



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE ESTUDIOS REGIONALES

CIDER

**MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL DESARROLLO
REGIONAL**

TRABAJO DE GRADO

“Pluralidad Cultural en Internet”

Presentado por: Orietta Granados Hidalgo

Director: Patricio Varas Guerrero

Bogotá DC, 5 de mayo de 2004.

INTRODUCCIÓN

Todas las modalidades para informarse y comunicarse tienen una incidencia importantísima en la formación de símbolos en los individuos y en los cursos de acción tomados por ellos y los grupos. La influencia que tienen en las construcciones que los sujetos hacen del mundo, de sus similares y de quienes tienen formas de ver la vida diferentes a la propia, son fuente de un gran número de investigaciones desde la sociología, la psicología conductual, la comunicación social, entre otras.

El internet, un medio reciente de comunicación e información (aunque no se le catalogue como *mass media*, que en el sentido tradicional son los medios de comunicación masiva como la radio, la prensa y la televisión¹) puede influir en el permanente cambio de las percepciones de los usuarios que tienen contacto con esta herramienta y a su vez, puede influir en el reconocimiento por parte de los usuarios, de la existencia de múltiples discursos, formas de ver la vida, cosmovisiones y formas de actuar.

El internet es un medio múltiple dado que los usuarios, si así lo quieren, pueden encontrar diversidad de versiones en la información a la que acceden. Pero también es diverso en tanto pueden acceder a formas de ver la vida diferentes a la propia mediante la interacción con otras personas de culturas ajenas. En todo caso – tanto en su forma comunicativa como en la informativa- el internet es un medio plural. Pero no es de la pluralidad del internet, como herramienta, de lo que se pretende discutir en este trabajo. Es del reconocimiento de *pluralidad cultural* que los usuarios de internet tienen, producto de la interacción con usuarios de otras culturas, ajenas a la propia, a través de un medio que es, por sus características, plural en las opciones que ofrece.

¹ Aunque no es la discusión de este trabajo, cabe repasar someramente lo que son los medios de comunicación de masas y su diferencia con el internet. Por medios de comunicación de masas, o *mass media*, se conocen los medios que surgen en la sociedad industrial para comunicar masivamente un mensaje. Con este nombre se conocen medios como la prensa masiva, la radio y la televisión. Otros medios informativos y / o comunicativos como las revistas especializadas, los libros y el cine, podrían no estar en la misma categoría; pero también forman parte del paradigma de la sociedad industrial, toda vez que surgen como resultado de cambios tecnológicos, sociales y educacionales que permiten llevar un mensaje a muchos individuos a un costo relativamente bajo. Los *mass media* son medios de información de una sola vía (de uno a muchos). Umberto Eco, no obstante, apunta que los mensajes transmitidos por los medios de comunicación de masas median en los símbolos de los sujetos; pero que también es una relación retroalimentadora en tanto los sujetos condicionan, a su vez, los mensajes que se transmitirán por los medios. J.J. Brunner afirma que los medios de comunicación de masas forman parte del subsector de la industria cultural, el más dinámico del campo cultural, que permanentemente refuerza símbolos culturales en los sujetos.

En la actualidad, con el surgimiento de nuevas tecnologías informacionales en línea, la comunicación de masas tiene una competencia muy grande. Por mucho tiempo en la sociedad moderna, la comunicación de masas fue el método de información y comunicaciones que mayor incidencia tuvo en la formación de símbolos de los individuos y los grupos. Todavía su importancia es gigantesca -y la seguirá siendo -, en tanto es el único medio, en muchos casos, con el cual cuentan grupos enteros de individuos.

El paradigma de la comunicación de masas, entonces, está jugando en el mismo terreno en el que ganan fuerzas las nuevas formas en línea. Dos maneras de comunicación diferentes, tanto en la forma como en el fondo: el mensaje único vrs. la búsqueda personalizada de información según los intereses del usuario.

El nivel de resolución en este trabajo es el individuo. No porque se pretenda que el internet minimiza los grupos o la colectividad. Por el contrario, la categoría “virtual” no hace desaparecer la noción de lo colectivo, sino que de alguna manera lo transforma. Como afirma Manuel Castells (1996), la lógica individual y colectiva – y las formas de comunicarse, como también apunta Jesús Martín Barbero- se reorganizan en torno a la conectividad y las necesidades y demandas de la nueva sociedad de la información y el conocimiento. El individuo es la base de análisis, entonces, porque este trabajo pretende identificar los discursos individuales que los usuarios manejan en torno a unas variables establecidas: cultura propia, culturas ajenas y pluralidad cultural en internet. Es decir, cómo se comportan estas variables en unos pocos usuarios sujetos de la investigación.

Cabe destacar en este momento que el acceso a información y / o comunicación a través de internet no sustituye, ni se pretende que sustituya, las formas tradicionales de conocer las culturas². Esta herramienta ofrece al usuario la posibilidad de hacerse de una *representación simbólica* de las culturas que son ajenas a su forma de ver la vida³. Es decir, ayuda al usuario a reconstruir *una* realidad producto de las múltiples versiones en la información a la que accede y los sujetos con los cuales interactúa.

Cada día, en el mundo que vivimos, el individuo puede sustraerse menos del uso de internet. Más no todas las personas utilizan los medios en línea como forma alternativa de búsqueda de información. El correo electrónico, lo más generalizado en el uso del internet y tecnologías en línea, no necesariamente implica un cambio en las percepciones que los sujetos tienen sobre otras culturas, aunque de hecho implique un cambio en las formas de comunicarse. Nos interesa acá los usos de las tecnologías en línea que ayuden a los sujetos a entender otras formas de ver la vida y a buscar información que de otra manera está restringida a unas elites educadas. Lo importante es ver si el hecho de informarse y / o comunicarse a través de este medio hace que los sujetos reconozcan algún cambio en la forma que ven el mundo luego de acceder a este tipo de información. Lo cual nos llevaría a afirmar que el internet, debido a la multiplicidad de opciones de comunicación e información, constituye un medio que reafirma en los sujetos el reconocimiento de una pluralidad de opiniones y percepciones, ligadas de manera directa a los sistemas culturales.

Los eventos ocurridos después del 11 de septiembre del año 2001, que según muchos estudiosos marcan un hito en la forma en que los sujetos *miran* otras culturas, sirven mucho como justificación para este trabajo. Desde hace muchos siglos las diferentes civilizaciones han tenido choques culturales producto de formas muy diferentes de concebir el mundo. Con el surgimiento de tecnologías de comunicación de masas, las civilizaciones alrededor del mundo tienen un mayor acceso a información con respecto a otras civilizaciones. Esto se potencia cuando entran en escena las tecnologías en línea, que proveen a los individuos de herramientas para comunicarse en tiempo real con gentes al otro lado del planeta; y la posibilidad de consultar versiones alternativas a la información a la que usualmente tiene acceso.

² A través de libros, viajes, contacto cara a cara con sujetos de otras culturas.

³ Representación simbólica que también se adquiere con las otras formas tradicionales de conocer las culturas, antes mencionadas. Esta investigación asume que todo conocimiento adquirido es una representación que los sujetos hacen del mundo, mediada por sus percepciones y su experiencia individual y social. Véase en Bases Metodológicas *El Constructivismo*.

Se reconoce que las diferencias culturales no son las únicas fuentes que pueden justificar los conflictos entre culturas⁴. En ningún momento esta investigación le resta importancia a las cuestiones sociales, económicas e ideológicas; condiciones que se consideran fuente ampliamente vigente de conflictos, toda vez que las razones por las cuales históricamente han existido (lucha de clases, pobreza, acceso al poder, marginación, etc.) son cada día más visibles en cualquier sociedad, en cualquier país o región. Pero cabe destacar que analizar estos aspectos no es el objetivo de este trabajo, como tampoco lo es justificar que la cultura es la fuente fundamental de los conflictos entre formas diferentes de ver la vida. El objetivo de este trabajo es, más bien, observar en qué grado los sujetos reconocen la existencia de múltiples formas de entender la vida, como resultado de su uso del internet.

Adicionalmente, es importante aclarar que se entiende que los medios de comunicación, tanto los tradicionales como las nuevas tecnologías, constituyen *una* de las fuentes de mediación que influyen en los cambios culturales de los sujetos. En ningún momento se sugiere que son el único vehículo mediante el cual los individuos pueden cambiar sus percepciones culturales.

Pregunta de Investigación

¿En qué medida el internet ayuda a que los individuos reconozcan la existencia de una pluralidad cultural, producto de su acceso a las diferentes versiones informativas y comunicacionales que este medio les ofrece?

Hipótesis de trabajo

El internet, debido a las posibilidades que tienen los usuarios de acceder a informaciones diversas sobre temas de su interés; y siendo que los individuos tienen la posibilidad de comunicarse con gentes en cualquier parte del mundo en tiempo real, ayuda a los sujetos que se apropian de esta herramienta a reconocer la pluralidad cultural a la que pueden acceder a través de este medio.

Objetivo de Investigación

Re- interpretar de los discursos de los sujetos, en qué forma el hecho de acceder a internet ayuda a que los usuarios reconozcan la existencia de una mayor pluralidad de visiones (versiones) sobre culturas que le son ajenas.

⁴ Samuel Huntington afirma que *"la fuente fundamental del conflicto en este nuevo mundo podría no ser primariamente ideológica o económica. Las grandes divisiones en la humanidad y la fuente dominante del conflicto podrían verse en lo cultural"*.

BASES TEÓRICAS

El objetivo de este capítulo, es exponer qué se va a entender cuando se hable de los conceptos que incluye el objetivo de investigación. Recapitulando, el objetivo de investigación para este trabajo es: Re- interpretar de los discursos de los sujetos, en qué medida el hecho de acceder a internet ayuda a que los usuarios reconozcan la existencia de una mayor pluralidad de visiones (versiones) sobre culturas que le son ajenas.

Para ello, se han establecido dos categorías fundamentales: el internet y la cultura. En la primera parte del capítulo, se revisarán las generalidades de la sociedad de la información a través de la obra de Manuel Castells y otros; y se introducirá el concepto de internet. En la segunda parte, se hará un recorrido por las características de la cultura y la pluralidad cultural, a través de Brunner, Barbero, Canclini y otros. También se revisarán las diferencias entre pluralidad cultural y multiculturalidad.

EL INTERNET O LA SUPERCARRETERA DE LA INFORMACIÓN

Internet aparece a finalizado la década de los sesenta, con el patrocinio del Departamento de la Defensa de los Estados Unidos, para mantener una comunicación entre las diferentes agencias de defensa nacional, en caso de guerra o ataque militar. Con este objetivo fue creada el **ARPAnet** (*Advanced Research Project Agency Network*) en 1969 por el Departamento de Defensa.

En 1985 el Departamento de la Defensa crea otra red para su uso y el **ARPAnet** pasa a ser utilizado universidades y centros de investigación, quienes son los primeros en poner en práctica de manera un poco más masiva lo que luego sería el WWW. La red **ARPAnet** se disuelve en 1987 y todas sus operaciones son transferidas a **NSFnet** (*National Science Foundation Network*). Esta potente red conecta con redes alrededor del mundo, lo que a su vez permite comunicación entre millones de computadores y usuarios. Esta red se convierte luego a una de uso público y es lo que desde hace aproximadamente una década conocemos como la red Internet.

Internet es una red de redes de computadoras, que por estar interconectadas, ofrecen la posibilidad de buscar información virtualmente desde cualquier parte del mundo. Se calcula que a finales del 2001 existían aproximadamente 40, 000 redes conectadas al internet. En internet, el usuario puede hacer uso de diversas aplicaciones, entre las que se encuentran: el *World Wide Web o WWW*, que es un sistema de información con capacidad de mostrar texto, imágenes, audio y video; el *Email o Correo Electrónico*; la *Transferencia de Archivos*, para transferir información a cualquier red conectada; los *Foros y Chats*; entre otras⁵.

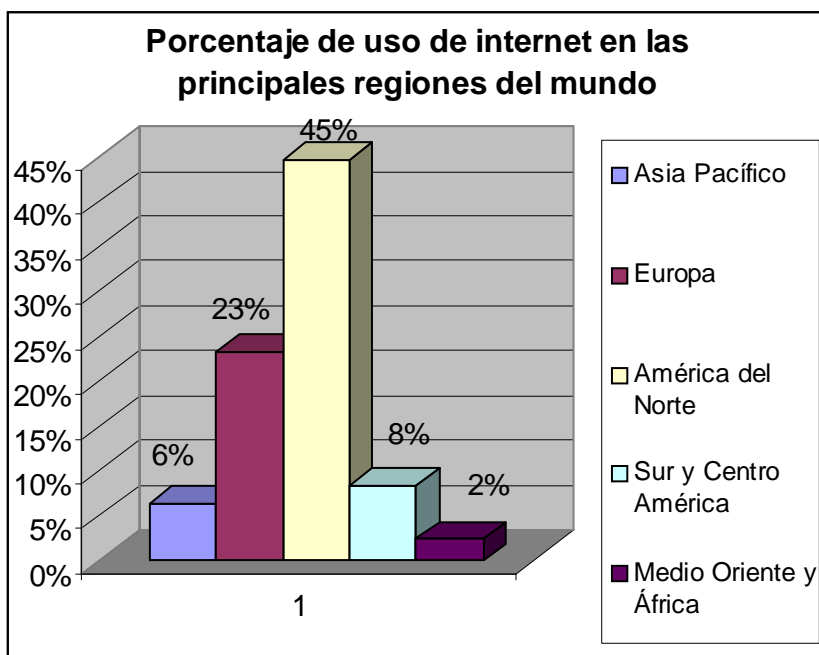
El internet es un medio de comunicación, de búsqueda de información, de comercio y compras, de entretenimiento, de intercambio... Se puede encontrar desde galerías de arte hasta

⁵ No es el objetivo de este trabajo entrar a discutir aspectos técnicos del funcionamiento del internet.

una guía paso por paso para hacer una bomba. Por eso muchas veces se debate sobre los usos buenos y malos del internet: se intenta regularlo desde la constitución nacional en muchos países, los padres bloquean acceso a páginas que consideran nocivas en el computador de la casa y en los colegios se restringe el uso de internet a páginas consideradas educativas.

Este trabajo no pudo encontrar estadísticas, a las cuales se pueda acceder libremente, que hagan referencia directa al intercambio cultural en internet. La mayoría de los estudios hacen referencia a preferencias comerciales en internet, penetración de mercados, preferencias en usos de las herramientas, etc. No obstante a ello, se ha considerado importante presentar alguna información que, si no de manera directa, puede ofrecer una idea sobre el posible intercambio cultural en internet.

- Se estima que internet es una realidad en al menos 145 países del mundo, en mayor o menor grado, dependiendo del ingreso per cápita del país y su desarrollo
- Según el Fondo de Población de las Naciones Unidas, existen en la actualidad más de 15,000 étnias minoritarias de diferentes países de Asia, África y América Latina con páginas en internet que les permiten conectarse al mundo e informar al mundo sobre ellos.
- Solamente en el portal de Yahoo existen 2.896 comunidades creadas en torno a identidades compartidas por los usuarios de internet. Estas comunidades surgen por el interés de ciertas personas de relacionarse con otros individuos con los cuales comparten gustos y formas de pensar. Por lo general, están conformados por personas de muchos países.



- Por mucho, en términos relativos (cantidad de usuarios entre total de habitantes de la región) es Norteamérica la región con una mayor penetración del internet. El caso de Asia es interesante, en tanto el número total de usuarios de internet es bastante amplio,

pero no resulta significativo al relativizarlo, siendo que su población total es enorme. La participación más marginal de usuarios en internet es la de África y Medio Oriente. La fuente consultada, el Fondo de Población de las Naciones Unidas, explica que el caso de África puede entenderse por la pobreza de la región en tanto la mayor participación de internet en la región se encuentra en la zona Sur del continente. En el Medio Oriente, la explicación podría ser diferente y enmarcarse dentro de sus códigos culturales.

- Más del 68 % de todas las páginas de internet están en idioma inglés y han sido elaboradas por instituciones o individuos cuya lengua materna es este idioma, fundamentalmente por naturales de los Estados Unidos de América. En segundo lugar, muy por debajo de estos, con un 5.8 % se encuentran las páginas en idioma japonés. El total de páginas en idioma español suma un 2.2 %.

La mayor penetración del internet en Colombia está entre los estratos medio alto y el alto. Se calcula que para el 2002 existían aproximadamente 1.450.000 personas conectadas a internet en Colombia, de las cuales el 90 % están en Bogotá, Medellín y Cali. (fuente: International Communications Union, 2002). Según esta misma fuente, los colombianos usan el internet en primera instancia, para el correo electrónico y en segundo lugar para compras electrónicas, comunicación con otras personas y búsqueda de información de su interés.

En el documento elaborado para la reunión de ministros de cultura y tecnología de Latinoamérica en septiembre de 2001, llamado “Ciberamérica, un proyecto para el tiempo presente”, se afirma que internet ha sufrido tres crisis hasta el momento:

La Primera, referida a la velocidad del cambio, en la que se han puesto de relieve los desajustes entre la innovación tecnológica y la innovación social;

La segunda, una crisis económica, en la que las especulaciones sobre el cambio y los nuevos usos sociales derivados de éstos preveían, con un amplio margen de error, la velocidad económica del proceso.

La tercera crisis, que es la actual: *la de los contenidos*, que tiene mucho que ver con la disminución en la credibilidad en la información transmitida y recibida y una percepción de inseguridad y falta de privacidad en la red.

Internet es una de las llamadas Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's). Surge en una posible sociedad de la información y responde, de alguna manera, a las necesidades creadas por esta en los individuos que tienen acceso.

La sociedad red: un acercamiento al nuevo paradigma

Manuel Castells, en su trabajo "La Era de la Información" (1997), afirma que las sociedades están siendo cada día mas estructuradas en torno a la relación bipolar de la Red (para el caso internet) y la Individualidad. La Red a la cual hace referencia Castells es el nuevo sistema organizacional basado en el uso de los medios de comunicación en línea. La Individualidad hace referencia a las actividades a través de las cuales los individuos reafirman sus identidades en condiciones de cambio social estructural. En nuestros días nuevas formaciones sociales

surgen alrededor de identidades primarias: reivindicaciones sexuales, religiosas o étnicas. En el intercambio de la Red y la Individualidad, las condiciones de la vida humana y sus experiencias alrededor del mundo, se reconfiguran de manera profunda.

