



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA PRENSA MEXICANA EN INTERNET  
(PERIODISMO ELECTRONICO), CASO ESPECIFICO  
EL PERIODICO REFORMA

**T E S I S**

QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A  
AIDA FRANCIS VILLANUEVA RIVERA

DIRECTORA DE TESIS:  
MAESTRA NEDELIA ANTIGA TRUJILO



MEXICO, D.F.

27323B

2000



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Dedicatoria

A tres mujeres.

Principalmente a mi madre Margarita Rivera Hernández, el pilar de mi vida y a quien agradezco la educación que me dio, así como el haberme inculcado su filosofía de superación personal y académica

A mi abuela materna Guadalupe Hernández Sánchez †, quien me dejó su filosofía la de trabajar por siempre, la de mujer independiente y la de luchar hasta conseguir lo que uno quiere.

A mi abuela paterna Guadalupe Medina Camus †, con la que me hubiera gustado compartir momentos grandes y pequeños de mi vida.

## **Agradecimientos**

A los ingenieros Luis Enrique Cantú Garza y Juan Antonio Gallont, al licenciado Remigio Willman y a la licenciada Rossana Fuentes y al reportero Ernesto López, por su tiempo que me dedicaron, ya que sin ellos no hubiera sido posible concluir esta investigación.

A las licenciadas Carmen Gómez Mont y Claudia Durán por las entrevistas que les realicé, ya que fueron aportaciones importantes para complementar este trabajo.

En particular, agradezco a mi asesora Nedelia Antiga Trujillo, por haber aceptado la dirección de este trabajo, por su tiempo que empleó para asesorarme y por el apoyo incondicional que me ha dado.

A los profesores Alma Rosa Alva de la Selva, Silvia Molina y Vedia, Mayo C. Murrieta Saldivar y Guillermo Tenorio Herrera, quienes con base en su experiencia aportaron valiosos conocimientos.

Gracias a todas aquellas personas que me ayudaron a concluir esta investigación.

# INDICE

## Introducción

<b>I Las Nuevas Tecnologías en la Prensa Mexicana .....</b>	<b>1</b>
1.1 Tecnología en Comunicación Periodística .....	
1.2 Las Tecnologías en la prensa hasta nuestros días .....	3
1.3 Internet .....	20
1.3.1 Qué es Internet .....	21
1.3.2 Historia de Internet .....	22
1.3.3 Herramientas de Internet .....	25
1.3.4 Direcciones Electrónicas .....	30
1.3.5 Internet en México .....	31
<b>II Periodismo Electrónico .....</b>	<b>38</b>
2.1 Antecedentes de Periodismo Electrónico .....	
2.1.1 Teletexto .....	40
2.1.2 Videotexto .....	41
2.1.3 Audiotex .....	43
2.1.4 Fax .....	44
2.1.5 CD Rom .....	45
2.2 Periodismo electrónico actual o en Línea .....	47
2.2.1 El Periodismo electrónico y el nuevo lector .....	51
2.2.2 Periodismo impreso y periodismo electrónico .....	52
2.3 Periodismo electrónico en México .....	54
2.3.1 Antecedentes del periodismo electrónico en México .....	55
2.3.2 Periodismo electrónico o en línea actual en México .....	59
<b>III El Periódico <i>Reforma</i> y sus tecnologías .....</b>	<b>62</b>
3.1 El periódico <i>Reforma</i> .....	
3.1.1 Antecedentes y Marco Político .....	
3.1.2 Características y contenido .....	67
3.2 Las nuevas tecnologías como herramienta para la elaboración del periódico <i>Reforma</i> .....	73
3.2.1 Infraestructura Tecnológica .....	
3.2.2 Elaboración del periódico <i>Reforma</i> impreso en papel .....	75
3.2.3 Otras innovaciones tecnológicas .....	81

<b>IV Reforma en INTERNET (Periodismo Electrónico) .....</b>	<b>87</b>
4.1 La incursión del <i>Reforma</i> en Internet ... ..	
4.1.1 Información Selectiva (Infosel) .....	
4.1.2 <i>Reforma</i> y su edición electrónica .....	88
4.1.3 El medio electrónico como estrategia para distribuir información .....	90
4.2 Usos y Ventajas de Internet ... ..	
4.3 Publicidad y Negocios en Internet .....	93
4.4 Consulta por género y lugares de acceso .. ..	97
4.5 Hacia el futuro .....	98
4.6 <i>Reforma</i> en Internet (Periodismo Electrónico) .....	100
4.6.1 Elaboración .....	102
4.6.2 Página Electrónica actual del <i>Reforma</i> .....	108
 Conclusiones .....	 120
 Glosario .....	 131
 Fuentes consultadas:	
Bibliografía .....	136
Tesis .....	138
Hemerografía .....	139
Direcciones electrónicas .....	140
Videografía .....	
Entrevistados .. ..	141
Seminario .....	142
 <u>Anexo</u>	
Entrevista a Carmen Gómez Mont, profesora e investigadora	
 <u>Anexo1</u>	
Información que aparece en CD ROM y forma de suscripción para el CD ROM de <i>El Norte y Reforma</i> .	
 <u>Anexo 2</u>	
Fichas de datos sobre los periódicos del Distrito Federal que aparecen en Internet en el formato (WWW).	
 <u>Anexo 3</u>	
Lista de periódicos nacionales que aparecen en Internet	

Anexo 4

Entrevistas a Rossana Fuentes Berain, Directora de Reportajes Especiales e Investigaciones del periódico *Reforma* y a Ernesto López, reportero de la sección Interfase.

Anexo 5

Ejemplo de Full Banner

Anexo 6

Información sobre la publicidad que se ofrece por Internet, a través de los periódicos *El Norte*, *Reforma*, así como noticiario En Directo e Infotel.

Anexo 7

Formato de suscripción y tarifas del proveedor para Internet, Infotel.

Anexo 8

Formato de suscripción y tarifas para la consulta de los periódicos *El Norte* y *Reforma* en Internet.



por la cual, uno de los campos que más se ha apropiado de este avance tecnológico (Internet), es el de los medios masivos de comunicación.

La prensa en particular ha sido uno de los medios que ha incorporado para su elaboración y distribución a las computadoras y a las redes como Internet. Actualmente la prensa ha dado un giro importante desde que emplea Internet, debido a que ya no es el producto de un sencillo periodismo impreso, sino que por efecto de la tecnología en que se basa se ha convertido en periodismo electrónico o prensa en línea, esto se refiere a la presentación y distribución de cualquier diario en un formato digital que ofrece información nacional e internacional de carácter político, económico, social, deportivo, de espectáculos, así como análisis, entretenimiento y oportunidades de comercio, a un lector mediante la gran red mundial Internet

Internet se emplea de cuatro formas en la prensa: 1) como fuente de información, 2) medio de comunicación, 3) canal de publicación y distribución y 4) como una vía generadora de ganancias económicas, ya que las nuevas tecnologías (como Internet), son un negocio redituable en el presente y futuro de cualquier medio de comunicación.

Internet, como se sabe, funcionó primero como un proyecto militar, posteriormente académico y por último en una red crecientes de particulares, lo que la convirtió en una red comercial; entre los particulares que aprovechan las ventajas de la red mundial, se encuentra la prensa mexicana.

Por lo anterior, la presente investigación se enfoca al estudio del uso de Internet en el periódico *Reforma*, una de las razones principales para abordar este tema, se debió a que en su momento de la selección, no había trabajos relacionados con el periodismo electrónico en México por algún profesional o estudioso de la comunicación. Por otro lado, Internet como todo lo nuevo abría una gran expectativa para la prensa mexicana en el campo de la información, comunicación, así como, la opción de obtener ganancias adicionales a las que se tiene por medio del periodismo impreso y la manera de mostrar una publicación y distribuirla a través de la gran red de redes.

Por consiguiente, se investigó el uso que le da la prensa mexicana, específicamente el diario *Reforma*, a esta innovación tecnológica (Internet), así como su objetivo principal por tener una edición electrónica o como se le denomina periodismo electrónico, prensa en línea, ciberperiodismo, cualquier otra definición, que al final es un mismo producto en una presentación digital.

La selección del periódico *Reforma* se debió en primera instancia porque resultaría labor difícil y exhaustiva investigar cada uno de los diarios mexicanos que tienen versión electrónica, es decir, que aparecen en Internet. Por lo cual, se designó este diario del Distrito Federal, ya que es donde se llevó al cabo el presente trabajo. En segundo término se optó por *Reforma* porque hasta la fecha es la publicación citadina que cuenta con la mejor tecnología de punta, o sea, desde su fundación a utilizado el modelo electrónico, quiere decir, que ha empleado las computadoras y las nuevas tecnologías como herramientas para su producción y en su proceso de distribución.

El presente trabajo es útil para todos los estudiosos de la comunicación, especialmente para aquellos que se enfocan al análisis e investigación sobre las nuevas tecnologías como Internet y para los que emplean las innovaciones tecnológicas en particular Internet, como instrumento de trabajo indispensable para informar y comunicar.

La investigación consta de cuatro capítulos:

En el primero se presenta lo que significa la tecnología en el periodismo y cómo ésta consolida el poder de los dueños y aumenta su capital. Por otra parte, se ofrece una explicación sobre la evolución que ha tenido la prensa en la composición del texto y en la impresión, así como el uso de las nuevas tecnologías como herramientas de trabajo para la producción del periódico, entre la que destaca la red mundial Internet, avance innovador actual. Sobre ella se describe su definición, su historia, lo que se necesita para conectarse, las herramientas y los servicios que ofrece, así como la historia de Internet en México, su desarrollo, asimilación y los usuarios que tienen acceso a la gran red de redes (pese a su expansión, Internet hasta el momento, constituye un medio exclusivo para grupos sociales con un determinado nivel económico y

cultural), la edad que fluctúan entre ellos y el género que predomina más para su consulta.

En el capítulo dos se detallan los antecedentes del periodismo electrónico hasta llegar a la definición del periodismo electrónico actual. Asimismo, se explica el antecedente del periodismo electrónico en México y su desarrollo, la presentación del periodismo electrónico actual en México y los periódicos del Distrito Federal que aparecen en Internet. También se muestra de manera global los nuevos lectores del periodismo en línea y la posición del periodismo *impreso y electrónico*.

En el capítulo tercero se da a conocer la historia del periódico *Reforma*, sus características y contenido del diario *impreso* (ya que éste es el soporte para la versión electrónica), así como los pasos para la elaboración del diario y las nuevas tecnologías que emplean como herramientas y servicios, es decir se muestra el modelo tecnológico al cual pertenece *Reforma* y su *infraestructura tecnológica*.

En el cuarto capítulo se expone la incursión del periódico *Reforma* en Internet; las ventajas que han obtenido de Internet como fuente de información, medio de comunicación, canal de distribución y como nueva vía generadora de ganancias económicas y el uso que le dan al correo electrónico como herramienta de Internet. Asimismo, se presenta el género que más los consulta y el lugar de acceso; el futuro que se anticipan para la edición en línea del *Reforma* y por último la página electrónica actual del diario, dónde, cómo se elabora y quiénes lo preparan y el servicio que ofrece de noticias que se actualizan durante el día, a través del noticiero En Directo

# I LAS NUEVAS TECNOLOGIAS EN LA PRENSA MEXICANA

## 1.1 Tecnología en Comunicación Periodística

La sociedad está experimentando una transformación que en apariencia señala hacia el bienestar social, la satisfacción de necesidades básicas, de recreación, servicios, producción, organización, comunicación e información y otros. En esta transformación se localiza el factor tecnológico. Dicho factor se utiliza para ampliar o transformar y mostrar ciertos productos con resultados positivos para los sectores que conforman la sociedad. Lo anterior es un principio, la tecnología.

Tecnología es un término que proviene de la "etimología del griego tecnología, de tecnólogos, de *téchne*, arte y *lógos*, tratado. Conjunto de los conocimientos propios de un oficio mecánico o arte industrial"<sup>1</sup>. Otra definición sería la de "conocimiento sistemático y mecánico, generalmente de procesos industriales pero aplicables para algunas actividades periódicas. La tecnología trata con las herramientas y técnicas"<sup>2</sup>.

Carmen Gómez Mont apunta que "el concepto más acertado de la tecnología es la aplicación de la ciencia a las formas de producción, distribución y consumo".<sup>3</sup>

"Durante los siglos XVII y XIX el modo producción de mercancías se transformó de la artesanía a la manufactura y finalmente a la industria moderna en un proceso histórico que constituye la llamada Revolución Industrial. Durante el siglo XX es la producción de tecnología la que está sufriendo una transformación similar de la artesanía a una actividad industrial. Constituyendo

---

<sup>1</sup> Enciclopedia Universal Ilustrada, Tomo LIX, p 1346.

<sup>2</sup> Encyclopaedia of Science and Technology, Tomo 13, p 502

<sup>3</sup> Carmen Gómez Mont, Nuevas Tecnologías de Comunicación, p 28.

así la característica de una revolución científica y tecnológica"<sup>4</sup>. Así, hoy en día la tecnología incide en todos los ámbitos de la vida social e incluso individual.

Para entender y analizar la relevancia que tienen en el periodismo la tecnología y comunicación, es necesario precisar el concepto comunicación. Según la definición del diccionario es la "acción y efecto de comunicar"<sup>5</sup>; comunicar es "hacer a otro partícipe de lo que uno tiene"<sup>6</sup>, por lo tanto, comunicación es la acción de transmitir algo. Asimismo, "la comunicación es un proceso dinámico de intercambio de ideas"<sup>7</sup>.

Para que la comunicación cumpla con su función, de dar a conocer o transmitir una idea o mensaje, entre otros, es necesario que haya un medio para llegar a su fin. Cabe mencionar que con dos personas basta para que se produzca un proceso de comunicación, conocido como *feed back* o retroalimentación. El mensaje para darse a conocer a las masas o a los diferentes sectores que integran la sociedad, se realiza a través de un medio de comunicación (mass media).

La prensa como medio de comunicación elabora información para que ésta sea leída por todos los interesados de este medio, ya que "es un soporte material para el transporte de contenidos conceptuales, de ideas"<sup>8</sup>. Para Anthony Smith "un periódico es una institución para la colección, acopio y disseminación de todo tipo de información de microsistemas que existen dentro de su esfera".<sup>9</sup>

---

<sup>4</sup> Rota, Joseph, Casares, Pablo, et. al., Tecnología y Comunicación, p 35.

<sup>5</sup> Alonso, Martín, Enciclopedia del Idioma, Tomo uno, p 1155.

<sup>6</sup> Alonso, Martín, op. cit., p 1155.

<sup>7</sup> Homs Quiroga, Ricardo, La comunicación en la empresa, p 1

<sup>8</sup> Ratzke, Dietrich, Manual de los Nuevos Medios, p 216.

<sup>9</sup> Anthony Smith, Goodbye Gutenberg, p 35.

Para producir y hacer circular la información, ideas y mensajes, es necesario utilizar diferentes herramientas y técnicas; "el desarrollo de las nuevas tecnologías en los campos de la información y comunicación están relacionados con procedimientos y medios que permitan formas novedosas de recolección, procedimiento, almacenamiento, transmisión y recuperación de información"<sup>10</sup>.

Por lo tanto, la tecnología en comunicación periodística es la manera de producir más rápida y eficientemente la información o el mensaje que la prensa quiere dar a conocer a la sociedad, para lo cual, es necesario el uso de las técnicas actuales, o sea las nuevas tecnologías que son la herramienta para lograr hacer un diario en un menor tiempo a diferencia a como se realizaba antes (desde la recopilación de la información hasta su distribución), así como con calidad y para bajar los costos de producción.

## **1.2 Las tecnologías en la prensa hasta nuestros días**

"El periódico es algo más que un conjunto de procesos industriales y organizativos; lo consideramos como un sistema social que ha experimentado, de acuerdo con las épocas, profundas modificaciones en su base técnica y organización social".<sup>11</sup>

En relación con su producción, la industria periodística ha tenido que adecuarse a los cambios tecnológicos, es decir desde que la noticia tuvo que ser publicada para la sociedad fue necesario utilizar técnicas de apoyo para esto, como fue la imprenta, gracias a ella el tiraje fue más rápido, con el paso del tiempo dicha innovación fue creando nuevas tecnologías para el mejoramiento de la prensa.

---

<sup>10</sup> Ana María Menéndez, Florence Toussaint, Prensa y Nueva Tecnología, p 11.

<sup>11</sup> Mónica Casale: Empleo y Nueva Tecnología en la Industria Periodística, p 11

A lo anterior, Ratzke apunta que "La prensa, al igual que los medios electrónicos, es un soporte material para el transporte de contenidos conceptuales, de ideas. El desarrollo de los medios de comunicación social en general y de la prensa en particular estuvo siempre condicionado, incluso mucho antes de Gutenberg, por las técnicas empleadas en la producción, configurándose en base a ellas. La historia evolutiva del periódico, de la revista y del libro está estrechamente unida a la evolución progresiva de las correspondientes técnicas de producción y de comercialización. El paso del periódico manuscrito al impreso en el siglo XVII fue tan revolucionario como la invención de la impresión por rayos laser en la década de los setenta".<sup>12</sup>

Por otra parte, cabe señalar que el surgimiento de las tecnologías sirven básicamente para consolidar el poder y recibir mayores ganancias, pero no hay que descartar que otros de los objetivos es el de ahorrar tiempo y mejorar la calidad del producto, en esto caso del periódico.

En relación con las innovaciones tecnológicas como negocio, Carmen Gómez Mont cita en su obra antes señalada, que "las nuevas tecnologías pertenecen a los mismos propietarios de la industria de la información y, si los canales llegan a cambiar de dueño, los contenidos no. Además, toda esta tecnología no es sino una forma más eficiente de control para incrementar el capital"<sup>13</sup>.

Como un ejemplo se tiene el diario *El Nuevo Día*, de Puerto Rico, el cual desde su amplia y acogedora entrada irradió prosperidad. "Las estadísticas lo comprueban: esa saludable circulación coloca al periódico primero en la isla; las encuestas hechas por el diario señalan que aproximadamente un millón de personas lo lee; cualquier día de la semana lanza 200 páginas; la edición del

---

<sup>12</sup> Dietrich Ratzke, op. cit. , p 216

<sup>13</sup> Carmen Gómez Mont, op. cit , p 27

domingo, abultado con publicidad, puede tener hasta 400 páginas y regularmente circulan 250.000 ejemplares.

La circulación, que es verificada, le da al diario una penetración en San Juan *metropolitano* de 196 ejemplares vendidos por millar de población; en toda la isla, es de 62 ejemplares por millar. Lo sorprendente de esta cifra se constata al *comparar cuántos periódicos circulan en otros países de América con índices de población semejantes a los de Puerto Rico.*

De hecho, la envidiable penetración de El Nuevo Día se convierte en poder económico. El Nuevo Día, por ejemplo, *capta casi el 72 por ciento de toda la publicidad publicada en los periódicos de Puerto Rico. Esto implica casi US\$1000 millones de un total de \$140 millones anuales contratados en anuncios impresos. Se traduce a la vez en la capacidad financiera para adquirir la tecnología de punta necesaria para mantener su posición de liderazgo. Actualmente El Nuevo Día se prepara para instalar una tercera rotativa y el equipo relacionado a un costo de \$16 millones; una Goss modelo Colorliner, la más avanzada en tecnología de impresión.*

El dueño y presidente del periódico es Antonio Luis Ferré, hijo del ex gobernador Luis A. Ferré y miembro de una de las familias más respetadas y acaudaladas de la isla. A fines de los sesentas, Ferré adquirió El Día, un periódico de tinte político que se publicaba en Ponce, la segunda ciudad de la isla. En 1970, lo trasladó a San Juan y lo transformó en un diario tamaño tabloide de diseño atrevido que ha ganado más de 60 premios de la American Society of Newspaper Design.

En los últimos 25 años -desde que comenzó a circular El Nuevo Día- han desaparecido tres periódicos nacionales: El Mundo, El Imparcial y El Reportero.

La única competencia que tiene hoy en día son los diarios El Vocero y The San Juan Star.

El Nuevo Día ha sido objeto de críticas y ataques por parte de políticos, gobernadores y banqueros en desgracia, entre otros, que le atribuyen al diario un poder desmedido.

Para sostener su posición dominante en el mercado de Puerto Rico, El Nuevo Día mantiene una instalación física que está constantemente en estado de modernización. El Nuevo Día no escatima esfuerzos para convertirse en uno de los diarios más modernos del mundo. Prueba de ello es la Colorliner que el diario ha comprado a Rock Well International de Chicago. La rotativa otorgará al periódico la ansiada capacidad de impresión para reducir significativamente el tiempo de tirada".<sup>14</sup>

Retomando el concepto de nuevas tecnologías, al respecto Carmen Gómez Mont dice: "En los debates actuales sobre los problemas de la comunicación se sigue la pauta de hacer referencia a las nuevas tecnologías de la comunicación.

Sin embargo, de hecho, las técnicas a las cuales se aplica esta designación no son nuevas en absoluto. La única innovación importante es la integración de técnicas que antes estaban aisladas . . . Todos, los componentes de las llamadas nuevas tecnologías han estado con nosotros desde hace bastante tiempo ... Lo que frecuentemente se cita como revolución en la comunicación es tan revolucionario como la aparición de un nuevo detergente. El concepto "nuevo" tiene una función comercial y publicitaria. Ayuda a la expansión del producto antiguo por el nuevo (mejor)".<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Hora del Cierre, año 3, número 4, octubre 1994, p 20

<sup>15</sup> Carmen Gómez Mont, op. cit., pp 18-19

Analizar si el término de "nuevo" es correcto o no como manifiesta Gómez Mont, me alejaría del tema que se pretende abordar, aunque podría servir para otra investigación; pero, para no entrar en *polémica sobre este concepto*, era necesario aclararlo, ya que quien lea esta investigación podría no estar de acuerdo con la asignación de "nuevo", y dicho vocablo se antepone a la tecnología para explicar la naturaleza de las tecnologías que han surgido en la producción del periódico.

Como antecedentes de las nuevas tecnologías se tiene que en el año de 1450 "En el siglo XV se desarrollaron los tipos móviles para reproducir información. La imprenta hizo posible un nuevo grupo de funciones y creó a su vez una forma de depósito de la información: la biblioteca. La industria de impresión durante un largo período de 500 años se mantuvo inalterada, *incorporando sólo cambios mecánicos*."

Fase año 1840-1950. El desarrollo de la fotografía, el teléfono y la máquina de escribir, constituyen los catalizadores que hicieron posible una explotación tecnológica que fundamenta la mayoría de los cambios producidos en los años siguientes. El desarrollo de la técnica fotográfica facilitó el uso de los modernos procesos fotolitográficos y de fotograbado, que marcan la extinción de la impresión tradicional. En la última década del siglo XIX la composición manual de tipos se eliminó con la fabricación en 1842 en Alemania, de una máquina para componer textos con tipos móviles. En 1886, la máquina linotipo de la fábrica Mergenthaler, vino a corregir la sobrecarga de trabajo en los talleres ... Durante el siglo XX se ha producido una alteración en el proceso de cambios, tanto en el campo de la composición como en el de la impresión."<sup>16</sup> Esto se refiere al paso entre la composición caliente (utilización de los metales) a la composición en frío (intervienen las nuevas tecnologías, ya no se usa el metal para la composición del texto e impresión).

---

<sup>16</sup> Mónica Casalet. *op. cit* , p. 16

Para explicar las tecnologías en la prensa hasta nuestros días es necesario dividir las en tres partes:

a) **Composición de texto:** La elaboración de la composición en texto en la prensa primeramente se hizo manualmente, es decir se utilizaban tipos móviles o sueltos, éstos eran las letras puestas sobre un cubo de madera o metal y se colocaban en un componedor, que es una tablilla en donde el tipógrafo o cajista colocaba una a una las letras o caracteres para formar un renglón.

Posteriormente en 1869, el técnico alemán Kasterbein fabricó la primera componedora mecánica, y consistía de un teclado, para que funcionara se necesitaban cuatro operadores. En 1886 Ottmar Mergenthaler construye la linotipia (linotype), una máquina de composición que funde las letras juntas y las entrega en líneas de una sola pieza, es decir como lingote. Cabe señalar, que el teclado de las máquinas Linotype e Intertype -ésta funciona igual que la primera-, "son similares a los de las máquinas de escribir, sólo que bastante más amplios, puesto que permiten diversas combinaciones de letras en la misma línea"<sup>17</sup>, permitiendo una composición de texto más rápida.

Desde la segunda guerra mundial, la demanda por una impresión más fina y el creciente costo de impresión, impulsó a que se desarrollara el sistema de composición, dando como resultado la fotocomposición. "Por fotocomposición se entiende todos los procedimientos de componer en que los correspondientes signos escritos procedentes de un juego de signos son proyectados sobre un material fotosensible y a continuación revelados fotográficamente"<sup>18</sup> (concluyendo así con la composición en caliente para dar paso a la composición en frío).

---

<sup>17</sup> Hertley E. Jackson, Introducción a la práctica de las artes gráficas, pp 82-83.

<sup>18</sup> Dietrich Ratzke, op. cit , p 219

Fue así como en 1946 se inventa la primera máquina de fotocomposición, la *Photon*, conocida también como Higonnet-Moyroud, fusión del apellido de dos ingenieros franceses (René A. Higonnet y Louis M. Moyroud). "Esta máquina emplea un teclado estándar de máquina de escribir, con accionamiento eléctrico. Produce negativos o positivos fotográficos, justificándose automáticamente las líneas de tipo"<sup>19</sup>

El invento más sofisticado y que causó una revolución para la elaboración y composición del texto, fue y ha sido sin duda la computadora, el periódico se enfrentó a la iniciación de una nueva etapa en su historia, a la de la informática, a la era cibernética o como distintos autores llaman, a la tercera revolución industrial y en la que se usa principalmente a la computadora como herramienta.

Una computadora físicamente está formada por un monitor que tiene una pantalla, un *CPU*, teclado y un *mousse*; la computadora es un mecanismo electrónico complejo que en el periodismo puede recibir, almacenar y componer textos .

El uso de la computadora inicialmente consistió para recibir la información y verla reflejada en el monitor para su corrección, lo cual, facilitó y ahorró tiempo para componer el texto de un diario. Anthony Smith explica que la computadora y la electrónica causaron grandes ventajas y beneficios para el periódico, debido a que solucionó problemas que tenían a veces los linotipistas para armar la información. La penetración de la computadora en la industria periodística se dio a partir de los años sesentas aproximadamente.

**b) Cambios en la impresión:** La imprenta evoluciona mediante el esfuerzo por obtener y acelerar la tarea de la copia de manuscritos. Así en 1436 Gutenberg fabricó en Maguncia, Alemania, la primera prensa manual, la cual

---

<sup>19</sup> Hertley E. Jackson, op. cit , p 92.

podía generar alrededor de cien copias de un original en una hora. A dicha prensa se le conoce también como prensa plana (minervas), porque los dispositivos se abren y se cierran como una concha. Actualmente se usa preferentemente para trabajos comerciales, por ejemplo para imprimir tarjetas de presentación, invitaciones, entre otras.

A principios del siglo pasado (1811), Fiedrich Koenig en Inglaterra, inventó la máquina de presión plano-cilíndrica que producía entre mil a dos mil 400 impresiones por hora. En dichas máquinas el papel es continuo, comprime el papel desenrollado de una bobina, ya que "corre entre dos cilindros, uno de presión y el otro de porta planchas. A este tipo de impresoras se les llama rotativa"<sup>20</sup>. Dicha máquina de imprimir produjo mayores números de publicaciones en menos tiempo como fue con el diario *Times*, ya que cuando instaló una rotativa, obtuvo que las páginas del periódico que tardaban diez horas en reproducirse, se produjeran en 50 minutos.

Las rotativas se fueron sofisticando y se les han agregado formas de impresión para favorecer las publicaciones, como han sido el imprimir a color y el manejo ha pasado de ser manuales a mecánicos o electrónicos. Es así, como el offset como método de impresión genera una mayor calidad de impresión, ya que produce imágenes más matizadas a color y en la preparación simple de modelos por sistemas electrónicos, debido a la transferencia indirecta de la tinta. Este sistema fue descubierto en 1905 por Rubel Yva, litógrafo emigrante ruso que laboraba en Nutley, cerca de Nueva Jersey.

El offset reside en que elimina la impresión directa, la tinta de imprenta no se aplica sobre el papel o sobre el material a imprimir, sino se interpone una tela de caucho, es decir una vez entintada la plancha, traspasa la imagen a un cilindro

---

<sup>20</sup> Ana María Menéndez. Florence Toussaint, op cit.. p 18.

cubierto de caucho que se le denomina mantilla. Posteriormente, la imagen es llevada al papel que corre entre la mantilla y un cilindro de presión.

El sistema de impresión offset ha desplazado a la impresión en máquina plana, especialmente en las tiradas largas y en varios colores y se considera que el porvenir de la imprenta de la prensa está en él, en la actualidad gran parte del material impreso se hace en offset.

**c) La innovación tecnológica como herramienta en la prensa mexicana:** El mundo está sufriendo transformaciones radicales a raíz de la entrada de las nuevas tecnologías en los medios masivos de comunicación -en especial la prensa-; como se pudo observar en los dos incisos anteriores, el cambio se da en la composición e impresión; en la actualidad las nuevas tecnologías como herramientas en la producción de un periódico son indispensables para ahorrar tiempo en su elaboración; para una distribución más rápida y para brindar al lector un ejemplar con calidad, pero más que nada para obtener mayores ganancias. En la década de los años 60's entran al periodismo mexicano las nuevas tecnologías, como son las computadoras y el sistema offset.

A continuación se explican cuáles son los adelantos tecnológicos más importantes utilizados en la prensa mexicana.

### **Computación**

En México el uso de la primera computadora se introdujo en 1959 en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Aproximadamente cinco años después las computadoras comenzaron a emplearse crecientemente, y en ciertas áreas principalmente en la administración pública.

La incorporación de la computadora en la industria periodística se aplicó para la elaboración y justificación de textos que quitaba mucho tiempo a los

linotipistas. En las redacciones de los periódicos mexicanos que adoptaron esta tecnología se observó el uso de equipos en diferentes fases del proceso de producción, esto de acuerdo a las necesidades y condiciones del periódico. Es así, que la computadora se aprovecha para la captura de información por los periodistas y para la paginación del periódico, entre otros procedimientos

El sistema operativo más utilizado en las redacciones de los diarios es el Windows, del cual se pueden ejecutar procesadores de textos como el Word Perfect (WP) y Microsoft Word; paquetes para realizar gráficas como PowerPoint, Harvard Graphics y Excel. Este último a su vez, sirve como hoja de cálculo; y otras utilidades.

Otros programas son el Ventura, el cual maneja cuatro opciones: marco, párrafo, texto y gráficos. El WP y Word son procesadores de texto, es decir, sirven para capturar la información para las noticias periodísticas. El Ventura y el Page Maker, son usados para lo mismo, aparte en dichos paquetes se introducen adicionalmente gráficas e imágenes. Estos paquetes sirven para la composición del texto.

