

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

El uso que le dan los jóvenes al internet: un estudio a los cibercafés

Autor: Erika Cecilia Rodríguez Espinosa.

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Magali Montes**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

PARA OBTENER EL TÍTULO EN LA
LICENCIATURA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN LA ALUMNA:

**Erika Cecilia Rodríguez
Espinosa**

PRESENTA LA TESIS:

**“EL USO QUE LE DAN LOS JÓVENES AL
INTERNET : UN ESTUDIO A LOS
CIBERCAFES”**

ASESOR:

L.C.C. Magali Montes



VALA

T188

Morelia, Mich. Enero del 2003.



AGRADECIMIENTOS

881T = D
12E = F

UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

PARA OBTENER EL TÍTULO EN LA LICENCIATURA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN LA ALUMNA:

**Erika Cecilia Rodríguez
Espinosa**

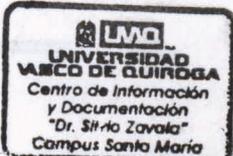
PRESENTA LA TESIS:

“EL USO QUE LE DAN LOS JÓVENES AL INTERNET : UN ESTUDIO A LOS CIBERCAFES”

ASESOR:

L.C.C. Magali Montes

Morelia, Mich. Enero del 2003.



AGRADECIMIENTOS

Después de más de 16 años de esfuerzo y dedicación en todos mis estudios, hoy por fin tengo la oportunidad de recopilar en un solo documento parte del cúmulo de conocimientos que se me han inculcado a través de los años. Bien dice un dicho, "Si las cosas fueran fáciles, cualquiera las haría" y en efecto no es nada fácil el camino transcurrido ya que existen una serie de tropiezos que sin la ayuda de aquellos que estuvieron conmigo a lo largo de todo este tiempo, hubiera resultado más duro cursar este sendero.

En primer lugar le doy las gracias a Dios que me permitió ser parte de este sueño lleno de amor y empeño que mis padres Cecilio Rodríguez y Miriam Espinosa pusieron, gracias a los que me dieran la vida por ponerme al inicio de mi destino y me guiaron sin dudar ante buenas y malas experiencias, ellos quienes se desvelaron más de una noche por mis estudios y que solamente se merecen todo lo mejor de mi parte. Además le doy las gracias a mi hermano por estar presente en mi vida, por existir y por influir positivamente en mí a través de sus consejos y sobretodo de su paciencia.

Gracias a mis amigos quienes soñaron, estudiaron y estuvieron conmigo compartiendo grandes momentos juntos en la escuela: Laura, Lupita, Deborah, Goretti, More, Esveyde, Rodrigo, Blanca, Sonia, Chucho y todos los que no puedo mencionar pero que saben que los quiero mucho, mil gracias por que todos siempre supimos superar las adversidades que se nos presentaron.

plansan que pueden hacer algo sólo para quienes lo hacen".

Gracias a mis compañeros y amigos de trabajo por llevar a la realidad mis conocimientos y por mostrarme la labor que como comunicóloga debo cumplir dentro del camino de la vida, gracias por abrirme día a día los ojos ante la realidad y demostrarme que debo superarme aún más porque esto apenas comienza.

A mis maestros, gracias por los conocimientos que recibí de su parte, por su paciencia y por la dedicación que pusieron en todo lo que hacían.

A mi asesora la Lic. Magali Montes gracias por apoyarme en este último empujón que me hacia falta para culminar mis estudios y así mismo le doy las gracias al Director de la Carrera el Lic. Rafael Bretón por ser la cabeza de cuatro años de estudios en esta universidad.

En fin no me cansare de agradecer a todos los que aquí menciono y a los que no ya que siempre estarán presentes en mi mente y en mi corazón.

"El éxito no es para los que piensan que pueden hacer algo sino para quienes lo hacen".

➤ Anónimo	1
➤ Justificación	4
➤ Antecedentes	9
➤ Objetivos de la Investigación	18
a) Objetivo Especifico	
b) Objetivo General	
➤ Metodología de la Investigación	20
➤ Hipótesis	26

INDICE GENERAL

CAPITULO I

INTERNET Y SUS ALCANCES

Dedicatoria

Indice General

1.1.- ¿Qué es Internet?	28
1.1.1.- Características de Internet:	33
1.1.2.- Servicios de Internet	34
❖ Introducción	1 35
b.- Conferencia Electrónica	36
❖ Justificación	4 37
d.- World Wide Web	37
❖ Antecedentes	9 39
a)Internet 2	40
❖ Objetivos de la Investigación	18 43
1.3.- ¿Cuál de los principales Chats en Morelia	44
1.4.- La publicidad dentro del Internet	47
o a)Objetivo Específico	49
o b)Objetivo General	54
1.5.- El Internet Productor	54
1.6.- El Internet con relación a la televisión	56
1.7.- Internet y la Comunicación	56
1.8.- El Internet actual	20 60
❖ Metodología de la Investigación	20 60
1.9.- Emociones de la Internet	26 64
❖ Hipótesis	26 64

CAPITULO I

INTERNET Y SUS ALCANCES

2.1.- Interpretación de datos	67
1.1.- ¿Qué es Internet?	28
1.1.1.- Características de Internet:	33
1.1.2.- Servicios de Internet	34
a.- Correo Electrónico (E-Mail)	35
b.- Conferencia Electrónica	36
c.- Directorios de Información	37
d.- World Wide Web	37
1.1.3.- El Crecimiento de Internet	39
a) Internet 2	40
1.2.- ¿Qué es un chat?	43
1.3.- Lista de los principales Chats en Morelia	44
1.4.- La publicidad dentro del Internet	47
1.5.- El Internet Producto o Servicio	49
1.6.- El Internet con relación a la televisión	54
1.7.- Internet y la Comunicación	56
1.8.- Las Computadoras en el mundo actual	60
1.9.- Emociones de la Internet	64

INTRODUCCIÓN

Si la red de interconexión "Internet" está cambiando los esquemas tradicionales de las cosas. ¿Qué es lo que los jóvenes de Internet hacen? Esta es una de las preguntas que se busca resolver en esta investigación donde se abarcan los siguientes temas:

2.1.-Interpretación de datos	67
1. Cómo Internet está cambiando la forma de comunicarnos (la mensajería) en dejando atrás el uso de medios como el teléfono.	
CAPITULO III	
CONCLUSIONES	
2. Cuáles son los negocios o empresas que cuentan con la llegada de Internet, ya que todas están buscando de ser más rentables y competitiva al menor costo.	
3.1.- Conclusiones	81
3. La educación a distancia con los nuevos esquemas de enseñanzas (A las Bibliotecas y Librerías Virtuales) con oportunidades de seguir estudios.	
Glosario de términos	85
BIBLIOGRAFÍA	97
ANEXOS	103

INTRODUCCIÓN

Si la red de interconexión "Internet" está cambiando los esquemas tradicionales de hacer las cosas. ¿Qué es lo que los jóvenes de los cibercafés buscan en esta red?. Esta, es una de las preguntas que se busca resolver en esta investigación donde se abarcan los siguientes temas:

1. Cómo Internet esta cambiando la forma de comunicarnos (la mensajería) en forma electrónica dejando atrás el uso de medios como el fax y el teléfono.
2. Cuáles son los negocios o empresas que cuentan con la llegada de Internet, ya que todas están buscando de ser más rentable y competitiva al menor costo.
3. La educación a distancia con los nuevos esquemas de enseñanzas (Aulas, Bibliotecas y Librerías Virtuales) con oportunidades de seguir estudios.

De la misma forma se hablará a partir de un enfoque en el que el uso de Internet provoca cambios de los esquemas tradicionales de la investigación, aunque la información tecnológica actual esta basada en revistas importadas, consultas realizadas en la prensa local y en la red de Internet.

Realmente, el tener acceso a este medio es complicado por varios factores como son el precio del equipo, la saturación, entre otras, sin embargo no es imposible, así que quisiera encontrar buenas respuestas acerca del mejoramiento de la manipulación de este medio y encontrar el punto mas profundo del tema, donde se descubriría si este es uno de los medios monopolizados al igual que otros como lo es la televisión, la radio, etc.

Muchos en el pasado hablaban de una expansión inmensa acerca de las comunicaciones, pero jamás se imaginaron que el Internet sería lo que permitiría ese acercamiento cada vez más rápido y preciso entre las personas como nos lo muestra Giovanni Sartori en el libro Homo videns, la sociedad teledirigida.

"El tema a tratar del uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia: un estudio en los cibercafés", involucra a todos los jóvenes receptores que son usuarios de la red, en la capital michoacana ya que muchos de ellos no tienen la información adecuada y llegan a confundir lo que es la red y realmente para que sirve, utilizándola simplemente como una forma de entretenimiento.

Al desarrollar este problema explicare los resultados que se den a raíz de cuestionar a los jóvenes de 13 años sobre porque acuden a ciertos lugares por el servicio de Internet y que es lo que buscan ahí.

El tema: " el uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia: un estudio en los cibercafés", llena una laguna de investigación dentro del estado dada la escasez de información de este fenómeno reciente.

Según lo establecido en el plan de evaluación de la Universidad Vasco de Quiroga, se realiza la presente investigación sobre el tema: "Internet" con el tema: uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia: un estudio en los cibercafés.

Hoy todo el mundo habla de Internet, igual podemos encontrar referencias en un libro de marketing como en una revista del corazón o en una película. ¿Qué tiene de especial esta red de redes para atraer tan poderosamente la atención? El hecho es que en esta investigación se estudia cómo el joven tiene acceso a Internet a través de los cibercafés y la información que principalmente recibe.

El explorar el tema del uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia: un estudio en los cibercafés, es una inquietud o un interés por saber cómo la "red" ha formado parte importante en la vida de muchos jóvenes mayores de 13 años, y deseo profundizar en el tema tratando de aportar algo nuevo a lo que hasta el momento se sabe.

Intervienen diversos factores dentro del tema los cuales lo enriquecen y lo hacen aún más interesante, entre los que destacan:

JUSTIFICACIÓN

Para dar cumplimiento a lo establecido en el plan de evaluación de la Universidad Vasco de Quiroga, se realiza la presente investigación sobre un el tema: "Internet" con el tema: uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia: un estudio en los cibercafés.

Hoy todo el mundo habla de Internet; igual podemos encontrar referencias en un libro de marketing como en una revista del corazón o en una película. ¿Qué tiene de especial esta red de redes para atraer tan poderosamente la atención? El hecho es que en esta investigación se estudia cómo el joven tiene acceso a Internet a través de los cibercafés y la información que principalmente recibe.

El explorar el tema del uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia: un estudio en los cibercafés, es una inquietud o un interés por saber como la "red" ha formado parte importante en la vida de muchos jóvenes mayores de 13 años, y deseo profundizar en el tema, tratando de aportar algo nuevo a lo que hasta el momento se sabe.

Intervienen diversos factores dentro del tema los cuales lo enriquecen y lo hacen aún mas interesante, entre los que destacan:

cuánta gente puede realmente pagar por este servicio ya que en los actuales cibercafés, el costo por una hora de Internet va de los 5 a los 10 pesos, y esto permite generar la duda de que tan accesible puede ser este servicio, así como el tiempo que se lleva una persona en ocuparlo, todo esto depende de los factores económicos, sociales y temporales.³⁶

La mayoría de la gente no recurre a este servicio no porque su precio sea muy elevado, sino principalmente por la ignorancia que existe en la mayoría de los jóvenes acerca de los beneficios que se pueden obtener del Internet, limitándose a un solo uso.

Para algunos investigadores, la Internet, entonces lo podemos clasificar como "un proceso el cual forma parte de la globalización y sirve de unión entre varios países, pero las relaciones que se adquieren en la red, aún son muy complicadas ya que ni localmente se ha generado una verdadera comunicación entre los usuarios, es decir los Morelianos".²¹

³⁶ Rodríguez Espinosa Juan Carlos, **Internet herramienta de un nuevo milenio**, Trabajo de investigación del Tecnológico de Morelia.

²¹ Cf. Jaramillo Estrada Fernando, **Internet un nuevo milenio de Comunicación** Tesis de la UVAQ.

Hoy en día la comunicación, el entretenimiento y la necesidad de abastecernos de cosas, son algunos problemas a los cuales se les busca una solución y los que tratan de ser resueltos en el Internet.³

El Internet juega un papel importante tanto como medio de información, como medio de comunicación y de consulta, la utilización de esta herramienta es variable y su finalidad puede cambiar, va de lo educativo e ilustrativo a lo malicioso e intrascendente.

El manejo del Internet se ha convertido de algo trivial y sin importancia a algo necesario e indispensable para poder desarrollar las diferentes actividades que realizamos de manera confiable con la información y recursos mas recientes.

Las revistas, son las publicaciones en las que más se ha escrito sobre la Internet, pero estas manejan un lenguaje de computación que muchos no comprenden y empezando por ahí, me gustaría ayudar a los que desconocen el movimiento del medio, para que sepan realmente cuales son los beneficios y usos del Internet y así puedan promoverlo ampliamente.

³ Alvarez Manilla, Jose Manuel y Ana Maria Bañuelos M, "**Usos educativos de la computadora**", edit. UNAM, Centro de Investigaciones y Servicios Educativos (CISE), México, 1994.

Es así que a los "Cibercafés", se definen como: lugares donde los jóvenes y no tan jóvenes se reúnen para poder tener acceso a la red por un determinado tiempo, obteniendo información diversa. Son finalmente los "cibercafés", la opción para las personas que quieren entrar a la red y que no cuentan con este medio de comunicación en su hogar.³⁶

Dentro de los cibercafés se puede encontrar información de forma inmediata, y aunque es poco confiable ya que cualquiera tiene el poder para dar información verdadera o falsa, resulta un medio por excelencia el cual en un futuro va a tener el dominio total.

No todos los que acuden a los "cibercafés" van a obtener información, otros van a chatear o a emitir mensajes, todo depende de las personas y lo que se busca, es por eso que mi tema de tesis, se enfoca hacia lo que se pretende obtener del Internet, qué es lo que ofrece y qué estamos dispuestos a hacer por obtener lo que queremos.

Además, la Internet como medio masivo, es preocupante por el impacto tan grande que tiene y cómo es que influye en el receptor que recibe los mensajes.⁸ La tecnología avanza muy rápido

³⁶ Rodríguez Espinosa Juan Carlos, **Internet herramienta de un nuevo milenio** Trabajo de investigación del Tecnológico de Morelia.

⁸ Comer, Douglas E., **"El libro de Internet"**, edit. Prentice Hall, México, 1995.

y los hombres no siempre estamos lo suficientemente preparados para lo que se nos pueda presentar.

Finalmente este trabajo pretende englobar un poco de lo que es este inmenso mar de conocimientos, información y porque no, diversión que se nos da en este inicio de milenio, el cual no es solo presionar una tecla, así de fácil...

...poca, a los grupos de usuarios, a los servicios cambiantes y en continua evolución. Con más de 80 millones de usuarios en todo el mundo, Internet se ha convertido en el medio de comunicación más extendido en toda la historia de la humanidad.

Hace no muchos años la palabra Internet pertenecía al vocabulario de un selecto grupo de personas que tenían el privilegio de poder acceder a esta red global de información. Estas personas, normalmente profesionales o estudiantes de informática, disponían de conexiones bastante lentas y una gama de servicios mucho más reducida que la actual, y desde luego mucho menos amistosa para el usuario.

Actualmente, el Internet constituye una fuente de recursos de información y conocimientos compartidos a escala mundial. Es también la vía de comunicación que permite establecer cooperación y colaboración entre gran número de comunidades y grupos de interés por temas específicos, distribuidos por todo el planeta.

ANTECEDENTES

Internet es una de las palabras más nombradas en los últimos años por quienes se aproximan a la tecnología, o a la informática. Esta palabra reúne un gran conjunto de denotaciones y connotaciones, de acuerdo a la época, a los grupos de usuarios, a los servicios cambiantes y en continua evolución. Con más de 80 millones de usuarios en todo el mundo, Internet se ha convertido en el medio de comunicación más extendido en toda la historia de la humanidad.

Hace no muchos años la palabra Internet pertenecía al vocabulario de un selecto grupo de personas que tenían el privilegio de poder acceder a esta red global de información. Estos personajes, normalmente profesionales o estudiantes de informática, disponían de conexiones bastante lentas y una gama de servicios mucho más reducida que la actual, y desde luego mucho menos amistosa para el usuario.

Actualmente, el Internet constituye una fuente de recursos de información y conocimientos compartidos a escala mundial. Es también la vía de comunicación que permite establecer cooperación y colaboración entre gran número de comunidades y grupos de interés por temas específicos, distribuidos por todo el planeta.

Babola Devel "Redes fáciles", edit. Prentice Hall, México, 1995

Se dice entonces que es un medio global ya que dentro del Internet es posible encontrar toda clase de software para una gran variedad de computadoras y sistemas operativos y de este modo se puede establecer una conexión con algunas de las miles de computadoras dedicadas a proveer, de forma gratuita, los archivos que poseen.⁷

Así pueden copiarse programas de uso público y aplicaciones comerciales para evaluación, incluidos juegos de computadora. Los fabricantes de hardware suelen tener servidores donde es posible obtener actualizaciones de los controladores (drivers) de sus productos.

A través de Internet pueden consultarse los catálogos de las bibliotecas más importantes del mundo, acceder a bases de datos con los temas más diversos y transferir copias de los documentos encontrados, es posible visualizar y copiar archivos de imágenes con fotografías de todo tipo o reproducciones de cuadros, pueden hacerse cosas como conversar a tiempo real dos personas separadas por miles de kilómetros de distancia pueden comunicarse a través de Internet escribiendo en la computadora.

Con el fin de continuar con parte de las investigaciones que se han realizado en el área de Internet, se han encontrado diversos documentos y páginas dentro de la red, entre los que destaca parte

⁷ Bobola, Daniel **"¡Redes fácil!**, edit. Prentice Hall, México, 1995.

del trabajo titulado "Internet Interconexión de Redes de Información" presentado por el profesor Felipe Guerrero del Instituto Universitario de Tecnología del año de 1995, su contenido se encontró información como: la Internet, como una vanguardia radiante de la interconexión de información, la Tecnología de información y educación, el Internet: Red de Redes, entre otros.

Además, aquí se encuentran documentos en los cuales hablan del tema Internet y su relación con los medios de comunicación, así como de diversas páginas dentro de la red, en donde obtengo información diversa, desde el significado de muchos términos empleados en este sistema, así como historia del mismo.

La primera tesis consultada de nombre "Internet un nuevo medio de comunicación", realizada por Jaramillo Estrada Fernando, alumno de la Universidad Vasco de Quiroga, en la cual se habla acerca de la historia del inicio del Internet, como es que se fue convirtiendo en un medio de comunicación, la relación que tiene con los otros medios como son la radio, la televisión y la prensa.

La segunda tesis consultada es "Internet, aísla o comunica", escrita por Alejandra Juárez Malpica, también de la Universidad Vasco de Quiroga en la cual nos podemos dar cuenta cómo el Internet es un medio que puede ser un arma de doble filo, tanto puede ser positiva como negativa, puede llegar a transmitir muchos mensajes. El Internet o es buen, o es malo.

El tercer documento que se consulto, es un recopilado, no una tesis que menciona interesantes datos sobre el Internet, escrito por Juan Carlos Espinosa de la Universidad Tecnológica, donde nos muestra, como es que ha llegado el Internet, a ser una herramienta dentro del nuevo milenio, donde se da a conocer más sobre su uso y nos adentra además en el lenguaje que se utiliza en él y como es su extensión, su poder y sus vías para llegar a ser un medio global.

La Defensa de los Estados Unidos "ARPA" (Advanced Research Project Agency) que su traducción quiere decir Agencia de Proyectos de

También otras tesis a las cuales se acudió con la finalidad de enriquecer el tema es: "La publicidad interactiva en Internet: una propuesta normativa", esta tesis escrita por Ramírez Benavides Yolanda y Griselda Ramírez Castillejo de la Universidad Vasco de Quiroga, me ayuda a descubrir cuales son las normas en las que el Internet interviene como medio de comunicación que tanto esta permitido que este medio pueda introducirse en el ente social y hasta donde rompe esa barrera.

1970: Se interconectaron las principales universidades y centros de

Otra de las tesis consultadas es la de "Internet: una nueva herramienta para el comunicólogo- propuesta" de la Universidad Nacional Autónoma de México, en esta tesis es realmente interesante ver el grado con que se identifica este medio a través de la comunicación, se presenta inclusive un esquema muy específico en como el Internet es un medio de comunicación sin duda trascendente.

1988: Japón se conectó y la administración del segmento no milite. Finalmente dentro de la misma red, se encontró más páginas que cuentan sobre la historia de este medio, su utilización, sus fuentes y todo lo relacionado a la realización de lo que hoy vemos dentro del Internet.

1989: Venezuela, tenía algún tipo de conexión a Internet.

La Internet, fue creada para uso de los científicos e investigadores de Universidades por una agencia del Ministerio de la Defensa de los Estados Unidos "ARPA" (Advanced Reserch Project Agency) que su traducción quiere decir Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada en su evolución encontramos los siguientes hechos importantes:

aparición de los módem de alta velocidad, y la

1969:La primera célula de la actual Internet se creó con Arpanet (Advanced Reserch Project Agency Network), un proyecto del Departamento de Defensa de EE.UU; fué el primer nombre de Internet.

más de 6 millones de hosts y más de 80 millones de usuarios conectados en todo el mundo.

1970: Se interconectaron las principales universidades y centros de investigación científica de EE.UU.

se hace prioritario el manejo de los recursos de la Tecnología de la Información como un complemento

1982:El Reino Unido se conectó a Internet, sirviendo como puerta de acceso a los países europeos y marcando el comienzo de la globalización a la red.

México, 1995

* López, J. (1996) *Guía de iniciación Internet Explorer 3.0*, España: Editorial Anel Multimedia

† Sánchez, J. (1996) *El camino fácil a Internet*, Serie Enter, España: Editorial McGraw Hill

1986: Japón se conectó y la administración del segmento no militar de la red se transfirió a NSFnet (National Science Foundation Network), quien mejoró la velocidad de las troncales o backbones de Internet.

1989: Venezuela, tenía algún tipo de conexión a Internet.

1992: Un millón de hosts conectados a Internet y el advenimiento de los servicios gopher yWorld Wide Web, abrieron una puerta de acceso a millones de personas.

1994:La masificación de los módem de alta velocidad, y la aparición de grandes y pequeños proveedores de acceso, potenciaron la irrupción del mundo comercial en Internet a través de la publicidad y el comercio electrónico.

1996:Más de 6 millones de hosts y más de 80 millones de usuarios conectados en todo el mundo.^{27 28 29}

Con el transcurrir del tiempo se hace prioritario el manejo de los recursos de la Tecnología de la Información como un complemento cultural para el hombre, en la actualidad, Internet, es una palabra

²⁷ Levine, John R. Y Carol Baroudi, **"Internet para inexpertos"**, edit. Limusa, México, 1995.

²⁸ López, E. (1996) **Guía de iniciación Internet Explorer 3.0**, España: Editorial Anaya Multimedia

²⁹ Sánchez, J. (1996) **El camino fácil a Internet, Serie Enter**, España: Editorial McGraw Hill.

de moda, está moviendo a la sociedad actual en un mundo virtual o electrónico, en donde el poder de la información tiene gran demanda y hay que estar preparado para estos cambios que se están presentando en el mundo electrónico paralelo, por esta razón esta investigación espera aportar el conocimiento para comprender el porqué los nuevos paradigmas se enfocan en Internet red de redes.

Internet está basada en elementos enlazados con centros de información o servidores para el público, en estos sitios se dan citas para buscar el nuevo poder que nace en la red **La Información** que ahora está disponible para todas las edades gracias a la unión de las computadoras, las telecomunicaciones y los proveedores de la red.⁹

Es evidente que el uso de la tecnología de la información transforma al individuo en un elemento de cambio que enfrenta a los nuevos paradigmas en su entorno diario, en la actualidad por cada segundo que transcurre nace una innovación en la red Internet, que enfrenta un mundo nuevo de transformaciones para la sociedad, el poder de la información esta disponible para cada ser humano que la consulta en la red y todo ser humano que tenga

⁹ Coppola R. **Qué es Internet** (1997, Mayo Año 3 Nro.12) Periódico PcNews Edición Informe Especial Internet en Venezuela

acceso a Internet tiene seguro el contacto con la información para enfrentar los nuevos retos del día a día.²⁰

El propósito de este estudio, es ofrecer una visión sobre los sitios que son visitados dentro de la red, porque son tan demandados y generan nuevas opciones las cuales están naciendo a la par del crecimiento de la misma, así como los conceptos básicos e influencia en la sociedad actual.

La importancia que tiene este estudio se basa en la falta de conocimiento que se tiene sobre el papel que la Internet cumple como medio de comunicación, ya que para muchos es una herramienta de información, para otros es una forma de entretenimiento y para otros es una forma de aprendizaje.³⁷

Además, es un mito el que consideren a los "Cibercafés", como lugares en donde solo se va a perder el tiempo ó a chatear, siendo que estos, son la vía en la que las personas que no tienen acceso directo en su hogar al Internet pueden llegar a cubrir una necesidad de conocimiento.

²⁰ Han, Harley, **"Internet, manual de referencia"**, edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

³⁷ Rodríguez Cortús Luis Manuel, **"Las nuevas tecnologías de información en las comunicaciones internacionales: Internet una tecnología sin fronteras o una telaraña de computadoras y de información"**, México 1998, V edit. Diana

Otros, no saben que tanto se puede lograr por medio del Internet, simplemente no son concientes del poder que pueden poseer y se limitan a utilizarlo de forma superficial, siendo que pueden cubrir muchas de sus necesidades de conocimiento e información.

a) Objetivo General

Descubrir el uso que le dan los jóvenes de 13 años al Internet cuando visitan los cibercafés de Miraflores, así como informar de que es lo que también se pueda encontrar dentro de la red y que es lo que no se sabe que puede proporcionar además de entretenimiento.

b) Objetivos Específicos

1. Identificar los cibercafés que tienen presencia en la ciudad y cuál es el porcentaje de jóvenes que existen.
2. Determinar las definiciones básicas de lenguaje propio del Internet.
3. Determinar las organizaciones que tienen mas presencia dentro de la red.
4. Conocer que es lo que los jóvenes saben sobre Internet, para determinar su nivel de información sobre la red.

PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

Los objetivos de esta tesis son dos:

a) Objetivo General

Descubrir el uso que le dan los jóvenes de 13 años al Internet cuando visitan los cibercafés de Morelia, así como informar de qué es lo que también se puede encontrar dentro de la red y que es lo que no se sabe que puede proporcionar además de entretenimiento.

b) Objetivos Específicos

1. Identificar los cibercafés que tienen presencia en la ciudad y cuál es el porcentaje de jóvenes que asisten.
2. Determinar las definiciones básicas de lenguaje propio del Internet.
3. Determinar las organizaciones que tienen mas presencia dentro de la red.
4. Conocer que es lo que los jóvenes saben sobre Internet, para determinar su nivel de información sobre la red.

5. Describir los diversos lugares y servicios en los que se tiene acceso a Internet.
6. Conocer la dinámica de servicio y acceso a los cibercafés.

Atendiendo a las orientaciones para la realización del trabajo especial de grado establecido por la Universidad Vasco de Quiroga, fue seleccionado la modalidad de Investigación de campo y un análisis de contenido por el tipo de estudio que se desea obtener.

En esta investigación se aplica el método funcionalista ya que se acerca lo más posible a la ideología que se maneja.

El funcionalismo nace entonces como las estrategias de investigación que predominaban en Gran Bretaña en los comienzos del XX.

Según los funcionalistas, la tarea principal de la antropología cultural consiste en describir las funciones recurrentes de las costumbres y las instituciones, antes que explicar los orígenes de las diferencias y similitudes culturales. Según uno de los principales funcionalistas, Bronislaw Malinowski, el intento de descubrir los orígenes de elementos culturales estaba destinado a ser especulativo y no científico debido a la ausencia de registros escritos. Una vez que hayamos entendido la función de una institución, según Malinowski, habremos entendido todo lo que podemos comprender sobre sus orígenes.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Atendiendo a las orientaciones para la realización del trabajo especial de grado establecido por la Universidad Vasco de Quiroga, fue seleccionado, la modalidad de Investigación de campo y un análisis de contenido por el tipo de estudio que se desea obtener.

En esta investigación se aplica el método funcionalista ya que se acerca lo más posible a la ideología que se maneja.

El funcionalismo nace entonces como las estrategias de investigación que predominaban en Gran Bretaña en los comienzos del XX.

Según los funcionalistas, la tarea principal de la antropología cultural consiste en describir las *funciones* recurrentes de las costumbres y las instituciones, antes que explicar los orígenes de las diferencias y similitudes culturales. Según uno de los principales funcionalistas, Bronislaw Malinowski, el intento de descubrir los orígenes de elementos culturales estaba destinado a ser especulativo y no científico debido a la ausencia de registros escritos. Una vez que hayamos entendido la función de una institución, adujo Malinowski, habremos entendido todo lo que podemos comprender sobre sus orígenes.

A.R. Radcliffe-Brown fue el primer partidario del funcionalismo-estructural. Según Radcliffe-Brown, la principal tarea de la antropología cultural era aún más estrecha que la propuesta por Malinowski. Mientras que Malinowski recalca la contribución de los elementos culturales al bienestar biológico y psicológico de los individuos, Radcliffe-Brown y los funcionalistas estructurales hacían hincapié en la contribución del bienestar biológico y psicológico de los individuos al mantenimiento del sistema social. Para los funcionalistas estructurales, la función de mantener el sistema tenía prioridad sobre todas las demás. Pero, como Malinowski, los funcionalistas estructurales etiquetaron todos los intentos de encontrar los orígenes como historia especulativa.

Así, el funcionalismo evade la cuestión de las causas generales y recurrentes de las diferencias culturales, mientras que recalca las razones generales, recurrentes y funcionales de las similitudes. Este rasgo les coloca aparte tanto de los difusionistas como de los evolucionistas del XIX.

Tampoco muestra el funcionalismo simpatía por el particularismo histórico de Boas. Pero, al igual que Boas y sus estudiantes, los funcionalistas recalcan la importancia de llevar a cabo un trabajo de campo, insistiendo en que sólo dos o más años después de sumergirse en la lengua, pensamiento y acontecimientos de otra cultura los antropólogos podrían proporcionar descripciones etnográficas válidas y fiables.

En pocas palabras, el funcionalismo es una teoría que considera a la sociedad como un conjunto de partes que funcionan para mantener el conjunto y en la que el mal funcionamiento de una parte obliga al reajuste de las otras.

La idea de que la sociedad consiste en un conjunto de instituciones relacionadas que trabajan en favor del sistema en su conjunto se remonta, en la época moderna, a los escritos de Maquiavelo, y fue desarrollada por Montesquieu y los ilustrados.

Debido a su insistencia en el mantenimiento del sistema, el funcionalismo ha sido a veces criticado por parecer una ideología reaccionaria. Desde luego, en el estudio de sociedades complejas es difícil aplicar modelos funcionalistas, especialmente en sociedades de clases que conceden una gran importancia al conflicto, aunque los intentos de aplicación de la teoría de sistemas y la obra sociológica de Talcott Parsons han arrojado importantes modelos de comprensión funcionalista de las sociedades complejas.

Es importante destacar que se realizará un proceso sistemático de indagación, organización, búsqueda, selección, lectura, análisis e interpretación de información, extraídas de experimentación de campo y documentos existentes en un problema basado en una estrategia de análisis de documentación con el fin de encontrar la solución a interrogantes planteadas.⁶

⁶ Bellorín M. Luisa **Técnica de Documentación e Investigación I**. Estudios Generales I Editorial Universidad Nacional Abierta Caracas Venezuela Primera Edición Septiembre 1992

Para la recolección e la información, el esquema a seguir en esta investigación, está basado en la presentación y formulación de un problema, formulación de objetivos, revisión de la documentación referente al problema, recolección, análisis de la información y presentación de los resultados.⁴³

Es así como en base de este método que se aplicará una encuesta que permitirá reconocer que tanto saben de Internet, que buscan en este medio y cuanto tiempo pasan con él.⁶

Para tal selección de información, se plantea realizar una encuesta con el objetivo de determinar cuantos son los jóvenes que visitan los cibercafés, porque lo hacen, cuales son las páginas que más frecuentan y que tan fácil es tener este servicio para ellos.

Fuentes primarias como libros, revistas que incluyen las fuentes que aportan información original entre el autor y el lector. Otras fuentes secundarias fueron artículos de prensa sobre estudios realizados en Internet y direcciones World Wide Web, por ser el más novedoso esquema de organización de información y acceso a servicios de Internet.⁶

⁴³ . Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2001. © 1993-2000 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

⁶ Bellorín M. Luisa **Técnica de Documentación e Investigación I**. Estudios Generales I Editorial Universidad Nacional Abierta Caracas Venezuela Primera Edición Septiembre 1992

Debemos, entonces definir las variables, las cuales serían jóvenes mayores de 15 años, los cuales visiten los cibercafés más importantes de nuestra ciudad, con un promedio de cincuenta encuestas por cada cibercafé, tomando en cuenta que se quiere tener una muestra de 100 cibercafés, es decir 500 sabremos lo que opinan alrededor de 500 usuarios de nuestra ciudad.

Las preguntas a aplicar serían:

- ¿Con qué frecuencia visitas un cibercafé?
a) 1 o 3 veces por semana b) 3 o 5 veces por semana c) cada 15 días
- ¿Qué información buscas en Internet?
a) Noticiosa b) De entretenimiento c) Los Chats
- ¿Cómo conoces las páginas de Internet que visitas?
a) por revistas b) por amigos c) por otros sitios web
- ¿Cómo crees que sea la información que existe en el Internet?
a) buena b) mala c) regular
- ¿Es fácil para ti tener acceso a este medio?
a) si b) no
- ¿Por qué visitas este cibercafé?
a) por la ubicación b) por el precio

Además, se obtendrán las variantes de edad y sexo, únicamente. El levantamiento de dicha encuesta se efectuará durante un mes, en los 100 cibercafés más representativos de la ciudad, dividiendo esta en 4 zonas y aplicándolas directamente.

Las respuestas serán cerradas o en caso de ser lo contrario se pedirá que se conteste de forma breve o resumida.

Entre las limitaciones de la investigación, está en los constantes cambios que se presentan en el área tecnológica y las formas de acceder o disponer de ellas, en nuestro país este tipo de información llega a través de diversos medios como son revistas y por el mismo Internet, el cual se ha convertido en el principal medio para acceder la información sobre nuevas tecnologías y como usarlas, aunque este no nos ofrezca todas las respuestas que solicitamos.⁶

⁶ Bellorín M. Luisa **Técnica de Documentación e Investigación I**. Estudios Generales I Editorial Universidad Nacional Abierta Caracas Venezuela Primera Edición Septiembre 1992

HIPÓTESIS

- Los jóvenes de 13 a 29 años de la ciudad de Morelia usan de manera parcial los servicios de Internet cuando visitan los cibercafés.
- Los jóvenes de 13 a 29 años de la ciudad de Morelia acceden a los cibercafés como un medio de entretenimiento.

INTERNET Y SUS
ALCANCES

1.1 ¿QUÉ ES INTERNET?

Internet puede ser definida como "Una red de redes de computadoras" que se encuentran interconectadas a lo largo del mundo, el dueño de Internet simplemente cada usuario paga su conexión para llegar a la red.

Para que un medio de comunicación se adopte por la sociedad debe recorrer un camino largo. El teléfono llegó a millones de personas y la televisión solo tardó 10 años en llegar a la misma cantidad de gente, hoy dichos medios tienen una llega masiva.

Internet apenas tardó 3 años en llegar al mismo número de personas y hoy será un elemento de comunicación más en la vida cotidiana.

En 1997 los usuarios de Internet eran aproximadamente 2 millones en EE.UU. y 1 millón en el resto del mundo.

Nació en EE.UU. como un proyecto de la DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) para permitir a los investigadores intercambiar información entre sí en distintos lugares geográficos y distantes.

El primer protocolo de comunicación que se usaba en Internet debía soportar un ataque nuclear sin perder la conexión con el resto de los sitios, constaba de 4 computadores interconectados y se denominaba ARPANET. En 1972 ya había crecido a 37 computadores y se denominó ARPANET, la aplicación más utilizada en ésta era el correo electrónico. En 1984 la NSF (National Science Foundation) estableció la NSFNET para la investigación académica que ya estaba basada en la ARPANET para la investigación académica que ya estaba basada, también la NSFNET se saturó hacia mediados de 1987 y no

1.1 ¿QUÉ ES INTERNET?

Internet puede ser definida como "Una red de redes de computadoras" que se encuentran interconectadas a lo largo del mundo, nadie es dueño de Internet simplemente cada usuario paga su conexión hasta llegar a la red.

Para darse una idea de cómo internet se incorpora a la sociedad se debe recordar que la radio demoró 28 años en llegar a 40 millones de personas y la televisión solo tardó 10 años en llegar a la misma cantidad de gente, hoy dichos medios tienen una llegada masiva. Internet apenas tardó 3 años en llegar al mismo número de personas y pronto será un elemento de comunicación más en la vida cotidiana. Se calcula que en 1997 los usuarios de Internet eran aproximadamente 100 millones y se estima que serán 300 millones para el 2000.

Nació en EEUU como un proyecto de la DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency). La misma buscaba intercambiar información entre los investigadores, científicos y militares, ubicados en distintos sitios distantes.

La red debía soportar un ataque nuclear sin perder la conexión con el resto de los sitios, constaba de 4 computadores interconectados y se llamaba DARPANET. En 1972 ya había conectados 37 computadores y pasó a denominarse ARPANET, la aplicación más utilizada en ésta era Telnet para luego pasar a ser el e-mail o correo electrónico. Hacia 1984 la NSF (National Science Foundation) estableció la NSFNET paralela a la ARPANET para la investigación académica que ya estaba saturada, también la NSFNET se saturó hacia mediados de 1987 y no

precisamente por la actividad académica. En éste año se redimensionó totalmente la NSFNET, con un acceso más rápido, con modems y computadoras mas veloces, a ellas podían ingresar todos los países aliados de EEUU. En los 90's se empieza a conocer como en la actualidad, La red o Internet y se abrió para todo aquel que pudiera conectarse. El protocolo utilizado en esta gran red es TCP/IP, TCP (Transfer Control Protocol) se encarga de contabilizar las transmisión de datos entre computadores y registrar si hay o no errores, mientras que IP (Internet Protocol) es el que realiza realmente la transferencia de datos.

Internet se conoce desde hace muchos años como la red de redes. Para José Daniel Sánchez Navarro (1.996), en su libro el "*Camino fácil a Internet*", define a la red como "Una gran comunidad de las que forman parte personas de todo el mundo, que usan sus computadoras para interactuar unas con otras, y con la posibilidad de obtener información" (p.1).

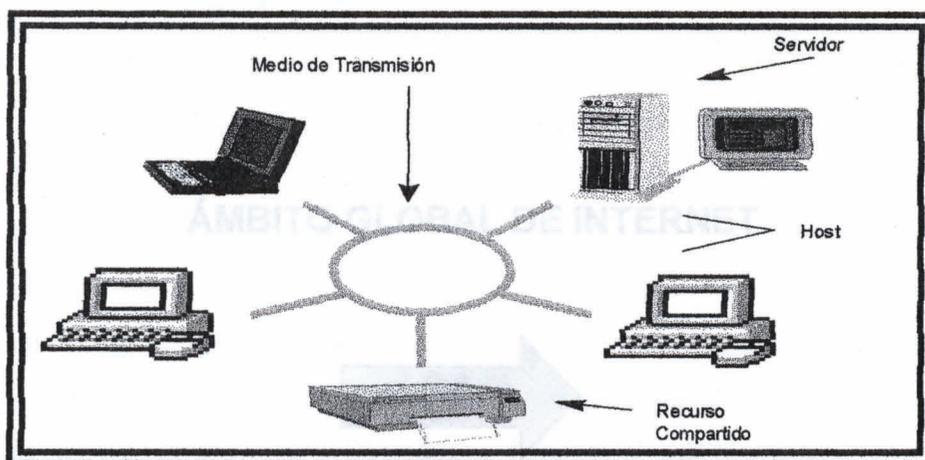
Para entender él por qué de esta corta definición red de redes, se requiere una aproximación técnica al campo de las redes de computadoras, según la Enciclopedia de redes de Ton Sheldon (1.996), una red de computadoras es "Un sistema de comunicación de datos que enlaza dos o más computadoras y sus dispositivos en un conjunto de equipos de interconectados permanentemente de alguna manera, de forma que la capacidad operativa de la red es mayor que la suma de las capacidades de cada equipo" (p. 714).

Las redes de computadoras surgen cuando hay la necesidad de centralizar o distribuir la información, recursos o servicios de una

instalación informática, tales como los archivos y documentos de los usuarios, las aplicaciones o paquetes que se utilizan, las impresoras y dispositivos de almacenamiento como discos duros, y los canales de comunicación con entidades externas, entre otros.

Las computadoras que integran una red se interconectan a través de un medio de transmisión (ver figura 1, Los medios de comunicación). Estos equipos adoptan el nombre genérico de host y pueden ofrecer servicios a los otros hosts de la red, en cuyo caso se denominan servidores, o utilizar servicios provistos por otros servidores, en cuyo caso se les llama clientes.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNET



FUENTE: "Usos educativos de la computadora" PAG. 67

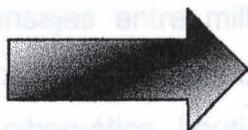
La forma que resulta de la interconexión de los hosts a través del medio de transmisión se denomina "Topología". Es frecuente ver en muchas instalaciones de redes locales topologías en forma de anillo, de estrella o de bus (lineal). Como en todo proceso de comunicación, antes, durante y después de efectuar la transmisión de un mensaje se requiere de un conjunto de rutinas para establecer la comunicación, mantenerla y finalizarla, a estas rutinas se les llama protocolos.

Las redes de computadoras utilizan protocolos estándares, muy bien definidos, como IPX/SPX en redes Netware y TCP/IP en redes Ethernet.

Ahora puede entenderse qué significa Internet como la red de redes: miles de redes de computadoras en todo el mundo, interconectadas a través de diferentes medios físicos de transmisión, todas utilizando el protocolo de comunicación de TCP/IP.

Sin embargo, es más útil entender a Internet como un conjunto de amplios servicios que resultan la manera más fácil y económicos de establecer y mantener comunicación con el resto del mundo, de conseguir toda la información necesaria en el ámbito global (ver figura 2 Ambito Global de Internet), y de hacer negocios o mejorar la efectividad de los ya existentes.

ÁMBITO GLOBAL DE INTERNET



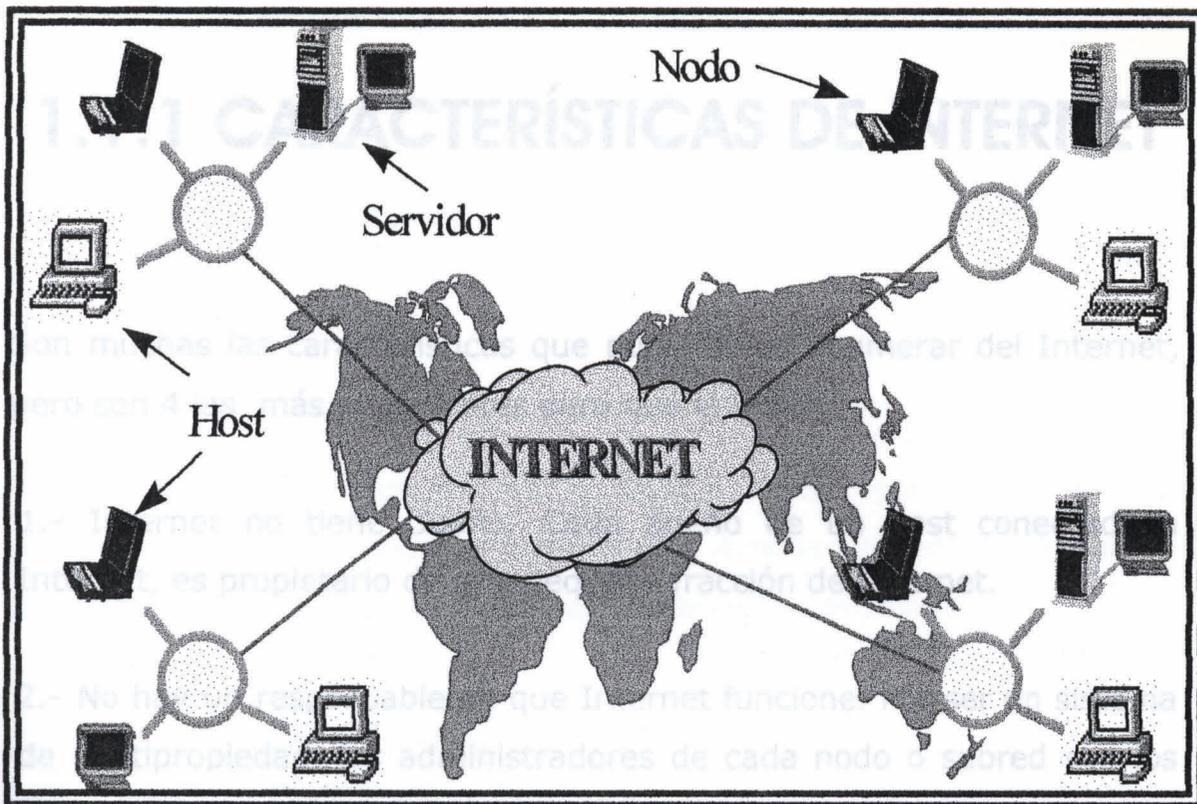


Figura: 2 "Usos educativos de la computadora" PAG. 70

El nodo es el punto en que se conectan los demás equipos. La principal ventaja que tiene Internet es de establecer y mantener comunicación con el resto del mundo se consigue principalmente a través del correo electrónico, que permite el intercambio de mensajes entre millones de usuarios individuales y empresas, donde cada uno posee una dirección electrónica, una especie de nombre o cédula de identidad cibernética, bautizo inicial de todos los que entran en el ciberespacio.

En resumen Internet es el primer medio global que a través de la interconexión de miles de redes informáticas en todo el mundo, nos permite comunicación dialógica, capacidad de obtener y publicar información de la manera más sencilla y económica disponible a millones de usuarios individuales y corporativos siendo un poderoso instrumento para establecer contactos comerciales y hacer negocios en el ámbito mundial sin que la distancia geográfica influya en los costos.

1.1.1 CARACTERÍSTICAS DE INTERNET

1.1.2 SERVICIOS DE INTERNET

Son muchas las características que pudiéramos enumerar del Internet, pero son 4 las más importantes para que el lector.

1.- Internet no tiene dueño. Cada dueño de un host conectado a Internet, es propietario de una pequeña fracción de Internet.

2.- No hay un responsable de que Internet funcione. Por ser un sistema de multipropiedad, los administradores de cada nodo o subred son los únicos responsables de estar conectados a Internet.

3.- No existen leyes en Internet. Los servicios de Internet definen una forma de comunicarse y de gestionar información, más no determinan los contenidos comunicativos o informativos.

4.- No impone barreras de edad, raza, sexo, condición social o política. Más de 80 millones de usuarios de todo el mundo se comunican a través de Internet en forma privada o en foros públicos, apartando muchas veces los problemas étnicos, políticos y generacionales que los separan en la realidad.²⁶

²⁶ Krol, Ed, **"Conéctate al mundo de Internet, Guía y Catálogo"**, edit. Mc Graw Hill, México 1995.

1.1.2 SERVICIOS DE INTERNET

Se ha dicho que Internet es el nuevo medio por excelencia de comunicación y de gestión de información. Ambas vertientes se realizan a través de los servicios disponibles, que pueden resumirse así:

- **Servicios de comunicación.**

- Correo electrónico (E-Mail)
- Foros de debate o grupos de noticias
- Conferencia electronicas (Chat).

- **Servicios de Información**

- Sesiones remotas (telnet)
- Transferencia de Archivos (FTP).
- Dirección de Información (Gopher)

- **El World Wide Web (WWW).**

A continuación se explica cada uno de estos servicios.

A.-CORREO ELECTRÓNICO (E-MAIL)

Utilizando el correo electrónico se pueden enviar mensajes, y en general cualquier tipo de información digitalizada, a un usuario de la red situado en cualquier parte del mundo.³²

Esta herramienta es una de las más utilizadas en Internet debido al ahorro de tiempo que supone (los mensajes pueden viajar de una punta a otra de la Red en segundos), y a la variedad de información que es posible enviar, y que de otra forma resultaría, en algunos casos, imposible. Además utilizando Internet Explorer 3.0, se facilita esta operación de manera considerable puesto que incluye la herramienta Internet Mail de fácil manejo.²⁰

Los mensajes de correo electrónico se identifican con las direcciones electrónicas de los usuarios remitente y destinatario, e incluyen campos adicionales con la fecha de envío del mensaje, el tema o subject, un título del contenido, y pueden incluirse anexos o attachments: documentos elaborados con aplicaciones de optimización de oficina, imágenes, archivos de sonido o vídeo, y hasta programas.²⁶

³² **Más de un millón de usuarios de Internet en Latinoamérica**, (1997, Junio 22)

El Universal p. 2-8 sección de Tecnología.

²⁰ Han, Harley, "**Internet, manual de referencia**", edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

²⁶ Krol, Ed, "**Conéctate al mundo de Internet, Guía y Catálogo**", edit. Mc Graw Hill, México 1995.

C.- DIRECTORIOS DE INFORMACIÓN.

Es un servicio de acceso a otros servidores de información por medio

B.- CONFERENCIA ELECTRÓNICA

Es otro servicio extendido de la red, IRC Chats o Internet Relay Chat (Charla), permite que el usuario se conecte a un programa para mantener una conversación por medio de intercambio instantáneo de mensajes en grupo, entre las modalidades existen habitaciones para charla, o canales de conferencia electrónicas, en los que se conversa sobre un tema en particular como ciencia - ficción, tecnología, cine o chistes, cuando un mensaje es escrito en una sección aparecen casi simultáneamente en las pantallas de los usuarios interlocutores.³⁶

³⁶ Rodríguez Espinosa Juan Carlos, Internet herramienta de un nuevo milenio, Trabajo de investigación del Tecnológico de Morelia

C.- DIRECTORIOS DE INFORMACIÓN.

Es un servicio de acceso a otros servidores de información por medio de clasificación de archivos en forma de directorios que sirven de puerta de acceso, actualmente los servidores gopher han migrado al www.²⁶

D.- WORLD WIDE WEB

Este servicio no estaba incluido en Internet inicialmente, pero es el que más ha contribuido a la difusión de la Red, hasta el punto de que hablar de Internet sea, para muchos, prácticamente equivalente a hablar de WWW, como también se le conoce.

World Wide Web es un conjunto de miles y miles de documentos multimedia situados en computadoras de todo el mundo, a los cuales es posible acceder utilizando un programa denominado navegador. Estos documentos se caracterizan por estar escritos en un lenguaje especialmente desarrollado para ello, HyperText Markup Language (HTML), y por contener enlaces hipertexto que permiten conectar con otros documentos, formando así, todos ellos, una gran tela de araña mundial.²⁰

²⁶ Krol, Ed, **"Conéctate al mundo de Internet, Guía y Catálogo"**, edit. Mc Graw Hill, México 1995.

²⁰ Han, Harley, **"Internet, manual de referencia"**, edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

En el Web, la idea de hipertexto va más allá. La unidad básica de información es la página web; cada página puede contener texto y enlaces, pero también elementos multimedia como imágenes, sonido y hasta vídeo, que a su vez puede ser enlaces. Por eso se dice que más que hipertexto, el Web es hipermedia.^{hem2}

Estas cifras indican, por ejemplo, que en el siglo XXI los usuarios de Internet podrían alcanzar la cifra numérica de los que ven televisión actualmente. En resumen, Internet se está convirtiendo en una realidad de nuestro tiempo y puede provocar una pequeña revolución en nuestra forma de vida, del mismo modo que lo han hecho los teléfonos móviles o los discos compactos.

Este fenómeno ha atraído los intereses de multitud de empresas de todos los sectores, que ven en Internet un vehículo ideal para actividades comerciales, técnicas o de marketing, además de un medio de distribución directa de software y en general de información de todo tipo.²⁰

²⁰ Juan José Holguín. "Internet, vía a comunicar. Investigación realizada a estudiantes de comunicación y periodismo". Tesis de la UVAQ, diciembre del 2000.

^{hem2} Tejeda, Luis Felipe, **"Qué es la web"**, en Revista Telemundo, director: José Antonio Fernández F. No. 30 Julio-Agosto 1996.

a) INTERNET 2

1.1.3 EL CRECIMIENTO DE INTERNET

Este es un proyecto alternativo a lo conocido en nuestros días y se basa en crear una estructura de fibra óptica para una nueva red internacional para fines de investigación académica y servicios sociales.

Estas cifras son aún más sorprendentes si consideramos que el crecimiento actual del censo de usuarios de Internet es aproximadamente de un diez por ciento mensual. Según estas estimaciones, en el año 2000 el número de personas conectadas a la Red podría superar los trescientos millones.

