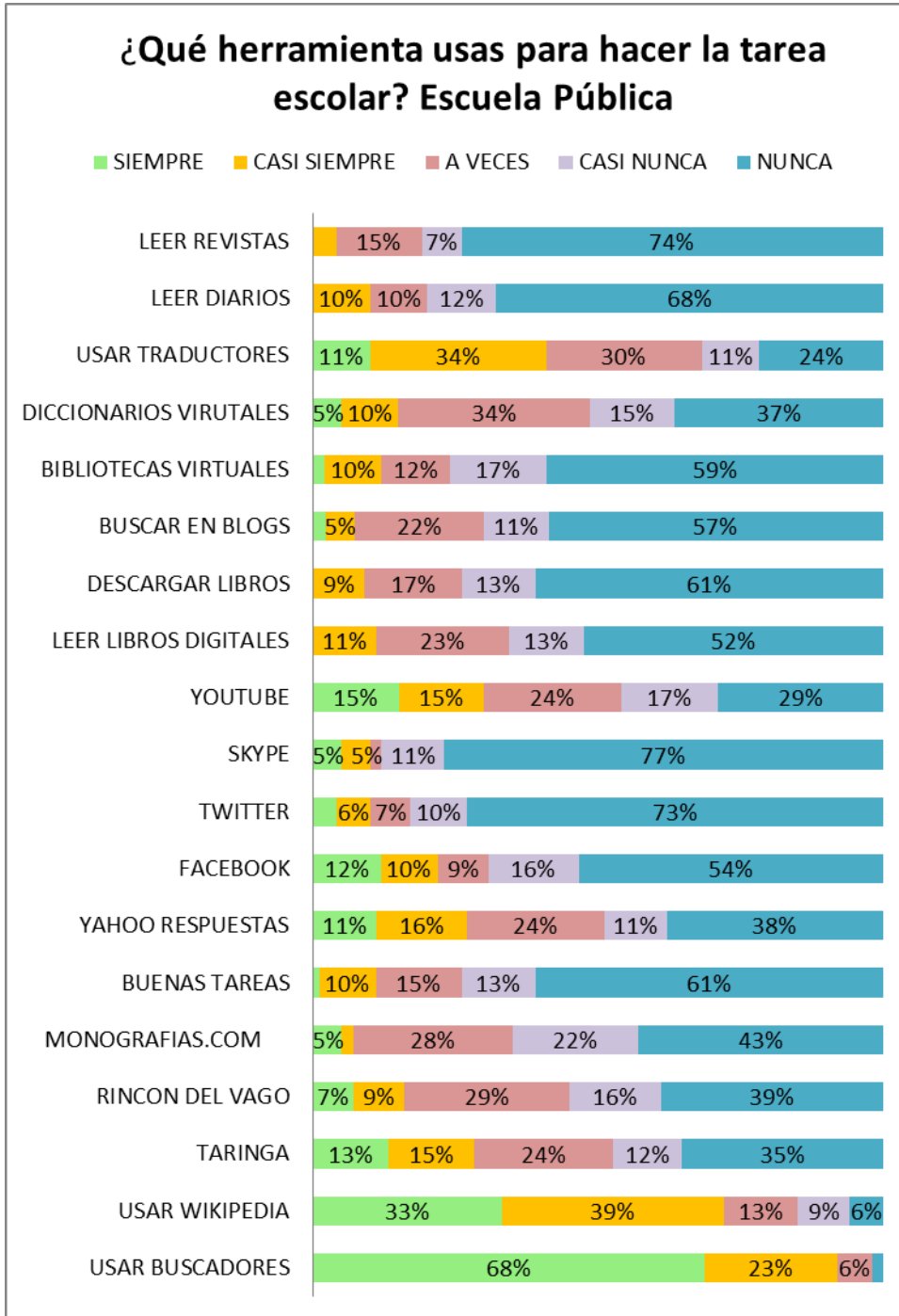
Fuente: Datos Propios

Gráfico 13. ¿Qué herramienta usas para hacer la tarea escolar? Escuela Privada.