Para la paginación del diario, es decir, para el diseño de la página de un diario, revista o cualquier otra publicación, se emplean dependiendo de la necesidad y conveniencia del diario los paquetes de Ventura, Page Maker y Quark XPress.

### **Banco de Datos**

Los bancos de datos son depósitos donde se almacena la información de toda índole por computadora para facilitar la consulta a los usuarios. " A través de un vdt (video terminal), el usuario obtiene acceso al banco de datos, con las teclas relativas a nombres personales, nombres de organizaciones (o de periódicos archivados), zonas geográficas y una variedad de rubros temáticos que

están indentificados en el diccionario propio del sistema. Deben emplearse luego una serie de modificadores, para refinar la lista de registros posibles, es decir, aportando fechas, publicaciones específicas, fuentes determinadas... El investigador utiliza otros términos codificados de enlace como <y>, <o>, <no>, que ayudan a precisar la índole de la consulta”<sup>21</sup>.

En la prensa mexicana, los diarios que cuentan con sus propios bancos de datos son *El Financiero* (Distrito Federal), *El Norte* (Monterrey, Nuevo León) y *Reforma* (Distrito Federal), la información almacenada en sus bancos es generada por el periódico mismo, así como la proveniente de otros diarios, revistas, dependencias o agencias informativas.

Personal de los diarios como redactores, reporteros, editores, directores, entre otros, consultan los bancos de datos para modificar sus noticias, reportajes o artículos o para enriquecer la información a publicar.

### **Scanner y Modem**

Otra de las innovaciones como herramienta en la prensa es el *scanner*, que en español significa explorador. Es un dispositivo digitalizador (que lee texto, imágenes y otros), que se utiliza con la computadora y funciona como una copiadora de papel, o sea, se coloca en el *scanner* lo que se desea reproducir en la pantalla de la computadora; se ejecuta mediante un lector óptico que se encuentra en el *scanner* y “hace la lectura de una copia perfecta del texto”<sup>22</sup> o fotografías, las traduce en lenguaje computacional y se envían ya sea al *CPU* de otra computadora, o se dejan almacenadas en el *CPU* del ordenador donde se realizó la copia.

---

<sup>21</sup> Anthony Smith, op. cit., p 150

<sup>22</sup> *Ibidem*, pp 119-120.

En la prensa, el *scanner* es de gran utilidad para enviar fotografías; si un reportero gráfico, por ejemplo, se encuentra en un estado de la República Mexicana u otro país y tiene que enviar su trabajo a un diario del Distrito Federal, lo puede hacer mediante este procedimiento para ahorrar más que nada tiempo; las imágenes recibidas en la computadora se pueden mejorar o matizar los colores, suprimir detalles, entre otros, obteniendo una fotografía a color o blanco y negro con excelente calidad para ser publicada.

Por otra parte, el *modem* de los vocablos MOdulator-DEModulator, en español modulador-demodulador-que procede (los hay internos y externos y de diferentes velocidades, la elección de él depende de la empresa periodística), se usa en la prensa para enviar archivos ya sean de texto o imágenes; el *modem* es un dispositivo que se adapta a una computadora para conectarse vía telefónica, es decir, en el *CPU* de la computadora se introduce el *modem* que es un periférico de comunicación o se conecta por fuera; posteriormente se marca el número telefónico a donde se pretende enviar la información (a otra computadora) y por medio de frecuencias que emite el *modem* al teléfono (en algunos casos por fibra óptica), se recibe lo transmitido. Por lo tanto, el *modem* funciona como emisor y receptor.

### **Sistemas de satélites Morelos y Solidaridad**

México se inició en las comunicaciones por satélite en 1968, al realizar la transmisión de los Juegos Olímpicos hacia todo el mundo a través de la estación terrena internacional de Tulancingo, Hidalgo. Las señales eran enviadas por el satélite "Pájaro Madrugador" de los Estados Unidos, cuyos servicios eran rentados a la compañía Intelsat, International Satellite Communication Consortiun. En 1980, nuestro país arrendó cuatro transpondedores y en 1985 operó sus comunicaciones mediante el satélite estadounidense Westar IV.

Transcurrieron 17 años para que México tuviera sus satélites propios; primeramente el sistema de satélites Morelos, el cual fue un proyecto del Gobierno Federal, para ampliar la infraestructura de las telecomunicaciones y que, además de satisfacer las necesidades de servicios del país, garantizó su autonomía e independencia en este ramo.

Fue así, que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), adquirió dos satélites: "Morelos I" y "Morelos II" para telecomunicaciones de la empresa Hughes Aircraft, Co., (empresa con mayor experiencia en la materia), de la serie HS-376 (modelo de satélites cilíndricos) y para su lanzamiento se contrataron los servicios del Sistema de Transporte Espacial (NASA) en los Estados Unidos. El costo de la inversión de los satélites fue de 150 millones de dólares.

El control operativo de los satélites se realiza desde el territorio nacional, a través del Centro de Control, Telemetría, Rastreo y Comando, ubicado en el Conjunto de Telecomunicaciones (CONTEL), Iztapalapa, en la ciudad de México. El sistema de satélites Morelos constaba de dos equipos, el "Morelos I" que fue proyectado el 17 de junio de 1985 y el cual ya caducó; y el "Morelos II", lanzado el 27 de noviembre del mismo año. La vida del satélite se debe a la cantidad de combustible que tiene disponible, esto lo designa la compañía con la cual se lleva al cabo el contrato. Para los satélites "Morelos" su vida útil es de 9 años después de su lanzamiento. En relación con el satélite "Morelos II", se prolongó su uso por más tiempo, debido a que no empezó a funcionar inmediatamente después de su lanzamiento, esto por cuestiones técnicas.

La introducción de los dos satélites al sistema integral de telecomunicaciones de México, permitió la disponibilidad de canales de comunicación para conducción de telefonía, transmisión de datos y televisión,

principalmente, y fueron utilizados por los distintos sectores del país para beneficio de la sociedad mexicana.

El segundo proyecto de satélites domésticos se realizó en el Gobierno del entonces presidente de México, Carlos Salinas de Gortari. El 19 de noviembre de 1993 fue proyectado el primero de los dos satélites del sistema "Solidaridad"; uno de los principales servicios que presta "Solidaridad I", es a las cadenas de televisión, para la distribución de señales a sus repetidoras a manera de enlaces permanentes, y a los sistemas de televisión por cable, respecto a ello Telecomunicaciones de México (TELECOMM), organismo descentralizado gubernamental, recibió bastantes solicitudes para arrendamiento de la señal por cable (para la televisión y empresas que querían dar videoconferencias).

En marzo de 1994 se lanzó el satélite "Solidaridad II" Sus servicios, al igual que "Solidaridad I" son el de señales para telefonía, teleaudición, comunicación de datos, teleconferencias y transmisiones de televisión educativa. Ambos satélites fueron proyectados desde la base de la empresa Arianespace, ubicada en la Guyana Francesa. Este lugar fue seleccionado debido a su cercanía con el plano ecuatorial, lo que hizo posible ahorrar combustible en el lanzador. La vida de estos dos satélites es de 14 años.

El contrato de los satélites fue por 184 millones de dólares, el cual se firmó en mayo de 1991; la empresa a la cual se adquirieron los satélites, fue la misma de los satélites de Morelos, Hughes Aircraft, Co., el contrato nuevamente con esta empresa fue, como se mencionó, por su experiencia, excelencia tecnológica, precio más bajo y vida útil más larga. Los modelos de Solidaridad son HS 601, por su alta potencia. El sistema desde donde se operan es el Contel de TELECOMM. "Solidaridad" brinda una cobertura regional dirigida a Centroamérica, Sudamérica y el Caribe

Los sistemas de los satélites han sido aprovechados por diversas empresas, principalmente la televisión comercial (Televisa y Televisión Azteca). Hasta 1994 se tenía un registro de que las señales de Televisa se encontraba en el satélite "Morelos II" y en el satélite "Solidaridad I". En tanto, las señales de MVS son enviadas por medio de "Solidaridad I" y "Morelos II".

En ese mismo año, la Cámara de la Industria de Televisión por Cable de México (CANITEC), hizo uso de seis transpondedores y Televisión Azteca arrendaba dos. También utilizan los satélites, 24 cadenas de radio y más de 350 redes privadas digitales de bancos, bolsas de valores, empresas de coches, fábricas y otros.

El uso del satélite en los diarios de México en mínimo, "el uso más frecuente es el envío de faxes de páginas totalmente compaginadas y listas para la impresión a diversos puntos de la República, donde se realizan ediciones simultáneas del mismo diario. Para ello la empresa periodística ha contratado los servicios del satélite, que está conectado a la redacción del diario mediante equipo especial, el cual recibe y envía señales a éste por medio de una antena parabólica instalada en lo alto del inmueble del periódico"<sup>23</sup>

El uso del satélite en la prensa nacional, tiene básicamente como ventajas: el ahorro de tiempo para la transmisión de información y por lo tanto el ahorro de gasto de transporte.

Uno de los primeros diarios en utilizar los servicios del satélite para enviar páginas completas del periódico por fax al interior del país, fue *El Nacional*, periódico que dejó de circular el 30 de septiembre de 1998.

---

<sup>23</sup> Ana Luisa Flores Torres. Análisis de la aplicación de nuevas tecnologías en la prensa mexicana, pp 44-45

El periódico *El Universal* aprovecha los servicios del satélite "Solidaridad I" para enlazarse a Estados Unidos; la editora El Sol que incluye a los diarios *El Norte*, *Metro*, *El Sol* y *Reforma e Infotel*, usa las señales de los satélites para enlazarse directamente desde México-Monterrey y viceversa. El ingreso al sistema satelital permite la transmisión instantánea de datos, imágenes por computadora y voz por teléfono.

### **Fibras ópticas**

Las fibras ópticas son filamentos de vidrio sumamente delgados como un cabello; la luz es la energía conductora utilizada por estas fibras, por su característica de propagarse en ondas de longitudes pequeñas, facilitando a que los mensajes enviados sean transmitidos a lo largo de la fibra óptica. Las fibras ópticas tienen capacidades de transmisión enormes, además los impulsos que despiden las fibras no son afectados por interferencias causadas por la radiación aleatoria del medio ambiente, esas son las grandes ventajas que ofrecen las fibras ópticas.

Las fibras ópticas fueron creadas para reemplazar a los cables de cobre que son usados en la telefonía básicamente. En la actualidad, la fibra óptica se usa en sistemas de telecomunicaciones, aviones, barcos, computadoras y satélites, entre otros. En México las compañías que aplican esta tecnología son Teléfonos de México (TELMEX), así como Avantel y AT&T empresas de telecomunicaciones.

En cuanto a la prensa mexicana, el uso que obtienen de la fibra óptica es para la transmisión de información, lo cual, se logra mediante el uso del teléfono conectado a la computadora. Cabe destacar que los diarios que en cierto momento contrataron los servicios del satélite, han renunciado a éstos, debido a que la renta es elevada (se cobra en dólares); en cambio, han optado por emplear la fibra óptica, por ser más barata y el resultado es favorable.

## **Cámaras Digitales**

Físicamente, la cámara digital es como una cámara fotográfica profesional, pero en lugar de colocarle un rollo fotográfico, se pone un disco flexible que es el disco duro de la cámara, ya que al momento de tomar la foto queda guardada en el disco flexible para colocarlo en una computadora y ver a través de ella las fotos para seleccionarlas y retocarlas, es decir, se hace una manipulación digital.

“Los cuartos oscuros tradicionales de los periódicos –con sus películas, reactivos químicos y cámaras ópticas- se desvanecen a una velocidad cada vez mayor. A medida que llegan al mercado cámaras digitales más rápidas, de mayor resolución y facilidad de uso, los periódicos de todo el mundo se apresuran a probar y adoptar la nueva tecnología. La expectativa es poder cubrir eficientemente aquellos eventos noticiosos de rápido desenlace y poder entregar a la sala de Redacción fotografías creativas

La fotografía digital tiene una ventaja importante: no hay película que revelar. Por lo tanto, es un proceso más fácil y elimina la necesidad de cumplir numerosas normas ambientales. Algunos diarios comienzan a cambiarse a la tecnología digital en fotografía: cámaras de baja resolución para los anuncios clasificados y cámaras de alta resolución para el fotoperiodismo”<sup>24</sup>

## **Computadoras Portátiles**

Las computadoras portátiles son conocidas también como *laptop computer*, y como su nombre lo dice, son computadoras que se transportan con facilidad a cualquier lugar, porque su tamaño es parecido al de una carpeta para escribir.

Muchos diarios asigna a sus reporteros las *laptop* para eventos especiales, ya que saldrían muy tarde de ellos y no daría tiempo de llegar hasta el periódico para redactar la nota, asimismo, las emplean cuando los reporteros tienen que

---

<sup>24</sup> Revista Hora de Cierre, año 5, número dos, marzo 1996, pp 8 y 10.

cubrir un evento fuera de la ciudad de México u otro país; la información la escriben en la computadora portátil y la envían por *modem*.

### **Teléfonos Celulares**

Los teléfonos celulares son aparatos pequeños de telefonía que se alimentan de una batería para realizar llamadas telefónicas. Los periódicos los asignan al igual que la *laptop* a reporteros que cubren un evento específico, para que por medio del celular se comuniquen a la redacción para dictar su nota o bien para informar de lo que sucede en el evento.

### **Redes de Computación**

Una red es la unión de dos o más computadoras conectadas entre sí, mediante un módem y teléfono. La red permite la comunicación entre usuarios para cortas y largas distancias. La red puede ser interna es decir, a través de la misma empresa o externa.

La prensa aprovecha las redes de computación para enviarse y obtener información, ya sea mediante su red interna o por la externa. La red externa sería la gran red de redes, es decir, Internet.

### **E-mail o Correo Electrónico**

El *e-mail* es un correo electrónico y una herramienta de la Internet, su función es el de enviar archivos de información o cartas. Hoy en día la prensa lo emplea para recibir comentarios de sus lectores o para enviarse información o mensajes internamente, es decir entre los trabajadores del periódico

## **1.3 Internet**

Sin duda el desarrollo tecnológico más revolucionario que se ha presentado es la computadora, que está cambiando a una porción considerable de la humanidad, porque se ha introducido en los diversos ámbitos como son el

económico, laboral, académico y en el hogar. En el campo de las telecomunicaciones se ha hecho mundial a través del enlace de redes; por lo tanto ha permitido a la humanidad tener nuevos horizontes y acercamientos, debido a las redes que se convirtieron en un medio de comunicación. Al respecto, en la década de los años 60's Marshall McLuhan aportó un nuevo concepto al estudio de los fenómenos de la comunicación de masas: "la aldea global" Según el ensayista, llegaría el momento en que los habitantes del mundo estarían tan estrechamente relacionados, como si vivieran juntos en un pequeño poblado, debido a los avances tecnológicos de los medios de comunicación.

Esta visión ahora es casi una realidad, los habitantes del globo terráqueo se comunican con cualquier persona que se encuentre en otro país que no sea el suyo, esto se logró por una red de información denominada Internet. Hasta el momento, Internet es considerada como la red de redes y también es conocida como la supercarretera de la información; para muchos autores, constituye un venidero perfeccionamiento en la comunicación mundial.

### **1.3.1 Qué es Internet**

Internet es la famosa supercarretera de la información del futuro, o bien del presente. Hoy en día hay más de 40 millones de personas aproximadamente conectadas a Internet. Pero ¿qué es Internet?, diferentes autores divergen en su significado, por lo cual, daré una explicación concreta: Internet es como el sistema nervioso, porque conjunta millones de computadoras conectadas entre sí en cualquier parte del mundo; de igual manera es catalogada como la red de redes de computadoras más grande del mundo, por eso a veces se le refiere como La Internet.

"En esencia, Internet es una red de computadoras que ofrece acceso a gente e información"<sup>25</sup>; así como para entablar una comunicación con personas que se localizan en diferentes países del mundo, produciendo un *feed back*, es

---

<sup>25</sup> Paul Hoffman. Internet Manual de bolsillo, pp IX

decir una retroalimentación. Esto se logra por medio de conversaciones en tiempo real, por otra parte, la red es una fuente de información educativa en donde casi todas las universidades, bibliotecas y museos de todo el mundo residen en ella. Asimismo, se localizan institutos de investigación, ciencia y tecnología y medicina, gobiernos como los Estados Unidos, Japón, Alemania, Francia, Italia, Israel, México y otros países del mundo; los centros de inteligencia como la CIA, FBI, NASA e INTERPOOL; principales bancos internacionales como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo, entre otros; compañías públicas y privadas como IBM, Kodak, Ford, entre otras; publicidad comercial y personal; en el campo de la cultura se hallan archivos de bibliotecas, hemerotecas y publicaciones de revistas especializadas y periódicos del todo el mundo, que se encuentran en el kiosko electrónico. "En la Internet hay de todo negocios y espectáculos, aprendizaje y holganza, ideas y tonterías, creatividad y depravación"<sup>26</sup>

### ***1.3.2 Historia de Internet***

El origen de la Internet nace de una necesidad militar, en plena guerra fría, lo que motiva un desarrollo tecnológico que luego servirá para usos muy diversos. La corporación RAND, una de las principales en Estados Unidos durante esta guerra, se formuló una pregunta estratégica ¿cómo podrían las autoridades de los Estados Unidos comunicarse eficazmente después de una guerra nuclear?, la respuesta fue mediante una red que no tuviera una autoridad central ni un centro único y que fuera diseñada de tal forma que dañada en algunas de sus partes, las demás pudieran comunicarse sin problema alguno. Todos los nodos o computadoras deberían ser iguales, cada uno con la misma autoridad para enviar y recibir mensajes. Cada mensaje tendría que ser dividido en paquetes, cada uno de ellos direccionado, es decir, cada paquete contendría información del nodo fuente y del nodo destino.

---

<sup>26</sup> <http://www.etcetera.com.mx/colab/lengua.htm>

Así, la ARPA (Advanced Research Projects Agency que significa "Agencia de Investigación en Proyectos Avanzados del Pentágono", de los Estados Unidos), decidió hacer un proyecto mucho más grande y ambicioso. Los nodos de la red serían supercomputadoras de alta velocidad, en ese entonces costosas máquinas dedicadas a proyectos nacionales de investigación. En 1969 nació ARPANET con cuatro patrocinadores: las universidades de California en Los Angeles (UCLA) -en la cual se instaló el primer super ordenador-, y en Santa Bárbara; la de Utha y el Instituto de Investigaciones de Stanford, lo que equivaldría a cuatro nodos en la red ARPANET.

Durante los años 70's, la ARPANET creció, su estructura descentralizada facilitó su expansión, conectando diferentes tipos de máquinas. Los usuarios de la red descubrieron la posibilidad de enviarse mensajes personales para discutir los trabajos de investigación, así como difundir un mismo mensaje a un gran número de personas interesadas en un mismo tema; la estaban convirtiendo en una red privada

Para poder interactuar en la red debían hablar el mismo lenguaje computacional, así el protocolo original se le denominó NCP (Network Control Protocol).

En 1973, ARPA fue rebautizada por DARPA (la "D" significa Defense), tuvo "la iniciativa de investigar técnicas para unir redes de paquetes de varios tipos, llamada proyecto Internetting del que ha derivado el nombre de Internet"<sup>27</sup>. Al inicio de los 80's surgieron en Estados Unidos otras redes científicas como CSNET y BITNET. En 1983 se desprendió de ARPANET la parte relacionada con los puntos militares: MILNET. En ese mismo año nació INTERNET como red de interconexión entre ARPANET, MILNET y CSNET, unidas por el protocolo de comunicación TCP/IP: TCP (Transmision Control Protocol), que convierte los

---

<sup>27</sup> Emy Amañanzas, et al, El periodismo electrónico, p 19

mensajes de la fuente en cadenas de paquetes y reensambla éstos para formar los mensajes en el nodo destino, es decir en la computadora donde serán recibidos. IP (Internet Protocol), maneja el direccionamiento de los paquetes para que sean conmutados a través de los nodos de la red. En 1994 fue cuando Internet se dio a conocer en los medios de comunicación y en 1995 cuando entró en auge dado a su uso creciente de particulares.

El proyecto militar que inicialmente había sido diseñado como una red de computadoras para comunicarse entre sí, se convirtió en una red para la comunicación de personas y grupos, basada en ordenadores, debido al dominio público. Aunque es la única supercarretera de la información que existe actualmente, es fácil conectarse a Internet.

#### **Para conectarse a Internet se necesita:**

- 1) Una computadora: Esta computadora puede ser PC o Apple Macintosh, en lo general es recomendable contar con 4 Mb en Ram; 10 Mb de espacio libre en disco duro, contar con monitor VGA, SVGA o UVGA a color para aprovechar al máximo la visualización de los gráficos. De hecho, una supercomputadora como lo había planeado la ARPA.
- 2) Un *modem*: Como se había señalado antes el *modem* es un aparato periférico de comunicación, los hay internos y externos. El *modem* tiene diferentes velocidades de transmisión, esta velocidad se mide en *Bauts*, que son bits por segundo. Para establecer una comunicación confiable es necesario contar con un *modem* de por los menos 14,400 *bauts*; sin embargo, es recomendable uno de 28,800 *bauts*.
- 3) Una línea telefónica: Puede ser una línea telefónica común y corriente análoga de su hogar u oficina, es preferible hacer uso de una línea digital, pero en muchas zonas no están disponibles.
- 4) Cuenta de Internet. Esta cuenta es muy similar a una cuenta de Cablevisión y se contrata por medio de proveedores de acceso a Internet. Por lo general, hay

que pagar ya sea mensualidades fijas o pagos de acuerdo al uso respectivo; dicha cuenta de Internet permite acceder a todos los servicios, desde el hogar, escuelas u oficina.

### **1.3.3 Herramientas de Internet**

Una vez conectados a Internet se tiene acceso a todos los recursos a los que se esté autorizado sobre cualquier computadora que tenga cuenta con algún proveedor de Internet. Para lo cual, es necesario seleccionar en la pantalla de la computadora el ícono del proveedor o de Trompet (por los general este ícono se encuentra dentro del programa de Windows) y se observa como el ordenador empieza marcar el número del proveedor a la red y hacer conexión

Cuando se logra la conexión se usan todos los servicios que ofrece Internet que anteriormente se habían citado. consultas hemerográficas; bibliográficas; a universidades; compañías publicitarias; Gobiernos de diferentes países; medios de información; entre otros. Uno de los servicios más consultado e importante en Internet son las conversaciones en tiempo real, por lo cual, se describirá más detalladamente.

Actualmente hay usuarios con alta interacción social que por esa razón se pueden convertir en, por así llamarlos "adictos" de IRC (Internet Relead Chat), pláticas en tiempo real. Estas pláticas se usan para llevar al cabo conferencias internacionales, juntas de negocios o simplemente para platicar con alguien que no se conoce.

En IRC existen varios canales de conversación, donde por medio del uso del teclado, hay la opción de conversar con mucha gente al mismo tiempo, estos canales están divididos de acuerdo a diferentes categorías de interés, por ejemplo hay un canal que se llama México, Argentina, Windows 95, Romance, Mexicanos

100%, Sexo, Super\_latinos, España, Hola, América, entre otros, cada día se forman diferentes canales de conversación.

Para iniciar las pláticas es muy fácil, después de conectarse a Internet, hay que entrar al programa IRC, posteriormente se presiona el ícono para entrar al canal de conversación para platicar con varias personas a la vez y conocer las conversaciones de otros.

Otras herramientas que ofrece Internet son:

**1) Correo electrónico (e-mail):** Esta herramienta permite enviar y recibir mensajes a cualquier usuario de la red y desde cualquier parte del mundo, mucho más rápido que el correo tradicional. El usuario que recibe la información no necesita estar atento a su computadora para saber a qué hora llega su correo electrónico, ya que la información se almacena en un "buzón" del ordenador que se abre en cualquier momento, cabe señalar que el emisor y receptor tienen que disponer de una dirección electrónica que los identifica en Internet, siempre y cuando tengan cuenta con Internet. Por ejemplo: [juanperez@ibm.com.mx](mailto:juanperez@ibm.com.mx), es la dirección electrónica de Juan Pérez que se encuentra en una computadora de IBM, compañía (com) ubicada en México (mx), el símbolo @ significa que está en la computadora.

El programa más popular para acceder al correo electrónico se llama Eudora, independientemente de qué programa se utilice, siempre se cuenta con dos buzones, uno de entrada (*in*) y otro de salida (*out*). En el buzón de entrada se archivan todos los mensajes que se reciben, para checarlos se seleccionan *check mail* (chechar correo) y en el buzón de salida, se archivan todos los mensajes que se envían, para lo cual se selecciona *new message* (nuevo mensaje) y se escribe la dirección electrónica del destinatario y el mensaje a enviar. Los dos buzones dan la siguiente información: fecha y hora del mensaje, remitente o destinatario del mensaje y tamaño del mensaje.

El intercambio de correo electrónico es la actividad que se ha hecho muy útil y popular, porque es más rápido como se manifestó, que el correo tradicional y más económico que el fax, mucha gente sustituye a éste por el *e-mail*, además no causa cargos de larga distancia, por lo anterior, abre nuevas posibilidades en el mundo de la comunicación

**2) FTP o transferencia de ficheros:** FTP son las siglas de archivos y es un protocolo de comunicaciones que permite la conexión entre las computadoras enlazadas a Internet, para acceder y transferir archivo de textos, programas (software), imágenes, sonidos, videos, etc., de una manera rápida y sencilla. Así FTP fue uno de los primeros servicios que se implantaron junto con Telnet y el *e-mail*.

Cuando se enlaza a otra computadora usando FTP, se debe proporcionar el nombre de una clave del usuario (*use name*) y de una contraseña o clave de acceso (*password*). Sin embargo, sería bastante complejo y difícil asignar un *username* y un *password* a cada uno de los usuarios que se conectan a Internet para obtener archivos FTP, para ello existe la posibilidad de realizar una conexión anónima, utilizando "*anony-mous*" como el nombre del usuario (*username*) y su dirección de correo electrónico como su contraseña (*password*). Este método se llama "FTP anónimo" y se ha convertido en un estándar común. Existen más de mil centros de cómputo que permiten FTP anónimo.

Las compañías y universidades que permiten el uso de FTP anónimo generalmente lo hacen como un servicio público, es decir altruista, por lo que el usuario debe respetar el servicio no quedándose conectado más de lo necesario. Existe otra serie de servidores de FTP que no son de acceso público, ya que son mantenidos por empresas o instituciones para uso exclusivo de su empleados, socios o colaboradores, o sea por personal selecto.

Cabe señalar, que existen infinidad de servidores FTP, sin embargo, sería imposible saber dónde buscar lo que se desea, hacerlo manualmente sería muy lento y complicado. Para solucionar esto se idearon sistemas de búsqueda que consisten en listas de documentos cuyo contenido se almacena en forma local, y se indaga en ellas la petición deseada y aparece en qué servidor se encuentra. El usuario puede ir al servidor en concreto a buscar el documento. Los sistemas más famosos son WWW, Archie, Veronica y Gopher.

**3) Sistemas de búsqueda y visualizador:** El World Wide Web (WWW), conocido también como la telaraña mundial de la Internet, es un sistema de búsqueda y visualización más aprovechado en Internet, por su inmediatez y facilidad; es una aplicación de hipertexto -concepto que se puntualizará en el siguiente capítulo- que permite acceder a base de datos de todo el mundo, aprovechando todos los avances de hipermedia o multimedia (gráficos, video, animación, sonido, entre otros). Por ende, el *Web* permite ver toda la información a color, con gráficos, fotografías de una manera más amigable y sencilla.

La mayoría de las empresas transnacionales como IBM, Coca Cola, Sony, Museos, Universidades, Bancos y periódicos, entre otros, se han juntado en el WWW con sus propias páginas conocidas como "*home pages*", así mismo, particulares han seguido su ejemplo.

Los programas más conocidos en el Web para visualizarlo se llaman Explorer y Netscape, los cuales son fáciles de usar, por ejemplo: si tenemos la dirección electrónica de una empresa o lo que se quiera buscar, se escribe y nos lleva directamente a su página principal. La mayoría de las direcciones comienzan con las siglas WWW.

Por otra parte, si desconocemos la dirección electrónica de la compañía, hay directorios en línea que son como la sección amarilla, por ejemplo: el

directorio, Yahoo, Alta Vista, entre otros y son excelentes para realizar todo tipo de búsqueda, solamente se escribe la palabra o el concepto a investigar, se da un enter y aparece un listado con diferentes documentos que contienen esa palabra, se lee cada título de los documentos hasta encontrar el que nos interesa.

**4) Archie:** Archie es un sistema de búsqueda de información en base de datos regionales. Archie fue desarrollado por la Universidad de McGill en Montreal, es un servidor central que se encarga de almacenar información acerca de los archivos existentes en los diferentes servidores FTP. Para lo cual, Archie, construye grandes ficheros de índices. Periódicamente examina el contenido de los archivos de cada servidor FTP anónimo de Internet, y actualiza sus bases de datos e intercambia dicha información

**5) Gopher:** Uno de los primeros sistemas que trata de ofrecer un ambiente amigable al usuario para búsqueda y obtención de información; este sistema es una aplicación que posibilita el acceso a Internet, permitiendo hojear y buscar la información deseada en una amplia base de datos. Gopher es un programa que se maneja con menús sencillos, lo cual hace que la búsqueda de información sea mucho más fácil que con programas como FTP. Gopher está diseñado para manejar cualquier tipo de información (texto, programas, imágenes y otros).

**6) Veronica:** Al igual que Archie, Veronica es un sistema de búsqueda que funciona como una base de datos, y tiene los encabezados de casi todos los servidores Gopher en Internet y es fácil de usar. Para manejar Veronica hay que ejecutar un servidor de Gopher. El sistema Veronica es de gran ayuda al igual que Archie, cuando sólo se conoce el tema o el nombre de lo que se busca en Internet.

### 1.3.4 Direcciones Electrónicas

Prácticamente todos los organismos internacionales que reconocen la importancia de estar enlazados con otros países, se encuentran conectados a Internet; tener presencia en la red tiene varios beneficios, como son: contactos mundiales, generación de negocios, promoción de bienes y servicios, correo electrónico y otros. Entre los participantes más importantes como se ha recalcado antes son: casi todas las universidades, bibliotecas y museos de todo el mundo, institutos de investigación, ciencia y tecnología, gobiernos, bancos, compañías, publicidad, por mencionar algunos.

Para tener acceso a dichos participantes en la red, hay que escribir una dirección electrónica, cada dirección después del protocolo <http://www>, tiene el nombre de la compañía u organismo y una extensión de tres letras, éstas identifican al tipo de organismo o compañía, las tres letras son manejadas a nivel mundial, por lo cual todos los países que se integran a Internet tiene que respetar las siglas.