Estas cifras indican, por ejemplo, que en el siglo XXI los usuarios de Internet podrían alcanzar la cifra numérica de los que ven televisión actualmente. En resumen, Internet se está convirtiendo en una realidad de nuestro tiempo y puede provocar una pequeña revolución en nuestra forma de vida, del mismo modo que lo han hecho los teléfonos móviles o los discos compactos.

Este fenómeno ha atraído los intereses de multitud de empresas de todos los sectores, que ven en Internet un vehículo ideal para actividades comerciales, técnicas o de marketing, además de un medio de distribución directa de software y en general de información de todo tipo.²³

²³ Juárez Alejandra Malpica, **"Internet, aisla o comunica, investigación realizada a estudiantes de comunicación y periodismo"**, Tesis de la UVAQ, diciembre del 2000.

a) INTERNET 2

Este es un proyecto alternativo a lo conocido en nuestros días y se trata de crear infraestructura de fibra óptica para una nueva red internacional para fines de investigación académica y servicios sociales con valores superiores de confiabilidad, flexibilidad y mayor ancho de banda que la convertirá en una red de alta velocidad.

Internet 2 aparece como un proyecto de la Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet Avanzado (UCAID) impulsado principalmente por el gobierno de Estados Unidos bajo la idea de conectar mediante una red de alta velocidad a universidades y centros de investigación bajo el patrocinio de más de 40 empresas de la industria de cómputo y telecomunicaciones.⁴¹

Como se publicó el 15 de Marzo de 1999 en el periódico Reforma: "La primera muestra de lo que será Internet2 inició sus operaciones el 24 de febrero de ese año. La red, cuyo nombre es Abilene, desarrollada por la UCAID en colaboración con Cisco Systems y Nortel Telecom., utiliza la infraestructura de fibra óptica de Qwest Communicacitons International y permite el intercambio de información a velocidades de 2.4 gigabytes por segundo.

En total, Albine cuenta con 32 puntos de acceso a lo largo de Estados Unidos, da servicio a 64 miembros y entre sus objetivos principales se encuentra el servir de columna vertebral para la disponibilidad para

⁴¹ LÓPEZ, ERNESTO. **"Se acerca Internet2, en Reforma, Sección "A","** 15 de marzo de 1999, p.1.

aplicaciones avanzadas; ser una red independiente para prueba y demostración de alta capacidad; definir estándares de "calidad servicio", multicasting y seguridad avanzada; además de ser una red independiente para investigación sobre redes".⁴¹

El proyecto Internet2 no es una red material que reemplazará a la Internet actual. Mejor dicho, la meta de la Internet2 es el unir a las instituciones con los recursos para desarrollar nuevas tecnologías y posibilidades que pueden desplazarse dentro de la Internet global. Las universidades mantendrán y continuarán teniendo un crecimiento substancial en el uso de las conexiones existentes de Internet, que podrán seguir obteniendo de sus proveedores comerciales.

Aún más, el sector privado es todo un socio en este proyecto y se beneficiará con las aplicaciones y tecnologías desarrolladas por los miembros de la Internet2.

La Internet2 cuenta con más de una docena de compañías reconocidas como socios en este esfuerzo. Así como el correo electrónico (e-mail) y la World Wide Web, son una herencia de inversiones anteriores en las redes de investigación académicas y federales, la herencia de Internet2, será la tecnología adoptada por y desplegada por las redes de comunicación comerciales.

Dentro del Internet2, la importancia está en las universidades, ¿por qué?, pues porque son la fuente principal de demanda tanto por las tecnologías de intercomunicación como por el talento necesario para ponerlas en práctica. Las misiones de educación e investigación más y

⁴¹ LÓPEZ, ERNESTO. **"Se acerca Internet2, en Reforma, Sección "A",**" 15 de marzo de 1999, p.1.

más requieren la colaboración de personal y de equipo situado en los campus a través de todo el país. Estos son exactamente los tipos de tareas que no son posible con la Internet actual y las que necesitan las tecnologías que la Internet2 se propone crear.³⁶

Con el objetivo de promover y coordinar el desarrollo de redes de telecomunicaciones y cómputo, enfocadas al desarrollo científico y educativo en México, el 8 de abril, se oficializó en los Pinos la constitución de la Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet (CUDI), con la presencia, como testigos de honor, del aquel entonces Presidente de la República, Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León y los Secretarios de Educación Pública, Lic. Miguel Limón Rojas y de Comunicaciones y Transportes, Lic. Carlos Ruiz Sacristán.

Y quienes conforman esta asociación denominada CUDI:

- El Centro de Investigación Científica de Educación Superior de Ensenada
- El Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)
- Universidad Anáhuac del Sur (UAS)
- Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH)
- Universidad Autónoma de Coahuila (UACOAH)
- Universidad Autónoma de Colima (UACOL)
- Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT)
- Universidad del Valle de México (AVM)
- Universidad Iberoamericana (UI)
- Universidad Tecnológica de México (UTM)

³⁶ Rodríguez Espinosa Juan Carlos, **Internet herramienta de un nuevo milenio**, Trabajo de investigación del Tecnológico de Morelia.

1.3 LISTA DE LOS PRINCIPALES CHATS EN MORELIA

1.2 ¿QUÉ ES UN CHAT?

Aproximadamente en el año 2000 se creó la Asociación Moreliana de Cybercafés (A.M.C.), en donde el objetivo era de unificar criterios de los servicios de venta de equipo de cómputo con acceso a Internet y atención a clientes, basados siempre en las normas de calidad. Chatear es la forma más fácil de comunicarse y hacer amigos en Internet. Un chat, es un programa que nos permite conversar en tiempo real con otros usuarios. Los chats se dividen en "canales", "habitaciones" o "rooms", normalmente por temas de conversación. Al entrar al chat necesitaras un "nick" un nombre o seudónimo por el que los demás te conocerán. Puedes registrar tu nick para que nadie mas pueda usarlo.

Las normas de comportamiento en un chat son básicamente las mismas que para cualquier reunión de personas; no seas grosero, intenta ser educado, no repitas frases, no uses script, escribir en mayúsculas resulta muy molesto. En general no hagas nada que pueda molestar a otros usuarios.

Y aunque ya no sigue vigente esta asociación, cabe destacar la importancia de generar una similar con la finalidad de ofrecer un mejor servicio al cliente.

Entre los cybercafés que formaron parte de esta asociación y que todavía existen está el siguiente listado:

1.3 LISTA DE LOS PRINCIPALES CHATS EN MORELIA

Aproximadamente, hace 4 años, se creó una Asociación Michoacana de Cybercafés (A.M.C.), en donde el objetivo era de unificar criterios de los servicios de renta de equipo de cómputo con acceso a Internet y atención a clientes, basados siempre en las normas de calidad.

Esta asociación trabajaba con cuatro capítulos y 17 artículos en donde se aclaran funciones y objetivos fundamentales de la misma así como sus fundadores y la forma en que estaba distribuida, así como la forma de poder ingresar a esta asociación y por supuesto como mantenerse dentro de ella. (ANEXO CÓDIGO DE LA A.M.C.)

Finalmente se dan las recomendaciones para una adecuada instalación eléctrica y de red de un cybercafé, tales como medidas de seguridad del equipo y del local a prestar dicho servicio, así como el adecuado manejo de las instalaciones eléctricas.

Y aunque ya no sigue vigente esta asociación, cabe destacar la importancia de generar una similar con la finalidad de ofrecer un mejor servicio al cliente.

Entre los cybercafés que formaron parte de esta asociación y que todavía existen está el siguiente listado:

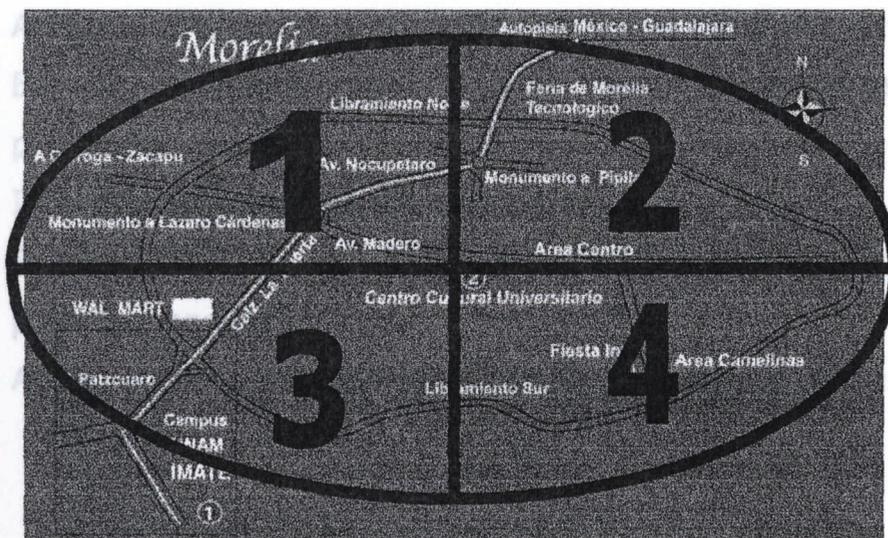
Chapultepec Norte

CYBERCAFÉ	DIRECCIÓN
CyberNet	Ventura Puente 1341-B col. Electricistas
Technical Memory	Gigante Plaza Morelia Local F-8,9,10
Comput Studio	Fray Pedro de Gante # 37 Col. 5 de Mayo
ImagiNet	InterCreative
Cyber World Cafe	Lomas del Valle Loma del Rey # 270-A
Intersol-Internet y Soluciones Avanzadas	Acero #373 esq. Av. Guadalupe Victoria
Velmon	Frco. Márquez # 302 col. Chapultepec Sur
Cibercafé Campestre	Col. Rincón Campestre Benefactor de Zitacuaro
Cyberigo	Nicolás Bravo # 625-B col. Juárez
ComMart	Manuel Muíz # 630 col. Centro
La Charla.com	Plan de Ayala col. Centro
C.com	Virgo # 144 Fracc. Cosmos
Gerardo Fuentes	Constituyentes de Oro # 113-D Fco. J. Mújica
@.com	Cerro de Villachuato # 399 Lomas del Tecnológico
Inter. 2000	Manuel Romero de Torrados # 404- B
Enluzz.com	Aquiles Serdan #630 Col. Centro
Cybermilenium 2000	Av. Madero Ote. # 739
Zasnet	Bartolomé de las Casas # 511 Col. Centro
Shareweb	Av. Madero # 433
Intenet. Mas	Panamá # 20 int. 3 col. Las Américas
Morelia SKA	Bartolomé de las Casas
Gigante Café	Av. Lazaro Cárdenas #2975 int.

	Chapultepec Norte
Sistemas Creativos	Av. Guadalupe Victoria Col. Prados Verdes
Chat Room Café	Nigromante 132-a Col. Centro
El Rincón café Net	Av. Acueducto # 303 int. 8
La Red Club	Av. Periodismo # 486 Col. Nuevo Valladolid
Nanchan	Artilleros del 4i7 # 1364-1 Col. Chapultepec Norte
El Sotano	Av. Lázaro Cárdenas # 1760-D
CEA	Col. Centro
Cyber Aventura	Av. Lázaro Cárdenas
Planet Communication	Dr. Miguel Silve # 19 Col. Centro

Actualmente se estima una existencia de más de 500 cybercafés dentro de nuestra ciudad, distribuidos por todo Morelia concentrándose en su mayoría en la zona centro.

Mapa de Morelia y las 4 regiones en que se dividió para el levantamiento de encuestas y como están distribuidos los principales chats en nuestra ciudad.



1.4 LA PUBLICIDAD DENTRO DE LA INTERNET

Para tener un acceso verás dentro de la red y propiciar el contacto comercial entre el emisor y el receptor se toman en cuenta las siguientes ventajas y desventajas de la publicidad en Internet.

VENTAJAS

- Acceso a la información las 24 horas
- Interacción directa con el cliente
- Cobertura nacional e internacional
- Disminución de costos de operación
- Incorporación de la micro, pequeñas y medianas empresas al comercio internacional
- Promoción de ventas
- Apoyo a canales de distribución
- Consulta especializada por clientes con verdadero interés
- Atención al segmento específico al que va dirigido el producto
- Espacio suficiente para detallar las características de los productos
- Información gratuita para el cliente
- Impacto mundial, lo cual se puede traducir en exportaciones para la empresa
- Apoyo a imagen institucional como una empresa de vanguardia.

DESVENTAJAS

- Se necesita equipo de cómputo y una suscripción a Internet
- El idioma en que esté diseñada la página limita al público interesado
- Requiere de conocimiento en cómputo.³⁵

³⁵ Ramírez Benavides Yolanda y Griselda Ramírez Castillejo, **"La publicidad interactiva en Internet: una propuesta normativa"**, México 2000.

1.5 INTERNET, PRODUCTO O SERVICIO

La simbiosis entre informática y telecomunicaciones, y el paso de las transmisiones analógicas a las digitales, están transformando profundamente no sólo la calidad de las redes sino su propia naturaleza.

Se ha impuesto históricamente una organización del espacio económico definida en función de la infraestructura de comunicaciones del tipo de carreteras, vías fluviales, red ferroviaria, etc., su localización se ha centrado en torno a dicha infraestructura, especialmente en sus puntos de confluencia.

Han sido necesarias ciertas etapas para llegar a la superación de la idea que las redes son simples infraestructuras. Recientemente se ha abierto un nuevo terreno de análisis que considera a las redes de telecomunicación como un verdadero espacio económico donde se producen, se intercambian y se consumen servicios.

Internet no se trata simplemente de una infraestructura a través de la cual transita la información, sino de lugares de transformación de las propias informaciones o bien lugares de producción de servicios.³²

Además, la red se convierte en un lugar de transacción económica y, por consiguiente, en un mercado, los actores que pueden acceder a

³² **Más de un millón de usuarios de Internet en Latinoamérica**, (1997, Junio 22) El Universal p. 2-8 sección de Tecnología.

este mercado son todos aquellos que estén conectados a la red. La geografía del mercado está definida por la extensión de la red, los productos cambian sus funciones de acuerdo con las características técnicas y físicas de los lugares a donde llegan, las transacciones financieras son realizadas y controladas por la red Internet, donde se seleccionan los clientes y se organiza la producción y comercialización de los servicios.

Hoy es posible por ejemplo: ofrecer a todos los usuarios un servicio que consiste en el acceso directo e individual a los productos audiovisuales recogidos en las videotecas mediante un mando a distancia, se puede ordenar y recibir directamente en el propio televisor, con una tarifa preestablecida y controlada por la propia red; un programa audiovisual disponible dentro de la videoteca incluye el servicio seleccionado por catálogo.

Dadas sus características las empresas editoriales, discográficas y audiovisuales están muy interesadas en la expansión de las redes de mercado, porque éste cambio representa para ellas la única posibilidad de reducir sensiblemente los precios, con el fin de aumentar su competitividad y ampliar su mercado.³²

Entre las diversas empresas incorporarse a Internet es entrar al nuevo mundo de las tecnologías, lo que propicia estar a la vanguardia y ofrecer mejores servicios. "El acceso a la red, al menos en la fase inicial ha sido visto como una nueva forma de status para las empresas y sus ejecutivos en diversos países del mundo. La incorporación de los servicios en línea es paulatina, sobre todo fuera de los Estados Unidos.

³² **Más de un millón de usuarios de Internet en Latinoamérica**, (1997, Junio 22) El Universal p. 2-8 sección de Tecnología.

En la Ciudad de México una encuesta entre cien empresas medianas y grandes encontraba, a fines de 1995, que sólo 36 de ellas estaban suscritas a algún servicio de información en línea, sin embargo dos meses antes en una encuesta similar, únicamente 18 de 100 habían respondido afirmativamente a la misma pregunta".³⁷

En torno a ésta nueva característica económica, la red se está entremezclando en diversas formas, los intereses de las diferentes empresas que a futuro son las que motivarán este crecimiento en Internet, serán las que cumplan con las siguientes características:

- las empresas que realizan la infraestructura de la red que incluye el medio físico de transmisión y las funciones de unión a sus asociados.
- Las empresas que realizan las funciones de servicio añadido, es decir, serían las de servicio de apoyo que las empresas comerciales.
- Y por último, las empresas que generarían la utilización del uso de los INFOMERCIALES interactivos, que son las que ofrecen servicios comerciales que se venden al usuario final; es decir, el servicio de video a la carta.

Todas estas empresas hacen de Internet un medio moderno de comunicación eficaz, que sería uno de los nuevos elementos de trasportación para esta herramienta publicitaria.

³⁷ Rodríguez Cortús Luis Manuel, **"Las nuevas tecnologías de información en las comunicaciones internacionales: Internet una tecnología sin fronteras o una telaraña de computadoras y de información"**, México 1998.

Dentro de los sistemas de comunicación se ha dado un cambio que tiene que ver con el proceso de globalización, el cual algunos autores lo definen como una nueva fase de expansión de la economía mundial. Pensar en términos globales supone creer en la homogeneización de las necesidades bajo la presión de las nuevas tecnologías, de los mercados y de la estandarización de los productos.¹⁴

Para Armand Mattelart, "el sector de la comunicación se ha constituido bajo el término cerrado de las redes planetarias de agencias de publicidad, fundamentalmente estadounidenses, británicas, francesas y japonesas, así como el zócalo de los nuevos grupos multimedios de procedencia europea, australiana y japonesa, entre estos países se ubicaron como actores multimedios en el mercado de las industrias culturales: Brasil y México" (MATTELART Armand, "**El retorno de la cultura**").

Es decir, México a pesar de ser un país en vías de desarrollo, también forma parte en el movimiento de globalización al estar dentro del juego del capitalismo, como se vio sin duda alguna durante el sexenio pasado, en donde se efectuó una práctica neoliberal correspondiente a los países del primer mundo; se realizó una descentralización la cual condujo a la repartición de poderes en cuanto a la toma de decisiones sobre el mercado, el embalaje y la publicidad.²⁰

En este aspecto, la publicidad ha retomado un nuevo camino a nivel mundial para tener mayor efectividad, ahora la meta es buscar y conocer el deseo del cliente e incluso ayudarlo a identificarse.

Fernández F., **Internet por rutas y atajos** (1997, Octubre 20) El Nacional p. C-1 sección de Ciberespacio.

Han, Harley, "**Internet, manual de referencia**", edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

Dicho movimiento eleva al consumidor, al rango de "coproductor" de sus deseos, encuentra un auxiliar potente en las nuevas tecnologías. Se advierte que mayores disciplinas y personas observan los hechos y gestos del consumidor con fines estratégicos en un contexto donde la publicidad se reconoce cada vez más como un elemento inscrito en una cultura, y por tanto, apelando a herramientas de análisis que le corresponden.

Con la llegada de la computadora se ha desarrollado una base de datos correspondiente a cada grupo de consumidores, por ejemplo: " si tienen usos afines, viven en un lugar parecido, practican las mismas actividades, etc; se podrá mandar los productos de manera más fácil y certera utilizando mensajeros, servicios de paquetería, correo, entre otros".

Es de suponer que la computadora agilizó de manera radical estas funciones y por lo tanto hizo más efectiva la conexión entre empresas y consumidores. Actualmente, se utiliza la base de datos por cuentas, cuentas bancarias o compras previas que realice una persona, al poseer dicha información es más fácil para los proveedores recomendar un producto en el que seguramente el cliente esté interesado en comprar.³⁴

³⁴ Ploman, Edward W. **"Satélites de comunicación. Inicio de una nueva era"**, edit. G. Gili, 1era. Edición, México, 1985.

1.6 EL INTERNET CON RELACIÓN A LA TELEVISIÓN

En comparación con el Internet, la televisión es un nuevo sistema interactivo, ya que ofrece una respuesta inmediata al consumidor, dentro de la mercadotecnia y la publicidad interactiva, por lo que necesita los siguientes elementos:

- el canal de comunicación puede ser el canal de base un ejemplo en Cablevisión o Multivisión, además de la línea telefónica para atender a los clientes, la fibra óptica no podía faltar ya que es una herramienta indispensable para las nuevas tecnologías y para transmisiones por satélite.
- La terminal de comunicación puede ser cualquier canal que reciba las señales mandadas por los anteriores sistemas como televisión, el teléfono, la computadora con su respectivo módem, además de algunos sistemas denominados alternativos como son los Kioskos Multimedia y el correo electrónico que pueden recibir publicidad.
- Los incentivos que utilizan los publicistas para que el consumidor participe con sus productos, hace que la gente en ocasiones cuando ve la televisión o lee revistas no lo haga por interés, sino por buscar una distracción; hoy en día los comerciales son considerados como un alto precio que se debe

pagar si queremos disfrutar de espectáculos que en realidad nos gustan.²⁴

- Los incentivos que se utilizan para que los publicistas participen son: al utilizar ésta nueva estrategia se cubre un gran mercado a bajo costo, se hace al consumidor participe de la idea y del mensaje logrando si facilitar la compra y al mismo tiempo que se crea una actividad comercial entre las compañías de televisión por cable, compañías telefónicas, casas productoras y agencias de publicidad.

Por ende, la interactividad es el medio que la publicidad está buscando para seguir vigente y es la nueva herramienta que en México está apenas comenzando pero que en otros países como Estados Unidos ya es una materia en constante desarrollo.²⁰

ESQUEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES



²⁴ Kent, Peter, **"Internet fácil"**, edit. Prentice Hall, México, 1995.

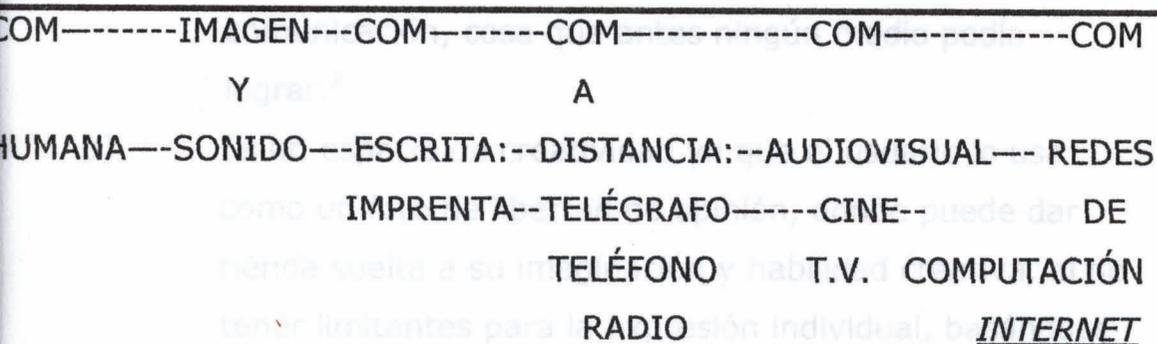
²⁰ Han, Harley, **"Internet, manual de referencia"**, edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

1.7 LA INTERNET Y LA COMUNICACIÓN

En este último siglo el hombre ha buscado la manera de aprovechar los avances tecnológicos, para mejorar su comunicación, dando lugar a envíos de mensajes por medios sonoros y/o visuales; el reto posterior fue la transmisión conjunta de los medios anteriores, de manera más veloz y óptima, que además permitiera una interactividad entre emisor y receptor, con el fin de ayudar al intercambio de información de una manera instantánea.

De esta búsqueda constante nace el medio de comunicación multimedia e interactivo que se conoce con el nombre de Internet o conjunto cuidadosamente integrado de tecnologías para la comunicación y el acceso a archivos.⁴⁰

ESQUEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES



NEIL RANDALL, Aprendiendo Internet en 21 días., pag. 7.

El Internet es una base de la comunicación actual, debido a que, no solamente es un medio de comunicación o informativo, sino por ser, además, un espacio de creatividad, de contactos e intercambios personales, así como una herramienta de investigación. Lo anterior lo podemos desglosar en los siguientes puntos:

- a) Es un medio de comunicación multifacético, puesto que dentro de él se pueden englobar los distintos medios como:
1. Impresos.- libros, revistas, periódicos, a los cuales se tiene acceso de manera más ágil y eficiente, debido a que no es necesario trasladarse, ya sea, a una biblioteca o a una hemeroteca para consultar los catálogos bibliográficos y hemerográficos; por lo que agiliza el trabajo de investigación o consulta al recopilar toda la información necesaria de una tema desde la comodidad de su computadora.
 2. Audiovisuales.- brindan la posibilidad de encontrar contenidos audiovisuales, como películas y videos.
 3. Multimedia.- aprovecha todos los recursos de la comunicación, cosa que antes ningún medio podía lograr.²
- b) Es un espacio de creatividad ya que el usuario lo usa como un foro de libertad de opinión, donde puede dar rienda suelta a su imaginación y habilidad creativa, al no tener limitantes para la expresión individual, basándose en la producción de notas, ensayos, reportajes, revistas, videos, etcétera.

- c) Es una herramienta de investigación: Brinda la posibilidad de introducirse a miles de bibliotecas y por ende, a consultar millones de libros de diferentes partes del mundo, en distintos idiomas, así como la posibilidad de contactar a miles de personas con objetivos comunes e intercambiar con ellos de manera directa los conocimientos adquiridos. Facilita, además, estar al tanto de los descubrimientos actuales en el campo de la ciencia y la tecnología. Es un coadyuvante del avance científico para la mayoría de las áreas del conocimiento humano, gracias a que los investigadores comparten información sobre sus descubrimientos de forma inmediata. Además, en Internet, se tiene la oportunidad de analizarlos interactivamente en todo momento y en cualquier parte del mundo.
- d) Medio Informativo ya que en este medio se puede encontrar la información de actualidad de manera más vertiginosa y fácil, se tiene también, acceso a la información de primera fuente, así como a periódicos de todo el mundo, que permiten conocer una gran diversidad de reportajes y puntos de vista sobre los acontecimientos mundiales.
- e) Medio de Comunicación ilimitado, ya que Internet no tiene ilimitaciones de fronteras, de información, de temas, de espacios o de tiempos. Es la base de datos más grande del mundo y hoy día empieza a convertirse en el espacio creativo por excelencia.²

En cuanto a la publicidad, recientemente ha surgido una nueva tendencia que se basa en la supercarretera de la información, la cual toma un papel importante en los anuncios de las empresas, que al crear su página y dirección en Internet dan al consumidor la opción de consultar con más detalle los productos y servicios que se están publicitando. Además se puede agregar gráficas vistosas, segmentos de audio y video para aumentar el grado de atención del usuario.

El Internet es entonces una biblioteca digital global, intensa y exitosa, de rápido crecimiento, estructurada sobre una tecnología de comunicación notablemente flexible. La biblioteca digital de Internet ofrece una variedad de servicios que se utilizan para crear, explorar, acceder, buscar, ver y comunicar información sobre un conjunto diverso de temas, que abarcan desde resultados de experimentos científicos hasta discusiones sobre actividades recreativas.

