

## La Internet como Herramienta de Investigación en las Ciencias Sociales

Mario A. Núñez Molina, Ed. D  
Yanira Alemán Torres, J.D.

Un analfabeto será aquél que no sepa dónde ir a buscar la información que requiere en un momento dado para resolver una problemática concreta. La persona formada no lo será a base de conocimientos inamovibles que posea en su mente, sino en función de sus capacidades para conocer lo que precise en cada momento. (Alvin Tofler, La Tercera Ola, 1994)

“The World-Wide Web represents a new concept in technology, the library on your desktop, the dictionary at your fingertips, the sound at your ear. There is nothing that we hear or see that will not be available through WWW”. (Sangster 1995)

En una sociedad caracterizada por el desarrollo de la información y la comunicación a través de nuevas tecnologías, la Internet es sin duda el fenómeno tecnológico de mayor envergadura. El uso de la Internet ya no es una novedad sino que se está convirtiendo en algo tan común como el uso del teléfono y de la televisión. Dentro de este contexto, se hace imperante que los/as estudiantes de las Ciencias Sociales desarrollen destrezas que les permitan utilizar la Internet como recurso para acceder información, realizar investigaciones y comunicarse de manera efectiva.

La Internet ha transformado la computadora en una biblioteca virtual que nunca cierra sus puertas, y que está repleta de recursos como bases de datos, libros electrónicos, fotografías, mapas, música y revistas en línea. Este artículo tiene como objetivo principal presentarle a los/as estudiantes de las Ciencias Sociales el rol de la Internet en la investigación psico-social, los recursos y los mecanismos disponibles para realizar búsquedas en la Internet, y los criterios que se deben utilizar para evaluar y utilizar la información que se obtenga.

Para tener una idea del impacto que está teniendo la Internet en nuestra sociedad sólo basta leer la prensa. Ello hace evidente que el tema de la Internet es uno que se discute tanto a nivel local como internacional. Frecuentemente encontramos en los diarios referencias al comercio y la banca electrónica; a la educación a distancia mediante la Internet; al romance en línea y el sexo cibernético; a los problemas causados por la adicción a la Internet; a los nuevos virus que intentan destruir la información que almacenamos en nuestras computadoras; a las ventajas del MP3 (formato de música mediante el cual puedes escuchar la música de sus cantantes favoritos); y, más aún, ya se ha empezado a discutir el tema del internet interplanetario.

Mantenernos indiferentes o resistirnos a los avances tecnológicos tendrá como resultado que no podamos adaptarnos adecuadamente al futuro. Para una gran variedad de empleos se requiere que conozcamos sobre navegación y búsqueda de información en la Internet y que nos comuniquemos mediante el correo electrónico. La Internet se está convirtiendo en una tecnología indispensable para funcionar de manera exitosa en el trabajo, en la escuela, en los negocios y en nuestra vida personal.

Estar conectado a los servicios de Internet te permite:

1. Comunicarte con amigos, estudiantes, profesores y familiares mediante correo electrónico, chat y videoconferencia .
2. Accesar miles de bibliotecas virtuales, bases de datos, grupos de noticias, periódicos y libros en línea. Esta información puede estar en formato de texto, imágenes o video.
3. Estar al día en materia de deportes, el tiempo y las noticias de última hora alrededor del mundo.
4. Escuchar música y ver filmes digitales.
5. Accesar una gran variedad de juegos interactivos y herramientas educativas.
6. Publicar información sobre tus intereses y trabajos académicos; en otras palabras, podrás tener tu página en la Internet.

Las contribuciones de la Internet a las Ciencias Sociales son múltiples. La Internet puede facilitar la investigación social de las siguientes maneras:

1. La Internet es una biblioteca virtual en la cual podemos localizar una gran variedad de artículos y documentos relacionados a nuestro trabajo.
2. Nos provee medios de comunicación que facilitan la colaboración con otros.
3. Facilita la investigación bibliográfica proveyendo bases de datos mediante las cuales podemos identificar las referencias.
4. Podemos realizar investigaciones en línea recopilando nuestros datos de cuestionarios que los participantes hayan cumplimentado en línea.
5. Por último, el desarrollo de comunidades virtuales en la Internet le ofrece la oportunidad a los investigadores de estudiar las mismas utilizando métodos tanto cuantitativos como cualitativos. (Jones, 1999)

Debido a la complejidad de los últimos aspectos y a la naturaleza introductoria de este trabajo, el presente artículo se limita a desarrollar los primeros tres.

### **Perfil del internauta puertorriqueño:**

Para mayo de 2001 en Puerto Rico había un total de 677,000 usuarios de Internet, lo cual convierte a la Isla en el país que tiene el mayor número de usuarios de Internet per cápita en América Latina. (Lama Bonilla, 2001). Uno de cada seis puertorriqueños usa la Red y se espera que este número aumente significativamente en los próximos años. De éstos, un 60% se conecta a Internet diariamente, un 31% lo hace de dos a seis veces en semana y un 9% se conecta esporádicamente. En términos del género de los usuarios, el 56% de los internautas son hombres y el 44% son mujeres. El grupo de 35 a 49 años es el que más utiliza Internet. La edad promedio de los usuarios es de 23 años, y el 31% de los usuarios provienen de bajos recursos económicos.

## **Internet: Breve trasfondo histórico y conceptual**

La Internet consiste de millones de computadoras alrededor del mundo que están conectadas entre sí, de tal manera que es posible intercambiar información las 24 horas del día. Es por eso que a la Internet se le ha llamado la red de computadoras más grande del mundo.

El origen de la Internet se remonta al año 1969, cuando la Agencia de Proyectos de Investigación de Avanzada (ARPA, por sus siglas en inglés), adscrita al Departamento de Defensa de los Estados Unidos, desarrolló un proyecto de comunicación militar denominado ARPANET. El propósito inicial de dicho proyecto era la creación de una red de computadoras que permitiese a los investigadores comunicarse entre sí aunque se encontrasen en diferentes lugares. De igual forma, mediante el ARPANET se pretendía lograr un sistema de redes de computadoras que permitiese el intercambio de información, aún cuando parte de la red quedase destruída por algún desastre natural o por el impacto de una guerra mundial.

A través de los años, se fueron desarrollando protocolos para facilitar la transferencia de información en la Red, y para preservar la misma intacta durante la transferencia. También se fueron conectando otras redes a la ARPANET, hasta que se fue formando el conglomerado de redes que hoy día conocemos como Internet.

En sus inicios, durante las décadas de los 70 y los 80 la Internet era mayormente utilizada por el gobierno, los científicos y las instituciones educativas. Ello cambió cuando, en 1989, Tim Berners Lee desarrolló el “World Wide Web” (WWW, o Web). El WWW es un componente de la Internet que presenta la información en un interfaz gráfico. El World Wide Web consiste en una gran cantidad de “páginas” de información, que contienen textos, imágenes, sonidos, videos, animaciones y otros materiales, las cuales están conectadas entre sí. Además, Berners Lee es el responsable del desarrollo del protocolo de transferencia de hipertexto o http (la manera en que los usuarios de Internet se comunican con los servidores), y también es el creador del lenguaje utilizado para crear páginas en la Internet conocido como HTML (lenguaje de marcas de hipertexto). La información en el Web está enlazada como una red mediante lo que se conoce como hipertexto. Cada documento en el WWW tiene una dirección única que se conoce como URL (uniform resource locator).

El WWW se accesa mediante un programa que se conoce como “browser” o navegador. Los navegadores más utilizados son Internet Explorer y Netscape. Cuando se habla de “navegar” por el WWW, ello se refiere a utilizar el *mouse* para seleccionar los enlaces que nos llevarán a donde queremos llegar. También, mediante el navegador podemos grabar e imprimir la información que necesitamos. De igual forma, los navegadores pueden ser utilizados para crear una lista de los lugares que hemos visitado, facilitando el regreso a los mismos en el futuro.

## Las maravillas del correo electrónico

El correo electrónico se ha convertido en una de las tecnologías de comunicación más necesarias, útiles y relevantes para los estudiantes universitarios, tanto en el aspecto personal como en el académico. Al tener una dirección de correo electrónico puedes:

1. Comunicarte con tus compañeros/as de clase para llevar a cabo un proyecto grupal. El correo electrónico facilita la planificación de reuniones y compartir documentos para obtener retroalimentación.
2. Comunicarte con tu profesor/a y aclarar dudas en torno a temas de la clase.
3. Establecer contacto con investigadores de otros países que pueden orientarte en torno al tema de tu investigación.

Si no tienes una dirección de correo electrónico te recomendamos que solicites una en Yahoo! (<http://www.yahoo.com>) o en Hotmail (<http://www.hotmail.com>)

Una de las tecnologías que tiene su base en el correo electrónico es la lista de correo, o *mailing list*. Una lista de correo se forma por múltiples direcciones de correo electrónico, con una de ellas configurada para re-enviar a cada una de las direcciones de la lista todos los mensajes que le fueron enviados. Las listas constituyen un sistema ágil para intercambiar opiniones y debatir temas utilizando el correo electrónico. La idea es lograr la participación de varias personas en discusiones sobre temas específicos y lograr la distribución de información a un grupo con interés común. La lista tiene su propia dirección de correo electrónico y a esa dirección se envían los mensajes para que sean distribuidos a todas las personas suscritas a la misma. Al recibir los mensajes, éstas pueden responder a la lista (con opiniones o sugerencias para que todos las reciban) o responder en privado al autor del mensaje (si la respuesta no es de interés general de la lista o no incumbe a los otros miembros).