Desde la perspectiva de la Red, Castells afirma que el cambio - o desarrollo- social es inseparable de los cambios en la infraestructura tecnológica, a través de la cual muchas de las actividades productivas humanas se llevan a cabo⁶. Los cambios sociales y los cambios tecnológicos están íntimamente relacionados. Aunque afirma que la relación entre cambio tecnológico y cambio social - o económico- no es lineal, apunta la necesidad de no perder de vista que influyen el uno en el otro.

Desde la Individualidad, como segundo componente de la relación bipolar que analiza, Castells plantea la importancia que tiene en el cambio social la identidad como motor dinámico de la formación social. Define identidad como *el proceso de construcción de sentidos sobre las bases de atributos culturales a los cuales se les asigna prioridad sobre otras fuentes de sentido*⁷.

En la sociedad de la red global integrada, el tiempo y el espacio adquieren nuevas dimensiones. Castells afirma que la sociedad de la información *disuelve el tiempo desordenando la secuencia de los eventos y haciéndolos simultáneos; como consecuencia instala la sociedad en el ámbito de lo efímero*⁸. El espacio también juega de manera similar, en tanto en la sociedad red la información disponible en línea existe y está al alcance de la mano, no importa el lugar físico en que se encuentre.

Internet y cambio social

En muchas oportunidades se ha planteado la preocupación de si las tecnologías en línea volverán obsoletas algunas de las formas comunicativas tradicionales. Dadas estas preocupaciones, y dado el hecho de que no podemos sustraernos de la nueva realidad comunicativa en la que persisten formas tradicionales y se insertan formas nuevas; existen numerosas investigaciones, tanto analíticas como empíricas, que abordan el tema de la relación entre cambio social y las nuevas tecnologías comunicativas e informacionales.

Desgraciadamente, los trabajos al respecto se han venido realizando desde una perspectiva unidisciplinaria: bien desde la sociología de la comunicación, o desde las ciencias computacionales, las ciencias de la información o alguna ciencia social. Cada uno de ellos usa nomenclaturas diferentes y plantea los problemas desde posturas también diferentes.

En los años setenta y ochenta, los estudios respecto a los impactos de la computarización usualmente se planteaban en términos determinísticos, asumiendo que su uso, per se, podría cambiar el curso social del mundo. Existía un concepto, más o menos generalizado, de que las tecnologías en línea eventualmente harían obsoletas las prácticas educacionales presenciales,

⁶ Castells, 1997

⁷ idem

⁸ Castells, 1996

el comercio tradicional cara a cara, las asambleas *in situ*. En estos tiempos, los estudios han tomado otro rumbo, a raíz del entendimiento de que las respuestas a los cambios ocurridos producto del uso de Tecnologías Informacionales y Computacionales (TIC's) y específicamente del internet, nunca son directas o simples.

A partir de finales de los años ochenta, las investigaciones toman el rumbo de entender los sistemas computarizados y de información como "redes socio- técnicas", concepto que según Rob Kling (2000), ayuda a entender el carácter de los nuevos espacios socio- informacionales electrónicos, entre los que se encuentran los foros por internet, las conferencias electrónicas, diarios electrónicos y los chats.

Para entender el concepto de redes socio- técnicas, Kling apunta que hay que partir de que los TIC's (para este caso el internet) están moldeados socialmente. Usualmente se entendían los TIC's como herramientas, y las preguntas se encaminaban hacia los impactos sociales de estos. En su trabajo de campo, Kling encontró que los impactos sociales de los TIC's dependen en gran medida de la cultura. En las organizaciones estos impactos iban directamente relacionados con la centralización o descentralización de operaciones, entre otros aspectos cruciales; mientras que en los individuos encontró que los impactos iban relacionados con los preconcebidos del sujeto. Pero en ningún caso, halló evidencias empíricas que sustenten la generalización de patrones de comportamiento producto del uso de TIC's⁹. Por lo tanto, una de las más importantes conclusiones que arroja en su investigación, compilada en el artículo *Learning about Information Technologies and Social Change*, es que habría que cambiar de ver impactos de internet en la sociedad, a ver que los impactos de internet están moldeados socialmente.

La investigación actual hace especial énfasis en la consolidación de bases sociales que generen unas capacidades en los individuos y las organizaciones para asimilar, adaptar y aprovechar internet de manera eficiente. Kling apunta a la necesidad de generar un amplio acceso social, que conceptualiza como una mezcla de conocimientos, acceso económico y capacidades técnicas necesarias para el manejo de internet. Afirma que el acceso social es una variable crítica para el uso extensivo de este tipo de tecnologías, y que en ningún momento debe ser considerado un plus de la estructura tecnológica. Es por eso que, para Kling, la mayor barrera para el uso extensivo de las TIC's está en variables sociales como la capacidad adquisitiva, la educación y las posibilidades e interés de actualización tecnológica.

Sin ser el tema de estudio, se ha considerado necesario dedicar un párrafo de este documento al tema del acceso a internet. En términos de acceso es posible decir, tomando en cuenta las estadísticas encontradas, que no todas las regiones del mundo tienen igual acceso a internet. En términos relativos Norteamérica y el Pacífico Asiático, seguidos por Europa Occidental tienen los más altos índices de acceso; mientras que el Oriente Medio y África tienen un acceso prácticamente marginal al internet. Pero no solamente hay regiones del mundo cuyo acceso en términos relativos es mucho menor que el de otras, sino que también dentro de muchos países del llamado Tercer Mundo hay estratos socioeconómicos enteros cuyo contacto con esta herramienta es completamente marginal. No es un secreto que internet es una herramienta, al menos en estos momentos, de alguna manera elitista. Algunos países, entre

⁹ Kling R. 2000

ellos Colombia, han iniciado esfuerzos tendientes a la inclusión de niños y jóvenes de estratos socioeconómicos bajos en el uso del internet. No obstante a ello existe una brecha digital que, como afirman muchos estudiosos del tema, potencia las diferencias entre los más ricos conectados y las enormes masas de desconectados en el mundo, como una forma moderna de exclusión social. Mientras exista esa brecha, el internet no será la herramienta democrática que muchos han pregonado.

LA CULTURA

No es fácil proponer una definición general de cultura, en tanto no existe un consenso en la academia, los filósofos y los políticos - e incluso en el resto de las personas- con respecto a lo que este concepto debería incluir.

Por lo general, lo que entendemos como cultura en esta parte del mundo- el mundo occidental- difiere de los conceptos de cultura en otras partes del mundo, pero también depende del prisma mediante el cual se esté definiendo el concepto. En occidente, la palabra cultura tiene similares acepciones en las lenguas Anglo y en las Romances. En otras partes del mundo, elementos como comportamientos aprendidos y sistemas de significados que nosotros entendemos y definimos como "cultura", podrían no estar agrupados de la misma manera. Por lo general, las definiciones y discusiones de cultura de las que usualmente tenemos conocimiento en occidente, provienen de fuentes occidentales.

Según Marcuse la cultura es *la apropiación subjetiva de símbolos y conocimientos*. Habermas dice que la cultura *es también un producto de la relación entre sujetos como componente esencial para el conocimiento de las formas de construcción de la realidad social y como uno de los elementos que podrían posibilitar cualquier acción conducente a la auto emancipación de los individuos frente a los sistemas de dominación*.

Por otra parte, J.J. Brunner (1989) afirma que la cultura es *los procesos de producción y transmisión de sentidos que construyen el mundo simbólico de los individuos y la sociedad*. Estos tres conceptos nos servirán como ordenadores para “entender” cultura en este trabajo.

La gente aprende la cultura. Esta es, según investigadores de la Washington State University, la principal característica de la cultura: un sistema de códigos aprendidos. Muchas de las cualidades de los humanos son transmitidas genéticamente. Pero gran parte de los actos humanos no pueden explicarse genéticamente, sino como un comportamiento socialmente adquirido en respuesta a un estímulo específico; respuestas que además varían tomando en cuenta el sistema de códigos que posee el individuo.

La cultura, como cuerpo de comportamientos aprendidos, comunes a una sociedad humana, actúa de forma predecible y tiene un contenido, que moldea la conciencia de una sociedad de generación en generación. Este concepto preliminar de cultura como cuerpo de comportamientos aprendidos, se puede desglosar en dos categorías primarias, cada una de las cuales es, en sí misma, un elemento importante de los sistemas culturales:

- La cultura es un sistema de significados, en el cual el lenguaje es un elemento primordial.
- Es una forma de organización social, desde grupos de interés y Estados hasta Corporaciones Multinacionales.

Algunos principios importantes se pueden seguir desde esta definición de cultura:

- Si el proceso de aprendizaje es una de las características esenciales de la cultura, entonces la enseñanza es también una característica crucial. La forma mediante la cual la cultura es enseñada y reproducida, es en sí misma uno de los componentes más importantes de la cultura.
- Debido a que la relación entre lo que se enseña y lo que se aprende no es absoluta (algunas de las cosas que se enseñan, se pierden; mientras que otros nuevos descubrimientos se hacen todos los días a nivel personal e incluso social), la cultura se mueve en un constante estado de cambio.
- Los sistemas de significados consisten en acuerdos negociados. Los miembros de una sociedad deben estar de acuerdo en las formas de relacionarse, en los comportamientos socialmente aceptados y en los símbolos con su correspondiente significado y sentido. Entonces, la cultura es un sistema de significados, pero también consiste en un sistema de negociación de acuerdos.
- Debido a que un sistema de significados involucra relaciones, las cuales no necesariamente son universales, diferentes sociedades tendrán acuerdos sociales, formas de relacionarse y significados también diferentes.

José Joaquín Brunner (1989) afirma que existen diferentes subsectores dentro de lo que él denomina el campo cultural. Cada subsector, con un papel clave en la producción y reproducción de sentidos que forman el sistema cultural y las subculturas que conviven en cualquier sociedad.

- El subsector educacional, que comprende todos los niveles de educación formal y la educación no formal.
- El subsector de la investigación científica y tecnológica, con sus organismos privados y públicos, de gestión financiera e investigación.
- El subsector de la industria cultural, que considera el más dinámico del campo cultural; en el cual, desde la perspectiva de sus posibilidades de influencia en la creación de símbolos, se encuentran los Medios de Comunicación de Masas y las TIC's.
- El subsector de las artes, producciones artísticas que en la sociedad actual se legitiman en parte producto de la interconexión con otros subsectores del campo, como la educación y la industria cultural.

- El subsector de los símbolos religiosos, en el que se encuentran las iglesias de cualquier denominación; que de alguna manera tienen amplia influencia en los símbolos y las concepciones que manejan los individuos y las sociedades.

El campo cultural en cualquier sociedad es dinámico, y se modifica producto de los cambios educacionales, científicos y tecnológicos, de la industria cultural o “industria de mensajes” (Brunner, 1989), de las artes y de los símbolos religiosos. Brunner señala algunos fenómenos culturales que dan cuenta de los cambios que se han dado en las sociedades alrededor del mundo (1989)

1. Las comunicaciones pasaron de ser exclusivamente de corto alcance, de uno a uno, para dar lugar, con la masificación de los medios de comunicación, a comunicaciones de uno a muchos.
2. La entrada de la televisión primero y las TIC’s después, a formar parte de la vida privada, crea nuevas formas familiares y sociales de comunicación y replantea las nociones de privado y público.
3. Se replantea la existencia de una “cultura nacional” monolítica. Las fuentes de identidad en los jóvenes no parten en términos generales de la Nación¹⁰, vienen de experiencias compartidas más allá de cuestiones georreferenciadas.
4. La industria cultural propicia la internacionalización de la cultura y la importación de patrones de consumo cultural.

Han existido siempre muchas formas de ver la cultura y de conceptualizarla. Desde quienes consideran que la cultura es una exclusividad de las élites bien educadas, hasta concepciones más antropológicas de la misma.

A principios del siglo 19, la cultura era considerada como *el contacto con lo mejor dentro del campo de lo que se ha dicho o pensado* (Arnold, 1845). Por lo tanto la cultura es considerada como un atributo exclusivo de las élites, con una posición en la que se asume que si las personas compartieran unos valores estéticos y éticos determinados, el mundo podría ser un mejor lugar.

A mediados de la década de los cincuenta del siglo veinte, Raymond Williams afirma que la cultura no es un atributo exclusivo de las élites bien educadas, sino que es un bien social. Todos los grupos sociales, no importando su nivel educativo, poseen ciertos códigos que comparten con sus similares y que Williams también llama cultura. Así, el concepto de cultura y de “lo culto” sale de los teatros y se comienza a ver como las manifestaciones de lo cotidiano en cualquier grupo social. Al concepto cultura se le adjudican dos características esenciales: la existencia de una tradición y de una creatividad constante.

Después de la década de los setenta del siglo veinte, Clifford Geertz añade al concepto de cultura ordinaria la importancia que tienen los símbolos, siendo que el comportamiento humano representado en la cultura, es un acto simbólico que es compartido por un grupo y que lo distingue de los demás. A partir de este momento se considera que la cultura también es una

¹⁰ Se excluyen aquí los grupos nacionalistas que emergen en Europa, con características xenofóbicas.

forma distintiva de pensar, sentir, creer y actuar, adquirida por el individuo como legado de su grupo y su entorno.

Por último una postura de finales de los años noventa del siglo veinte, representada por Bodley y otros, en la cual se considera a la cultura como un concepto histórico y antropológico. Se entiende que existen muchas culturas y subculturas; pero también se acepta que existen muchas formas de estudiarlas y muchos niveles de resolución del concepto, que van desde el estudio de la cultura individual hasta el análisis de cultura globalizada de la sociedad actual.

El concepto de cultura, sigue en constante evolución. Se han mencionado algunos de los matices que ha tomado a través del tiempo, pero como es de esperarse, no se ha podido abarcar la totalidad de ellos.

La concepción de cultura con la cual se trabaje, es sumamente importante, pues puede influenciar la perspectiva con la cual se investiga, los métodos e interpretaciones y sobre todo, las posiciones que el investigador toma con respecto al tema.

En resumen, la cultura involucra al menos tres componentes: lo que el individuo piensa, lo que hace y los productos materiales que produce. Además, los procesos mentales, las creencias, el conocimiento y los valores también son parte de la cultura.

La cultura tiene muchas propiedades: es compartida, aprendida, simbólica, transmitida generacionalmente, adaptativa e integrada. Al ser compartida, significa que la cultura es un fenómeno social. Es aprendida, y no biológicamente heredada, involucra asignación de un valor arbitrario a unos símbolos. La capacidad de la cultura de ser transmitida de generación a generación ha llevado a que algunos estudiosos como Kroeber (1917) y Leslie White (1949) vean la cultura como una entidad superorgánica, que existe mas allá de los seres humanos como individuos, que les precede y les sobrevive. Explican que si bien es cierto el individuo puede influenciar la cultura, los cambios que existan estarán ampliamente determinados por la propia cultura.

Cultura: Pluri, Multi.

En la sociedad que vivimos, muy pocos pueden cuestionarse la existencia de un gran número de sistemas culturales diversos, que difieren unos de otros a raíz del sentido que dan a símbolos relevantes para los individuos y los grupos. El reconocimiento de este hecho cobra primacía tanto en América Latina como en el mundo industrializado con las dinámicas de la globalización, el paso de sociedades modernas a posmodernas, y de sociedades industriales a sociedades de la información.

Comenzaremos con el hecho de que hablar de pluralidad cultural o de multiculturalidad, contrario a lo que muchos pensarían, no es lo mismo. Son conceptos que, si bien es cierto, a simple vista parecen sinónimos, implican acercamientos epistemológicos diferentes. El decidirse por uno de ellos sobre el otro, cambia el sentido de la investigación y los productos esperados de ella.

Acercarse al fenómeno desde la multiculturalidad implica el reconocimiento del cambio producto de la interacción. María Teresa Aguado, citando a Leurin (1987) dice que *con el término multicultural se define la situación de las sociedades, grupos o entidades sociales en las que muchos grupos o individuos que pertenecen a diferentes culturas viven juntos, cualquiera que sea el estilo de vida elegido*. Por otra parte Mario Morales (2002) dice que *el concepto "multiculturalidad" designa el hecho de que varias culturas o énfasis etnoculturales conviven en un mismo espacio político-social*.

Otros conceptos importantes para anotar el intercambio cultural, desde el punto de vista epistemológico y político, son la interculturalidad y la transculturalidad. Interculturalidad es según Morales (2002), un concepto que *designa un rasgo básico de la multiculturalidad, a saber: su carácter interrelacional y dinámico, es decir, el hecho de que las culturas que conforman un espacio multicultural no existen aisladamente sino en un intenso contacto que a menudo determina que su sentido sólo sea posible gracias a su contraparte, la cual se torna así en condición sine qua non de su misma existencia*. Por otra parte, transculturalidad implica, según Aguado (1987), *un movimiento, el paso de una situación cultural a otra*.

Aguado apunta que, en cambio, la pluralidad cultural *indica simplemente la existencia de una situación particular. En lugar de subrayar la existencia de un amplio número de culturas en contacto, se resalta únicamente su pluralidad*. En este sentido, que un individuo acepte la existencia de una pluralidad cultural no implica que éste legitime a los otros sistemas culturales, diferentes al propio. Las implicaciones que tiene en el sujeto aceptar la pluralidad, son política y socialmente menos comprometedoras que el hecho de aceptar la multi, inter, trans culturalidad. Básicamente es un concepto que, podría decirse, se queda en el nivel del reconocimiento de otros sistemas culturales, sin que esto signifique la validación de ellos por parte de quien se apropia del conocimiento.

Esta investigación asume que el internet, como herramienta de comunicación e información, tiene un potencial muy grande en términos de propiciar el encuentro entre culturas. De alguna manera, es apropiado comenzar en el nivel más básico de estudio del encuentro cultural en internet: el de la pluralidad y no de la multi, inter, transculturalidad.

La cultura en el internet

Néstor García Canclini expone que la tolerancia y la defensa de la diversidad cultural se convierten en parte de lo políticamente correcto. Afirma que no obstante a la existencia en la sociedad actual de formas diversas de comunicarse e informarse, los mismos medios electrónicos utilizados por las ONGs son aprovechados por grupos pro-nazis para difundir sus ideas y buscar adherentes, y los candidatos nacionalistas y xenófobos en Europa ganan cada vez más apoyo electoral, como el caso de Francia hace un par de años.