La información en la biblioteca digital de Internet puede ser grabada en memorándums, organizada en menús, almacenada en documentos de hipermedios o en documentos de texto. Además, la información, accesible a través de la biblioteca digital, puede consistir en datos incluyendo audio y video reunidos, comunicados y distribuidos en forma instantánea sin necesidad de almacenarse. Por otra parte dado que los servicios están integrados y poseen referencias cruzadas, el usuario puede moverse de manera uniforme y continua de la información de una computadora a otra, y de un servicio de acceso a otro.

1.8 LAS COMPUTADORAS EN EL MUNDO ACTUAL

Nadie sabe de que manera va a evolucionar o la luz bajo la cual la contemplaran los historiadores del futuro. Se recuerda a los antiguos egipcios y griegos por sus pirámides y maravillas arquitectónicas.²⁴

Se conservan caminos y acueductos como monumentos a la gloria de Roma, y las majestuosas catedrales europeas son testigos del genio de los constructores medievales. Pero, aunque actualmente se construyen rascacielos monumentales, es posible mayor logro de la época actual no radique en los proyectos de construcción; antes bien, quizá los historiadores del futuro consideren esta era como el momento en que la humanidad desarrolla instrumentos que le permitieron amplificar su inteligencia y adquirir la información necesaria para explorar nuevos sistemas de medicina, educación, fabricación y gobierno.²⁰

Para apreciar el punto al que se ha llegado, conviene retroceder unos cuantos pasos. Un mundo en el que los lápices, máquinas de escribir, calculadoras mecánicas y ruidosas máquinas electromecánicas manipuladoras de tarjetas son lo mejor de que se dispone para procesar datos y cifras y convertirlos en información útil. Gran parte de lo que se hace hoy día en el planeta no podría siquiera intentarse en este mundo imaginario.

⁴ Kent, Peter, **"Internet fácil"**, edit. Prentice Hall, México, 1995.

⁰ Han, Harley, **"Internet, manual de referencia"**, edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

La mayoría de las personas que llegaron a la edad adulta en la década de 1950 pensaban entonces que las computadoras eran curiosidades grandes y costosas que tendrían muy poco efecto sobre sus vidas. Pero aquellos que alcanzaron la madurez en las décadas de 1960 y 1970 estaban mejor informados. Las organizaciones sustituyeron los escasos sistemas de computo de la década de 1950 por cientos de miles de sistemas nuevos que no solo jugarían un papel crítico en el envío de seré humanos a la luna, sino que también prepararían cheques de nómina, calcularían impuestos y facturas y procesarían muchas otras tareas que habrían de afectar directamente sus vidas.²⁹

Aunque en 1975 ya se podían encontrar computadoras en casi todas las organizaciones medianas y grandes, todavía eran demasiado costosas para grupos pequeños o individuos. No obstante, los avances en la electrónica estaban a punto de introducir una categoría totalmente nueva de computadoras: maquinas de escritorio con la capacidad de los antiguos gigantes con precios al alcance de los individuos. Antes de 1980 se estableció un flujo constante de estas computadoras personales, y después de esta fecha el flujo se convirtió en un torrete.²⁶

En la segunda mitad de la década de 1980, decenas de millones de computadoras personales se encuentran en las estaciones de trabajo de oficinas, fabricas, escuelas, hogares, hospitales, agencias del gobierno, bancos y tiendas, además de los laboratorios. Se espera que en 1989 la mayor parte de los que trabajan con información tengan acceso a estos sistemas. Al igual que los automovilistas y la electricidad,

²⁹ Sánchez, J. (1996) **El camino fácil a Internet, Serie Enter**, España: Editorial McGraw Hill.

²⁶ Krol, Ed, **"Conéctate al mundo de Internet, Guía y Catálogo"**, edit. Mc Graw Hill, México 1995.

estos sistemas ejercen diariamente sobre la vida de las personas una influencia que no se puede ignorar.²⁰

La humanidad se encuentra en el inicio de una nueva época, en la que esta perdiendo importancia el trabajo físico que requirió la Revolución Industrial al mismo tiempo que adquiere mayor importancia el trabajo mental que necesita la nueva revolución informática. Así como los engranes, las maquinas de gasolina y los motores eléctricos aumentan la potencia física de las personas, las computadoras actuales les proporciona la información que necesita para ampliar su potencia intelectual. Por primera vez la sociedad depende de un recurso que es renovable y se reproduce así mismo.²⁰

Actualmente, existen 30 millones de personas que padecen de la enfermedad de Desorden de Adicción a Internet (IAD, por sus siglas en inglés), la Asociación Americana de Psicología (APA) calcula que un 50% de ciberadictos adquirieron su enfermedad en horas de trabajo. También calcula que un 25% de los altos ejecutivos a nivel internacional está desarrollando el patrón dentro de sus empresas.

"Se ha mencionado ya de manera oficial que existe un registro de que un 6% de los navegantes son adictos al web, es decir 11.4 millones de personas pero sabemos que la cifra pudiera ser hasta 10 veces superior, porque aún hay muchos que padecen IAD y no lo saben, según indica la APA."⁴²

²⁰ Han, Harley, **"Internet, manual de referencia"**, edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

²⁰ Han, Harley, **"Internet, manual de referencia"**, edit. Mc Graw Hill, México, 1994.

⁴² ACOSTA VÁZQUEZ NELLY, **"Reportaje del diario PROVINCIA"**, Sección suplemento del día 18 de noviembre de 2002.

La psicóloga Kimberly Youg, ciberterapeuta y fundadora del Centro contra la Adicción a Internet, precisa que, en promedio, un ciberadicto navega 40 horas a la semana, es decir 5 o 7 horas al día.

Los síntomas que presenta este mal son muy similares a los que se observan en otras adicciones: aislamiento, depresión y la sensación de que no puede hacer nada, ninguna actividad, sino utiliza la red.

En apariencia, cualquier individuo cautivado por las bondades de Internet pudiera figurar como adicto, sin embargo no es así. APA, detecta cinco diferentes tipos de adicción en Internet: interés excesivo en cibersexo, necesidad de hacer amigos a través de medio virtuales, comprar compulsivamente por web, necesidad de estar sobreinformado y adicción general a la computadora.

La mayoría de los casos que se registran son hombres y se estima que el número de adictos crezca en un 30% el próximo año. Sin embargo existen alrededor de 5 mil 130 sitios que ofrecen chats curativos, que operan bajo el mecanismo de Alcohólicos Anónimos y que permiten que los ciberdictos relaten sus malas experiencias para que sirvan como ejemplo.⁴²

⁴² ACOSTA VÁZQUEZ NELLY, **"Reportaje del diario PROVINCIA"**, Sección suplemento del día 18 de noviembre de 2002.

1.9 EMOCIONES EN EL CIBERESPACIO

EMOTICONES EN LOS E-MAIL

Aunque hemos dicho que el objetivo de la mensajería electrónica es conversar a través de las líneas telefónicas, parece evidente que el medio escrito resulta un poco frío y que es difícil expresar sentimientos de alegría, tristeza, desengaño, sorpresa, etc. Todos sabemos que una misma frase puede significar cosas diferentes dependiendo de la entonación que se le dé o del gesto de nuestra cara.

Para remediarlo existen los **Emoticon** o **Smileys**, que no son otra cosa que la unión de caracteres del teclado para formar expresiones. Así, no será extraño encontrarse mensajes con una serie de caracteres que aparentemente no tienen ningún sentido. En la frase «Me he comprado un módem 56.000 :-))» los tres últimos caracteres representan una cara con dos ojos, nariz y boca sonriente, pero en formato horizontal. Los emoticon son ilimitados, pero existe un conjunto de ellos que se consideran clásicos. Así, si nos cuentan un chiste lo más lógico será reírnos, :-D, o incluso si el chiste es muy bueno pueden reír mucho, :- DDDDD. Y qué mejor que un guiño de complicidad, ;-), para aclarar el contenido de una frase.

En el cuadro Nº 3 (Emoticones en los E-mail) mostramos sólo una pequeña selección de los cientos de Emoticon que se emplean en la mensajería electrónica.

EMOTICONES EN LOS E-MAIL

CAPITULO II

: -)	Sonriendo	8 -)	Con Lentes	8 -)	Con Lentes
: -(Triste	. -)	Tuerto	. -)	Tuerto
: -/	Enfadado	P -)	Tuerto con parche (pirata).	: -\$	Codicioso
: - 	Serio	} :-)	Picardía (diablillo).	O :-)	Inocente
: -?	Dubitativo	: -X	Le han tapado la boca	: *)	Borracho
; -)	Guiño de complicidad	_ :-)	Con los pelos de punta	: -o	Sorprendido
8 :-)	Con lentes en la frente	: -P	Sacando la lengua	: -D	Riendo

2.1 INTERPRETACION DE DATOS

En esta sección, se da a conocer los resultados arrojados en la investigación realizada, además de la interpretación de los mismos mediante la teoría funcionalista.

CAPITULO II

Los datos arrojados en las 500 encuestas aplicadas en nuestra ciudad (Tabla 1), por los diferentes cibercafés divididos en cuatro regiones han por consiguiente los siguientes resultados:

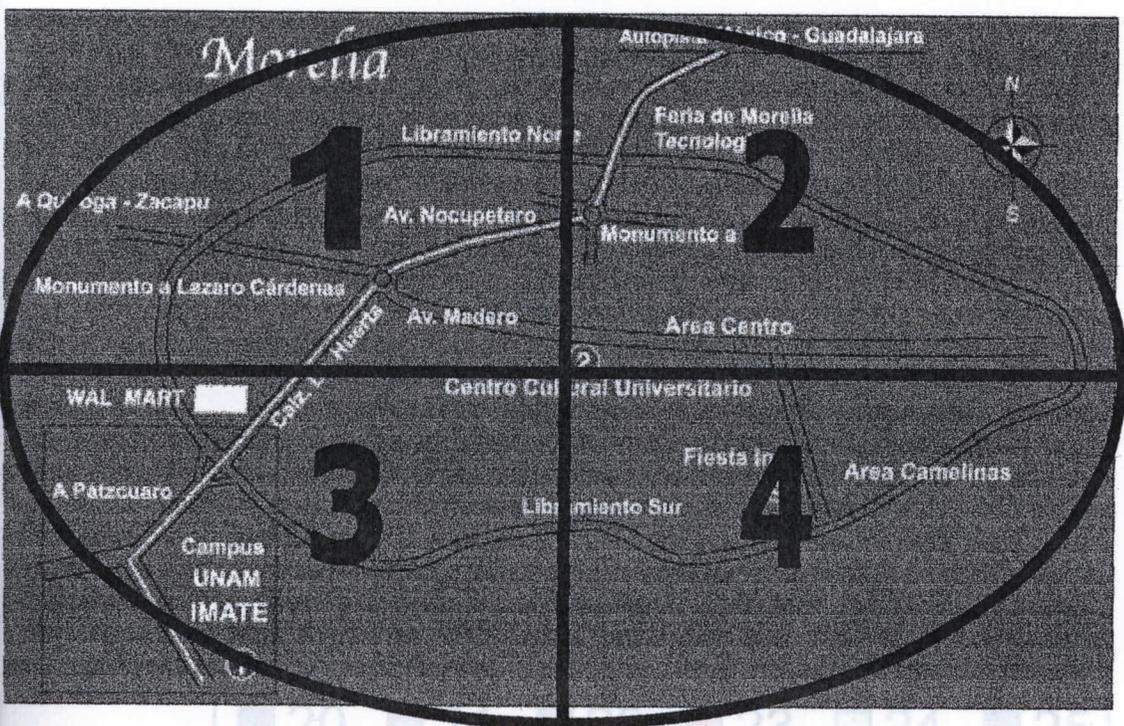
INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Las variables que se manejaron fueron edad, sexo, y el número de cada una de las preguntas aplicadas.

2.1 INTERPRETACIÓN DE DATOS

A continuación, se da a conocer los resultados arrojados en la investigación realizada, además de la interpretación de los mismos mediante la teoría funcionalista.

Los datos arrojados en las 500 encuestas aplicadas en nuestra ciudad (FIGURA 1), por los diferentes cibercafés divididos en cuatro regiones dan por consiguiente los siguientes resultados:



Las variables que se manejaron fueron edad, sexo, y el número de cada una de las preguntas aplicadas.

En el primer cuadro nos muestra la variable edad, la cual va de los 13 a los 29 años de edad, teniendo una frecuencia mayor en los 16 años de edad; en porcentaje esto sería un 14.2% del total de la muestra, mientras que la frecuencia menor es de los 13 años de edad con un .2%.

En cuanto a el sexo se trato de ser equitativos, logran así una mínima diferencia. Esto permite que nos demos cuenta que los menores de edad son los más asiduos a visitar los cibercafés y aunque la muestra va hasta personas de 29 años de edad, las personas que acuden con más frecuencia son los más jóvenes. (FIGURA 2)

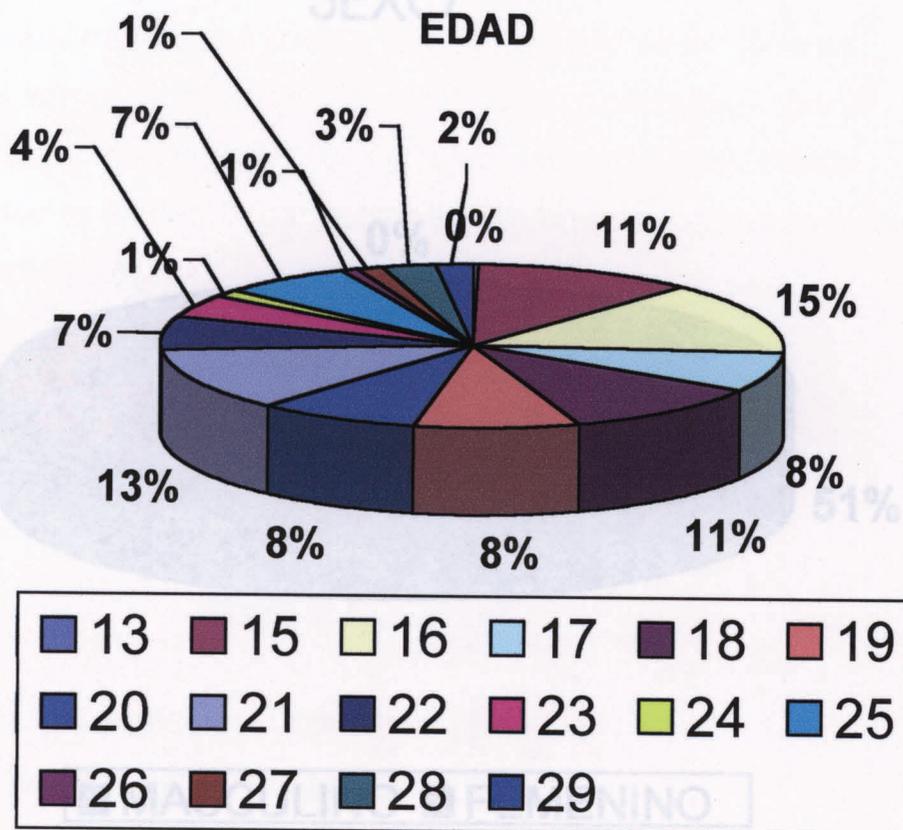


FIGURA 2

En relación al cuadro del sexo, se obtuvo que de los 500 encuestados, 245 son mujeres y 255 son hombres, en porcentajes serían un 49% en mujeres y un 51% en hombres, siendo estos últimos la mayoría.

En cuanto a el sexo se trato de ser equitativos, logran así una mínima diferencia entre los hombres y mujeres encuestadas por lo que permite que sean más equitativos los resultados de las encuestas.

(FIGURA 3) 5% y de la de cada 15 días fue de un 5.4%, por lo que se considera que la mayoría de los encuestados acude de 1 a 3 veces a la semana a los cibercafés, en su promedio de 1 a 3 horas.

SEXO

Con esto, nos damos cuenta que la mayoría de los jóvenes morellanos van con una gran frecuencia a los cibercafés, o por lo menos no dejan de acudir en un lapso mayor de 15 días, siendo entonces que la demanda por asistir a este tipo de lugares cada vez es mayor. (FIGURA 4)

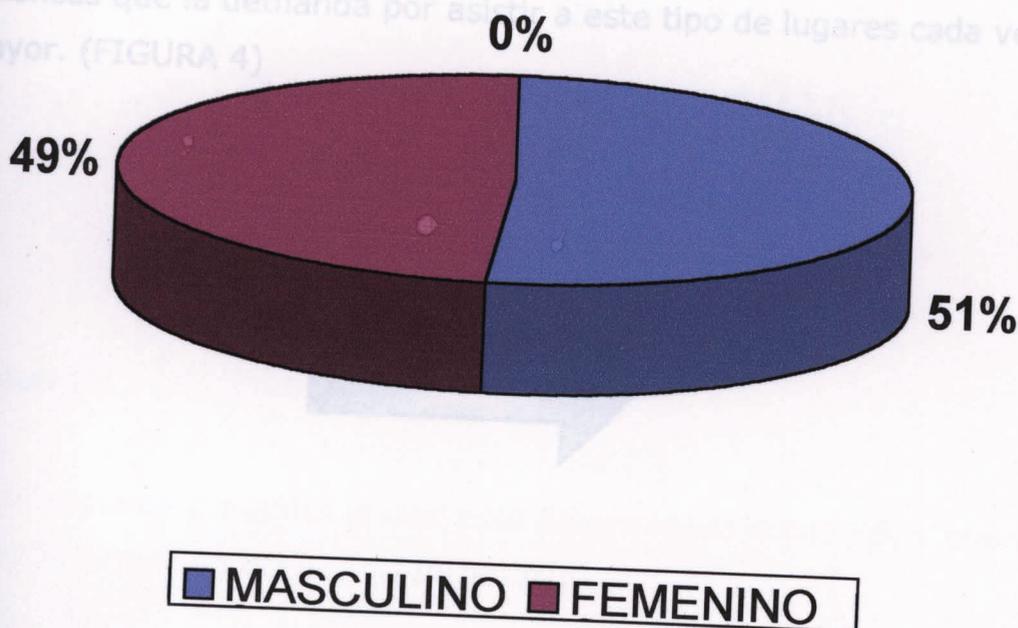


FIGURA 3

Siguiendo con el tercer cuadro, N4 el cual se refiere a la pregunta número uno la cual es: ¿Con qué frecuencia visitas un cibercafé?

- a) 1 o 3 veces por semana
- b) 3 o 5 veces por semana
- c) cada 15 días

Obtuvimos que el porcentaje de la respuesta de 1 a 3 veces por semana es de 59.4%. La respuesta de los de 3 a 5 veces por semana fue de un 35% y de la de cada 15 días fue de un 5.4%, por lo que se considera que la mayoría de los encuestados acude de 1 a 3 veces a la semana a los cibercafés, en su promedio de 1 a 3 horas.

Con esto, nos damos cuenta que la mayoría de los jóvenes morelianos van con una gran frecuencia a los cibercafés, o por lo menos no dejan de acudir en un lapso mayor de 15 días, siendo entonces que la demanda por asistir a este tipo de lugares cada vez es mayor. (FIGURA 4)

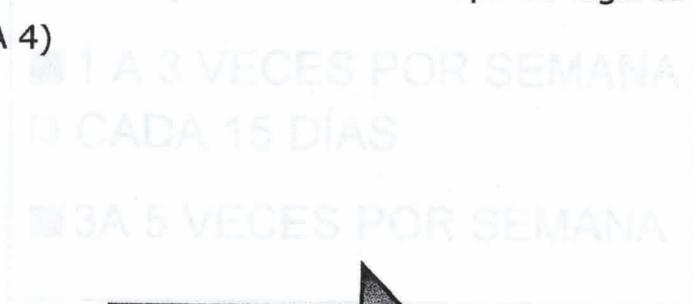


FIGURA 4.

En la segunda pregunta la cual esta determinada como N5, y que era: ¿qué información buscas en Internet?

- Educativa
- De entretenimiento
- Los Chats

¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITAS UN CIBERCAFÉ?

Es así que nos damos cuenta que la gran mayoría de los jóvenes mayores de 15 años acuden a los cibercafés por entretenimiento y una minoría lo hacen para información, esto resulta preocupante ya que no se está dando el uso que resultaría más adecuado a la Internet (FIGURA 5).

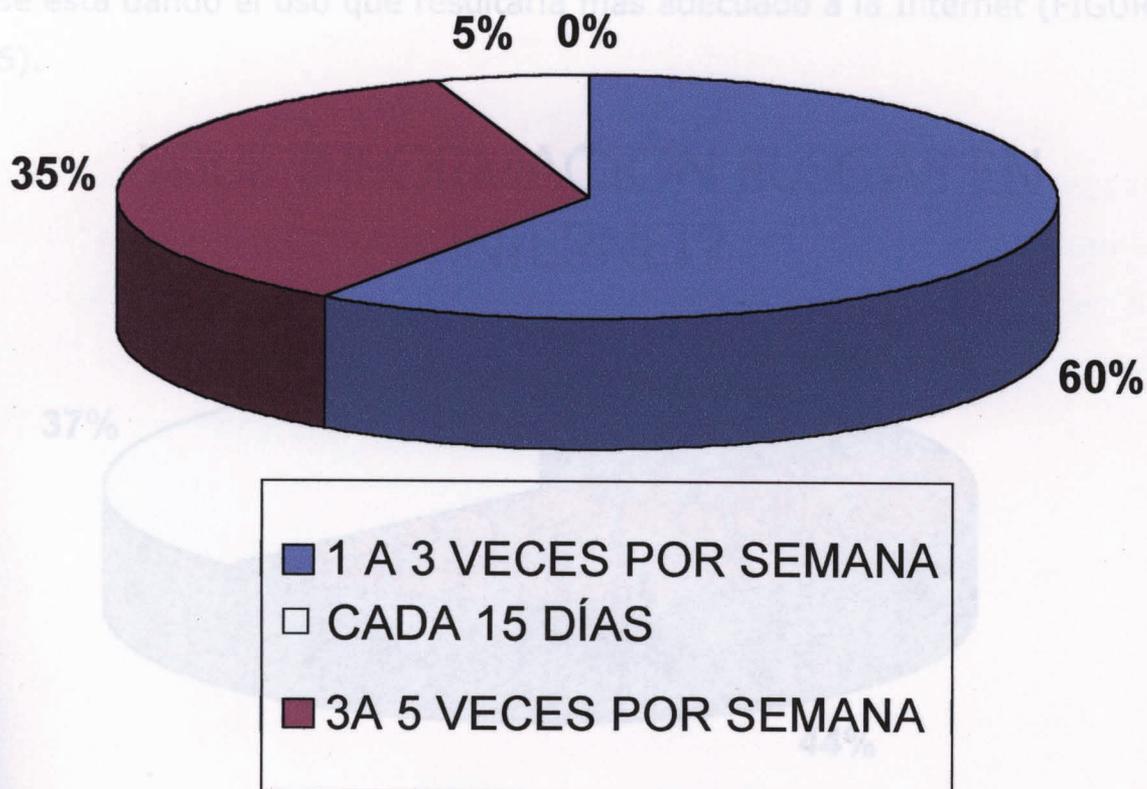


FIGURA 4

En la segunda pregunta la cual esta determinada como N5, y que era:
¿Qué información buscas en Internet?

- a) Noticiosa
- b) De entretenimiento
- c) Los Chats

Obtuvimos como resultado que un 18% busca información noticiosa en la Internet, un 42.8% esta por entretenimiento y un 36% acude a la Internet por los chats.

b) por amigos

Es así que nos damos cuenta que la gran mayoría de los jóvenes mayores de 15 años acuden a los cibercafés por entretenimiento y una minoría lo hacen para información, esto resulta preocupante ya que no se esta dando el uso que resultaría más adecuado a la Internet (FIGURA 5).

¿QUÉ INFORMACIÓN BUSCAS EN INTERNET?

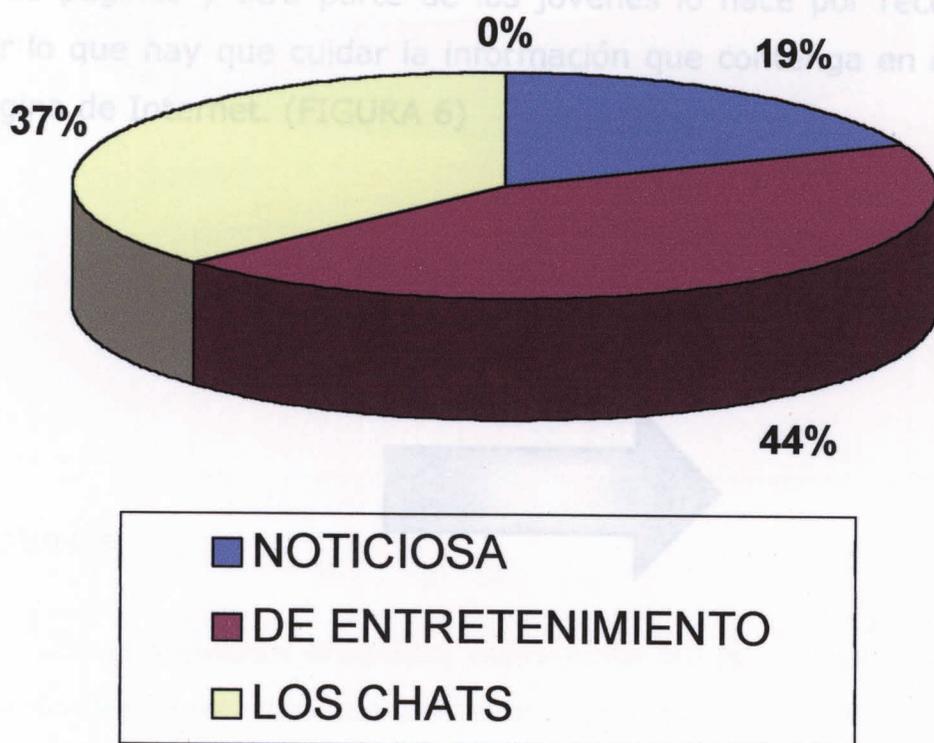


FIGURA 5

En la siguiente pregunta denominada como N6, la cual era: ¿Cómo conoces las páginas de Internet que visitas?

- a) por revistas
- b) por amigos
- c) por otros sitios web

Encontramos que un 9.8% conoce las páginas de Internet por revistas, un 34.2% es por amigos y un 52.6% lo hace por otros sitios web.