<b>Direcciones electrónicas</b>	
<b>Extensiones</b>	<b>Referencia</b>
.edu	Instituciones educacionales
.gob	Organismos gubernamentales
.org	Organismos Internacionales
.mil	Organismos militares
.com	Compañías

Fuente: Video "Todo lo que usted necesita saber acerca de Internet"

Aparte cada país tiene su propia terminación:

Terminación	País
.mx	México
.ar	Argentina
.br	Brasil
.ca	Canadá
.fr	Francia
.it	Italia
.jp	Japón
.us	Estados Unidos

Fuente: Video "Todo lo que usted necesita saber acerca de Internet"

Por ejemplo la dirección para acceder a la Casa Blanca es:

http:// www. Whitehouse. gob. us  
Protocolo Nombre del extensión Terminación del  
organismo País

### 1.3.5 Internet en México

La historia de Internet en México comienza en el año de 1989 con la conexión del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) hacia la Universidad de Texas en San Antonio. Posteriormente lo harían, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la UDLA, ITESO y Universidad de Guadalajara en ese orden, nace así Redmex ahora Mexnet organización mexicana de instituciones educativas en Internet, posteriormente se incorporan CONACYT y la SEP, el fin era sólo académico y de investigación

En 1994 CONACYT delega la administración de los servicios de información para empresas e instituciones lucrativas a una organización denominada RTN (Red Tecnológica Nacional), financiada en ese año por Mexnet.

Actualmente el fideicomiso llamado Infotec administra RTN y proporciona servicios de Internet a una gran gama de usuarios en México, principalmente del sector privado y empresarial.

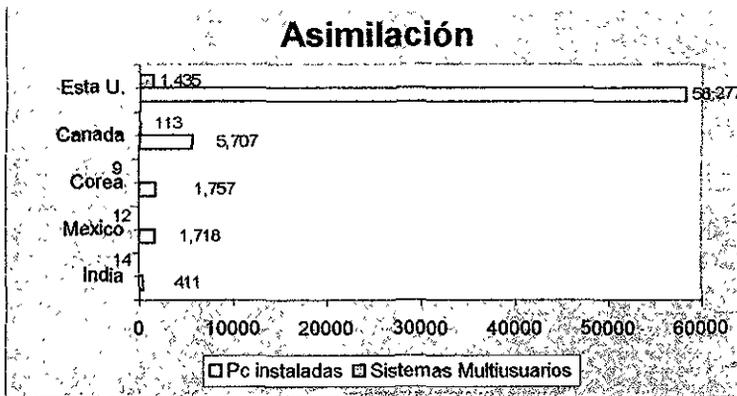
El desarrollo de Internet en México, se había limitado exclusivamente al ámbito académico. Sin embargo, esto cambió a gran velocidad a partir de 1994, con el arribo de compañías que ofrecen comunicación a Internet.

Como se reiteró, al inicio de Internet en México y a la fecha la mayoría de los usuarios pertenecen a universidades e instituciones educativas, como el Tecnológico de Monterrey y la UNAM, entre otras. Actualmente los usuarios que se conectan a la red son empresarios que comienzan a apreciar los beneficios que aporta Internet para sus propósitos personales, participando de la creciente globalización mundial.

En diciembre de 1995 se hace el anuncio oficial del Centro de Información de Redes de México, en inglés Network Information Center (NIC-México), el cual se encarga de la coordinación del crecimiento de Internet en nuestro país, con la administración de los dominios ubicados bajo la terminación "mx" (México).

El progreso de Internet en México poco a poco evolucionó, no fue tan espectacular como en su lugar de origen, Estados Unidos, diferentes factores influyeron en ello, por ejemplo México como un país en vías de desarrollo no ha asimilado en su totalidad las tecnologías, a comparación de los Estados Unidos, como se aprecia en la siguiente gráfica:

## Asimilación



Fuente: La Informática en México, INEGI

Nota. INEGI cita la fuente original: International Data Coporation

Otro factor es el hábito al uso de la computadora u ordenador personal, porque no todos los habitantes tienen los recursos económicos para adquirir una computadora y muchos menos un equipo adecuado para conectarse a Internet. En relación con lo anterior, según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones en 1994 "México tenía 2.2 computadoras personal por cada 100 habitantes, igual que Polonia, Israel y Sudáfrica; en tanto que Chile, tenía 3.1, Portugal 5, Alemania 14.4, Singapur 15.3, Canadá 17.5, Australia 21.7 y Estados Unidos 29.7"<sup>28</sup>

Los pocos habitantes que cuentan con una computadora personal, no saben aprovechar en su totalidad, los servicios que ofrecen, debido a la falta de conocimientos sobre computación.

En una encuesta que realizó el INEGI en 1993 para saber el tipo de uso que le daban a la computadora se obtuvo lo siguiente: el 97 por ciento no tiene computadora y el 3 por ciento que posee una la empleaba de la siguiente manera: el 49 por ciento para administración del hogar; 41 por ciento para escuela, 6 por ciento otro tipo de uso; 3 por ciento recreativo y el uno por ciento para actividades profesionales.

<sup>28</sup> Programa de Desarrollo Informático 1995-2000. p 52.

Un último factor para la asimilación de Internet es el uso de las conexiones telemáticas o redes, anteriormente las conexiones a redes eran puramente académicas para intercambio cultural y de investigación, no estaban tan comercializadas; era un sólo sector quien ocupaba la red, pero, lo anterior, ha estado evolucionando.

De acuerdo a lo observado durante esta investigación, se tiene que los usuarios en México que actualmente pueden conectarse a Internet son de diferentes tipos: 1) el usuario que tiene una computadora en casa porque pertenece a un cierto sector económico, 2) empresarios que tienen tanto en su oficina y hogar computadora, 3) estudiantes que pagan una renta para usar los servicios de la red, básicamente, para correo electrónico y para conversaciones en tiempo real, 4) personas que pagan una renta para los servicios que ofrece la red, como en los cafés cibernéticos y 5) usuarios y empleados que desde su oficina realizan la navegación al gran taxi cibernético, Internet.

La edad de los usuarios en México, fluctúa entre los 17 y 40 años, cabe hacer notar que este rango de edad ha variado e irá variando, porque al principio era gente con la mayoría de edad la que consultaba a Internet, pero esto ha evolucionado porque –al menos durante la elaboración de esta investigación–, se observó que adolescentes de 14 años navegaban por la gran red de redes, así como personas mayores de los 40 años.

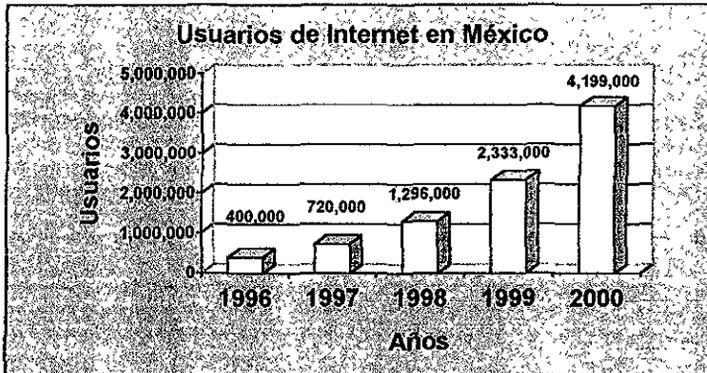
El número de usuarios en nuestro país, se ha incrementado, en 1996 se tenían "400 mil usuarios"<sup>29</sup>; de acuerdo a los criterios de medición "la red crece entre un 80 y 100 por ciento cada 12 ó 15 meses"<sup>30</sup>, para el año 2000 habrá aproximadamente 4 millones 199 mil usuarios, este resultado se obtuvo de la estadística que se realizó partiendo del año 1996 y de los usuarios en dicho año

---

<sup>29</sup> Suplemento especial Telecomunicaciones del periódico *Reforma*, "El mercado de Internet en México", por Ernesto López. noviembre 1996, p. 16.

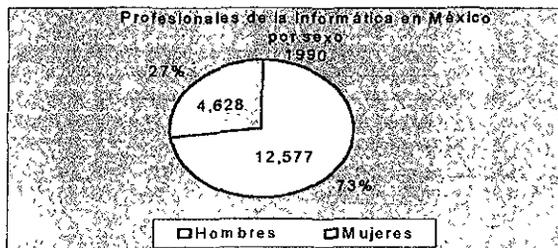
<sup>30</sup> <http://www.mundolatino.org/cazabits/inetenmx.htm>

(400 mil). Al respecto, un estudio de la empresa Select-IDC, decía que para finales de 1998 habría 1.3 millones de usuarios, cantidad que se asimila con la estadística que se elaboró:



Fuente: Gráfica elaborada por la autora de este trabajo, con base en los datos obtenidos de las citas 28 y 29.

Por otra parte, siguiendo la tendencia actual a nivel mundial, la mayoría de los usuarios de Internet en nuestro país son hombres, una posible respuesta o hipótesis es que son los que tienen mayor conocimiento en cuanto a computación se refiere, porque son aquellos que realizan estudios en computación y sobresale la población masculina como lo demuestra la gráfica sobre profesionales en México por sexo en 1990, censo que realizó el INEGI, en el cual, destaca el género masculino, ya que el 73 por ciento corresponde a hombres y el 27 por ciento a mujeres:



Fuente: XI Censo General de Población y Vivienda 1990

Es necesario distinguir que hay usuarios mexicanos para consultar la red, de los cuales muchos tienen su propia página electrónica para Internet. Por otra parte, las páginas electrónicas mexicanas que se ubican y se consultan en dicha red son: Los gobiernos de los estados de México, Guerrero, Nuevo León, Morelos; Instituto Mexicano del Petróleo; Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS); Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI); Secretaría de Hacienda; Secretaría del Medio Ambiente Recursos Naturales y Pesca; Comisión Nacional del Agua; Secretaría de Salud; Banco de México; Bolsa Mexicana de Valores; Cámara de Diputados; Partidos Políticos; Universidades como el Colegio de México, Instituto Tecnológico Autónomo de México, Tecnológico de Monterrey, Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); proveedores de tecnología como Infosel, Internet de México, entre otros; medios de comunicación como radio, televisoras como Televisa, Televisión Azteca, MVS Multivisión y los diferentes diarios que conforman la prensa mexicana.

La prensa mexicana dio un giro en particular con Internet, porque ya no es únicamente prensa escrita, sino con la red se propició a un periodismo electrónico en México, de ello se hablará en el siguiente apartado de este trabajo.

El interés potencial que despertó Internet como canal de distribución y medio de servicios, fueron dos factores que determinaron el incremento en el número de empresas para proveer acceso y servicios relacionados con la red mundial. Algunos proveedores son:

Proveedor	Dirección electrónica
Datanet S.A. de C V	<a href="http://www.data.net.mx">Http://www.data.net.mx</a>
Internet de México	<a href="http://www.internet.com.mx">Http://www.internet.com.mx</a>
Spin	<a href="http://www.spin.com.mx">Http //www.spin.com.mx</a>
Infosel	<a href="http://www.infosel.com.mx">Http://www.infosel.com.mx</a>
Pixel	<a href="http://www.pixel.com.mx">Http://www.pixel.com.mx</a>
Conet	<a href="http://www.conet.com.mx">Http://www.conet.com.mx</a>
Unet	<a href="http://www.cmact.com">Http://www.cmact.com</a>
Su tarifa varia según el proveedor	

Fuente: Cuadro realizado por la autora de esta investigación, con base en la información obtenida de publicidad de las empresas proveedoras de Internet.

A la fecha existen aproximadamente 150 proveedores de acceso a Internet que brindan sus servicios en el territorio mexicano, ubicados en los principales centros urbanos como son: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Mérida, Nuevo Laredo, Saltillo, Oaxaca y otras ciudades.

## II PERIODISMO ELECTRONICO

### 2.1 Antecedentes de periodismo electrónico

Hay que recordar que la introducción de la computadora en la industria periodística ha sido fundamental para su desarrollo en sus diversas etapas como para llegar ahora al periódico electrónico. Como primer paso se adaptan equipos electrónicos con programas para justificar las líneas que eran compuestas por linotipia, esta propagación se da también por la incorporación del offset como sistema de impresión que sustituye al procedimiento tipográfico, esas dos innovaciones son las más importantes de la primera fase de la tercera revolución tecnológica que transformó profundamente la edición de los diarios.

“La segunda fase se inicia a mediados de los ochenta con la introducción de ordenadores personales, que han propiciado la aparición de sistemas integrados de producción y que han abaratado los costes al reducir la mano de obra en la composición y montaje de las páginas. Entre los años 1970 y 1985, los sistemas informáticos invaden las salas de redacción de los diarios. Consistían en grandes ordenadores centralizados, dotados de unidad central de proceso (CPU), a los que se conectaban terminales de entrada y de salida como lectores óptico de caracteres, videotermiales, impresoras y fotocomponedoras. Permitía elaborar los textos, corregirlos, componerlos y ajustarlos en las páginas a través de terminales electrónicos manejados por los redactores y operarios de los talleres. Con ello desaparecieron las secciones de linotipia y esterotipia.

Los redactores escribían sus textos en videotermiales (los primeros aparecieron en el mercado en 1973), que, como copias impresas y junto a la publicidad, a las fotografías e ilustraciones servían para componer manualmente la página, hasta que se pudo hacer fotocomponedoras. De allí se enviaba la página al laboratorio fotográfico para elaborar la plancha offset para la impresión tipográfica, eliminándose así la labor de cajistas, linotipistas y ajustadores.

A partir de 1985, los ordenadores centrales se sustituyen por sistemas modulares que, además del tratamiento de textos, ofrecían el acceso a banco de datos, a tareas de cálculo, maquetación, previsión de la producción y gestión administrativa y publicitaria. Estas técnicas dieron lugar al sistema de preimpresión y después a la producción asistida por ordenador (PAO). Los sistemas de preimpresión contribuyeron a aligerar los trabajos de composición y confección electrónicas a través de los programas de composición y corrección de textos, así como para el tratamiento de la imagen y para el diseño y elaboración de la maqueta. Actualmente ya existe tecnología para elaborar planchas de impresión directamente desde los videoterminals de redacción.

Con la implantación, a mediados de los ochenta, del ordenador personal en las redacciones, el redactor participa activamente en las tareas de preimpresión porque no sólo redacta sus textos, sino que los confecciona sobre la página y puede manipular las fotos e ilustraciones. Los actuales equipos disponibles en una redacción pueden realizar conexiones con el exterior para consulta de bancos de datos vía satélite para hacer llegar fotos de agencia de cualquier parte del mundo, conexiones por magnetoscopio para capturar imágenes de televisión que pueden ser incorporadas a la página de un diario y conexiones con escáneres para seleccionar el color de las diapositivas para su tratamiento posterior<sup>1</sup>. Asimismo, la transmisión de imágenes y de texto hasta el periódico, se ejecuta, mediante una computadora portátil, módem y una línea telefónica, que se hace de un lugar retirado del periódico o de una ciudad a otra.

En relación con lo anterior, se puede concluir que "tras la instalación de la composición en frío y, especialmente, tras un sólido programa de computerización, cambia toda la atmósfera de un periódico. Pasa de ser una industria mecánica a ser una industria electrónica."<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Emy Armañanzas, et al., op. cit., pp 43-44

<sup>2</sup> Anthony Smith, op. cit., p 135.

La computadora, aparte de servir como herramienta para elaborar el periódico, hoy en día sirve para distribución del mismo, es decir, algunos periódicos siguen dando a conocer su medio a través de la impresión en papel que había sido la manera tradicional de hacerlo, pero actualmente la computadora ha generado una serie de utilidades, entre ellas, las redes de computación que incluye a Internet, dicha innovación tecnológica a permitido la expansión, ya no local, sino mundial de los periódicos mediante la gran telaraña mundial (WWW), teniendo así otra opción de distribución, la electrónica, esto es un principio, el periodismo electrónico.

Antes de adoptar los periódicos la vía electrónica, la forma con que hoy los conocemos, existieron otros aspectos de periódico de transmisión electrónica, muchos continúan activos hoy en día para convivir con el periódico hipermedia interactivo y que a continuación se describen.

### **2.1.1 Teletexto**

“Se trata del principal periódico electrónico precursor de los actuales productos informativos multimedia e interactivos”<sup>3</sup>

El teletexto es el sistema de transmisión por medio de ondas de textos a receptores de televisión, “permite al usuario elegir algunas opciones, opciones que son, sin embargo, cerradas: al comenzar el servicio, aparece un menú, similar al de la primera página de un periódico, pero sin imágenes. Mediante una pulsación en el teclado numérico del mando a distancia, se elige ir a una sección u otra, como si leyéramos un periódico de papel, y una vez allí a su vez aparece otro menú con diferentes noticias. En realidad, el receptor no puede sino leer lo que se le ofrece. El sistema de acceso a la información es, por tanto, poco

---

3 Emy Arnañanzas, et al ,op. cit., p 77.

novedoso, los textos suelen ser muy breves, muchos más que los que aparecen en el periódico convencional, y su lectura, más difícil que en éste”<sup>4</sup>.

Por su parte, Dietrich Ratzke en su libro ya citado *Manual de los Nuevos Medios* señala “los teletextos son servicios prestados a quien los solicita, facilitando informaciones específicas, por escrito y de forma individualizada, siendo posible su uso en cualquier momento y respondiendo a cualquier elección personal. Los usuarios toman parte en el proceso comunicativo no sólo de una forma pasiva (es decir, conectándose a un programa que está en emisión), sino también de una manera activa, tomando decisiones selectivas respecto a la información a recibir. Por ello todos estos procedimientos deben considerarse como pertenecientes a la comunicación individual más que a la social (de masas), o como la comunicación más individualizada dentro de los mass-media.”<sup>5</sup>

### **2.1.2 Videotexto**

El videotexto se define con el nombre genérico aplicado a los diversos sistemas que transmiten texto e imágenes a receptores de televisión, ordenadores y monitores especiales, en todos los casos con un método interactivo, que permite a cada interesado formular ciertas solicitudes y preguntas con el empleo de un teclado y una clave.

“Los sistemas de videotex utilizaban en un principio, por lo general, el televisor doméstico como un simple monitor en el que se recibían los datos enviados desde el centro emisor. No obstante, existían otras opciones: un monitor especial –el Minitel francés por ejemplo-, dedicado únicamente a los servicios de videotex o un ordenador personal con el software adecuado para recibir videotex. Se trata de servicios de naturaleza tanto pública como privada. En los sistemas de videotex la interactividad era una característica más acusada. Aparece un menú

---

<sup>4</sup> *Ibidem*, p 78.

<sup>5</sup> Dietrich Ratzke. *op cit.*, p 143.

en el que se muestran las opciones a las que puede acceder el usuario. Éste no puede modificar la base de datos a la que tiene acceso, pero sí utilizar un teclado para formular preguntas y obtener respuestas. La interactividad es por, tanto ciertamente limitada<sup>6</sup>

El videotexto interactivo recibe diversas denominaciones según países donde son o fueron utilizados frecuentemente, por ejemplo en Gran Bretaña se le denomina "viewdata algo así como datos visualizados; trabaja según un procedimiento técnico que ha dado buenos resultados y continúa actualmente acreditado en casi todos los sistemas comparables: un modem, fue desarrollado en el 1974-1975"<sup>7</sup>, es decir se trata de un videotex interactivo, la información se difunde por vía telefónica y se recibe ya sea en la pantalla de un ordenador o televisión al que se ha instalado un decodificador especial y una conexión telefónica terrestre, este videotex sobresale por ser el pionero con el uso del teléfono.

"En España, el servicio de videotex se denomina Ibertex, creado por telefónica en 1986. En Estados Unidos, en los años ochenta surgieron varias iniciativas de servicios de viodetex: Prodigy (de IBM y los almacenes Sears, creada en 1987), y Compu Serve (1979), red que permite el acceso a informaciones y foros de discusión. Sin duda el país en que el videotex ha obtenido un mayor éxito ha sido en Francia"<sup>8</sup>. El sistema francés de videotexto interactivo se le nombra "Télétel (derivado de Télévision el Téléphone)"<sup>9</sup>. El éxito del Télétel se debió a que el Gobierno francés impulsó la red telefónica francesa, mediante una campaña en la que ofreció la usual guía en papel o el servicio de videotex, y creó así una demanda del mismo.

---

<sup>6</sup> Emy Armañanzas. et. al., op cit, p 79.

<sup>7</sup> Dietrich Ratzke. op. cit., p 156.

<sup>8</sup> Emy Armañanzas. et. al., op. cit., pp 79-80.

<sup>9</sup> Dietrich Ratzke. op cit , p 157

Por lo cual, algunos periódicos franceses se lanzaron inmediatamente al mercado del videotex. El primero fue el diario *Dernières Nouvelles de Alsace*, así como el *Libération*, "el responsable de los servicios telemáticos del mismo, Michel Cerdan aseguraba en 1990 que *Libération* había sido el primer medio de comunicación de masas interactivo. Su servicio comenzó en 1984 –el diario se fundó en 1973–, y pasó por varias etapas: una primera de descubrimiento, en la que se vio la potencialidad del servicio telemático para ofrecer información de última hora, mientras que las informaciones más profundas, más reflexivas, se reservaban para la edición en papel; una segunda etapa, de crisis, en la que el abandono del servicio electrónico impidió, por una parte, la creación de nuevas ofertas y por otra acarreó pérdidas; y por último, una tercera etapa de resurrección del servicio, en la que la principal característica es la fragmentación del producto. En 1989, *Libération* ofrecía 27 servicios a través de los receptores *Minitel*. La telemática para *Lebération* ha sido una fuente de beneficios que le ha permitido defender su independencia, entrar con contacto personal con sus lectores y llevar a cabo una campaña de imagen"<sup>10</sup>

### **2.1.3 Audiotex**

Otra alternativa de transmisión electrónica de contenidos informativos es el audiotex, que consiste en un sistema de uso de las comunicaciones telefónicas para transmitir información previamente grabada en un ordenador. "Se trata de un sistema de información basado en el ordenador, en el que los diarios publican listas de varios servicios telefónicos que permiten a sus lectores llamar para conocer los últimos movimientos de precios, películas y restaurantes, y obtener la última información sobre programas de televisión o resultados deportivos. Se trata, por tanto, de servicios interactivos que ofrecen a la comunidad que constituye el área de influencia del periódico en cuestión"<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Eny Armañanzas, *ct. al.*, *op. cit* pp 80-81.

<sup>11</sup> *Ibidem*, p 82

En Estados Unidos el audiotex ha alcanzado gran éxito, muchos servicios son gratis, únicamente pagan el costo de la llamada de teléfono, pero aveces, pagan por cada minuto por escuchar las noticias; en tanto, los principales servicios de audiotex que ofrecen los periódicos europeos son informativos, en particular noticias del mundo financiero y deportes.

En relación con México el audiotex se presenta más en la televisión que en la prensa en línea, ya que hay mensajes que proponen números telefónicos ya sea para hablar con otras personas, saber sobre el horóscopo, la suerte mediante la lectura de cartas, la vida por lo regular de algún deportista famoso o simplemente para comprar y adquirir un producto.

#### **2.1.4 Fax**

Otra de las opciones de transmisión electrónica ha sido el periódico por fax, versión resumida de periódicos impresos o servicios de agencias. Surge para atender informativamente a comunidades alejadas, porque resulta con un costo alto distribuirlo tradicionalmente (por medio de transporte). Este servicio de fax ha prosperado básicamente en Estados Unidos; en Europa y Asia se ha puesto en marcha pero mínimamente.

"Los periódicos por fax comienzan a aparecer a finales de los años ochenta, debido a varias razones. Una de ellas es la dificultad en la distribución, sobre todo en cuanto al ámbito geográfico que pretende cubrir el periódico es muy extenso. Una solución al problema de la distribución física del producto es, recurrir a las telecomunicaciones. La más extendida de las cuales, hoy por hoy, es la telefónica. La línea telefónica permite en la actualidad no sólo transmitir voces, sino también imágenes. Es la tecnología del facsímil o, como se le conoce popularmente, el fax.

Hoy en día, un ordenador es capaz de enviar y recibir facsímiles, mediante un módem-fax, sin que éstos tengan que pasar necesariamente al papel. El facsímil se recibe en el ordenador, queda almacenado en el disco duro y puede ser visto en la pantalla, y también puede obtenerse una copia en papel en la impresora<sup>12</sup>.

Un ejemplo de periódico por fax, es el canadiense FaxSummary, un servicio que colocó en enero de 1990 el diario Globe and Mail de Toronto, Canadá, para dar a conocer noticias canadienses a residentes que se encuentran en diferentes rincones del mundo.

### **2.1.5 CD Rom**

El CD Rom es un antecedente más actual de lo que hoy se denomina periodismo electrónico en línea –que se verá más adelante–; el CD Rom es un producto multimedia, es decir que contiene texto, imagen y sonido, que se presenta en un soporte físico magnético-óptico y su información se lee a través de un monitor de una computadora. El CD Rom no ha tenido gran éxito, debido que al igual que la publicación en papel cuenta con un obstáculo, que es la necesidad de distribución física.

“Frente a los periódicos en línea, las publicaciones digitales en CD Rom tienen la gran ventaja de ofrecer mayor capacidad –400 veces más que un disquete normal, lo que ha arrinconado a este último como soporte de las revistas electrónicas–, y un mejor acceso, puesto que no depende de las líneas de conexión telemáticas, sino de la velocidad de lectura del reproductor de CD-Rom. Eso permite confeccionar verdaderos productos multimedia, con inclusión de imágenes fijas de alta definición, vídeos con imágenes en movimiento, sonidos y música. Por tanto, puede decirse que este tipo de revistas son las que más se acerca a la concepción del producto multimedia como tal. Su principal desventaja

---

<sup>12</sup> *Ibidem*, pp 84-85.

frente a las publicaciones en línea es, sin embargo, que se trata de sistemas cerrados, que no permiten el acceso mediante enlaces, a otros servicios propios o ajenos<sup>13</sup>.

La edición de libros y principalmente enciclopedias, se benefician con el CD-ROM, por su capacidad de almacenamiento de datos que es una gran ventaja. En lo que se refiere al periodismo sobresalen los siguientes productos en CD-ROM: repertorios hemerográficos, almanaques, grandes reportajes multimedia por ejemplo la construcción del muro de Berlín, la guerra del Golfo Pérsico o sobre las elecciones estadounidenses en las que se alzó con la victoria Bill Clinton y revistas como el semanario Newsweek.

En 1993, la empresa Newsweek Inc lanzó al mercado la revista en CD-ROM Newsweek Interactive un ejemplo de multimedia, lo anterior en Estados Unidos; en el caso de México la Revista de Comunicación (publicación con temas especializados sobre los medios de comunicación), en 1997 apareció con una recopilación de ésta en CD-ROM; los periódicos *El Norte* y *Reforma* aparecen ya en CD-ROM, contienen información sobre documentos y referencias clasificados en los siguientes temas: política y gobierno, terrorismo y narcotráfico, economía y negocios, trabajo y sindicalismo, ciencia y tecnología, comercio internacional, informática y telecomunicaciones, religión, medicina y salud, educación, libertad de expresión, agricultura y ecología. (ver anexo 1)

Cabe señalar, que el CD-ROM únicamente sirve para consulta, no es interactivo, porque nada más se puede ver, leer y escuchar la información que contiene, es como si fuera un libro, revista o periódico impreso, solamente la diferencia es que almacena más información.

---

<sup>13</sup> Ibidem. p 117

## 2.2 Periodismo electrónico actual o en línea

La popularización del ordenador o computadora y la creciente potenciación de las redes telemáticas en especial Internet, han propiciado la aparición del "periodismo en línea", conocido hoy en día como "periodismo electrónico". Dicho concepto se debe a que en su formación se incluyen hipertexto, hipervisual y a veces hiperaudio y en conjunto los tres dan como resultado al término hipermedia, palabras que se usan en la jerga de Internet y es un fenómeno desarrollado sobre todo en los últimos años; éstos términos se pueden considerar como consecuentes del teletexto, videotexto y audiotexto (explicados anteriormente). El término **hyper** significa el desplazamiento de un lado a otro con facilidad o sin dificultad para ver más información, ya sea textual, visual o para escuchar sonidos.

Por **hipertexto** se entiende la unión de dos o más informaciones textuales; el hipertexto tiene ya medio siglo y la palabra más de dos décadas. En 1974 se definió el hipertexto como una "escritura no secuencial. La escritura tradicional es secuencial por dos razones. Primero, se deriva del discurso hablado, que es secuencial, y segundo, porque los libros están escritos para leerse de forma secuencial. Sin embargo, las estructuras de las ideas no son lineales. Están interrelacionadas en múltiples direcciones. Y cuando escribimos siempre tratamos de relacionar cosas de forma no secuencial.

Por lo anterior, el sistema de hipertexto es la mejor solución para un periódico electrónico, ya que puede asemejarse más a la estructura del pensamiento humano creando una red de nudos y enlaces que permite al usuario desplazarse a través del sistema de forma multidimensional. En el sistema del hipertexto, determinadas partes del discurso textual (palabras, frases, imágenes, etc), se asocian con información del mismo o de otros documentos. De alguna forma la portada del documento hipertexto es, dinámica."<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Ibidem, pp 63-64.

En tanto la unión de dos o más informaciones visuales, da la palabra **hipervisual**, las informaciones visuales son las imágenes, gráficos, animaciones, etc; si se une dos o más informaciones sonoras nos hallamos ante el **hiperaudio**. La combinación del hipertexto, hipervisual e hiperaudio, todos forman el **hipermedia**

El hipermedia es un concepto más moderno, y estrictamente ligado al avance de la informática, en especial de los ordenadores personales; "si los años setenta fueron los del dominio del audiovisual (recordemos el gran auge de la televisión y el video), los ochenta lo fueron de lo escrito-visual, y los noventa lo están siendo de lo audioescrito-visual

El hipermedia puede definirse como una organización de información textual, visual, gráfica y sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema.

Tres han sido los factores que han potenciado el desarrollo del hipermedia. El primero es la arquitectura de sistemas, el segundo es la gestión de los proyectos de hipermedia y el tercero las comunicaciones... en efecto, el desarrollo de las redes telemáticas y en particular Internet, y su previsible expansión futura, merced sobre todo a la difusión del cable de fibra óptica, con un ancho de banda -y por tanto de capacidad- mucho mayor que el modesto cable coaxial de cobre que hoy utilizamos ... contribuye y contribuirá en lo sucesivo a la generalización de los sistemas hipermedia"<sup>15</sup>

Los conceptos de hipertexto, hipervisual, hiperaudio e hipermedia brevemente definidos contribuyen para la creación del periodismo electrónico actual, mediante la red Internet, o sea se tiene el texto o la información, las imágenes y el sonido para colocarlas en la red de redes Internet, pero dado el

---

<sup>15</sup> *Ibidem*, p 66-67.

volumen que ha alcanzado la información que se transmite mediante dicha red y la necesidad de organizar de algún modo el tráfico de la información, que acceden a la red, es necesario tener un lugar dónde colocar toda la información, por lo cual, se recurre a una herramienta de Internet, ya explicada en el capítulo anterior, al sistema de búsqueda y visualización más extendido en Internet el World Wide Web (WWW), "los documentos Web, que son los que utilizan la inmensa mayoría de los periódicos electrónicos"<sup>16</sup>; "una vez diseñado el texto, la página Web y visualizada con programas como Mosaic o Netscape, por ejemplo, nuestro documento en este caso un periódico electrónico, puede ponerse a disposición del usuario depositándolo en un servidor, es decir, un ordenador conectado a la red Internet"<sup>17</sup>, o sea, se coloca en una dirección electrónica, a la que acceden los usuarios que deseen consultarla o quienes estén autorizados para ello.