En el mismo orden de ideas, alertando sobre los impactos de los choques culturales producto de la mayor información que las civilizaciones tienen unas de otras, Samuel Huntington (1996) afirma que por lo general la multiculturalidad ha sido un escenario propicio para la exclusión, en tanto se dan relaciones de nosotros versus los otros. Y no solamente visible en la

conflictiva relación entre Occidente y las otras civilizaciones no occidentales, sino que es perfectamente factible que se de dentro de las fronteras de un país. Huntington afirma que la cultura es un sistema donde juegan la historia, la religión, las tradiciones, los símbolos comunes (de cualquier naturaleza), etc.¹¹ y dice que a lo largo de la historia el mundo ha podido documentar muchos conflictos que se generan producto de diferentes posturas ante la vida, la sociedad, la política y la religión; todo esto consecuencia de la existencia de culturas diferentes.

Huntington expone que las diferencias entre civilizaciones no son solamente reales, sino que son básicas y que la cultura local hace que las personas tengan diferentes posturas ante la vida, diferentes formas de ver la relación entre Dios y el hombre, formas disímiles de concebir el grupo y el individuo, el Estado y el ciudadano, la relación padre- hijo, esposo - esposa, además de la importancia relativa que cada una le da a los derechos y las responsabilidades como ciudadanos, la libertad y la autoridad, la equidad y la jerarquía.

En países multiculturales como son los latinoamericanos, o en una región tan rica como la nuestra en términos de étnias, ideologías y formas de ver la vida, no hay que ir al otro extremo del mundo para evidenciar tales diferencias.

El final del conflicto Este-Oeste, o de la confrontación ideológica capitalismo- comunismo como eje de la alineación global, por una parte; y el mayor acceso a la información que caracteriza a la nueva sociedad informacional, por otra, otorga mayor presencia y fuerza a conflictos y divisiones de otra naturaleza. Nacionalismos xenofóbicos, fundamentalismos religiosos y conflictos étnicos pasan a primer plano en la noticia, en la política nacional e internacional, y en la preocupación de los pueblos. Por un lado se hacen visibles, y por el otro se recrudescen.

Así, la sociedad de la información y las tecnologías informativas, que nos ha ido develando la magia del internet, nos expone las diferencias que tenemos; no solamente las de un país americano con las lejanas culturas orientales, sino también las de una persona con el pueblo indígena que está a media hora de camino. Y en contraste, la "cultura mundial" de la Globalización, presume la homogeneidad en muchos comportamientos (sobre todo relativos al consumo), aunque haya logrado traer a colación la enorme variedad que somos como seres humanos.

Los desarrollos empíricos de los autores mencionados en este trabajo confirman que efectivamente la sociedad informacional tiene efectos importantes en el reforzamiento de símbolos culturales tradicionales, pero también en el nacimiento de otros. Los individuos y los grupos ganan mayor acceso a información de todas partes del mundo y esto influye en su forma de pensar, en sus hábitos y crea patrones de consumo (de modas, de educación e incluso de cultura) que se pueden observar por igual en lugares muy distantes. Pero también, cada vez más, se visualiza que la temida homogeneización cultural producto de la sociedad de la información y la globalización, es solo parcialmente verdadera. No se puede negar la enorme variedad de subculturas, identidades y estilos de vida que conviven en cualquier ciudad, región

¹¹Huntington, S. 1996

o país, muchas de las cuales se refuerzan - también- con las posibilidades que les ofrece la sociedad de la información.

Como lo documenta Huntington, se ha potenciado la conciencia cultural y el regreso a costumbres y tradiciones; como respuesta de los grupos a la industria cultural única. Mientras que se homogeneizan los patrones de consumo, las raíces de la cultura se afianzan. Pero también, debido a que se cuenta con información suficiente sobre las demás culturas, esto puede llevar - como se ha visto en muchas oportunidades- a conflictos culturales.

Recapitulando, la cultura es un concepto social, un sistema de códigos validados por un grupo determinado. Cuando se habla de grupo, se hace mención a colectividades que pueden ser reducidas o amplias, como es el caso de, por ejemplo, los hinchas de determinado equipo deportivo hasta los miembros de una sociedad. Pero también, en términos culturales, existen grupos determinados por cuestiones transnacionales, o que simplemente no responden a cuestiones político administrativas, como la religión¹², intereses particulares, etc.

El individuo dentro de un grupo determinado, comparte con los otros individuos ciertos códigos que les proporcionan un “lenguaje común”, mediante el cual tejen una realidad particular al grupo en cuestión. Entonces, el grupo es de alguna manera una materialización de la sinergia provocada por la interacción de muchos individuos que, como movimiento sinérgico, es un ente diferente a la suma de los individuos que lo componen.

Este trabajo de alguna manera, retoma el concepto de grupo y lo convierte en sinónimo de un tipo particular de cultura. Brunner afirma que la sociedad actual ha, de alguna manera, puesto en tela de juicio la existencia de una cultura nacional monolítica. ¿Dónde, entonces, se moldea la cultura?

La cultura, tomando como base el individuo, es un concepto en el que se sobreponen, capa tras capa, la tradición, el ambiente, la familia y la educación; los descubrimientos personales (como aprendizaje constante) y los grupos a los cuales pertenece o ha pertenecido el individuo (como interacción con otras personas).

En todo caso la cultura, que es un concepto social, forma parte de la identidad del individuo y por lo tanto se puede hablar de la existencia de una cultura individual, que en cierto grado es diferente para cada uno de nosotros; aunque en sistemas sociales amplios se pueda hablar de la convergencia de ciertos patrones culturales. Un individuo puede pertenecer, y de hecho pertenece, a muchos grupos diferentes, en cuanto a sus objetivos (un joven podría por ejemplo pertenecer a una banda de rock, ser hincha de un equipo de fútbol y, ¿por qué no? también asistir a cursos de algún movimiento de nueva era. Podría ser que en cada uno de sus grupos comparta cosas diferentes y que los miembros de uno de sus grupos estén en desacuerdo con las cosas que hace en otro de los grupos.)

No obstante a ello, resulta prácticamente imposible pedir al individuo, o pretender de él, que separe su cultura individual de aquello que lo une a los grupos a los cuales pertenece o al ambiente en el cual se ha desarrollado; pues todo esto, al final, también forma parte de su

¹² Existen tantos musulmanes en Estados Unidos y Europa, como cristianos en Japón y China.

individualidad. Ahí puede surgir una ambigüedad o un problema metodológico a la hora de que los sujetos relaten sus experiencias con otras culturas desde su cultura.

Para solucionar, por lo menos de una manera práctica, este problema, este trabajo interpretará, desde los discursos de los sujetos, como ven aquellos, partiendo de su cultura, otras culturas. Cuando se habla de otras culturas se entenderá, y así se le hizo saber a los sujetos participantes en el estudio, que son aquellos sistemas que el individuo identifica como diferentes al propio. Más adelante en este documento se detallarán los conceptos de cultura y culturas ajenas con las cuales se trabajó.

Aun así, tomando las precauciones de delimitar el concepto de cultura propia y culturas ajenas, queda algo difícil de manejar por parte de la investigación; y es respecto del alcance que cada sujeto de manera individual da al concepto de cultura. Por ello, como justificación metodológica, se retoman algunas bases del constructivismo, como teoría que asume que la subjetividad de las percepciones individuales es una constante ineludible en cualquier investigación social de corte cualitativa.

Variables de estudio

Por último, resta definir cuales serán las variables de estudio que pretenden dar cuenta del objetivo de investigación y que guiarán las dos herramientas metodológicas que se usen, y lo que se entenderá por ellas.

Cultura: La forma como el individuo interpreta el mundo y los códigos compartidos por él con un grupo. La forma en como es apropiada la realidad y es traducida a símbolos a los cuales se asigna una carga valórica; y las consecuencias que tiene esto en la forma en como éste piensa, actúa y produce.

Culturas ajenas: aquellas interpretaciones del mundo (formas de pensar, actuar y producir) diferentes a la propia, que son cercanas en tanto tenemos acceso a información sobre ellas; pero a la vez son lejanas en tanto el hecho de tener información, no es un vehículo directo en el camino hacia el entendimiento – y la legitimación- por parte de quien consume la información, de las costumbres y símbolos de las otras culturas. Cuando se habla en esta investigación de culturas ajenas, cabe destacar que no solamente se hace referencia a sistemas culturales geográficamente lejanos al usuario que se apropia de la información. Es perfectamente posible – y de hecho es una realidad- que dentro de las fronteras de un mismo país existan códigos culturales que no son compartidos por todos los grupos¹³.

Pluralidad: la calidad que implica la existencia de más una forma de opiniones, identidades, deseos. Sus sinónimos son: multitud, multiplicidad, diversidad, variedad. Pluralidad no necesariamente implica respeto hacia el otro, simplemente, para los efectos de este trabajo, implica el hecho de la existencia de múltiples formas de ver la vida y de actuar. El hecho de

¹³ A manera de ejemplo: las cosmovisiones de muchos grupos étnicos de un mismo país podrían ser completamente ajenas al usuario urbano – coterráneo del indígena- que nunca ha tenido un contacto con ellas.

que los sujetos acepten la existencia de la pluralidad, no necesariamente lleva a la legitimación de otras cosmovisiones.

Internet: el vehículo que permite esta discusión. Se entenderá que el internet no es solamente una herramienta tecnológica; sino que es una nueva forma de entender la colectividad, las relaciones sociales, informativas y comunicativas.

BASES METODOLÓGICAS

Como se señaló en la introducción del documento, esta investigación no pretende hacer generalizaciones sobre los discursos de pluralidad que los sujetos tendrían producto de su acceso al internet. Se quiere aportar a una discusión que no acaba con un acercamiento exploratorio, como este.

El tema de estudio es relativamente nuevo, y como se consultó a través de las investigaciones que anteriormente se han hecho, es un tema poco explorado; aún cuando la hipótesis resulte familiar a quienes trabajan el tema de la interacción cultural en internet. Esta investigación servirá como guía para identificar variables relevantes de los individuos respecto a su reconocimiento de pluralidad en internet; que puedan ser verificables en una investigación con una muestra significativa.

Este trabajo se guiará fundamentalmente de la metodología cualitativa de investigación, que permitirá obtener respuestas sobre los significados que le asignan a la realidad cada uno de los sujetos de esta investigación. En contraposición a la metodología cuantitativa, que arroja cifras como resultados de las investigaciones, la metodología cualitativa permitirá entender variables que son difícilmente conmensurables. No obstante a ello, en algún momento de la investigación se utilizó un cuestionario, instrumento que es considerado de la metodología cuantitativa.

Por el objetivo de la investigación se puede entender que, en todo caso, se requiere de los discursos de los usuarios de internet para visualizar en qué grado este ayuda al reconocimiento de pluralidad. Por ello, se requiere de un procedimiento y unas técnicas que permitan este tipo de observaciones.

El instrumento fundamental de este estudio es el grupo de discusión¹⁴, en el cual los sujetos cuentan sus experiencias y se genera un discurso individual y grupal. En el análisis de los grupos de discusión es necesario considerar la importancia del componente interpretativo de los sujetos a la hora de contar sus experiencias. La interpretación que cada individuo hace de la realidad, parte de las percepciones de realidad que éste tenga y media en la forma y el fondo de su discurso. Por ello, en términos metodológicos, se considera necesario repasar a *grosso modo* la importancia que tienen las percepciones en los discursos individuales sobre reconocimiento de pluralidad cultural en internet.

La cultura de un sujeto parte de una visión específica del mundo, y recorre el camino de las percepciones como mediación para comprender – o mirar- otras cosmovisiones. Si bien la percepción no es una de las variables que se analizarán en este trabajo, es un ordenador muy importante en la discusión; en tanto todo reconocimiento que el sujeto haga de la realidad, está mediado por sus percepciones. Además, en el análisis de los resultados del estudio, en el cual se reinterpretan los discursos, las percepciones de los sujetos son uno de los insumos desde los cuales se partirá.

¹⁴ El cuestionario se considera un instrumento de apoyo para el análisis de los resultados de los grupos de discusión.

Muchos son los estudios sobre la percepción y se remontan a tiempos anteriores a Sócrates y Platón. Existen muchas formas de enfocar el estudio de la percepción, pero en la investigación bibliográfica revisada para realizar este trabajo se han identificado dos fundamentales: el estudio de la percepción desde la perspectiva fisiológica y el estudio filosófico de la percepción como fuente de conocimiento.

Muchos han estudiado la percepción inscrita a los cinco sentidos del ser humano. *La información sensorial penetra a través de los sentidos y viaja por el sistema nervioso en forma de señales eléctricas. (...) inmediatamente el cerebro toma cartas en el asunto e interpreta la realidad que nos rodea. La información sensorial que recibimos adquiere significado y solo entonces percibimos.* (Dávila. 2000). De estos estudios han derivado muchos otros que investigan el carácter psicológico de la percepción.

José Ortega Miranda (1995), para citar otros puntos de partida en el estudio de la percepción, analiza a Sócrates, y dice que *el saber no es otra cosa que percepción*. Dice que el conocimiento, en tanto verdad, se legitima solo con el parecer de cada sujeto y por lo tanto la verdad – individual- radica en la percepción y no en las cosas. Afirma que los objetos cambian en dependencia del prisma con el que los mira el sujeto, aunque su esencia – y su realidad- permanezcan.

Debido a la relevancia que tienen componentes como las percepciones de los sujetos a la hora de compartir sus experiencias respecto a otras culturas y a la pluralidad cultural, un enfoque constructivista guiará metodológicamente esta investigación. Se considera que este enfoque es adecuado a los objetivos del trabajo y permitirá dar cuenta de los múltiples discursos que podrían verse en los sujetos del estudio.

Por constructivismo se entienden un cúmulo de conocimientos teóricos, en los cuales se sostiene que el conocimiento no se obtiene de una realidad preexistente, sino que surge de un proceso dinámico, en el cual la información se interpreta y se computa permanentemente para dar lugar a interpretaciones de *una* realidad (Von Foerster, 1973).

Watzlawick (1998) afirma que las bases del constructivismo actual se remontan a Piaget, quien no fue propiamente un constructivista, pero para quien la pregunta de “¿cómo el sujeto adquiere la estructura mediante la cual se enfrenta al objeto?”, fue derrotero en muchas de sus investigaciones.

En filosofía, el concepto de verdad ha sido una de las más grandes búsquedas que cada escuela, en su momento, ha emprendido. Y la búsqueda de la verdad, también como realidad, ha influido en ellas, toda vez que la pregunta de si “las imágenes que nos transmiten los sentidos, corresponden a una realidad objetiva” forma parte de toda teoría del conocimiento. Para el constructivismo, esta pregunta es esencial. Por ello, se posiciona diciendo que *cuanto sabemos y creemos es fruto del lenguaje con que comprendemos y transmitimos nuestras percepciones y que, sobre una misma realidad, pueden darse diferentes puntos de vista, todos ellos igualmente válidos* (Godoy, 1999).

Watzlawick (1998) distingue al menos dos vertientes del constructivismo:
La teórica: multidisciplinaria e interesada en la epistemología y la universalidad.

La personalista: interesada en las múltiples verdades de los seres humanos, cada uno como individuo constructor de una realidad específica.

El constructivismo, según Godoy, tiene unas características que lo distinguen de otros desarrollos teóricos:

- Pretende una narración del mundo, que para cada caso, no es estática sino que se desplaza al ritmo de la evolución de quién está narrando.
- El plural, pues existen tantos discursos como mentes pensantes, y todos son válidos. Teóricamente, también implica la multidisciplinariedad, pues considera que todos los saberes son acumulativos y complementarios.
- No pretende una descripción totalizadora de la verdad, que sea objetiva e independiente del observador.
- Es social, en tanto reconoce que todas las teorías son hijas de su tiempo y nacen como respuesta del hombre ante las necesidades históricas de su entorno.

El constructivismo no es solipsismo. Pero, si bien es cierto vivimos en un mundo físico que existe, que no es fruto de la invención de la mente; las representaciones que hacemos de él, marcarán la forma en que pensamos, sentimos, actuamos y nos relacionamos con otros sujetos.

Hoy en día, en la academia, existe la tendencia más o menos consensual, de que las percepciones tienen carácter constructivista. Por lo que, para efectos de este trabajo, el constructivismo es sumamente útil como ordenador teórico y guiará la metodología y las herramientas en el caso de estudio.

Partiendo del constructivismo, podemos decir, si se quiere, que en cada individuo conviven dos “realidades”: una realidad dependiente del sujeto y otra independiente de él.

La realidad dependiente es construida por el individuo y está mediada por sus percepciones y sus experiencias. Es la que cambia como resultado de la permanente computación de las formas de pensar, sentir y actuar del sujeto. Atañe a su capacidad de juicio y a su papel de observador.

A la vez, siendo que el constructivismo acepta la existencia de un mundo fuera de la mente del observador, hay una realidad independiente del sujeto. Esa realidad es física, pues existe independientemente de la existencia del observador. Pero también es una realidad social, que permite a los individuos ser parte de un grupo o grupos con quienes compartir identidades, gustos, formas de pensar.

DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA DE LAS TÉCNICAS A EMPLEAR

Para el estudio de este tema se eligió una técnica ampliamente usada en la investigación cualitativa: los grupos de discusión. Además, se hizo uso de un cuestionario cerrado como herramienta complementaria a los grupos de discusión. A continuación, una pequeña descripción metodológica de estas dos herramientas.

Cuestionario

Los cuestionarios de respuesta cerrada, como el aplicado en este caso, permiten al sujeto solamente escoger entre las opciones que el investigador previamente ha señalado. Por lo tanto limitan las respuestas de los sujetos a los enunciados que el investigador considera relevantes; y les pone en la situación de escoger entre ellas, la que menos difiera de su estructura afectiva y cognitiva. Este instrumento es pertinente en tanto permite al investigador conocer donde estarían mayoritariamente las opiniones de los sujetos frente a un tema expuesto, pero a la vez, limita las respuestas de los participantes.

Los cuestionarios generalmente apelan a las opiniones de los sujetos; pero no permiten la libertad discursiva que se observa en otros instrumentos como los grupos de discusión, en tanto podrían no plasmar la profundidad de las estructuras afectivas de los sujetos ni sus conflictos cognitivos.