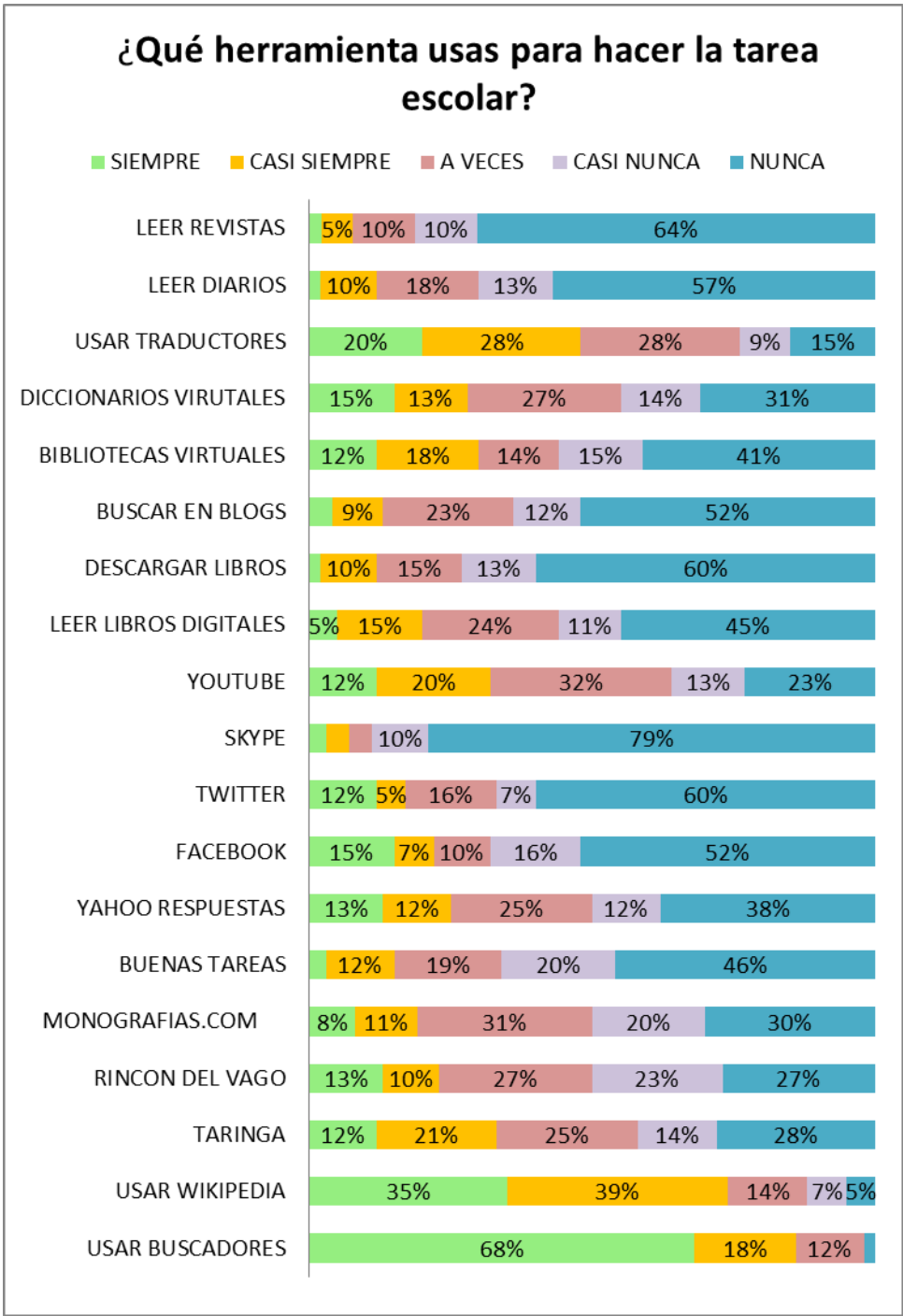
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 13.1 ¿Qué herramienta usas para hacer la tarea escolar? Escuela Pública



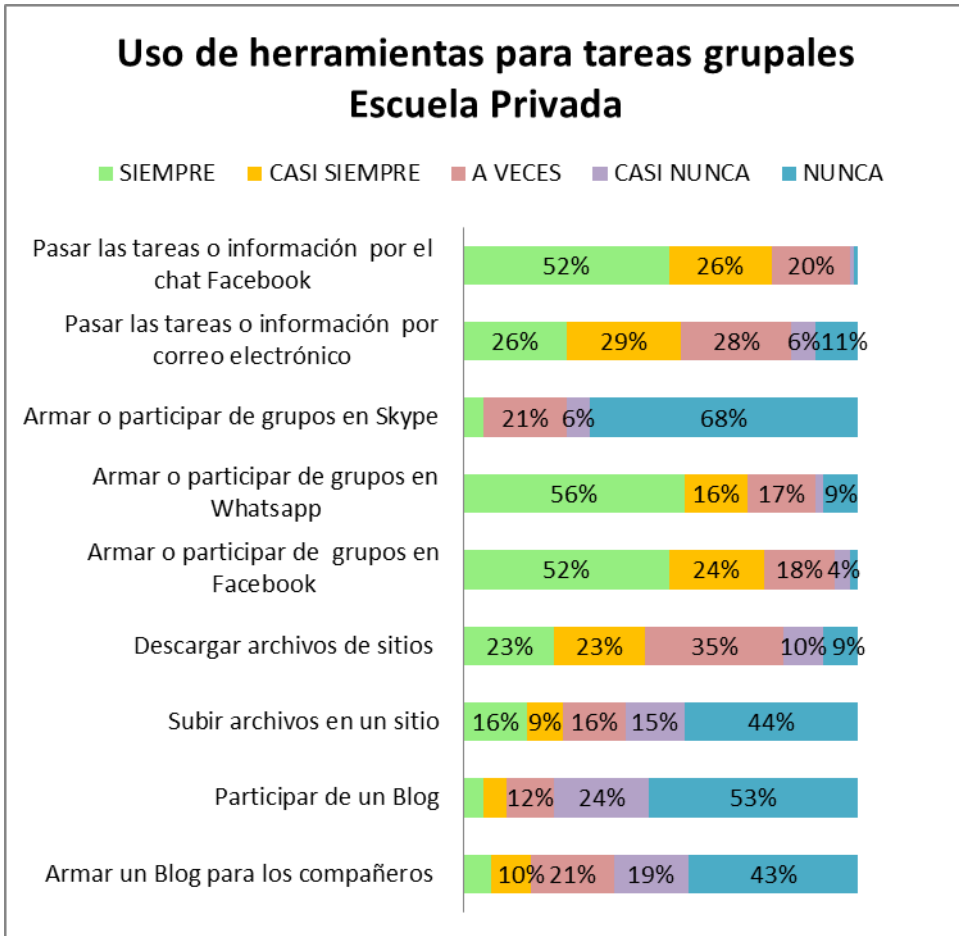
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 13.2 ¿Qué herramienta usas para hacer la tarea escolar?, total de los encuestados.



Fuentes: Datos Propios.

Gráfico 14. Uso de herramientas para hacer tareas grupales. Escuela Privada



Fuente: Datos Propios.