Los servidores WWW permiten mediante los enlaces hipertexto o hipermedia, saltar de un concepto a otro, así como, de una conexión a otra. Todo ello se consigue mediante una herramienta de Internet estándar el **HTML o Hyper Text Markup Lenguaje**, este lenguaje permite los enlaces necesarios para relacionar cada parte de un texto con otro. El documento diseñado con el lenguaje HTML visualiza y contiene la información (textual, sonora o visual) del documento. Es decir, primero lo que se desea poner en pantalla y se registra con el lenguaje HTML y posteriormente se coloca en el visualizador WWW; si se desea se pasa uno de un concepto a otro sin dificultad, por lo regular los conceptos o vocablos están subrayados y eso significa que existe una liga para consultar más información, por ejemplo se consulta una página en Internet y si nos interesa en especial una frase o palabra como empresa, la cual se encuentra subrayada, entonces se le da un "clip" o enter y aparece más información sobre ella, pero dentro de dicha información puede haber otra frase o palabra subrayada, lo cual,

---

<sup>16</sup> Ibidem, p 59

<sup>17</sup> Ibidem, p 75.

denota que se puede consultar; el término hyper es el que permite las ligas de información de un lado a otro con gran facilidad.

Los anteriores conceptos dan lugar a lo que se conoce actualmente como periodismo electrónico o en línea, los periódicos electrónicos multimedia en línea nacieron en Estados Unidos en 1993, "podemos decir que fue a partir de finales de la década de los ochenta cuando, merced a servicios como los de la compañía Dow Jones ... comienza el desarrollo del periodismo electrónico multimedia en línea"<sup>18</sup>

"Para 1994, muchos periódicos americanos y bastantes europeos habían ya dado el salto a los servicios de información en línea. En sólo dos años, se calculaba que los periódicos electrónicos se habían multiplicado por diez en Estados Unidos. Nombres tan prestigiosos como The New York Times, The Washington Post, Los Angeles Times, Newsday, USA Today, The Kansas City Star, The Chronicle, The Examiner se ofrecían en línea"<sup>19</sup>.

En 1996, la mayor parte de los diarios americanos ofrecían sus servicios en Internet, porque esta red y sobre todo el World Wide Web, es el sector de mayor crecimiento dentro de las redes telemáticas o mejor conocido como el ciberespacio.

Por otra parte, el periodismo electrónico ha adquirido un concepto más "la interactividad" y se define "como la capacidad que tiene el usuario de preguntar al sistema y sentar así las bases para recuperar información de la forma deseada"<sup>20</sup>, es decir, el emisor envía un mensaje ya sea criticando en favor o en contra de lo que está leyendo en alguna sección del periódico, ese mensaje lo transmite mediante el correo electrónico, lo que equivale a comunicarse en tiempo

---

<sup>18</sup> Ibidem, p 95

<sup>19</sup> Ibidem, p 104.

<sup>20</sup> Ibidem, p 70

real, de forma instantánea con el medio en cuestión e incluso con el redactor de cada noticia (siempre y cuando éste tenga una dirección electrónica, un correo electrónico (*mail*)); el medio y el redactor se convierten en receptores, porque contestan el mensaje produciendo así una interactividad, por ende, una retroalimentación.

### **2.2.1 El periodismo electrónico y el nuevo lector**

Así como, el periódico ha sufrido cambios en su elaboración y composición; ahora con la edición electrónica (Internet), también el lector o suscriptor del periódico ha modificado su forma tradicional de leer las noticias, debido a que la empresa periodística es la que decide la forma de cómo circulan sus diarios, y cómo reciben el ejemplar sus lectores, así como el contenido ya sea en edición matutina o vespertina, así el diario decidía a qué hora lo podían consultar y de qué manera, pero ahora el periodismo en línea brinda al lector otra vía para recibir información.

"En la actualidad, las noticias se entregan al suscriptor según la conveniencia de los periódicos o, en honor a la verdad, cuando mejor convenga al distribuidor. El periódico decide si será matutino o vespertino. El periódico decide qué noticias son más importantes y cuáles ameritan aparecer en primera plana. En resumen, el periódico decide la hora de la entrega y el contenido.

¿Por qué ha de ser así? La respuesta más común a esta pregunta: "Porque siempre ha sido así". Con Internet todo eso está cambiando, y mucho más rápido de lo que muchos editores están dispuestos a admitir. El suscriptor de un diario ahora puede tener acceso a todas las noticias en Internet.

Más aún, el suscriptor (no el diario) puede decidir si desea leer las noticias por la mañana o por las noches, o en ambos horarios. El suscriptor (no el periódico) puede decidir cuál información tiene valor noticioso, cuál amerita

detalles adicionales y cuál no. Esto significa que la Internet y todos sus servicios afiliados van a afectar significativamente la forma en que los suscriptores reciben las noticias”<sup>21</sup>.

El nuevo lector en línea a futuro será un lector joven con otras perspectivas, será más cibernauta, por lo consiguiente “el periódico electrónico cuajará a través de las generaciones jóvenes, habituadas a tener un acceso más fácil a una información que, presentada de una manera más variada y amena, ofrecerá la profundidad que el usuario elija”<sup>22</sup>

El perfil del lector actual del periódico electrónico son empresarios, profesionistas y en minoría jóvenes, con cierto nivel económico y cultural.

### **2.2.2 Periodismo impreso y periodismo electrónico**

Internet es la red elegida por la mayoría de los periódicos electrónicos que actualmente existen, y debido a sus formatos y la manera de consultarlos han tenido gran éxito; muchos de sus lectores prefieren la imagen electrónica que la impresa, así como los mismo editores de los diarios. Ante esta disyuntiva divergen lectores, editores, empresarios y autores, ya sea en favor o en contra de la tinta o la imagen.

El periodismo tradicional tiene cualidades que serán difíciles de reemplazar por un diseño electrónico, los periódicos proporcionan una información variada, en un formato cómodo y a un costo bajo a comparación del electrónico, el periódico impreso se puede adquirir en cualquier esquina o en algún lugar donde los distribuyan como tiendas, restaurantes, expendios y otros, es opcional dónde se decida comprarlo. El periódico impreso contiene un volumen de información mientras en pantalla es mínima.

---

<sup>21</sup> Hora del Cierre. año 4, No. 2, marzo de 1995. p 20.

<sup>22</sup> Emy Armañanzas, op cit., p 38.

Tal vez para los editores del periódico les resulta más caro su producción en papel debido a que el costo de éste es alto, así como el transporte para su distribución

Es lógico que la atención esté ahora enfocada a las nuevas tecnologías especialmente Internet, ya que ha sido algo nuevo, renovador; el periodismo electrónico proporciona de una manera diferente sus contenidos informativos y la publicidad como lo realiza la prensa sobre papel.

Una ventaja que tiene el periodismo electrónico es que su información es inmediata, ya que constantemente se está actualizando, inclusive hay periódicos que distribuyen primero en edición electrónica y más tarde aparece el ejemplar (impreso) en venta. Ahora, la interactividad que ofrece el periodismo electrónico es inmediata, porque el lector va haciendo uso del hipertexto, proponiendo y cambiando a veces contenidos y el receptor, en este caso, el diario, elige las diferentes alternativas.

“Mientras que la información circula tradicionalmente de uno ... a varios ..., en Internet tiende a circular de “varios a varios”, entre usuarios. Es decir, la red está creando una costumbre de intervención del público que se está prolongando al periódico electrónico.

Afirma Bill Gates (presidente de Microsoft) que la facilidad con que empresas e individuos pueden publicar información en la Internet, está cambiando la idea de lo que significa publicar. Internet ha alcanzado ya la fama de ser un lugar donde se puede publicar”<sup>23</sup>

El periodismo electrónico no sustituirá al periodismo sobre papel ( ya que éste es el soporte del electrónico), sino que será un servicio complementario,

---

<sup>23</sup> *Ibidem*, p 51

debido a que es más fácil adquirir un periódico en papel, porque claro está y dependiendo del país, no todos los lectores poseen un ordenador o acceso a él; en el periódico electrónico aparecen las noticias sintetizadas y si la que se busca no se localiza en dicha edición, hay que consultar el periódico en tinta, ya que viene más completo; el periodismo electrónico en determinado momento se convierte en periodismo sobre papel, debido a que lo que se lee en pantalla a veces se desea imprimirlo, porque facilita la lectura, hay ocasiones que la nota es muy larga y no cabe a lo largo de la pantalla y hay una interrupción momentánea de la lectura, por lo cual muchos suscriptores deciden imprimir.

### **2.3 Periodismo electrónico en México**

En México, el desarrollo del periodismo electrónico, aunque ya comenzó, ha sido menos espectacular que en su lugar de origen, Estados Unidos. Varios factores han influido en ello, como se ha citado el diferente nivel de hábito al uso del ordenador y de las posibilidades de las conexiones telemáticas o redes. Al respecto, en 1995 el Gobierno Mexicano impulsó el desarrollo de la informática para nuestro país, que incluyó, el apoyo a las redes, por lo tanto a Internet, lo anterior a través del Plan de Desarrollo Informático 1995-2000, el cual dice "... La interconexión de redes de computadoras se ha comparado con una infraestructura de autopistas que se enlazan. Esta metáfora hizo surgir el término supercarretera de información, que se utiliza en forma común hoy en día.

El aspecto más destacable que se le atribuye a esta tecnología es que, al posibilitar la transmisión y la consulta de información ubicada en distintos continentes, en forma casi instantánea, permite el acceso al acervo creciente de conocimientos del mundo.

Por esta razón adquiere gran importancia contar con una infraestructura de redes de datos que permita satisfacer las actuales necesidades del país y nos prepare para los desafíos que traerán los avances tecnológicos que se perfilan. El

Programa de Desarrollo Informático propone como uno de sus objetivos propiciar el desarrollo de esta infraestructura”<sup>24</sup>

Se dirá a manera de hipótesis que el periodismo electrónico en México comenzó junto con el Plan de Desarrollo Informático en 1995, porque se comercializó, y ha evolucionado rápidamente, hoy en día casi todos los periódicos del Distrito Federal se encuentran en la gran telaraña mundial, la *WWW*.

### **2.3.1 Antecedentes del periodismo electrónico en México**

En el capítulo anterior se mencionó que la introducción de la computadora en la prensa fue para la elaboración y justificación de textos, posteriormente para la paginación o composición del diario por medio de diferentes paquetes de cómputo. De lo anterior, se desprende el antecedente del periodismo electrónico en México, debido a que el uso del ordenador al principio fue para texto; por lo tanto, el antecedente del periodismo electrónico en nuestro país fue el **teletexto**, presentado a través de **base de datos, sistema Gopher y microfichas**.

El teletexto, concepto que se mencionó con anterioridad fue el antecesor de lo que hoy conocemos como periodismo electrónico. El teletexto es un sistema que transmite únicamente texto a un receptor. Al principio la transmisión se realizó a una pantalla de televisión y posteriormente a una de ordenador; el lector exclusivamente percibía texto sin imágenes.

Por lo tanto, antes para consultar un periódico en una computadora se hacía mediante programas de textos establecidos por las diferentes empresas periodísticas existentes en México como fueron base de datos, sistema *Gopher* y microfichas.

---

<sup>24</sup> Plan de Desarrollo Informático 1995-2000, p 85.

Al respecto, el Ing. Federico Turnbull Muñoz<sup>25</sup>, aseveró “a finales de los 70’s y principios de los 80’s los periódicos en línea en México fueron en base de datos por medio del sistema operativo *Unix*, únicamente se podía consultar texto no había imágenes, ni sonido, no estaban tan popularizados los diarios como ahora con la red más importante, Internet”.

Por medio de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA), de la Universidad Nacional Autónoma de México, los diarios El Nacional y La Jornada fueron los primeros en estar en línea, los primeros en introducir información en computadoras y era puro texto lo que colocaban en los ordenadores, esto se realizaba por el sistema de búsqueda *Gopher* y fueron evolucionando hasta llegar al periodismo electrónico en Internet.

El periodismo electrónico o en línea en México para algunos no fue tan nuevo sino ha sido una evolución de lo ya establecido, como sucedió en la DGSCA, ya que Internet se implantó primeramente entre universidades entre ellas la UNAM, por eso algunos periódicos se colocaron en línea a través de dicha Universidad, al inicio solamente fue texto lo que aplicaban en el servidor de la DGSCA, a través del sistema **Gopher** (primer antecedente de lo que conocemos como periodismo electrónico), se ponía la información transmitida por los diarios, únicamente era texto lo que se recibía y consultaba, no se podía incluir imágenes u otro adorno, ni hacer ninguna búsqueda de datos específicos, es decir por fecha o palabra de días anteriores, solamente se realizaba la consulta de la información que colocaban los periódicos del día.

Para lo cual, surgió la **base de datos**, segundo concepto precedente del periodismo en línea actual; en la base de datos se almacena la información de

---

<sup>25</sup> Ponencia “Internet: La nueva fuente de información”, del Ing. Federico Turnbull Muñoz, miembro de la Sociedad Mexicana de Internet, expuesta en el seminario Temas Actuales en Comunicación y Periodismo 1997, organizado por la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), México, D.F.

toda índole en este caso del periódico a consultar por computadora y agiliza la consulta al usuario sobre información atrasada, es decir de días anteriores, porque ya se busca una fecha, dato específico o palabra y la base de datos es el programa de computación adecuado para localizar la información de ejemplares anteriores con mayor rapidez.

Como tercer concepto antecesor del periodismo electrónico en México, se considera al **microfilm**, ya que la información que se proyecta de la película se lee a través de un monitor; el microfilm que "es un soporte de acetato (película) que permite obtener, mediante un proceso fotográfico estático o en movimiento, imágenes diversas. Estas imágenes son obtenidas a través de máquinas llamadas microfilmadoras, que plasman en la película las imágenes tratadas. Las aplicaciones más frecuentes, hoy en día, se encuentran los archivos históricos, archivos de hospitales y archivos administrativos en general".<sup>26</sup>

El periódico *Excélsior* se consultaba por medio de microfilm y esta sección se cerró al público, ahora únicamente está abierto para investigadores; consiste en el uso de una película que se coloca sobre una máquina especial para leerla y su información se proyecta en un monitor. Al igual sucede con el diario *Novedades* tiene un servicio interno de microfilm. Cabe señalar, que el microfilm ha sido usado en algunos diarios mexicanos y es un antecesor del periodismo electrónico en México, porque su información es transmitida, es decir, reflejada a un receptor que es un monitor especial para leer lo que contiene el microfilm.

Los tres conceptos citados: **Gopher**, **base de datos** y **microfilm** fueron sistemas de apoyo que sirvieron para transmitir exclusivamente información textual; el antecedente del periodismo electrónico en México por lo tanto, fue el **telexto**, porque como se mencionó la información se realizaba mediante los

---

<sup>26</sup> <http://www.servitel.es/sisdoc/microfil.htm>

sistemas citados y eran únicamente texto lo que se podía consultar a través de un monitor de computadora.

A lo anterior, Claudia Durán Olmos, Jefe del Departamento de Servicios Hemerográficos de la DGSCA<sup>27</sup> explica la evolución del periodismo electrónico en México y dice: "*El Nacional* y *La Jornada* fueron los primeros en colocar información, era puro texto, empezaron a usar los primeros procesadores de palabras como fue Wordstar, Chiwriter y poco a poco los procesadores de palabras fueron evolucionando hasta llegar al Word Perfect y el más innovador ahora es el Word de Microsoft, por lo regular dichos diarios trabajaban con el Wordstar; lo que dejaban en nuestro servidor era un archivo con una extensión de texto "txt" (al archivo se le asigna un nombre por ejemplo *noticia.txt*, después del punto se coloca una extensión en este caso corresponde a texto)".

Asevera, "para nosotros el "txt" era un formato plano porque no tenía ninguna forma, era como si se hubiera hecho a máquina de escribir, con la única diferencia que se le podía seguir realizando modificaciones y no alteraba la información, sino todo lo contrario lo ayudaba; después de que se tenía el archivo corregido, había dos opciones: una que se podía obtener información del día por medio del sistema *Gopher* y la otra era consultar la información de otros días, información que se almacenaba en una base de datos. Cuando se consultaba la información del día se podía ver todo el texto y de ahí no se pasaba, por otra parte, si se quería se podía mandar por correo electrónico; la información se depositaba en *http* que es el protocolo de transferencia de archivos".

En relación con la aparición de la World Wide Web (*WWW*), que algunos prefieren denominar la telaraña mundial de la Internet, dice Claudia Durán: "Pasa el tiempo y hay evoluciones en lo que se refiere a los protocolos de comunicación

---

<sup>27</sup> Todo lo citado es una entrevista que se realizó a la Lic. Claudia Durán, Jefe del Departamento de Servicios Hemerográficos de la DGSCA, UNAM.

para Internet; y a través del *Gopher* empieza a entrar un formato que se llama el *Web*, éste lo que hace es dar la opción para poder acomodar de una mejor manera la información que se tenía, así se comienza a poner la información, después se le da un tipo de letra con otras alternativas como en negritas o cursivas, se coloca imágenes, claro que para lo anterior, hay que contar con una computadora adecuada con mejor capacidad de memoria, resolución de monitor, obviamente una mejor tecnología”

“La *WWW* empieza a entrar muy fuerte cuando surge el *html*. Esta es una herramienta de Internet, porque es la que permite pasar de una palabra a otra, por ejemplo se escribe la palabra director y si está subrayada, se da un clip en ella y permite ver más datos que vienen en torno a él, con lo anterior ya no es ver la nota porque sí, sino ya da la facultad de ir adentrándose más y más con la información, por eso la *Web* y el *html* comienza a tener más auge por la facilidad que dan para manejar la información en línea”.

### **2.3.2 Periodismo electrónico o en línea actual en México**

Vale la pena recordar que Internet, es una red de redes y a sido bautizada con un sin fin de nombres, entre ellos como la nueva alfombra mágica. Aladino, en una película de ese nombre, encuentra “la alfombra que, mágicamente, lo transporta a cualquier lugar que desee ir, de manera instantánea y sin esfuerzo. A dónde viajar, y para qué, se convierten en nuevos dilemas, secundarios ante la posibilidad que le ofrece el genial vehículo. Así también, el moderno equivalente de la alfombra de Aladino puede ser la mezcla de recursos que convergen en la nueva comunicación electrónica. Hoy en día, podemos transportarnos por el mundo sin salir de nuestra ciudad, e incluso, sin dejar nuestra casa. La computadora se ha convertido en el genio, el tapete y a veces incluso, en el destino mismo de los nuevos viajes cibernéticos”<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Raúl Trejo Delarbre. La nueva alfombra mágica, p 51.

Así, en la nueva Alfombra Mágica o taxi cibernético, es decir Internet, se permite divagar fascinados por todo lo que ofrece la red de redes (información ya mencionada en el primer capítulo); entre los sitios que se localizan en la superautopista de la información está el auge de la presencia de revistas y diarios mexicanos (kiosko electrónico).

En México la aparición de los periódicos en línea comenzó en el año de 1995, el primer diario ciudadano en colocarse en línea fue *La Jornada* y los últimos en hacerlo fueron los adscritos a la Organización Editorial Mexicana (OEM) en el año de 1997; los diarios más importantes y comerciales del Distrito Federal se ubican en línea por medio de páginas *Web*. (Nuevamente se recuerda que éste visualizador es el indicado para los periódicos electrónicos, debido a que conjunta el hipertexto, hipervisual, hiperaudio, en sí, hipermedia).

El periódico *La Jornada* fue el primero en aparecer en Internet. "*La Jornada* está en Internet desde el 6 de febrero de 1995, explica el coordinador de sistemas de este diario, Gilberto Becerril, quien añade que cada madrugada, al cierre del diario, se envía a esa red mundial de comunicación una versión electrónica que incluye imágenes de la primera plana y de la contraportada con sus correspondientes textos"<sup>29</sup>. **(ver anexo 2)**

Los siguientes periódicos del Distrito Federal que aparecen también en edición electrónica, en páginas *Web* son: *Novedades*, *El Universal*, *Excélsior*, *Reforma*, *El Economista*, *La Crónica*, *El Financiero*, *El Herald*, *La Prensa*, *Esto*, *El Sol de México*, estos tres pertenecen a la OEM, **(ver anexo 2)**.

Se citaron únicamente los diarios que tienen mayor circulación en el Distrito Federal –contexto para esta investigación– y que aparecen en el kiosko

---

<sup>29</sup> <http://serpientedgsca.unam.mx/jornada/1995/abr95/950410/internet.html>

electrónico, mexicano; existen periódicos de otros estados de la República Mexicana en línea (**ver anexo 3**).

El periodismo actual en México, suele ser repetición o síntesis de las ediciones impresas "en el mismo formato o en alguna adaptación para las pantallas de computadora, las noticias, los comentarios y fotografías y viñetas de la prensa en papel y tinta, son digitalizadas para que circulen en la red"<sup>30</sup>

El tener presencia en la "nueva alfombra mágica" Internet, por parte de los diarios, no es solamente para que se den a conocer y sean leídos, sino que implican mayores ganancias para cada diario de la industria periodística, debido al cobro de publicidad que realizan a los anunciantes para que sean vistos, a través, de una página del diario electrónico, a la vez para obtener ingresos en la impresión en papel, es decir, si alguien consulta la edición electrónica, pero en determinado momento quiere saber cómo se publicó el ejemplar o cierta noticia de ese día en tinta, el usuario acude a comprarlo, creando así otra opción de ganancias, gracias al ciberespacio.

---

<sup>30</sup> <http://www.etcetera.com.mx/colab/lengua.htm>

### III EL PERIODICO REFORMA Y SUS TECNOLOGIAS

#### 3.1 El periódico Reforma

Debido a la dificultad para abarcar en este estudio todos los periódicos del Distrito Federal para esta investigación, se seleccionó uno que causó una revolución entre los diarios más importantes de la capital, el diario *Reforma*. Este periódico hasta el momento es el que posee para su producción periodística la mejor tecnología de punta, por lo que lo ha hecho acreedor entre el gremio periodístico como un periódico de vanguardia.

##### 3.1.1 Antecedentes y Marco Político

"Dentro de los tipos de asociaciones mercantiles establecidos en la ley mexicana relativa, las empresas periodísticas se establecen en dos modalidades. Sociedad Cooperativa y Sociedad Anónima"<sup>1</sup>.

Según la Ley General de Sociedades Cooperativas vigente en México "la Sociedad Cooperativa es una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios; se integrarán con un mínimo de cinco socios; se reconoce un voto por socio; no perseguir fines de lucro; la dirección, administración y vigilancia interna estarán a cargo de la Asamblea General que será la autoridad suprema, el Consejo de Administración será el órgano ejecutivo de la Asamblea General y tendrá la representación de la sociedad cooperativa y la firma social, el Consejo de Vigilancia estará integrado por un número impar de miembros no mayor de cinco

---

<sup>1</sup> Ana Beatriz Vila Freyer, Tesis El Periódico El Norte y la Industria de la Información, p 28.

con igual número de suplentes que desempeñarán los cargos de presidente, secretario y vocales”<sup>2</sup>

La Sociedad Anónima de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles “es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones; que se integrará con dos socios como mínimo y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos”<sup>3</sup>

Dentro de las sociedades mercantiles existe también la de Capital Variable y en ella “el capital social será susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios y por admisión de nuevos socios y de disminución de dicho capital por retiro parcial o total de las aportaciones”<sup>4</sup>

Con base en lo anterior, el periódico *Reforma* se estableció como Sociedad Anónima de Capital Variable (S,A de C,V), se fundó el 20 de noviembre de 1993 en el Distrito Federal; su director general y presidente general es Alejandro Junco de la Vega González.

*Reforma* es hermano de las siguientes publicaciones: *El Norte y El Sol* que se publican en la ciudad de Monterrey, Nuevo León; *Metro* se divulga tanto en esa ciudad y el Distrito Federal; *Palabra* circula en Saltillo y *Mural* en Jalisco, en los seis diarios, Alejandro Junco de la Vega es accionista mayoritario, este empresario aparte posee Publicidad y Servicios Periodísticos, Servicios Motociclistas, Publicaciones y Representaciones e Información Selectiva (Infosel). Todos forman un consorcio, era necesario explicar a glosa modo esto, debido a que Infosel es el proveedor de tecnología para mencionados diarios y el que

---

<sup>2</sup> Ley General de Sociedades Cooperativas, pp 3.5.10.12 y 13

<sup>3</sup> Ley General de Sociedades Mercantiles. p 15.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p 36

incursionó al *Reforma* a versión electrónica (Infosel se describirá en el siguiente capítulo).

*Reforma* nació en el sexenio del entonces presidente de la República Mexicana, Carlos Salinas de Gortari, sexenio denominado por el mismo Gortari como neoliberal. Por lo cual, el diario entró con mucha fuerza, al grado de ser un periódico independiente, es decir al no encontrarse dentro de la Unión de Voceadores como lo están los otros diarios del Distrito Federal, para su distribución.

La política del neoliberalismo de Gortari, consistió en brindar apoyo a los grandes empresarios tanto nacionales como extranjeros; el neoliberalismo, se convirtió en el "*robin hood*" de los ricos, los ricos se hicieron más ricos y los pobres más pobres. La política económica estuvo en manos de empresarios particulares y no de paraestatales, ya que la política neoliberal fue privatizar empresas del estado como por ejemplo Teléfonos de México y la privatización de la banca, entre otras.

El periódico *Reforma* se creó en este período y la política neoliberal favoreció a Alejandro Junco de la Vega para sus propósitos empresariales, un ejemplo de ello se pudo observar cuando se independizó de la Unión de Voceadores para vender su diario cómo quisiera.

Para fundamentar lo anterior, se puede argumentar lo siguiente: *Reforma* es más joven que *El Norte*, ya que éste apareció primero y su independencia económica fue hasta el sexenio de Salinas de Gortari. Al respecto, Ana Beatriz Vila en sus tesis *El Periódico El Norte y la Industria de la Información* cita "Alejandro Junco de la Vega expuso que su empresa ha mantenido relaciones poco favorables con los gobiernos de Luis Echeverría (1970-1976), José López Portillo (1976-1982) y Miguel de la Madrid (1982-1988)."<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Ana Beatriz Vila Freyer, op. cit , p 43.

Los roces que tuvo El Norte con los anteriores expresidentes fueron: que con Luis Echeverría no le surtía adecuadamente el papel necesario para sus necesidades (como se sabe casi todos los periódicos de México recibe un subsidio por parte del Gobierno para el papel), por lo cual, no vendía el tiraje que deseaba, ya que en ese momento dependía del subsidio que le daba el Gobierno. Con el segundo expresidente fue la postura del diario por su política editorial de pensador libre, cosa que no encajaba con el gobierno de López Portillo. Por último, con Miguel de la Madrid, no aprovechó las tecnologías como herramientas principalmente las de comunicación por satélites, debido a que Miguel de la Madrid monopolizó las tecnologías para uso exclusivo del gobierno.

Fue hasta que en el sexenio de Salinas de Gortari que Junco de la Vega consolidó la independencia que buscaba, ya que en dicho sexenio se modificó el uso de satélite permitiendo a las empresas utilizarlo siempre y cuando realizaran los requisitos legales y el pago de la renta; en relación con la adquisición de papel, "luego de una Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa realizada en Monterrey en octubre de 1989, en su discurso inaugural como anfitrión, Alejandro Junco solicitó la no intermediación del gobierno para la adquisición directa de papel periódico. El Presidente Salinas convocó allí mismo a los editores a que se discutiera el asunto y mostró la intención de su gobierno para no seguir interviniendo en el proceso de venta de papel a través de una empresa paraestatal"<sup>6</sup>

Estos antecedentes sirvieron para que Junco de la Vega fundara otro diario en el Distrito Federal, *Reforma*, teniendo ya la autorización para comprar su papel y el uso de tecnologías, faltaba la independencia con la Unión de Voceadores.

Todo periódico que se crea y que se desee publicar en los puestos de periódicos tiene que estar adscrito en la Unión de Voceadores y Expendedores de

---

<sup>6</sup> Ana Beatriz Vila Fryer, op. cit., pp 49-50.

los Periódicos de México (UVyEPM), para llevar al cabo su venta. Cabe señalar que la UVyEPM no reparte publicaciones en cinco días del año porque son festivos (1° de enero, 1° de mayo, 16 de septiembre, 20 de noviembre y 25 de diciembre).

A lo anterior, el origen del problema del *Reforma* surgió desde su aparición (20 de noviembre) con la UVyEPM, debido a que el periódico decidió circular todos los días del año, incluyendo festivos, por lo que el director Alejandro Junco manifestó que *Reforma* abriría un canal de distribución independiente, debido a la que Unión de Voceadores no labora todo el año.

A tal respuesta la UVyEPM anunció que no admitiría competencia en la distribución de periódicos en las calles, ya que éstas le pertenecían por antigüedad y los voceadores de la Unión deciden apoyar a sus líderes del gremio para no vender *Reforma*. Por lo que se da una disputa entre *Reforma* y Unión de Voceadores

Para poner un fin al pleito y partiendo del proyecto neoliberal, como se mencionó, el brindar apoyo a los grandes empresarios, el expresidente Carlos Salinas de Gortari "pidió a las dos partes resolver el conflicto mediante el diálogo. Además, declara que el Gobierno no impedirá los mecanismos de circulación que emplea *Reforma*"<sup>7</sup>. Esta declaración dio luz verde para que *Reforma*, o mejor dicho, para que su director trabajara libremente e independientemente con su política establecida de independencia tanto en el papel, uso de tecnologías y distribución del periódico.

Cabe señalar, que dentro de la política económica de Salinas, empresarios nacionales como extranjeros sugirieron proponer reformas a la Ley Federal del Trabajo, entre algunas de las principales demandas empresariales destacaba "...

---

<sup>7</sup> Revista Mexicana de Comunicación, "Reforma vs Voceadores", diciembre 1994-enero 1995, p 22.

libertad para que el patrón fije la tecnología, sistemas, métodos y procedimientos que más le convengan"<sup>8</sup>, su deseo se les cumplió, gracias a la política de neoliberalismo de Salinas de Gortari; así *Reforma* se comenzó a vender en los cruces, avenidas, calles de la ciudad de México, tiendas específicas de autoservicios, restaurantes, librerías, entre otros, mediante sus vendedores independientes de la UVyEPM; aunado a la tecnología de punta que emplea para elaborar los diarios en versión impresa y electrónica, a marcado a toda la editorial de Alejandro Junco en un poder de liderazgo periodístico

### 3.1.2 Características y contenido

Todo lo que se describirá sobre las características y contenido del periódico *Reforma* en papel, es necesario para comprender su edición electrónica, ya que la información y fotografías del ejemplar impreso es el soporte para la publicación electrónica.

*Reforma* es un diario matutino que se publica los 365 días del año, de tamaño estándar o sábana, ya que sus medidas son 35.5 por 58 centímetros, impreso a color, blanco y negro, el número de páginas varía de 70 a 150 diariamente.