En la Internet puedes identificar listas de correo relacionadas al tema de investigación que estás trabajando y de esta manera puedes compartir con una comunidad de personas interesadas en ese tópico. Para suscribirte a una lista, envías un mensaje de correo electrónico al administrador de la lista, quien añade tu dirección de correo a la lista. En la respuesta, se te informarán los detalles que necesitas saber sobre la lista y se te indicará cómo participar en la misma. Una vez suscrito, comenzarás a recibir correo enviado por otros miembros de la lista. Puedes localizar listas de correo en español en la Red Iris (<http://www.rediris.es/list/>).

En lugar de suscribirte a una lista, también puedes optar por crear una lista de correo para facilitar la comunicación en torno a un tema que te interese. Varios lugares en la Internet ofrecen el servicio gratuito de listas de correo. Recomendamos Onelist (<http://www.onelist.com>), Topica (<http://www.topica.com>), Yahoo Groups (<http://groups.yahoo.com>) y EListas.Net (<http://www.elistas.net>).

## Herramientas de búsqueda en la Internet

Hay más de 320 millones de páginas en la Internet y se añaden alrededor de 5,000 páginas diariamente. Afortunadamente, para localizar la información que necesitas existe una gran variedad de herramientas: motores de búsqueda, metamotores, directorios y catálogos temáticos. A continuación te definiremos estos términos y proveemos ejemplos de los mismos.

**Motores de búsqueda:** Un motor de búsqueda es un índice de la mayoría de las páginas que existen en la Internet. En este índice puedes hacer una búsqueda por medio de palabras o frases, y el resultado que obtendrás será una lista de las páginas que contienen dichos parámetros. Los motores de búsqueda usan programas llamados arañas o robots que analizan millones de páginas de Web y publicaciones de grupos de discusión, indexando todas las palabras. Algunos motores de búsqueda son los siguientes:

Altavista ([www.altavista.com](http://www.altavista.com))

Infoseek ([www.infoseek.com](http://www.infoseek.com))

Hotbot: ([www.hotbot.com](http://www.hotbot.com))

Excite ([www.excite.com](http://www.excite.com))

Northernlight: ([www.nlsearch.com](http://www.nlsearch.com))

**Metamotores:** Un metamotor brinda la oportunidad de realizar una búsqueda en varios motores de búsqueda a la misma vez. Algunos metamotores son los siguientes:

Inference Find ([www.infind.com](http://www.infind.com))

Savvy Search ([www.savvysearch.com](http://www.savvysearch.com))

Internet Sleuth ([www.isleuth.com](http://www.isleuth.com))

Dogpile ([www.dogpile.com](http://www.dogpile.com))

**Directorios:** Estas herramientas organizan la información en categorías con orden jerárquico. Los directorios más utilizados son los siguientes:

Yahoo! ([www.yahoo.com](http://www.yahoo.com))

Excite ([www.excite.com](http://www.excite.com))

Infoseek ([www.infoseek.com](http://www.infoseek.com))

HotBot ([www.hotbot.com](http://www.hotbot.com))

## **Estrategias de búsqueda en la Internet:**

La habilidad para encontrar la información deseada en la Internet depende en gran medida de la precisión y efectividad con que utilices las herramientas de búsqueda. Las claves del arte de buscar no consisten en conectarse al motor de búsqueda ni en recorrer miles de documentos sino en aprender a detallar los pedidos con la precisión necesaria para que el mecanismo de búsqueda brinde pocas opciones: formular la pregunta adecuada es el requisito fundamental para obtener la respuesta que se necesita.

Diseño de una estrategia de búsqueda:

1. Piensa sobre el tópico o área de interés y hazte preguntas que clarifiquen tus ideas. Por ejemplo, si te interesa estudiar el racismo puedes preguntarte lo siguiente: ¿Cuál aspecto particular del racismo me interesa? Te podrían interesar las causas del racismo, las actitudes de los grupos raciales, el racismo hacia ciertos grupos, entre otros.
2. Trata de definir tu tópico utilizando una frase. Por ejemplo: las actitudes raciales en el empleo.
3. Identifica los conceptos importantes y palabras claves del problema de investigación. En el caso del ejemplo que estamos utilizando podrían ser raza, actitudes y empleo.
4. Determina si existen sinónimos y términos relacionados a los conceptos básicos de la investigación. Por ejemplo:
  - a. raza: étnico
  - b. actitudes: creencias, prejuicios
  - c. empleo: trabajo
5. Ingresas las palabras en letras minúsculas, salvo que se trate de nombres propios. Si una palabra clave para buscar está en mayúscula, el motor de búsqueda sólo presentará los documentos que tengan esa palabra en mayúscula.
6. Si se ingresan palabras en inglés, se obtendrán mejores resultados. En castellano, la cantidad de referencias será mucho menor, pero los sitios probablemente contengan información en español.
7. Utiliza en lo posible los plurales de las palabras.
8. Al usar términos de búsqueda que contengan más de una palabra en orden específico, si encierras las palabras entre comillas, el motor sólo mostrará los documentos que contengan todas las palabras y en ese orden específico.
9. Cuando quiera ampliar su búsqueda para obtener más resultados, podría usar la raíz de una palabra y abreviarla con un asterisco. Si, por ejemplo, ingresamos en Yahoo

"tele\*", podemos obtener como respuesta las siguientes opciones: telephone, telescope, Telecom, telematic, Telefónica, teleport, televisión.

10. El matemático inglés, George Boole, desarrolló un álgebra de lógica, la cual se ha convertido en la base para las búsquedas de bases de datos por computadora. La lógica booliana utiliza palabras llamadas operadores para determinar si una declaración es falsa o verdadera. Los operadores más comunes son: AND, OR y NOT. (Y, O y NO). Algunos motores de búsqueda por palabra clave permiten el uso de operadores booleanos (nexos lógicos que especifican cuál debe ser la relación entre los términos ingresados). Veamos:

- AND (Y): Indica que tanto las palabras que anteceden como las que siguen al operador deben encontrarse en el resultado de la búsqueda.
- OR (O): Si quiere ampliar su búsqueda para encontrar documentos que contengan cualquiera de las palabras claves, puede usar el operador OR (O) entre palabras. Esto es muy útil cuando esté buscando términos que tengan sinónimos que podrían ser utilizados alternativamente en distintos documentos. Este operador denota que nos interesan los documentos que contengan al menos una de las dos palabras que hemos indicado en la búsqueda.
- ADJ (adyacente): Especifica que ambos términos deben aparecer seguidos en el texto. En algunos buscadores, no es necesario incluir este operador, pues se obtienen los mismos resultados colocando las palabras entre comillas.
- NOT: Indica que la palabra clave anterior al operador deberá aparecer en los documentos resultantes, pero no debe aparecer la palabra clave insertada después del operador.
- XOR: Especifica que, de ambas palabras claves, sólo debe aparecer una.
- NEAR: Este operador es una forma más específica del operador AND. Con NEAR te aseguras de que los documentos que obtengas contengan ambos términos y que, además, estén cerca uno del otro.

También es posible encontrar, como opciones de búsqueda, los operadores del tipo “+” y “-” , que en algunos casos reemplazan y en otros conviven con los booleanos. El “+” equivale al AND y el “-”, al NOT.

11. Algunos buscadores pueden limitar las búsquedas a áreas específicas, de las que las más comunes son título y URL. Por ejemplo: si estás buscando información sobre psicología deportiva y crees que hay páginas Web enteras dedicadas a este tema que tengan las palabras clave en sus títulos, podrá usar la sintaxis: title: psicología AND deportiva.

A continuación se presenta un resumen de los “booleanos” más utilizados, en formato de tabla. Dicha tabla es una traducción y adaptación de una tabla similar desarrollada por John M. Grohol e incluida en su libro [The Insider’s Guide to Mental Health Resources Online](#):

Forma utilizada	Descripción	Ejemplo
and	Se coloca entre dos o más	<i>teenage and depression</i> nos

	términos o expresiones. En los resultados deben aparecer todas las palabras claves.	provee como resultado documentos que contengan las palabras "teenage" y "depression".
or	Se coloca entre dos o más términos o expresiones. En los resultados deben aparecer cualquiera de las palabras claves.	<i>teenage or depression</i> nos provee como resultado documentos que contengan cualquiera de estas palabras.
not	Se coloca entre dos o más términos o expresiones. Este operador excluye el término o expresión que le sigue.	<i>depression not teenage</i> nos provee como resultado documentos en los cuales aparezca "depression", pero no aparezca "teenage".
"..." o (...)	Se utilizan las comillas o el paréntesis alrededor de un grupo de palabras para denotar una frase.	<i>"teenage depression"</i> producirá documentos que tengan estas dos palabras juntas en una frase.
near	Se coloca entre dos o más términos o expresiones. Actúa excluyendo resultados basados en proximidad.	<i>teenage near depression</i> producirá documentos que contengan las dos palabras en posiciones cercanas dentro del texto.
+	Se coloca precediendo una palabra o frase para denotar que la palabra o frase debe aparecer en los resultados.	<i>Freud +Anna</i> daría resultados en los que aparece Freud y de éstos descartaría aquellos en los cuales no aparece "Anna"; produciendo entonces documentos que contengan ambos términos.
-	Se coloca precediendo una palabra o frase para denotar que la palabra o frase no debe aparecer en los resultados.	<i>Freud -Anna</i> daría resultados en los que aparece "Freud" pero no "Anna".
*	Nos puede dar diferentes variantes de una palabra principal.	<i>teenag*</i> : Los resultados de nuestra búsqueda pueden ser: "teenager", "teenage" y "teenagers".
Fields	Se utilizan para especificar dónde localizar tu búsqueda en cada documento, aumentando la relevancia de los resultados.	<i>title:depression</i> : va a proveer resultados en los que aparezca la palabra "depression" en el título del documento. También, podríamos escribir <i>body:depression</i> para buscar en el cuerpo de la página.
Combinaciones	Utilizando diferentes combinaciones de las técnicas	("teenage* depression") "Beck Depression Inventory" DSM and

	anteriores podemos encontrar resultados más exactos y precisos.	BDI
--	---	-----

12. Cada vez que encuentres un lugar relevante a tu trabajo debes recordar incluirlo en tu archivo de “Bookmarks” (si utilizas Netscape) o en tu archivo de “Favorites” (si utilizas Explorer).