Gráfico 14.1 Uso de herramientas para hacer tareas grupales. Escuela Pública



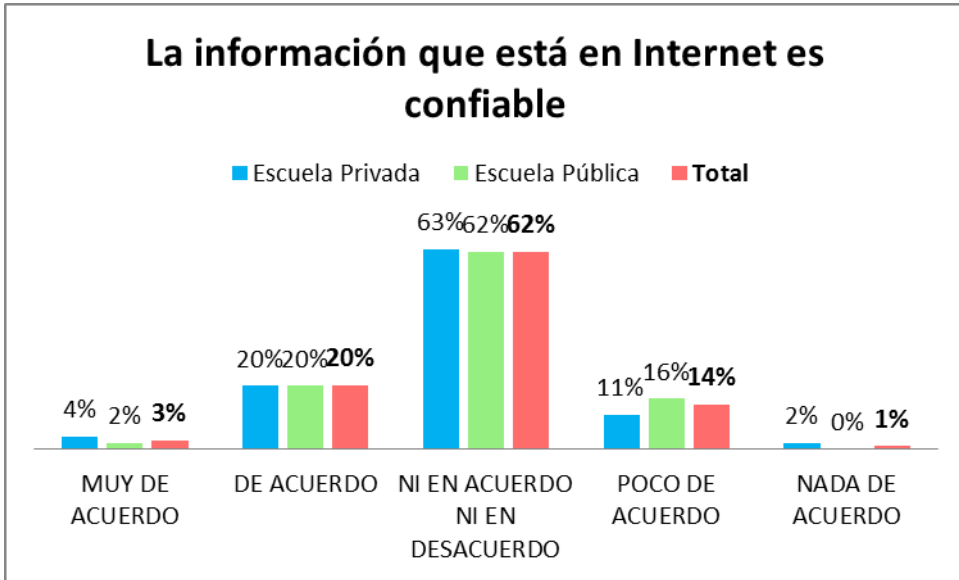
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 14.2. Uso de herramientas para hacer tareas grupales, total de encuestados.



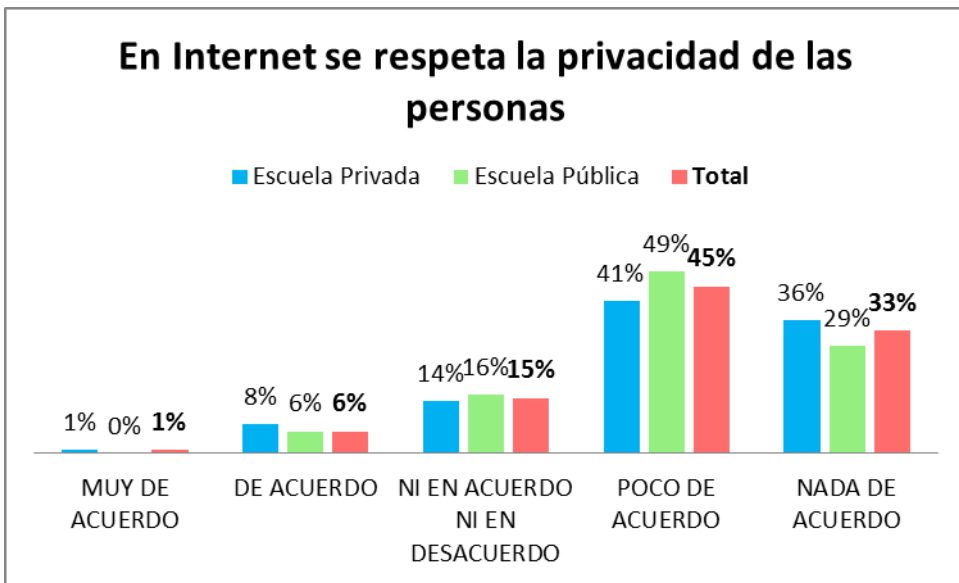
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15. La información que está en Internet es confiable



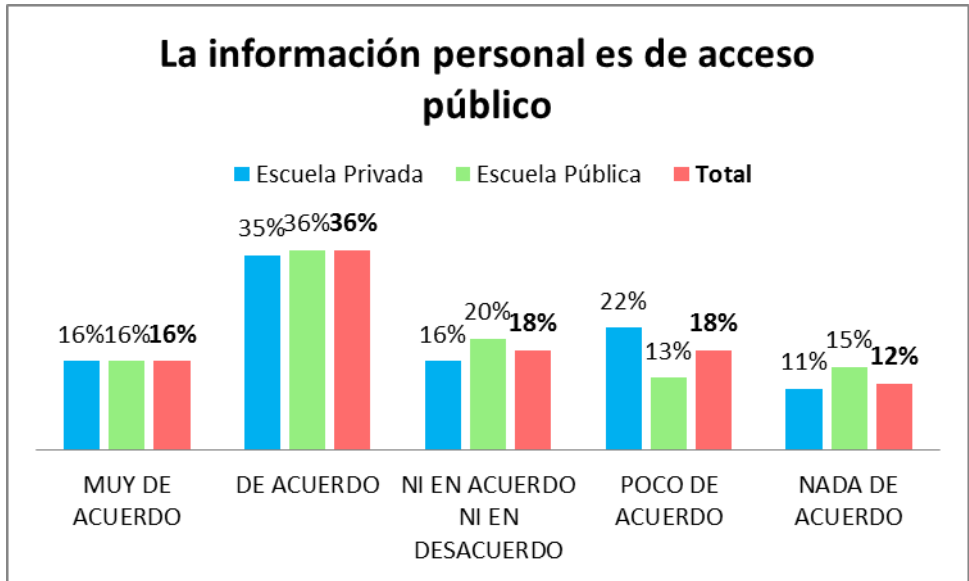
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.1 En Internet se respeta la privacidad de las personas.