El número de secciones varía de acuerdo con el día de la semana (por regular el periódico circula con un promedio de nueve diariamente) y los suplementos de igual manera. Las secciones y suplementos son los siguientes:

De lunes a domingo se publica la **Sección A**: conformada por información **Nacional**, contiene por lo regular 32 páginas y está formada por información nacional más trascendente de carácter político y social principalmente, dicho material se realiza mediante notas informativas, entrevistas, artículos de opinión, columnas y reportajes. En tanto, la **Internacional** contiene por lo regular 10

---

<sup>8</sup> Francisco González Gómez, *Historia de México* 2, p 214.

páginas y el material informativo es sobre acontecimientos internacionales, lo anterior está hecho por notas informativas, artículos de opinión, análisis y reportajes

La publicidad que aparece en ambas secciones (nacional e internacional), generalmente es de esquelas, telefonía celular y local, concesionarios de automóviles y de computación, anuncios relacionados con línea aéreas, desplegados, convocatorias, así como de cursos universitarios, diplomados, anuncios clasificados y de televisión vía satélite.

La sección de **Negocios** se conforma por 20 páginas aproximadamente y se especializa en el área financiera, en donde se incluyen análisis, artículos de opinión, reportajes, columnas, entrevistas y el reporte sobre los indicadores básicos de mercado: divisas, acciones, metales y petróleo. El tipo de publicidad de esta sección se relaciona con bancos, compañías que interlasan vía Internet para negocios, así como convocatorias de cursos, diplomados enfocados al sector financiero-administrativo, entre otros.

**Interfase** es un suplemento de la Sección A que aparece únicamente los lunes y por lo regular el número de páginas es de 22. Interfase es un suplemento especializado con información de computadoras e informática. En reportajes, columnas, análisis y entrevistas se presenta lo nuevo en la industria y las tendencias del mercado en el área de su especialidad; actualmente la información que aparece es sobre Internet y sus múltiples usos. El tipo de publicidad es sobre materiales de computación (impresoras, computadoras, software, entre otros), proveedores de Internet, cursos y diplomados enfocados al área de computación, eléctrica-electrónica y de Internet, entre otros; la última página incluye una Guía Informática.

La **Sección B** recibe el nombre de **Ciudad y Metrópoli**, contiene aproximadamente de 6 a 8 páginas y aparece de lunes a domingo. Entre los temas que destacan se publican fundamentalmente los relacionados con ecología, aspectos políticos, económicos, de bienestar social, de justicia y aspectos demográficos del Distrito Federal. Se incluye una parte denominada Monitor Atmosférico, en la cual se detalla los índices de contaminación, así como un pronóstico del tiempo para el Distrito Federal y del interior de la República Mexicana; el programa Hoy no Circula y el índice de Radiación Ultravioleta (UV). La publicidad está compuesta por anuncios de comercios, agencia de viaje, escuelas, supermercados y mueblerías.

El aspecto cultural aparece en la **Sección C** y consta de 4 páginas, también aparece de lunes a domingo. Los temas escritos en la sección son principalmente sobre museos, proyectos arquitectónicos enfocados a la cultura, de personalidades de la literatura, pintura, escultura, en sí de las bellas artes y temas relacionados al bienestar de las zonas rurales y de ecología. La publicidad que incluye estas páginas se relaciona con conciertos, operas, conferencias de personalidades del mundo literario y cultural, exposiciones y obras de teatro que se ofrecen en el Distrito Federal.

La **Sección D** es la deportes, se publica de lunes a domingo y se conforma de 10 páginas aproximadamente. Tiene dos denominaciones. Lunes de deportivo y deportes que aparece los otros seis días de la semana. En ambos se incluye información relacionada con el fútbol, atletismo, toros, automovilismo, tenis, golf, beisbol, voleibol, basquetbol, fútbol americano, box, ajedrez, tanto nacionales como internacionales; esto se presenta por medio de notas informativas, entrevista, crónicas, reportajes y columnas, así mismo, se publica una agenda deportiva. La publicidad que aparece en dicha sección es relacionada con automotores, publicidad de bancos dirigidos a ahorradores, líneas de autobuses, lubricantes, automotrices, cervecería, entre otros.

El jueves aparece un suplemento opcional llamado **Señor Fútbol**, el cual tiene un costo adicional y consta de 40 páginas, su contenido es de información relacionada al título del suplemento el fútbol, mediante crónicas, opiniones y entrevistas. La publicidad es de ropa deportiva, restaurantes, mueblerías, automotores, etc.

Los eventos del mundo del espectáculo son publicados de lunes a domingo en la **Sección E** o **Gente** y consta de 10 a 12 páginas. Gente es la sección de los eventos artísticos, conciertos y chismes de los artistas nacionales e internaciones, así como de las personalidades que laboran dentro de los diferentes medios de comunicación (principalmente de la televisión) y ocasionalmente de grandes personalidades como por ejemplo La familia Real de Inglaterra. En la sección se incluye la cartelera cinematográfica, la guía de televisión para canales abiertos y de cable. La publicidad consiste en conciertos, obras de teatro, así como de telefonía celular, tiendas departamentales promocionales de discos y lista de popularidad musical.

La **Sección F** que es **Expansión y Reforma**, aparece de lunes a domingo y por lo regular se forma de 18 páginas y es un suplemento comercial, en donde aparece información del avance y difusión de empresas y tecnología, productos y servicios, incluye los avisos de ocasión.

**Fortune** es un suplemento quincenal que consta de 20 páginas que contiene información de tipo financiero-económico y político-social. La publicidad que aparece es de autos, computadoras y línea aéreas.

**Primer Fila** es un suplemento semanal que aparece los viernes, contiene de 36 a 40 páginas, es una guía completa que muestra la cartelera cinematográfica, cine clubes, teatral y de actividades culturales, talleres, museos, conciertos, cursos, bares, restaurantes, centros de diversión, entrevistas y

presentaciones de libros La publicidad se enfoca a conciertos, restaurantes y escuelas de música y de nivel superior.

**Buena Mesa** es la **Sección G** y es una sección gastronómica que aparece únicamente los días viernes, aproximadamente tiene 18 páginas y ofrece recetas de alta cocina y de postres, recomendaciones de vinos, café y reportajes culinarios y de bebidas, además ofrece información sobre festivales gastronómicos, listas de frutas y su temporada, recomendaciones para comprar y preparar alimentos. La publicidad es de restaurantes de alta cocina nacional e internacional y por escuelas de gastronomía y catadores de vinos.

La **Sección H** los viernes es conocida como **Viernes Social**, ya que aparece exclusivamente los viernes y tiene de 10 a 12 páginas y se elabora a partir de sucesos o eventos que requieren las empresas, particulares, marcas especiales, agrupaciones estudiantiles, bodas religiosas y aniversarios, entre otros.

Suplemento **Gente Chiquita** que se publica los sábados con 10 páginas va dirigido a los niños y niñas, contiene información sobre cuentos infantiles, juegos, sopas de letras, dibujos, crucigramas y otros. La publicidad está enfocada a conciertos infantiles, videos de caricaturas, escuelas infantiles, centros de diversión familiar y tarjeta de débito infantil.

La **Sección Automotriz** aparece los sábados con 8 a 10 páginas, el contenido está enfocado al área automotriz, donde se puede hallar novedades del mercado como lanzamientos de nuevos autos, autopartes y otros, consejos para el mejor cuidado de los autos, listas de precios, consejos para la seguridad tanto del carro como del usuario y noticias de las principales marcas de autos. La publicidad que se exhibe es sobre agencias distribuidoras de autos, camiones y accesorios para vehículos

La **Sección G** que se publica los sábados recibe el nombre de **Moda**, tiene de 6 a 10 páginas, en dicha Sección se muestran tendencias y lanzamientos sobre el vestir, peinar, calzar o accesorios para dama, caballero y adolescentes principalmente. Tiene columnas de consejos de belleza, de cómo vestir y cómo ser un buen anfitrión. La publicidad es sobre tiendas departamentales como Palacio de Hierro, de ropa y de zapatos, así como escuelas de diseño de moda.

El día domingo se edita la **Revista Cultural** llamada **El Angel**, contiene alrededor de 4 páginas y su información es de aspectos culturales y literarios, lo anterior se realiza por medio de entrevistas, ensayos, columnas, reseñas de libros y biografías.

La **Sección H** los domingos se denomina **Sociales**, tiene de 10 a 14 páginas y es un suplemento comercial dedicado a bodas religiosas, eventos sociales, individuales, así como de empresas y marcas prestigiadas, trascendente para cierta elite social del Distrito Federal. La publicidad es de tiendas departamentales (Liverpool y Palacio de Hierro), marca de cigarros y hoteles. Asimismo, se publican columnas de belleza en la cual anuncia algún producto, lugares turísticos y sugerencias para recién casados.

**De Viaje** es la **Sección I** que se publica cada domingo y consta por lo regular de 18 a 24 páginas, su contenido se enfoca a información de lugares turísticos nacionales e internacionales, además incluye recomendaciones de hoteles, centros de atracción de diferentes ciudades, columnas sobre breves turísticas, buzón del viajero y tips, por ejemplo de primeros auxilios. La publicidad es relacionada con agencias de viajes, líneas aéreas, boletín turístico, hoteles turísticos, itinerarios de vuelo y promociones turísticas de los estados de la República Mexicana, clasificados sobre renta de casas, autos y departamentos en ciudades turísticas

**Magazine** es un suplemento dominical con entrevistas, fotos e información sobre el medio del espectáculo nacional e internacional, noticias de los ricos y famosos, horóscopos, comentarios de cine y televisión. La publicidad se enfoca a firmas prestigiosas de productos de belleza y hogar, tiendas departamentales, telefonía celular y restaurantes.

**Enfoque** es un suplemento dominical de 20 páginas, con información, reflexión y cultura política, contiene análisis de sucesos políticos pasados y actuales, una cartelera sobre actos, cursos, libros, mesas redondas, conferencias y publicaciones de la agenda política. Los anunciantes son universidades para diplomados, cursos y programas de radio.

### **3.2 Las nuevas tecnologías como herramienta para la elaboración del periódico Reforma**

Según Ana María Menéndez y Florence Toussaint <sup>9</sup>, en los periódicos del Distrito Federal se pueden observar tres modelos de cambios tecnológicos: el primero es el caso de los periódicos que todavía utilizan el sistema tradicional de linotipos o producción en caliente –que por regular ya no existe-; el segundo es el modelo intermedio donde se han introducido nuevas tecnologías sólo en algunas etapas para la producción del diario, las cuales varían de un periódico a otro; el tercer modelo es el de línea de principio a fin (on-line) o modelo electrónico, debido a que los periódicos utilizan para su elaboración desde principio a fin las computadoras tanto para la redacción como para la diagramación de la página, así como algunas innovaciones tecnológicas y la impresión se realiza en rotativa offset.

#### **3.2.1 Infraestructura Tecnológica**

Con base en lo anterior, el diario *Reforma* se puede ubicar en el modelo *on-line* o electrónico, debido a que desde su fundación ha empleado las

---

<sup>9</sup> Ana María Menéndez y Florence Toussaint, *op. cit.*, pp 21-22.

computadoras y la tecnología de punta tanto para el área administrativa como para elaboración del periódico. Actualmente *Reforma* cuenta una red de computación, que es la interna del diario y que sirve como soporte, entre sus funciones destaca el sistema computacional de la redacción, por otra parte, el periódico hace uso de la red de redes, Internet, que funciona como herramienta y soporte

El sistema computacional se encuentra formado en cinco partes:

- a) Estaciones de trabajo, utilizadas por reporteros, editores, coeditores, entre otros y subdirectores de cada área.
- b) Estaciones de trabajo especializadas, usadas para la formación de la página del periódico.
- c) Estaciones de trabajo especializadas para la elaboración de ilustraciones (principalmente gráficas y ocasionalmente imágenes prediseñadas).
- d) Estaciones de trabajo especializadas para el manejo de fotografías
- e) Servidores de la red donde se resguardan y concentran toda la información

*Reforma* cuenta también con el servicio del Sistema de Satélite Solidaridad y fibra óptica de Teléfonos de México para enlazarse con México-Monterrey y viceversa; así como, con la ciudad de Guadalajara, este proceso se realiza mediante el envío de señales que se transmiten por antena parabólica (una para el emisor y otra para el receptor de la información), así mismo, *Reforma* tiene una antena de microondas para recibir los cables informativos provenientes de las agencias de noticias.

Además de las redes computacionales antes citadas y el sistema de satélite Solidaridad, se utilizan otras tecnologías de punta como Banco de Datos o conocido entre personal del *Reforma* como Biblioteca Electrónica, Scanner;

Software actualizados como el procesador de palabras Word de Windows 95, Photo Shop, Quark Xpress, AD Director, Ilustrador, entre otros; Modem; Fax; Cámara Digital; Computadoras Portátiles; Teléfono Celular; Teleconferencia; impresoras láser y Sistema de impresión Offset, implementos que más adelante se detallarán.

### **3.2.2 Elaboración del periódico Reforma impreso en papel**

#### **1ª etapa: Agenda de actividades, elaboración de la información periodística y Manejo de Fotografías**

a) Lo primero que se hace para que los reporteros trabajen es manejar su agenda, explica Luis Enrique Cantú Garza<sup>10</sup>, existe un sistema computacional que es una agenda en la cual se dan de alta los eventos –en la noche- que se van a cubrir al día siguiente, así a cada uno de los eventos se le asigna un reportero y si es necesario un fotógrafo. “Hay dos formas de que el reportero se entere de su evento: una que se dirija directamente al periódico y consulte su agenda o la otra que llame por teléfono a la persona que se encuentra de guardia en la sección a la que pertenece y le pregunte qué tiene que hacer, lo anterior sucede cuando el reportero vive lejos del periódico y para ahorrar tiempo se comunica por teléfono”.

Después de haber asistido al evento asignado y obtenido su información, llegan al periódico y se sientan a escribir su nota, para esto los reporteros tienen un sistema de cómputo, el cual les permite llevar el control de toda la información que se genera en la redacción, es un sistema que para poder acceder a él hay que contestar las siguientes preguntas: ¿Quién eres? y ¿A qué sección perteneces?, es decir un *password* o clave de acceso, entonces ya que se validó lo anterior, se entra al sistema.

---

<sup>10</sup> Todo lo que a continuación se cita es la entrevista que se realizó a Luis Enrique Cantú Garza, Subdirector de Informática de Reforma.

Dicho sistema de cómputo está enfocado a manejar todas las notas del periódico, aparecen listados completos dependiendo de la sección y todas las notas que se han escrito sobre esa sección. Después de que el reportero dio su clave de acceso entra al sistema y da la orden para crear una nueva nota, para lo cual el sistema le pide algunos parámetros de identificación para la nota que se va a redactar como son: el título, tema, tamaño de la nota, un pequeño resumen de la nota, en sí, características generales que puedan describir la nota a realizar, posteriormente de llenar esa especie de cuestionario, aparece una hoja en blanco y en la parte de arriba el título que le puso a la nota y empieza a trabajar. Cuando el reportero termina la nota, se la envía a su editor a través de un menú de opciones del sistema de la redacción, el cual dice enviar nota al editor, para que la lea y la corrija.

“El *software* que se emplea para lo anterior, es el procesador de palabras Word para Windows de la Compañía Microsoft, versión actual (95), las computadoras que emplean tanto el reportero y editor, son de marca Dell y Compaq, los monitores son de 15 pulgadas; se trabajan con estas dos compañías, debido a que el periódico tiene negociación con ellas”.

b) Así, como el reportero fue a cubrir un evento, también acudió un fotógrafo, éste tomó sus fotografías, regresa al periódico con sus rollos y los lleva a revelar al área donde se digitalizan las fotografías. Este revelado ya no se hace tradicionalmente en un cuarto oscuro, sino que los rollos se colocan en un aparato especial para que salgan los negativos, “únicamente le regresan al fotógrafo los negativos, no se imprime la foto en papel”.

El fotógrafo selecciona las fotografías que bajo su criterio técnico y de conocimiento de imagen cree que son buenas para publicar, “así de un rollo de 24 fotos se seleccionan 10 ó 12 como máximo, ya que son las que tienen mejor calidad, lleva los negativos en un sobre con el nombre del evento a los *scanners*

del área de imágenes digitales, y la imagen que scanearon se coloca en un servidor para verla a través de las computadoras con un monitor de 20 pulgadas. Una vez ya digitalizada la imagen y si se desea corregir se hace, como por ejemplo para ponerle más color o quitárselo, en si, para retocarlas, lo anterior se ejecuta mediante el paquete de cómputo *Photo Shop*".

### **2ª etapa: Revisión de la información por el Editor**

El editor de la sección recibe las notas a través de la red interna, las comienza a leer, revisar y seleccionar para enviarlas al área de diseño, cabe señalar, "que mientras el reportero está elaborando la nota, el editor en ese momento no la puede leer, sino hasta que se concluya. Obviamente el editor recibe notas de diferentes reporteros, por lo cual, revisa cada una de ellas y decide cuál se va a publicar".

Así, el editor tiene en un sistema de cómputo todas las notas o información, las abren, las revisa y las selecciona y así como el reportero las pasa a su editor, éste mediante la red interna hace disponible las notas para los diseñadores para que formen las páginas completas.

### **3ª etapa: Area Comercial y su Esquema de Publicidad**

Quien define cómo se va a publicar todo el periódico es el área comercial. Para cada página del periódico existe lo que le llaman en el diario, el esquema de publicidad, es decir, en dónde van a ir los espacios (anuncios) de publicidad. El área comercial, determina qué anuncio aparecerá del lado izquierdo, derecho o página completa, esto debido a la venta de espacio que ofrecen y tienen que respetar la compra del anunciante.

"El área de redacción y comercial se ponen de acuerdo para que haya un balance y el periódico tenga un contenido editorial y comercial suficiente, para que no se note abrumado de información y de publicidad".

Los esquemas de publicidad se efectúan en las computadoras, no son manuales, por lo tanto son esquemas electrónicos. "El paquete o programa de cómputo que se usa se denomina *AD Director* y funciona de la siguiente manera: Primeramente se entra al programa antes referido y a través de un menú se da el orden de crear por ejemplo 16 páginas y automáticamente se colocan las páginas que se ven como unos cuadritos; del lado izquierdo se tiene una lista de todos los anuncios que se acomodarán en el periódico, posteriormente se selecciona el anuncio de la lista y se lleva a la página en qué se publicará, por ejemplo en la segunda página del lado superior derecho y ahí se da un "clip" y aparece en ese lugar un cuadro que es el anuncio o la publicidad".

Cada una de las páginas tiene su propio esquema con su respectiva publicidad y los diseñadores tienen que respetar esos espacios para los anuncios. El área comercial mediante la red interna del diario, le pasa un esquema de cada sección al área de diseño y ahí los diseñadores observan por ejemplo "que en la página cuatro hay cinco anuncios y tienen que considerarlos".

#### **4ª etapa: Area de Ilustraciones**

Esta área es aislada pero muy importante para el periódico, debido a todas las gráficas, imágenes prediseñadas como dibujos o "monitos" y encuestas, presentadas a color, ya que fue lo que dio mucha presencia al diario en el mercado y se distinguió de los demás diarios del Distrito Federal. "Por eso se le brinda todo el apoyo que necesiten tanto técnico como editorial para que hagan su trabajo de la mejor forma posible", para que el periódico siga manteniendo la posición fuerte que tiene actualmente en el mercado de la prensa.

Al área de ilustraciones todas las secciones le solicitan gráficas, imágenes, entre otros, por ejemplo, "la sección de negocios le puede pedir una gráfica con un dibujo en donde se diga cómo se ha comportado la canasta básica en la última

quincena". Para lo anterior, se usa una computadora Macintosh con monitores de 20 pulgadas y para hacer el dibujo se aplica el software Ilustrador.

#### **5ª etapa: Diseño de Páginas**

Las notas, información, fotografías, gráficas y publicidad son rescatadas a través de la red para diseñar cada una de las páginas del periódico, en esta estación de trabajo especializada para diseñar, se utilizan computadoras de la marca Macintosh y los monitores son de 20 pulgadas, son monitores grandes para ver mejor la página y el software que se aplica es el Quark Xpress "paquete de cómputo específicamente para diseño de periódicos, también se puede usar para revistas, folletos u otro tipo de publicación, pero su función es básicamente para periódicos".

Una vez que los diseñadores ya tienen las notas o la información que les mandaron todos los editores de las secciones y las fotos, así como las gráficas o imágenes prediseñadas, comienzan a diseñar la página. Todos los diseñadores tienen una carrera específica en diseño gráfico, por lo tanto, tiene habilidad para diseñar y ellos deciden cómo se van publicar las páginas, siempre y cuando respeten los espacios de la publicidad y la noticia que se conoce como de ocho columnas, o sea la principal; siguen cierto lineamiento de las noticias, es decir el editor de cada sección les señala "está nota es la principal, ahora vean qué fotos le van a poner, fuera de esto, tienen toda la libertad de diseñar o acomodar sus páginas, disponen por ejemplo si la nota va del lado derecho o izquierdo, al igual que las fotografías, gráficos o imágenes prediseñadas por el área de ilustración"

#### **6ª etapa: Elaboración de las placas para la rotativa**

Cuando se tienen las páginas de cada sección del periódico concluidas y diseñadas totalmente, vía computadora, un editor responsable las revisa y si cree que hay que hacerle ajuste, se los hacen. La gente de diseño manda a imprimir la

página, así como se mandara a imprimir a una impresora, la única diferencia es que en lugar de que salga en papel la impresión, sale en un negativo fotográfico del tamaño de una hoja del periódico, posteriormente se procede a elaborar la impresión del negativo en láminas para colocarlas en la rotativa para imprimir el diario. El proceso para sacar la lámina es como si fuera una copia, lo que se pone para sacarla es el negativo en la parte de arriba de la máquina que realizará la copia y lo que sale es una lámina con la copia del negativo con lo que se va a publicar.

Cabe destacar, que para cada página del periódico existe un negativo, siempre y cuando la página sea en blanco y negro, pero si es a color existen cuatro negativos para esa página, porque para dar la combinación de los colores se necesitan cuatro que son: el azul, rojo, amarillo y negro, con la unión de estos cuatro colores se hace una página a color.

### **7ª etapa: Impresión**

El sistema de impresión que utiliza el *Reforma* es el Offset o impresión en frío, el cual emplea básicamente tinta y agua y se basa en el principio químico de que el agua y el aceite en este caso la tinta no se mezclan, obteniendo una mejor impresión sin manchas, ni derrames de tinta.

El periódico *Reforma* trabaja con una rotativa de marca Goss, Metro-Offset que imprime 50 mil ejemplares aproximadamente por hora, la rotativa funciona diariamente por dos horas y media, para producir 120 mil ejemplares aproximadamente y cotidianamente. La rotativa está compuesta por 14 unidades aproximadamente, en una unidad hay dos tambores (rodillos) llamados porta placas y otros dos denominados porta mantilla y en cada unidad se colocan ocho páginas.

Retomando las placas a imprimir hay cuatro de éstas una por cada color y se colocan en la prensa, específicamente en las unidades, en donde sólo se pinta el color azul, en otra el rojo, en otra el amarillo y el negro. La rotativa empieza a trabajar y las unidades a dar vueltas para ir inyectando la tinta roja, únicamente donde la página en papel lleva rojo, después sigue avanzando esa misma página en la prensa al color amarillo para que se pinte lo que necesita amarillo, y sucesivamente continúa avanzando para obtener el color azul y negro y al final queda lista la página con los colores. Las páginas que llevan exclusivamente blanco y negro como el texto, se colocan directamente sólo en el rodillo que lleva la tinta de color negro.

### **8ª y última etapa: Distribución y Venta de ejemplares**

La distribución del diario se realiza para el área del Distrito Federal por medio de camionetas y su para el interior de la República Mexicana los envíos son por avión, la venta es a través de vendedores independientes, quienes reciben por cada ejemplar que venda una comisión de un peso con diez centavos\*; y lugares específicos como en ciertas tiendas de autoservicio y restaurantes.

### **3.2.3 Otras innovaciones tecnológicas**

#### **Computadoras Portátiles con Módem**

Hay ocasiones que los reporteros cubren un evento que está muy lejos, por lo mismo que se encuentran retirados del periódico no les daría tiempo de llegar a él y escribir en las computadoras del diario su noticia, para ello se les asigna una computadora portátil. Cubren su evento y en la computadora portátil escriben su nota siguiendo el mismo proceso que se explicó anteriormente para redactar la información y mediante el módem de esa computadora llaman al periódico y transmite su nota a través del enlace que se ejecuta con el módem y la línea telefónica. La información transmitida se recibe en un servidor, es decir, "una

---

\* Este dato se obtuvo directamente de un vendedor independiente del periódico *Reforma*

computadora receptora de datos y en la cual, se encuentran conectados cinco módem para que se comuniquen los reporteros para el envío de sus notas y a través de la red interna del diario le llega al editor las notas para que sean revisadas". Todo lo anterior, se efectúa para ahorrar tiempo.

### **Correo electrónico**

La información enviada por los reporteros que traen consigo una computadora portátil para los editores como se dijo les llega mediante la red interna a través del correo electrónico, "el editor abre el sistema de la redacción y así lo deja y cuando les manda una información, se deposita en su correo electrónico que se localiza en la parte de abajo de la pantalla y éste automáticamente emite un sonido como de alarma o se prende como si fuera un foco pequeño", para avisar que hay una nueva información o mensaje

El correo electrónico es el mismo que se ocupa para Internet, pero se tiene dividido en dos funciones: 1) Para Internet para recibir correo electrónico de todo el Mundo y 2) Correo electrónico interno, es decir se usa mediante la red interna del periódico, debido a que es más tardado enviar un correo electrónico por medio de Internet si se hace para la misma empresa, "no vale la pena que salga de ella y que vaya a Internet y luego regrese, es un recorrido muy largo, por lo cual, se emplea la red interna para que sea más directo y rápido".

### **Cámaras Digitales**

*Reforma* tiene cinco años y lleva aproximadamente un año usando cámaras digitales, "la evolución se está dando poco a poco en ese sentido, solamente en eventos muy específicos se utilizan dichas cámaras"

Su uso es de la siguiente manera: el fotógrafo o reportero gráfico lleva su cámara digital para tomar fotos del evento asignado y éstas quedan almacenadas en el disco duro de la cámara, el cual es movable, hay dos opciones: Primera. Que

el fotógrafo tome las fotografías, regrese al periódico y saque el disco duro de la cámara donde vienen las fotos y las traslade al área de scanners, "no para scanear las fotos, sino para que en esa área conecten el disco duro de la cámara digital a una de sus computadoras para observarlas directamente en ella y mediante la red interna del diario, se colocan en el servidor en donde se ubican las otras fotos scaneadas de las cámaras normales para que puedan ser recuperadas por personal del área de fotografías para sus retoques".

La segunda alternativa: La otra opción es muy parecida a la de los reporteros con computadoras portátiles, o sea, los reporteros gráficos llevan su cámara digital y una computadora portátil. Toman sus fotos y el disco duro de la cámara digital la conectan a la computadora portátil y ésta tiene todas las fotos y a través del módem se conectan a un servidor del periódico, así "se transmiten las fotografías y después se pasa al servidor de toda las fotos".

Las cámaras digitales sirven para ahorrar tiempo, proceso de revelado del rollo y para el scaneo de los negativos.

### **Teléfonos celulares**

En algunas ocasiones los reporteros y fotógrafos llevan consigo al evento a cubrir computadoras portátiles y cámaras digitales para lo cual, se les asignan teléfonos celulares, debido a que los teléfonos normales del lugar donde se encuentran a veces están ocupados o no hay alguno a su alcance y para evitar algún retraso en el envío de la información y fotografías se comunican mediante el teléfono celular.

### **Biblioteca Electrónica o Banco de Datos**

Juan Antonio Gallont, Subdirector Editorial de Interfase e Internet<sup>11</sup>, manifiesta, "haciendo un poco de historia Infosel (compañía que se explicará más adelante) cumplió diez años con el proyecto de crear la biblioteca electrónica del periódico *El Norte*, y a raíz de esto se originó un producto llamado Infodex, porque varias universidades y bibliotecas lo pidieron, por lo cual, se vendió como un desarrollo de software y esto se sigue internamente generando, es una herramienta de biblioteca electrónica para uso interno de todos los reporteros y editores de los periódicos (*El Norte*, *Metro*, *Reforma*, *El Sol*)".

Por ejemplo, todas las secciones de *El Norte* y *Reforma* "se indizan para consultarlas posteriormente, al igual que una serie de 20 revistas tanto nacionales como internacionales, así como 5 periódicos de renombre internacional como son: *The Wall Street Journal*, *Los Angeles Times*, *New York Times*, *Le Monde* de Francia y *La Jornada* a nivel nacional, entre otros". Lo anterior, para que cuando los reporteros estén preparando una nota o entrevista tengan una referencia más de alguna de las fuentes para complementar su información o en caso de hacer una entrevista se documenta para tenerla mejor estructurada.

Por su parte, Luis Enrique Cantú, Subdirector de Informática del *Reforma*, señala que para el caso del periódico *Reforma* "hay un servidor donde llega la información y se almacena en una base de datos (que es la biblioteca electrónica) y la gente de la redacción hace búsquedas por palabras para complementar su información", aparte de recibir información de los periódicos ya citados anteriormente -por Juan Antonio Gallont-, "se reciben cables de las agencias de noticias como Notimex, Reuters, por mencionar algunas, únicamente la consulta es interna; hay un banco de datos para consulta del público y contiene

---

<sup>11</sup> Lo que se cita en el punto de Biblioteca electrónica o Base de Datos es una entrevista realizada a Juan Antonio Gallont, Subdirector Editorial de Interfase e Internet de los periódicos *El Norte* y *Reforma*, en el último capítulo de esta investigación nuevamente se retomará la entrevista con él. Cabe señalar que después de la entrevista sobre Biblioteca Electrónica, se retoma la del Ing Luis Enrique Cantú, citado anteriormente

exclusivamente información de lo que ha publicado *Reforma*, este banco de datos es conocido también como archivo histórico”.

### **Enlace Satelital y por Fibra Optica**

Casi todo el uso de la información se maneja por fibra óptica, pero en ocasiones no pueden depender de ella porque a veces falla. Entonces si pasa esto se acude al enlace satelital.

Los periódicos *Reforma* y *El Norte* tiene un enlace satelital y de fibra óptica para enviarse mutuamente notas, imágenes prediseñadas como son dibujos, fotos y otros, por ejemplo, si hay un evento importante en el norte de la República Mexicana se manda a un reportero y un fotógrafo del periódico *El Norte* por su cercanía geográfica y si hay un evento por la zona del Distrito Federal o cerca de él se asigna a gente de *Reforma*, por lo tanto “se hace una labor conjunta sobre la cobertura del País y de intercambio de información”.