13. En algunas ocasiones necesitas imprimir la información de una página de Internet . Debes recordar configurar el navegador para que, al imprimir, incluya el título del trabajo, el URL y la fecha. No podrás utilizar el material si no recuerdas de dónde lo obtuviste.

### **Derechos de Autor y la Internet:**

La facilidad con la cual la información contenida en la Red puede ser accesada y manipulada (al copiar, editar, imprimir y/o enviarla a otras personas a través de correo electrónico, entre otras formas) no implica que quien la obtiene pueda apropiarse de ésta y utilizarla sin restricción alguna. Existen varios estatutos y disposiciones que regulan el uso de la información que se obtiene en la Internet. Particularmente, es preciso señalar que los derechos de autor (el llamado *copyright*) quedan protegidos en las publicaciones electrónicas o en línea, de igual forma que están protegidos los libros, revistas o cualquier otro material impreso.

#### **¿Qué es el *copyright*?**

El *copyright* o derecho de autor es un componente de lo que se conoce como propiedad intelectual. La propiedad intelectual se divide en cuatro vertientes: derechos de autor (*copyright*); marcas de fábrica (*trademarks*); secretos del negocio (*trade secrets*); y patentes. Para efectos de este capítulo nos concentraremos en derechos de autor.

Para que un trabajo quede protegido por *copyright* debe cumplir con tres requisitos básicos: debe ser un trabajo original, no debe ser copiado o derivado de otro trabajo; debe ser algo creativo; y debe plasmarse en algún medio (papel, audio, video, cd-rom, etc.). Debido a que la información y las gráficas e imágenes publicadas en la Internet están plasmadas en un medio (en este caso el ciberespacio) que puede ser accesado, si se trata de un trabajo original creado por alguna persona, disfruta de derecho de autor desde el momento en que lo publica o incluye en la Red.

Una de las mayores falacias en torno al derecho de autor es que es necesario que el autor registre su trabajo con la agencia gubernamental pertinente (el U.S. Copyright Office en EU, y el Departamento de Estado en Puerto Rico) para poder tener el *copyright* de su obra. Esto no es cierto. Aunque es conveniente registrar la obra, no es necesario registrarla para tener el derecho de autor sobre la misma. Desde 1989 no se requiere el registro, ni el símbolo (©), ni un aviso (ej: “Todos los derechos reservados”) en torno a que está registrado para poder disfrutar del derecho.

Una vez un trabajo cumple con estos tres requisitos básicos (original, creado, y plasmado o fijado en un medio) anteriormente descritos, el dueño tiene derecho a reservarse los siguientes derechos exclusivos: 1) el derecho a reproducir el trabajo o hacer copias del mismo; 2) derecho a distribuir el trabajo al público; 3) el derecho a modificar la obra y/o a hacer obras derivadas de ésta; 4) derecho a ejecutar la pieza u obra ante un público (por ejemplo, cantarla si es una canción, o recitarla si es una poesía); y 5) derecho a exhibirla (por ejemplo, un cuadro, un dibujo, una escultura, o un escrito. Si haces una de estas cinco cosas con una obra protegida por *copyright* sin el permiso de su autor, estás violando los derechos de autor.

### **¿Significa esto que no puedes utilizar en forma alguna la información obtenida de material protegido por derechos de autor?**

El que los escritos que lees e intereses utilizar para desarrollar tus investigaciones y redactar tus propios artículos estén protegidos por derechos de autor no implica que no puedas usar la información contenida en los mismos. El *copyright* protege únicamente la *expresión* de una idea, de un concepto o de un hecho, pero no se puede reservar derecho de autor sobre la idea, concepto u hecho *per se*.

Es por esto que puedes utilizar datos obtenidos de un estudio publicado, o datos contenidos en una enciclopedia o cualquier otra fuente similar. Aunque el artículo o la enciclopedia en cuestión estén protegidos por derechos de autor, la protección se limita a la forma en que están expresadas las ideas o los datos contenidos en los mismos pero la idea, concepto o dato como tal no queda protegida. Por ejemplo, al redactar un ensayo en torno a tus reflexiones sobre la obra de determinado autor o científico, puedes incluir datos relativos a su nacionalidad, fecha de nacimiento, o mencionar y discutir las teorías generadas por el autor en cuestión, a pesar de que hayas obtenido estos datos mediante la lectura de material (artículos, libros, revistas, o enciclopedias, ya sean impresas o se encuentren publicadas en la Internet) que se encuentre protegido por *copyright*. Esto es así porque el *copyright* no abarca esos datos sino la forma en que están expresados. Claro está, siempre debes fundamentar con las citas o referencias pertinentes a las fuentes que leíste para poder redactar tu escrito; y nunca debes copiar literalmente y sin citar el texto de estas fuentes como si se tratase de tus propias palabras.

Esto nos lleva a otra actividad permitida con respecto a material protegido por derechos de autor: el citar porciones del texto protegido. Puedes citar literal y directamente de un texto siempre que incluyas información en torno a dónde obtuviste la información e indiques quién es su autor. Para conocer la manera correcta de citar fuentes de la Internet, puedes dirigirte a la sección de referencias en este capítulo.

La facultad de citar textos protegidos por derechos de autor sin permiso expreso del autor es posible gracias a la doctrina del uso justo o de buena fe, conocido como *fair use*. La mayoría de los estatutos o leyes que gobiernan los derechos de autor contienen disposiciones que permiten al público copiar y utilizar porciones de documentos (protegidos por estas leyes) para uso personal a corto plazo. Esta facultad se conoce

como el *fair use* o utilización justa y de buena fe de la información. El *fair use* te permite hacer copias de porciones de una obra para fines críticos, investigativos, noticiosos, y educativos, entre otros. El propósito de esta doctrina es evitar que las leyes de propiedad intelectual inhiban la creatividad que se intenta proteger con las mismas. La doctrina del uso justo es muy útil para escritores, críticos y académicos.

Aunque la ley no es taxativa en torno a qué constituye un *fair use*, sí provee directrices para determinar qué constituye *fair use*. En terminos generales, un uso tiene mayor probabilidades de considerarse *fair* si: 1) es para fines educativos; 2) la persona que lo utiliza no se lucra al hacerlo; y 3) el producto final no compite con el trabajo original utilizado.

### **¿Están todas las obras originales protegidas por *copyright* y de forma eterna?**

No toda obra original, creada por un autor y plasmada en un medio, goza eternamente de derechos de *copyright*. Las obras pierden su *copyright* por el paso del tiempo, y por la renuncia del autor a tales derechos. Todo lo que no esté protegido por *copyright* pertenece al dominio público. El hecho de que una obra pertenezca al dominio público implica que cualquier persona puede fotocopiarlo y distribuirlo sin restricción alguna; y puede incluso cobrar por las copias si encuentran personas dispuestas a pagarlas.

Para trabajos creados después de enero de 1978, la protección de derechos de autor perdura durante toda la vida del autor, y hasta 70 años después de su muerte. Para trabajos creados antes de 1978, el *copyright* le cubrirá sólo hasta 95 años a partir de la fecha en que se haya registrado. Además, desde 1994, la mayoría de las obras creadas antes del año 1922 son de dominio público.

Como mencionamos anteriormente, un autor puede renunciar voluntariamente a sus derechos de autor y poner su obra bajo el dominio público. Esto no ocurre automáticamente al publicar una obra; al contrario, para que ocurra, el autor debe expresar por escrito e inequívocamente que esa es su intención. Por ello, no puedes asumir que por el mero hecho de que algo esté publicado en Internet, sin referencia alguna a derechos de autor, ello implique que es material de dominio público. Como hemos indicado, y según profundizaremos a continuación, todo trabajo o escrito original publicado en la Red (esto incluye incluso mensajes posteados a un foro de discusión) está protegido por derechos de autor, aunque la página no indique nada al respecto.

### **Términos y condiciones de uso de páginas web:**

Varios documentos disponibles en la Internet incluyen algún tipo de nota o aclaración en torno a cómo puede ser utilizada esa información. Por ejemplo, varias páginas en Internet señalan que la información contenida en éstas queda protegida por derechos de autor y que están autorizando al público a utilizarla y copiarla para uso personal y para fines educativos, aclarando que se prohíbe la venta de la misma, o el que se utilice para fines comerciales de cualquier tipo. Algunas permiten al usuario incluir o publicar en su propia página las imágenes o información obtenida, siempre y cuando se le dé crédito al

autor original y se incluya una referencia y/o un enlace a la página en la cual se obtuvo la misma.

No obstante, las páginas que no contengan disposición alguna respecto al *copyright* también están protegidas por las leyes federales de derechos de autor, así como por la Convención Berne y por el *International Copyright Act*. Por ello, los usuarios de Internet, y particularmente los investigadores, deben tener presente que la información disponible en la Red debe ser utilizada en forma cónsona con las regulaciones pertinentes.

Otro asunto a tener en mente al navegar por la Red es el siguiente: el derecho de autor y los términos y condiciones de uso de una página y de su contenido son aspectos separados. Por ello, algunos actos en los que incurras, aunque no violenten los derechos de autor, podrían constituir incumplimiento de contrato (lo cual también es contrario a derecho y podría provocar demandas y reclamaciones) si son contrarios a los términos de uso del *website* en cuestión.

### **Breve ejercicio de práctica en torno a derechos de autor en la Red:**

A continuación proveemos ejemplos de tres situaciones para poner a prueba tu discernimiento en torno a lo que constituye violación de derechos de autor y lo que es uso apropiado o aceptable. Analiza las siguientes situaciones y decide si constituyen o no violación de *copyright*.