En esta pregunta nos pudimos dar cuenta que los jóvenes llegan a visitar ciertas páginas web, gracias a los vínculos que se encuentran en otras páginas y otra parte de los jóvenes lo hace por recomendación, por lo que hay que cuidar la información que contenga en determinada página de Internet. (FIGURA 6)



FIGURA 6

En la siguiente pregunta, o pregunta N7 la cual es: ¿Cómo crees que sea la información que existe en el Internet?

- a) buena
- b) mala
- c) regular

¿CÓMO CONOCES LAS PÁGINAS DE INTERNET QUE VISITAS?

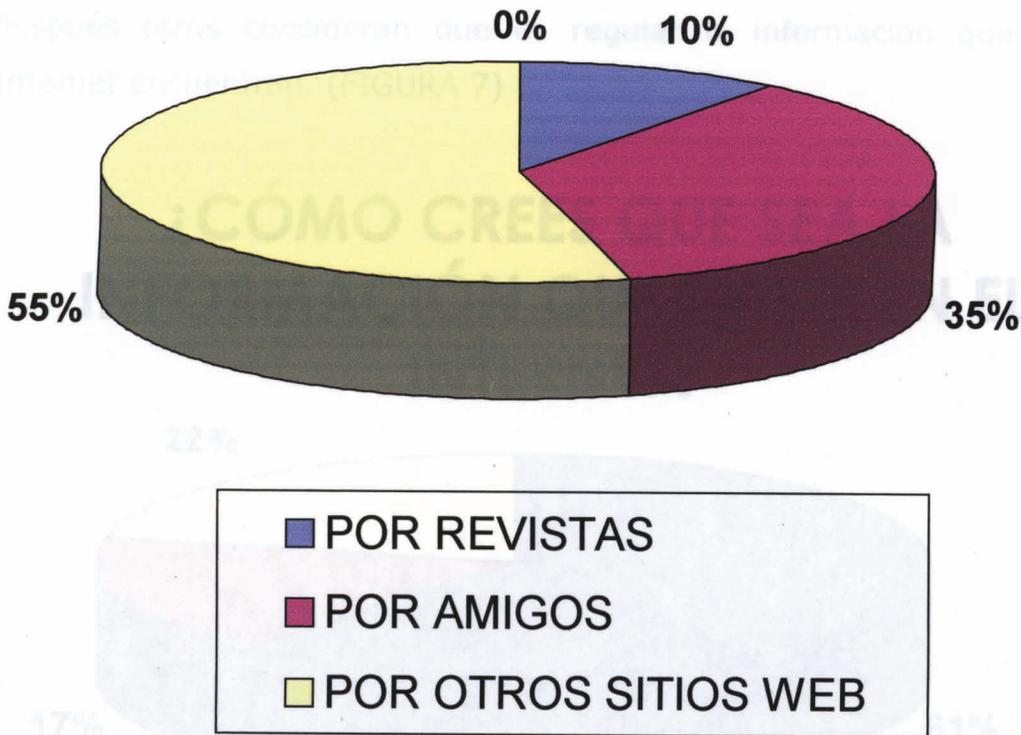


FIGURA 6

En la siguiente pregunta, o pregunta N7 la cual es: ¿Cómo crees que sea la información que existe en el Internet?

- a)buena
- b)mala
- c)regular

Los resultados arrojados fueron que un 57.6% consideraron buena la información que existe en la Internet, un 16.4% la consideró mala y un 20.6% la consideró regular.

En este caso los jóvenes consideran que la información que reciben es buena por lo que aunado a lo que ellos investigan, se puede detectar una desinformación de parte de los usuarios, siendo que después otros consideran que es regular la información que en la Internet encuentran. (FIGURA 7)

¿CÓMO CREES QUE SEA LA INFORMACIÓN QUE EXISTE EN EL INTERNET?

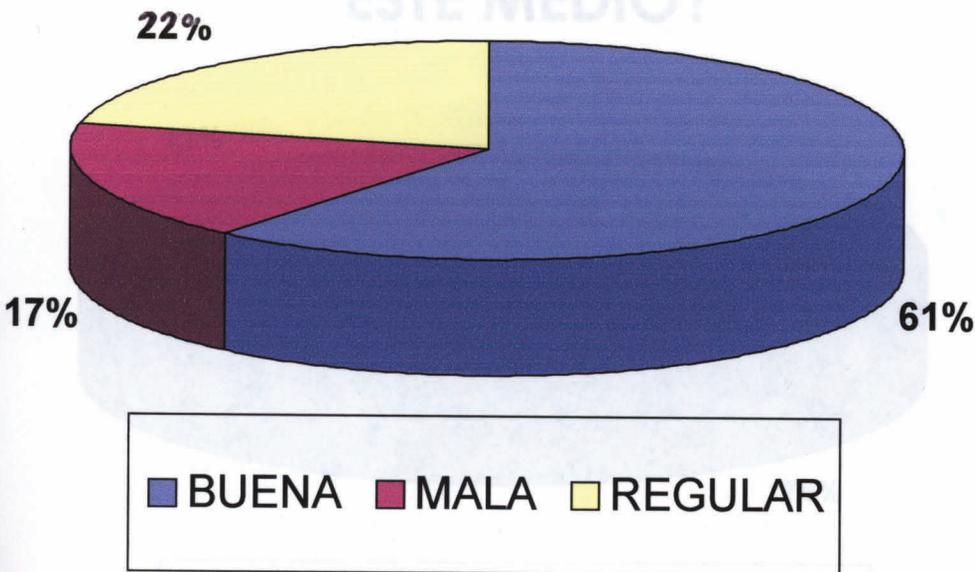


FIGURA 7

FIGURA 8

En la siguiente pregunta denominada N8, la cual decía, ¿Es fácil para ti tener acceso a este medio?

a)si

b)no

La gente respondió un 74.8% que si es fácil tener acceso a este medio y un 20.8% que no lo es.

Hoy en día es muy difícil que en casa, la gente posea una computadora, pues aun es más difícil que tengan el servicio de la Internet por lo que muchos acuden a los cibercafés que están según los resultados obtenidos al alcance de una gran mayoría. (FIGURA 8).

¿ES FÁCIL PARA TI TENER ACCESO A ESTE MEDIO?

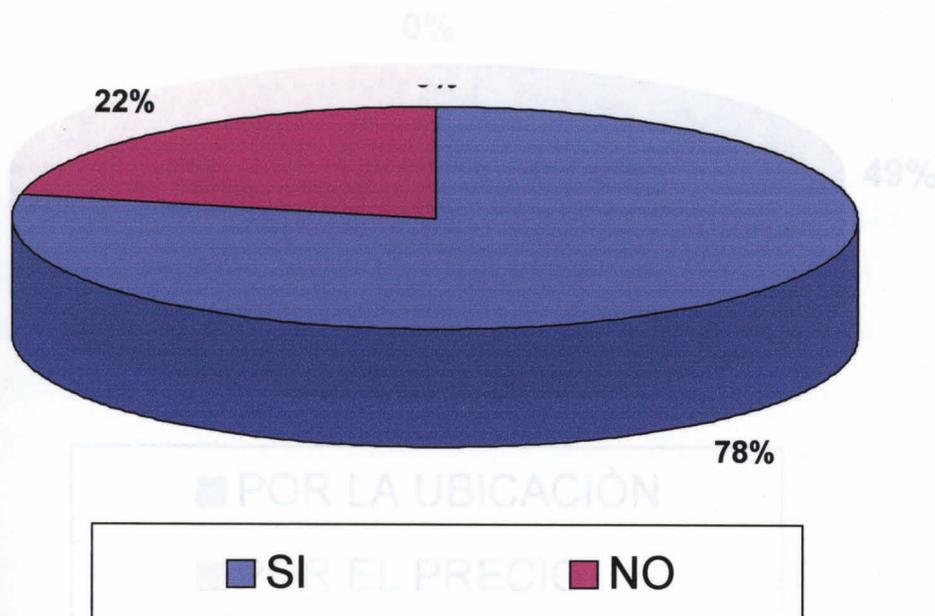


FIGURA 8

Finalmente en la pregunta designada como N9 la cual decía, ¿Por qué visitas este cibercafé?

a) por la ubicación

b) por el precio

Obtuvimos que un 47.6% visita el cibercafé por la ubicación, mientras que un 48.6% lo hace por el precio.

En cuanto a los factores que influyen para que los jóvenes acudan a los cibercafés encontramos que ya sea por el precio o la ubicación estos jóvenes buscan en su mayoría pagar menos por el servicio pero no dejan de buscar lo más cerca y lo más barato a su vez. (FIGURA 9)

¿POR QUÉ VISITAS ESTE CIBERCAFÉ?

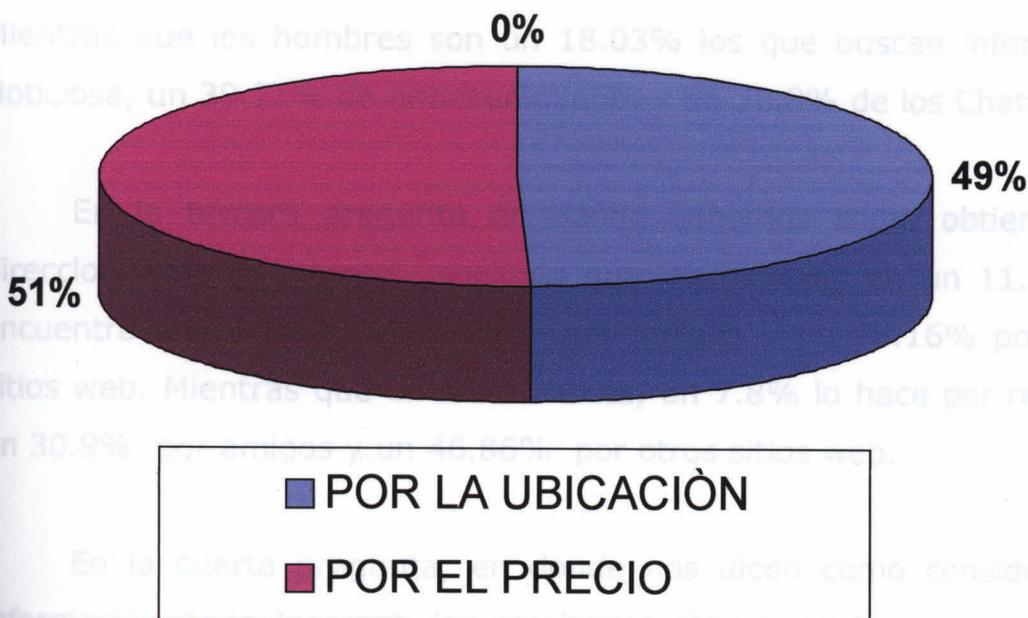


FIGURA 9

Analizando la información en cuanto al enfrentamiento de dos variables, decidí comparar las respuesta entre el sexo femenino y masculino de los encuestados dando como resultados lo siguiente:

Según la pregunta 1, de la frecuencia en que visitan los cibercafés, un 60.8% de mujeres contesto que los visita de 1 o 3 veces por semana, mientras que un 33.46% opino que los visita de 3 o 5 veces por semana y un 5.71% dijo que los visita cada 15 días. Mientras que en los hombres un 58% visita los cibercafés 1 o 3 veces por semana, un 36.4% opina que lo hace 3 o 5 veces por semana y un 5.09% dijo que los visitaba cada 15 días.

En la segunda pregunta en donde nos damos cuenta que tipo de información buscan, las mujeres contestaron que un 17.9% es Noticiosa un 46.53% es de entretenimiento y un 33.06% es de los Chats. Mientras que los hombres son un 18.03% los que buscan información Noticiosa, un 39.21% de entretenimiento y un 38.8% de los Chats.

En la tercera pregunta en donde sabemos como obtienen las direcciones de la Internet, supimos que las mujeres en un 11.8% las encuentra en revistas, un 37.5% por amigos y un 48.16% por otros sitios web. Mientras que en los hombres, un 7.8% lo hace por revistas, un 30.9% por amigos y un 46.86% por otros sitios web.

En la cuarta pregunta, en donde nos dicen como consideran la información de la Internet, los resultados obtuvimos fueron que en las mujeres un 56.32% considera que es buena, un 17.95% que es mala y

un 20.8% que es regular. Mientras que los hombres opinan en un 8.82% que es buena, un 14.90% que mala y un 20.39% que es regular.

En la pregunta sobre si les parece fácil o difícil tener acceso a este medio, resulto que las mujeres contestaron en un 72.24% que si es fácil, mientras que un 21.63% contesto que no es fácil. Mientras que los hombres dijeron en un 77.25% que si es fácil acudir a este medio y en un 18.82% que no.

Finalmente en la sexta y última pregunta en donde se busca saber porque asisten a un determinado cibercafé, se obtuvo que un 50.6% de mujeres contestaron que buscan a un cibercafé por la ubicación mientras que en un 47.34% por el precio y los hombres opinaron en un 44.70% que lo hacen por la ubicación y un 49.80% por el precio.



4.1 CONCLUSIONES GENERALES

A través de los resultados arrojados por la investigación realizada en algunos cibercafés de la ciudad de Morelia, constatamos las hipótesis que nos planteamos en un principio las cuales son: los jóvenes de 13 a 19 años de la ciudad de Morelia usan de manera parcial los servicios de Internet cuando visitan los cibercafés y que los mismos jóvenes acceden a los cibercafés por medio de un navegador de Internet.

CAPITULO III

Gracias a estos resultados arrojados y según el método que se empleó se descubre que la información que se brinda en la Internet es poca, sin embargo no es la que existe pero sí la que se conoce.

El problema radica desde abajo, es decir en las escuelas, con los amigos, en revistas, entre otras donde la información que se produce no se encuentra en la escuela, por lo que los jóvenes de 15 años buscan.

CONCLUSIONES

El hecho es que cada día este medio de información va formando parte de la vida cotidiana de la juventud y si no se encamina a tiempo antes que busque pronto se desvirtualizará esta ya no tan nueva tecnología.

El proponer un programa de educación técnica en la cual no sólo se enseñe a cómo utilizar la Internet, sino que también que podemos encontrar es algo muy necesaria en nuestros días.

4.1 CONCLUSIONES GENERALES

A través de los resultados arrojados por la investigación realizada en algunos cibercafés de la ciudad de Morelia, constatamos las hipótesis que nos planteamos en un principio las cuales son: los jóvenes de 13 a 29 años de la ciudad de Morelia usan de manera parcial los servicios de Internet cuando visitan los cibercafés y que los mismos jóvenes acceden a los cibercafés como un medio de entretenimiento.

Gracias a estos resultados arrojados y según el método que se empleo se descubrió que la información que se brinda en la Internet es poca, sin embargo no es la que existe pero si la que se conoce.

El problema radica desde abajo, es decir en las escuelas, con los amigos, en revistas, entre otras donde la información que se proporciona no es la adecuada o la que mejor le conviene a un joven de 15 años buscar.

El hecho es que cada día este medio de información va formando parte de la vida cotidiana de la juventud y si no se encamina a tiempo sobre que buscar, pronto se desvirtualizará esta ya no tan nueva tecnología.

El proponer un programa de educación técnica en la cual no solo se enseñe a como utilizar la Internet, sino que también que podemos encontrar es algo muy necesario en nuestros días.

Realmente descubrimos el uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia, al estudiar algunos de los cibercafés de la ciudad que brindan la información que muchos jóvenes acuden a investigar.

Es importante destacar que se necesita seguir llevando a cabo este estudio. Es verdaderamente preocupante el descubrir que el entretenimiento es solo lo que mueve a la juventud moreliana a acudir a estos sitios, y que muy pocos aprovechan la oportunidad que no toda la población tiene para acceder a este medio.

Las mujeres son las que más se involucran en esta cuestión, mientras que los hombres se mantienen al margen de lo que pueden investigar dentro de la red.

En el mundo globalizado en el que vivimos, una persona que no utiliza la Internet ya es una persona analfabeta que no está lo suficientemente preparada para enfrentar un empleo actualmente.

Los problemas que se ocasionan a raíz de esta falta de información son muchos y muy diversos, pero nosotros nos enfocamos a las futuras víctimas de al no ser solucionado sufrirán las consecuencias como falta de empleo, falta de superación y desarrollo, entre otras.

Es así como la Internet es un nuevo medio de comunicación que como todos los que existen actualmente debe de ser adaptado dentro de la sociedad e implementado para cosas positivas y de carácter evolutivo.

• www.Google.com

Gracias a este medio nos comunicamos, nos informamos y nos divertimos, pero hay que tener en cuenta la prioridad de estas tres

cosas y que se puede hacer para empezar desde nuestra casa a fomentar el uso adecuado de la red.

Es importante destacar que se necesita seguir llevando a cabo este tipo de investigaciones bajo un proceso sistemático de indagación, organización, búsqueda, selección, lectura, análisis e interpretación de información, para que por medio de los resultados obtenidos, nos demos cuenta de la realidad en la que vivimos y que puede pasarle a todos.

La sociedad debe de unir un conjunto de instituciones relacionadas con el tema a que trabajen en favor del sistema de aprendizaje a favor de los jóvenes.

La Internet lejos de ser un problema, es la solución de muchos que aunque no la ven aún, tienen la posibilidad de conocerla pero si no se lucha por encontrarla, ni teniéndola frente a frente se darán cuenta de que existe.

Finalmente, expongo que para poder conocer mejor los temas contenidos en este documento es recomendable visitar páginas como las siguientes:

- www.Yahoo.com
- www.Altavista.com
- [www. El sitio.com](http://www.El sitio.com)
- www.Google.com

En estos lugares sugiero que especifique el tema que se desea encontrar en las casillas necesarias y luego dirigirse a los lugares que sean de su interés, por algo se les denomina a estos sitios buscadores, que por cierto son los más populares y los más completos actualmente.

PULSE AQUÍ PARA SALIR.....

ANCHO DE BANDA: (Bandwidth) Término técnico que determina el volumen de información que puede circular por un medio físico de comunicación de datos, es decir, la capacidad de una conexión. A mayor ancho de banda, más personas pueden utilizar el mismo medio simultáneamente. Se mide en Hertz o bps (bits por segundo), por ejemplo 32 kbps, 64 kbps, 1Mbps, etc.

ARCHE: Herramienta que permite localizar archivos en Internet, creada en Montreal por la Universidad de McGill. Un server de Archie (hay muchos distribuidos en Internet) mantiene una base de datos con la ubicación de varios miles de archivos en la Red. Actualmente el sistema sigue la pista a cerca de 1,5 millón de archivos en 900 lugares de almacenamiento. En desuso a partir de la aparición de World Wide Web.

BANNER: Aviso publicitario que ocupa parte de una página Web, en general ubicado en la parte superior al centro. Haciendo un click sobre él, se puede llegar al sitio del anunciante. De este modo, los banners en general se cobran en base a los click-throughs que se obtienen.

BOMBER: Persona que envía correos electrónicos (como bombardeo), siendo estos un número limitado con el objeto de saturar o bloquear cuantas de E. Hay con cualquier tipo de mensaje.

BOOKMARK: (Señalador o favoritos) La sección de menú de un navegador donde se pueden almacenar los sitios preferidos, para luego

GLOSARIO DE TERMINOS EN LA INTERNET

ANCHO DE BANDA: (Bandwith) Término técnico que determina el volumen de información que puede circular por un medio físico de comunicación de datos, es decir, la capacidad de una conexión. A mayor ancho de banda, mejor velocidad de acceso; más personas pueden utilizar el mismo medio simultáneamente. Se mide en Hertz o bps (bits por segundo), por ejemplo 32 kbps, 64 kbps, 1Mbps, etc.

ARCHIE: Herramienta que permite localizar archivos en Internet, creada en Montreal por la Universidad de McGill. Un server de Archie (hay muchos distribuidos en Internet) mantiene una base de datos con la ubicación de varios miles de archivos en la Red. Actualmente el sistema sigue la pista a cerca de 1,5 millón de archivos en 900 lugares de almacenamiento. En desuso a partir de la aparición de World Wide Web.

BANNER : Aviso publicitario que ocupa parte de una página Web, en general ubicado en la parte superior al centro. Haciendo un click sobre él, se puede llegar al sitio del anunciante. De este modo, los banners en general se cobran en base a los click-throughs que se obtienen.

BOMBER: Persona que envía correos electrónicos (como bombardeo), siendo estos un numero ilimitado con el objeto de saturar o bloquear cuantas de E. Mail con cualquier tipo de mensaje.

BOOKMARK : (Señalador o favoritos) La sección de menú de un navegador donde se pueden almacenar los sitios preferidos, para luego

volver a ellos simplemente eligiéndolos con un simple click desde un menú.

BROWSER :(Web Browser, Navegador o visualizador) Programa que permite leer documentos en la Web y seguir enlaces (links) de documento en documento de hipertexto. Los Navegadores hacen pedidos de archivos (páginas y otros) a los servers de Web según la elección del usuario y luego muestran en el monitor el resultado del pedido en forma multimedial. Entre los más conocidos se encuentran el Netscape de Navigator, Microsoft Explorer y Mosaic. El primer navegador se llamó Line Mode Browser, pero el primer navegador en cuanto a difusión fue Mosaic. Usualmente, a los navegadores se les agrega plug-ins (agregados) para aumentar sus capacidades.

BUSCADOR: (Search) Herramienta que permite ubicar contenidos en la Red, buscando en forma booleana a través de palabras clave. Se organizan en buscadores por palabra o índices (como Lycos o Infoseek) y buscadores temáticos o Directories (como Yahoo!). Dentro de estas dos categorías básicas existen cientos de buscadores diferentes, cada uno con distintas habilidades o entornos de búsqueda (por ejemplo, sólo para médicos, para fanáticos de las mascotas o para libros y revistas).

CACHE: Almacenamiento intermedio o temporario de información. Por ejemplo, un navegador posee un cache donde almacena las últimas páginas visitadas por el usuario y, si alguna se solicita nuevamente, el navegador mostrará la que tiene acumulada en lugar de volver a buscarla en Internet. El término se utiliza para denominar todo depósito intermedio de datos solicitados con mayor frecuencia.

CHAT : Sistema de conversación en línea que permite que varias personas de todo el mundo conversen en tiempo real a través de sus

teclados. Existen varios sistemas de chat, uno de los más difundidos es el IRC.

CIBERNAUTA: dícese del navegante del ciberespacio.

CIBERESPACIO: término abstracto que se usa para referirse al "lugar" en que nos situamos al entrar en un espacio virtual, como al conectar con Internet o usar un casco de realidad virtual. El término procede de Neuromante, novela de William Gibson que todo buen cibernauta debería leer.

CLIENTE: en una estructura cliente-servidor, se llama cliente al programa utilizado para acceder a los servicios de un programa servidor. Por ejemplo, usted está utilizando un cliente Web para ver estas páginas, que le son ofrecidas por un servidor Web.

COOKIES :(Galletitas) Pequeños archivos con datos que algunos sitios Web depositan en forma automática en las computadoras de los visitantes. Lo hacen con el objetivo de almacenar allí información sobre las personas y sus preferencias. Por ejemplo, la primera vez que un navegante visita un site y completa un formulario con sus datos y perfil, el sistema podrá enviarle una cookie al asignarle una identificación. Cuando el usuario retorne, el sitio Web pedirá a la computadora cliente la cookie y, a través de ella, lo reconocerá.

DIRECCION ELECTRONICA: Serie de caracteres que identifican unívocamente un servidor (por ejemplo, www.supernet.com.mx) una persona (e_soule@supernet.com.mx) o un recurso (un sitio web como <http://www.supernet.com.mx/info.html>) en Internet. Se componen de varias partes de longitud variable. Las direcciones son convertidas por

los DNS en los números IP correspondientes para que puedan viajar por la Red.

DIRECCION IP: la dirección IP de una máquina conectada a Internet es un número que identifica unívocamente a esa máquina (es decir, tan sólo esa máquina tiene ese número). Las direcciones IP constan de cuatro números que van del 0 al 255, y que se representan por dígitos decimales separados por puntos, como 123.456.1.1. Como estos números son difíciles de recordar, a cada máquina se le asigna también un nombre, su nombre de dominio.

DIAL UP: Se le llama Dial Up, al servicio que proporciona algún proveedor de acceso a Internet.

DNS: (Domain Name System/Server, Servidor de nombres de dominios) Sistema de computadoras que se encarga de convertir (resolver) las direcciones electrónicas de Internet (como www.supernet.com.mx) en la dirección IP correspondiente y viceversa. Componen la base del funcionamiento de las direcciones electrónicas en Internet y están organizados jerárquicamente.

DOMINIO: El dominio, o más propiamente nombre de dominio, es uno de los conceptos básicos de Internet. Está muy relacionado con las direcciones IP, y su función es identificar unívocamente cada máquina conectada a Internet con un nombre que sea más fácil de recordar (para un humano) que una dirección IP. Un nombre de dominio está compuesto de varias partes que suelen dar una idea de la localización física de la máquina.

E-MAIL: Servicio de Internet que permite el envío de mensajes privados (semejantes al correo común) entre usuarios. Basado en el SMTP. Más

rápido, económico y versátil que ningún otro medio de comunicación actual. También utilizado como medio de debate grupal en las mailing lists.

EMOTICON: este término se ha ido imponiendo como el equivalente en castellano de smiley, que son esos extraños símbolos, como :-), usados para añadir emociones y sentimientos a los mensajes de correo electrónico. Hay varios cientos de ellos, que expresan alegría, tristeza, enfado, e incluso describen físicamente al interlocutor. Para apreciarlos, gire la cabeza como si fuese a apoyarla en su hombro izquierdo.

ENLACES : (Links) Conexiones que posee un documento de la Web (escrito en HTML). Un enlace puede apuntar a referencias en el mismo documento, en otro documento en el mismo site; también a otro site, a un gráfico, video o sonido.

EXTRANET : Utilización de la tecnología de Internet para conectar la red local (LAN) de una organización con otras redes (por ejemplo, proveedores y clientes).

FINGER : Comando que permite obtener información sobre una persona en la Red (por ejemplo, dirección de E-mail, dirección postal, hobbies), buscando ciertos datos que ésta pudo dejar en un formulario de consulta.

FORMATOS: Se les llama formatos generalmente a cada tipo de archivo, por ejemplo a los de gráficos como ".jpg, .gif, etc, etc.

FRAME : (Cuadros) Instrucciones en el lenguaje HTML (utilizado para diseñar las páginas Web); una forma de dividir la pantalla del navegante en varias zonas, cada una con autonomía de movimiento. Por ejemplo, se puede dividir una pantalla de modo que haya un frame vertical que

ocupe el lado izquierdo de la pantalla durante toda la navegación que contenga el menú de un sitio Web. Los frames son un agregado al HTML estándar inventado por la empresa Netscape y luego adoptados como norma.