### **Antena Parabólica y de Microondas**

Existen otros enlaces de comunicación como son los cables informativos de las agencias de noticias, cabe señalar, que hay un contrato de renta con las agencias, dependiendo de las que necesite el diario *Reforma*, cada periódico decide con qué agencia trabaja. “Los cables informativos llegan algunos por antena parabólica y otros por antena de microondas, *Reforma* tiene sus antenas en el techo del edificio del periódico y las agencias desde sus propias oficinas transmiten la señal, casi como las del radio, pero en lugar de recibir música se recibe texto, imágenes y fotos, llegan a las antenas receptoras que están conectadas a las computadoras del periódico –al banco electrónico-, así los reporteros y editores o gente del diario que deseen consultar la información proveniente de las agencias, lo puede hacer a través de la comunicación con la red”.

### Videoconferencia

Cuando empezó el periódico se tenía el enlace de videoconferencias y eran a través de la red digital con fibra óptica y se mantuvo como año y medio, la tecnología empezó a avanzar en el ramo de videoconferencias, pero "se dejó por un momento, ahora nuevamente se está retomando y para finales de 1998 estará bien planteado el uso de la videoconferencia".

El uso de la videoconferencia que se ha dado es para entrevista, una de ellas que fue muy famosa es la que se hizo a la cantante y actriz mexicana Lucero, "ella estuvo en las instalaciones del periódico *Reforma* en la sala de videoconferencias y la entrevista la efectuaron los reporteros del periódico *El Norte*".

## IV REFORMA EN INTERNET (PERIODISMO ELECTRONICO)

### 4.1 La incursión del Reforma en Internet

Es necesario añadir que la decisión del periódico *Reforma* por estar en Internet, se debió a Infosel, que es la parte proveedora de tecnología tanto para dicho diario como para los otros que conforman Editora El Sol.

#### 4.1.1 Información Selectiva (Infosel)

La incursión del Reforma en la supercarretera Internet, fue desarrollada por Información Selectiva S.A de C.V., (Infosel), compañía constituida en julio de 1988, es una empresa subsidiaria de Editora El Sol (editora que incluye a los periódicos *El Norte*, *El Sol*, *Metro*, *Palabra*, *Reforma* y *Mural*), Infosel se creó al principio para generar mediante una base de datos, información seleccionada y sintetizada del periódico *El Norte* y otros medios impresos de México y extranjeros, sistemáticamente para facilitar la investigación de los reporteros de dicha editora, a través de un proceso de búsqueda y recuperación de los materiales de manera general y sencilla, a la vez esta base de datos generó un nuevo foco de comercialización para la empresa informativa.

Infosel es también la empresa que distribuye la nueva tecnología a los periódicos de Editora El Sol y está al pendiente de las innovaciones tecnológicas del mercado de la informática, para seleccionar alguna que facilite la elaboración de los diarios del grupo editorial al cual pertenece; Infosel como servicio electrónico para lo que fue creado ha ido evolucionando y ahora ofrece más servicios electrónicos, entre los que destacan: Infosel Financiero, es un servicio electrónico que distribuye datos económicos a mercados donde la toma de decisiones exige estar basada en información precisa y oportuna, para atender las necesidades de hombres de negocios, organismos gubernamentales, empresas, bancos, entre otros

Infosel Legal está orientado a la comunidad legal y ofrece información sobre jurisprudencia, legislación federal, Diario Oficial, comercio exterior, legislación estatal, periódico estatal, boletín judicial, en sí toda la información del área legal actualizada; Infosel Médico es un servicio para la comunidad médica y ofrece información veraz y efectiva a través de artículos, foros, noticias, agenda, y otros, obviamente todo sobre la medicina; Infosel Bolsa de Trabajo es la herramienta electrónica de reclutamiento de profesionistas, que pone en contacto a oferentes y demandantes de empleo. Todos estos servicios se pueden contratar mediante Infosel en línea, ya que se ofrecen por Internet.

Hoy en día, Infosel es uno de los proveedores de acceso a Internet más importante de México; Infosel, como empresa de tecnología e información electrónica y de comunicaciones en línea del consorcio que forma y que incluye al periódico Reforma, fue la plataforma para el periódico Reforma en versión electrónica.

#### **4.1.2 Reforma y su edición electrónica**

Como ya se mencionó, Internet comenzó a funcionar en México en el año de 1989, el fin era solamente académico y de investigación, fue hasta 1995 que tuvo su auge comercial, a raíz de esto el periódico Reforma en versión electrónica apareció el 6 de abril de 1995: " A partir de hoy jueves, el periódico *Reforma* estará disponible para consulta electrónica en la red mundial Internet, anunció Gerardo Adame, directivo del consorcio editorial que publica este diario. *Reforma* es el primer periódico a nivel mundial en ofrecer una versión electrónica en el formato original, incluyendo imágenes, fotografías y gráficas. La plataforma fue desarrollada por Infosel"<sup>1</sup>.

El periódico *Reforma* apareció en línea, dos meses después que el diario *La Jornada*, ya que éste fue el primer diario ciudadano en conectarse a la nueva

---

<sup>1</sup> Reforma/Especial. "Entra *Reforma* a Internet", página principal, junio de 1995.

alfombra mágica es decir, Internet, el 6 de febrero del mismo año. ¿Por qué, si *Reforma* es un diario de vanguardia, obviamente por pertenecer a un consorcio que incluye a Infosel, uno de los proveedores ahora de Internet más importantes de México y por toda la tecnología de punta con la que cuenta, no fue el primero en aparecer en la gran telaraña mundial (*WWW*)? Al respecto Jorge Arturo Jiménez<sup>2</sup> decía "había que ver cómo reaccionaría la sociedad ante esta renovación tecnológica", y al darse cuenta del "boom" o la aceptación que produjo la red que fue increíble y a gran velocidad, optaron por ella, para que el *Reforma* apareciera en edición electrónica.

Por su parte, Juan Antonio Gallont, Subdirector Editorial de Interfase e Internet<sup>3</sup>, explica: "lo que se hace como grupo editorial tiene que estar bien fundamentado, así antes de salir a Internet se realizó un estudio y análisis minucioso que llevó tiempo para ofrecer un producto con calidad, es decir bien hecho, sin prisas, para que los usuarios pudieran ver reflejado en el medio electrónico lo mismo que se publica en papel, por lo anterior, se esperó para armar un mejor producto y que gustara a la gente"

Independientemente del estudio que se ejecutó para ofrecer una versión electrónica idónea del *Reforma*, tuvieron que esperar para ver la aceptación que tendría la sociedad ante la innovación de la red mundial Internet, porque no tenía caso invertir tiempo y dinero, sino generaría algún beneficio, en este caso como industria periodística, ganancias económicas y al percatarse de los resultados positivos que causó Internet ante la sociedad mexicana, siguieron su proyecto, el cual actualmente se sigue incrementando por los diferentes servicios que ofrecen en línea como el gran consorcio que es.

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada en 1996 a Jorge Arturo Jiménez Hernández, quien tenía el cargo de Gerente de Ingeniería y Telecomunicaciones del diario *Reforma*, cabe señalar que ya no trabaja en el periódico.

<sup>3</sup> Lo que a continuación se mencionará es una entrevista que se efectuó al Ingeniero Juan Antonio Gallont, citado anteriormente

#### **4.1.3 El medio electrónico como estrategia para distribuir información**

Una estrategia para estar en Internet es la imagen, en este caso la página del periódico Reforma, debido a que posiblemente es consultado en todo el mundo; en la actualidad un medio muy eficiente y tradicional para distribuir información es el medio impreso, pero no es la única manera de hacerlo, hoy en día, existe otra alternativa el medio electrónico, por lo tanto, Reforma ofrece su información en papel para sus lectores nacionales y para los mexicanos que radican fuera de nuestro país lo hace mediante el medio electrónico, así como para extranjeros para que tengan acceso a la información al mismo tiempo que la tiene la gente de México. "Javier Salinas Maldonado, Subdirector de Proyectos de Infosel, explicó que el objetivo al publicar las ediciones electrónicas en Internet es permitir a las miles de personas y empresarios en el mundo, tanto mexicanos en el extranjero como extranjeros con intereses en México que requieran obtener información acerca de lo que sucede en nuestro País, un acceso directo y oportuno a la información mexicana directamente de la fuente"<sup>4</sup>

El contar con dos opciones para los lectores del *Reforma* es una estrategia de mercado muy importante.

#### **4.2 Usos y Ventajas de Internet**

A raíz de 1995 que se empezó a usar Internet en el periódico *Reforma* hubo un cambio en el criterio de las noticias. Inclusive se añadió una nueva forma de reportear y surgieron debates internos y de ética, porque se comenzaron a realizar entrevistas electrónicas, que actualmente es una práctica común en el diario *Reforma*. Las políticas del manejo periodístico del *Reforma* y *El Norte* evitaba las entrevistas vía telefónica y después electrónicas, pero se empezó a descubrir que la entrevista electrónica da posibilidades que antes no se tenían, por ejemplo el haber entrevistado a Nicolás Negroponte, personalidad muy conocida en el ramo de la electrónica y que difícilmente tendría tiempo en su

---

<sup>4</sup> Juan Carlos Zamora, "Tiene *Reforma* su edición para Internet", *Reforma*, sección A Interfase, año 2, número 499. México, 17 de abril de 1995

agenda para atender una cita con el periódico, por lo anterior, a través de Internet se le envió un cuestionario y él lo respondió; "la entrevista se publicó, gracias a las ventajas que ofrece la supercarretera de la información, Internet"<sup>5</sup>.

Otra ventaja que ofrece Internet es la gran cantidad de información que hay sobre todos los temas y eso se usa para recopilar y elaborar información para algunas secciones del periódico por ejemplo, el personal de la sección Moda en un momento accesa a la moda más alta de todo el mundo como las ciudades de París o Nueva York, entonces con un "teclaso" ven cuál es la tendencia mundial y a través de ello pueden complementar la información que estén elaborando; o antes de ir a una entrevista local se documentan con lo que hay en Internet para armar su entrevista y ver qué opina la gente local del Distrito Federal y Monterrey sobre las tendencias mundiales de moda de otras partes del mundo.

También se tiene el acceso directo a todas las compañías; la sección de Interfase tiene relación con muchas compañías computacionales, en tanto la sección automotriz trata con todas las armadoras de carros; anteriormente obtener información era difícil porque aquí en México, las casas matrices de dichas compañías les mandaban los comunicados o referencias sobre sus nuevos productos con mucho retraso; en la actualidad se consulta en Internet la página de IBM y se checa cuáles son las últimas noticias sobre esa compañía o ver la página de la Ford y obtener de ahí información sobre los modelos con sus características de cada uno. Internet ha abierto un panorama para encontrar información en una forma más rápida y ágil que la que antes se tenía, porque si no se contara con la red mundial, si se conseguiría esa información pero se perdería la oportunidad de tenerla en minutos, "ya que sería cuestión de días o semanas como anteriormente era, debido a que se redactaba una carta solicitando la información, enviarla por paquetería o mensajería y esperar a que contestarán; ahora todo se hace diferente y rápido por Internet".

---

<sup>5</sup> Se retoma nuevamente y se cita la entrevista al Ing. Juan Antonio Gallont.

Asimismo, los reporteros aprovechan la información que hay en Internet sobre los gobiernos estatales, municipales y de la administración a nivel nacional e internacional, al respecto el FBI en Estados Unidos publica por ley todos los sueldos de sus empleados desde el director hasta el último agente, si se quiere saber el sueldo de cualquier persona de dicha agrupación se ve la lista. Dicha información "sirvió a un reportero del periódico como ejemplo para una entrevista que le aplicó al Procurador Jorge Madrazo, donde le explicaba que el FBI publica al alcance de todo el mundo los sueldos y le pregunta que aquí en México cuánto gana un agente de la policía judicial federal, Madrazo evadía eso pero al fin de cuentas dio un rango que de 9 a 16 mil pesos, pero eso era muy ambiguo".

Rossana Fuentes Berain, Directora de Reportajes Especiales e Investigaciones del periódico Reforma y el reportero Ernesto López, de la sección Interfase, emplean Internet como medio de información y comunicación, es decir como herramienta laboral (**ver entrevistas en el anexo 4**).

De alguna manera Internet sirve para *Reforma* para simplificar mucho el acopio de información y acortar las distancias. Por otra parte, el correo electrónico también les ha ayudado bastante tanto para comunicarse internamente como para el exterior, debido a que por un lado no pierden tiempo con llamadas telefónicas; si la persona no se encuentra hay que dejar recado y esperar a que se comunique o simplemente no contesta debido a que no hay nadie en ese lugar, en cambio con el correo electrónico simplifica lo anterior y la comunicación es más directa, porque se escribe el mensaje para recibir una respuesta inmediata, teniendo como resultado una interacción, es decir, una retroalimentación.

Por lo tanto, el uso que le ha dado *Reforma* a Internet es el de una herramienta para elaborar, complementar su información, enviar y recibir mensajes por el correo electrónico o e-mail. Una de las ventajas que ha obtenido

el diario -en si su grupo editorial-, son las ganancias económicas que les deja la edición electrónica, aparte de las utilidades citadas como herramienta.

#### 4.3 Publicidad y Negocios en Internet

Según el diccionario, publicidad es el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos; es una forma de ejecutar algo sin reserva a que lo sepan todos. La publicidad se maneja para comercialización de algún producto mediante diferentes medios, actualmente es a través de los medios masivos radio, televisión y prensa.

La publicidad ha jugado un papel muy importante para cualquier medio de comunicación, es parte de su infraestructura económica (ya que se cobra por los espacios que el anunciante elige con el fin de ser vistos por la gente, para que a la vez ellos -los anunciantes- obtengan ganancias), en este caso para la prensa tanto para el medio impreso y ahora electrónico, claro que al compararlos hay diferencia, en el periódico en papel abunda más la publicidad por el formato, en cambio en el periódico electrónico aparece menos publicidad.

La publicidad ayuda a crear o desarrollar un mercado, introducir un nuevo producto o servicio. Internet ha permitido crear nuevos servicios en cuanto a publicidad se refiere, hasta el momento "existen tres modos de publicitar en Internet: a) Sitios patrocinados (como ESPN.com); b) Buscadores patrocinados (como Yahoo.com y c) Puertas de acceso a sitios (como Netscape.com)... Actualmente el modo más popularizado de anunciar en Internet es colocando *banners* publicitarios en los web sites que visita el público objetivo, los cuales hacen links a los sitios de los anunciantes. . Los tamaños más estandarizados son los siguientes (la medición es en pixels), 460x60 *Full Banner*, 460x55 *Full banner*, 392x72 *Full banner* con barra vertical de navegación y 234x60 medio banner"<sup>6</sup> (ver ejemplos de *full banner* en el anexo 5).

---

<sup>6</sup> <http://www.udep.edu.pe/quid/medios7.htm>

Así es, Internet ha abierto un nuevo canal para la comercialización mediante espacios o *full banners*, que ofrece la prensa en este caso y a tenido gran éxito y aceptación por parte de los anunciantes, por las ganancias generadas por este tipo de publicidad, porque como se ha mencionado, los que consultan Internet es gente con mayores recursos económicos y al final de cuentas son los que compran más, por consiguiente exige a los grandes empresarios a evolucionar o morir, en este caso a los dueños de los periódicos para ofrecer nuevos espacios de publicidad para que los publicistas anuncien sus productos en línea.

"*Reforma* lleva tres años como periódico electrónico y por lo mismo todavía falta hacer mucha labor de convencimiento con los clientes, muchos clientes están convencidos que el medio impreso les funciona para publicidad, pero tienen miedo de invertir en campañas publicitarias en Internet, porque no saben cuál será la respuesta, en cambio otros están convencidos del éxito que se puede obtener a través del medio electrónico y de hecho se tiene bastantes anunciantes para que los vean mediante la edición electrónica del *Reforma*."<sup>7</sup>

*Reforma* tiene un tipo de publicidad que ofrece en línea que son los *full banners* y tres maneras de ingresos que obtienen a través de Internet (negocios):

1) *Full Banner*: Los *full banners* como se mencionó, son los anunciantes típicos para Internet, y son espacios en donde hay publicidad y se colocan en la parte de arriba y a todo lo largo de la página del periódico, como si fuera una cintilla, destaca como un título. La medida que manejan del *full banner* es de 468x60 píxeles.

"El concepto moderno de publicidad en Internet se maneja por impresiones, es decir, donde una impresión es un "pantallazo", ello equivale a que alguien vea

---

<sup>7</sup> Se retoma nuevamente la entrevista con el Ing Juan Antonio Gallont.

esa página; hay un estándar a nivel internacional ya establecido para el cobro de la publicidad que consiste que por cada mil impresiones, hay una tarifa en dólares que se cobra por esas mil impresiones, por ejemplo, por cada mil personas que vea un anuncio o publicidad en una página del *Reforma* o *El Norte*, se les cobrará a los anunciantes una cierta cantidad, es un estándar internacional ya aceptado en todos los periódicos y otras publicaciones electrónicas en Internet" (ver anexo 6).

Entre el *Reforma* y *El Norte* en Internet se tienen aproximadamente 20 anuncios corriendo en diferentes momentos, son rotativos, antes los anuncios estaban fijos, pero ahora están circulando más porque no están asociados a una sección en especial, sino que aparecen en todas las secciones del periódico electrónico, y eso es lo que piden los anunciantes más visibilidad y finalmente esto se vuelve al igual que la televisión un negocio de *rating*, entre mayor cantidad de circulación o audiencia más cara se vende la publicidad.

Para ofrecer al anunciante la garantía de que su producto tendrá éxito si se publica mediante la versión electrónica del *Reforma*. Se realizan encuestas para saber si la gente que los consulta son de clase alta, media; más hombres que mujeres y rango económico, en base con lo anterior, se les ofrece a los anunciantes en Internet, que sus productos están llegando a su objetivo de audiencia, a diferencia del periódico impreso, porque es masivo. Por ejemplo, si, el banco Banorte desea sacar una nueva cuenta de inversión y quiere que su publicidad esté dirigida a cierta gente con un ingreso determinado, "nosotros le ayudamos y garantizamos que anunciándose a través del *Reforma* en Internet su anuncio llegará a ese tipo de demografía".

Igualmente puede suceder con compañías de carros como Mercedes Benz o la BMW, que obviamente por el tipo de automóviles que venden no son tan masivos, para este tipo de compañías, "se les ofrece campañas por medio de

Internet orientadas a un nicho de mercado específico, aunque la gente de ahí son pocos pero son clientes potenciales; es una gran diferencia que el anuncio esté en periódico electrónico a andar circulando entre 150 mil ejemplares que le pueden llegar a un director de empresas que aún lustrador de calzado”.

Lo anterior, ayuda a cambiar el esquema de publicidad en Internet, Reforma se ha ido adecuando en las tendencias mundiales que hay sobre este medio, lo cual marca que la venta de publicidad funciona a través de los *full banners*, mediante impresiones o sea las visitas a cada página; la publicidad de *full banners* es una parte para hacer negocio en Internet.

2) Transacciones comerciales o negocio electrónico: Otro tipo de ganancia económica que se desencadena a través del *Reforma* y *El Norte* en Internet, es la de transacciones comerciales o negocio electrónico, por ejemplo se firmó un convenio con una librería virtual intitulada AMAZON de Estados Unidos, la cual maneja miles de títulos de libros, revistas, CD, entre otros, y en un año que tiene más o menos de estar en Internet, se convirtió en una de las librerías virtuales más famosa. Para adquirir algún libro por ejemplo, se entra a su página electrónica, se escribe el autor y el título del ejemplar deseado, posteriormente preguntan a qué ciudad o País quiere que se mande ese libro; la librería virtual realiza un cálculo para ver si la entrega es inmediata o en semanas, el lector decide en qué tiempo quiere su volumen y en base con dichos datos, se da el número de tarjeta de crédito y a vuelta de mensajería llega el libro, cabe señalar que AMAZON tiene su propia dirección electrónica, "pero si alguien la consulta mediante *Reforma* o *El Norte*, y por cada libro que se venda, la librería virtual detecta por qué página hizo la entrada y por cada venta, se nos da una comisión", es decir, si algún usuario entra a la edición electrónica del *Reforma* y desde ahí realiza la liga a la página electrónica de la citada librería, ésta se percata por dónde fue el acceso para consultarla y da una comisión a la compañía intermediaria (en este caso al periódico *Reforma*)

3) Acceso a Internet: Otro tipo de negocio es mediante el acceso a Internet, es decir, el usuario que desee conectarse a la gran red mundial Internet, lo tiene que hacer a través de un proveedor de Internet, en México existen diversos proveedores, entre los cuales destaca Infosel que pertenece al grupo editorial al que pertenece *Reforma*, por lo tanto, la otra manera de obtener ganancias es por la conexión a Internet mediante Infosel, si se elige a dicha compañía el acceso al archivo histórico, al noticiero en directo del *Reforma* es gratuito y a todos los servicios que ofrece Infosel, pero si se opta por otro proveedor de Internet que no sea Infosel, hay que pagar un costo adicional para poder consultar lo anterior.

#### **4.4 Consulta por género y lugares de acceso**

Internet sigue siendo un medio electrónico masculino tentativamente cerca del 70 por ciento son hombres, pero está cambiando porque el público femenino que visita Internet va creciendo a tasas interesantes; "en México se espera que para el año 2000 será el 60 por ciento en hombres y el 40 por ciento en mujeres. En relación con lo anterior, en Estados Unidos el último dato que se tiene es por la Internacional Date Corporation (IDC), empresa que hace estudios de mercado, y dice que el 51 por ciento son hombres y 49 de mujeres, casi es parejo en Estados Unidos, por la delantera que nos lleva".

El género que más consulta *Reforma* versión electrónica es el masculino con la tendencia del 70 por ciento y 30 por ciento por mujeres, "esto se nota en la sección de deportes por el tema de fútbol, aunque hay mujeres que les gusta; se percibe un índice muy elevado de respuestas de consulta por parte de los hombres, simplemente ahora que fue el Mundial de Fútbol 1998 en París, Francia, se publicó un especial sobre las novias de los astros del Mundial y las visitas por los hombres fueron altísimas, confirmando así que las estadísticas concuerdan con los estudios de mercado, que regularmente son hombres los que consultan Internet"

La experiencia que tiene el *Reforma* es que la gran mayoría de sus usuarios, el 70 por ciento se conecta a Internet desde sus oficinas en horario de trabajo "de hecho es muy notorio que la versión electrónica del *Reforma* en Internet, el sábado y domingo sea poco consultada, bajan las visitas a una cantidad ridícula", porque la gente tiene más acceso desde la oficina para conectarse y consultar. El otro 30 por ciento de los usuarios del *Reforma* versión electrónica, proviene de universidades tanto privadas como públicas, y el género que más los visita son los hombres. Con ello se comprueba lo que se mencionó en el primer capítulo que el género masculino es el que más frecuenta Internet.

#### **4.5 Hacia el futuro**

Mes con mes, la gente ingresa más a la edición electrónica del *Reforma*. Hay dos maneras para medir la consulta, una es para saber la cantidad de usuarios diferentes que entran al diario y la otra es la permanencia, porque el más grande reto no es que entren, sino, mantenerlos, "nuestro rango de permanencia es aproximadamente de diez impresiones por usuario, cada usuario que entra a nuestros productos ve en promedio diez diferentes áreas, es decir, entra a la portada, luego se pasa a la sección deportiva, a la del Angel; Interfase, por citar algunas, y ese mismo usuarios está navegando en varias páginas del periódico; ese es el gran reto lograr la permanencia, todos los días estamos logrando que se queden más tiempo con nosotros, porque se les ofrece productos interactivos como el noticiero En Directo" (se detallará mas adelante), "el cual se actualiza diariamente, cada cinco, diez minutos o media hora, dependiendo de las últimas noticias que se generen en el día, con esto el usuario se queda a ver la información que se actualiza"

Difícilmente la versión electrónica del *Reforma* podría desaparecer, ya que aparte de ofrecer información interactiva; Infosel que es su proveedor ofrece otros servicios (ya explicados al principio de este capítulo, pero se retoman nuevamente para entender mejor este punto), como la bolsa de trabajo "ya que a

la gente les gusta mucho, así como el aviso clasificado de empleos, en donde las personas pueden colocar sus curriculums gratis y sólo se les cobra a las compañías que quieran ver a detalle el curriculum de cualquier persona, "la compañía puede ver la lista de curriculums que hay, pero si le interesa uno en especial es cuando se hace el cobro".

Hay otros servicios que se brindan a mercados específicos como Infosel Financiero y Legal que son servicios cerrados y cobrados; "que van orientados a la comunidad legal como a los abogados, juristas y por otro lado a la comunidad de finanzas como banqueros, economistas; se tiene un número reducido de gente que están dispuestos a pagar una cantidad interesante de dinero por tener acceso a la información más actualizada, por ejemplo, Infosel Financiero alimenta cada segundo a ese sector, todo lo que está pasando en la Bolsa Mexicana de Valores, porque para ellos un minuto significa miles de millones de pesos, por lo que están dispuestos a pagar cierta cantidad mensual por tener información en tiempo real", es decir, al instante.

Al consultar los servicios de Infosel, también se vislumbra al diario Reforma, por eso cada vez el grupo editorial, se refuerza cada día en su infraestructura comercial y de servicios, en este caso *Reforma* seguirá teniendo éxito como diario electrónico y por sus servicios como el noticiario En Directo; tal vez su única competencia que tenga sea con su versión impresa, ya que es el soporte de la electrónica. "Es muy lejano que el medio electrónico pueda sustituir al medio impreso, la gente le gusta leer en su formato tradicional, debido a que es muy cómodo y portátil; traer una computadora portátil, por ejemplo, para ver la edición electrónica, es difícil por diferentes razones, por otra parte, tardaría mucho para leer la información de la versión electrónica"; por lo que es muy difícil que compitan entre sí la versión impresa y electrónica del *Reforma*, porque cada uno ofrece alternativas de lectura para cada ocasión.

Por otro lado, a pesar que Internet se parece más a una televisión, ésta tampoco podrá ser rival de la red, en primera porque en la televisión no hay interactividad, es decir, retroalimentación, además si se quiere ver un noticiero en especial hay que esperar una cierta hora y en Internet, no, porque se consulta en este caso el noticiero En Directo del *Reforma* a la hora que se desee y hacer comentarios sobre una noticia a través del correo electrónico y obtener una respuesta. El periódico electrónico desaparecería siempre y cuando si el usuario no lo consultara, pero esto es algo imposible, ya que Internet enriquece la forma en cómo llevar información.

#### **4.6 Reforma en Internet (Periodismo Electrónico)**

Como se recalcó, el periódico electrónico *Reforma* lleva tres años en la nueva alfombra mágica mejor conocida como Internet; sus formatos y la manera de acceder a ellos han tenido tres cambios, al principio la consulta era gratuita -independientemente con qué proveedor se contrataba para Internet- tanto para ver el ejemplar del día como para los de días anteriores, archivo histórico y búsqueda por palabras. El formato era con más fotos de las que se manejan ahora, las *home pages* contenían cinco fotografías y ligas para información, es decir se daba un enter en cualquier fotografía para poder ver la información textual, esto abarcaba mucho espacio en la computadora. La segunda versión consistió en que se tenía que pagar para ver toda su *home pages*, o sea desde el ejemplar electrónico del día, atrasados, archivo histórico y búsqueda por palabras. La publicidad para ambas versiones era mucho más que la de ahora, porque se tenía por ejemplo del lado derecho una línea vertical del largo de la página electrónica del *Reforma* y en ocasiones la publicidad la colocaban en la parte de arriba, horizontalmente; todo esto aunado con las fotografías del diario causaba mucha dificultad para llamar la página electrónica del *Reforma*, por todos los gráficos que poseía, por lo anterior, se realizó una tercera versión que consistió en un rediseño de la página electrónica, se cambió la presentación de la publicidad y ahora es mediante *full banners* que son líneas horizontales que se

colocan arriba del nombre del periódico y hay uno por cada sección; las cinco fotos se quitaron, ahora hay menos, es decir su formato se hizo más ligero para que los usuarios no tuvieran problema para verlo; se añadió un sistema nuevo el noticiario En Directo (más adelante se detallará) y el ejemplar del día se ve gratuitamente, pero hay que pagar para consultar ejemplares anteriores, archivo histórico, búsqueda especializada y para el noticiero En Directo (esto siempre y cuando el proveedor a Internet, no sea Infosel).

Los cambios fueron para brindarle al público un acceso mucho más rápido y fácil, así como para ahorrarse costos en la producción en línea, ya que al hacerlo más automatizado se requiere de menos personal, debido a que las nuevas herramientas tecnológicas abaratan los costos de producción.

Al respecto, Juan Antonio Gallont, señala "la red que tenemos actualmente no es la misma que la de hace uno o dos años, las herramientas que tenemos a nuestro alcance ahora nos permiten dar una identidad para que el periódico electrónico *Reforma* sea más automatizado para que pueda ser consultado desde las 7 de la mañana; al tener las herramientas automatizadas garantizamos que con el esfuerzo de un *staff* reducido se pueda llevar la tarea de armar el periódico en Internet a tiempo y con mejor calidad. En 1995 con la primera versión que teníamos, las herramientas eran más limitadas y por eso la imagen que tenía el periódico no era tan dinámica como la actual, posteriormente empezamos a colocar más información como el noticiero en tiempo real En Directo. El rediseño que se hizo fue para hacerlo más amigable para los usuarios, ya que muchos de ellos a través del *e-mail* nos mandaban comentarios como, si no encontraban algo, o que se les hacía muy difícil la navegación, otro problema fue que la velocidad de transmisión y el enlace que hacían para conectarse al diario electrónico *Reforma* era muy limitada, muy lenta. Gracias a esta herramienta que ofrece Internet que es el correo electrónico o *e-mail*, nos dimos cuenta de lo que el público quería"

“Hay que recordar que tradicionalmente venimos de un medio impreso; tanto en el *Reforma* como en *El Norte* se hace un intensivo uso de las gráficas y fotografías, nuestros productos se distinguen por ser intensivos en ello. Pero para la versión electrónica los mismos diseños no se pueden usarse tal cual, porque sería impráctico para los usuarios, ya que una gráfica grande se tardaría tal vez horas en leerse y verse, y la gente se desesperaría e iría a buscar a otro diario su información; se ha aprendido a encontrar un balance sin sacrificar mucho el diseño y por eso fue el segundo rediseño. Cabe señalar, que el primer diseño fue desarrollado en su totalidad, es decir, las fotos e información por ingenieros de Infosel, por lo cual, era muy lineal, casi no había valor editorial; el segundo diseño contiene mucho valor agregado de la redacción, debido a que el contenido editorial tanto impreso como electrónico tiene que ser el mismo, por ejemplo, todo lo que aparezca en la sección electrónica de deportes, lo tiene que proporcionar el editor de deportes de la versión impresa, un caso fue el especial que se realizó para Internet durante el Mundial de Francia 1998, se hizo conjuntamente con Infosel para la parte técnica, pero todo el contenido lo proporcionó las secciones deportivas impresas tanto del *Reforma* como de *El Norte*, y tuvo gran cantidad de visitantes, porque fue muy similar a lo que la gente lee en el periódico impreso y lo que podía ver en el periódico electrónico, con la gran ventaja que se estaba actualizando durante el día, contrario del periódico impreso que hay que esperar hasta otro día para saber sobre una nueva noticia”.