1. Un amigo te envía por correo electrónico un archivo de música (mp3) que a su vez le había enviado otro amigo. Tú usas parte de esa música para una presentación oral y grabas la misma en varios cds que repartes entre el público de tu presentación para que recuerden lo excelente que estuvo.
2. Acabas de firmar un contrato (esto ocurre cada vez que oprimes *I agree* al registrarte en un *site* de la Red o al instalar programas de computadora) con un popular *website* para tener acceso a miles de imágenes digitales gratuitamente. Sin detenerte a leer las condiciones de uso, comienzas a adornar tu página web, tus presentaciones e investigaciones con estas imágenes gratuitas.
3. Estás redactando un ensayo que te asignaron en un curso y encuentras un artículo en una revista profesional en línea que describe exactamente parte de tus pensamientos en torno al tema. Por supuesto, haces un “*copy and paste*” de los ocho párrafos más relevantes, insertándolo en tu escrito, y continúas con tu investigación y redacción.

¿Te parece que algunos o todos estos actos están protegidos por la doctrina del *fair use*, ó consideras que constituyen una violación a los derechos de autor? Si te inclinas por la segunda alternativa, estás en lo correcto. Todas estas maneras de proceder implicarían violación de derechos de autor.

Para obtener mayor información en torno a las disposiciones de derechos de autor en la Internet puedes visitar las siguientes páginas: [www.benedict.com](http://www.benedict.com), y [www.intelproplaw.com](http://www.intelproplaw.com).

## **Evaluación de la calidad y la veracidad de la información en la Red:**

La Internet ha posibilitado que cualquier persona pueda publicar sus escritos en línea, directamente y sin tener que pasar por los tradicionales cedazos como lo son editores y casas publicadoras. Ello constituye un gran avance pues permite a los usuarios de Internet encontrar información más reciente y actualizada que aquella que pueda obtenerse de un libro, pues el tiempo que transcurre entre la fecha en que el autor culmina su redacción y la fecha en que éste es finalmente publicado y accesible al público puede hacer que la información del libro pierda actualidad.

No obstante, esta facilidad para publicar conlleva también desventajas que no podemos perder de vista. Al no haber un proceso de selección y de edición previo a la publicación, por lo general la calidad del material publicado queda adversamente afectada. Por tal razón, al utilizar recursos de la Internet para realizar tus investigaciones es de suma importancia que evalúes críticamente la información. A grandes rasgos, la mayoría de los autores sobre el tema coinciden en que se deben considerar dos factores básicos: la credibilidad de la fuente, y la calidad del contenido. En específico, para explorar estos factores, se recomienda que analices los siguientes aspectos: el autor; la fecha de publicación y su más reciente actualización; el propósito y la objetividad de la fuente; y el tipo de dominio.

### **Autor:**

En torno al autor de la información que pretendes utilizar, debes tener en cuenta que en la Internet abundan los expertos autoproclamados. Por ello, debes escudriñar cuán experto es en realidad el autor. Algunas de las preguntas que te puedes hacer para facilitar este análisis son las siguientes:

¿Cuáles son las credenciales (educación, experiencia, y otros escritos) del autor para escribir sobre este tópico? ¿Es el autor una autoridad sobre esa materia?

¿Cuál es el propósito del autor para escribir ese artículo?

¿Cuál es la audiencia a la cual se dirige el trabajo?

¿Cuál es la afiliación del autor? ¿Cuáles son los valores o metas de la organización o de la institución a la que pertenece?

Para investigar más a fondo cuán experto es el autor de un escrito publicado en la Internet, puedes también utilizar el mecanismo de “Author Profile” (perfil del autor) que provee el motor de búsqueda DejaNews. Puedes seleccionar el “Power Search” de DejaNews, insertando el correo electrónico del autor en el recuadro de “Author” y hacer la búsqueda. Los resultados que obtengas te dejarán saber dónde más ha publicado el autor, lo que ha dicho y qué tan profundo y preciso puede ser su conocimiento.

En caso de que la información que has encontrado no tenga un autor propiamente definido, debes verificar quién puso esa información en la Internet. Para ello debes identificar quién es el responsable o encargado de la página en la cual se encuentra publicada la información y cuáles son sus credenciales y cualificaciones para la información que suministra. Si una página no contiene el nombre del autor o de la institución, debemos desconfiar de la página.

En algunas ocasiones el URL nos indica si el que produce la información está afiliado a una institución educativa (.edu), gobierno (.gov), militar (.mil) o comercio (.com). Si el URL tiene una tilde (“~”) esto significa que es una página personal, en vez de ser una página de una institución. A continuación se provee más información en torno al URL y los dominios.

### **Dominios:**

Los dominios son el sufijo de tres letras que aparece después del punto en el URL o dirección de la página. Los dominios pueden ser: .edu (educativo); .gov (gobierno); .com (comercial); .net (proveedor de servicios); .mil (ejército); y .org (institución sin fines de lucro).

Uno de los indicadores de confiabilidad es precisamente el dominio de la página en la cual está incluida la información en cuestión. Por lo general, los URL que terminen en .gov, .edu y .mil tienden a proveer información más confiable y de mejor calidad que las .net, las .com y las .org. Ello se debe a que las instituciones educativas, el gobierno y el ejército tienden a ser muy cuidadosos en torno a su presencia en el WWW, y por ello incluyen en sus páginas información confiable y de alta calidad. Sin embargo, es preciso recordar que las cuentas en línea de los estudiantes, los soldados y los empleados gubernamentales también terminan en .edu, .mil, y .gov; pero no son tan confiables como las páginas oficiales del gobierno, las universidades o el ejército. Por lo tanto, estos dominios no necesariamente garantizan la calidad de la información, y deben tomarse medidas adicionales para verificar la calidad de la misma, así como la identidad y “expertise” del autor.

Al igual que el gobierno, las universidades y el ejército, otras entidades que suelen incluir información confiable en sus páginas son las asociaciones profesionales reconocidas como, por ejemplo, la *American Psychological Association*, y las de publicaciones impresas reconocidas como, por ejemplo, *The New York Times*, que tienden a mantener los mismos controles de edición en línea que los utilizados para sus publicaciones impresas.

En torno a las .org y .com, debes tener mayor precaución con la información contenidas en las mismas pues no suelen ser tan confiables como las .gov, y .edu. Las .com tienen como objetivo principal el promocionar o vender productos. Por su parte, las .org incluyen o excluyen información dependiendo de la agenda, causa o actividad que

promuevan. Ambas motivaciones suelen comprometer la objetividad e integridad de la información contenida en estas páginas.

### **Fecha de publicación y de actualización:**

A pesar de que la fecha de publicación no es un indicador de que la información sea certera y confiable, no por ello deja de ser un factor a considerar. La fecha de publicación, así como la de la más reciente actualización, te permiten conocer cuán al día está la información, y si la misma se actualiza con frecuencia; o si, por el contrario, fue una publicación de una sola vez que no ha sido revisada o actualizada.

Por ejemplo, una fecha de publicación de hace varios años, sin referencia a fechas posteriores recientes de actualización, debe hacerte sospechar de cuán al día está la misma, y verificar si han acontecido cambios o existe nueva información en torno a la materia en cuestión que conviertan a la fuente en una incompleta u obsoleta.

De igual forma, debido a que la información en la Red es tanta y es tan fácil publicar en ésta, es posible que haya documentos en circulación que hayan sido reemplazados por versiones más recientes que se encuentren publicadas en otras páginas o URLs. Por ello, si es posible, sería conveniente cerciorarse con el autor o editor de la información que se esté consultando la edición definitiva y más reciente.

### **Objetividad y propósito:**

Además de verificar las credenciales del autor o la institución responsable por la información, el tipo de página y cuán actualizada está la página, también es preciso que analices el contenido de la página para verificar si el mismo es objetivo y correcto, pues ambos factores están estrechamente ligados a la credibilidad que merece la información.

Al analizar cuán objetivamente se presenta la información, debes preguntarte si tiene el autor algún prejuicio político, cultural, ideológico, religioso o institucional. De igual forma, debes cuestionarte cuál es el propósito de la información; si es informar, explicar, o si por el contrario se intenta persuadir o vender un producto.

Si el autor es una institución, auscultas si hay alguna manera de verificar si la institución es legítima. Identifica si en la página se provee, por ejemplo, una dirección física o postal o un número de teléfono; o si, por el contrario, se limita meramente a proveer la dirección de correo electrónico de la institución.

### **Calidad:**

Al analizar la calidad del contenido de la información, puedes verificar si se incluyen referencias a las fuentes de las cuales se obtuvieron los datos que se incluyen en la misma. De igual forma, puedes examinar cuán abarcadora es la página, así como si sus enlaces son o no relevantes y si se encuentran actualizados.

Otro indicador de calidad y confiabilidad radica en cuán congruente es la información en cuestión con otra información sobre la materia, ya sea publicada en la Red o impresa en otra fuente de información. Debes también evaluar cuán valiosa es la información que has encontrado, en relación a o comparada con otra información disponible en el WWW.

Por último, no debes olvidar indicadores básicos de calidad como lo son el que esté libre de errores gramaticales y ortográficos. Por lo general, el hecho de que la información no contenga errores ortográficos y gramaticales denota un mayor grado de cuidado y un profesionalismo por parte del autor.

### **¿Existen referencias a otras fuentes?**

¿Cita el autor otras fuentes de información en el artículo? ¿Son de buena reputación estas fuentes? ¿Puedes acudir a éstas para verificar la información? Las respuestas a estas preguntas también te ayudarán a determinar la confiabilidad del documento en cuestión.