GOPHER : Servicio de Internet que organiza la información y permite acceder a ella en forma sencilla. Es precursora de la Web y actualmente esta cayendo en desuso. Creada en la Universidad de Minnessotta, su nombre hace referencia a la mascota del lugar, que es un topo. Otros sugieren que es una deformación de la frase goes-fer ("busca"). El Gopher resolvió el problema de cómo ubicar recursos en Internet, reduciendo todas las búsquedas a menús y submenús.

HACKER: Experto técnico en algún tema relacionado con comunicaciones o seguridad; de alguna manera es también un gurú. Los hackers suelen dedicarse a violar claves de acceso por pura diversión, o para demostrar falencias en los sistemas de protección de una red de computadoras. Los Hackers son muy respetados por la comunidad técnica de Internet, a diferencia de los Crackers.

HIPERMEDIA: Combinación de hipertexto y multimedia. Uno de los grandes atractivos de la Web.

HIPERTEXTO : Concepto y termino inventado por Ted Nelson en 1969. Nelson era un famoso visionario de la informática que investigo durante 25 años, las posibilidades de interacción entre las computadoras y la literatura. Uno de los conceptos básicos para el desarrollo de la WWW. El hipertexto es una forma diferente de organizar información. En lugar de leer un texto en forma continua, ciertos términos están unidos a otros mediante relaciones (enlaces o links) que tienen entre ellos. El hipertexto permite saltar de un punto a otro en un texto, y a través de

los enlaces (con un simple click sobre las palabras subrayadas y en negrita), permite que los navegantes busquen información de su interés en la Red, guiándose por un camino distinto de razonamiento. Algunos programas muy difundidos, como la Ayuda de Windows o las enciclopedias en CD-ROOM, están organizadas como hipertextos.

HIT : (Acceso o pedido) Unidad de medición de accesos a determinado recurso. Forma de registrar cada pedido de información que un usuario efectúa a un server. Por ejemplo, en el caso de un sitio Web, la solicitud de cada imagen, página y frame genera un hit. Por lo tanto, para conocer en realidad cuántos accesos hubo, debe dividirse la cantidad de objetos independientes (texto, frames e imágenes) que una página contiene, o usar un contador de accesos.

HOME PAGE: (Página principal o de entrada) Página de información de la Web, escrita en HTML. En general, el término hace referencia a la página principal o de acceso inicial de un site.

HOST : Actualmente, sinónimo de SERVIDOR, y también se le conoce a los servidores que albergan como "HOST" a una o varias Páginas, pudiendo tener estas un nombre de dominio distinto a la del HOST en que se encuentren.

HOSTNAME: Denominación otorgada por el administrador a una computadora. El hostname es parte de la dirección electrónica de esa computadora, y debe ser único para cada maquina conectada a Internet. Por ejemplo "supernet"

HTML : (Hypertext Markup Language, Lenguaje de Mercado de Hipertextos) Lenguaje que define textos, subgrupo del SGML, destinado a simplificar la escritura de documentos estándar. Es la base estructural

en la que están diseñadas las páginas de la World Wide Web. Su definición está a cargo del Web Consortium

HTTP : (Hypertext Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Hipertexto) Es el mecanismo de intercambio de información que constituye la base funcional de la World Wide Web.

HIPERDOCUMENTOS: Documento que tiene estructura de hipertexto, pero contiene además referencias a objetos multimediales (como sonidos, imágenes, videos).

HIPERLINK : Enlace entre dos nodos de un hipertexto.

INTERNET ADDRESS: Sinónimo de número IP. Número asignado que identifica a un server en Internet. Está compuesto por dos o tres partes: número de red, número opcional de sub-red y número de host.

INTERNETS: La Red de computadoras más extensa del planeta, que conecta y comunica a más de 50 millones de personas. Nació a fines de los años sesenta como ARPANET y se convirtió en un revolucionario medio de comunicación. Su estructura técnica se basa en millones de computadoras que ofrecen todo tipo de información. Estas computadoras, encendidas las 24 horas, se llaman servidores y están interconectadas entre sí en todo el mundo a través de diferentes mecanismos de líneas dedicadas. Sin importar que tipo de computadoras son, para intercomunicarse utilizan el protocolo TCP/IP. Las computadoras que utilizan las personas para conectarse y consultar los datos de los servidores se llaman clientes, y acceden en general a través de un tipo de conexión llamado dial-in, utilizando un módem y una línea telefónica.

INTERNET : Denomina a un grupo interconectado de redes locales, que utilizan un mismo protocolo de comunicación.

INTERNIC: (Internet Network Information Centre) Centro de información que almacena documentos de Internet: RFCs y borradores de documentos. Organismo que se ocupa de otorgar grupos de números IP y direcciones electrónicas a cada organización que desee conectarse a Internet, garantizando que sean únicas.

INTRANET: Utilización de la tecnología de Internet dentro de la red local (LAN) y/o red de área amplia (WAN) de una organización. Permite crear un sitio público donde se centraliza el acceso a la información de la compañía. Bien utilizada, una Intranet permite optimizar el acceso a los recursos de una organización, organizar los datos existentes en las PCs de cada individuo y extender la tarea colaborativa entre los miembros de equipos de trabajo. Cuando una Intranet extiende sus fronteras más allá de los límites de la organización, para permitir la intercomunicación con los sistemas de otras compañías, se llama Extranet.

IRC : (Internet Relay Chat) Uno de los sistemas más populares de charlas interactivas (chats) de múltiples usuarios vía Internet. Permite que miles de personas de todo el mundo se reúnan a "conversar" simultáneamente en forma escrita.

ISDN : (Integrated Services Data Networks) Tecnología rápida de conexión para líneas dedicadas y transmisión de datos. Se utiliza para tener acceso a Internet o a una videoconferencia. Si bien esta tecnología existe hace varios años, aún se encuentra poco difundida.

ISP: (Internet Service Provider, Proveedor de servicios de Internet)

LINEA DEDICADA: Forma de conexión a Internet (con acceso las 24 horas) a través de un cable hasta un proveedor de Internet. Esta conexión puede ser utilizada por varias personas en forma simultánea.

LINK : Enlace.

LISTSERV: uno de los más populares y extendidos programas servidores de listas de correo.

LOGIN : Proceso de seguridad que exige que un usuario se identifique con un nombre (user-ID o nombre de usuario) y una clave (password o contraseña), para poder acceder a una computadora o recurso.

LINX : Browser de Web en modo texto, que no permite ver imágenes. Aún es ampliamente utilizado por quienes navegan desde estaciones Unix.

MODEM : Dispositivo que se utiliza para transferir datos entre computadoras a través de una línea telefónica. Unifica la información para que pueda ser transmitida entre dos medios distintos como un teléfono y una computadora. La velocidad del módem se mide en una unidad llamada baudios (bits por segundo), por ejemplo 56.600 baudios. Cuanto más rápido es el módem, más datos pueden viajar por el en menos tiempo.

MULTIMEDIA: Combinación de varias tecnologías de presentación de información (imágenes, sonido, animación, video, texto) con la intención de captar tantos sentidos humanos como sea posible. Previamente a la existencia de la multimedia, el intercambio de información con las computadoras estaba limitado al texto. Luego, con el nacimiento de las interfaces de usuario gráficas y los desarrollos en video y sonido, la multimedia permitió convertir el modo de comunicación entre personas

y dispositivos aumentando la variedad de información disponible. El uso de la multimedia fue la razón principal por la que la World Wide Web facilitó la difusión masiva de Internet.

NODO: cualquier servidor conectado a Internet.

PÁGINA WEB: es la unidad mínima de información en el WWW. Cada vez que pulsa un enlace o especifica una dirección, se carga un fichero que se le muestra en pantalla. Este fichero, llamado página, puede contener imágenes, enlaces a otras páginas, textos... puede ser tan pequeño como unas pocas líneas, o tan grande como esta (y más).

PASARELA: ordenadores que conectan a dos o más sistemas que usan diferentes protocolos para comunicarse, y que actúan como traductores de las comunicaciones entre esos sistemas.

POSTMASTER: persona encargada del mantenimiento de los servicios de correo electrónico en un nodo.

SERVIDOR: en una estructura cliente-servidor, se llama servidor a un programa que ofrece una serie de servicios, a los cuales se suele acceder por medio de programas especiales llamados clientes. Por ejemplo, a un servidor FTP, situado en un ordenador en cualquier lugar de la red se accede mediante programas FTP clientes, que son los que disponemos en nuestro ordenador. Por extensión, se suele llamar servidor también al ordenador en el que están situados estos programas.

SERVIDOR DE NOMBRES: es la máquina que traduce las direcciones de Internet en forma de texto a direcciones IP.

SPAMMING: se llama así al envío masivo de mensajes de correo no solicitados, por lo general de carácter comercial, a varias listas de correos, grupos de noticias, o a listas de usuarios que pueden alcanzar miles de personas. La expresión proviene de una película de los Monthy Pyton.

SUBJECT: asunto o título de un mensaje de correo electrónico. Es una pequeña frase que describe el contenido del mensaje.

TAG: se llama así a cada uno de los elementos del lenguaje HTML.

USENET: una de las principales redes dentro de Internet. Muy popular ya que dentro de ella se originó el concepto de news.

WEBMASTER: Suele llamarse así al administrador de sistema de un sitio o servidor, el cual es el encargado y responsable del mismo, además de ser en muchos casos el que de formato y mantenimiento a las paginas contenidas en el.

WWW: World Wide Web. También conocido simplemente como el Web, es uno de los servicios más populares de Internet. Combina texto con gráficos, imágenes, animaciones e incluso música, enlazados entre sí de tal manera que facilita la navegación por la información dispersa en todo Internet. Se basa en el protocolo HTTP.

7. Hobbs, Daniel "Bodas fáciles", ed: Prentice Hall, México, 1995.

8. Comer, Douglas E., "El libro de Internet", ed: Prentice Hall, México, 1995.

En la siguiente pregunta denominada como N6, la cual era: ¿Cómo conoces las páginas de Internet que visitas?

- a) por revistas
- b) por amigos
- c) por otros sitios web

Encontramos que un 9.8% conoce las páginas de Internet por revistas, un 34.2% es por amigos y un 52.6% lo hace por otros sitios web.

En esta pregunta nos pudimos dar cuenta que los jóvenes llegan a visitar ciertas páginas web, gracias a los vínculos que se encuentran en otras páginas y otra parte de los jóvenes lo hace por recomendación, por lo que hay que cuidar la información que contenga en determinada página de Internet. (FIGURA 6)



FIGURA 6

En la siguiente pregunta, o pregunta N7 la cual es: ¿Cómo crees que sea la información que existe en el Internet?

- a) buena
- b) mala
- c) regular

¿CÓMO CONOCES LAS PÁGINAS DE INTERNET QUE VISITAS?



FIGURA 6

En la siguiente pregunta, o pregunta N7 la cual es: ¿Cómo crees que sea la información que existe en el Internet?

- a)buena
- b)mala
- c)regular

Los resultados arrojados fueron que un 57.6% consideraron buena la información que existe en la Internet, un 16.4% la consideró mala y un 20.6% la consideró regular.

En este caso los jóvenes consideran que la información que reciben es buena por lo que aunado a lo que ellos investigan, se puede detectar una desinformación de parte de los usuarios, siendo que después otros consideran que es regular la información que en la Internet encuentran. (FIGURA 7)

¿CÓMO CREES QUE SEA LA INFORMACIÓN QUE EXISTE EN EL INTERNET?

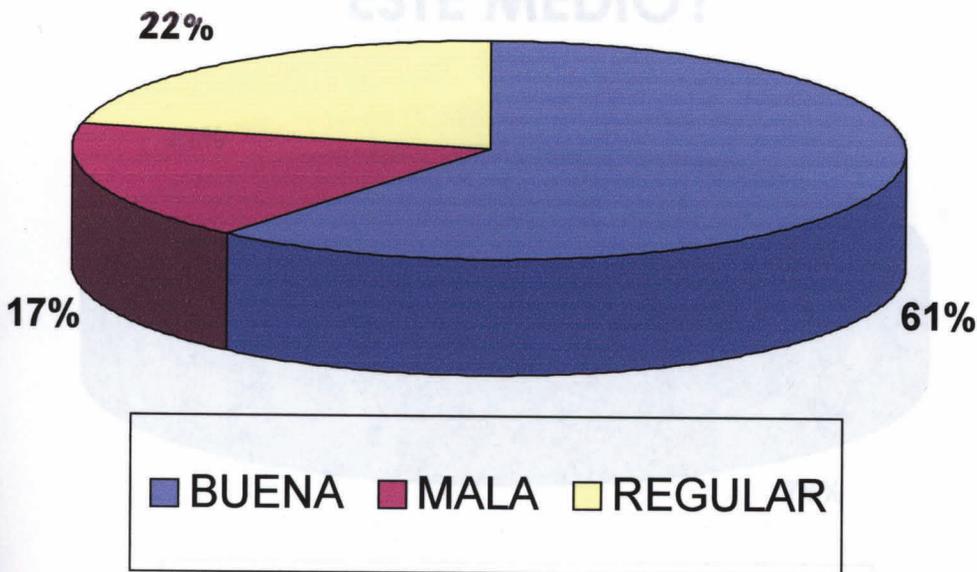


FIGURA 7

FIGURA 8

En la siguiente pregunta denominada N8, la cual decía, ¿Es fácil para ti tener acceso a este medio?

a)si

b)no

La gente respondió un 74.8% que si es fácil tener acceso a este medio y un 20.8% que no lo es.

Hoy en día es muy difícil que en casa, la gente posea una computadora, pues aun es más difícil que tengan el servicio de la Internet por lo que muchos acuden a los cibercafés que están según los resultados obtenidos al alcance de una gran mayoría. (FIGURA 8).

¿ES FÁCIL PARA TI TENER ACCESO A ESTE MEDIO?

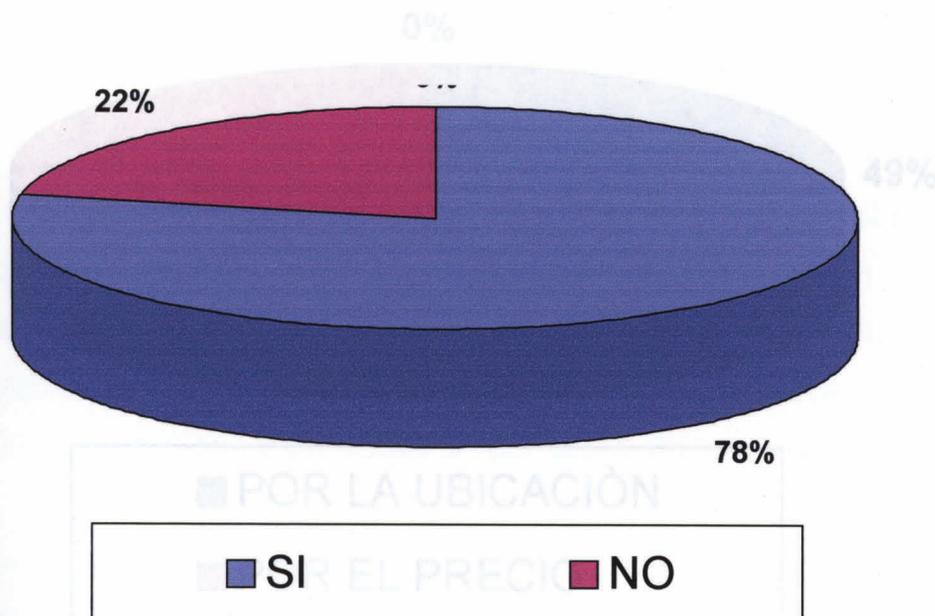


FIGURA 8

Finalmente en la pregunta designada como N9 la cual decía, ¿Por qué visitas este cibercafé?

a) por la ubicación

b) por el precio

Obtuvimos que un 47.6% visita el cibercafé por la ubicación, mientras que un 48.6% lo hace por el precio.

En cuanto a los factores que influyen para que los jóvenes acudan a los cibercafés encontramos que ya sea por el precio o la ubicación estos jóvenes buscan en su mayoría pagar menos por el servicio pero no dejan de buscar lo más cerca y lo más barato a su vez. (FIGURA 9)

¿POR QUÉ VISITAS ESTE CIBERCAFÉ?

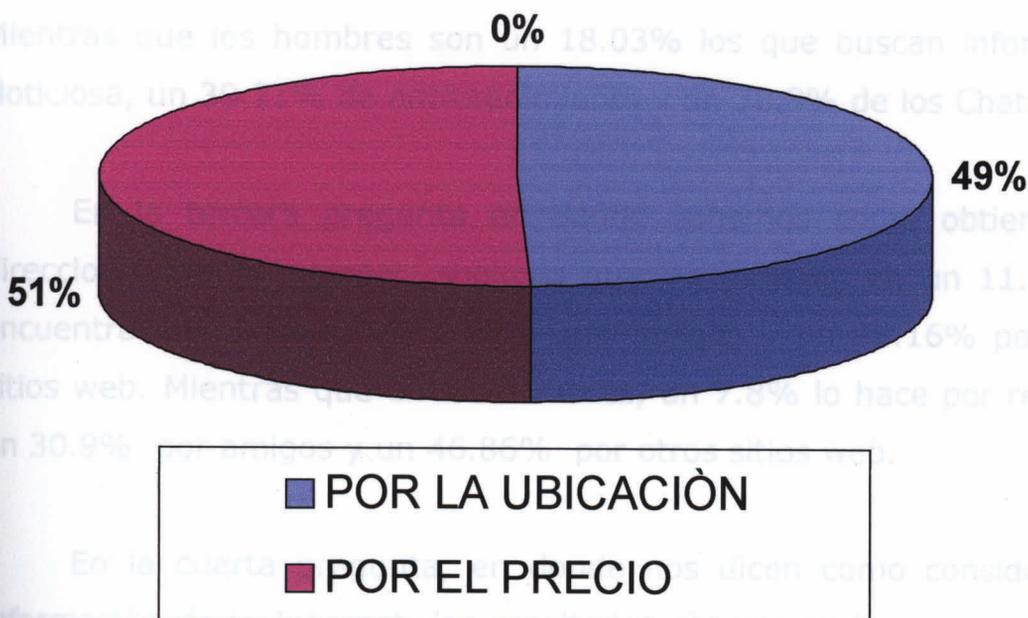


FIGURA 9

Analizando la información en cuanto al enfrentamiento de dos variables, decidí comparar las respuesta entre el sexo femenino y masculino de los encuestados dando como resultados lo siguiente:

Según la pregunta 1, de la frecuencia en que visitan los cibercafés, un 60.8% de mujeres contesto que los visita de 1 o 3 veces por semana, mientras que un 33.46% opino que los visita de 3 o 5 veces por semana y un 5.71% dijo que los visita cada 15 días. Mientras que en los hombres un 58% visita los cibercafés 1 o 3 veces por semana, un 36.4% opina que lo hace 3 o 5 veces por semana y un 5.09% dijo que los visitaba cada 15 días.

En la segunda pregunta en donde nos damos cuenta que tipo de información buscan, las mujeres contestaron que un 17.9% es Noticiosa un 46.53% es de entretenimiento y un 33.06% es de los Chats. Mientras que los hombres son un 18.03% los que buscan información Noticiosa, un 39.21% de entretenimiento y un 38.8% de los Chats.

En la tercera pregunta en donde sabemos como obtienen las direcciones de la Internet, supimos que las mujeres en un 11.8% las encuentra en revistas, un 37.5% por amigos y un 48.16% por otros sitios web. Mientras que en los hombres, un 7.8% lo hace por revistas, un 30.9% por amigos y un 46.86% por otros sitios web.

En la cuarta pregunta, en donde nos dicen como consideran la información de la Internet, los resultados obtuvimos fueron que en las mujeres un 56.32% considera que es buena, un 17.95% que es mala y

un 20.8% que es regular. Mientras que los hombres opinan en un 8.82% que es buena, un 14.90% que mala y un 20.39% que es regular.

En la pregunta sobre si les parece fácil o difícil tener acceso a este medio, resulto que las mujeres contestaron en un 72.24% que si es fácil, mientras que un 21.63% contesto que no es fácil. Mientras que los hombres dijeron en un 77.25% que si es fácil acudir a este medio y en un 18.82% que no.

Finalmente en la sexta y última pregunta en donde se busca saber porque asisten a un determinado cibercafé, se obtuvo que un 50.6% de mujeres contestaron que buscan a un cibercafé por la ubicación mientras que en un 47.34% por el precio y los hombres opinaron en un 44.70% que lo hacen por la ubicación y un 49.80% por el precio.



4.1 CONCLUSIONES GENERALES

A través de los resultados arrojados por la investigación realizada en algunos cibercafés de la ciudad de Morelia, constatamos las hipótesis que nos planteamos en un principio las cuales son: los jóvenes de 13 a 19 años de la ciudad de Morelia usan de manera parcial los servicios de Internet cuando visitan los cibercafés y que los mismos jóvenes acceden a los cibercafés.

CAPITULO III

Gracias a estos resultados arrojados y según el método que se empleó se descubre que la información que se brinda en la Internet es poca, sin embargo no es la que existe pero sí la que se conoce.

El problema radica desde abajo, es decir en las escuelas, con los amigos, en revistas, entre otras, donde la información que se produce no se encuentra en la escuela, sino que se busca en los lugares de 15 años buscar.

CONCLUSIONES

El hecho es que cada día este medio de información va formando parte de la vida cotidiana de la juventud y si no se encamina a tiempo antes que busque pronto se desvirtualizará esta ya no tan nueva tecnología.

El proponer un programa de educación técnica en la cual no sólo se enseñe a cómo utilizar la Internet, sino que también que podemos encontrar es algo muy necesaria en nuestros días.

4.1 CONCLUSIONES GENERALES

A través de los resultados arrojados por la investigación realizada en algunos cibercafés de la ciudad de Morelia, constatamos las hipótesis que nos planteamos en un principio las cuales son: los jóvenes de 13 a 29 años de la ciudad de Morelia usan de manera parcial los servicios de Internet cuando visitan los cibercafés y que los mismos jóvenes acceden a los cibercafés como un medio de entretenimiento.

Gracias a estos resultados arrojados y según el método que se empleo se descubrió que la información que se brinda en la Internet es poca, sin embargo no es la que existe pero si la que se conoce.

El problema radica desde abajo, es decir en las escuelas, con los amigos, en revistas, entre otras donde la información que se proporciona no es la adecuada o la que mejor le conviene a un joven de 15 años buscar.

El hecho es que cada día este medio de información va formando parte de la vida cotidiana de la juventud y si no se encamina a tiempo sobre que buscar, pronto se desvirtualizará esta ya no tan nueva tecnología.

El proponer un programa de educación técnica en la cual no solo se enseñe a como utilizar la Internet, sino que también que podemos encontrar es algo muy necesario en nuestros días.

Realmente descubrimos el uso que le dan los jóvenes al Internet en Morelia, al estudiar algunos de los cibercafés de la ciudad que brindan la información que muchos jóvenes acuden a investigar.

Es importante destacar que se necesita seguir llevando a cabo este estudio. Es verdaderamente preocupante el descubrir que el entretenimiento es solo lo que mueve a la juventud moreliana a acudir a estos sitios, y que muy pocos aprovechan la oportunidad que no toda la población tiene para acceder a este medio.

Las mujeres son las que más se involucran en esta cuestión, mientras que los hombres se mantienen al margen de lo que pueden investigar dentro de la red.

En el mundo globalizado en el que vivimos, una persona que no utiliza la Internet ya es una persona analfabeta que no está lo suficientemente preparada para enfrentar un empleo actualmente.

Los problemas que se ocasionan a raíz de esta falta de información son muchos y muy diversos, pero nosotros nos enfocamos a las futuras víctimas de al no ser solucionado sufrirán las consecuencias como falta de empleo, falta de superación y desarrollo, entre otras.

Es así como la Internet es un nuevo medio de comunicación que como todos los que existen actualmente debe de ser adaptado dentro de la sociedad e implementado para cosas positivas y de carácter evolutivo.

• www.Google.com

Gracias a este medio nos comunicamos, nos informamos y nos divertimos, pero hay que tener en cuenta la prioridad de estas tres

cosas y que se puede hacer para empezar desde nuestra casa a fomentar el uso adecuado de la red.

Es importante destacar que se necesita seguir llevando a cabo este tipo de investigaciones bajo un proceso sistemático de indagación, organización, búsqueda, selección, lectura, análisis e interpretación de información, para que por medio de los resultados obtenidos, nos demos cuenta de la realidad en la que vivimos y que puede pasarle a todos.

PULSE AQUÍ PARA SALIR...

La sociedad debe de unir un conjunto de instituciones relacionadas con el tema a que trabajen en favor del sistema de aprendizaje a favor de los jóvenes.

La Internet lejos de ser un problema, es la solución de muchos que aunque no la ven aún, tienen la posibilidad de conocerla pero si no se lucha por encontrarla, ni teniéndola frente a frente se darán cuenta de que existe.

Finalmente, expongo que para poder conocer mejor los temas contenidos en este documento es recomendable visitar páginas como las siguientes:

- www.Yahoo.com
- www.Altavista.com
- [www. El sitio.com](http://www.El sitio.com)
- www.Google.com

En estos lugares sugiero que especifique el tema que se desea encontrar en las casillas necesarias y luego dirigirse a los lugares que sean de su interés, por algo se les denomina a estos sitios buscadores, que por cierto son los más populares y los más completos actualmente.

PULSE AQUÍ PARA SALIR.....

ANCHO DE BANDA: (Bandwidth) Término técnico que determina el volumen de información que puede circular por un medio físico de comunicación de datos, es decir, la capacidad de una conexión. A mayor ancho de banda, más personas pueden utilizar el mismo medio simultáneamente. Se mide en Hertz o bps (bits por segundo), por ejemplo 32 kbps, 64 kbps, 1Mbps, etc.

ARCHE: Herramienta que permite localizar archivos en Internet, creada en Montreal por la Universidad de McGill. Un server de Archie (hay muchos distribuidos en Internet) mantiene una base de datos con la ubicación de varios miles de archivos en la Red. Actualmente el sistema sigue la pista a cerca de 1,5 millón de archivos en 900 lugares de almacenamiento. En desuso a partir de la aparición de World Wide Web.

BANNER: Aviso publicitario que ocupa parte de una página Web, en general ubicado en la parte superior al centro. Haciendo un click sobre él, se puede llegar al sitio del anunciante. De este modo, los banners en general se cobran en base a los click-throughs que se obtienen.

BOMBER: Persona que envía correos electrónicos (como bombardeo), siendo estos un número limitado con el objeto de saturar o bloquear cuantas de E. Hay con cualquier tipo de mensaje.