#### **4.6.1 Elaboración**

El proceso de elaboración del periódico electrónico del *Reforma* comienza de 4 a 5 de la mañana y a las 7 de la mañana está disponible al público en general. A esto señala Juan Antonio Gallot: “ El periódico está para consulta a partir de las 7 de la mañana tiempo de México, que varía porque en Nueva York es una hora más tarde, de hecho hay quejas de la gente de esta ciudad que quisieran verlo más temprano, pero nosotros hemos fijado esa hora para no

soltarlo antes y para evitar el plagio de nuestra información en otros medios. En Estados Unidos es diferente, debido a que los derechos de autor son muy respetados, y las leyes sí ayudan a proteger la propiedad intelectual; periódicos como el *Dallas Morning News*, por ejemplo, si se consultan a las diez de la noche, se puede ver ya la página que se va a publicar al día siguiente; pero aquí en México es muy riesgoso, si así, cuidándonos de repente nos damos cuenta que alguna información que manejamos aparece por otro lado, y a veces no sabemos cuál sea la causa, puede ser un descuido. Las secciones se hacen muy temprano y algunos periódicos tienen un menor tiraje, por lo tanto, se publican más tarde; pues vienen por una copia de nuestro periódico y de ahí saca información y la reproducen”.

El avance tecnológico en este caso Internet que permite una difusión mundial, ha provocado un peligro, que se le presenta a los periódicos electrónicos, como es precisamente la piratería o el robo de la información por parte de la competencia o algún otro medio, ya que es muy fácil copiar, manipular y transformar cualquier información que se vea en el ciberespacio, independientemente de las leyes de derechos de autor de cada país, éstas sólo se aplican para defensa de la publicación sobre papel, pero qué pasa con las publicaciones electrónicas, hasta el momento en el aspecto jurídico no hay una ley específica para el ciberespacio, dentro de él, el periodismo electrónico. Lo anterior, ha promovido un intenso debate jurídico y mientras se resuelve, día con día se puede obtener lo que se desee de Internet.

La elaboración de la edición electrónica del *Reforma*, se lleva al cabo en las instalaciones de la redacción de Infosel en la ciudad de Monterrey. El proceso para subir la información a Internet comienza entre las cuatro o cinco de la mañana, primeramente se envían desde las oficinas del diario en el Distrito Federal, las primeras notas del periódico y las primeras páginas de las diferentes secciones que incluyen las fotografías, mediante el enlace satelital que se tiene

entre México-Monterrey. Posteriormente a través de la red se reciben toda la información para comenzar a trabajar y publicar la edición electrónica.

Al respecto, Remigio Willman Gutiérrez, Editor de Internet y del noticiario En Directo de los periódicos *El Norte y Reforma*<sup>8</sup>, explica "La información enviada por el *Reforma* se guarda en un servidor una vez que es el cierre del periódico. Posteriormente, después de recibirla aquí en Monterrey, se indiza la información", es decir se ordena la información que aparecerá en edición electrónica y se guarda en folders ya establecidos, o sea una carpeta como se conoce en informática, con identificativos que son siempre los mismos por ejemplo, se antepone primero la primera letra del periódico *Reforma* "r", después se ponen el nombre de la sección y la extensión html que es la que permite leer los formatos para Internet, entonces queda así el folder "rprimera.html"; "rlocal.html" o "rdeportes.html", entre otros, así cada folder tiene su nombre o identificador para cada sección. La información queda establecida con los Facs que son los identificadores que llaman los textos, las páginas, imágenes y otros, es decir un proceso ya programado que corre a través de una macro o computadora para leer todo mediante Internet

"En la redacción de Infosel aquí en Monterrey, una vez que se clasificó la información, mediante el proceso de indizar, se manda las portadas de cada sección en una primera etapa y después la liga para la demás información. Por medio del formato PDF que es un formato que permite ver la portada tal y como salió publicada en papel impreso", es decir cómo fue digitalizada en el departamento de diseño de páginas a través del paquete de cómputo Quark Xpress. Todo el proceso de subir la información al taxi cibernético Internet, está automatizado o programado, únicamente lo que hay que hacer día con día es actualizar la información y fotografías y la manera de hacerlo es mediante un

---

<sup>8</sup> Lo que se refiere a la elaboración electrónica del *Reforma* y el noticiario En Directo, corresponde a una entrevista que se efectuó al Lic. Remigio Willman Gutiérrez, Editor de Intert y el noticiario En Directo de los periódicos *El Norte y Reforma*

programa diseñado para Internet, que lo realiza automáticamente, para ahorrar tiempo y personal.

“A las 7 de la mañana está listo el periódico electrónico para consulta del público y partir de esa hora se puede ver la primera noticia del día y la actualización del noticiario En Directo”. En Directo es un noticiario que se puede consultar en el Web del *Reforma*, es una sección que muestra la información proveniente de la redacción de los diarios *El Norte*, *Reforma*, así como de cables informativos de agencias, información de televisión y radio; la información se está actualizando constantemente, es decir, cada vez que surge una noticia relevante se coloca en línea a través de En Directo, cabe destacar que la información que tiene prioridad es la proveniente de “los reporteros de la redacción de *El Norte* y *Reforma*, porque ya fue verificada por ellos mismos; y así se arma En Directo”.

“La información en línea, es decir, el noticiario En Directo, no tiene todo el contenido que tiene al día siguiente la información impresa, porque el proceso para el periódico impreso es diferente por ejemplo, el cierre es hasta muy noche, y en línea se tiene que trabajar durante el día y el cierre es entre siete u ocho de la noche. Hay ocasiones que primero aparece en el periódico impreso la noticia principal que nosotros –en línea–, no pudimos poner en la noche anterior, pero a veces cuando se coloca la última noticia En Directo, esa será la nota principal de portada del periódico impreso y así el lector tiene ya idea de lo que se publicará al siguiente día”.

Existen dos *software* que se emplean para los noticiarios en línea el *Homesite 2.5* a y el *HtmIWriter*, “nosotros usamos el *HtmIWriter* porque es más rápido; son formatos preestablecidos o sea un machote, los llamamos y únicamente vas cambiando el título, imagen y el cuerpo de la información. Es como un *word* pero para Internet, pero es un programa previamente hecho”, este

es uno de los elementos que se utilizan para crear el texto para la edición en línea o En Directo.

Otro elemento aparte del texto, para complementar la información para En Directo son las fotografías o imágenes, las cuales "las obtenemos de nuestro Infodex que es la biblioteca electrónica donde se guardan notas, archivos de fotos y otros, o por medio del photo editor donde se guardan todas las fotografías, ambos son sistemas internos."

Para elaborar el contenido de la información en línea es necesario aplicar ciertos criterios de independencia, ya que solamente hay un editor para En Directo a comparación del periódico impreso que son varios para cada sección. Como empresa editorial se tiene un manual de estilo general, así como una línea editorial que es la forma en cómo se va a trabajar, para lo que se muestre al público tenga calidad en su contexto; la información tiene que ser veraz y relevante tanto para la edición empresa como en línea.

"Para la edición impresa cada sección tiene su editor y él se encarga de definir qué fotos y notas se publicarán, en cambio en línea yo tengo que mantenerte informado de lo que ocurre en el día, pero tiene que ser la información más importante del momento, porque informaciones hay muchas, pero la noticia que elija tiene que ir de la mano con lo que tal vez se publicará a otro día en el Reforma, así estoy avanzado de lo que se publicará en versión impresa", es sólo una persona que tiene que escoger que se pondrán en línea, el editor del noticiario En Directo.

"Todas las notas de En Directo o en línea son de prioridad y hay que aplicar un criterio para seleccionarlas, porque se reciben por ejemplo en media hora aproximadamente 175 cables informativos y de algunos de ellos hay que

optar por el o los más sobresalientes, validándolo con el área de la redacción de los periódicos *El Norte y Reforma*".

Se realizan monitoreos de distintas fuentes como radio, televisión, cables informativos y las notas de los reporteros que es la información de campo y por la redacción integrada, ésta se consulta mediante la red interna y para hacerlo hay que dar una clave de acceso, cabe señalar, que no todos tienen acceso a la redacción integrada solamente los editores; una vez que fue aceptada la clave, se puede tener acceso a todas las secciones para escoger y ver las notas terminadas por los reporteros, dichas notas se tienen clasificadas por orden de importancia; los monitoreos se llevan continuamente.

"La noticia que se tiene en el momento se coloca y si llega algo más sobre esa noticia, se añade a esa nota lo que llegó o se complementa, se pone al día, o sea se fracciona. Según la hora en qué se tenga la noticia se actualiza, pero hay un cierto parámetro para poner cabezas y notas, para ir actualizando, como se dijo antes, la primera nota se coloca a las 7 de la mañana, después a las 10 de la mañana, 13:00, 16:00 y 19:00 PM, pero si llega una información a las 8:30 de la mañana y no hay que esperar hasta las 10 de la mañana para publicarla", dichos horarios son puntos de referencia, porque como van apareciendo las notas, éstas se presentan en el momento dentro del horario del noticiario del día 7:00 a 19:00, hay cinco notas de peso en las cinco horas antes citadas.

Cada persona del noticiario en línea o redacción de Infosei tiene un manual, donde vienen ya sus actividades a realizar desde la 7 de la mañana hasta la hora del cierre; desde indizar, poner fotos, textos, hacer respaldos, monitoreos de televisión, cables informativos, radios y las notas de la redacción integrada solamente las consulta el editor de En Directo.

Para ciertos estudiosos en comunicación electrónica, los noticieros en línea son una gran ventaja que se tiene sobre el periodismo impreso, ya que no hay que esperar hasta otro día para saber sobre la nota de ocho columnas, es decir la principal, en cambio para otros, no es impactante este concepto en línea, porque se cree que los noticieros en línea, se parecen a las estaciones de radio y por lo tanto, pierden su contexto. "Algunos expertos consideran que el plan *on-line* representa el cambio más grande en la industria editorial desde la invención en el siglo XV, del tipo movable... Ya que muchos periódicos electrónicos que se actualizarán durante el día corren el peligro de parecerse a las estaciones de radio que transmiten todo el día noticias, donde la inmediatez se valora por encima de la profundidad y el contexto"<sup>9</sup>

#### **4.6.2 Página Electrónica actual del *Reforma***

Para leer *Reforma* en Internet, hay que tener primero una computadora, un módem, una línea telefónica y contratar los servicios de algún proveedor para Internet, independientemente qué proveedor se elija para conectarse al gran taxi cibernético Internet; se tiene el acceso al ejemplar del día del *Reforma*, pero si se desea ver su archivo histórico, ejemplares anteriores, o el noticiario En Directo, hay que pagar un costo adicional a Infosel para tener acceso a esos servicios, esto se lleva al cabo cuando dicha compañía no es el proveedor a Internet. Pero si desde un principio la conexión a Internet es mediante Infosel el acceso a todo el diario *Reforma* es gratuito, incluyendo su archivo histórico, ejemplares anteriores o En Directo.

La tarifa para la conexión a Internet a través de Infosel varía, hay diferentes planes el mensual, trimestral, semestral y anual, así como tres tipos de servicio que son el básico que incluye de 10, 30, 60 y 120 horas; el ejecutivo que tiene 30, 90, 180 y 360 horas y el empresarial que son de 100, 300, 600 y 1, 200 horas (**ver anexo 7 de solicitud para Internet y tarifas**).

---

<sup>9</sup> Raúl Trejo Delarbre, op. cit., pág. 91.

Pero si el proveedor de Internet no es Infosel y es otro, hay que realizar un pago a ésta compañía para ver los archivos históricos, ejemplares anteriores y En Directo, de los diarios *El Norte* y *Reforma*. Las tarifas varían según el plan que son tres: trimestral, semestral y anual, y son para consultar las secciones antes mencionadas de los diarios, antes la tarifa era individual para cada uno, pero ahora la clave que se da es para los dos diarios. (**ver anexo 8**, la tarifa actual es la del último renglón de la tabla de precios, es la vigente hasta la fecha que se realizó esta trabajo).

La dirección electrónica para consultar *Reforma* en Internet es <http://reforma.infosel.com.mx>. Una vez que se accede al periódico electrónico, *Reforma*, se eligen las secciones que se deseen leer, las cuales se encuentran en una lista del lado izquierdo de la pantalla, abajo del logotipo y nombre del diario, y son: primera, editorial, negocios, ciudad, deportes, gente, cultura, estado, así como los suplementos semanales jalisco, interfase ciencia, buena mesa, moda, enfoque, el angel, automotriz, de viaje y magazine.

La **Primera** sección es información nacional y es la misma que aparece publicada en el papel impreso, es la nota que se conoce como de ocho columnas por ser la principal, en ocasiones la fotografía que aparece en la edición en línea no corresponde al formato impreso, debido a que es muy grande y para leerla en Internet se tardaría demasiado, por lo tanto se sustituye por otra que corresponda al tema que se está tratando y que ocupe menos espacio. Aparte, de contener la noticia del día, aparecen otras dos o tres notas de carácter nacional que también son publicadas en la primera página del periódico impreso, asimismo, se observa la información internacional: Debajo de la palabra **Primera** aparece una cintilla, es decir una línea horizontal, y en la cual del lado derecho dice Internacional y Nacional señaladas con una especie de flecha, para poder consultarlas hay que dar un click en cada palabra para acceder a las noticias nacionales e internacionales, como se observa en la siguiente imagen:

REFORMA

CHRYSLER MEXICO

PRIMERA

Martes 4 de Agosto de 1998

INTERNACIONAL NACIONAL

## Destapa el PRD lista de Fobaproa

Esperanza Barajas

 El Partido de la Revolucion Democratica presentó ayer una lista de 310 beneficiarios del Fondo Bancario de Protección al Ahorro, con montos que van desde más de 3 mil millones a otros menores a un millón de pesos

El presidente de ese partido, Andrés Manuel López Obrador, explicó que al PRD no le corresponde determinar cuáles de ellos son ilegales o producto de irregularidades y que esa es función de las autoridades.

infosel

Fuente: <http://reforma.infosel.com/primera/>

Para entrar a otra sección, por ejemplo Cultura, hay que colocarse con el *mouse* en la palabra "Cultura" que está en la lista del lado izquierdo y se da un *click* y listo. Cada página tiene su dirección electrónica, por ejemplo la principal del diario o como se conoce mejor como su *home pages* es <http://reforma.infosel.com/>, y la dirección de la sección **Cultura** es igual a la primera pero después de la sílaba com y la diagonal (com/) se escribe la palabra cultura y queda así: <http://reforma.infosel.com/cultura>, así es para cada sección después de "com/" se apunta la sección a consultar o navegar, como se muestra:

Reforma Edición impresa Cultura Noticias

File Edit View Go Print Home

Location: <http://reforma.infosel.com/cultura/>

**Consulta**

**REFORMA**

**CULTURA**

Marzo 9 de Agosto de 1999

VIDA

**Podrán precisar datos sobre el Segundo Imperio**

Miryam Audiffred



Tras 100 años condenado al olvido, el acervo documental formado por el escritor Vicente Riva Palacio y ordenado recientemente por investigadores del Archivo General de la Nación, ha aportado nuevos elementos a la historia del Segundo Imperio

Estos descubrimientos serán analizados a partir de mañana en el Seminario Internacional La Definición del Estado Nacional Mexicano.

infosel

Document: Dohs

Fuente: <http://reforma.infosel.com/cultura/>

Para navegar o leer las distintas secciones del día, como se dijo, se coloca el cursor en la palabra deseada (que es la sección) y basta un clic para ver la información, lo mismo se ejecuta para los suplementos, los cuales se publican tanto en edición impresa como electrónica una vez por semana dependiendo el día que le corresponde —esto ya se explicó en el capítulo III en características y contenido—, por ejemplo el suplemento **Interfase** aparece los días lunes, en edición electrónica se publica también el lunes y la información correspondiente se mantiene toda la semana, para reemplazarse el lunes siguiente; así sucede con los otros suplementos, se sustituye su información cada semana, dependiendo del día de la publicación del suplemento.

Reforma / En línea / Inicio / Interfase / Noticias

File Edit View Go Communicate Help

Back Forward Home Search Guide Print Stop W Stop

Bookmarks Location: <http://reforma.infosel.com/interfase/>

# Nuestros eventos

REFORMA

INTERFASE

Martes 4 de Agosto de 1998

OPINION

## Todo cabe en un chip...

Jorge Gerardo Guevara

PERO el concepto de monedero electrónico ya es muy corto con las nuevas tarjetas con chip desarrolladas con Java, y consideradas como la nueva generación en dispositivos inteligentes

Sun Microsystems logró hacer del chip de Java toda una computadora que puede llevarse en cualquier accesorio de vestir, tarjeta, y aquellos sofisticados tendrán la oportunidad de insertarla en su piel

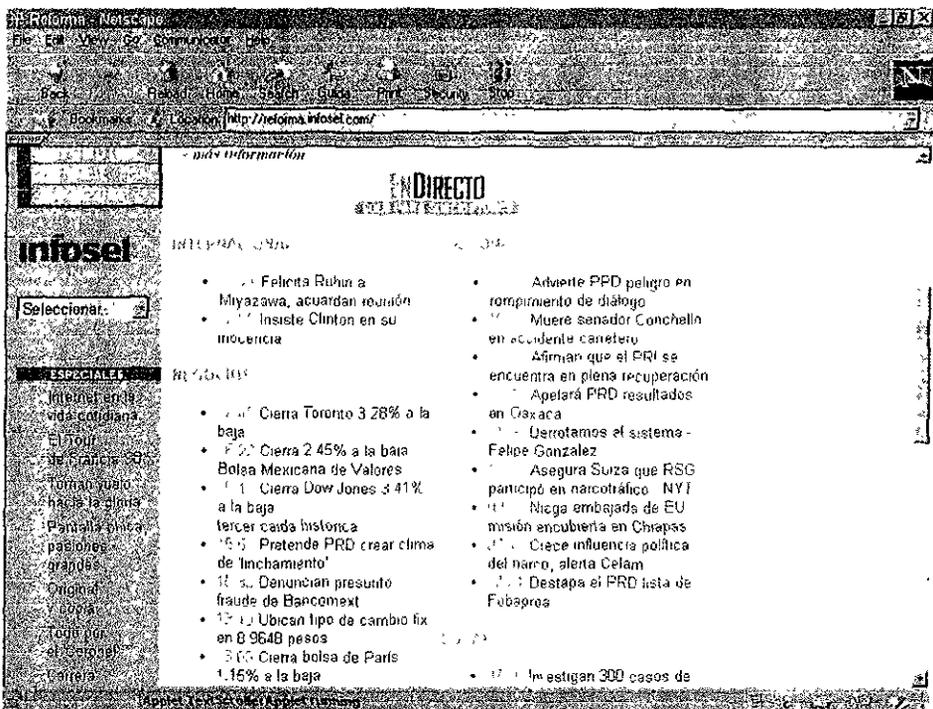
... más información

infosel

Document: Done

Fuente: <http://reforma.infosel.com/interfase/>

Otro servicio que se puede consultar es el noticiario *En Directo*, como ya se aclaró, si se conecta uno a Internet con Infosel, el acceso es gratuito pero si no, hay que pagar para que se tener una cuenta y un *password* para entrar, como se indica:

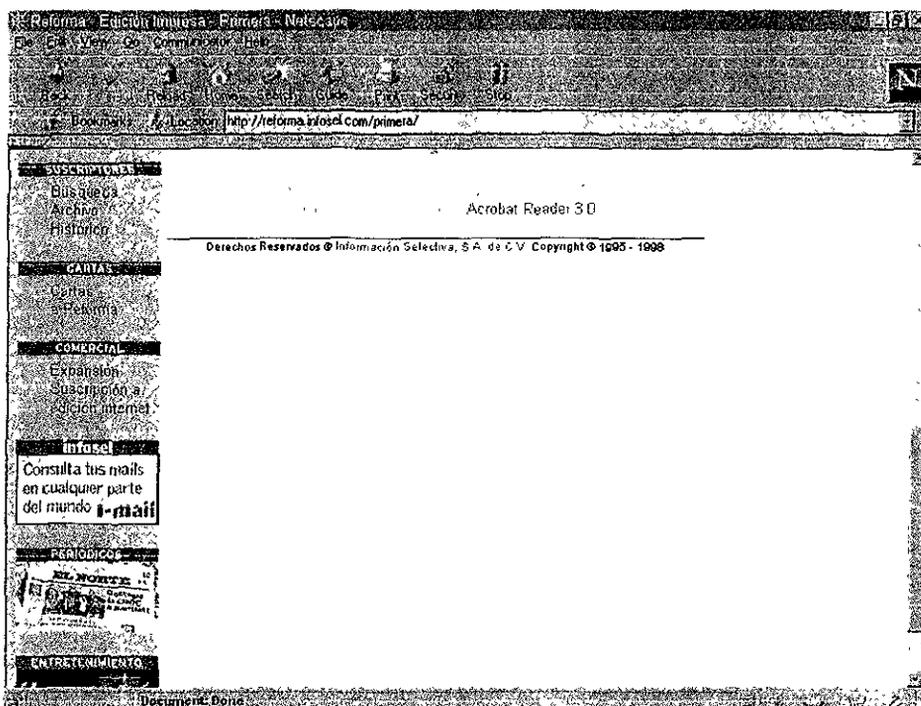


Fuente: <http://reforma.infosel.com/>

Una vez que se desea consultar una sección y nota en especial actualizada o la de alguna hora en específico, se coloca en ella y se da un *click* y aparece en la pantalla que hay que dar la cuenta y el *password*, después que se dieron las claves, se da un enter, en donde dice enviar datos y automáticamente da el acceso a la información seleccionada en este caso fue la noticia de las 15:45 de la sección nacional, que señala la muerte del Senador Conchello en accidente carretero:

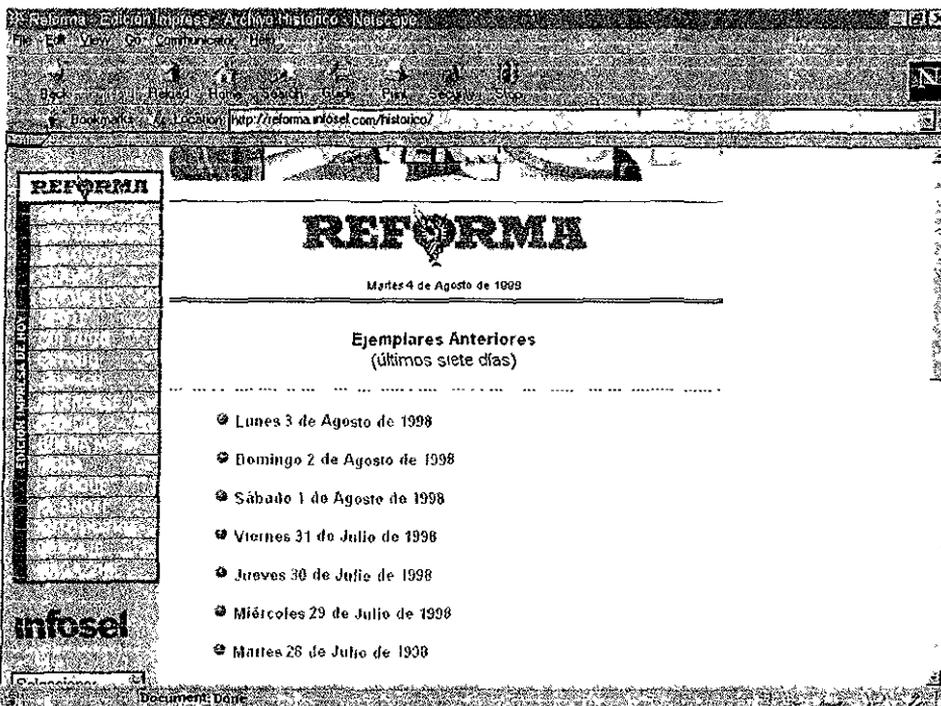


Otros de los servicios a consultar es **Suscriptores**, que incluye la búsqueda por palabra para localizar información y el archivo histórico que contiene los últimos siete ejemplares publicados. Por otra parte, la edición electrónica del *Reforma* genera una intervención con el público producción un *feed back*, esto se logra cuando el usuario le envía una carta a la gente del periódico para sugerencia o comentarios, a través del servicio "**Cartas al Reforma**". Ambos servicios "**Suscriptores y Cartas**" se ubican del lado izquierdo de la pantalla, es la continuación de la página. Desde la versión electrónica del *Reforma* si se desea se consulta al diario *El Norte*, todo con un sólo *click*.



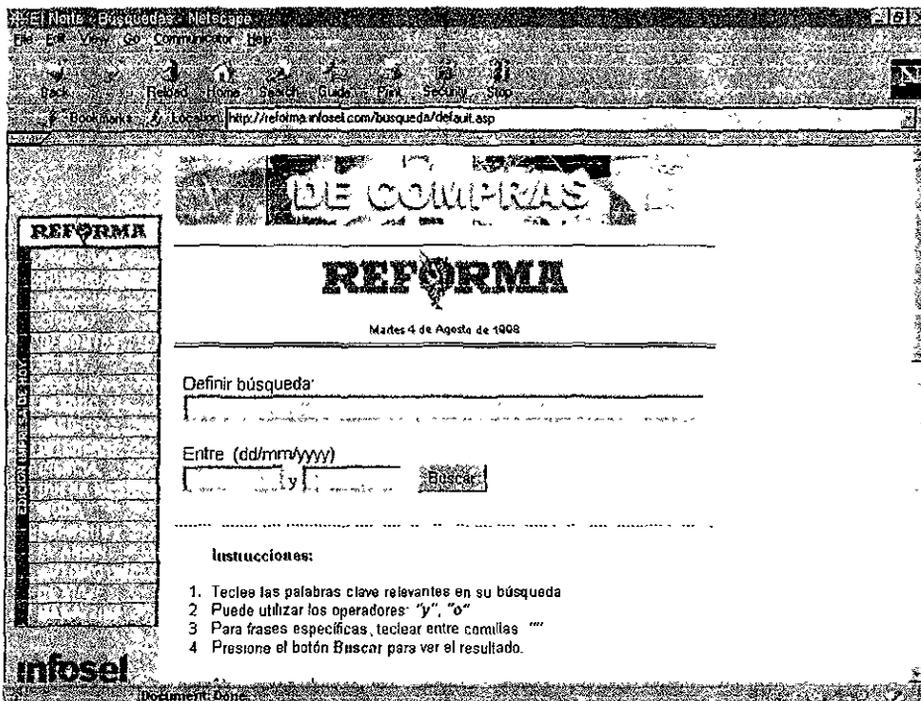
Fuente: <http://reforma.infosel.com/primera/>

Para visualizar el **Archivo histórico**, hay que colocarse en ésta palabra que se ubica en la sección de suscriptores, se da un enter y aparece la lista con las fechas de los ejemplares de los últimos siete días, contando descendentemente a partir del día que se realiza la consulta, para leer alguno en especial, al igual que el noticiario *En Directo*, hay que dar una clave para acceder a él:



Fuente: <http://reforma.infosel.com/historico/>

Al igual que el **Archivo histórico**, hay que dar una clave para la **búsqueda** por palabra o frase específica, así primero se escribe lo que se desea averiguar y se da un **click** o **enter** en donde dice **buscar**.



Fuente: <http://reforma.infosel.com/busqueda/default.asp>

*Reforma* en su versión electrónica ofrece una gran variedad de opciones la edición del día; *En Directo*; Búsqueda por palabra; Archivo histórico; Cartas a *Reforma*; la consulta del diario *El Norte*; permite también navegar por Infosel para ver los servicios que ofrece como la bolsa de trabajo; Infosel Legal, entre otros. La publicidad es vista como se observó a través de los *full banners* que es la línea horizontal que contiene anuncios y que aparece hasta arriba de la página del diario, cada sección que se consulta tiene su *full banners* que son rotativos (la publicidad puede ser la de la misma empresa, pero mostrando otro diseño), es decir, si se entra por ejemplo, a la sección primera, se ve un anuncio publicitario, pero si se sale del visualizador (hay que recordar que éste es el soporte para

colocar cualquier página electrónica y se identifica mediante la letra “N” o “e” dependiendo del visualizador que se tenga que aparece en el pequeño cuadro del lado superior derecho de toda la pantalla), pero no de Internet y si se vuelve a entrar a la sección primera el anunciante cambia. Cuando se entró por primera vez a la sección primera el *full banners* era otro (ver la primera imagen que se colocó para la explicación del *home pages* actual del *Reforma*) y la segunda ocasión cambió el diseño, pero el anunciante era el mismo.

The screenshot shows a Netscape browser window with the address bar displaying 'http://reforma.infosel.com/primer/'. The page features a navigation menu on the left with 'REFORMA' at the top and various news categories below. The main content area has a large headline 'Destapa el PRD lista de Fobaproa' and a sub-headline 'Esperanza Barojas'. A PRD logo is visible next to the sub-headline. The text below the sub-headline reads: 'El Partido de la Revolucion Democratica presentó ayer una lista de 310 beneficiarios del Fondo Bancario de Protección al Ahorro, con montos que van desde más de 3 mil millones a otros menores a un millón de pesos'. Below this, a paragraph states: 'El presidente de ese partido, Andrés Manuel López Obrador, explicó que al PRD no le corresponde determinar cuáles de ellos son ilegales o producto de irregularidades y que esa es función de las autoridades'. The 'infosel' logo is at the bottom left of the page content.

Fuente: <http://reforma.infosel.com/primer/>

Por último, si se quiere navegar en los anuncios y ver la publicidad con más profundidad, hay que dar un *click* en el *full banner* deseado y se desglosa toda la información relacionada con él. En este caso se navegó por el *full banners* de la Chysler:



Fuente: <http://www.chrysler.com.mx/index2.html>

Otros anunciantes que aparecen en *Reforma* edición electrónica, mediante los *full banners* son IBM, compañía Universal Network Inc, que distribuye papel para rotativas, prensa plana, fotocopiadoras e impresoras laser; así como, medios magnéticos como disquetes, CD y otros; Palacio de Hierro; Universidad La Salle; Grupo Electrónico, compañía, que ofrece sus servicios para representación, distribución y manufactura para la industria electrónica en México; Banco Inverlat, compañía de vino como Presidente, entre otros

## CONCLUSIONES

A través del análisis y la observación, se determinó que Internet por ser una red mundial de información, comunicación, medio de comercialización y distribución, ha llamado la atención de diferentes particulares, estudiantes, empresarios, publicistas, compañías, dependencias gubernamentales y medios masivos de comunicación, entre otros.

En relación con los medios de comunicación, la prensa mexicana en particular aprovecha las ventajas que ofrece la red de redes (Internet), como fuente de información, medio de comunicación, canal de distribución y como vía generadora de ganancias económicas. Asimismo, la prensa da un giro importante al utilizar a Internet como canal de distribución, porque lo que ofrece -aparte de la información-, ya no se realiza exclusivamente a través de un medio impreso, sino ahora mediante un soporte técnico (computacional), es decir por la gran red de redes, Internet, convirtiéndose así en periodismo electrónico, lo que implica pasar de una prensa local a internacional (globalización).