## **Netiqueta: comportamiento correcto al utilizar la Internet**

Para que todos podamos beneficiarnos de la Internet es preciso que se sigan ciertas normas de conducta. Se requiere cierto grado de responsabilidad y eticidad tanto de los creadores de contenido o *content creators* (los que ponen la información en el WWW ) y de los usuarios de contenido *content users* (los que accesan y utilizan la información que está en el web). A lo largo de tu carrera universitaria y de tu vida tendrás la oportunidad de pertenecer a ambos grupos, al de usuarios de contenido (al hacer tus investigaciones y búsquedas en la Red), y al de los creadores de contenido (si publicas tus escritos, tienes una página Web, o cuando participas en foros de discusión). Por ello, y para que puedas interactuar con otros usuarios correcta y efectivamente, debes educarte en torno a la llamada netiqueta.

Ética se refiere a un código de conducta basado en estándares con los cuales los miembros de una sociedad estén de acuerdo. La etiqueta, por su parte, se refiere a las formas de comportamiento requeridas por la buena crianza o dictadas por alguna autoridad para regir el comportamiento en la vida social o en actividades oficiales. La netiqueta es entonces la etiqueta de la Red, la etiqueta del ciberespacio. En términos sencillos, la netiqueta es un conjunto de reglas para el comportamiento correcto en la Internet; y uno de sus principales postulados es comportarse dentro de un marco ético.

Uno de los postulados de la netiqueta ya lo hemos discutido y consiste en respetar los derechos de autor de las personas que han publicado sus trabajos (escritos, imágenes, etc.) en la Internet. Además de este principio básico, existen otras normas y consideraciones que debemos observar al navegar por el ciberespacio e interactuar con otros internautas. En esta sección te proveemos normas básicas de conducta, e incluimos normas particulares para el uso del correo electrónico, así como de las listas de correo y de foros de discusión.

### **Consideraciones preliminares en torno a la netiqueta:**

Cuando utilizas la Internet, por lo general tu única presencia será mediante texto (por escrito). Esto implica que la persona con quien te comuniqués recibirá sólo tu mensaje escrito, y no tendrá el beneficio de poder observar tu expresión facial, tus gestos o tu lenguaje corporal. Por ello es muy importante que seas cuidadoso al redactar tus mensajes para que estos no sean ambiguos y para que no sean ofensivos. En algunos casos, también te estarás comunicando con personas que no conoces, por lo que debes ser cuidadoso/a y respetuoso/a.

Debido a que la comunicación escrita puede dar lugar a interpretaciones erróneas, para minimizar los malos entendidos se han desarrollado expresiones digitales llamadas *emoticons* (íconos de emociones) para comunicar el tono de voz, expresiones faciales o gestos por escrito. Todos los *emoticons* tienen que verse de lado. Algunas son: “ ;-)” y “ :-( ”. La primera, si se observa de lado, se asemeja a una cara guiñando un ojo y sonriendo, lo cual indica al lector que lo que se ha escrito es una broma. La segunda indica que quien redacta está triste, o que lo que se ha redactado es triste. Estas imágenes, aunque convenientes, sólo deben utilizarse si el lector conoce el significado de las mismas.

Utilizar la Internet para comunicarte te provee cierto grado de anonimidad. Al interactuar con otras personas mediante la Red, no serás juzgado por el color de tu piel, o por tu peso, tu edad, o tu manera de vestir. Sin embargo, sí serás juzgado por la calidad de lo que escribas. Por lo tanto, debes esforzarte por redactar conforme a las reglas gramaticales y ortográficas, particularmente si te estás comunicando con algún académico, investigador, escritor o profesor del cual intentas solicitar ayuda o información. Si tienes duda en torno a cómo se escribe una palabra, recuerda que puedes utilizar las aplicaciones para corregir errores, contenidas en la mayoría de los procesadores de palabras. También, la mayoría de los servicios de e-mail contienen una opción para revisar el texto antes de enviarlo. Usualmente a esta opción le denominan “check spelling”.

Debes también verificar que tus mensajes sean claros y coherentes. Es posible que produzcas un párrafo que no contenga errores ortográficos o gramaticales, pero que no tenga sentido alguno, ni transmita la idea que intentabas comunicar. Esto suele suceder cuando quien redacta se esfuerza por impresionar al lector. Por ello, la mejor opción es redactar oraciones claras y cortas, sin pretensiones. Ello garantiza que el mensaje se entienda y a su vez cumples con otra regla de netiqueta: enviar mensajes cortos y precisos para no ocupar el tiempo de los demás y no recargar injustificadamente la Red.

### **Normas de netiqueta para el uso adecuado del correo electrónico:**

Debido a que el e-mail es una de las herramientas más comunmente utilizadas en la Red, a continuación te enumeramos varias reglas básicas de netiqueta en torno al uso adecuado del correo electrónico.

1. Como consecuencia de las interpretaciones erróneas que pueden producirse en las comunicaciones escritas, se aconseja reflexionar antes de redactar. Esto aplica tanto al iniciar una comunicación, como al responder a un mensaje que recibas.
2. Sé cuidadoso al utilizar el humor y el sarcasmo. Recuerda que estarás comunicándote con personas desconocidas, así como con personas de distintas culturas, y edades que no necesariamente compartirán tu visión de mundo y tu sentido del humor.
3. No envíes un mensaje más de dos veces cuando no recibes respuesta. El segundo es aceptable porque puede darse el caso de que el primero no haya llegado pero, si no te contestan el segundo, asume que la persona no está interesada o que está de vacaciones.
4. Al comunicarte por vía de correo electrónico con una persona que no conozcas para requerirle información o ayuda para tu investigación, procura siempre firmar tus mensajes con tu nombre completo y con una descripción indicando quién eres; por ejemplo, que eres estudiante, el año que cursas, el programa y la universidad a la cual perteneces. Todo esto puede estar incluido en tu firma (*signature*), la cual puedes editar en tu programa de e-mail para que esta información aparezca automáticamente al final de cada mensaje que redactes.
5. No asumas que la comunicación es privada. Nunca sabes qué puede pasar con un mensaje que envíes, ni tendrás garantía alguna de que no sea compartido con terceras personas. Es muy fácil dar *forward* o re-enviar a otros un mensaje electrónico.
6. Se considera extremadamente rudo re-enviar correo electrónico personal a listas de correo o a grupos Usenet sin el permiso del autor original. Por ello, si alguien te escribe un e-mail a tu correo personal nunca debes dar *forward* al mismo para ponerlo en una lista para que otros usuarios lo vean si no has obtenido previamente el consentimiento del autor del mensaje.
7. Usa palabras en mayúscula sólo para destacar un punto importante o distinguir un título o cabecera. Nunca redactes tus mensajes totalmente en mayúsculas pues se considera rudo; se interpreta como si estuvieses gritando constantemente.
8. Para que el e-mail no se deforme y el destinatario no reciba un mensaje ininteligible, utiliza sólo caracteres tipo ASCII (todas las 26 letras del abecedario anglosajón; los números del 0 al 9; y los signos de puntuación comunes, tales como punto (.), coma (,), interrogación (?), y punto y coma (;). ASCII no incluye líneas entrecortadas (----) , guiones (-) o *bullets* (●, ◇, ◼). Para indicar que algo

está en *itálicas* escribe asteriscos antes y después de la frase que va en *itálicas* (\*así\*); y para indicar que algo va subrayado usa el *underscore* ( así ).

9. Al enviar e-mails notarás que, además de tener espacio para la dirección del destinatario, el sistema te provee la oportunidad de enviar copias del mensaje a otras personas. Para ello hay un espacio precedido por “CC:”. La netiqueta dicta que no debes enviar cc’s (*carbon copies*) a personas que realmente no necesitan conocer el contenido del mensaje.
10. Evita indicar que tu mensaje es urgente o de prioridad si no lo es. Es desagradable para el destinatario recibir un mensaje con la indicación (usualmente en letras rojas) de que es urgente, y luego descubrir que es rutinario o que era un asunto que no requería atención inmediata.
11. No envíes archivos anejados (*attachments*) en tus mensajes si no es necesario. Cuando sea necesario enviarlos, la netiqueta aconseja que antes de hacerlo debes asegurarte de que la persona a quien lo envías tenga el programa o las aplicaciones necesarias para abrir el archivo.

### **Netiqueta en listas de correo y en foros de discusión:**

A medida que descubras grupos de discusión o listas de correo en torno a temas relacionados a tu investigación, te interesará participar en los mismos para orientarte más en torno al tema o intercambiar impresiones sobre el mismo. A continuación enumeramos varias reglas de netiqueta relacionadas al uso de estas herramientas.

1. Como la netiqueta puede variar dependiendo del lugar en el cual te encuentres en la Red, se aconseja que antes de participar en estos grupos te orientes en torno a cómo se suele proceder. Al entrar a una lista o a un foro de discusión, monitorea los mensajes por unos días, para que te familiarices con el tipo de mensaje que se utiliza, y sepas cuáles tópicos se consideran fuera de límites. Cuando te sientas cómodo con el grupo, entonces empieza a postear.
2. Verifica si hay un FAQ (Frequently Asked Questions, o Preguntas Frecuentemente Hechas) para el grupo y léelo antes de hacer preguntas, pues los miembros veteranos del grupo suelen molestarse al ver siempre las mismas preguntas.
3. Lee las directrices establecidas por el dueño de la lista (*listowner*) y compórtate conforme a las mismas, pues el *listowner* es quien establece los estándares locales de netiqueta para su lista.
4. Recuerda que algunas listas de discusión y grupos Usenet tienen miembros de muchos países. No asumas que van a entender referencias a programas de televisión local, o a hechos locales. Si vas a usar una referencia, explícala.