En el caso de los cuestionarios cerrados, los sujetos no tienen la posibilidad de exponer libremente su posición respecto al tema puesto a su consideración; debido a que las posibles respuestas ya han sido previamente enunciadas. Respecto al tema, Ortí (1977) dice que *los cuestionarios de opiniones y actitudes proporcionan sucesivas radiografías del estado coyuntural de la opinión pública dominante*. Por eso, dice, es perfectamente posible que en estos instrumentos las respuestas se ubiquen en posiciones no radicales o moderadas¹⁵.

Si bien es cierto los cuestionarios presentan muchas desventajas, se ha considerado necesario aplicar uno en esta investigación, no para verificación estadística de datos – lo cual es imposible tomando en cuenta la cantidad de usuarios de internet contra la cantidad de personas que respondieron este instrumento- sino para identificar en estos pocos sujetos un patrón de respuestas frente a lo preguntado que pueda ser verificable por una investigación no exploratoria.

Es decir, cabe aclarar que el cuestionario aplicado no es una encuesta estadística en el cual los resultados sugieran, a través de una muestra significativa, unos porcentajes que puedan extrapolarse a la población de usuarios del internet. Por cuestiones de limitación de recursos – tanto de tiempo como económicos- y por ser esta una investigación exploratoria, el cuestionario pretende ser una ayuda que de luces en miras a investigaciones posteriores, donde se pueda considerar una muestra significativa.

Grupos de Discusión

Debido a las limitaciones que el cuestionario tiene en términos de poder re- interpretar los discursos, se aplicó otro instrumento – grupos de discusión - que de mejor manera permita al investigador dar cuenta del objetivo de investigación.

¹⁵ El juicio en este trabajo, es que este no es únicamente un problema de los cuestionarios; sino que es perfectamente posible que pase con cualquier instrumento metodológico utilizado.

Los grupos de discusión son una de las técnicas más ampliamente utilizadas en la investigación cualitativa. Es una técnica donde los sujetos producen un discurso propio en situaciones de comunicación interpersonal más o menos controladas.

Los grupos de discusión son ampliamente utilizados en las ciencias sociales y en la investigación cualitativa como herramienta metodológica. Ofrecen la posibilidad de estudiar variables que difícilmente pueden ser medibles en cifras, como las percepciones, los gustos, las opiniones, las actitudes, etc. Son muy útiles a la hora de elaborar un relato colectivo de las experiencias de sujetos con que parten de grupos similares, frente a un tema expuesto. Por ser un relato colectivo, muchos autores alertan sobre los peligros de confundir el relato colectivo con el individual. Por esa razón, se ha convenido complementar la relatoría de los grupos de discusión con un cuestionario que será aplicado a cada uno de los participantes de manera individual y personalizada. La principal ventaja de los grupos de discusión se encuentra precisamente en las posibilidades que brinda al investigador de hacerse de un panorama general de las percepciones, conocimientos, actitudes, gustos, etc. de un grupo con un contexto social, cultural y económico determinado; y también en el estudio de la influencia que los conceptos de los individuos tienen sobre otros individuos del grupo. Una de las desventajas de estos grupos está precisamente en que el tamaño de la muestra no permite hacer generalizaciones acerca del fenómeno estudiado. Por eso, se señala que son útiles en investigaciones exploratorias que sirvan para estudios posteriores más profundos.

A diferencia de la encuesta, no supone la captación y el análisis objetivo de los hechos – de manera estadística- sino que se orienta a la captación y el análisis de *una* interpretación de los discursos; interpretación que reconstruye el investigador desde el discurso de cada uno de los participantes del grupo y del discurso colectivo.

Tienen como objetivo captar, a través del discurso grupal, la significación cultural simbólica que estos dan al tema expuesto, no sin un importante componente de re- interpretación por parte del investigador. No obstante, como bien apunta Ortí, el grupo de discusión *representa tan solo una ventana que parece abrirse en forma aleatoria a cualquier parte de un universo vasto e indefinido*¹⁶.

El grupo de discusión puede considerarse una técnica de observación directa, pues implica cierto grado de contacto e interacción entre el investigador y los sujetos del estudio. Es útil, como técnica cualitativa por varias razones. La fundamental es perfectamente explicada por Canales y Peinado (1998) cuando dicen que *la reordenación del sentido social requiere de la interacción discursiva y comunicacional*. El lenguaje¹⁷, como elemento constitutivo de la cultura, es de propiedad social. Las palabras muchas veces son ambiguas, en tanto pueden tener diferentes significados y pueden sustituirse unas por otras de acuerdo a su valor semántico. Por lo tanto, en el intercambio discursivo, se pueden reconfigurar los sentidos individuales en un sentido social o grupal.

¹⁶ Es imposible pretender que una investigación responda a toda la complejidad de la cuestión investigada. Puede, a lo sumo, hacer una representación parcial y muy limitada, de una realidad que además está mediada por la percepción de los sujetos y la re- interpretación del investigador.

¹⁷ Entendido en el sentido amplio, como un sistema de códigos (orales, escritos, señales, mímica, significados) compartidos por un grupo social.

No obstante las ventajas del grupo de discusión, una cuestión de fondo debe tomarse en cuenta. Se entiende que generalmente los sujetos, en cualquier situación de comunicación, exponen el “deber ser” de las cosas.

En resumen, se aplicarán dos instrumentos metodológicos: un cuestionario cerrado y unos grupos de discusión. El cuestionario con el objetivo de identificar patrones de respuestas ante preguntas cerradas, que puedan ser verificables estadísticamente por una investigación posterior. Los grupos de discusión, para re-interpretar los sentidos sociales que se tejen ante el tema entre personas ubicadas en un mismo espacio físico en tiempo real.

FORMA DE APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS METODOLÓGICAS

Para observar en qué medida el acceso a internet ayuda a que los usuarios reconozcan la pluralidad cultural se propusieron, como se mencionó anteriormente, dos técnicas metodológicas: un cuestionario y cuatro grupos de discusión. Los dos instrumentos fueron aplicados a usuarios de internet que residen en Bogotá¹⁸. Sería interesante en investigaciones posteriores, hacer un análisis en el cual se tomen sujetos de varias culturas para ver en qué grado cada cultura interpreta y asume la pluralidad cultural a la cual tienen acceso a través de internet.

Las variables que se estudiaron fueron la cultura, las culturas ajenas al usuario que accede a internet, el internet como vehículo de reconocimiento de pluralidad, y la pluralidad de: opciones de comunicación e información y de visiones del mundo.

A continuación se plantea una matriz, en la cual se detallan las preguntas que dan cuenta de las variables de estudio, en las dos herramientas metodológicas aplicadas.

Herramienta	CUESTIONARIO	DISCUSIÓN DE GRUPO
Variable		
CULTURA	-	Preguntas 3 y 8.
CULTURAS AJENAS	Preguntas 7, 8, 9, 10, 11 y 12.	Preguntas 8, 9 y 10.
INTERNET	Preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 9 y 10.	Preguntas 1 y 2.
PLURALIDAD	Preguntas 6, 8, 9 y 10.	Preguntas 4, 5, 6 y 7.

CUADRO 1. Matriz de herramientas metodológicas.

Una pregunta muy importante a la hora de elegir en qué sujetos hacer el estudio, fue la relevancia de los estratos socioeconómicos en la aplicación del cuestionario y la distribución de los grupos de discusión. Finalmente, esto no primó por una razón fundamental: el acceso a internet de las personas de los estratos socioeconómicos más bajos es bastante marginal. Si bien es cierto en Colombia, producto del Programa REDP, la mayoría de los niños y jóvenes en edad escolar tienen acceso a internet, se consideró que éste es todavía muy bajo en términos de horas de navegación y reforzamiento fuera de horario de clases. Además, como se constata

¹⁸ En el caso de uno de los grupos de discusión, los sujetos son extranjeros que residen en Bogotá.

en estudios consultados, los planes educativos generalmente limitan la navegación a cuestiones *educativas* y en términos generales la navegación no es libre. Se concentró el trabajo, entonces, en sujetos que accedieran a internet al menos dos veces por semana, de forma libre; es decir, que su acceso no estuviera mediado por planes educativos u otras variables “impuestas” por terceros. En lugar de ello, en los dos instrumentos, los sujetos fueron personas que accedían a internet por sus propias necesidades e interés comunicativo e informativo; sin necesidad de dividirlos en estratos socioeconómicos.

Cuestionario

En el caso del cuestionario se invitaron al menos 207 usuarios de internet, de los cuales efectivamente respondieron y enviaron, 153 personas. El método de captación de sujetos fue precisamente en su mayoría la red; y mediante esta, también, se enviaron los cuestionarios.

Para el cuestionario, durante aproximadamente un mes, se realizó un trabajo continuo de captación de usuarios en línea, a través de las charlas (chats) y los foros.

Se publicaron mensajes en ocho foros temáticos de diferentes portales: mujeres, cultura, política, actualidad, jóvenes, religión, regional y temas libres. Con estas publicaciones, los usuarios que estuvieran interesados enviarían un correo electrónico – a una dirección que para ese efecto se creó- con su intención de participar en la investigación. De las publicaciones en los foros, resultaron interesados 59 usuarios, a los cuales les fue enviado el cuestionario. De ellos, lo devolvieron diligenciado 39 personas.

En el caso de los cuartos de charlas (chats), se usaron dos portales: Yahoo y Starmedia. En Yahoo, se accedió a nueve salas y en Starmedia a seis salas, para un total de quince salas entre los dos portales. En ambos casos, se escribieron mensajes instantáneos en los cuales se invitaba a los usuarios a participar en la investigación. En el caso de estar interesados, se les solicitó a los usuarios una dirección electrónica a la cual enviar el cuestionario. Este proceso fue un poco más lento que en el caso de los foros: el mensaje en el foro queda publicado, mientras que en el chat el mensaje tiene una temporalidad mucho más limitada. Otro de los problemas con los que se contó en esta etapa, fue el recelo de los usuarios de los cuartos de charlas a dar sus direcciones electrónicas a desconocidos; cuestión que no significó un problema en el caso de las personas que respondieron a los foros. No obstante a sus limitaciones, de los cuartos de charlas (chats) resultaron 71 usuarios a los cuales se les envió el cuestionario. De este número, 47 personas lo devolvieron diligenciado y el resto no contestó.

La tercera forma de encontrar usuarios del internet que estuvieran interesados en contestar el cuestionario, fue a través de listas de correo; algunas facilitadas por la Universidad de los Andes y el portal de Yahoo. A través de las listas de correo, es difícil identificar la cantidad de sujetos a los cuales ha llegado el mensaje, puesto que las listas no publican la cantidad de personas que forman parte de ellas. Esta investigación, no obstante, contabiliza 43 personas que diligenciaron y devolvieron el cuestionario como resultado de un mensaje enviado a través de las listas de correo. Los otros 24 usuarios que respondieron el cuestionario fueron las personas que participaron en los grupos de discusión.

El cuestionario se adjunta a este documento en el capítulo **Documentos Anexos**.

Grupos de discusión

Tomando en cuenta que no se dividieron los grupos por estrato socioeconómico, se realizaron cuatro grupos de discusión, en los que primaron otras variables. Los grupos son los siguientes:

Grupo 1:

Individuos extranjeros residentes en Colombia.

Que interactúen con internet al menos dos veces por semana.

Por ser extranjeros residentes en Colombia, estos sujetos podrían tener un concepto particular respecto de las preguntas en este trabajo; pues su intercambio con otras culturas en internet puede ser comparado con un intercambio directo y presencial.

En este grupo la variable que primó fue que todos los sujetos fueran extranjeros con al menos dos años de residir en Bogotá. Se consideró relevante contar con el relato de esta problemática desde el punto de vista de estos usuarios de internet, que de alguna manera podrían tener un discurso diferente a los sujetos de los otros grupos de discusión.

Grupo 2:

Individuos adultos desde 40 hasta 65 años de edad, colombianos, residentes en Bogotá.

Que tengan acceso a internet al menos dos veces por semana.

Siendo que se formaron en una sociedad anterior al informacionalismo, es interesante ver cómo sus discursos se han acoplado a este nuevo paradigma. Y como, el internet, ha afectado sus vidas.

Grupo 3:

Individuos desde 15 hasta 20 años de edad.

Que sean estudiantes de bachillerato u otras.

Se asume que los discursos de los adolescentes podrían ser diferentes a los discursos de los jóvenes mayores o de los estudiantes universitarios. Por ello, aunque es posible que existan personas en este rango de edades que se encuentren en la universidad, en este grupo de discusión no se incluyen estudiantes universitarios.

Grupo 4:

Individuos jóvenes desde 22 hasta 35 años de edad.

Estudiantes universitarios o trabajadores jóvenes.

Finalmente la muestra entre los cuatro grupos quedó en veinticuatro personas. Siendo una muestra pequeña, esta investigación no pretende establecer generalizaciones respecto a los resultados observados. Sus alcances se remiten a ser una exploración inicial del tema, a través de los relatos de las experiencias de los participantes.

En este sentido, se programaron cuatro sesiones, una para cada uno de los grupos antes mencionados. Cada sesión se realizó en días diferentes y tuvo una duración de entre hora y media y dos horas.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Todas las personas que participaron en los grupos de discusión y que respondieron el cuestionario, se encuentran en los estratos cuatro, cinco y seis; entre 15 y 63 años, de ambos sexos, desde estudiantes de bachillerato hasta profesionales. Por lo tanto los resultados de este trabajo, tienen que entenderse dentro de esta restricción. Anteriormente se comentó que los resultados de este estudio no pretenden hacer generalizaciones sobre el comportamiento de los usuarios de internet respecto del contacto que tengan en este medio, con culturas que les son ajenas. Aún así, de considerarse los resultados de este trabajo como información secundaria para estudios posteriores, cabe resaltar que no contiene datos empíricos sobre - ni relata las experiencias de- jóvenes o adultos de estratos socioeconómicos bajos.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Como se mencionó anteriormente, se tabularon 153 encuestas diligenciadas por personas residentes en Bogotá, que utilizan el internet. Fueron enviadas a los sujetos vía internet y regresadas de la misma manera.

Las encuestas fueron tabuladas en SPSS 8.0 versión para Windows, programa que permite extraer los resultados globales y hacer cruces entre las preguntas y las variables socioeconómicas para establecer respuestas según sexo, edad, nivel de escolaridad, etc.

A continuación se presentan las tablas de frecuencias para las once preguntas de la encuesta, con los porcentajes alcanzados por cada una de las opciones dentro de las preguntas. En las preguntas de opción múltiple se podrá observar que el acumulado porcentual no se expresa en la tabla, debido a que este podría exceder el 100 %. Por lo tanto no es útil a la hora de establecer percentiles.

En las preguntas que se consideró necesario, luego de la tabla, se ofrecen algunas aclaraciones o comentarios respecto de los resultados. El análisis de cada pregunta se hará luego de presentar la tabla con los resultados.

Seguidamente de las tablas de frecuencia, se presentan cruces entre variables y preguntas que se consideraron importantes para identificar respuestas por edad, sexo, nivel de escolaridad, etc. Los cruces permiten establecer por variables socioeconómicas, donde se estarían ubicando la mayoría de las respuestas de individuos con características similares.

Es necesario apuntar que este ejercicio exploratorio no es concluyente de ninguna manera, con respecto a las características del universo de usuarios de internet en Bogotá. Se estima que Bogotá cuenta en la actualidad con poco menos de un millón de usuarios de internet; por lo que se entiende que una muestra de 153 usuarios no es representativa de este universo.

PREGUNTAS GENERALES SOBRE EL INDIVIDUO:

En primer lugar se pidió a los sujetos que respondieran unas preguntas generales. Las tablas se detallan a continuación:

Sexo: (pregunta de selección única)

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Masculino	85	56%	56%
Femenino	68	44%	100%

Edad: (pregunta de selección única)

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
12-18	4	2.6%	2.6%
19-25	18	11.8%	14.4%
26-32	64	41.8%	56.2%
33-40	34	22.2%	78.4%
40-50	24	15.7%	94.1%
50-60	6	3.9%	98.0%
+ de 60	3	2.0%	100.0%

Casi el 80 % de las personas que respondieron la encuesta se encuentra entre los 26 y los 50 años de edad. Es posible que la razón para que el gran peso de las respuestas se diera en determinadas opciones, tenga que ver con las edades de la mayoría de las personas que respondieron la encuesta; sobre todo en las preguntas que hacen referencia a usos del internet y culturas ajenas al usuario.

Escolaridad: (pregunta de selección múltiple)

	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	40	26%
Bachiller	36	24%
Profesional	85	56%
Técnico	9	6%
No terminé	0	0%
Otros	3	2%

En esta pregunta no se solicitó que los individuos eligieran una sola opción, pues se consideró que las opciones no son mutuamente excluyentes. Por ejemplo: un estudiante universitario también es bachiller; un profesional puede estar haciendo un postgrado y ser estudiante en el momento, un jubilado (que calificaría dentro de otros) puede ser profesional, etc. El resultado es que la totalización de las frecuencias excede el número de encuestas realizadas.

Tres individuos respondieron a la opción otros, y en los tres casos fueron personas de más de 60 años que se encuentran jubiladas.

Ocupación: (pregunta de selección múltiple)

	Frecuencia	Porcentajes
Estudiante	37	24%
Empleado	83	54%
Independiente	31	20%
Desempleado	6	4%
Ama Casa	6	4%
Otros	3	2%

Estado Civil: (pregunta de selección única)

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Soltero	73	48%	48%
Casado	70	46%	93%
Unión Libre	7	5%	98%
Divorciado	3	2%	100%
Viudo	0	0%	100%
Otra	0	0%	100%

PREGUNTAS TEMÁTICAS:**Pregunta 1:** ¿ Con qué frecuencia utiliza el internet? (*seleccione solo una de las opciones*)

Esta pregunta tiene la intención de conocer las frecuencias con las cuales los usuarios acceden a internet. Sirve mucho para cruzar con otras preguntas que hacen alusión al intercambio cultural en internet, para ver si una alta o baja frecuencia de acceso influye en cambios en los conceptos sobre otras culturas.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Diariamente	67	43%	43%
Dos o tres veces por semana	43	28%	71%
Una vez por semana	18	12%	83%
Dos o tres veces por mes	7	5%	88%
Una vez por mes	9	6%	94%
Ocasionalmente	9	6%	100%

El 83 % de los encuestados utilizan el internet al menos una vez por semana. Se podría considerar que es un contacto más o menos frecuente para haber tenido algún contacto con otras culturas y formas de ver la vida a través de internet.

