

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA Y ADMINISTRACION



ESTUDIO SOBRE EL CONTENIDO EN INTERNET:
SU INFLUENCIA EN EL TRABAJO DEL
PROFESIONISTA

Por:
PEDRO JAVIER CASTILLO GARZA

Como requisito parcial para obtener el Grado de
MAESTRIA EN INFORMATICA ADMINISTRATIVA.

Noviembre del 2001

TM
Z7164
.C8
FCPYA
2001
C3

**ESTUDIO SOBRE EL CONTENIDO EN INTERNET:
SU INFLUENCIA EN EL TRABAJO DEL
PROFESIONISTA**

2001

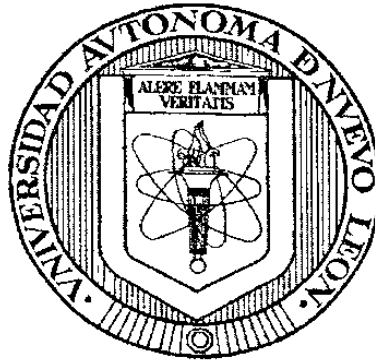


1020146545

24

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON

FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA Y ADMINISTRACION



**ESTUDIO SOBRE EL CONTENIDO EN INTERNET: SU INFLUENCIA EN EL
TRABAJO DEL PROFESIONISTA**

Por

PEDRO JAVIER CASTILLO GARZA

**Como requisito parcial para obtener el Grado de
MAESTRIA EN INFORMATICA ADMINISTRATIVA**

Noviembre, 2001

0150-38560

TM
Z7164
•C8
FOPYA
2001
C3



FONDO
TESIS

DEDICATORIA

A Dios que me dio la vida y me ha permitido llegar hasta aquí.
A los maestros que he tenido a lo largo de toda mi vida, por sus consejos y tiempo.
A mis padres, por sus cuidados y por ser los forjadores de mi educación.
A mis hermanos, por su apoyo en mi niñez y juventud.
A mi esposa Mónica, por acompañarme en mis nuevas metas.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al maestro Fernando Gutiérrez Peón por su valioso tiempo y asesoría en el desarrollo de mi Tesis.

A las maestras Leticia Neira y Patricia Elguezabal por sus consejos y apoyo en el proceso de revisión de mi Tesis.

**ESTUDIO SOBRE EL CONTENIDO EN INTERNET: SU INFLUENCIA EN EL
TRABAJO DEL PROFESIONISTA**

Aprobación de la Tesis:

Asesor de la Tesis
MA. Fernando Gutiérrez Peón

MIA. Leticia Amalia Neira Tovar

MIA. Patricia Elguezabal López.

Subdirector de Estudios de Postgrado
MAP. Francisco Javier Jardines Garza

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo		Página
1.	Introducción	1
	1.1 Elección del Tema	1
	1.2 La clave...el Contenido, el buen contenido	3
	1.3 Propuesta	7
	1.4 Planteamiento del problema	8
	1.5 Hipótesis	9
	1.6 Objetivo	10
	1.7 Justificación	11
	1.8 Método	14
	1.9 Limitaciones y Alcances	17
2.	¿Qué es Internet?	18
	2.1 La Gigantesca red	19
	2.2 ¿Cómo funciona Internet?	20
	2.3 Acceso a Internet	21
	2.3.1 Hogar	22
	2.3.2 Oficina	23
	2.4 ¿Cómo esta estructurada la Red de Redes?	24
	2.5 Nomenclatura de Internet	25
	2.6 Historia de Internet	28
	2.7 Historia en México	29
	2.7.1 Se consolida Internet en México	30
	2.8 Los servicios de Internet	32
	2.8.1 El correo electrónico	32
	2.8.2 La World Wide Web	38
	2.8.3 FTP: transmisión de archivos	40
	2.8.4 IRC: canales de charla, el famoso chat	43
	2.8.5 Buscadores	44
	2.8.6 El Comercio Electrónico	47
	2.9 ¿Quién regula Internet?	51
	2.9.1 Otras áreas a regular	53
	2.10 Seguridad en Internet	54
	2.10.1 La inseguridad de Internet en México para el profesionista	58
	2.11 ¿Para qué sirve Internet?	60

Capítulo	Página
3. Conociendo al usuario de Internet	63
3.1 Mediciones en Internet	63
3.2 La necesidad de medir	64
3.3 ¿Qué se debe medir en Internet?	64
3.3.1 Software especial de estadísticas	65
3.3.2 Metodología de sondeo o monitoreo	66
3.4 Compañías especializadas en mediciones de Internet	68
3.5 Estadísticas de Internet	70
3.5.1 ¿Quiénes accesar Internet en el Mundo?	70
3.6 Crecimiento de Internet en México	73
3.7 Encuestas sobre el uso de Internet en México	75
3.8 Perfil del cibernauta	81
4. El Contenido en Internet	83
4.1 ¿Por qué es importante el Contenido para los sitios de Internet?	85
4.2 Características del sitio de Contenido de Internet	88
4.3 El contenido y sus transacciones	90
4.3.1 B2B	90
4.3.2 B2C	92
4.4 ¿Cómo es el Perfil del cibernauta que accesa el Contenido?	94
4.4.1 Novatos	94
4.4.2 Intermedios	95
4.4.3 Expertos	95
4.5 Tipos de contenido que buscan los cibernautas	97
4.5.1 Información	97
4.5.2 Entretenimiento	100
4.5.3 Educación, Cultura, Investigación	103
4.6 Elementos que forman parte del Contenido	110
4.6.1 Texto	110
4.6.2 Audio y Video	112
4.6.3 Gráficos, Imágenes	115
4.6.4 Fotos	116
4.6.5 Cartones	117
4.6.6 Gráficos animados	118
4.6.7 Gráficos con datos	120
4.7 Contenidos ilegales en Internet	121
4.7.1 Sectas destructivas	121
4.7.2 Ideologías prohibidas	122
4.7.3 Inducir a la violencia	122
4.7.4 Difundir datos Personales	123