BOOKMARK: (Señalador o favoritos) La sección de menú de un navegador donde se pueden almacenar los sitios preferidos, para luego

GLOSARIO DE TERMINOS EN LA INTERNET

ANCHO DE BANDA: (Bandwith) Término técnico que determina el volumen de información que puede circular por un medio físico de comunicación de datos, es decir, la capacidad de una conexión. A mayor ancho de banda, mejor velocidad de acceso; más personas pueden utilizar el mismo medio simultáneamente. Se mide en Hertz o bps (bits por segundo), por ejemplo 32 kbps, 64 kbps, 1Mbps, etc.

ARCHIE: Herramienta que permite localizar archivos en Internet, creada en Montreal por la Universidad de McGill. Un server de Archie (hay muchos distribuidos en Internet) mantiene una base de datos con la ubicación de varios miles de archivos en la Red. Actualmente el sistema sigue la pista a cerca de 1,5 millón de archivos en 900 lugares de almacenamiento. En desuso a partir de la aparición de World Wide Web.

BANNER : Aviso publicitario que ocupa parte de una página Web, en general ubicado en la parte superior al centro. Haciendo un click sobre él, se puede llegar al sitio del anunciante. De este modo, los banners en general se cobran en base a los click-throughs que se obtienen.

BOMBER: Persona que envía correos electrónicos (como bombardeo), siendo estos un numero ilimitado con el objeto de saturar o bloquear cuantas de E. Mail con cualquier tipo de mensaje.

BOOKMARK : (Señalador o favoritos) La sección de menú de un navegador donde se pueden almacenar los sitios preferidos, para luego

volver a ellos simplemente eligiéndolos con un simple click desde un menú.

BROWSER : (Web Browser, Navegador o visualizador) Programa que permite leer documentos en la Web y seguir enlaces (links) de documento en documento de hipertexto. Los Navegadores hacen pedidos de archivos (páginas y otros) a los servers de Web según la elección del usuario y luego muestran en el monitor el resultado del pedido en forma multimedial. Entre los más conocidos se encuentran el Netscape de Navigator, Microsoft Explorer y Mosaic. El primer navegador se llamó Line Mode Browser, pero el primer navegador en cuanto a difusión fue Mosaic. Usualmente, a los navegadores se les agrega plug-ins (agregados) para aumentar sus capacidades.

BUSCADOR: (Search) Herramienta que permite ubicar contenidos en la Red, buscando en forma booleana a través de palabras clave. Se organizan en buscadores por palabra o índices (como Lycos o Infoseek) y buscadores temáticos o Directories (como Yahoo!). Dentro de estas dos categorías básicas existen cientos de buscadores diferentes, cada uno con distintas habilidades o entornos de búsqueda (por ejemplo, sólo para médicos, para fanáticos de las mascotas o para libros y revistas).

CACHE: Almacenamiento intermedio o temporario de información. Por ejemplo, un navegador posee un cache donde almacena las últimas páginas visitadas por el usuario y, si alguna se solicita nuevamente, el navegador mostrará la que tiene acumulada en lugar de volver a buscarla en Internet. El término se utiliza para denominar todo depósito intermedio de datos solicitados con mayor frecuencia.

CHAT : Sistema de conversación en línea que permite que varias personas de todo el mundo conversen en tiempo real a través de sus

teclados. Existen varios sistemas de chat, uno de los más difundidos es el IRC.

CIBERNAUTA: dícese del navegante del ciberespacio.

CIBERESPACIO: término abstracto que se usa para referirse al "lugar" en que nos situamos al entrar en un espacio virtual, como al conectar con Internet o usar un casco de realidad virtual. El término procede de Neuromante, novela de William Gibson que todo buen cibernauta debería leer.

CLIENTE: en una estructura cliente-servidor, se llama cliente al programa utilizado para acceder a los servicios de un programa servidor. Por ejemplo, usted está utilizando un cliente Web para ver estas páginas, que le son ofrecidas por un servidor Web.

COOKIES :(Galletitas) Pequeños archivos con datos que algunos sitios Web depositan en forma automática en las computadoras de los visitantes. Lo hacen con el objetivo de almacenar allí información sobre las personas y sus preferencias. Por ejemplo, la primera vez que un navegante visita un site y completa un formulario con sus datos y perfil, el sistema podrá enviarle una cookie al asignarle una identificación. Cuando el usuario retorne, el sitio Web pedirá a la computadora cliente la cookie y, a través de ella, lo reconocerá.

DIRECCION ELECTRONICA: Serie de caracteres que identifican unívocamente un servidor (por ejemplo, www.supernet.com.mx) una persona (e_soule@supernet.com.mx) o un recurso (un sitio web como <http://www.supernet.com.mx/info.html>) en Internet. Se componen de varias partes de longitud variable. Las direcciones son convertidas por

los DNS en los números IP correspondientes para que puedan viajar por la Red.

DIRECCION IP: la dirección IP de una máquina conectada a Internet es un número que identifica unívocamente a esa máquina (es decir, tan sólo esa máquina tiene ese número). Las direcciones IP constan de cuatro números que van del 0 al 255, y que se representan por dígitos decimales separados por puntos, como 123.456.1.1. Como estos números son difíciles de recordar, a cada máquina se le asigna también un nombre, su nombre de dominio.

DIAL UP: Se le llama Dial Up, al servicio que proporciona algún proveedor de acceso a Internet.

DNS: (Domain Name System/Server, Servidor de nombres de dominios) Sistema de computadoras que se encarga de convertir (resolver) las direcciones electrónicas de Internet (como www.supernet.com.mx) en la dirección IP correspondiente y viceversa. Componen la base del funcionamiento de las direcciones electrónicas en Internet y están organizados jerárquicamente.

DOMINIO: El dominio, o más propiamente nombre de dominio, es uno de los conceptos básicos de Internet. Está muy relacionado con las direcciones IP, y su función es identificar unívocamente cada máquina conectada a Internet con un nombre que sea más fácil de recordar (para un humano) que una dirección IP. Un nombre de dominio está compuesto de varias partes que suelen dar una idea de la localización física de la máquina.

E-MAIL: Servicio de Internet que permite el envío de mensajes privados (semejantes al correo común) entre usuarios. Basado en el SMTP. Más

rápido, económico y versátil que ningún otro medio de comunicación actual. También utilizado como medio de debate grupal en las mailing lists.

EMOTICON: este término se ha ido imponiendo como el equivalente en castellano de smiley, que son esos extraños símbolos, como :-), usados para añadir emociones y sentimientos a los mensajes de correo electrónico. Hay varios cientos de ellos, que expresan alegría, tristeza, enfado, e incluso describen físicamente al interlocutor. Para apreciarlos, gire la cabeza como si fuese a apoyarla en su hombro izquierdo.

ENLACES : (Links) Conexiones que posee un documento de la Web (escrito en HTML). Un enlace puede apuntar a referencias en el mismo documento, en otro documento en el mismo site; también a otro site, a un gráfico, video o sonido.

EXTRANET : Utilización de la tecnología de Internet para conectar la red local (LAN) de una organización con otras redes (por ejemplo, proveedores y clientes).

FINGER : Comando que permite obtener información sobre una persona en la Red (por ejemplo, dirección de E-mail, dirección postal, hobbies), buscando ciertos datos que ésta pudo dejar en un formulario de consulta.

FORMATOS: Se les llama formatos generalmente a cada tipo de archivo, por ejemplo a los de gráficos como ".jpg, .gif, etc, etc.

FRAME : (Cuadros) Instrucciones en el lenguaje HTML (utilizado para diseñar las páginas Web); una forma de dividir la pantalla del navegante en varias zonas, cada una con autonomía de movimiento. Por ejemplo, se puede dividir una pantalla de modo que haya un frame vertical que

ocupe el lado izquierdo de la pantalla durante toda la navegación que contenga el menú de un sitio Web. Los frames son un agregado al HTML estándar inventado por la empresa Netscape y luego adoptados como norma.

GOPHER : Servicio de Internet que organiza la información y permite acceder a ella en forma sencilla. Es precursora de la Web y actualmente esta cayendo en desuso. Creada en la Universidad de Minnessotta, su nombre hace referencia a la mascota del lugar, que es un topo. Otros sugieren que es una deformación de la frase goes-fer ("busca"). El Gopher resolvió el problema de cómo ubicar recursos en Internet, reduciendo todas las búsquedas a menús y submenús.

HACKER: Experto técnico en algún tema relacionado con comunicaciones o seguridad; de alguna manera es también un gurú. Los hackers suelen dedicarse a violar claves de acceso por pura diversión, o para demostrar falencias en los sistemas de protección de una red de computadoras. Los Hackers son muy respetados por la comunidad técnica de Internet, a diferencia de los Crackers.

HIPERMEDIA: Combinación de hipertexto y multimedia. Uno de los grandes atractivos de la Web.

HIPERTEXTO : Concepto y termino inventado por Ted Nelson en 1969. Nelson era un famoso visionario de la informática que investigo durante 25 años, las posibilidades de interacción entre las computadoras y la literatura. Uno de los conceptos básicos para el desarrollo de la WWW. El hipertexto es una forma diferente de organizar información. En lugar de leer un texto en forma continua, ciertos términos están unidos a otros mediante relaciones (enlaces o links) que tienen entre ellos. El hipertexto permite saltar de un punto a otro en un texto, y a través de

los enlaces (con un simple click sobre las palabras subrayadas y en negrita), permite que los navegantes busquen información de su interés en la Red, guiándose por un camino distinto de razonamiento. Algunos programas muy difundidos, como la Ayuda de Windows o las enciclopedias en CD-ROOM, están organizadas como hipertextos.

HIT : (Acceso o pedido) Unidad de medición de accesos a determinado recurso. Forma de registrar cada pedido de información que un usuario efectúa a un server. Por ejemplo, en el caso de un sitio Web, la solicitud de cada imagen, página y frame genera un hit. Por lo tanto, para conocer en realidad cuántos accesos hubo, debe dividirse la cantidad de objetos independientes (texto, frames e imágenes) que una página contiene, o usar un contador de accesos.

HOME PAGE: (Página principal o de entrada) Página de información de la Web, escrita en HTML. En general, el término hace referencia a la página principal o de acceso inicial de un site.

HOST : Actualmente, sinónimo de SERVIDOR, y también se le conoce a los servidores que albergan como "HOST" a una o varias Páginas, pudiendo tener estas un nombre de dominio distinto a la del HOST en que se encuentren.

HOSTNAME: Denominación otorgada por el administrador a una computadora. El hostname es parte de la dirección electrónica de esa computadora, y debe ser único para cada maquina conectada a Internet. Por ejemplo "supernet"

HTML : (Hypertext Markup Language, Lenguaje de Mercado de Hipertextos) Lenguaje que define textos, subgrupo del SGML, destinado a simplificar la escritura de documentos estándar. Es la base estructural

en la que están diseñadas las páginas de la World Wide Web. Su definición está a cargo del Web Consortium

HTTP : (Hypertext Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Hipertexto) Es el mecanismo de intercambio de información que constituye la base funcional de la World Wide Web.

HIPERDOCUMENTOS: Documento que tiene estructura de hipertexto, pero contiene además referencias a objetos multimediales (como sonidos, imágenes, videos).

HIPERLINK : Enlace entre dos nodos de un hipertexto.

INTERNET ADDRESS: Sinónimo de número IP. Número asignado que identifica a un server en Internet. Está compuesto por dos o tres partes: número de red, número opcional de sub-red y número de host.

INTERNETS: La Red de computadoras más extensa del planeta, que conecta y comunica a más de 50 millones de personas. Nació a fines de los años sesenta como ARPANET y se convirtió en un revolucionario medio de comunicación. Su estructura técnica se basa en millones de computadoras que ofrecen todo tipo de información. Estas computadoras, encendidas las 24 horas, se llaman servidores y están interconectadas entre sí en todo el mundo a través de diferentes mecanismos de líneas dedicadas. Sin importar que tipo de computadoras son, para intercomunicarse utilizan el protocolo TCP/IP. Las computadoras que utilizan las personas para conectarse y consultar los datos de los servidores se llaman clientes, y acceden en general a través de un tipo de conexión llamado dial-in, utilizando un módem y una línea telefónica.

INTERNET : Denomina a un grupo interconectado de redes locales, que utilizan un mismo protocolo de comunicación.

INTERNIC: (Internet Network Information Centre) Centro de información que almacena documentos de Internet: RFCs y borradores de documentos. Organismo que se ocupa de otorgar grupos de números IP y direcciones electrónicas a cada organización que desee conectarse a Internet, garantizando que sean únicas.

INTRANET: Utilización de la tecnología de Internet dentro de la red local (LAN) y/o red de área amplia (WAN) de una organización. Permite crear un sitio público donde se centraliza el acceso a la información de la compañía. Bien utilizada, una Intranet permite optimizar el acceso a los recursos de una organización, organizar los datos existentes en las PCs de cada individuo y extender la tarea colaborativa entre los miembros de equipos de trabajo. Cuando una Intranet extiende sus fronteras más allá de los límites de la organización, para permitir la intercomunicación con los sistemas de otras compañías, se llama Extranet.

IRC : (Internet Relay Chat) Uno de los sistemas más populares de charlas interactivas (chats) de múltiples usuarios vía Internet. Permite que miles de personas de todo el mundo se reúnan a "conversar" simultáneamente en forma escrita.

ISDN : (Integrated Services Data Networks) Tecnología rápida de conexión para líneas dedicadas y transmisión de datos. Se utiliza para tener acceso a Internet o a una videoconferencia. Si bien esta tecnología existe hace varios años, aún se encuentra poco difundida.

ISP: (Internet Service Provider, Proveedor de servicios de Internet)

LINEA DEDICADA: Forma de conexión a Internet (con acceso las 24 horas) a través de un cable hasta un proveedor de Internet. Esta conexión puede ser utilizada por varias personas en forma simultánea.

LINK : Enlace.

LISTSERV: uno de los más populares y extendidos programas servidores de listas de correo.

LOGIN : Proceso de seguridad que exige que un usuario se identifique con un nombre (user-ID o nombre de usuario) y una clave (password o contraseña), para poder acceder a una computadora o recurso.

LINX : Browser de Web en modo texto, que no permite ver imágenes. Aún es ampliamente utilizado por quienes navegan desde estaciones Unix.

MODEM : Dispositivo que se utiliza para transferir datos entre computadoras a través de una línea telefónica. Unifica la información para que pueda ser transmitida entre dos medios distintos como un teléfono y una computadora. La velocidad del módem se mide en una unidad llamada baudios (bits por segundo), por ejemplo 56.600 baudios. Cuanto más rápido es el módem, más datos pueden viajar por el en menos tiempo.

MULTIMEDIA: Combinación de varias tecnologías de presentación de información (imágenes, sonido, animación, video, texto) con la intención de captar tantos sentidos humanos como sea posible. Previamente a la existencia de la multimedia, el intercambio de información con las computadoras estaba limitado al texto. Luego, con el nacimiento de las interfaces de usuario gráficas y los desarrollos en video y sonido, la multimedia permitió convertir el modo de comunicación entre personas

y dispositivos aumentando la variedad de información disponible. El uso de la multimedia fue la razón principal por la que la World Wide Web facilitó la difusión masiva de Internet.

NODO: cualquier servidor conectado a Internet.

PÁGINA WEB: es la unidad mínima de información en el WWW. Cada vez que pulsa un enlace o especifica una dirección, se carga un fichero que se le muestra en pantalla. Este fichero, llamado página, puede contener imágenes, enlaces a otras páginas, textos... puede ser tan pequeño como unas pocas líneas, o tan grande como esta (y más).

PASARELA: ordenadores que conectan a dos o más sistemas que usan diferentes protocolos para comunicarse, y que actúan como traductores de las comunicaciones entre esos sistemas.

POSTMASTER: persona encargada del mantenimiento de los servicios de correo electrónico en un nodo.

SERVIDOR: en una estructura cliente-servidor, se llama servidor a un programa que ofrece una serie de servicios, a los cuales se suele acceder por medio de programas especiales llamados clientes. Por ejemplo, a un servidor FTP, situado en un ordenador en cualquier lugar de la red se accede mediante programas FTP clientes, que son los que disponemos en nuestro ordenador. Por extensión, se suele llamar servidor también al ordenador en el que están situados estos programas.

SERVIDOR DE NOMBRES: es la máquina que traduce las direcciones de Internet en forma de texto a direcciones IP.

SPAMMING: se llama así al envío masivo de mensajes de correo no solicitados, por lo general de carácter comercial, a varias listas de correos, grupos de noticias, o a listas de usuarios que pueden alcanzar miles de personas. La expresión proviene de una película de los Monthy Pyton.

SUBJECT: asunto o título de un mensaje de correo electrónico. Es una pequeña frase que describe el contenido del mensaje.

TAG: se llama así a cada uno de los elementos del lenguaje HTML.

USENET: una de las principales redes dentro de Internet. Muy popular ya que dentro de ella se originó el concepto de news.

WEBMASTER: Suele llamarse así al administrador de sistema de un sitio o servidor, el cual es el encargado y responsable del mismo, además de ser en muchos casos el que de formato y mantenimiento a las paginas contenidas en el.

WWW: World Wide Web. También conocido simplemente como el Web, es uno de los servicios más populares de Internet. Combina texto con gráficos, imágenes, animaciones e incluso música, enlazados entre sí de tal manera que facilita la navegación por la información dispersa en todo Internet. Se basa en el protocolo HTTP.

7. Hobbs, Daniel "Bodas fáciles", ed. Prentice Hall, México, 1995.

8. Comer, Douglas E., "El libro de Internet", ed. Prentice Hall, México, 1995.

BIBLIOGRAFIA

1. Aburto Fernández Ricardo, **"Como usar Internet: Un manual para su utilización"**, México 1998, VII, 133 pag.
2. Alba Mancilla Gustavo, **"Internet: una nueva herramienta para el comunicólogo – propuesta"**, México, 1998 XII, 211 p.
3. Alvarez Manilla, Jose Manuel y Ana Maria Bañuelos M, **"Usos educativos de la computadora"**, edit. UNAM, Centro de Investigaciones y Servicios Educativos (CISE), México, 1994.
4. Aguilar Ramírez Gabriela, **"Aplicación de las Nuevas Técnicas de Internet a la Investigación. Un enfoque práctico"**, México 2000, VI, 160 p.
5. Barker Joel A. **Paradigmas el Negocio de Descubrir el Futuro.** Editorial McGraw Hill Bogotá Colombia 1996 Paginas 210
6. Bellorín M. Luisa **Técnica de Documentación e Investigación I.** Estudios Generales I Editorial Universidad Nacional Abierta Caracas Venezuela Primera Edición Septiembre 1992 Paginas 614
7. Bobola, Daniel **"iRedes fácil!**, edit. Prentice Hall, México, 1995.
8. Comer, Douglas E., **"El libro de Internet"**, edit. Prentice Hall, México, 1995.

9. Coppola R. **Qué es Internet** (1997, Mayo Año 3 Nro.12) Periódico PcNews Edición Informe Especial Internet en Venezuela p.28
10. De Fleur M. I. Y S. Ball Rokeach, **"Teorías de la comunicación de masas"**, edit. Paidós, 2da reimpresión, México, 1987.
11. Díaz V., **La cuarta versión o el web es mío** (1997, Marzo Año 2 Nro.12) Periódico La Red para Mortales p.18
12. **Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado**, edit. Larousse, México, 1988.
13. **Diccionario vox de sinónimos**, edit. Rei, México, 1991.
14. Fernández F., **Internet por rutas y atajos** (1997, Octubre 20) El Nacional p. C-1 sección de Ciberespacio.
15. Fernández R **Para su uso en educación, lo más importante son los contenidos que se incluyen en la red** (1997, Marzo Año 7 Nro. 18) revista de computadoras La Red, p 3.
16. Freedman, Alan, **"Glosario de computación"**, edit. Mc Graw Hill, México.
17. Garza Mercado, Ario, **"Manual de Técnicas de investigación"**, Edit. Colegio De México, México, 1979.

18. González Rodríguez Ma. Gabriela, **"La prensa a través de Internet"**, México 1998, 134 p. Ilus. **Internet Explorer 3.0**. España: Editorial Anaya Multimedia
19. Guajardo, Horacio, **"Teoría de la comunicación social"**, edit. Gernika, México, 1986. **El camino fácil a Internet. Serie Enter**. España: Editorial McGraw Hill.
20. Han, Harley, **"Internet, manual de referencia"**, edit. Mc Graw Hill, México, 1994. **Introducción a la teoría de la comunicación de masas**, edit. Paidós 1ª. Reimpresión, México, 1988.
21. Jaramillo Estrada Fernando, **Internet un nuevo milenio de Comunicación** Tesis de la UVAQ. **Enciclopedia de comunicación. IV tomo**, edit. Limusa. 1ª. Edición, México 1994
22. Jardón Flores Edith Catalina, **"La información periodística y la tecnología del CD ROM"**, México 1995, 121 p. Cdrs grafs. **américa**, (1997, Junio 22) **El Universal** p. 2-B sección de Tecnología
23. Juárez Alejandra Malpica, **"Internet, aisla o comunica, investigación realizada a estudiantes de comuniación y periodismo"**, Tesis de la UVAQ, diciembre del 2000.
24. Kent, Peter, **"Internet fácil"**, edit. Prentice Hall, México, 1995. **una nueva era**, edit. G. Gil, 1era. Edición, Mexico, 1985.
25. Kraynak, Joe, **"Nescape navigator para windows 95 fácil"**, edit. Prentice Hall, México 1995. **anda y Griselda Ramírez Castillejo, "La publicidad interactiva en Internet: una propuesta normativa"**.
26. Krol, Ed, **"Conéctate al mundo de Internet, Guía y Catálogo"**, edit. Mc Graw Hill, México 1995.
36. Rodríguez Espinosa Juan Carlos, **Internet herramienta de un**
27. Levine, John R. Y Carol Baroudi, **"Internet para inexpertos"**, edit. Limusa, México, 1995.

27. Rodríguez Correas Luis Manuel, "Las nuevas tecnologías de
28. López, E. (1996) **Guía de iniciación Internet Explorer 3.0,**
España: Editorial Anaya Multimedia
29. Sánchez, J. (1996) **El camino fácil a Internet, Serie Enter,**
España: Editorial McGraw Hill.
30. M.C. Quail Denis, **"Introducción a la teoría de la comunicación
de masas"**, edit. Paidós 1ª. Reimpresión, México, 1988.
31. Mota, Ignacio H. De la **"Enciclopedia de comunicación. IV
tomo"**, edit. Limusa. 1ª. Edición, México 1994.
32. **Más de un millón de usuarios de Internet en Latinoamérica,**
(1997, Junio 22) El Universal p. 2-8 sección de Tecnología.
33. Paoli, Antonio, **"Comunicación e información"**, edit. Trillas,
México, 1983, tercera edición.
34. Ploman, Edward W. **"Satélites de comunicación. Inicio de una
nueva era"**, edit. G. Gili, 1era. Edición, México, 1985.
35. Ramírez Benavides Yolanda y Griselda Ramírez Castillejo, **"La
publicidad interactiva en Internet: una propuesta normativa"**,
México 2000, 103p.
36. Rodríguez Espinosa Juan Carlos, **Internet herramienta de un
nuevo milenio,** Trabajo de investigación del Tecnológico de Morelia.

37. Rodríguez Cortús Luis Manuel, **"Las nuevas tecnologías de información en las comunicaciones internacionales: Internet una tecnología sin fronteras o una telaraña de computadoras y de información"**, México 1998, V 129 p. Maps cdros.
38. Rojas Soriano, Raúl, **"El proceso de la investigación científica"**, edit. Trillas, México, 1992.
39. Rojas Soriano Raúl, **"Guía para realizar investigaciones sociales"**, edit. Plaza y valdez, 30ª. Edición, México D.F., 1999.
40. NEIL RANDALL, **Aprendiendo Internet en 21 días.**, pag. 7.
41. LÓPEZ, ERNESTO. **"Se acerca Internet2, en Reforma, Sección A"**, 15 de marzo de 1999, p.1.
42. ACOSTA VÁZQUEZ NELLY, **"Reportaje del diario PROVINCIA"**, Sección suplemento del día 18 de noviembre de 2002.
43. **Microsoft® Encarta® 2001.** © 1993-2000 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

HEMEROGRAFÍA

1. Covi D. Delia Maria, **"Cambiar la perspectiva en la enseñanza de la comunicación"**, en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, comunicación y creatividad, edit. UNAM, No. 138 Año XXXV, Octubre-Diciembre 1989.

2. Tejeda, Luis Felipe, **"Qué es la web"**, en Revista Telemundo, director: José Antonio Fernández F. No. 30 Julio-Agosto 1996.

INTERNET

* **Plan de estudios de ciencias de la comunicación**

<http://sociolan.políticas.UNAM.mx/reforma/cc.htm>

* Universidad de Oviedo

Preguntas frecuentes sobre Internet

<http://webhead.com/-sergio/awwwa/queeswww/>

* **La industria televisiva desde el mundo del Internet.**

www.itesm.mx

www.isoc.org/home.htm/

* Cuadrado M. J, **Glosario Electronico** (1996, Junio) Universidad de Cordoba España.

<http://www.uco.es/ccg/glosario/glosario.html>,

* http://members.tripod.com/e_soule/tesis/glosario.html

CUESTIONARIO APLICADO

- ¿Con qué frecuencia visitas un cibercafé?
 - a) 1 o 3 veces por semana
 - b) 3 o 5 veces por semana
 - c) una vez cada 15 días
- ¿Qué información buscas en Internet?
 - a) Noticias
 - b) De entretenimiento
 - c) Los Chats
- ¿Cómo consigues la información de Internet que visitas?
 - a) por revistas
 - b) por amigos
 - c) por otros sitios web
- ¿Cómo crees que es la información que existe en Internet?
 - a) buena
 - b) mala
 - c) regular
- ¿Es fácil para ti tener acceso a este medio?
 - a) sí
 - b) no
- ¿Por qué visitas este cibercafé?
 - a) por la ubicación
 - b) por el precio

CUESTIONARIO APLICADO

- ¿Con qué frecuencia visitas un cibercafé?
 - a) 1 o 3 veces por semana
 - b) 3 o 5 veces por semana
 - c) c) cada 15 días
- ¿Qué información buscas en Internet?
 - a)Noticiosa
 - b)De entretenimiento
 - c)Los Chats
- ¿Cómo conoces las páginas de Internet que visitas?
 - a)por revistas
 - b)por amigos
 - c)por otros sitios web
- ¿Cómo crees que sea la información que existe en el Internet?
 - a)buena
 - b)mala
 - c)regular
- ¿Es fácil para ti tener acceso a este medio?
 - a)si
 - b)no
- ¿Por qué visitas este cibercafé?
 - a) por la ubicación
 - b)por el precio

REGLAMENTO PARA ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES QUE PRESTAN EL SERVICIO DE RENTA DE EQUIPO DE CÓMPUTO Y ACCESO A INTERNET

Título Unico

Capítulo Primero

Disposiciones Generales

Capítulo Segundo

De la Competencia y Atribuciones

Capítulo Tercero

De los Requisitos, Restricciones y Obligaciones

Capítulo Cuarto

De las Inspecciones, Sanciones y Recursos

Artículos Transitorios

TITULO UNICO CAPITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1.- Las disposiciones del presente Reglamento son de orden e interés público y de carácter complementario a las establecidas por el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles.