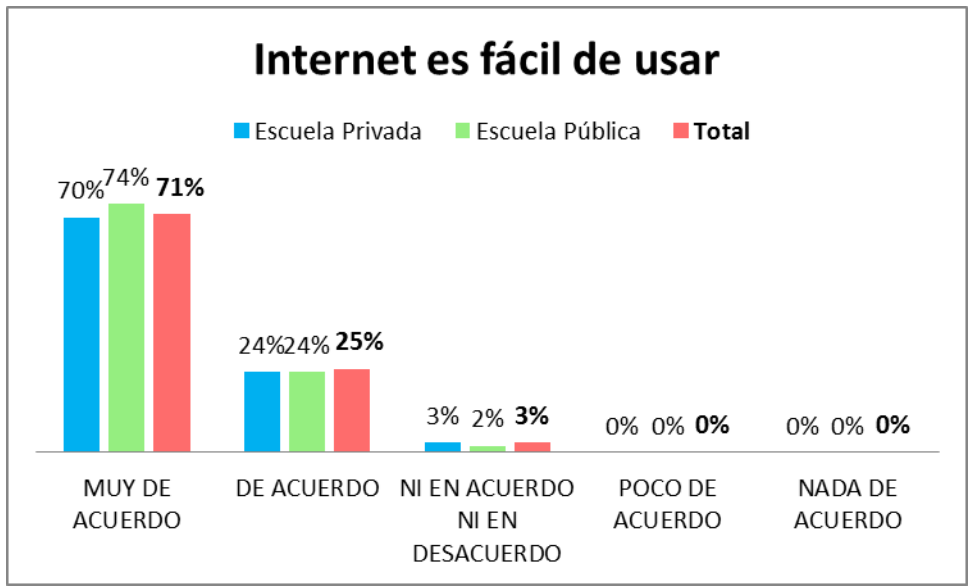
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.2 La información personal es de acceso público.



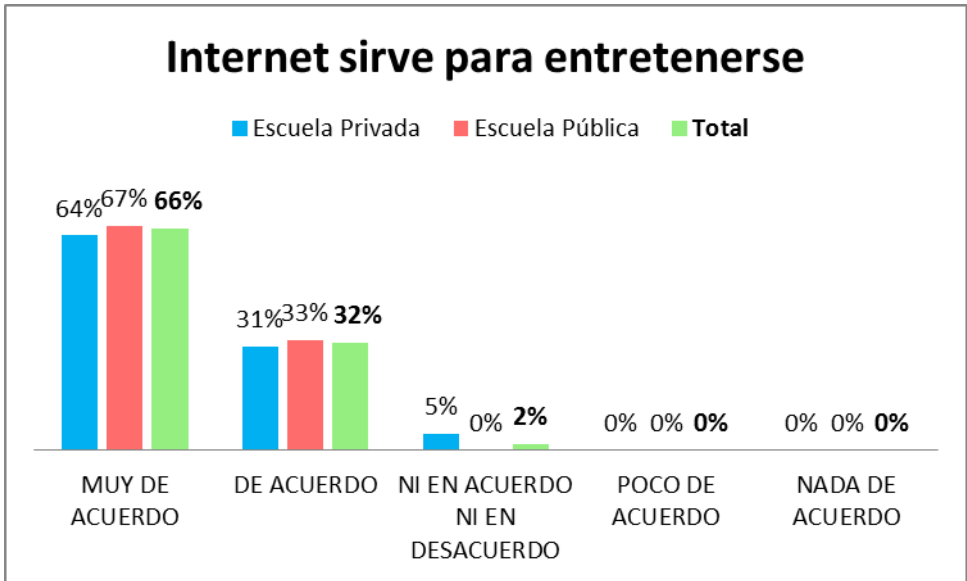
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.3 Internet es fácil de usar.



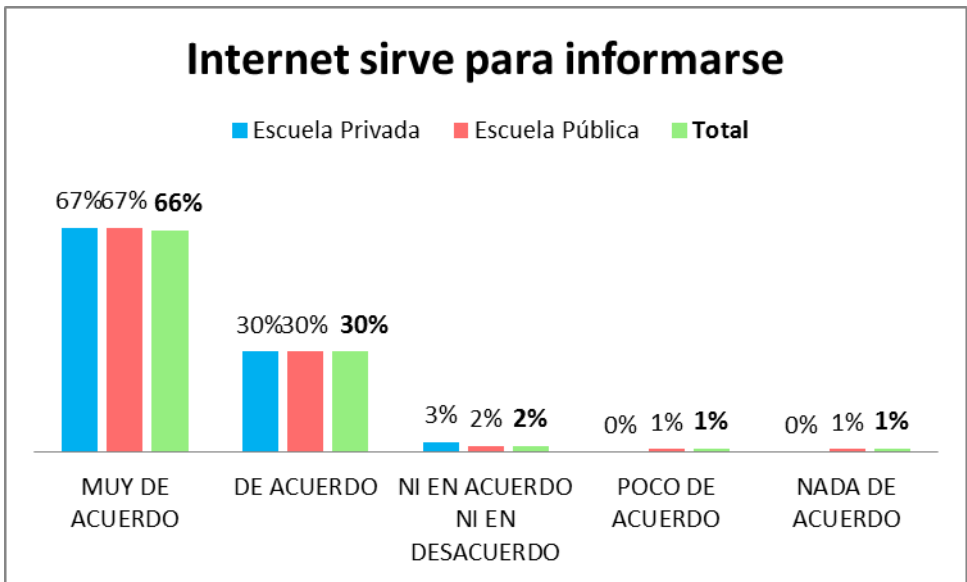
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.4 Internet sirve para entretenerse.



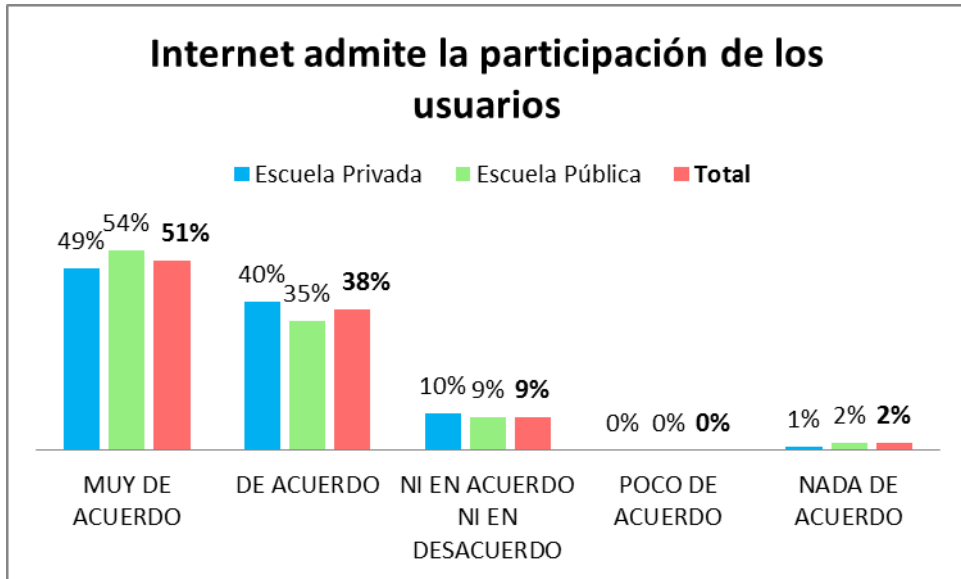
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.5 Internet sirve para informarse