5. Asegúrate de que tus preguntas y comentarios sean pertinentes al enfoque del grupo de discusión.
6. Resiste la tentación de insultar a otros en la lista cuando incluyan algo tonto o se equivoquen en torno a alguna información. Estas discusiones son públicas y están hechas para intercambios constructivos. Trata a los otros miembros de la lista como quieres que te traten a tí.
7. Cuando postees una pregunta o duda al grupo de discusión, solicita que te dirijan las respuestas a tu e-mail y no a la lista, para no ocupar el espacio de la lista. Luego postea un resumen o respuesta global recibida al grupo.
8. Cuando contestes un mensaje postado en un grupo de discusión, verifica la dirección, para estar seguro de que lo envías a la localidad deseada (ya sea a una persona particular, o a todos los miembros del grupo). Puede ser muy embarazoso responder incorrectamente, posteando un mensaje personal a todo el grupo si tu intención era que el mismo fuese individual.
9. Los usuarios de la lista no están interesados en saber si quieres ingresar o si quieres salir de la lista. No debes enviar esta solicitud a la lista como tal, sino al *listowner* o al administrador.

## **Citando las fuentes de la Internet**

Una parte esencial de todo proceso de investigación es señalar las fuentes que se utilizan para desarrollar la investigación. Aunque sólo hayas parafraseado las palabras exactas de un autor debes incluir la bibliografía que identifique la obra. Este proceso requiere que selecciones un manual de estilo que te guíe en el proceso de citar las referencias y desarrollar la sección de bibliografía. Para esta tarea recomendamos utilizar el manual de estilo de la American Psychological Association (2001).

Citar es la forma correcta de utilizar porciones de una obra sin violar los derechos de autor. Además, el citar las fuentes utilizadas evita acusaciones de plagio. El plagio es una manera de robar las ideas y el trabajo de otras personas y nunca es justificable. Siempre debes reconocer a los autores en quienes basas tus planteamientos. Para evitar el plagio debes:

1. Poner entre comillas el material que utilizas de otras fuentes y citar claramente la fuente.
2. Cuando parafraseas o resumes un argumento debes dejar claro cuándo el parafraseo comienza y cuándo termina, citando las fuentes claramente.
3. Siempre distingue entre tus ideas y las ideas de otros.

Una referencia de una fuente obtenida o consultada en la Internet debe proveer la siguiente información:

1. el título del documento;
2. la fecha de publicación o la fecha en que se accedió el mismo;
3. la dirección o el URL; y
4. los autores del documento.

A continuación presentamos algunos ejemplos de cómo se debe citar utilizando el Manual de Estilo de la APA:

1. Revista en línea:

Autor, A. A., Autor, B. B., & Autor, C. C. (2000). Título del artículo. Título de la revista, xx, xxxxxx. Obtenido mes, día, año, fuente.

2. Documento en línea:

Autor, A. A. (2000). Título del trabajo. Obtenido mes, día, año, fuente.

3. Artículo de una revista impresa que también tiene una versión electrónica:

VandenBos, G., Knapp, S., & Doe, J. (2001). Role of reference elements in the selection of resources by psychology undergraduates [Versión electrónica]. *Journal of Bibliographic Research*, 5, 117-123.

4. Artículo de una revista electrónica :

Fredrickson, B. L. (2000, Marzo 7). Cultivating positive emotions to optimize health and well-being. *Prevention & Treatment*, 3, Article 0001a. Obtenido el 20 de noviembre de 2000, <http://journals.apa.org/prevention/volume3/pre0030001a.html>

5. Artículo de un periódico en línea:

Glueckauf, R. L., Whitton, J., Baxter, J., Kain, J., Vogelgesang, S., Hudson, M., et al. (1998, July). Videocounseling for families of rural teens with epilepsy -- Project update. *Telehealth News*, 2(2). Obtenido de <http://www.telehealth.net/subscribe/newsletr4a.html>

6. Documento sin autor ni fecha:

GVU's 8th WWW user survey. (n.d.). Obtenido el 8 de agosto de 2000, <http://www.cc.gatech.edu/gvu/usersurveys/survey1997-10/>

7. Documento disponible en una página de una universidad:

Chou, L., McClintock, R., Moretti, F., & Nix, D. H. (1993). Technology and education: New wine in new bottles: Choosing pasts and imagining educational futures. Obtenido el 24 de agosto de 2000, de Columbia University, Institute for Learning Technologies Web site:

<http://www.ilt.columbia.edu/publications/papers/newwine1.html>

8. Copia electrónica de un artículo de revista, tres a cinco autores, obtenido de una base de datos :

Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D., & White, L. A. (1993). Role of early supervisory experience in supervisor performance. *Journal of Applied Psychology*, 78, 443-449. Obtenido el 23 de agosto 2000, de base de datos de PsycARTICLES .

Además de incluir todas las fuentes que utilices en la sección de “bibliografía” o “referencias”, debes indicar, a lo largo de todo el texto, las fuentes que utilizas para las citas o las referencias a trabajos de investigación. Para citar la parte específica de una fuente indica la página en el punto apropiado en el texto. Ejemplos: (Cheek & Buss, 1981, p. 332) ó (Shimamura, 1989, chap. 3).

Cuando las fuentes electrónicas no proveen números de páginas, utiliza el número del párrafo, si está disponible, precedido por el símbolo de párrafo (¶) o la abreviación “para.” Si no están visibles ni el párrafo ni el número de párrafo, cita el encabezamiento y el número del párrafo que le sigue para dirigir al lector a localizar el material. Ejemplos: (Myers, 2000, ¶ 5) o (Beutler, 2000, Conclusión, para. 1).

## **Publicando en la Internet**

Una de las grandes oportunidades que ofrece la Internet es proveer un mecanismo para que los estudiantes puedan publicar sus trabajos. De esta manera, el trabajo puede ser leído por todos aquellos que accesen la dirección en que se encuentra el mismo. A pesar de que pueda parecer que para publicar en la Internet se requieran destrezas avanzadas, la realidad es que se trata de un proceso sencillo que se facilita mediante el uso de programas o editores que permiten crear documentos y páginas en Internet sin necesidad de conocer códigos de HTML. Aunque existen una gran variedad de programas para publicar en la Internet, recomendamos Trellix Web por lo fácil que resulta utilizar el mismo. Este programa lo puedes bajar de forma gratuita en <http://www.trellix.com/fortunecity/> . Además, puedes publicar tus páginas en el servidor de Fortune City (<http://www.fortunecity.com>).

## **Conclusión**

Como has podido apreciar, la Internet es una herramienta muy valiosa en el proceso de llevar a cabo investigaciones en las Ciencias Sociales, pues es la fuente de información más amplia y de más fácil y rápido acceso. Además, la Red te facilita la comunicación con los participantes, con tus pares, o con expertos en la materia que te interese durante el proceso de investigación, y te permite incluso administrar pruebas, cuestionarios y encuestas; así como también diseminar los resultados de tu investigación al publicar los mismos en la Internet.

No obstante, no basta con tener todos estos recursos disponibles. Es preciso que te adiestres en torno a cómo utilizarlos correctamente. Para maximizar las ventajas de utilizar la Internet como recurso en las investigaciones debes: 1) saber cómo comportarte dentro de un marco ético al interactuar con otras personas a través de la Red; 2) conocer estrategias de búsqueda para que encuentres la información que necesitas; 3) conocer sobre derechos de autor para utilizar lo que encuentres de manera legítima; 4) saber distinguir entre información que merece credibilidad y aquella cuya calidad y certeza es menor, ya sea porque el autor no es un experto en el tema o porque se trata de alguien que ha escrito con un propósito o agenda que compromete su objetividad; y 5) saber cómo citar la información que has encontrado y que pretendes utilizar.

Mediante este escrito hemos intentado orientarte en torno a todos los factores antes descritos, y proveerte directrices y estrategias que faciliten el uso de este valioso recurso y te permitan utilizarlo correctamente para beneficio de tus investigaciones y de tu continuo desarrollo académico.

## **Referencias:**

Ackermann, E. & Hartman, K. (2000). Searching and Researching on the Internet and the World Wide Web. Oregon: Franklin, Beedle & Associates, Inc.

American Psychological Association (2001). Publication Manual American Psychological Association. Washington: APA.

Basch, R. (2000). Investigación en Internet. Colombia: Grupo Editorial Norma.

Jones, S. (1999). Doing internet research. California: Sage

Lama Bonilla, R. (Junio 12, 2001). Crece el número de internautas en la Isla. El Nuevo Día, p. 45.

Morley, D & Solberg, B. (1999). Harcourt's Guide to the World Wide Web and WebCT.

O'Mahoney, B. (1995-2001). Copyright Website. <http://www.benedict.com>. Visitada 20 de julio de 2001.

Rathswohl, G. (1998). Compact Internet: Finding Information in Cyberspace. Massachusetts: Addison-Wesley.

Sangster, A. (July, 1995) World-Wide Web - What Can it Do for Education?, Active Learning 2, pp. 3-8.

## **Apéndices**

### **Apéndice 1: Ejercicios**

1. Para aprender más sobre la historia de la Internet visita la página "About the World Wide Web." (<http://www.w3.org/www>) . Si vas al enlace del CERN, te conectaras al laboratorio en donde Tim Berners-Lee desarrolló por primera vez la idea del Web. ¿Qué es el CERN?
2. Utilizando el Magellan Web Guide (<http://magellan.excite.com>) , busca información sobre depresión. Selecciona cuatro lugares para visitar y compara el tipo de información que encuentras en cada uno de ellos. Evalúa el tipo de información que ofrecen. ¿Recomendarías esos lugares?
3. En la Internet se encuentra una gran variedad de textos en línea relevantes a las Ciencias Sociales. Encuentre los libros The Crowd: A study of the popular mind de Gustave LeBon y The Interpretation of Dreams de Sigmund Freud utilizando la página de Books on the Internet (<http://www.lib.utexas.edu/Libs/PCL/Etext.html>)
4. Explora las siguientes páginas sobre el tema de la medicina alterna . Utilizando los criterios discutidos en este capítulo evalúa cada una de estas páginas :
  - a. "Alternative Medicine Health Updates"  
<http://heall.com/body/healthupdates/index.html>
  - b. "The Realities of Alternative Medicine for Serious Illness"  
[http://www.gatorbytes.com/gatorbytes/health/layman\\_guide.htm](http://www.gatorbytes.com/gatorbytes/health/layman_guide.htm)
  - c. "The National Center for Complementary and Alternative Medicine"  
<http://nccam.nih.gov/>
5. Examinemos el tópico de fumar. ¿Cuál de los siguientes dos sitios ofrece información más confiable y correcta?
  - a. "Action on Smoking and Health" <http://ash.org>
  - b. "National Smokers Alliance" <http://www.speakup.org>
6. Explore el sitio que se encuentra en <http://www.whitehouse.net>. Contesta las siguientes preguntas:
  - a. ¿Quién es el responsable de este sitio?
  - b. ¿Cuál es el propósito de este sitio?
  - c. ¿A qué conclusiones puedes llegar sobre la calidad de este sitio?
  - d. ¿Cuál es la diferencia entre la dirección <http://www.whitehouse.org> y <http://www.whitehouse.net> ?