Pregunta 2: ¿Cuáles de las siguientes son las herramientas que utiliza usted del internet? (*seleccione todas las opciones que apliquen*)

Esta pregunta hace referencia a los usos que los usuarios dan al internet. Como se sabe, internet es una multimedia, que ofrece a los individuos opciones con voz, video, datos, comunicaciones, entre otras muchas; que se pueden encontrar en herramientas como el chat, las páginas web, los foros, los diarios electrónicos, etc. De todas estas, cada usuario tendrá

diferentes preferencias, íntimamente ligadas con sus expectativas y sus intereses. Se consideró que esta pregunta debería ser de opción múltiple, debido a que muy posiblemente los usuarios utilicen más de una de las opciones detalladas.

	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	150	98%
Charlas	77	50%
Moda, farándula y artistas	15	10%
Compras electrónicas	21	14%
Foros	55	36%
Información especializada	138	90%
Otros	9	6%

En las otras técnicas empleadas, entrevistas y discusión de grupos, también el correo electrónico es el uso de internet de más amplia popularidad; seguidos por la búsqueda personalizada de información y las charlas.

En la opción otros, los usuarios respondieron en su mayoría que el internet es una herramienta que les permite crear páginas web ó bajar *software* necesario en sus trabajos.

Pregunta 3: De todas las siguientes opciones ¿Cuáles son las que más le gustan y / o utiliza del internet? (*seleccione todas las opciones que apliquen*)

La pregunta anterior hace referencia a los usos de las opciones comunicativas e informacionales que el internet ofrece a los usuarios. Esta pregunta se refiere no a las herramientas de la multimedia, sino a las preferencias en términos de lo que el usuario puede hacer con estas herramientas multimedia.

	Frecuencia	Porcentaje
Que encuentre información que de otra manera es difícil de conseguir	141	92%
Que puedo comunicarme con otras personas en otras partes del planeta	101	66%
Que puedo escribir por correo electrónico (email) a amigos que están lejos	138	90%
Que puedo conocer otros puntos de vista de otras personas en otras culturas	64	42%
Que puedo discutir cuestiones de mi interés en foros y chats con personas que piensan similar a mí	28	18%
Otros	15	10%

Las dos opciones que los usuarios más utilizan y / o más les gusta de internet son la búsqueda de información y el correo electrónico.

En la opción otros, las respuestas tienen que ver con creación de páginas web, bajar programas, utilizar herramientas en línea para el trabajo; pero la más popular fue la facilidad que ofrece internet para hacer muchas cosas y ahorrar tiempo en la búsqueda de información.

Pregunta 4: De todas las opciones en la pregunta anterior, ¿Cuál es la que más le gusta y / o utiliza? (por favor indique la letra entre a. y f. de la opción que prefiere)

Como la pregunta anterior es de opción múltiple, se consideró importante considerar cuales de las opciones que los usuarios marcaron anteriormente es la que más les gusta y / o utilizan de internet.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Que encuentre información que de otra manera es difícil de conseguir	70	46%	46%
Que puedo comunicarme con otras personas en otras partes del planeta	40	26%	72%
Que puedo escribir por correo electrónico (email) a amigos que están lejos	28	18%	90%
Que puedo conocer otros puntos de vista de otras personas en otras culturas	0	0%	90%
Que puedo discutir cuestiones de mi interés en foros y chats con personas que piensan similar a mí	3	2%	92%
Otros	12	8%	100%

La opción que más agrada del internet a los usuarios encuestados es la búsqueda de información que de otra manera es difícil de conseguir, con un 46 % de respuestas.

Pregunta 5: ¿Qué es lo que menos le gusta del internet? ? (seleccione todas las opciones que apliquen)

Es importante también explorar que es lo que a los usuarios les gusta menos del internet, para no ser apologeticos con esta herramienta. Existen muchas razones por las cuales los sujetos podrían responder esta pregunta. Entre ellas, la falta de destrezas básicas para la navegación, cuestiones de identidad o de ética por la posibilidad de acceso a todo tipo de información que podrían considerar perjudicial.

	Frecuencia	Porcentaje
Es difícil navegar y cuesta trabajo encontrar información de interés	37	24%
Que en los chats y foros no tengo muchas cosas en común con las otras personas	21	14%
Que hay fácil acceso a páginas que explotan y / o inducen a cuestiones que para usted son negativas	80	52%
Que en internet no he encontrado nada nuevo o que no supiera desde antes	0	0%
Otras	46	30%

Se puede ver que el 52% de los encuestados afirman que una de las desventajas de internet es el acceso a información que consideran perjudicial. Esta respuesta se volvió a presentar en los grupos de discusión de adultos, más no en los de jóvenes.

Es interesante ver que los sujetos no consideraron que el internet no les haya dado algo nuevo. Un porcentaje de cero en la opción D hace pensar que los usuarios encuestados consideran que el internet si les ha aportado información que anterior a su acceso a este medio no tenían.

En la opción otros, las respuestas iban encaminadas al exceso de información inservible que llega a los correos o el poco control que tienen, como usuarios, de la información que transmiten por correo electrónico y otras vías en internet.

Pregunta 6: Cuando usted accede a internet ¿encuentra puntos de vista diferentes a los suyos en la información a la que accede y / o en las personas con las cuales interactúa? (*Seleccione solo una de las opciones*)

Esta pregunta introduce el tema de intercambio cultural en internet. La intención es que el sujeto realice una observación hacia sí mismo que permita ver, en un primer nivel, si ha notado la existencia de la pluralidad de discursos que se pueden encontrar en la red.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Si	104	68%	68%
No	12	8%	76%
No sé	37	24%	100%

En este primer nivel, un 24 % de los sujetos reconocen no haber notado esa pluralidad.

Pregunta 7: ¿El internet le ha permitido acceder a formas de ver la vida o culturas anteriormente no conocidas por usted? (*Seleccione solo una de las opciones*)

Aquí se pretende que los sujetos evalúen, también en un primer nivel, si el acceso a internet ha propiciado la información sobre otras culturas – o aspectos de aquellas- que anteriormente eran desconocidas para ellos.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Si	101	66%	66%
No	28	18%	84%
No sé	24	16%	100%

Respecto de la pregunta anterior, el porcentaje de personas que respondieron NO SÉ, baja; pero el porcentaje de personas que afirman NO, sube. Nótese que no es lo mismo preguntar al sujeto si ha notado, debido a su acceso a internet, que existen diferentes formas de ver la vida; que preguntar si el internet ha propiciado que se conozcan nuevas formas de ver la vida.

Los sujetos que tienen acceso a internet – que de alguna manera, forman parte de una élite regional- pueden haber tenido muchas vías para tener contacto con otras culturas, previo al internet. Pero también puede decirse que los medios de comunicación masivos – radio, prensa y televisión- sino en la misma forma, también han propiciado que los sujetos tengan mayor información sobre otras culturas. Por lo tanto, podrían ser estas algunas de las razones por las cuales el porcentaje de respuestas negativas aumenta en comparación con la respuesta anterior. No obstante a ello, las respuestas positivas siguen siendo mayoría en la pregunta.

Pregunta 8: En su experiencia a través de internet ¿Cómo lo ha afectado conocer sobre otras formas de ver la vida u otras culturas? (*Seleccione solo una de las opciones*)

Esta pregunta pretende entender en qué grado los sujetos han reconocido la existencia de la pluralidad cultural, por su acceso a internet. Existirían varios niveles para resolver el reconocimiento de la pluralidad:

Nivel 1: representado por las opciones F y G. El sujeto no ha podido llegar a conclusiones respecto de la pluralidad en internet o siente que internet no propicia este reconocimiento.

Nivel 2: representado por la opción B. El sujeto reconoce que tiene mayor información sobre otras culturas, pero no ha podido llegar a conclusiones respecto de ellas o de la pluralidad.

Nivel 3: Representado por la opción D. El sujeto reconoce la existencia de la pluralidad.

Nivel 4: Representado por la opción A. El sujeto reconoce la pluralidad y asigna un juicio de valor a ella.

Nivel 5: Representado por las opciones C y E, en ambos extremos. El sujeto reconoce la pluralidad y legitima, bien otras culturas o solamente la propia.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
a) Me ha hecho pensar que todas las culturas tienen sus cosas buenas	15	10%	10%
b) Tengo más información sobre otras culturas y formas de ver la vida, pero no me he formado una opinión al respecto	24	16%	26%
c) He afianzado más mi identidad cultural, al ver que los otros puntos de vista no llaman mi atención	9	6%	32%
d) Me he dado cuenta de la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo	43	29%	61%
e) He cambiado algunos de los puntos de vista que tenía anteriormente por el contacto con otras culturas	24	16%	77%
f) No he llegado a conclusiones respecto de otras culturas por mi contacto con ellas a través de internet	31	21%	98%
g) No he conocido nada nuevo de otras culturas por mi contacto con ellas a través de internet.	3	2%	100%

El 29 % de las respuestas se encuentra en el nivel 3, anteriormente expuesto. Estos sujetos afirman que el internet propicia que se reconozca la diversidad más eso no necesariamente lleva a la legitimación y / o el entendimiento de otras culturas. Entre todas las opciones que reconocen, en algún grado, la pluralidad por su acceso a internet, se cuenta un 71 %.

Pregunta 9: Cuando usted entra a un chat o un foro ¿Cómo se enfrenta ante personas (o culturas) que ven las cosas de una manera diferente a la suya? (*Seleccione solo una de las opciones*)

La intención es reforzar la pregunta anterior, para cruzarlas posteriormente y ver en qué grado existen convergencias en las respuestas de los sujetos en estas dos preguntas.

No obstante, existen diferencias entre esta pregunta y la pregunta anterior. La primera diferencia es que esta pregunta hace referencia a dos herramientas específicas del internet – el chat y el foro- mientras que la anterior se refería al uso de internet como un todo. La segunda diferencia es que la pregunta 8 tiene la intención de ver qué tanto el sujeto ha identificado la pluralidad cultural producto de su acceso a internet. En la pregunta 9 la pluralidad es una

afirmación, por lo tanto el sujeto no puede rechazarla. Simplemente debe aceptar que existe y desde allí tomar una posición y reaccionar ante ella.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
a) Sé que hay diferentes formas de pensar y me parece bien que sea así, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones	61	53%	53%
b) He conocido muchas cosas valiosas de otras culturas en internet	3	3%	56%
c) Las culturas diferentes a la mía son raras, no comprendo la forma de pensar de esas personas	0	0%	56%
d) Toda interacción con personas de otras culturas es un aprendizaje para mí, aprendo mucho	21	18%	74%
e) Hay mucho loco en internet, hay que tener cuidado dejarse influenciar	18	16%	90%
f) Nunca he entrado a un chat o foro	12	10%	100%

Tomando en cuenta los cinco niveles que se postularon en la pregunta anterior, el 53% de las respuestas de esta pregunta, estarían también en el nivel 3; donde para los sujetos el reconocimiento de la pluralidad no necesariamente lleva a la legitimación de sistemas de valores y creencias diferentes al propio.

Pregunta 10: Tomando la siguiente escala (de acuerdo: DA, neutro: N , en desacuerdo: ED) por favor marque con una X cual es su experiencia respecto de internet.

La pregunta 10 de la encuesta consta de tres afirmaciones diferentes respecto de la información que los usuarios pueden acceder en internet. Cada una de ellas, hace referencia a tres categorías en la información: la diversidad, la completitud y la confiabilidad de la misma. Ante estas tres afirmaciones, los individuos deben posicionarse en una escala desde “DE ACUERDO”, hasta “EN DESACUERDO” pasando por un nivel intermedio “NEUTRAL” cuando el individuo no logra ponerse de acuerdo en su posición.

La intención de esta pregunta es analizar que tanto los sujetos consideran que tienen muchas versiones sobre un mismo tema, que estas puedan ofrecer completitud y exactitud para poder posicionarse al respecto. En esta pregunta a los usuarios se les explicó que cuando se habla de información sobre otras culturas, se está haciendo referencia a todas las formas que tienen los usuarios de acceder a conocimientos sobre otras culturas en internet. Es decir, dentro del internet, los sujetos tienen la posibilidad de informarse a través de páginas informativas, diarios electrónicos, charlas con otras personas, etc. La pregunta 10 debe ser vista no solamente desde la posibilidad en internet de buscar información en páginas web sobre otras culturas, sino desde una visión más amplia de información. Información aquí son todos los datos que se pueden obtener de diversas fuentes y de diversas maneras comunicativas e informacionales que el internet ofrece al usuario.

Por lo tanto, cuando se hace referencia a la información sobre otras culturas, debe considerarse todas las maneras y modalidades mediante las cuales se puede acceder a ella a través de internet.

La información sobre otras culturas que se encuentra en internet es <u>diversa</u>			
	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
De Acuerdo	104	68 %	68 %
Neutral	40	26 %	94 %
En Desacuerdo	9	6.0 %	100 %
La información sobre otras culturas que se encuentra en internet es <u>completa</u>			
	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
De Acuerdo	77	50 %	50 %
Neutral	55	36 %	86 %
En Desacuerdo	21	14 %	100 %
La información sobre otras culturas que se encuentra en internet es <u>confiable</u>			
	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
De Acuerdo	33	22 %	22 %
Neutral	80	52 %	74 %
En Desacuerdo	40	26 %	100 %

Los sujetos consideran, en su mayoría, que la información que se encuentra en internet sobre otras culturas es diversa. Es un porcentaje mayor que las otras dos opciones, neutral y en desacuerdo. Ya en las otras dos afirmaciones, sobre completitud de la información y confiabilidad de la misma, los resultados son diferentes y llaman la atención. En términos generales, sumando a quienes respondieron neutral y en desacuerdo, los sujetos en su mayoría consideran que la información podría no ser completa ni confiable.

Esta pregunta se volvió a hacer en los grupos de discusión y el porqué de este resultado se puede entender en los discursos de los sujetos participantes.

Pregunta 11: ¿Cuan profundo se pueden conocer culturas diferentes a la suya, por su contacto con ellas a través de internet? (*seleccione solo una de las opciones*)

La pregunta quiere hacer que los sujetos evalúen qué tanto internet, como tecnología de comunicación e información, permite que los sujetos conozcan sistemas culturales diferentes al propio.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Muy profundamente	0	0%	0%
De manera bastante profunda	9	6%	6%
Se pueden llegar a conocer algunos aspectos, más no la totalidad de las otras culturas	119	78%	84%
De manera bastante superficial	21	14%	97%
Muy superficialmente	4	3%	100%

Consistente con los resultados anteriores, el 78% de los sujetos que respondieron esta encuesta cree que no puede llegar a conocerse profundamente otras culturas, sino solamente algunos aspectos producto de la interacción con ellas a través de internet. Siendo que esta tecnología, según los sujetos, no permite un acercamiento profundo a otras culturas, es consistente que estos hayan declarado en las preguntas anteriores que el acceso a otras culturas por la vía del internet, solamente permite el reconocimiento de la pluralidad cultural, más no – en la mayoría de los casos- la legitimación de esta.

Pregunta 12: ¿Cuáles son los temas que más le cuesta enfrentar cuando interactúa con personas que piensan diferente a usted, en un chat o foro de internet? (*seleccione todas las opciones que apliquen*)

Se hizo la salvedad de que si el sujeto marcaba la opción (i) significa que para él no hay temas que sean difíciles de enfrentar; por lo tanto esa respuesta anulará las otras que marque en esta pregunta. Por lo tanto, la única opción que es excluyente en la pregunta, es la opción i.

La intención de esta pregunta era conocer cuales serían los aspectos de la cultura del sujeto que considera “intocables” y que eventualmente podrían diferenciar su identidad y su sistema cultural de los que él consideraría diferentes al propio.

Entre las opciones que se preguntaron, existen algunas que podrían ser comunes a sistemas culturales amplios, como una sociedad o región; entre los que estaría probablemente la religión. Hay otros que atañen a grupos más reducidos de individuos, como el deporte. De igual manera, podrían significar cuestiones claves a la hora de que el sujeto se posicione ante otros sistemas de valores.

	Frecuencia	Porcentaje
Religión y creencias	31	20%
Política e ideología	40	26%
Orientaciones sexuales	9	6%
Diferentes formas de concebir el arte	18	12%
Diferentes estilos de vida	34	22%
Las relaciones de género	28	18%
Preferencias deportivas	12	8%
Otras	3	2%
No encuentro nada difícil de lidiar	55	36%

Resulta interesante que el 36% de los individuos señalara que no existen temas difíciles para la comunicación con otras personas.

CRUCES ENTRE PREGUNTAS

No todas las preguntas han sido cruzadas con otras. Solamente se han considerado cruces que podrían ser significativos para este estudio. En los casos que sea necesario, se explica el análisis y se hacen comentarios.

Es importante aclarar que en los casos en que se cruzan preguntas de opción múltiple, los resultados podrían no ser iguales al total de las encuestas respondidas, debido a que los sujetos pueden marcar más de una de las opciones que se ofrecen.

Cantidad de personas por sexo en los diferentes rangos de edades.

Sexo	Edades							Total
	12-18 años	19-25 años	26-32 años	33-40 años	41-50 años	51-60 años	+60 años	
masculino	3	9	36	21	9	3	3	85
femenino	1	9	27	13	15	3	0	68
Total	4	18	64	34	24	6	3	153

La mayor cantidad de personas se encuentran en el rango de 26 a 32 años, tanto en el género masculino como en el femenino. Se mantiene en todos los rangos de edades una relación más o menos equitativa entre hombres y mujeres.

Pregunta 2 por edades:

La pregunta dos, hace referencia a los usos que los individuos dan al internet. Se consideró necesario cruzar estas dos preguntas, para ver si existe alguna relación entre la edad del sujeto y las opciones que escoge del internet. En la pregunta dos las respuestas no son excluyentes, por lo que el resultado por edades, puede dar mayor a la cantidad total de personas en cada rango que respondieron la encuesta.

