



## ÍNDICE

**INTRODUCCIÓN.....I - XXVII**

### **CAPÍTULO I – MARCO REFERENCIAL**

1.1 Historia.....	5
1.1.1 Advenimiento de ARPANET.....	6
1.1.2 NSFNET.....	8
1.2 Internet en México.....	9
1.3 Medios masivos e Internet.....	12
1.4 Visión general de la industria de Internet.....	22
1.5 Temas demográficos generales.....	24
1.5.1 Segmentación de los usuarios.....	25
1.5.2 Edad media de los usuarios de internet.....	27
1.5.3 La generación “X”.....	28
1.5.4 El género y el rol de las mujeres.....	29
1.5.5 Nivel educativo de los usuarios de Internet.....	31



## Gabriela Limón Tapia / Índice

---

---

1.6 Internet en contexto.....	32
1.7 Internet y comunicación moderna.....	34
1.8 <i>Facebook</i> .....	39
1.8.1 Historia de <i>facebook</i> .....	40
1.8.2 Servicios de <i>facebook</i> .....	43
1.8.3 Aplicaciones en <i>facebook</i> .....	46
1.8.3.1 Método de aplicación en <i>facebook</i> .....	47
1.9 Cobertura de <i>facebook</i> .....	49
1.10 Uso de <i>facebook</i> .....	51
1.11 Generalidades del medio y proceso de comunicación de <i>facebook</i> .....	53

## CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO

2.1 Teoría de la comunicación productiva.....	57
2.1.1 Fundamentos e ideas básicas.....	59
2.1.2 Tres niveles de comunicación.....	62
2.1.3 Alcances y límites de los tres niveles de comunicación.....	63



## Gabriela Limón Tapia / Índice

---

---

2.1.4 Paradoja del origen de la comunicación.....	68
2.2 Comunicación productiva e Internet.....	72
2.3 Internet Influído por mediaciones socioculturales.....	74
2.4 Internet como parte de un ambiente creado.....	76
2.5 Medios tradicionales y nuevos medios de comunicación.....	80
2.6 Sociedades en Internet.....	83
2.7 Complejidad vs. simplicidad en la web 2.0.....	89
2.8 Teoría de usos y gratificaciones.....	94
2.8.1 Categorías de gratificación.....	99

### CAPÍTULO III - METODOLOGÍA

3.1 Análisis cualitativos.....	103
3.2 Grupos de enfoque ( <i>focus groups</i> ).....	107
3.2.1 Metodología de los grupos de enfoque.....	112
3.3 Análisis y Obtención de Datos.....	114
3.4 Resultados del estudio.....	119



## Gabriela Limón Tapia / Índice

---

---

3.5 Focus Group: “usuarios” ..... 120

3.6 Focus Group: “no usuarios” ..... 122

3.7 Focus Group: “mixto” ..... 125

## CAPÍTULO IV – CONCLUSIONES

4.1 Pros y contras de Internet actua ..... 129

4.2 Usuarios de la red ..... 130

4.3 La red y el futuro ..... 131

4.4 Consideraciones finales ..... 132

4.5 Datos extra ..... 134

## BIBLIOGRAFÍA

## ANEXOS