ARTICULO 2.- Este Reglamento tiene por objeto determinar las normas particulares que regulen la operación de los establecimientos mercantiles que dentro de la jurisdicción del Municipio de Morelia, Estado de Michoacán de Ocampo, presten al público en general, como giro principal o complementario, el servicio de arrendamiento o renta de equipo de cómputo; y, en su caso, como una prestación adicional de ese servicio, el acceso a la red informática de comunicación mundial denominada INTERNET.

ARTICULO 3.- Son sujetos al cumplimiento del presente Reglamento:

I.- Los titulares de los establecimientos mercantiles que desarrollen como giro principal o complementario las actividades señaladas en el artículo anterior; quienes en todo caso estarán obligados a vigilar su cumplimiento y observancia, tanto por sus dependientes o empleados, como durante el desarrollo de las actividades propias del giro mercantil; y

II.- En general toda persona física o moral que en los términos del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y este Reglamento pretendan obtener autorización para la operación de este tipo de giro mercantil mediante la expedición de la Licencia o Permiso Municipal de Funcionamiento correspondiente.

ARTICULO 4.- Para efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

I.- Ayuntamiento: El Honorable Ayuntamiento Constitucional del Municipio de Morelia, de conformidad a las disposiciones contenidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; la Constitución Política del Estado de Michoacán de Ocampo; y, la Ley Orgánica Municipal del Estado;

II.- Administración Pública Municipal: La Presidencia Municipal y demás dependencias administrativas, de conformidad a lo establecido por la Ley Orgánica Municipal y demás disposiciones aplicables;

- III.- Secretaría: La Secretaría del Ayuntamiento, como dependencia de la Administración Pública Municipal, en los términos dispuestos por la Ley Orgánica Municipal;
- IV.- Tesorería: La Tesorería del Ayuntamiento, como dependencia de la Administración Pública Municipal, en los términos dispuestos por la Ley Orgánica Municipal;
- V.- Licencia: La Licencia Municipal de Funcionamiento para establecimientos de tipo mercantil que expida el Ayuntamiento en los términos del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles;
- VI.- Titulares: Las personas físicas o morales que obtengan en su favor una Licencia; o, aquellas que con el carácter de gerentes; administradores; representantes legales u otro, tengan la responsabilidad de la operación y funcionamiento de un establecimiento mercantil, en los términos del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles;
- VII.- INTERNET: Según sus siglas en idioma inglés, derivado de las palabras International Network of Computers; como el sistema de red informática que conecta a escala mundial a través de redes regionales a varios ordenadores; y, que ofrece a sus usuarios como modalidades de ese servicio, el denominado correo electrónico; el acceso a páginas electrónicas de información diversa elaborados por usuarios de la propia red; el acceso a bases de datos de ordenadores conectados a dicha red; así como el intercambio de archivos entre los usuarios de la misma, entre otros;
- VIII.- Equipo de cómputo: El conformado por una Unidad Central de Proceso, conocido por sus siglas como C.P.U.; un monitor para visualizar las imágenes del ordenador; un teclado para la operación del ordenador; y el dispositivo manual que se utiliza para los mismos fines, denominado Ratón o Mouse en idioma inglés;
- IX.- Virus Informático: Los programas de tipo informático que tienen por objeto introducirse en la memoria de un ordenador con el objeto de que al ser procesadas sus instrucciones, dañe sus componentes o produzca un funcionamiento anómalo del mismo;
- X.- Reglamento: el presente Reglamento.

CAPITULO SEGUNDO DE LA COMPETENCIA Y ATRIBUCIONES

ARTICULO 5.- Corresponde la aplicación del Reglamento a:

- I.- El Ayuntamiento;
- II.- La Presidencia Municipal;
- III.- Las Dependencias; Organos u Organismos de la Administración Pública Municipal conforme a las atribuciones que les confiere el presente Reglamento y demás disposiciones reglamentarias aplicables.

ARTICULO 6.- En la aplicación de las disposiciones contenidas en el Reglamento, corresponde al Ayuntamiento y a las Dependencias de la Administración Pública Municipal, el ejercicio de las atribuciones que se establecen en los artículos siguientes.

ARTICULO 7.- Corresponde al Ayuntamiento:

- I.- Acordar el Tabulador de Infracciones o sanciones económicas aplicable por la violación a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento;
- II.- Sustanciar y resolver el Recurso de Revisión a que se refiere el Reglamento;
- III.- A través de la Comisión de Educación Pública, Cultura y Turismo, conforme a las atribuciones que le confiere la Ley Orgánica Municipal, proponer programas y convenios de colaboración con los titulares de los establecimientos regulados por este Reglamento con la finalidad de que los usuarios del servicio al que se refiere este ordenamiento que tengan y acrediten la calidad de estudiante de cualquiera de los niveles de educación, obtengan tarifas o precios preferentes por el uso de dicho servicio; y

IV.- Las demás que le señale este ordenamiento y otras disposiciones aplicables.

ARTICULO 8.- Corresponde a la Presidencia Municipal:

- I.- Coordinar, supervisar y evaluar el cumplimiento de las atribuciones conferidas a las Dependencias de la Administración Pública Municipal de conformidad al Reglamento;
- II.- Informar al Ayuntamiento sobre el estado que guardan los asuntos relativos al ejercicio de las atribuciones contempladas en el Reglamento;
- III.- Sustanciar y resolver el Recurso de Revocación a que se refiere el Reglamento; y
- IV.- Las demás que le señale este ordenamiento y demás disposiciones aplicables.

ARTICULO 9.- Corresponde a la Secretaría del Ayuntamiento:

- I.- Instruir a la Dirección de Reglamentos Municipales para que de conformidad con el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles practique las visitas de inspección a que haya lugar a efecto de verificar el cumplimiento de los requisitos, condiciones y obligaciones señaladas en este Reglamento para los establecimientos mercantiles materia de este mismo;
- II.- Calificar y determinar el monto de las sanciones económicas a los infractores del presente ordenamiento con base a lo dispuesto en el mismo, en el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y el Tabulador de Infracciones que en su momento acuerde el Ayuntamiento; con independencia de las demás sanciones que en su caso resulten aplicables por infracciones a las disposiciones señaladas por otros ordenamientos municipales;
- III.- Ordenar en su caso las clausuras correspondientes, sustanciando para el efecto el procedimiento de revocación de Licencias y Permisos a que se refiere el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles;
- IV.- Informar periódicamente al Presidente sobre el estado que guardan los asuntos derivados del ejercicio de las atribuciones anteriores; y
- V.- Las demás que le señale este ordenamiento y demás disposiciones aplicables.

ARTICULO 10.- Corresponde a la Tesorería del Ayuntamiento:

- I.- Por medio de su personal del área de informática, coadyuvar con los inspectores de la Dirección de Reglamentos Municipales en las visitas de inspección a los establecimientos regulados por el Reglamento, prestando la asesoría técnica necesaria para la práctica de dichas diligencias a efecto de verificar el cumplimiento de este ordenamiento;
- II.- Recibir y extender el recibo correspondiente que por concepto del pago de las sanciones económicas se impongan a los titulares por causa de infracciones a las obligaciones establecidas en el presente Reglamento;
- III.- Informar periódicamente al Presidente sobre el estado que guardan los asuntos derivados del ejercicio de las atribuciones anteriores; y
- IV.- Las demás que le señale este ordenamiento y demás disposiciones aplicables.

CAPITULO TERCERO DE LOS REQUISITOS, RESTRICCIONES Y OBLIGACIONES

ARTICULO 11.- Toda persona física o moral que solicite una licencia o permiso municipal de funcionamiento de un establecimiento mercantil que desarrolle las actividades relativas al giro mercantil considerado en este ordenamiento, deberán cumplir con los siguientes requisitos, de manera adicional a los que establece el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles:

- I.- Ser un establecimiento mercantil con calidad y buen servicio.
- II.- Estar dado de alta en Hacienda y presentar las declaraciones realizadas.

III.- Existirá una clasificación de acuerdo al tipo y categoría en el que se encuentre el establecimiento mercantil; donde los requerimientos mínimos son:

Tipo de Conexión:

- Dial-Up

Equipos con espacio mínimo de .80 mts cuadrados

Características del Equipo:

- Equipos Multimedia.
- Tecnología de vanguardia
- Licencias de Software (corresponde a la autoridad correspondiente)
- Mínimo 5 Computadoras

Servicio de Botanas y Refrescos

Medidas de Seguridad (Extintores)

Señalización

IV.- Las asesorías que se impartan son responsabilidad única del propietario.

V.- En el supuesto de que se ofrezca como una prestación adicional el acceso a INTERNET:

a).-La responsabilidad del uso de Internet, será del dueño del establecimiento al estar vigilando constantemente el uso adecuado del mismo.

b).- La documentación expedida por la empresa o compañía que originalmente le presta el servicio de INTERNET es exclusivo del mismo como del establecimiento mercantil, de acuerdo al artículo 13;

VI.- Las inspecciones realizadas por ayuntamiento serán acompañadas por parte del grupo técnico de asesores de la Asociación Michoacana de Cyber-Cafés.

VII.- En su caso, el cumplimiento previo de los demás requisitos, condiciones u obligaciones que dispongan los ordenamientos federales, estatales o municipales aplicables.

ARTICULO 12.- La Administración Pública Municipal, bajo ninguna circunstancia autorizará la ampliación de licencia o expedición permiso de funcionamiento para operar el giro que se regula en este Reglamento, cuando el establecimiento mercantil en el que pretenda operar se desarrolle cualquier tipo de actividad relacionada con giros mercantiles relativos a la venta y consumo de bebidas alcohólicas. o, en su caso, cuando se operen giros que por la naturaleza de sus actividades resulten incompatibles con el servicio de renta al público de equipo de cómputo.

ARTICULO 13.- En cualquier caso, la expedición de la Licencia o Permiso Municipal de Funcionamiento amparará la operación del giro mercantil relativo a la renta o arrendamiento de equipo de cómputo y bajo ninguna circunstancia el giro mercantil será por motivo de la prestación del servicio de INTERNET, por tratarse de un medio o vía de comunicación que le corresponde en su caso ser motivo de regulación por la legislación federal y competencia de las instancias correspondientes de ese nivel de Gobierno.

ARTICULO 14.- Las Licencias o Permisos Municipales de Funcionamiento se expedirán bajo las condiciones, términos y previo cumplimiento de los requisitos señalados por el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y este Ordenamiento.

ARTICULO 15.-El horario permitido para la prestación del servicio que se regula por este Reglamento será abierto con el uso exclusivo de su giro.

ARTICULO 16.- De manera adicional a las establecidas por el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles que resulten aplicables, los titulares de los establecimientos mercantiles que se regulan por este Reglamento deberán cumplir con las siguientes obligaciones:

I.- Disponer permanentemente del personal necesario y debidamente capacitado para prestar la ayuda o asesoría necesaria al usuario sobre el uso del equipo de cómputo; todo esto será responsabilidad del propietario del establecimiento.

II.- La superficie permitida será proporcional de acuerdo a lo mencionado en el Artículo 3.

III.- Prohibir el consumo y abstenerse de expender a los usuarios cualquier tipo de bebida alcohólica (solo a tratar el permiso para cyber-bares);

IV.- Cuando de manera adicional a la renta del equipo se ofrezca el acceso a INTERNET:

a).- El manejo adecuado de Internet, así como el acceso a páginas de distintos contenidos, serán responsabilidad del responsable del establecimiento al estar vigilando continuamente a cada uno de sus usuarios.

b).- El registro de usuarios es solo para efectos de control interno;

V. Mantener limpios los sanitarios.

VI. El establecimiento mercantil tendrá la seguridad necesaria que auxilie a los usuarios como a los encargados en casos de catástrofe, este se dará de acuerdo a la señalización correspondiente y número de extintores de acuerdo al tamaño del establecimiento.

VII.- Las demás que le señale los ordenamientos federales, estatales o municipales aplicables.

CAPITULO CUARTO DE LAS INSPECCIONES, SANCIONES Y RECURSOS

ARTICULO 18.- Las visitas de inspección y verificación que se desprendan por motivo de la aplicación del presente Reglamento serán ejecutadas por la Dirección de Reglamentos Municipales; y en su caso, en coordinación con el personal del área de informática que para el efecto determine la Tesorería; debiendo sujetarse a las normas y procedimiento señalado por el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles.

ARTICULO 19.- Con independencia de las sanciones que establece el Reglamento General para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles, el incumplimiento o contravención a las normas establecidas en el presente Reglamento será sancionable con la imposición de sanciones económicas, clausura de los establecimientos mercantiles y la revocación de las Licencias o Permisos, según corresponda en los términos de los ordenamientos anteriormente señalados, en su parte conducente.

ARTÍCULO 20.- El monto de la sanción económica se fijará de conformidad al Tabulador de Infracciones que para tal efecto acuerde el Ayuntamiento, el cual deberá ajustarse entre un mínimo de 10 días y un máximo de 200 días de salario mínimo vigente en el Municipio de Morelia.

ARTÍCULO 21.- La reincidencia en la comisión de una infracción será sancionable con la imposición de una sanción económica hasta por un monto equivalente al doble de la sanción originalmente impuesta; y en caso de reincidencia por segunda ocasión, se sancionará además con la revocación de la Licencia y la clausura inmediata y definitiva del establecimiento mercantil, ajustándose en lo conducente a lo dispuesto por el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles.

ARTICULO 22.- El monto de las sanciones económicas será determinado por la Secretaría tomando en cuenta la gravedad de la infracción, las condiciones económicas de la persona

física o moral a la que se sanciona, la naturaleza del giro mercantil, la reincidencia en su caso; así como las demás circunstancias que permitan determinar la sanción de manera individual.

ARTICULO 23.- Los titulares de los establecimientos mercantiles a que se refiere el presente Ordenamiento que consideren afectados sus derechos por las resoluciones o acuerdos que se deriven por la aplicación de este Reglamento, podrán interponer los Recursos de Revocación y de Revisión establecidos por la Ley Orgánica Municipal para revocar o modificar los actos que se reclamen.

ARTICULO 24.- El procedimiento para la presentación, sustanciación, términos, requisitos, notificaciones y pruebas de los Recursos señalados en el artículo anterior, se ajustarán en lo conducente a lo dispuesto por la Ley Orgánica Municipal y las disposiciones respectivas del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles.

ARTICULOS TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

SEGUNDO.- Se derogan las disposiciones legales de carácter municipal que se opongan a lo dispuesto por este Reglamento.

TERCERO.- En tanto se apruebe por el Ayuntamiento el Tabulador de Infracciones a que se refiere el presente Reglamento; la aplicación de las sanciones económicas se ajustará a los siguientes montos:

I.- De 10 a 100 días de salario mínimo vigente en el Municipio de Morelia, a los titulares de los establecimientos mercantiles que infrinjan lo dispuesto por las fracciones I a la VII del artículo 17 de este Reglamento; y

II.- De 100 a 200 días de salario mínimo vigente en el Municipio de Morelia, a los titulares de los establecimientos mercantiles que infrinjan lo dispuesto por las fracciones VIII y IX del artículo 17 de este mismo Reglamento.

En casos de reincidencia, la aplicación de sanciones se ajustará a lo dispuesto por el artículo 21 de este Reglamento.

CUARTO.- Para efectos de regularizar su operación conforme a lo dispuesto en este Reglamento, los titulares de los establecimientos mercantiles que a la fecha de publicación del presente en los Estrados de la Presidencia Municipal hayan obtenido previamente la Licencia o Permiso municipal de funcionamiento para la operación del giro mercantil que se regula en este Ordenamiento, deberán acreditar en todo caso su debido cumplimiento al momento de solicitar la revalidación o renovación del permiso o licencia correspondiente.

Por única ocasión, las personas físicas o morales que a la fecha de publicación del presente Reglamento desarrollen las actividades inherentes al giro mercantil que en el mismo se regula, sin contar con la licencia o permiso municipal de funcionamiento correspondiente, contarán con un término de 30 días hábiles, contados a partir del día siguiente al de publicación de este Reglamento en los Estrados de la Presidencia Municipal, para los efectos de regularizar su operación mediante la presentación de la solicitud y obtención de la licencia o permiso correspondiente, debiendo ajustarse en todo caso a lo dispuesto por este ordenamiento y en lo conducente a lo dispuesto por el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles.

QUINTO.- En cumplimiento a lo dispuesto por el Artículo 14 de las Bases Normativas para la Expedición de Bandos y Reglamentos Municipales expedidas por el Congreso del Estado, remítase un ejemplar de este Reglamento a las sedes del Titular del Poder Ejecutivo y del Honorable Congreso del Estado para su conocimiento y efectos legales.

DECLARACION DE PRINCIPIOS

La Asociación Michoacana de Cyber-Cafés (AMC) surge con el objetivo de promover el uso de los servicios de venta de equipo de cómputo en México a través de una red de negocios siempre en Norma de Calidad Alta.

CAPITULO I

"Sobre los fines de la AMC"

ARTICULO 1.- La Asociación Michoacana de Cyber-Cafés (AMC) es una asociación de personas físicas y jurídicas que se dedica a la venta de equipo de cómputo en México.

amc@enluzz.com
www.enluzz.com

1.- Promover el uso de los servicios de venta de equipo de cómputo en México a través de una red de negocios siempre en Norma de Calidad Alta.

2.- Promover el uso de los servicios de venta de equipo de cómputo en México a través de una red de negocios siempre en Norma de Calidad Alta.

3.- Promover el uso de los servicios de venta de equipo de cómputo en México a través de una red de negocios siempre en Norma de Calidad Alta.

4.- Promover el uso de los servicios de venta de equipo de cómputo en México a través de una red de negocios siempre en Norma de Calidad Alta.

5.- Promover el uso de los servicios de venta de equipo de cómputo en México a través de una red de negocios siempre en Norma de Calidad Alta.

ARTICULO 2.- ORGANIZACION DE LA AMC

1.- La Asociación Michoacana de Cyber-Cafés (AMC) es una asociación de personas físicas y jurídicas que se dedica a la venta de equipo de cómputo en México.

2.- La Asociación Michoacana de Cyber-Cafés (AMC) es una asociación de personas físicas y jurídicas que se dedica a la venta de equipo de cómputo en México.

Asociación Michoacana de CyberCafés

DECLARACION DE PRINCIPIOS

La Asociación Michoacana de CyberCafés (A.M.C.) nace con el objetivo de unificar criterios de los servicios de renta de equipo de computo con acceso a internet y atención a clientes, basados siempre en Normas de Calidad Altas.

CAPITULO I

"Sobre los fines de la AMC"

ARTICULO 1.- La A.M.C. es una Asociación Civil integrada por los propietarios y/o responsables de Cybercafés y establecimientos dedicados a la renta de equipo de cómputo del estado de Michoacán.

ARTICULO 2.- La A.M.C. tiene como objetivos fundamentales:

- I. Establecer las Normas de Calidad Mínimas en servicios e instalaciones, que deben de tener todos sus miembros.
- II. Servir de vinculo entre sus miembros y las Autoridades Municipales, Federales, organismos gubernamentales y/o civiles.
- III. Participar en el desarrollo de la cultura informática en el estado de Michoacán, con la creación de proyectos especiales, conferencias, talleres, congresos, etc.
- IV. Defender los derechos de todos sus miembros ante abusos por parte de autoridades u otro tipo de organismos.
- V. Establecer una relación bilateral entre empresas del ramo informático e internet, con el fin de conseguir beneficios para los miembros que así lo requieran.

ARTICULO 3.- No serán funciones de la A.M.C.:

- I. Intervenir en la Administración Interna de cada uno de sus miembros.
- II. Obligar a cualquier establecimiento de renta de equipo de computo e internet, el pertenecer a la A.M.C.

CAPITULO II

“Miembros Fundadores”

ARTICULO 4.- La A.M.C. fue fundada en la Cd. De Morelia, Michoacán, el viernes 11 de Agosto de 2000.

ARTICULO 5.- Su Asamblea Constitutiva fue integrada por los representantes o propietarios de los siguientes cybercafés.

CyberCafé	Miembro Fundador	Cargo
EnLuzz.com	Diego Ruiz	Propietario
CHATroom CyberCafé	Genaro González Sánchez	Propietario
C.C.I.	Francisco Vanegas Fabián	Propietario
InterCreative	Lisandro Torres	Propietario
Imagnet	Alberto Casimiro Andrade	Propietario
El Sotano	Víctor Carvajal	Propietario
EnLuzz.com	Israel Guerra Alvarez	Propietario

ARTICULO 6.- Los miembros fundadores conforman un **“Consejo de Asesores Permanente”**, con el fin de apoyar las actividades de la Mesa Directiva.

CAPITULO III

“Mesa Directiva y Coordinadores”

ARTICULO 7.- La Mesa Directiva será la encargada de vigilar los intereses y bienestar de la A.M.C. en toda ocasión.

ARTICULO 8.- Será la encargada de vincular y gestionar con autoridades, agrupaciones gubernamentales y otros.

ARTICULO 9.- Está conformada por tres personas elegidas por consenso en Asamblea General.

ARTICULO 10.- Cada uno de los miembros de la Mesa Directiva tienen igualdad de voz y voto en torno a las decisiones que se tomen.

ARTICULO 11.- La vigencia de la Mesa Directiva será de 6 meses con posibilidad de reelegirse toda la mesa o en forma individual. Cumpliendo siempre con la forma de elección descrita en el Artículo 9 de este capítulo.

ARTICULO 12.- Para poder llevar a cabo la elección de una nueva Mesa Directiva, esto se deberá realizar en una Asamblea General programada por lo menos con un mes de anticipación a la fecha del termino de gestión de la mesa vigente. Esto con el fin de involucrar a la nueva mesa directiva en los asuntos que se estén tratando.

ARTICULO 13.- La Mesa Directiva será la encargada de crear las Coordinaciones que en su momento sea necesarias, para las actividades que realice. Así como designar los responsables y vigencia de estas.

CAPITULO IV

“Condiciones de Admisión, Derechos y Sanciones”

ARTICULO 14.- Podrán ingresar a la A.M.C. todos los propietarios y/o gerentes de cybercafés del estado de Michoacán.

ARTICULO 15.- La admisión a la A.M.C. estará sujeta a los siguientes requisitos:

- I. Llenar una Cédula de Afiliación ante la Mesa Directiva.
- II. Cumplir con las Normas de calidad establecidas por la A.M.C., o en su defecto comprometerse a cumplirlas en un plazo no mayor a tres meses.
- III. No rebasar el máximo de dos representantes por CyberCafe, aún cuando éste cuente con varias sucursales.
- IV. Cubrir la Cuota de Inscripción de \$ 200.00 M.N.
- V. La aprobación de la Mesa Directiva y del Consejo de Asesores Permanente.

ARTICULO 16.- Los afiliados a la A.M.C. tendrán los siguientes derechos:

- I. *Ser representado y defendido por la A.M.C. en los conflictos que pudieran generarse ante autoridades u organizaciones.*
- II. *Participar en las Asambleas Generales y/o extraordinarias, con voz y voto igualitaria a la de todos los miembros.*
- III. *Presentar por escrito o en Asamblea iniciativas y proyectos que tiendan a la superación de la A.M.C.*
- IV. *Exigir a la Mesa Directiva y a las Coordinaciones existentes, el correcto desempeño de sus funciones, y solicitar los informes que considere convenientes.*
- V. *En el caso de amenaza de expulsión a esta asociación, nombrar un defensor o defenderse por si mismo de los cargos que se le imputen.*
- VI. *Gozar de manera igualitaria de los logros alcanzados por la A.M.C.*

VII. Todos los que se deriven de estos estatutos.

ARTICULO 17.- Son obligaciones de los miembros de la A.M.C.

- I. Cumplir y hacer cumplir los presentes estatutos.
- II. Promover el desarrollo y consolidación de la A.M.C.
- III. Asistir puntualmente a todas las Asambleas Generales o extraordinarias convocadas por la Mesa Directiva.
- IV. Cumplir con un porcentaje de asistencia de un 80%, durante el periodo de una mesa directiva.
- V. Cubrir una Cuota Mensual de \$50.00 M.N.
- VI. Desempeñar con eficacia y honestidad los cargos y comisiones que le sean conferidos.
- VII. Cooperar con las diferentes coordinaciones, para facilitar el cumplimiento de sus tareas.
- VIII. Participar en las Promociones, Publicidad y eventos; así como difundir el uso del canal **#cybermorelia**, entre sus clientes.

Medidas de Seguridad:

- Contar con extintores de fuego en lugares visibles y accesibles. Además de ser los adecuados para equipos electrónicos.
- Alejar los equipos de cómputo de lugares o artículos que pudieran provocar un corto circuito, como pueden ser portátiles, teléfonos, lámparas, tomas de agua, etc.

Señalización:

- de Extintores
- Puertas de Evacuación
- Señales
- Escaleras
- Señales de Seguridad en Caso de Sismo o Incendio
- Lista de Proveedores

Recomendaciones para la Instalación Eléctrica y de Red de un CyberCafe

Instalación Eléctrica:

- Cableado oculto o por medio de canaletas.
- Contar con una varilla de cobre para tierra física
- Centro de carga con una pastilla adecuada el voltaje que se va a utilizar de acuerdo con el numero de equipos que se piensan instalar.
- Contactos trifásicos
- Reguladores de corriente por maquina, o en su defecto uno cada dos maquinas.
- No utilizar ladrones de corriente para sobre cargar un contacto.

Instalación de Cableado de Red:

- Cableado oculto por medio de canaletas. (La canaleta no debe de ser la misma por la que pasa la corriente eléctrica).
- En el Caso de ser una red Ethernet 10BaseT, el Concentrador debe de estar en un lugar seguro.

Medidas de Seguridad:

- Contar con extintores de fuego en lugares visibles y accesibles. Además de ser los adecuados para equipos electrónicos.
- Alejar los equipos de computo de lugares o artículos que pudieran provocar un corto circuito, como puede ser portagarrafones, cafeteras, tomas de agua, etc.

Señalización:

- de Extintores
- Rutas de Evacuación
- Sanitarios
- Escaleras
- Medidas de Seguridad en Caso de Sismo o Incendio
- Lista de Precios Visible.