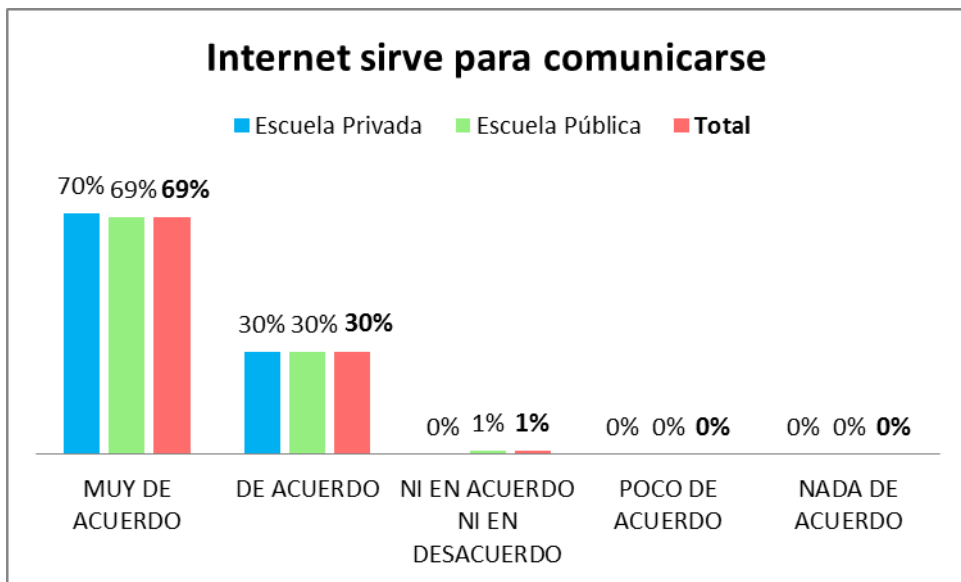
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.6 Internet admite la participación de los usuarios.



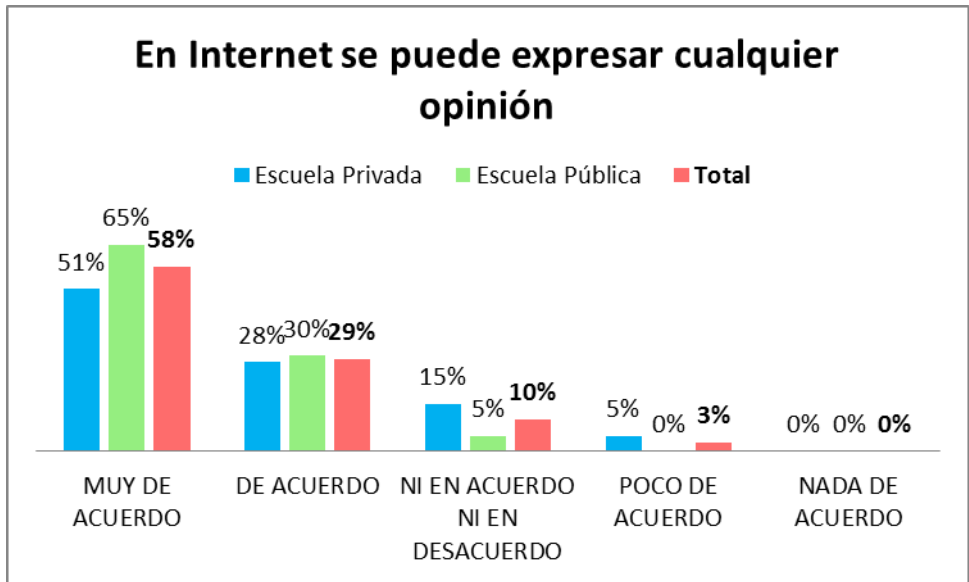
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.7 Internet sirve para comunicarse.



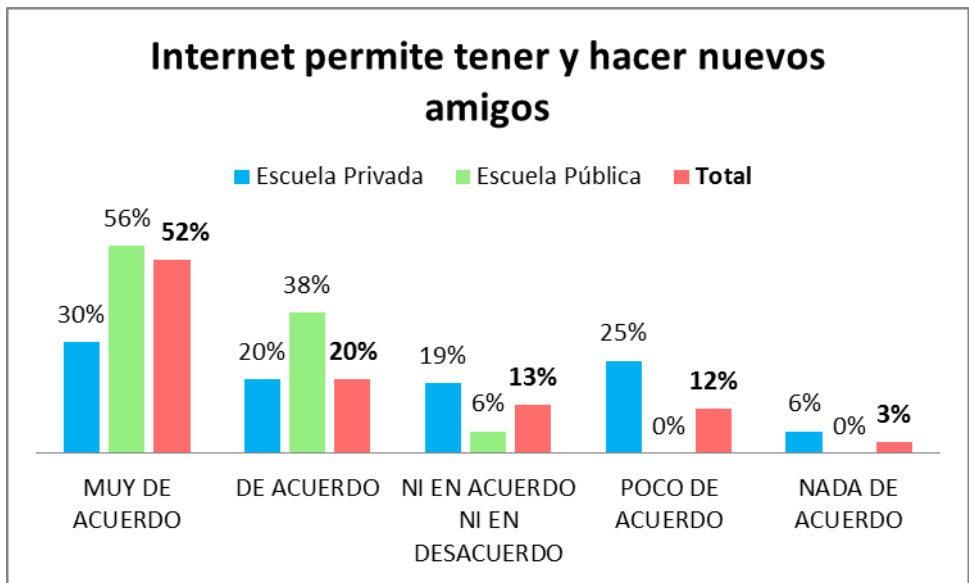
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.8 En Internet se puede expresar cualquier opinión