Capítulo	Página
4.8 Personalización del contenido	124
4.8.1 Definiendo grupos de usuarios en función de su perfil	124
4.8.2 Personalización Dinámica	127
4.9 ¿Qué es un “cookie”?	128
4.10 ¿Quién regula el contenido de Internet?	131
4.10.1 Internet Autoregulado	131
4.10.2 La excusa de la Libertad de Expresión	133
4.11 Métodos tecnológicos para obtener contenido	134
4.11.1 Navegadores	135
4.11.2 Asistentes Digitales Personales	139
4.11.3 ¿Cómo funciona esta visualización?	143
5. Propuesta de solución: Construcción del sitio con el contenido ideal para el profesionalista	145
5.1 Estructura del sitio	148
5.2 Estructura del contenido	149
5.3 Elementos del sitio profesionistas.com	150
5.3.1 Elementos de Identificación y Publicitarios	150
5.3.2 Elementos de contenido variable	152
5.3.3 Barra de Navegación o Menú	155
5.3.4 Área de Noticias	159
5.3.5 Herramientas 2	160
5.3.6 Herramientas de Actualización	163
5.3.7 El Especial del momento	166
5.3.8 Información sobre Derechos y Legal	167
6. Internet para el Profesionalista: Internet 2	171
Conclusión	174
Glosario	177
Referencia Bibliográfica	196
Resumen Autobiográfico	197

LISTA DE TABLAS

Tabla	Página
I. Tipos de dominios que existen	26
II. Buscadores más usados durante el año 2000	45
III. Compañías de medición de Internet	69
IV. ¿Cada cuándo usa una computadora?	77
V. ¿Aproximadamente cuánto tiempo usa la computadora al día?	77
VI. ¿Porcentaje que usa Internet, al menos una vez por semana?	77
VII. ¿Quién es su proveedor de acceso a Internet (isp)?	78
VIII. ¿Tiene dirección de correo electrónico?	78
IX. Actividades que ha dejado de practicar por utilizar internet	78
X. ¿Qué tipo de páginas de Internet le gusta ver?	79
XI. ¿Desde donde se conecta a Internet?	79
XII. Aproximadamente ¿cuánto tiempo navega/usa Internet al día?	79
XIII. Motor de búsqueda preferido	79
XIV. ¿En que momento del día utiliza más Internet?	80
XV. ¿Qué han hecho los usuarios en Internet?	80
XVI. Usuarios de Internet por sexo, datos de abril	81
XVII. ¿Cuáles son los usos que se les da a Internet?	81
XVIII. ¿Qué tipo de usuario es el que domina el acceso a Internet?	82
XIX. Sitios estudiantiles más visitados en México	195

LISTA DE FIGURAS

Figura		Página
1.	Estructura sobre el funcionamiento de Internet	21
2.	Elementos principales de una herramienta de correo	35
3.	Yahoo. Uno de los sitios más populares que ofrecen correo gratis	37
4.	Sitio de la www	39
5.	Software comercial de FTP	42
6.	Por medio de su navegador permiten el intercambio de archivos, esto con sistemas de seguridad que brindan acceso en base a la cuenta del usuario.	42
7.	Servicio de chat en terra.com.mx	44
8.	Yahoo motor de búsqueda	45
9.	Comercio electrónico elementos importunities	50
10.	Usuarios de Internet en el mundo	70
11.	Ritmo de crecimiento de Internet en el mundo	72
12.	Ritmo de crecimiento de usuarios de Internet en México	74
13.	Sitio de contenido B2B	91
14.	Sitio de contenido B2B	92
15.	Ejemplo de un sitio B2C	93
16.	Sitio de noticias	98
17.	Sitio con información de sondeos	100
18.	Juegos en Internet	101
19.	Sitios de entretenimiento en Internet	102

Figura	Página
20. Sitio de cultura en Internet	107
21. Sitio de investigación	108
22. Ejemplo de sitio con noticias precisas	112
23. Sitio multimedia	113
24. Sitio con imágenes de video en vivo	114
25. Sitio con fotos informativas	116
26. Cartones editoriales en Internet	117
27. Infografías en Internet	119
28. Indicadores gráficos en Internet	120
29. Sitios de secta destructiva	121
30. Sitio de ideología prohibida	122
31. Sitio con servicio personalizado	126
32. características visuales del sitio de profesionistas.com posee las siguientes	148
33. Estructura de contenido del sitio	149
34. Elementos del área de noticias	159
35. Variantes del contenido en internet	176