## **Apéndice 2: Recursos en la Internet para estudiantes de las Ciencias Sociales**

### *Libros y Revistas en Línea*

Books on the Internet: <http://www.lib.utexas.edu/Libs/PCL/Etext.html>

Electronic Journal Access: <http://www.coalliance.org/ejournal>

Internet Public Library: <http://ipl.org>

Online Books Page: <http://digital.library.upenn.edu/books>

Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales:  
<http://www.mcmaster.ca/socscidocs/w3virtsoclib/journals.htm>

Conuco: Indice de revistas puertorriqueñas: <http://cuhwww.upr.clu.edu/conuco>

Links to Psychological Journals: <http://www.psywww.com/resource/journals.htm>

Sociological Research Online: <http://www.socresonline.org.uk/welcome.html>

Online newspapers: <http://www.ipl.org/reading/news>

Electronic Text Center at the University of Virginia: <http://etext.lib.virginia.edu>

Project Gutenberg: <http://www.gutenberg.net/>

Online Text Collection: <http://www.ipl.org/reading/books/>

Libros gratis para el 2000:  
<http://www.hipersociologia.org.ar/biblioteca/textos/index.html>

### *Bases de Datos*

PsycInfo, Sociological Abstracts, Political Science Abstracts, entre otras:  
<http://libserv3.princeton.edu/databases/webspirs4.html>

Regard: [http://www.regard.ac.uk/regard/home/index\\_html?](http://www.regard.ac.uk/regard/home/index_html?)

Eldis: (<http://www.ids.ac.uk/eldis/eldis.html>) Eldis is the best portal to information on the web that is relevant to national development. It currently links to about 2,800 web sites of organizations involved in development and to 5,000 documents available in full-text

National Geographic Mapmachine: <http://www.bartelby.com/>

Project Bartelby: <http://www.bartelby.com/>

Compludoc: <http://www.ucm.es/BUCM/complu/frame.htm>

Statistical Resources on the Internet:  
<http://www.lib.umich.edu/libhome/Documents.center/stats.html>

Data on the Net: <http://odwin.ucsd.edu/idata/>

Uncover:(<http://uncweb.carl.org/>) Indice de alrededor de 17,000 revistas

Eric Clearinghouse on Assessment and Evaluation: (<http://www.ericae.net/>)

Drug discrimination bibliographic database: <http://www.ericae.net/>

Educational Resources Information Center:  
<http://www.accesseric.org:81/sites/barak.html#1>

### *Bibliotecas Virtuales*

Social Sciences Virtual Library:  
<http://www.clas.ufl.edu/users/gthursby/socsci/subjects.htm>

Social Science Information Gateway: <http://sosig.esrc.bris.ac.uk/>

The Scout Report for Social Sciences:  
<http://scout.cs.wisc.edu/report/socsci/current/index.html>

Social Sciences Information Gateway: <http://www.sosig.org/>

MIT CogNet: The Cognition and Brain Sciences Community Online:  
<http://cognet.mit.edu>

Argus Clearinghouse: <http://home.sprintmail.com/~debflanagan/argus.html>

Elibrary: <http://www.elibrary.com>

The WWW Virtual Library: <http://vlib.org/Overview.html>

Alpha Search: <http://www.calvin.edu/library/searreso/internet/as/>

Sun Site: <http://sunsite.berkeley.edu/>

Voice of the Shuttle: <http://vos.ucsb.edu/>

Blue Web'n: <http://www.kn.pacbell.com/wired/bluewebn/>

Resource Guide for the Social Sciences: <http://www.jisc.ac.uk/subject/socsci/>

## **Fuentes de Referencia:**

### *Enciclopedias*

Complete Funk and Wagnalls: [www.funkandwagnalls.com](http://www.funkandwagnalls.com)

Information Please: [www.infoplease.com](http://www.infoplease.com)

My virtual reference desk: [www.refdesk.com](http://www.refdesk.com)

### *Diccionarios:*

Diccionarios de sinónimos y antónimos: <http://tradu.scig.uniovi.es/sinon.html>

Diccionario Vox: <http://www.vox.es/consultar.html>

Diccionarios: <http://www.diccionarios.com/>

Thesaurus.Com: <http://www.thesaurus.com/>

Merriam Webster Dictionary: <http://www.m-w.com/netdict.htm>

A web of online dictionaries: <http://www.yourdictionary.com/>

Web dictionaries: <http://home1.gte.net/ericjw1/dictionary.html>

### *Recursos en línea por Materia*

## **Antropología**

Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología: <http://www.naya.org.ar/index.htm>

Anthropology Resources on the Internet:  
<http://home.worldnet.fr/~clist/Anthro/index.html>

Anthropological Index Online:  
[http://lucy.ukc.ac.uk/cgi-bin/uncgi/Search\\_AI/search\\_bib\\_ai/anthind](http://lucy.ukc.ac.uk/cgi-bin/uncgi/Search_AI/search_bib_ai/anthind)

Anthropology Internet Page:  
<http://www.stjohns.edu/library/staugustine/anthropo.html>

AnthroTech: <http://vlib.anthrotech.com/>

Internet in the teaching of anthropology:  
<http://www.plattsburgh.edu/anthropology/InternetAnthropology.htm>

Anthro Net: <http://www.anthro.net/>

Cyberanthropology: <http://NT2348.vs.netbenefit.co.uk/>

Anthropology Dictionary: <http://www.iversonsoftware.com/anthropology/>

Anthromorphemics: <http://www.anth.ucsb.edu/glossary/index2.html>

## **Ciencia Política**

American Political Science Association: <http://www.apsanet.org>

Political Sciences Resources on the Web:

<http://www.lib.umich.edu/libhome/Documents.center/polisci.html>

## **Economía**

Resources for Economists on the Internet: <http://rfe.org>

## **Historia**

Horus Web Links to History Resources: <http://www.ucr.edu/h-gig/horuslinks.html>

## **Psicología**

Psicología en Línea: <http://www.uprm.edu/socialsciences/psicologiaenlinea/>

## **Sociología**

Sociology Links Page: <http://www.abacon.com/sociology/soclinks/index.html>

SocioSite: <http://www.pscw.uva.nl/sociosite/index.html>

Hipersociología: <http://www.hipersociologia.org.ar/base.html>

Socio Realm: <http://www.geocities.com/CollegePark/Quad/5889/socialth.htm>

Dead Sociologists Society:

<http://raven.jmu.edu/~ridenelr/DSS/DEADSOC.HTML>

A sociological tour through cyberspace:

<http://www.trinity.edu/~mkearl/index.html>

The Hyper-Soc Project: <http://web.missouri.edu/~sobrent/hsocproj.htm>

Sociology Resources: [http://www.teleport.com/~skerlin/soc\\_phil.html](http://www.teleport.com/~skerlin/soc_phil.html)

Weacties: The internet effects on sociology:  
<http://www.princeton.edu/~soccomp/weacties/>

Sociology Dictionary: <http://www.iversoftware.com/sociology/index.htm>

Selected Sociology Resources:  
<http://www.lib.umich.edu/libhome/rrs/selector/socpage.html>

Enlaces sobre sociología y otras ciencias sociales:  
[http://members.es.tripod.de/Daniel\\_Sociologo/linksoc1.htm#up](http://members.es.tripod.de/Daniel_Sociologo/linksoc1.htm#up)

### **Apéndice 3: Glosario**

**Arpanet:** Antepasado de Internet, creado por el Departamento de Defensa de Estados Unidos.

**Avatar:** Identidad representada gráficamente que adopta un usuario que se conecta a un *chat* con capacidades gráficas.

**Bookmark (marca, marcapáginas, marca de página):** Señal o recordatorio que los internautas dejan en su navegador de Internet para marcar un lugar interesante encontrado en la red Internet a fin de poder volver a él posteriormente.

**Boolean (booleana):** Lógica simbólica que se utiliza para expresar la relación entre términos matemáticos. Su base lógica puede ser extendida para analizar la relación entre palabras y frases. Los dos símbolos más usuales son AND (y) y OR (o). Se utilizan para estrechar las búsquedas de temas en los Buscadores de la Web.

**Browser (Navegador o visualizador):** Programación que se utiliza para navegar en la Internet. Permite utilizar prácticamente todos los recursos de la red, incluyendo el correo electrónico, la transferencia de documentos y el acceso a grupos de discusión. En español también se dice navegador.

**Cache:** Almacenamiento intermedio o temporero 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.

**Cracker** Individuo con amplios conocimientos informáticos que desprotege/piratea programas o produce daños en sistemas o redes.

**CGI (Common Gateway Interface, Interfaz Común de Intercomunicación):** Conjunto de medios y formatos para permitir y unificar la comunicación entre la Web y otros sistemas externos, como las bases de datos.