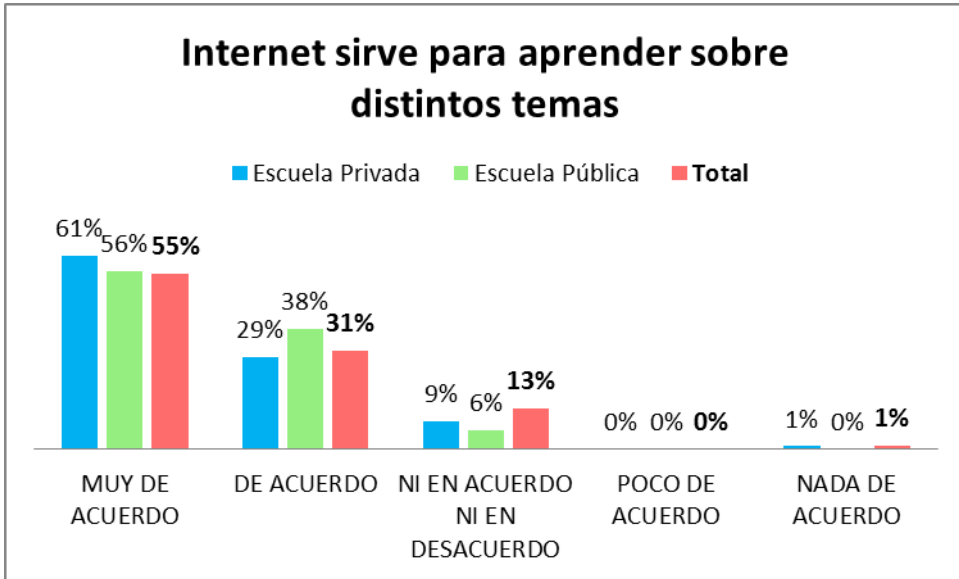
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.9 Internet permite tener y hacer nuevos amigos.



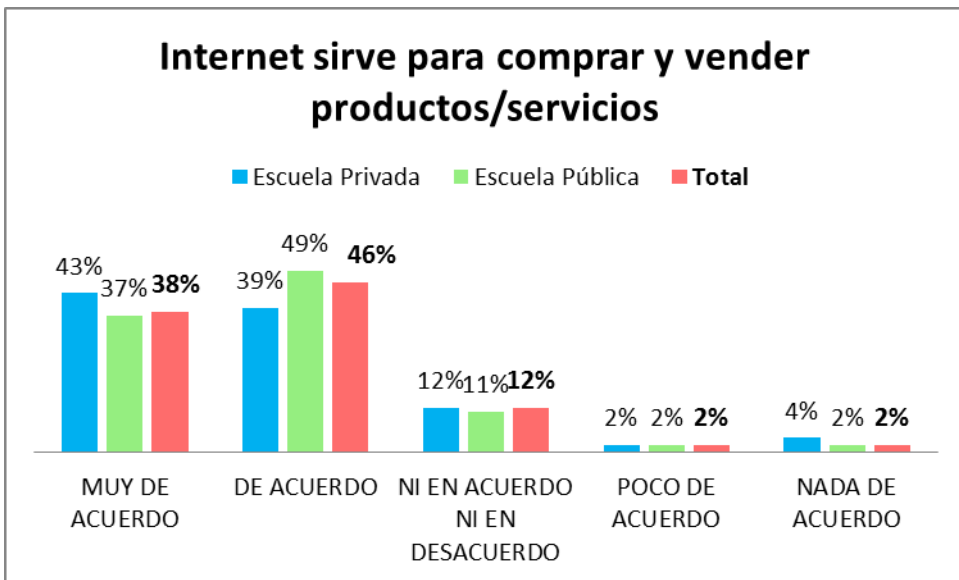
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.10 Internet sirve para aprender sobre distintos temas.



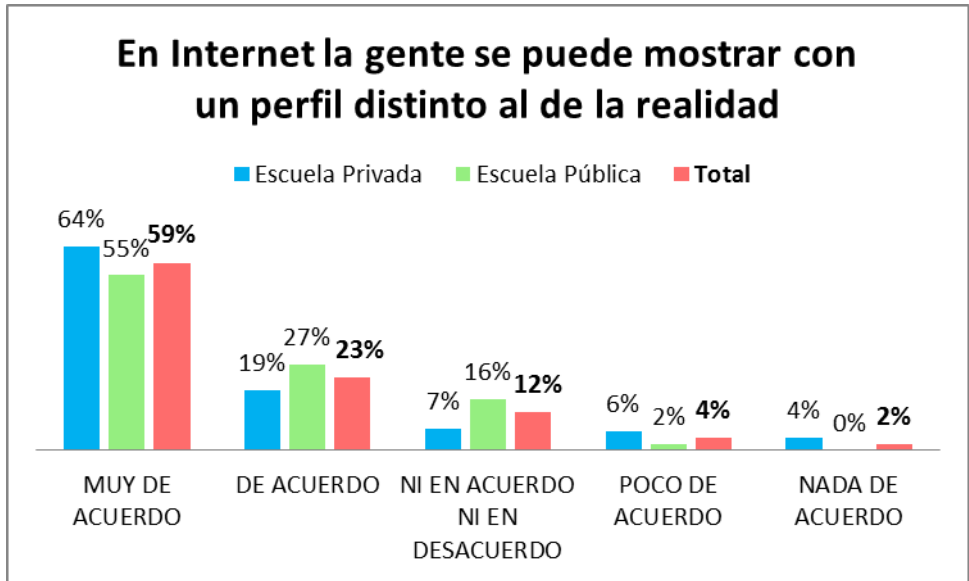
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.11 Internet sirve para comprar y vender productos/ servicios.