Pregunta 2							
edades	Correo	Chat	Páginas de moda	Compras electrónicas	Foros	Búsqueda info.	Otras
12-18	3	4	3	0	1	0	0
19-25	6	3	3	0	1	5	0
26-32	21	13	4	4	8	21	1
33-40	10	4	1	4	6	9	2
41-50	8	3	0	1	7	7	0
51-60	2	0	0	0	3	2	0
60+	1	1	0	0	0	1	0

En términos generales, se puede decir que el uso de correo electrónico y chat es más o menos generalizado en todos los rangos de edades. Podría suponerse que el acceso a páginas sobre farándula y modas es mayoritariamente de uso de los jóvenes y adultos jóvenes. Las compras electrónicas se ubican en los rangos de edades medias, mientras que el caso de los foros y la búsqueda de información del interés del usuario, parecieran no tener una relación directa con la edad del usuario.

Cruce de preguntas 2 y 4:

Estas dos preguntas cruzadas señalan las herramientas del internet que prefieren los usuarios frente a las preferencias que tienen estos en las opciones comunicacionales e informativas que les ofrece este medio. La pregunta 4 tiene las mismas opciones de la pregunta 3. La diferencia es que en la pregunta 3 los usuarios pueden responder todas las opciones del internet que utilizan, mientras que en la pregunta 4 deben elegir, entre las que eligieron anteriormente, la de su mayor preferencia y/ o uso.

Por cuestiones prácticas, se hará referencia a las opciones de la pregunta 4, según la variable que las identificó en la tabulación. La pregunta 2 es de opción múltiple, por lo que las respuestas de este cruce podrían no tener un resultado del 100 %.

Pregunta 4						
	A	B	C	D	E	F
Pregunta 2						
Correo electrónico	45 %	24 %	18 %	0	2 %	7 %
Charlas	18 %	20 %	5 %	0	2 %	3 %
Páginas sobre moda	2 %	5 %	2 %	0	0	0

Compras electrónicas	9 %	2 %	0	0	0	2 %
Foros	13 %	5 %	9 %	0	0	2 %
Búsqueda de información	39 %	24 %	15 %	0	2 %	7 %
Otros	3 %	0	2 %	0	0	0

El correo electrónico es la opción de la pregunta 2 que, cruzada con las herramientas que mas utilizan los usuarios, en la pregunta 4 obtiene mayor cantidad de respuestas: A- Que encuentre información que de otra manera es difícil de conseguir; B- Que puedo comunicarme con otras personas en otras partes del planeta; C- Que puedo escribir por correo electrónico (email) a amigos que están lejos.

En segundo lugar, la búsqueda de información cruzada con las preferencias de los usuarios, también en las opciones A, B y C de la pregunta 4.

En tercer lugar, el cruce da luces sobre el uso de los foros para búsqueda de información y comunicaciones.

Pregunta 3 por sexo y rango de edades:

Pregunta 3: . ¿Cuáles son las opciones que más le gustan del internet?

Se convino hacer un cruce de esta pregunta, por rango de edades y sexo del usuario. La pregunta es de opción múltiple también. Se recuerdan las opciones:

A: Que encuentre información que de otra manera es difícil de conseguir

B: Que puedo comunicarme con otras personas en otras partes del planeta

C: Que puedo escribir por correo electrónico (email) a amigos que están lejos

D: Que puedo conocer otros puntos de vista de otras personas en otras culturas

E: Que puedo discutir en foros y chats con personas que piensan similar a mí

F: Otras __ Cuáles:

Pregunta 3: sexo masculino						
Edades	A	B	C	D	E	F
12-18	1	1	1	0	0	0
19-25	3	3	3	1	0	0
26-32	12	8	12	5	4	2
33-40	8	5	4	1	0	1
41-50	1	0	3	0	0	0
51-60	1	1	1	1	0	3
60+	1	0	3	0	0	0
Pregunta 3: sexo femenino						
Edades	A	B	C	D	E	F
12-18	1	0	0	0	0	0
19-25	3	1	3	1	0	0
26-32	8	7	8	7	2	0
33-40	4	3	4	2	1	0

41-50	5	3	4	1	0	1
51-60	0	0	1	0	0	0
60+	1	0	0	0	0	0

No es concluyente, con esta encuesta, si las edades y el sexo influyen para que los usuarios elijan cierta opción comunicativa o informacional en internet, pues las respuestas tienen una distribución que pareciera independiente de la edad o el sexo.

Cruce entre la pregunta 3 y la pregunta 6:

Pregunta 3: *De todas las siguientes opciones ¿Cuáles son las que más le gustan del internet? (seleccione todas las opciones que apliquen);*

Pregunta 6: *Cuando usted accede a internet ¿encuentra puntos de vista diferentes a los suyos en la información a la que accede y / o en las personas con las cuales interactúa? (Seleccione solo una de las opciones)*

Con este cruce se quiere establecer si existe una relación entre las opciones comunicativas e informacionales que los usuarios prefieren, con el reconocimiento de la existencia de múltiples formas de entender la vida.

	Pregunta 6		
	SI	NO	NO SÉ
Pregunta 3			
Que encuentro información	62 %	7 %	22 %
Que puedo comunicarme	43 %	5 %	15 %
Puedo escribir por correo electrónico	58 %	7 %	24 %
Conocer otros puntos de vista	32 %	1 %	7 %
Discutir cuestiones de mi interés en foros y chats	15 %	0 %	1 %
Otras	7 %	0 %	1 %

En la búsqueda de información, en primer lugar, y el correo electrónico, en segundo, la mayoría de los sujetos reconocen que se puede evidenciar la pluralidad. En las opciones comunicativas como el chat y los foros, los sujetos reconocen menores posibilidades de mirar la pluralidad cultural, cuestión que llama mucho la atención.

Cruce preguntas 3 y 7

Pregunta 3: *De todas las siguientes opciones ¿Cuáles son las que más le gustan del internet? (seleccione todas las opciones que apliquen);*

Pregunta 7: *¿El internet le ha permitido acceder a formas de ver la vida o culturas anteriormente no conocidas por usted? (Seleccione solo una de las opciones)*

Este cruce permite ver si las opciones comunicativas e informacionales a las cuales accede el sujeto en internet son un mecanismo que ha permitido el acceso o reconocimiento de culturas diferentes a la propia, anteriormente no conocidas por el sujeto.

	Pregunta 7		
	SI	NO	NO SÉ
Pregunta 3			
Que encuentro información	60 %	15 %	15 %

Que puedo comunicarme	47 %	9 %	7 %
Puedo escribir por correo electrónico	58 %	18 %	13 %
Conocer otros puntos de vista	37 %	1 %	1 %
Discutir cuestiones de mi interés en foros y chats	15 %	1 %	0
Otras	3 %	1 %	3 %

Nuevamente los sujetos consideran que la búsqueda de información en un primer lugar y el correo electrónico en segundo, son las herramientas de internet que de mejor manera propician el reconocimiento de la pluralidad cultural en internet.

Cruce pregunta 3 con pregunta 8:

Pregunta 3: *De todas las siguientes opciones ¿Cuáles son las que más le gustan del internet? (seleccione todas las opciones que apliquen);*

Pregunta 8: *En su experiencia a través de internet ¿Cómo lo ha afectado conocer sobre otras formas de ver la vida u otras culturas? (Seleccione solo una de las opciones)*

Las opciones de la pregunta 8, son:

A: Me ha hecho pensar que todas las culturas tienen sus cosas buenas

B: Tengo más información sobre otras culturas, pero no me he formado una opinión.

C: He afianzado más mi identidad cultural, porque los otros no llaman mi atención

D: Me he dado cuenta de la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo

E: He cambiado algunos de los puntos de vista por el contacto con otras culturas

F: No he llegado a conclusiones sobre de otras culturas por mi contacto a través de internet

G: Otras ¿Cuáles?

Este cruce quiere explorar si de alguna manera las herramientas que los usuarios utilizan en internet influyen en el grado en que los sujetos reconocen la pluralidad cultural. La pregunta 3 es de opción múltiple, por lo que los resultados en cada opción podrían no ser iguales al total de las encuestas.

	Pregunta 8						
	A	B	C	D	E	F	G
Pregunta 3							
Que encuentre información	7 %	15 %	5 %	24 %	13 %	15 %	7 %
Que puedo comunicarme	7 %	11 %	5 %	24 %	9 %	13 %	0
Puedo escribir por correo electrónico	7 %	15 %	5 %	28 %	13 %	15 %	2 %
Conocer otros puntos de vista	5 %	9 %	5 %	18 %	7 %	5 %	0
Discutir cuestiones de mi interés en foros y chats	3 %	2 %	2 %	7 %	3 %	2 %	0
Otras	0	0	0	2 %	2 %	0	0

La opción D de la pregunta 8 es la que tiene mayor cantidad de porcentaje de respuestas, lo cual significa que los individuos consideran que, tanto a nivel de información como de comunicaciones, el internet les ofrece la información sobre otras culturas, en el nivel tres. Es decir, que les permite darse cuenta de la diversidad de opiniones y formas de ver la vida. Esto nuevamente, no implica una legitimación de las otras culturas.

Cruce Pregunta 3 y Pregunta 9:

Pregunta 3: *De todas las siguientes opciones ¿Cuáles son las que más le gustan del internet? (seleccione todas las opciones que apliquen);*

Pregunta 9: *Cuando usted entra a un chat o un foro ¿Cómo se enfrenta ante personas (o culturas) que ven las cosas de una manera diferente a la suya? (Seleccione solo una de las opciones)*

	Pregunta 9					
	A	B	C	D	E	F
Pregunta 3						
Que encuentro información	37 %	0	0	11 %	7 %	5 %
Que puedo comunicarme	28 %	2 %	0	11 %	9 %	3 %
Puedo escribir por correo electrónico	37 %	2 %	0	9 %	11 %	5 %
Conocer otros puntos de vista	32 %	0	0	3 %	7 %	2 %
Discutir cuestiones de mi interés en foros y chats	11 %	0	0	0	2 %	3 %
Otras	2 %	0	0	2 %	0	0

Los resultados indican que la opción de la pregunta 9 que cruza con mayor porcentaje a todas las opciones de la pregunta 3, es la opción A: Sé que hay diferentes formas de pensar y me parece bien que sea así, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones

Cruce Preguntas 3, 8 y 9:

Pregunta 3: *De todas las siguientes opciones ¿Cuáles son las que más le gustan del internet? (seleccione todas las opciones que apliquen);*

Pregunta 8: *En su experiencia a través de internet ¿Cómo lo ha afectado conocer esas cosas que antes no conocía, sobre otras formas de ver la vida u otras culturas? (Seleccione solo una de las opciones);*

Pregunta 9: *Cuando usted entra a un chat o un foro ¿Cómo se enfrenta ante personas (o culturas) que ven las cosas de una manera diferente a la suya? (Seleccione solo una de las opciones)*

Estas tres preguntas cruzadas, dan un total de 252 iteraciones distintas, que surgen de multiplicar seis opciones de la pregunta 3 por siete opciones de la pregunta 8 por seis opciones de la pregunta 9. Por esa razón práctica, la tabla no se presentará en el cuerpo de este documento. De las 252 iteraciones, resultaron con respuesta mayor a cero (lo que significa que en el cruce al menos hubo una respuesta para esa iteración) 91 distintas combinaciones entre las opciones de las tres preguntas. Tampoco es práctico presentar en el cuerpo del documento las 91 opciones que resultaron con respuesta mayor que cero, por lo que se ha convenido presentar las cinco con mayor número de respuestas, donde se concentra el 56 % del total de respuestas.

% de respuestas	Opción Preg.3	Opción Preg.8	Opción Preg.9
16 %	A: búsqueda de información	D: Me he dado cuenta de la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo	A: Sé que hay diferentes formas de pensar, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones
	B: Que puedo	D: Me he dado cuenta de	A: Sé que hay diferentes

14 %	comunicarme con otras personas en otras partes del planeta	la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo	formas de pensar, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones
11 %	A: búsqueda de información	B: Tengo más información sobre otras culturas y formas de ver la vida, pero no me he formado una opinión al respecto	A: Sé que hay diferentes formas de pensar, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones
9 %	B: Que puedo comunicarme con otras personas en otras partes del planeta	B: Tengo más información sobre otras culturas y formas de ver la vida, pero no me he formado una opinión al respecto	A: Sé que hay diferentes formas de pensar, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones
6 %	E: Foros sobre aspectos de su interés	D: Me he dado cuenta de la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo	A: Sé que hay diferentes formas de pensar, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones

En las cinco respuestas de mayor puntaje en este cruce, nótese que es recurrente la opción A de la pregunta nueve. En igual medida, las opciones B y D de la pregunta ocho son las que aparecen. Se puede ver también que los conceptos que los sujetos emiten en las opciones tanto de la pregunta ocho como de la nueve, parten de experiencias individuales desde información (opción A pregunta 3) como las comunicaciones con otras personas (opciones D y E de la pregunta 3) con internet como vehículo para ello.

Por el cruce de estas tres preguntas, se podría entender que el reconocimiento de la diversidad a la que tienen acceso los usuarios a través del internet, se puede dar tanto en la búsqueda de información como en la comunicación con otros usuarios. Pero también se puede ver que esta comunicación e información, por lo general, no lleva a los usuarios al entendimiento legitimador de otras formas de ver la vida.

Cruce pregunta 4 y pregunta 10

La pregunta 4, como se ha mencionado anteriormente, es la misma pregunta 3, solo que en esta los individuos tienen que decir cual de todas las opciones que marcaron en la anterior es la que más usan y / o la que más les gusta de internet.

Se ha cruzado con la pregunta 10, que pregunta si la información que los usuarios encuentran en internet es diversa, completa y confiable, para ver si las herramientas que utilizan los usuarios influyen en los conceptos que tienen estos sobre la información a la que acceden.

En la pregunta 10, cuando se habla de información sobre otras culturas, se está haciendo referencia a datos que pueden ser obtenidos desde páginas informativas hasta por el contacto directo con personas de otras culturas.

Pregunta 10									
Pregunta 4	Información diversa			Información completa			Información confiable		
	DA	N	ED	DA	N	ED	DA	N	ED
Que encuentro información	30 %	13 %	2 %	24 %	15 %	5 %	9 %	26 %	9 %
Que puedo comunicarme	20 %	3 %	2 %	15 %	7 %	2 %	3 %	13 %	7 %
Puedo escribir por correo electrónico	9 %	5 %	2 %	3 %	9 %	3 %	3 %	7 %	5 %
Conocer otros puntos de vista	0	5 %	0	0	1 %	7 %	1 %	0	8 %
Discutir cuestiones de mi interés en foros y chats	2 %	0	0	0	0	2 %			2 %
Otras	5 %	2 %	0	5 %	2 %	0	2 %	3 %	2 %

La opción A de la pregunta 4 hace referencia a la búsqueda de información en páginas web. El usuario tiene la intencionalidad de encontrar cierta información. Cuando se les pregunta a estos usuarios si la información es diversa, el 30 % de ellos afirma que sí. El 24 % piensa que la información sobre otras culturas que se encuentra en las páginas web es completa, mientras que solo el 9 % piensa que es confiable. Con respecto a los usuarios que buscan deliberadamente información en páginas web sobre otras culturas, este tema se relata en los discursos de los sujetos que participaron en los grupos de discusión.

El tema de la comunicación en general o por correo electrónico, alcanza entre las dos opciones (b y c) un 29 % de respuestas positivas ante la diversidad. Los usuarios que utilizan el internet como medio comunicativo consideran en este porcentaje que la información es diversa en relación a la diversidad de sistemas de valores con los cuales se puede interactuar. Este porcentaje baja hasta un 18 % de personas que consideran que la información que tienen acceso en las herramientas comunicativas de internet, es completa y solamente el 6 % de ellos la asumen como confiable.

En el caso de las posibilidades de interactuar con otras culturas, conocer otros puntos de vista y entrar a foros o chatear, el 7 % considera que la información es diversa, el 5 % que es completa y el 2 % que es confiable. Todos estos resultados se explicarían con los grupos de discusión.

Pregunta 5 por sexo y por rango de edades:

La pregunta 5 hace referencia a los aspectos del internet que menos le gustan a los usuarios consultados.

A: Es difícil navegar y cuesta trabajo encontrar información de interés

B: Que en los chats y foros no tengo muchas cosas en común con las otras personas

C: Que hay fácil acceso a páginas que explotan y / o inducen a cuestiones que para usted son negativas

D: Que en internet no he encontrado nada nuevo o que no supiera desde antes

E: Otras

Pregunta 5: sexo masculino					
edades	A	B	C	D	E
12-18	3	0	0	0	0
19-25	0	3	0	0	6
26-32	6	5	28	0	15
33-40	0	3	12	0	6
41-50	3	0	9	0	0
51-60	0	0	4	0	3
60+	0	0	0	0	3

Pregunta 5: sexo femenino					
Edades	A	B	C	D	E
12-18	0	0	0	1	0
19-25	6	0	6	0	3
26-32	6	6	12	0	0
33-40	3	3	6	0	3
41-50	6	0	3	0	6
51-60	3	0	3	0	0
60+	0	0	0	0	0

En términos generales los jóvenes hasta 25 años, no consideran que existan muchas desventajas en internet. En el caso de los adultos, tanto hombres como mujeres, el acceso a informaciones y páginas nocivas es una de las cuestiones que no les gusta de internet.

Cruce entre preguntas 8 y 9

Pregunta 8: *En su experiencia a través de internet ¿Cómo lo ha afectado conocer sobre otras formas de ver la vida u otras culturas? (Seleccione solo una de las opciones)*

Pregunta 9: *Cuando usted entra a un chat o un foro ¿Cómo se enfrenta ante personas (o culturas) que ven las cosas de una manera diferente a la suya? (Seleccione solo una de las opciones)*

Pregunta 9						
Pregunta 8	A	B	C	D	E	F
A	6	0	0	9	0	3
B	18	0	0	0	6	0
C	9	0	0	3	3	0
D	24	3	0	12	12	6
E	0	3	0	9	3	0
F	12	0	0	0	3	3
G	0	0	0	0	0	3

Pregunta 8, opción D: *Me he dado cuenta de la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo. Y Pregunta 9, opción A:* *Sé que hay diferentes formas de pensar y me parece bien que sea así, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones.*

Este es el cruce con mayor cantidad de coincidencias en los sujetos encuestados, lo que podría significar que aproximadamente el 16 % de los sujetos reconocen la diversidad cultural en

internet, pero eso no ha representado un cambio en la forma que conciben el mundo o en la manera de ver a los otros.