**Chat:** Conversación en tiempo real a través de la computadora. En algunos sistemas más antiguos de chat, la pantalla se divide en dos. Cada parte contiene el texto de uno de los interlocutores. Los sistemas más modernos permiten la creación de "salas" de conversación en páginas electrónicas. El Netscape Chat, una programación auxiliar del Netscape, permite que varias personas intercambien mensajes al mismo tiempo y comparen direcciones de páginas, permitiendo una forma de navegación en grupo. El chat en la Internet se hizo famoso a través de servidores de IRC (Internet Relay Chat), donde se hicieron las varias "salas" o "canales" para albergar a los usuarios.

**Cibercultura :** Forma cultural relacionada a las nuevas tecnologías que incluye artes, ciencias y pensamiento.

**Ciberespacio:** Término acuñado por el escritor William Gibson e inspirado en el estado de trance en que quedan los aficionados de juegos de vídeo durante un juego. La palabra fue utilizada por primera vez en el libro Neuromancer, publicado en 1984, y adoptada desde entonces por los usuarios de la Internet como sinónimo de la red.

**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 algún 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.

**Domain :** (Dominio, campo). La palabra domain empieza a hacerse popular entre los cibernautas, ya que hace referencia a una parte del nombre jerárquico con que se conoce cada entidad conectada a Internet.

**Download:** Cuando el usuario copia un documento de la red en su computadora, está haciendo un download. La misma expresión puede aplicarse cuando se copian documentos en servidores de FTP, imágenes sacadas directamente de la red con un browser y cuando los mensajes llegan a la computadora del usuario. También se le llama download cuando, durante el acceso a una página de la red, se transmiten las imágenes y textos que la componen.

**Emoticons (o Smilies):** Conjunto de caracteres gráficos que sirven para mostrar estados de ánimo en un medio escrito como el e-mail. Por ejemplo, los símbolos :-), vistos de costado, muestran una cara sonriente y pueden significar chiste, o buenos deseos.

**Encriptación (Encryption):** Método para convertir los caracteres de un texto de modo que no sea posible entenderlo si no se lo lee con la clave correspondiente. Utilizado para

proteger la integridad de información secreta en caso de que sea interceptada. Uno de los métodos más conocidos y seguros de encriptación es el PGP.

**FTP (File Transfer Protocol):** Protocolo para transferencia de documentos. El FTP puede ser utilizado para copiar documentos de la red para la computadora del usuario y vice versa. Los navegadores de WWW pueden hacer transferencias de FTP, pero existen programaciones diseñadas específicamente para esta tarea. Los usuarios deben darle a la programación FTP la dirección del servidor. También es necesario tener una cuenta en el servidor y proveer el nombre de usuario (username) y contraseña, a menos que se trate un servidor de FTP anónimo.

**GIF:** Siglas para Graphics Interchange Format. Es el formato para imágenes que más se utiliza en la red. El formato GIF crea documentos de imágenes de tamaño relativamente pequeño en relación a los otros disponibles. Gracias a esta capacidad de compactar información, es un formato ideal para utilizarse en la Internet. El tipo de compactación utilizada en el formato GIF funciona mejor cuando la imagen tiene áreas continuas del mismo color y, principalmente, pocos colores. Por eso, el formato GIF no se recomienda para fotos (en ese caso, el formato JPEG es más eficiente).

**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, casi como un deporte. Los hackers son muy respetados por la comunidad técnica de Internet, a diferencia de los crackers.

**Hipertexto:** Texto capaz de incluir en su contenido enlaces con otras partes del mismo documento o con documentos diferentes. Los enlaces normalmente se indican mediante una imagen o una palabra subrayada y en color diferente al resto del texto. Al oprimir la palabra o imagen que conecta, el usuario es llevado hasta el texto o documento enlazado.

**HTML (HyperText Markup Language):** Lenguaje utilizado en la producción de páginas de la red. HTML es una derivación del SGML (Standard Generalized Mark-up Language) y permite la creación de documentos que pueden ser leídos en prácticamente cualquier tipo de computadora y transmitidos por la Internet y hasta por correo electrónico. Los documentos en HTML pueden tener enlaces de hipertexto entre sí. Para escribir documentos en HTML sólo es necesario tener un editor de texto simple y conocimiento de los códigos que componen el lenguaje. Los códigos (conocidos como tags) son elementos tipográficos que definen la forma y uso de cada elemento del texto en un documento. El conjunto de tags ya está en su tercera versión, conocida como HTML 3.0, que permite crear tablas. Algunas empresas que desarrollan productos para la Internet han creado extensiones propias (que sólo funcionan con sus productos) para HTML. Entre éstas se encuentran Netscape y Microsoft.

**HTTP (HyperText Transfer Protocol):** Protocolo de comunicación que viabiliza las conexiones entre los clientes de WWW y los Web sites. Las siglas HTTP se encuentran

en las direcciones de las páginas electrónicas (los URLs), seguidas de ://. El HTTP informa al servidor de qué forma debe ser atendido el pedido del cliente.

**Hyperlink (Enlace):** Nombre que se le da a las imágenes o palabras que dan acceso a otros textos, documentos o páginas electrónicas dentro de la red. El hyperlink en español también se le dice enlace o conexión electrónico) puede llevar a otra parte del mismo documento a otros documentos.

**Internet (La Red)** -- Red de telecomunicaciones nacida en 1969 en los EE.UU. a la cual están conectadas millones de personas, organismos y empresas en todo el mundo, mayoritariamente en los países más desarrollados, y cuyo rápido desarrollo está teniendo importantes efectos sociales, económicos y culturales, convirtiéndose de esta manera en uno de los medios más influyentes de la llamada "Sociedad de la Información" y en la "Autopista de la Información" por excelencia. Internet (con "I" mayúscula) puede definirse técnicamente como la mayor red internet del mundo, tiene una jerarquía de tres niveles formados por redes troncales, redes de nivel intermedio y redes aisladas (stub networks), y es una red multiprotocolo.

**JPEG:** Siglas para Joint Photographic Experts Group, el nombre original del comité que escribió el patrón de este formato de compresión de imágenes. El formato JPEG fue creado para comprimir imágenes sacadas del mundo real. Funciona bien con fotos y diseños naturalísticos, pero no es tan eficiente con diseños de letras, líneas o dibujos. El formato JPEG permite una alta compresión de las imágenes debido a su proceso de compresión con píxeles. Lo que significa que la imagen final puede quedar con una calidad peor que la original.

**Lista de correo:** Modo de distribución de e-mail grupal. Mecanismos de debate grupales entre distintas personas interesadas en un determinado tema. Similares en concepto a los newsgroups, pero no es necesario utilizar un servidor especial ya que los mensajes son recibidos por el usuario como correo electrónico.

**MUD:** Siglas para Multiple User Dimension, Multiple User Dungeon, o Multiple User Dialogue. Los MUDs son sistemas donde los usuarios pueden pasear por varios ambientes virtuales y conversar con otros usuarios. Es una especie de "RPG" donde los usuarios pueden asumir personalidades y crear sus propias salas y objetos.

**Netiquette (o "netiqueta"):** Conjunto de reglas que disciplinan el comportamiento en la Internet. Enseña, entre otras cosas, cómo comportarse en grupos de discusión y cómo escribir mensajes de forma eficiente en la red y ampliar el potencial de comunicación.

**Grupos de Noticias (Newsgroups):** Newsgroups es como son llamados los grupos de discusión del Usenet. Los mensajes de los usuarios son almacenados e intercambiados. Los newsgroups del Usenet mantienen siempre una base actualizada de mensajes. Para organizar las discusiones, cada newsgroup está dedicado a un asunto y organizado en una jerarquía. Por ejemplo, un nombre de newsgroup es news.newusers.questions. Este es el grupo donde los usuarios novatos de la Internet pueden encontrar respuestas a la mayoría

de sus preguntas. Además de news, existen las jerarquías comp (sobre computadoras, bio (sobre biología), soc (sobre aspectos sociales y culturales), misc (una jerarquía para asuntos alternativos que no cabe en ninguna de las otras), talk, rec (actividades e hobbies).

**POP** (Post Office Protocol). Protocolo de Oficina de Correos. Protocolo usado por ordenadores personales para manejar el correo sobre todo en recepción.

**Realidad virtual** : Concepto con el que se conoce a una serie de tecnologías que pretenden reproducir la realidad mediante la utilización de ordenadores y elementos añadidos. Generalmente, un ordenador genera una imagen falsa que el usuario contempla a través de un casco equipado con un visor especial, de manera que tiene la impresión de estar presente en la escena reproducida por el ordenador. En su grado más alto de sofisticación, los equipos de realidad virtual se completan con guantes y trajes equipados con sensores, que permiten "percibir" los "estímulos" y "sensaciones" generados por el ordenador. En definitiva, el usuario percibe como real algo que no lo es. Aunque se ha aplicado mayormente al mundo de los videojuegos, existen ya aplicaciones - en medicina, por ejemplo - que han permitido importantes avances en la simulación de intervenciones quirúrgicas.

**Search Engine (Buscador)**: 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).

**Spider** Robot-Web. Programa que automáticamente recorre la WWW recogiendo páginas Web y visitando los Links que estas contienen.

**Telnet** (Tele Network)(Tele Red). Conexión a un servidor en la que el ordenador cliente emula un terminal de manera que se configura como terminal virtual del ordenador servidor.

**Webcam**: Cámara conectada a una página WEB a través de la cual los visitantes pueden ver imágenes normalmente en directo.

**URL (Uniform Resource Location)**: En español, Localizador Universal de Recurso. Es el nombre que reciben las diversas cosas e información que se pueden encontrar en la Red: páginas Web (http), archivos (ftp) o grupos de noticias (mail). Al escribir el nombre completo de un recurso en este formato, se accede a él normalmente desde un programa navegador o *software* específico.