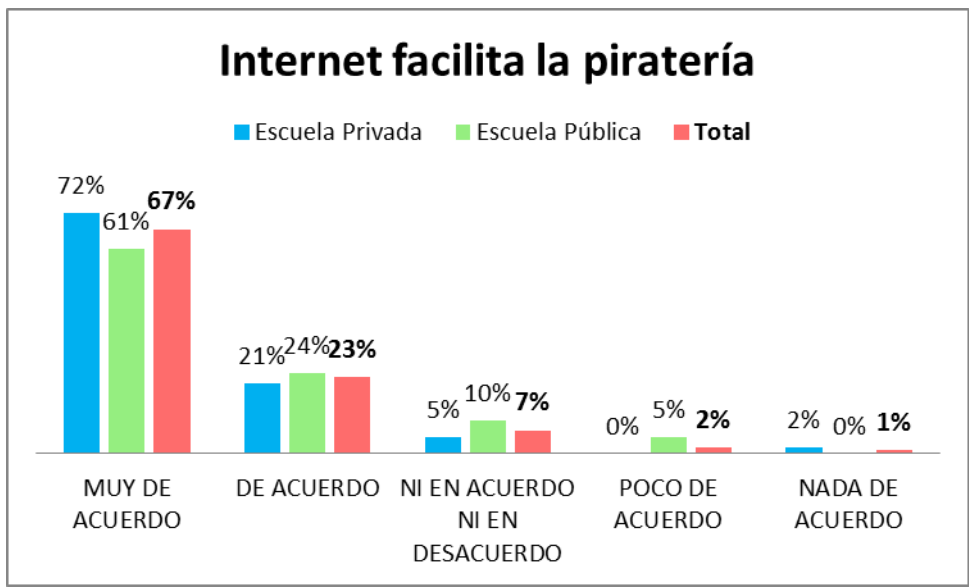
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.12 En Internet la gente se puede mostrar con un perfil distinto al de la realidad.



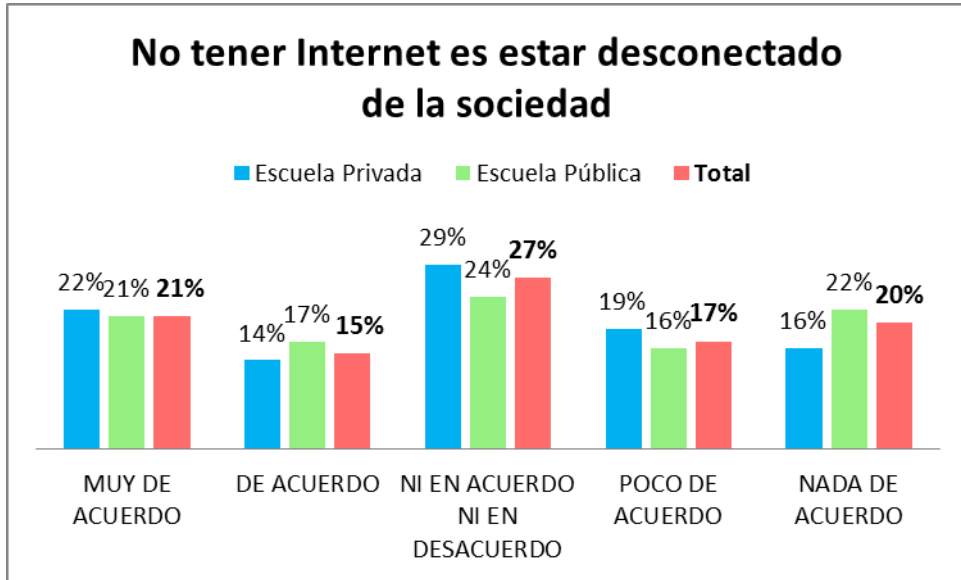
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.13 Internet facilita la piratería.



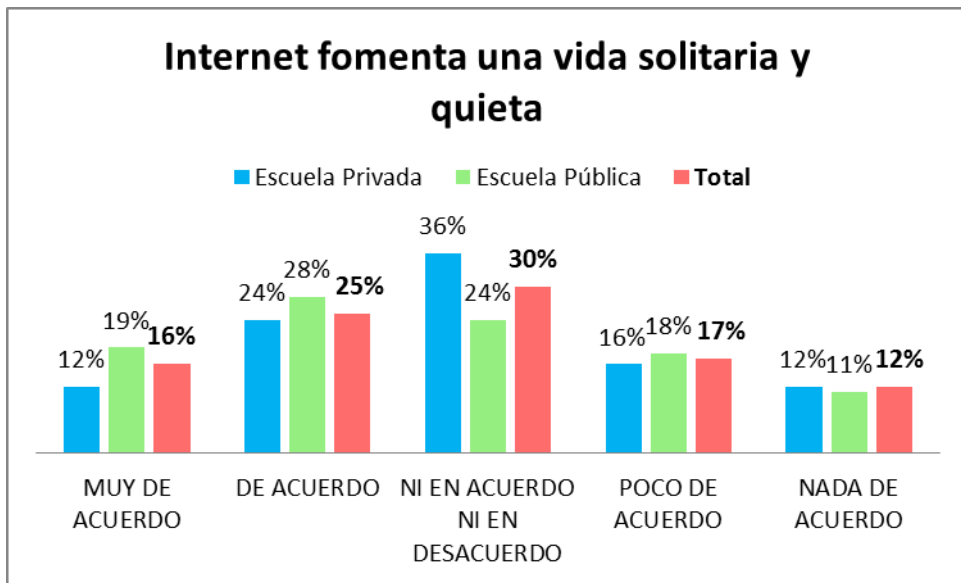
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.14 No tener Internet es estar desconectado de la sociedad.