Pregunta 8, opción B: *Tengo más información sobre otras culturas y formas de ver la vida, pero no me he formado una opinión al respecto.* Y **Pregunta 9, opción A:** *Sé que hay diferentes formas de pensar y me parece bien que sea así, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones.*

El segundo cruce con más coincidencias. Representa aproximadamente el 11 % de las respuestas. En este sentido, los sujetos resumen el intercambio cultural en internet al hecho de tener mayor información sobre otras culturas.

Siguen con igual número de coincidencias, 12 en total, representando un 7 %, los siguientes cruces:

Pregunta 8, Opción F: *No he llegado a conclusiones respecto de otras culturas por mi contacto con ellas a través de internet* y **Pregunta 9 Opción A:** *Sé que hay diferentes formas de pensar y me parece bien que sea así, aunque no necesariamente eso haga que yo cambie mis opiniones.*

En esta opción los sujetos reconocen la diversidad, pero el medio mediante el cual han llegado a reconocerla no necesariamente es el internet.

Pregunta 8, Opción D: *Me he dado cuenta de la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo* y **Pregunta 9, Opción D:** *Toda interacción con personas de otras culturas es un aprendizaje para mí, aprendo mucho.*

Los sujetos que respondieron estas dos opciones, reconocen que internet es una herramienta que les ha permitido interactuar con personas de otras culturas y mediante el cual aprenden cosas nuevas sobre otras culturas. No obstante, eso no necesariamente implica que estas personas estén dando pasos hacia la legitimación de otros sistemas de valores.

Hay otras tres opciones con nueve respuestas, que dejan ver las inconsistencias de los sujetos

Pregunta 8, Opción D *Me he dado cuenta de la gran diversidad de puntos de vista que hay en el mundo* y **Pregunta 9, Opción E:** *Hay mucho loco en internet, hay que tener cuidado dejarse influenciar*

Los individuos que respondieron estas dos opciones, reconocen la diversidad en internet, pero también alertan sobre las posibilidades de extraviarse o influenciarse por los puntos de vista diferentes a los propios.

Otras nueve respuestas estuvieron en la **Pregunta 8, Opción A** *Me ha hecho pensar que todas las culturas tienen sus cosas buenas* Y **Pregunta 9, Opción D:** *Toda interacción con personas de otras culturas es un aprendizaje para mí, aprendo mucho.* En esta respuesta, los sujetos no solamente afirman saber más de otras culturas y haber aprendido de ellas, sino que lo juzgan como algo bueno y de alguna manera podrían estarse acercando a la legitimación de otros puntos de vista.

Cruce de la pregunta 10 con las edades y el sexo:

		Pregunta 10								
		Afirmación <u>diversidad de la información</u>			Afirmación <u>completitud de la información</u>			Afirmación <u>confiabilidad de la información</u>		
Sexo	Edades	DA	N	ED	DA	N	ED	DA	N	ED
Femenino	12-18	0	100 %	0	0	100 %	0	0	100 %	0
	19-25	64 %	36 %	0	0	64 %	36 %	0	64 %	36 %
	26-32	55 %	45 %	0	66 %	34 %	0	11 %	77 %	12 %
	33-40	75 %	0	25 %	50 %	25 %	25 %	0	50 %	50 %
	41-50	80 %	20 %	0	40 %	60 %	0	20 %	80 %	0
	51-60	0	100 %	0	0	100 %	0	0	100 %	0
	60+	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Masculino	12-18	0	60 %	40 %	0	0	100 %	0	30 %	70 %
	19-25	66 %	34 %	0	66 %	34 %	0	34 %	33 %	33 %
	26-32	68 %	22 %	10 %	68 %	14 %	18 %	34 %	48 %	18 %
	33-40	85 %	25 %	0	43 %	43 %	14 %	43 %	14 %	43 %
	41-50	66 %	34 %	0	34 %	66 %	0	0	66 %	34 %
	51-60	100 %	0	0	100 %	0	0	25 %	25 %	50 %
	60+	100 %	0	0	0	0	100 %	0	0	100 %

Nuevamente la opción mayormente tomada en diversidad fue *De Acuerdo*, con la excepción de los jóvenes de 12 a 18 años, ambos sexos y las mujeres de 51 a 60 años.

En la afirmación sobre completitud de la información, las mujeres entre 26 y 40 años siguen respondiendo *De Acuerdo*, mientras que las menores de 25 y mayores de 40 se ubican sobre todo el *Neutral*. En esta misma afirmación, los hombres tienen una distribución similar: solo tres grupos seleccionaron en su mayoría *De Acuerdo*, como su opción. El porcentaje de *Neutral* para los dos sexos creció de la primera afirmación a la segunda en la mayoría de las edades. Los hombres menores de 19 años pasaron de una mayoría *Neutral* en la primera afirmación a un cien por ciento *En desacuerdo* para la segunda afirmación. Similar pasó con los hombres mayores de 60 años, que en la primera afirmación responden *De Acuerdo*, y en la segunda responden *En Desacuerdo*.

En la tercera afirmación todos los grupos de los dos sexos responden en su mayoría *Neutral* a *En Desacuerdo*.

La conclusión de esta pregunta es que la valoración en torno a la diversidad, completitud y confiabilidad de la información que se puede encontrar en internet sobre otras culturas, pareciera no tener una relación primaria con la edad o el sexo del usuario. Es posible que sean otras variables del orden educacional u otras socioeconómicas las que influyan en este tipo de opiniones respecto de la información en internet.

Cruce entre preguntas 10 y 11.

		Pregunta 10								
Pregunta 11		Info. diversa			Info. completa			Info. confiable		
		DA	N	ED	DA	N	ED	DA	N	ED

Muy profundamente	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Más o menos profundo	100 %	0	0	66 %	34 %	0	0	34 %	66 %
Algunos aspectos	69 %	29 %	2 %	50 %	35 %	15 %	20 %	55 %	23 %
Más o menos superficial	57 %	28 %	14 %	28 %	42 %	28 %	10 %	28 %	62 %
Muy superficialmente	0	100 %	0	100 %	0	0	0	100 %	0

Nótese que la opción sobre si se puede conocer en internet *muy profundamente* otras culturas, no fue respondida por nadie.

La escala de la pregunta 11 va desde quienes creen que se puede conocer muy profundamente otras culturas por su intercambio con ellas en internet, hasta quienes creen que ese conocimiento es muy superficial.

A medida que la escala va desde muy profundo hasta muy superficial, en todas las tres opciones de la pregunta 10, el porcentaje de individuos que contestaron *De Acuerdo* a esta encuesta respecto de si la información es más diversa, completa y confiable, disminuye. Mientras eso pasa, los porcentajes de personas que contestaron *Neutral* (que significa que no pueden ponerse de acuerdo) y *En Desacuerdo*, aumentan. Lo cual lleva a la conclusión de que a medida el sujeto siente que la información en internet no es diversa, completa y confiable, juzgará que el tipo de intercambio que se da con otras culturas a través de internet, no puede ser de gran profundidad.

RESULTADOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

En términos generales no existe una fórmula o receta para hacer el análisis de una situación comunicacional determinada, aunque existan técnicas como el análisis del discurso y el análisis de contenido; tomando en cuenta que el investigador resaltará los aspectos de la comunicación que considere claves en su investigación. No obstante a ello, algunos pasos pueden seguirse para hacer el análisis semántico de un texto transcrito desde una situación comunicacional. Los pasos que se siguieron en este trabajo son los siguientes:

1. En torno de cada una de las cuatro variables de estudio (cultura, culturas ajenas, internet y pluralidad) se generó una discusión, en la cual los sujetos opinaron abiertamente sobre unas preguntas hechas por el moderador de la reunión. En todos los casos, los grupos de discusión fueron grabados en cinta.
2. Se realizó una transcripción textual de cada uno de los cuatro grupos de discusión, pues el análisis de éstos es más fácil hacerlo desde un texto.
3. El análisis de las respuestas, presentado a continuación, surge del estudio de la transcripción textual de los grupos de discusión, e incluye la interpretación de los discursos de los sujetos.

Como se comentó anteriormente, se realizaron cuatro grupos de discusión. El marco de los grupos de discusión transcurrió de manera cordial y al final de estos, se lograron visualizar grupos en torno a identidades y conceptos compartidos. En todos los casos se inició la reunión explicando a los sujetos el objetivo de la misma y la importancia que tiene el grupo de discusión para la investigación en cuestión. Se pidió permiso a las personas para grabar la discusión y se iniciaron las preguntas, con sus respectivas introducciones.

Grupo 1: Extranjeros residentes en Colombia.

El grupo de discusión de extranjeros estuvo compuesto por siete personas, cuatro hombres y tres mujeres; de las siguientes nacionalidades: Chile (hombre), Ecuador (mujer), Honduras (hombre), Brasil (mujer), Cuba (hombre), El Salvador (mujer), Perú (hombre). Fueron ubicados en la mesa de discusión, de manera intencional, en el orden que se mencionan. Se pretendía que en la formación de grupos no mediaran los regionalismos ni el género. Ninguno de ellos se conocía entre sí, lo que permitió en un inicio que tampoco se formaran grupos en torno a amistades previas. Las edades de los sujetos estuvieron entre 28 y 50 años de edad. En todos los casos, los sujetos residen en Colombia hace al menos dos años. Las razones por las cuales viven en Bogotá son: cuatro personas por razones de trabajo, dos personas por estudios y una persona acompaña su cónyuge que está trabajando en Colombia y es ama de casa. Los siete individuos se encuentran en los estratos cuatro, cinco y seis.

Grupo 2: Adultos no involucrados en tareas académicas ni expertos en el tema, que son usuarios de internet.

Los participantes en este grupo tienen las siguientes características: hombre (42 años, casado, profesional, desempleado); mujer (45 años, divorciada, ama de casa); hombre (63 años, casado, jubilado); mujer (47 años, casada, técnico contabilidad, empleada); hombre (40 años, soltero, empleado); mujer (51 años, soltera, profesional, empleada).

Grupo 3: Jóvenes entre 22 y 35 años

Este grupo estuvo conformado por cinco jóvenes universitarios o empleados entre 22 y 35 años de edad, de las siguientes carreras: estudiante de ingeniería industrial (mujer, 23 años), joven empleado no profesional (hombre, 32 años), estudiante de comunicación (mujer, 28 años), estudiante administración (hombre, 24 años) y profesional empleada (mujer, 25 años). Como en el grupo anterior, los individuos no se conocían entre sí. Los cinco individuos se encuentran en los estratos cuatro, cinco y seis.

Grupo 4: Estudiantes no universitarios o jóvenes entre 15 y 20 años de edad.

Se convino realizar un grupo de estudiantes no universitarios o jóvenes entre 12 y 20 años, aparte del grupo de universitarios. Esto es así, porque se consideró que los discursos de estos dos grupos podrían tener algunas diferencias, lo cual efectivamente sucedió. En este grupo participaron seis personas, tres hombres y tres mujeres: estudiante de quinto de bachillerato (mujer, 17 años); joven egresado de bachillerato, (hombre, 19 años); joven estudiante bachillerato (mujer, 16 años); joven estudiante bachillerato (hombre, 18 años); joven estudiante bachillerato (mujer, 15 años); joven egresado de bachillerato (hombre, 20 años).

INTERNET

Siendo que todos los sujetos consultados en los grupos de discusión son usuarios del internet, se contó con una base más o menos común en términos del lenguaje a utilizar. Los individuos estaban completamente familiarizados con términos como chat, páginas web, búsqueda de

información, foros en línea, etc. El internet, en diferentes grados, forma parte de sus vidas y es una variante comunicativa e informacional que manejan.

Dependiendo de las edades e intereses de los sujetos, comenzaron a utilizar el internet en diferentes años y con diferentes motivaciones. Los adultos comienzan a usar el internet cuando esta tecnología se hace masiva, hace aproximadamente diez años y los jóvenes fundamentalmente desde mediados a finales de los años noventa.

Internet como una herramienta más comunicacional que informacional.

El internet representa en los diferentes grupos, cuestiones diferentes; pero en términos generales todos los sujetos afirman que comenzaron el uso de internet por el correo electrónico para comunicarse con personas que conocían. En el caso de los adultos los usos del internet se remiten fundamentalmente al correo electrónico y la búsqueda especializada de información.

En principio utilizaba el correo electrónico exclusivamente como parte de mi trabajo. Hace aproximadamente seis años comencé a utilizar el internet para la búsqueda de información referente a cuestiones de mi interés. (hombre adulto desempleado)

En los jóvenes entre 22 y 35 años el uso de internet se remonta a mediados de los años noventa y los usos fundamentales, el correo electrónico y entretenimiento a través del chat y páginas sobre cuestiones juveniles. Posteriormente, comienzan a buscar información de sus carreras.

Yo también lo utilizo más o menos desde el 97, cuando empecé la universidad. Y en un comienzo era como por la gran curiosidad que era eso, consultaba más que todo correo y chateaba. Luego en las clases, empecé a usar mucho el correo de la universidad. (Estudiante universitaria)

Los jóvenes menores de 20 años, no comienzan necesariamente su contacto con internet por el correo electrónico, sino que utilizan desde el comienzo muchas de las opciones que el internet les ofrece.

En términos generales, los sujetos que participaron en los cuatro grupos de discusión afirman que usan el internet al menos una vez por semana. Los lugares desde los cuales acceden al internet son desde sus lugares de trabajo o estudio y desde sus casas. El hecho de acceder desde el lugar de trabajo o estudio hace que la navegación, a su juicio, no sea tan libre como cuando lo hacen desde sus casas.

El internet es una herramienta que, en general, ha causado gran impacto en los usuarios. Pero la diferencia respecto del impacto que hayan tenido otras tecnologías de punta, en su momento, radica en la amplitud y variedad de las informaciones recogidas en red y en las posibilidades de comunicarse en tiempo real con muchas personas de diferentes lugares del mundo.

El internet como medio diferente.

Los sujetos afirman que el internet es un medio diferente a los otros medios comunicativos con los cuales cuentan. Esta diferencia está enmarcada, en gran medida, por las posibilidades comunicativas e informativas que provee el internet frente a los otros medios. La posibilidad de acceder a múltiples versiones en la información a la que acceden es para ellos una de las grandes bondades de internet. En este sentido existe una convergencia en casi todos los sujetos de los cuatro grupos.

El internet me da la posibilidad de elegir; radio, prensa y televisión (nacional) no dan esta posibilidad. Uno tiene la opción de consultar una gama más diversa de opiniones respecto de las cosas que son interesantes. Puedo elegir lo que quiero escuchar o ver, sin que esté por medio una programación establecida. (hombre adulto de Perú residente en Bogotá)

En los discursos de los sujetos se puede interpretar que para ellos el internet es un cambio en las formas y en los contenidos de la comunicación. Existe una cuestión que consideran importante, y es respecto de las posibilidades de comunicarse con otras personas en tiempo real. El teléfono, que permite este tipo de comunicación, a su juicio no tiene las características de las comunicaciones por internet, en tanto la conversación se da de la manera tradicional, aunque las personas no estén ubicadas en el mismo lugar. En cambio, sobre todo en el caso del chat la estructura de las conversaciones se vuelve impersonal, esquemática y precisa. En los adultos, se consideró que el ejercicio de conversar en línea empobrece el lenguaje y hace que las estructuras mentales se vuelvan más primarias y menos ricas, en aras de la rapidez.

En alguna medida, también consideran que el internet es diferente en términos de las destrezas que se requieren para usarlo. Los sujetos consideran que en un principio, internet les hace naufragar más que navegar. Los usuarios que no estaban familiarizados con el uso de computadoras, han relatado historias de angustias pues tuvieron que aprender a usar estas casi simultáneamente con el aprendizaje de la navegación en internet. En términos generales, son los adultos quienes relatan dificultades para la navegación.

Para mí es diferente porque uno no puede usarlo como usa el periódico o el televisor. Para el periódico solo tienes que saber leer. Para el televisor tienes que espichar un botón y listo. A mí me costó mucho aprender a usar eso, yo no sé como hacen los jóvenes para entender tan rápido. Uno le cuesta, brega y al final lo logra, pero no es muy fácil. Aún así yo no me considero una experta en el tema, porque son muchas las veces en que quiero buscar una cosa y paso cualquier cantidad de tiempo sin encontrarlo. (mujer adulta empleada)

En el caso de los jóvenes – en los dos grupos de discusión de jóvenes que se hicieron- existe un componente más que diferencia el internet y lo hace a su juicio único: la rapidez e inmediatez de la información y las comunicaciones. En ese sentido, siendo ellos hijos de la sociedad moderna y habiéndose formado dentro de ella, no consideran esta cualidad como algo extra; que en el caso de los adultos mayores de 35 años es una de las cuestiones más importantes que ven en el internet.

Permite muchas cosas y no solo permite estar en una página sino que permite tener muchas cosas abiertas y un aprendizaje como mucho más rápido y más ágil. (estudiante bachillerato)

En términos generales, los relatos hablan de dos cuestiones que el internet, como multimedia, les ofrece: la posibilidad de comunicarse y de informarse.

En relación con la información, consideran que es una ganancia encontrar diversas fuentes sobre un mismo tema, que les permita hacerse de una gama amplia en relación al tema buscado. Sienten que en internet tienen la posibilidad de hacerse de una manera muy personal, de una “noticia al estilo propio”, mediante una capacidad que cada uno tiene que desarrollar: ser autofiltro de la información que llega a sus correos o a la que acceden a través de las páginas web.

Una de las cuestiones más importantes para los sujetos consultados, es la posibilidad de acceder a múltiples versiones de un mismo tema de interés. La otra, la posibilidad de que exista una relación más personalizada entre el usuario y la información que se busca.

Cuando se habla de versiones informativas se hace referencia a cualquier fuente de internet, sea esta secundaria (textos y páginas) o primaria (contacto con otras personas). El hecho de poder consultar muchas versiones informativas, se manifiesta en los usuarios consultados por esta investigación, tanto bajo la forma de oportunidad como de desventaja. Oportunidad por la posibilidad de hacerse de una realidad individual del mundo y de ser críticos con la información. Desventaja, porque una gama tan grande de versiones puede provocar un “empacho informativo” y generar precisamente la imposibilidad de ser críticos con la información.

El internet es un medio que propicia el cambio en las formas de comunicarse e informarse. Es una herramienta que impone a sus usuarios un ritmo diferente al de otros medios informativos y comunicacionales. Los cibernautas tienen ante sí el reto de conseguirse por sus propios medios las cuestiones que desean escuchar. El usuario se convierte en autofiltro de la información y crea una colcha de retazos con la cual se enfrenta al mundo.

Aún así, internet dista de ser en la actualidad un medio democrático, en tanto las bases con que los usuarios se enfrentan a la información disponible en red, podrían representar una barrera a la hora de asumir una posición crítica, por una parte; y por otra, el acceso que tienen las personas de escasos recursos a esta herramienta es todavía marginal.

CULTURA

Comenzar a hablar de cultura no fue del todo fácil. La cultura es algo con lo que se vive y en lo que se vive, pero usualmente los individuos no se preguntan qué es ni tienen un concepto claro de lo que sería. El mundo moderno, según comentaron los jóvenes entre 22 y 35 años, requiere de andar a paso rápido en la vida, y cuestionarse cosas que no son inmediatas es una pérdida de tiempo.

Cultura como identificador de similitudes y diferencias.

La interpretación de cultura depende del sujeto, y eso se pudo observar en todos los grupos de discusión. La discusión de cultura se observó en conceptos como los grupos de interés más reducidos, incluso se habló de una cultura individual en los grupos de jóvenes, hasta las identidades compartidas con la sociedad en la que los individuos viven. Pero en todos los casos lo que prima es que la cultura es un “calificativo” que ayuda a identificar quiénes difieren de las concepciones propias frente a la vida y la sociedad.

La cultura se interpretó en todos los grupos como intercambio y empatía, como las cosas que se comparten con otros (entre las que se mencionaron la lengua, los comportamientos, la forma de pensar y vivir), como todo lo que no es transmitido genéticamente, lo que viene por la historia de un grupo o sociedad, la forma de relacionarse.

En los adultos, la cultura es más un concepto social. Cuando hablan de ella se refieren a cuestiones como los valores, las costumbres y el intercambio de criterios; pero también hablan de que cultura es todo lo que hay en un ser humano, desde lo frívolo hasta lo más profundo. En los jóvenes, lo que significa cultura está atravesado por dos cuestiones: la tradición y la familia, por un lado, y lo “por explorar” por otro lado.

Se interpreta que, en alguna medida, tanto jóvenes como adultos consideran que cultura es lo que comparte y une a un grupo, que lo identifican de los demás, que lo hacen grupo, comunidad, frente a otros grupos que tendrían características diferentes. Los sujetos asumen que la cultura no es necesariamente una cuestión que atañe a fronteras geográficas y que las culturas se diferencien unas de otras debido a los límites regionales o nacionales. En algunos casos se habló de las subculturas como gente que se identifica con cosas que los otros no se identifican.

Están dadas por cosas compartidas que posiblemente los otros no compartan porque comparten otras.... y internet que es un medio selectivo en la información y en los usuarios y ha creado como una cultura que es de los usuarios que tienen acceso y que tienen formas de ver la vida diferentes a los que no lo usan. (estudiante bachillerato)

CULTURAS AJENAS

Para introducir el tema de culturas ajenas al usuario que se apropia de las herramientas comunicacionales e informacionales en internet, se inicia un debate en torno a la diversidad, completitud y confiabilidad de la información, cuestión que estuvo también presente como pregunta de la encuesta aplicada. Los resultados de la encuesta se confirman de alguna manera con los discursos de los sujetos en los grupos de discusión.

Hubo un consenso acerca de que efectivamente la información que se puede encontrar en internet sobre el tema de las culturas, es diversa. Surge el debate de que, si bien es cierto hay muchas versiones sobre un mismo tema, es cuestión del usuario no ya llegar al entendimiento y apropiación de esta información, sino en un nivel más básico: el sujeto tiene que querer en

primer instancia acercarse a fuentes alternativas de información, ya sea visitando páginas podrían representar posturas diferentes a la que el sujeto legitima, ya sea conversando con otras personas de las cuales no se sabe como van a pensar. En ese sentido, se interpreta que los sujetos consideran la diversidad informativa en internet – entendiendo información como todas las fuentes: individuos, páginas, diarios electrónicos, etc.- más como un potencial que como una realidad actual.

Yo creo que la información si es diversa, pero el ejercicio de completarla ya es individual... esa diversidad puede que permita completar algún tipo de información, o llegar a un criterio más o menos confiable.... pero eso es un ejercicio personal a partir del medio. (estudiante universitario)

En el caso de completitud y confiabilidad de la información sobre otras culturas, también hubo más o menos un consenso en la mayoría de los grupos. Surge nuevamente la premisa de que la completitud de la información es un criterio individual. Cada cual termina la búsqueda cuando lo considera necesario y cuando sus inquietudes han sido satisfechas. En términos generales, explican que la información científica sí es más completa que en otros medios, debido a que se está actualizando permanentemente y se pueden encontrar artículos sobre los últimos descubrimientos, con valoraciones a favor y en contra. Cuando hablan de información científica se refieren a aquella relativa a las ciencias naturales, o las llamadas ciencias duras. Este es el único caso en el cual los sujetos consideraron que el internet tiene una información que es diversa, pero que también podría ser completa.

En términos de la confiabilidad en los grupos de adultos y de jóvenes mayores de 22 años se habló mucho de la intencionalidad de las cosas. Cada cosa tiene su intención, por lo tanto definitivamente, a juicio de los sujetos, las páginas web y la gente con la cual se charla en internet tienen una intención de comunicar algo. En el caso de la comunicación, la manipulación de la información consideran que podría no estar latente, pero cuando se trata de informaciones buscadas en páginas o diarios, como en todo medio, existe la intención de darle cierto matiz a las cosas.

En cambio el grupo de jóvenes menores de 20 años, consideró que la información en internet es muy confiable y segura. La mayoría de sus experiencias con gentes de otras culturas se refieren al uso del chat o el correo electrónico. Aquí tienen una diferencia con el resto de los sujetos, en tanto expresan la confiabilidad de la información como confianza en el otro. En términos de la seguridad de la información, sienten que no hay cosa más segura que escribirse por internet, porque esa persona nunca lo va a poder conocer y ellos pueden hablar libremente sobre cualquier tema.

Los adultos le ponen mucho misterio a las cosas y sienten que todo el mundo está intentando tramarlos. Si yo fuera con esa mentalidad, pensaría que todo es mentira... ¿Pero entonces que es verdad? Yo no puedo decir que ellos (las personas de otras culturas con las cuales conversa en internet) estén equivocados... (estudiante de bachillerato de 17 años)

Culturas ajenas: la posibilidad de comunicarse con el otro.

Se introduce el tema de las diferencias entre las culturas y lo que significa para ellos que existan culturas diferentes a la propia. El debate se hace más libre y los sujetos comentan que esta parte atañe mucho más a sus vidas diarias que el hecho de cuestionarse lo que significa cultura.

En términos generales, todos los individuos participantes en los grupos de discusión saben de qué se está hablando y se concentran en su experiencia a través de internet con personas e información que podrían considerar, vienen de fuentes diferentes a su forma de entender el mundo.

El intercambio cultural no es una cuestión nueva y los sujetos lo reconocen. Desde antes de la colonización de América, desde la búsqueda de la ruta de la Seda y las Especias, desde que los seres humanos tomaron conciencia de las diferencias culturales, hay intercambio. A veces manifestado en conflictos, otras en mayor información sobre las diferencias y semejanzas, otras en convivencia y aprendizaje. Día tras día, las culturas alrededor del mundo cambian como resultado del intercambio, de las conquistas sociales y los avances tecnológicos, del desarrollo de las artes. Y, sobre todo en la época que nos toca vivir, el acceso a un gran cúmulo de información también es una variable que permite el reconocimiento y el intercambio cultural.

Una de las primeras cuestiones que los sujetos señalan es que no se puede hablar de culturas puras. En los dos grupos de adultos, se recordó el sincretismo cultural latinoamericano y la mezcla que llevamos en nuestras costumbres desde antes de la colonización. En este sentido, consideran que no es un fenómeno exclusivo de la sociedad moderna el hecho de que las culturas estén en contacto unas con otras y que surjan cuestionamientos en torno a quien tiene la verdad. La diferencia es que, con las tecnologías modernas de información y comunicación, el ser humano tiene la posibilidad de informarse de manera más rápida y de más aspectos sobre sistemas culturales que son ajenos a su forma de ver la vida.

En la sociedad moderna los sujetos consideran que, con las posibilidades informativas que tienen los individuos que acceden a internet, existe la posibilidad de vivir muchas culturas al tiempo y esto provoca que el ser humano tenga una cultura que sea menos localizable geográficamente y más localizable en sus propios principios individuales. Estos principios individuales pueden, y de hecho son, compartidos con otros individuos, lo que generaría grupos en torno a identidades y no en torno a lugares geográficos.

El internet me da la posibilidad de vivir en varias culturas al tiempo. Yo vivo en Colombia, soy de Brasil, mi esposo de Bélgica y nos comunicamos con gentes de todas partes del mundo a través de internet. Así que no sabría decir a esta altura cual es mi cultura y qué diferencia habría con otras. Creo más bien que las diferencias en las culturas no las mide el lugar del cual uno parte. (mujer adulta de Brasil residente en Bogotá)

El otro debate grande que se dio en todos los grupos de discusión, se refiere al concepto que los sujetos manejan de las diferencias entre los sistemas culturales, a propósito de la sociedad

globalizada. El tema de la globalización fue tocado en todos los grupos de discusión, aunque solo en uno de ellos se llamó por su nombre a lo que todos, de una forma u otra, dijeron.

Según el parecer de los individuos, la sociedad moderna, debido a las posibilidades comunicacionales e informacionales que ofrece al individuo, hace que cada día nos parezcamos más los unos a los otros. Por tener más información sobre todo lo que pasa en el mundo, las personas pueden bien acercarse a unos valores universales legitimables por todos (como por ejemplo los derechos humanos), bien arraigar más sus propios valores ante una supuesta imposición cultural, sobre todo desde el capitalismo occidental, o bien formar una amalgama individual de valores que, como colcha de retazos, surgen de la interpretación individual frente al vasto mundo informativo y comunicacional en el que se mueven.

En los dos grupos de discusión de adultos, se dio el debate sobre la participación inequitativa de todas las culturas en internet. A juicio de los sujetos los valores que se validan en línea son los valores occidentales, debido a que internet fue creada por occidente y la mayoría de las personas que acceden a esta herramienta se encuentran en occidente.

Ahora, el problema que yo veo es el siguiente, el internet es una herramienta esencialmente occidental. La posibilidad que tienen hasta ahora África, musulmanes, etc. de participar en igualdad de condiciones en internet no me parece... yo creo que lo que se está globalizando es determinados patrones culturales y de consumo que responden a la parte occidental. (hombre adulto empleado)

Considerar las cosas desde esa perspectiva, daría unas características específicas a la interacción cultural en internet, en la cual algunas culturas o formas de ver la vida, podrían estar en desventaja para “vender” sus opiniones y exponer sus puntos de vista, frente a otras mayoritarias o dominantes. En este sentido, quizás sin una intencionalidad maquiavélica, internet no estaría garantizando lo que muchos suponen: el intercambio cultural abierto y libre.

PLURALIDAD

El reconocimiento de la existencia de la pluralidad cultural, interpretando los discursos de los sujetos, no necesariamente es un cambio en las estructuras de comprensión y legitimación del otro. Es, por lo menos en el momento que vivimos, luego de diez años desde que comenzó el world wide web, simplemente un resultado del cúmulo tan grande de información de la cual dispone el sujeto que tiene acceso a internet. Pluralidad es entendido por los sujetos como riqueza cultural y como respeto al otro.

Pluralidad como riqueza cultural.

Los usuarios participantes en este estudio identifican la pluralidad cultural en internet, en todas las opciones comunicativas e informativas que este medio ofrece al usuario. Esto, según los usuarios es visible, en mayor o menor grado, en todas las opciones: chat, foros, búsqueda de información. Incluso es visible en las que llamaron conversaciones y páginas frívolas.

Por ejemplo, el alemán que se mete a buscar... y se encuentra con un colombiano. Entonces se hace el esfuerzo por entender que es lo que se está queriendo decir, o tendrán que tener una lengua común que les permita comunicarse. Por las cosas que se dicen, la otra persona puede saber algo sobre el estilo de vida del país del que viene. Se imaginan las cosas, se tejen mundos de la otra persona. Hay por lo menos la base de un intercambio cultural, aunque sea superficial. (joven universitario)

La pluralidad cultural, la reconocen en diversas fuentes de identidad y en los matices que para cada persona o cultura, toman conceptos que para quien se apropia de la información, son claves a la hora de juzgar al otro como similar o diferente.

En los grupos de discusión salieron a relucir conceptos que los sujetos consideran claves a la hora de mirar la pluralidad: la religión y su importancia en la vida social, la política, los estilos de vida y el idioma.

Además de haber muchas variantes dentro de esas creencias religiosas o políticas, los sujetos también relatan que existen muchos grados en los cuales los discursos traducen estas creencias. Es decir, qué tanto una información a la cual se está accediendo (entendiendo información en el sentido amplio como: búsqueda en páginas web, intercambio con otras personas por chat o foros, diarios electrónicos, etc.) traduce y entranña en profundidad el sentir religioso o político de la persona o el grupo del cual parte esa información.

En el caso del idioma, consideran que es una barrera muchas veces infranqueable para conocer más sobre otras culturas.

Si tú quieres conocer sobre, por ejemplo, el budismo zen y las páginas están en un idioma que no sabes, pues ya no pudiste informarte. Por suerte últimamente por lo menos las traducen al inglés, pero hay mucho usuario que no sabe inglés. Yo creo que esa es una traba grande para aprender más sobre otras culturas por internet. (estudiante universitario)

Reconocimiento de la pluralidad como parte de lo “políticamente correcto”.

En mayor o menor grado, todos los sujetos reconocen la pluralidad cultural como algo innegable y como un valor que cada persona debe respetar. Se considera que es una ganancia potencial de la sociedad moderna, en la que el internet puede tener un papel fundamental a la hora de ayudar a generar una conciencia sobre la necesidad del respeto al otro, al diferente. Y afirman que es potencial, debido a que consideran que en estos momentos todavía falta mucho para que los seres humanos aprendan a convivir los unos con los otros, sin violencia e intolerancia.

La pluralidad tiene diferentes significados para los sujetos. En el caso de los adultos es sinónimo de tolerancia. En los jóvenes entranña un paso más allá: el del reconocimiento del otro. Aún, en ninguno de los casos la pluralidad significó validación o legitimación.

En términos generales, los sujetos no consideran que internet, per se, ayude a abrir la mente hacia la legitimación de otros sistemas culturales. En todo caso, es recurrente en las respuestas

el hecho de que el proceso para legitimar es individual y depende mucho de la forma como los sujetos se enfrenten a maneras de ver la vida diferentes a la propia.

El que es cerrado, no va a buscar una página que vaya en contra de lo que cree. Entonces ese contacto no le va a servir de nada... va a buscar una cosa que de antemano no está abierto a ella. (mujer adulta ama de casa)

Los sujetos afirman que la pluralidad cultural que se puede evidenciar en internet es a veces un problema para quienes se han educado en una sociedad que, a su juicio, no enseña a ser tolerante con la diversidad. Suman a esto que la sociedad moderna, a través de la familia, la educación y los valores sociales no enseña al ser humano a escoger entre muchas versiones de una misma cosa, la que difiera menos de los ideales y valores del individuo.

El problema de la diversidad opcional, hace que la gente se pare frente al abanico y tenga que decidir cual agarrar y puede hacer que el individuo se quede quieto. (hombre adulto, jubilado)

Al haber tantas culturas, tantas posibilidades, uno no sabe.... porque no fue criado para eso. En el colegio todo lo dan molidito. Y los medios de comunicación han ayudado a eso. El hecho de que el mensaje está prefabricado cuando te llega a tu casa ayuda a que uno no sea crítico con información. (estudiante bachillerato)

CONCLUSIONES

1. En internet conviven muchas formas diferentes de ver la vida y es un medio que permite al usuario evidenciar la pluralidad y entrar en contacto con ella.

Debido a las posibilidades de acceder a diversas fuentes informativas, con puntos de vista disímiles, internet es un medio donde los sujetos tienen la posibilidad de evidenciar la existencia de una pluralidad cultural. Este hecho es considerado como una oportunidad que la sociedad de la información pone a disposición de los individuos y los grupos y que podría generar, en el futuro, la posibilidad de entender al otro.

La pluralidad cultural en internet es visible en las tantas formas de ver la vida y puntos de vista que se pueden encontrar mientras se navega. El reconocimiento de la pluralidad es un resultado de tener a disposición información diversa sobre otras culturas.

2. El intercambio cultural que se puede dar en internet, en las condiciones actuales y luego de diez años de masificación de esta herramienta, es bastante superficial. Los usuarios de internet consultados por esta investigación consideran que internet propicia tener más información sobre otras culturas; información que de otra manera sería difícil de conseguir.

Pero un nivel más profundo de conocimiento de otras culturas es solamente posible mediante un contacto no ocasional, donde ambas partes tengan la intencionalidad de aprehender la otra cultura.

3. Las posibilidades de legitimar otras culturas – de un intercambio multicultural- como resultado del contacto con ellas a través de internet, es más un potencial que una realidad actual. Internet no propicia un conocimiento extendido de los otros sistemas culturales, por lo tanto en ese sentido dificulta la validación, por parte de quien se apropia de la información, de los códigos culturales de las culturas ajenas.
4. El internet no es un vehículo directo hacia el cambio de las percepciones individuales o de los preconcebidos de los sujetos. Los usuarios de internet buscan en este medio cuestiones que anteriores a su acceso han sido importantes para ellos y se involucran en grupos de interés (o comunidades virtuales) que estén acorde con su cultura.

No obstante, en términos generales, el acceso a información sobre otras culturas a través de internet, ha propiciado al menos un cuestionamiento de los individuos en torno a la necesidad de una mayor tolerancia con las culturas y formas de ver la vida ajenas.

5. La información encontrada en internet sobre otras culturas es diversa; pero podría no ser confiable ni completa, tomando en cuenta que todas las fuentes tienen una intencionalidad al divulgar cierto mensaje.