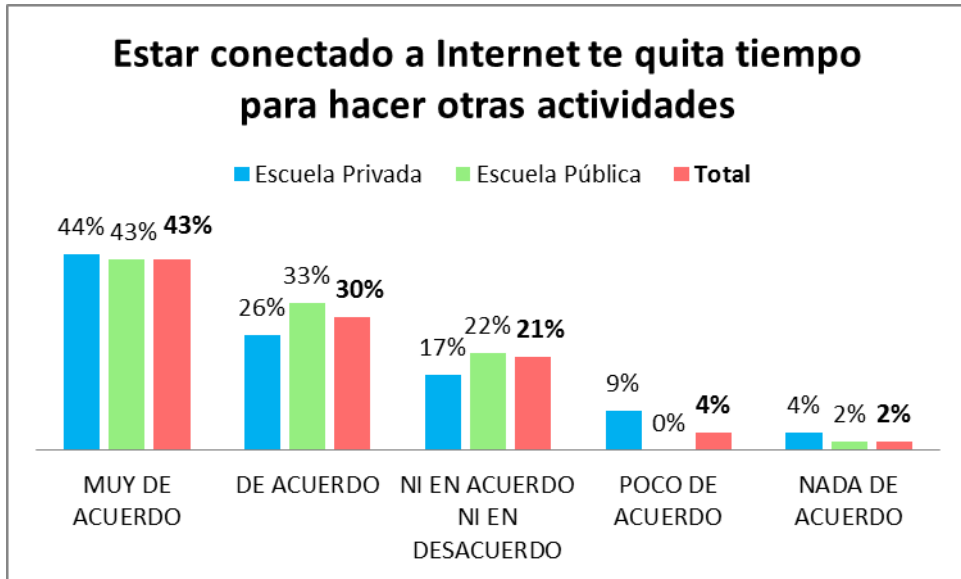
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.15 Internet fomenta una vida solitaria y quieta.



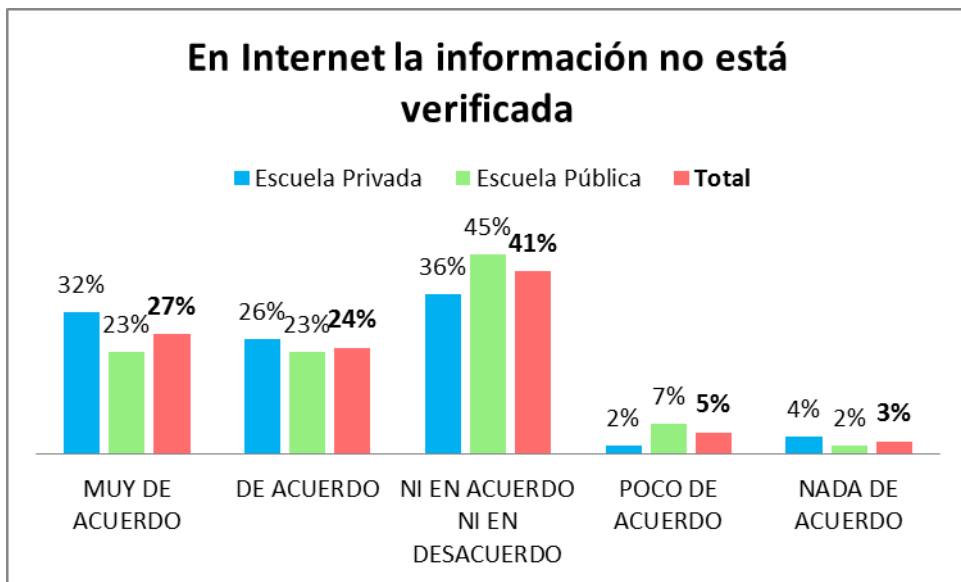
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.16 Estar conectado a Internet te quita tiempo para hacer otras actividades.



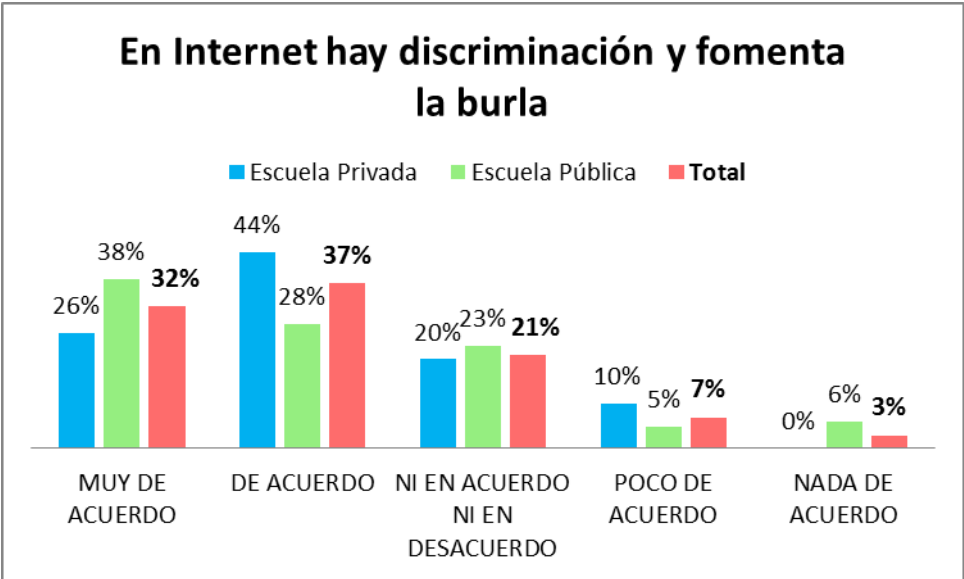
Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.17 En Internet la información no está verificada.



Fuente: Datos Propios.

Gráfico 15.18 En Internet hay discriminación y fomenta la burla.



Fuente: Datos Propios.