Lo anterior se comprobó por las entrevistas que se realizaron al personal del diario *Reforma* que utiliza Internet y a los responsables de la publicación electrónica de dicho diario, así como la consulta que se efectuó del *Reforma* en versión electrónica. Los resultados fueron que Internet se emplea como **fuentes de información**, porque subdirectores, editores, reporteros y personal que elabora la información que aparecerá en el periódico, consultan la red mundial para obtener información al instante y actual sobre algún tema en especial que quieran abordar o para complementar lo que van a publicar. Cabe destacar que ante esta búsqueda, el reportero especialmente deberá estar mejor preparado que nunca, porque tiene que examinar minuciosamente la información que encuentre en la

red, ya que se puede hallar con un sin fin de datos sobre de lo que se esté buscando y se corre el riesgo que parte de esa información no sea verídica, porque en Internet, hay mucha paja, es decir "basura", por lo tanto, el periodista tiene que seleccionar, preparar y darle un contexto de valor a su información para entregarla al lector.

Ante lo descrito, se responde a una interrogante que surge ante una nueva tecnología, en este caso sobre Internet *¿cuál es el papel del periodista?*. Una primera respuesta es lo que se señaló en el párrafo anterior, el periodista seguirá siendo necesario para seleccionar noticias, preparar, interrelacionar temas, buscar sus antecedentes y hacer proyecciones de lo que puede acontecer. En suma, dar las explicaciones o interpretaciones que permitan comprender mejor lo que está sucediendo y lo que va a ocurrir. Pero lo más importante, no sólo es recopilar información y entregarla a los lectores, sino darle un valor, es decir, profundizar y conocer sobre nuevos temas que se presentarán a los lectores (obviamente los que consultan el periódico electrónico), debido a que el público cibernauta actúa como interlocutor y no como un receptor pasivo, y frente a esto, el periodista deberá ser capaz de dar respuestas adecuadas al mayor nivel de exigencia, o sino, simplemente desaparecerá.

Otro uso que le dan a Internet en el *Reforma*, es como **medio de comunicación**, mediante el correo electrónico y el "chat", primeramente a través del correo electrónico personal, reporteros de dicha publicación se comunican entre sí para intercambiar información y opiniones, asimismo para entablar comunicación con sus fuentes que se localizan en otros países. En segundo término para tener comunicación con los usuarios, ya que algunas veces hacen comentarios o sugerencias respecto al periódico en versión electrónica o impresa, los cuales son de suma importancia para el periódico *Reforma* como empresa periodística, debido a que la opinión del lector influye para mejorar la información y la manera de presentarla, para que no opte por la competencia (otro diario)

El cien por ciento de los periódicos del Distrito Federal que aparecen en línea (en el formato *Web*), tienen activado el servicio del correo electrónico o e-mail.

El "chat", es más directo como medio de comunicación que el correo electrónico, ya que la comunicación por este último se ve interrumpida por bloques, o sea, espacio de tiempo entre la emisión y recepción del correo, y la comunicación mediante el "chat", no se interrumpe es lineal, porque hay una conversación en tiempo real (una pregunta y respuesta al instante). En ambos medios de comunicación de Internet hay una interacción, mejor conocida como una retroalimentación (proceso de comunicación).

El periódico *Reforma* emplea el "chat" para que los usuarios tanto de la versión electrónica e impresa, platicuen con diferentes personalidades del medio del espectáculo, escritores, periodistas, políticos y empresarios, principalmente. Y cuando sucede, aquí el periodista, si desaparece, ya que el público se convierte en el entrevistador principal, sin limitantes.

Internet abre un nuevo **canal de distribución** para el periodismo mexicano, lo que origina a la vez una **vía generadora de ganancias económicas**. Lo anterior, es el punto clave por el cual, *Reforma* decidió tener su versión electrónica, por el amplio mercado que brinda para su infraestructura económica; así el diario ya no va dirigido a un lector de una entidad específica, sino a mexicanos en el extranjero como a extranjeros con intereses en México, que requieran tener información –aparentemente objetiva-, acerca de lo que acontece en nuestro país. Esto es una estrategia de mercado importante, porque el lector se convierte en suscriptor, es decir, día con día, cualquier persona consulta *Reforma* en línea, pero lo importante es mantener a ese lector para que sea suscriptor, lo que favorece en sí al consorcio al que pertenece *Reforma*.

En específico se determinó que *Reforma* a través de Internet percibe tres formas de ganancias: 1) Mediante la venta de espacios de publicidad (full banners) que ofrecen a los anunciantes; 2) Por transacciones comerciales o negocio electrónico, es decir, por comisión de venta que le dan al periódico y 3) Por el acceso a Internet mediante Infosel (como proveedor de Internet), quien a la vez ofrece diferentes servicios electrónicos

Para saber la tendencia periodística y la imagen que se da del periodismo mexicano mediante el *Reforma*, se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo de la información que aparece en la primera página electrónica del diario, es decir, la nota conocida como la de "ocho columnas"; así como la información que complementa la página electrónica principal. Lo anterior porque los diferentes cibernautas o lectores tanto nacionales como internacionales del *Reforma* en línea, al enlazarse a dicha publicación lo hacen mediante la dirección electrónica del diario y al entrar en ella, lo primero que observan es la información de la primera página y de ahí se accesa a las otras secciones del diario.

Por lo tanto, la primera página es la "llave maestra" para saber si se sigue consultando las demás secciones del *Reforma* o simplemente cerrar su página para buscar otro diario electrónico.

Los resultados fueron los siguientes: El número de notas principales fueron 31 (100%), de las cuales, 13 (42%) correspondieron a política nacional; 7 (23%) a justicia nacional (policiaca); 5 (16%) a política financiera y 5 (16%) a economía y una (3%) sobre negocios nacional.

El resto de la información que complementa la primera página, el 59% perteneció a política nacional; 39% a información nacional y el 2% a información religiosa.

De lo expuesto se obtiene el análisis cualitativo, que demuestra una tendencia de aparente veracidad en cuanto al orden informativo se refiere, ya que la jerarquía de la credibilidad de la información expuesta ante cualquier medio de comunicación en este caso en el periódico electrónico, se ha establecido con base en la siguiente alternativa: Los que intentan publicar lo oculto, y los que intentan de ocultar lo conocido.

Lo que se publicó en el *Reforma* versión electrónica (es según la empresa periodística la disyuntiva de publicar lo oculto), es a favor del mismo periódico, y no de la sociedad que necesita de información más objetiva ( opinión o voz pública). *Reforma* refleja en Internet a manera de manipulación la información del diario impreso, en ambas las noticias se perciben un tanto amarillistas y a veces rojas; se denota asimismo un favoritismo del poder instituido, ya que el mayor número de la información fue de política nacional y tratan de aparentar objetividad con la publicación de información que al parecer interesaría a la sociedad, como ejemplo las notas sobre justicia nacional.

Empero, ¿qué sucede con la opinión pública?, ¿dónde queda la credibilidad del diario ante la realidad que busca la sociedad mexicana?. Si la objetividad o veracidad de información está "muerta" en el periódico impreso nacional, lo mismo lo está en el periódico electrónico, debido a que lo que se publica es lo que le conviene a la empresa periodística para venta, más no para informar, comunicar y dar a conocer la radiografía real de la sociedad en la que vivimos y su necesidad real sobre la información; dejan aún lado el carácter periodístico y la ética para dar paso a la mercadotecnia, demostrando con ello una jerarquización en el ámbito periodístico, ya que Internet como se ha recalcado está sirviendo a los grandes empresarios que mantienen una actitud de complacencia a favor de quien paga por anunciarse Internet como medio de comercialización se asemeja a la televisión, en el sentido de que ésta ha servido para fabricar a los hombres más ricos del mundo y del país, y la red de redes a

través del periódico electrónico está reafirmando dicha similitud mercantil con la de la televisión

En cuanto a la imagen que se da de México mediante la versión electrónica del *Reforma*, es de inestabilidad política y de inseguridad pública principalmente. Desde el punto de vista periodístico se denota poca credibilidad y veracidad ante lo que quiere saber la sociedad.

Por otro lado, el efecto visual que proyecta la publicación electrónica del *Reforma* en línea es de carácter puramente mercantil como todo lo que se encuentra en su mayoría en la gran telaraña mundial (WWW), o sea las imágenes y la estructura digital es en lo que se concentra más el asiduo a Internet, que en el contenido. Lo primero que ve el lector es el formato digital, por ende la facilidad de acceder a otras secciones sin mayor dificultad, posiblemente con esto Internet crea una incultura, debido a que el lector no se concentra muchas veces en la información que percibe en su momento, sino en la imagen o imágenes, ya que tiene la facilidad de navegar de una página a otra.

Sin embargo, no hay que descartar que Internet, ofrece una variedad opcional en relación con la cultura en este caso enfocada a la lectura, tal vez no sea lo más deseable pero sí un intento inicial de ampliación de coberturas, porque la red ha dado la opción de que parte de la sociedad se interese por la lectura; tal vez suena algo ilógico, decir que primero crea una incultura y después cultura, pero es cierto, hay una divergencia en lo anterior y posiblemente serviría para otro estudio, pero en estas conclusiones era necesario señalar lo observado.

Otro aspecto que se examinó de los 12 periódicos mexicanos del Distrito Federal que aparecen en línea, incluyendo al *Reforma*, es que todavía están en una etapa embrionaria, debido a que la versión impresa es el soporte de la electrónica, no se diferencia en contenido ninguna de la otra, sólo porque una

versión es electrónica y la consultan en instantes, diferentes habitantes de cualquier otro país que el nuestro. Su contenido y formatos son muy conservadores y tendrían que ser más amplios e interactivos y menos jerarquizados, es decir, debería haber fuentes de enlaces, ligas conocidas en el mundo cibernético como "link's" en la información que presentan los periódicos electrónicos mexicanos, lo que permitiría al lector remitirse a otras páginas fuera de la noticia que se está leyendo, porque así tendría la opción de tener información adicional sobre la persona, institución, empresa, por mencionar algunas, de lo que dice la nota o reportaje. Esta decisión tendría que ser tomada por el dueño del periódico y ayudaría para que hubiera una libertad de prensa electrónica, porque el periódico dejaría de ser el centro de atención para cedérselo a otros grupos y organizaciones.

Asimismo, sería conveniente que se agregara a la prensa electrónica mexicana, una sección en otro idioma, ya que los asiduos a leerla no son solamente nacionales, sino también internacionales y esto acapararía grandes audiencias internacionales obviamente, porque no todos leen o entienden el español. En general al contenido de la prensa mexicana en Internet, le conviene adicionar nuevas secciones que sean más atractivas y que las diferencie del periódico impreso.

Ante lo expuesto aparece una cuestión *¿cuál sería el futuro del periodismo electrónico?* El periodismo electrónico se esfumaría siempre y cuando el usuario no lo consultara, lo anterior resultaría difícil de esperar, porque Internet enriquece la manera de cómo llevar información inmediatamente a cualquier parte del mundo. Como señala Carmen Gómez Mont, un medio no desaparece del todo, sino que se desplaza en general y en México estamos en un período de impacto y reacomodo ante Internet que incluye al periodismo electrónico o en línea.

Por otra parte, en relación con el número de usuarios de Internet en nuestro país, ha ido incrementando desde su incursión comercial en México (1995) En 1996 habían 400 mil usuarios y para el año 2000 se calcula que habrá aproximadamente 4 millones 199 mil usuarios ( o tal vez más)

Otro punto que se contempló y dedujo fue que Internet a pesar de su expansión hasta el momento, constituye un medio para ciertos grupos sociales con un determinado nivel económico y educación escolar, debido a que los usuarios que consultan la gran red de redes son aquellos que disfrutan en su casa de una computadora con ciertas características aptas para conectarse a Internet y por consiguiente son usuarios con un definido nivel económico; otros son los que tienen que rentar un equipo para usar los servicios de la red mundial y la renta se cobra por hora, por lo regular, navegar en la red se sobrepasa a ese tiempo, o sea, más de una hora, cabe destacar que las tarifas varían según el lugar en donde se desee rentar (universidades o cafés cibernéticos), los precios van por lo regular de 10 hasta 35 pesos por hora, alguna de estas cantidades multiplicadas por dos horas que es el mínimo de tiempo que se está en Internet, sumándole los días que se acude a la semana, da como resultado una cantidad que no cualquiera la puede cubrir, porque no todos tienen la posibilidad de gastar en eso.

Otro grupo social que posee computadoras adecuadas para Internet son los grandes empresarios; hay un sector de la sociedad que igualmente tiene acceso a la gran red de redes: Empleados ya sea de empresas particulares o dependencias gubernamentales, lo que llama la atención es que únicamente entran a la red mundial, los jefes o personal capacitado para eso y por lo regular ambos cuentan con estudios con nivel superior

En relación con lo expuesto, en 1996 NIC-México, realizó una investigación del perfil del navegante asiduo a Internet, sus resultados en características son

similares a los que se describieron anteriormente, concluyendo que Internet está encauzada a un cierto tipo de personas o grupos sociales:

Porcentaje de la muestra	Características
50	Navega más de 50 horas por semana
87	Hombres
86	Son profesionistas (carrera 67%, maestría 16%, doctorado 7%).
93	Tienen ocupaciones intelectuales (académicas 68%, altos ejecutivos 25%).

Fuente: NIC-México

Cabe hacer notar que la sociedad que renta los servicios de una computadora para consultar Internet, en un futuro ya no tendrá que hacerlo, debido a que poco a poco el mercado informático, se abre más al consumidor y como consecuencia se podrá adquirir un equipo de cómputo apropiado para la red de redes con grandes facilidades, por ejemplo, actualmente compañías de telecomunicaciones como Teléfonos de México o Bancos, dan la oportunidad de que la gente que necesita una computadora para tener acceso a Internet, la pueda comprar no al contado, sino a través de mensualidades, es decir con facilidades de pago, esta consecuencia de la introducción de las tecnologías como Internet, en los diferentes sectores que conforma la sociedad (laboral, hogar, estudiantil, medios de comunicación, por citar algunos), para trabajar y comunicarse, lo que genera una necesidad de contar con un equipo de cómputo a nivel individual y grupal. Lo anterior, es semejante como cuando apareció la radio y la televisión, al principio quienes adquirirían un aparato receptor de este tipo, eran ciertos grupos sociales, posteriormente se popularizaron, haciéndolos más accesibles para las personas que los requerían, y hoy en día cualquier persona, por lo menos cuenta con una radio y una televisión. Esta facilidad de tener un

equipo de cómputo para navegar en el taxi cibernético –Internet-, es un principio, la globalización, porque se genera la interacción mundial, en términos del canadiense Marshall McLuhan, la aldea global.

Los usuarios que gozan de la oportunidad de navegar en la gran super carretera de la información, Internet, son: Jóvenes de bachillerato y universitarios y lo que consultan por lo regular son los servicios de los buscadores de información como Yahoo, Alta Vista, entre otros; así como para tareas escolares. El "chat" tiene mucha demanda entre ellos, debido a que conversan con otros jóvenes de diferentes países aparte de México. De la misma manera, empresarios y profesionistas navegan por el ciberespacio (Internet), y tienen sus páginas preferidas como: Casa de bolsa, de negocios, publicidad y periódicos electrónicos, por citar algunas. Por otra parte, en México el género que consulta más Internet y sus servicios siguiendo la tendencia mundial, es el masculino y la edad fructúa entre los 17 a 40 años (rango que varía e irá variando).

En relación con los lectores que consultan el periodismo electrónico mexicano, específicamente el *Reforma*, son básicamente empresarios, profesionales y estudiantes universitarios que lo leen y el género que sobresale es el masculino. La versión electrónica del *Reforma* está dirigida a un cierto grupo social económico y cultural, lo que garantiza seguridad a los publicistas de que al anunciarse por *Reforma* en línea, su producto llegará al público deseado a diferencia del periódico impreso que es masivo.

Las nuevas tecnologías en la empresa periodística sirven para consolidar el poder que se tiene en el medio, así como para reducir el tiempo de producción para brindar un producto con calidad. Por otra parte, un problema al que se enfrenta el uso de las innovaciones tecnológicas es al desplazamiento de personal, ya que se reducen y abaratan los costos de producción vía la automatización de la elaboración del periódico. Al realizar un periódico

electrónico con las herramientas automatizadas se garantiza que con un mínimo de gente, se arme el diario electrónico. Como se observó en esta investigación, el *Reforma* en línea se elabora de esa manera con un "staff" reducido.

Otro punto que se observó de Internet fue sobre el modelo de comunicación que se plantea para la supercarretera de la información; como ya es de conocimiento el "boom" de la red de redes se ha caracterizado por la aceptación de los usuarios que la utilizan, ellos son los responsables de la evolución de la red y por consiguiente de su éxito y expansión a nivel mundial.

Por consiguiente, el paradigma de comunicación social que existe en Internet, partiendo de la unidad de la acción, la cual es un hecho sociológico, es el siguiente: El modelo contempla tres elementos: Información-mensaje-expectativa del éxito, es decir en Internet hay un amplio y variado menú de información que es el mensaje y hay de uno a millones de cibernautas que consultan la gran telaraña mundial (WWW). Día con día se crean páginas electrónicas con diversa información, debido a que la sociedad que navega por Internet requiere más de lo que ya hay en la red mundial, lo anterior es la expectativa del éxito, porque Internet se está convirtiendo en un canal necesario de información y comunicación para la sociedad que tiene la oportunidad de consultar a Internet.

Para finalizar, para el comunicólogo mexicano y los medios masivos insertos en el mundo global de Internet y que dan un inicio de apertura de información, en el futuro tienen que comprometerse a una mayor objetividad en cuanto a la información a publicar. La función del periodismo en este caso del electrónico, debería ser la de descubrir e informar sobre lo que la voz pública quiere y necesita saber, ello conllevaría a un periodismo ético.

## GLOSARIO

**Apple Macintosh:** Fabricante de computadoras

**Audiotex:** Uso de las comunicaciones telefónicas para transmitir información previamente grabada en una computadora.

**Bits:** Dígito Binario. En el lenguaje de la informática un bit es la unidad mínima de almacenamiento..

**CD:** Siglas en ingles de Compact Disc, en español significa disco compacto. Un CD es como un disco de 12 centímetros de diámetro y únicamente uno de sus lados contiene material grabado.

**CD ROM:** Siglas en ingles del Compact Disc Read Only Memory, en español significa memoria de sólo lectura en disco compacto. Disco compacto que se usa para almacenar texto, gráficos y sonido para ser reproducidos a través de una computadora.

**Componedor:** Tablilla en el que el tipógrafo coloca las letras para formar sus renglones.

**CPU:** Siglas en ingles Control Processing Unit, en español unidad central de proceso. Parte de la computadora donde se almacena o guarda la información

**E-mail:** (electronic mail) correo electrónico que sirve para enviar y recibir mensajes a través de una red de computadoras.

**Fax:** (FACSimile) facsímil originalmente llamado telecopia, sistema que permite reproducir a distancia un texto, imágenes e incluso una página completa de periódico. Para la transmisión de la información se usa la vía telefónica.

**Feed Back:** (reacción-reacción). Es una respuesta a un mensaje enviado dentro de un proceso de comunicación. Por lo tanto, el término *feed back* denomina un aspecto especial de la reacción del receptor.

**Fibra Optica:** Filamento de vidrio sumamente delgado como un cabello diseñado para la transmisión de la luz. Las fibras ópticas tienen capacidades de transmisión enormes, además los impulsos que despiden las fibras no afectados por

interferencias causadas por la radiación aleatoria del medio ambiente. La fibra óptica fue creada para sustituir a los cables de cobre usados principalmente en la telefonía.

**Fotocomposición.** Procedimiento de componer, en que los signos son proyectados sobre un material fotosensible y revelados fotográficamente.

**FTP:** (File Transfer Protocol) protocolo de transferencia de archivos. Este protocolo de comunicaciones permite la conexión entre las computadoras enlazadas a una red para acceder y transferir archivo de textos, programas (software), imágenes, etc., de una manera rápida y sencilla.

**Full Banners:** Término que se le asigna al espacio para la publicidad en Internet

**Hiperaudio:** Es la unión de dos o más informaciones sonoras a través de una computadora.

**Hipermédia:** Organización de información textual, visual, gráfica y sonora a través de vínculos que crean organizaciones entre información relacionada dentro del sistema. Dicha información se refleja en el ordenador o computadora.

**Hipertexto:** Unión de dos o más informaciones textuales. El sistema hipertexto es la mejor solución para un periódico electrónico, ya que permite al usuario pasar de una información a otra con gran facilidad.

**Hipervisual:** Unión de dos o más informaciones visuales como son las imágenes, gráficos, animaciones, etc., vistas a través de la computadora.

**Home Pages:** Página Principal que puede ser de una persona, compañía, organización, televisión, radio, periódico, etc., vista y consultada sobre Internet .

**HTML:** Hyper Text Markup Lenguaje, este lenguaje o herramienta de Internet permite los enlaces necesarios para relacionar cada parte de un texto a otro, así como pasar de una palabra a otra. El documento diseñado con el HTML visualiza y contiene información textual, sonora y visual.

**Link:** En español enlace. Término que se le asigna a la unión de una página electrónica con otra en Internet.

**Lynotype:** Linotipia. Máquina de composición de líneas y letras de fundición en plomo para transcribir un texto. Mediante un teclado similar a la de una máquina de escribir, los tipos móviles caen sobre una regleta, que luego es presionada sobre el plomo derretido.

**Mb:** Megabit. Unidad de almacenamiento. Mega equivale a un millón de bits.

**Modem:** (Modulator-DeMODulator) modulador-demodulador. Los hay internos y externos y con diferentes velocidades. El modem es un dispositivo que se adapta a una computadora para conectarse vía telefónica. En el CPU de la computadora se introduce el modem que es un periférico de comunicación o se conecta por fuera; posteriormente se marca el número telefónico a donde se pretende enviar la información (otra computadora) y por medio de frecuencias que emite el modem al teléfono se envía y recibe la información. Así, el modem funciona como emisor y receptor.

**Offset:** Método de impresión en que un rodillo de caucho toma la tinta del molde para transportarla al papel.

**Ordenador:** Nombre que se le da a la computadora en España.

**Password:** Contraña seña o palabra de paso. Palabra o código utilizado para identificar a un usuario autorizado. La contraseña sirve como una medida de seguridad contra el acceso no autorizado a los datos.

**PC:** (Personal Computer) computadora personal. Las PC se usan como computadoras independientes o como estaciones de trabajo.

Periférico:

**Prensa Plana:** Modelo de máquina para imprimir, conocida también como minerva, porque se abre y se cierra como una concha.

**RAM:** (Random Access Memory) memoria de acceso aleatorio.

**Red:** Es la unión de dos o más computadoras conectadas entre sí a través de un modem y teléfono. La red permite la comunicación entre usuarios para cortas y grandes distancias.

**Rotativa:** Máquina de imprimir de movimiento continuo que comprime el papel desenrollado de una bobina, ya que corre entre cilindros uno de presión y el otro de porta planchas. Además de las ventajas de su velocidad, la máquina permite doblar y contar los periódicos. Sustituye a la prensa plana.

**Scanner:** Explorador. Es un dispositivo digitalizador porque lee texto, imágenes, etc., funciona como una copiadora de papel, se coloca en el scanner lo que se desea reproducir en la pantalla de la computadora y hace la lectura de una copia perfecta del texto.

**Software:** Son los programas o procedimientos que procesa datos para el usuario. Comúnmente son los paquetes de cómputo (Word, Excel, Quark Xpress, Photo Shop), que se usan para elaborar texto, imágenes, paginación del periódico, revistas, etc.

**Teletexto:** Sistema de transmisión por medio de ondas de textos a receptores de televisión. Se trata del principal periódico electrónico precursor de los actuales.

**Tipografía:** Composición de un texto destinado a la impresión valiéndose de elementos en relieve que tienen la misma altura.

**Username:** Nombre del usuario. Funciona como una clave de acceso para una computadora.

**Videotexto:** Nombre genérico aplicado a los diversos sistemas que transmiten texto e imágenes a receptores de televisión., ordenadores y monitores especiales, en todos casos con un método interactivo, que permite a cada usuario interesado formular preguntas con el empleo de un teclado y clave.

**Videoterminal:** Máquina provista de una pantalla similar a la televisión, más una máquina de escribir ampliada. Enlazada a la computadora, la videoterminal permite ingresar o recibir textos, corregirlos, ampliarlos, etc., para su impresión.

**Viewdata.** El videotexto interactivo recibe diversas denominaciones según países donde son o fueron utilizados frecuentemente, por ejemplo en Gran Bretaña se le conoce como viewdate, datos visualizados. La información se difunde por vía telefónica a través del modem y se recibe en la pantalla de la televisión o computadora.

**WWW:** World Wide Web. Visualizador de páginas electrónicas y sistema de búsqueda más aprovechado en Internet, es una aplicación de hipertexto e hipermedia.

## BIBLIOGRAFIA

Armañanzas, Emy. et. alt. El Periodismo Electrónico, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, España, primera edición, 1996.

Casalet, Mónica. Empleo y Nueva Tecnología en la Industria Periodística, Cuadernos Laborales de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, México, 1986.

Enciclopedia Universal Ilustrada, Tomo LIX, página 1346, Europeo Americana, Madrid, España, 1973.

Encyclopedia of Science and Tecnlogy, Tomo 13, página, 502, Mc Graw Hill, N.Y., 1982.

Freedman, Alan. Diccionario de Computación, Mc Graw Hill, España, 1993.

Gómez Mont, Carmen. Nuevas Tecnologías de Comunicación, Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, primera edición, 1991.

González Gómez, Francisco. Historia de México 2, Ediciones Quinto Sol S. A de C.V., México, tercera impresión, 1993.

Hoffman, Paul. Internet Manual de Bolsillo, McGraw-Hill/Interamericana de México, S.A de C.V., 1995.

Homs Quiroga, Ricardo. La Comunicación en la Empresa, Grupo Editorial Iberoamericano S.A. de C.V., México, 1990.

Jackson, Hartley. Introducción a la Práctica de la Artes Gráficas, Editorial Trillas, México, 1970.

La Informática en México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), México, 1994.

Ley General de Sociedades Mercantiles y Sociedades Cooperativas, Editorial PAC, S. A., de C V., México, tercera edición, 1997.

Menéndez Marcín, Ana María y Toussaint Alcaraz, Florence. Prensa y Nueva Tecnología, Editorial Trillas, primera edición, 1989.

Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. Programa de Desarrollo Informático, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, México, 1996.

Ratzke, Dietrich. Manual de los Nuevos Medios, Ediciones G. Gili S.A de C.V., México, 1986.

Rota, Joseph, Casares, Pablo, et. al., Tecnología y Comunicación, UAM-X y CONEICC, México, 1986.

Smith, Anthony. Goodbye Gutenberg, Gustavo Gili, México, 1983.

Trejo Delarbre Raúl. La Nueva Alfombra Mágica, Editorial Diana, México, 1996.

## TESIS

Flores Torres, Ana Luisa. Análisis de la Aplicación de Nuevas Tecnologías en la Prensa Mexicana: El caso de El Financiero, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1992.

Vila Freyer, Ana Beatriz. El Periódico El Norte y la Industria de la Información, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1992

## HEMEROGRAFIA

Hora del Cierre, la revista del Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa, "Potencia Periodística del Caribe", año 3, número 4, octubre 1994, Miami, Florida, Estados Unidos.

Hora del Cierre, la revista del Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa, "¿Caerá el periódico impreso ante la señal electrónica?", año 4, número 2, marzo 1995, Miami, Florida, Estados Unidos.

Hora del Cierre, la revista del Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa. "La imagen digital perfeccionada", año 5, número 2, marzo 1996, Miami, Florida, Estados Unidos

Revista Mexicana de Comunicación, "Reforma vs voceadores", año VII, número 38, dic-94/enero-95, México.

Reforma, primera plana, "Entra Reforma a Internet", año 2, abril 1995.

Reforma, Sección A Interfase, "Tiene Reforma su edición para Internet", año 2, número 499, abril 1995.

Reforma, suplemento especial de telecomunicación, "El mercado de Internet en México", año 3, noviembre 1996.

## **Direcciones electrónicas**

Reforma en versión electrónica, <http://reforma.infosel.com>

Historia de Internet en México, <http://www.nic.mx/NIC/historia.html>

Internet en México, <http://funtec.org/mexico/html>

Cumplió La Jornada 60 días de transmitirse vía Internet,  
<http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/1995/abr95/950410/internet.html>

Lengua y Periodismo en el kiosko electrónico (prensa digital), ponencia de Raúl Trejo Delarbre en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española en Zacatecas, México, 7-10 de abril, 1997, <http://www.etcetera.com.mx/colab/lengua.htm>

Full Banners, <http://www.udep.edu.pe/quid/medios7.htm>

Medición de crecimiento de Internet, <http://www.mundolatino.org/cazabits/inetenmx.htm>

Definición de la palabra microfilm, <http://www.servite.es/sisdoc/microfil.htm>

## **Videografía**

Todo lo que usted necesita saber acerca de Internet, VHS color, 30 minutos,  
Cohen International Corp, 1996

## ENTREVISTADOS

- Ing. Luis Enrique Cantú Garza, Subdirector de Informática del Periódico Reforma, México, D.F.
  
- Lic. Claudia Durán, Jefe del Departamento de Servicios Hemerográficos de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académicos de la UNAM, México, D.F.
  
- Lic. Rossana Fuentes Berain, Directora de Reportajes Especiales e Investigaciones del periódico Reforma, México, D.F.
  
- Ing. Juan Antonio Gallont, Subdirector Editorial de Interfase e Internet de los Periódicos El Norte y Reforma, Monterrey, Nuevo León.
  
- Lic. Carmen Gómez Mont, profesora e investigadora.
  
- Ing. Jorge Arturo Jiménez Hernández, Gerente de Ingeniería y Telecomunicaciones del periódico Reforma, México, D.F.
  
- Ernesto López, reportero de la Sección Interfase del periódico Reforma, México, D.F.
  
- Lic. Remigio Willman, Editor de Internet de los periódicos El Norte y Reforma, Monterrey, Nuevo León.

## **SEMINARIO**

Ponencia del Ing. Federico Turnbull Muñoz, miembro de la Sociedad Mexicana de Internet, con el tema "Internet: La nueva fuente de información", en el Seminario de Temas Actuales en Comunicación y Periodismo 1997, organizado por la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), México, D.F.

**A N E X O S**

## Anexo

Entrevista a Carmen Gómez Mont, profesora e investigadora

**Entrevista a Carmen Gómez Mont  
Directora del Departamento de Comunicación  
de la Universidad Iberoamericana**

**1.- Qué ventajas tiene el periodismo electrónico en Internet**

R: Internet lo que te permite es jugar con imágenes en movimiento con archivos y con voz, por lo que hay que explotarlos. Hay discursos que pueden estar grabados, hay videos (en Internet) como el de la NASA que se puede explorar, que te permite ver imágenes en movimiento que no te da el periódico impreso.

Por otra parte, la actualización del periódico electrónico no la da el periódico impreso porque éste se imprimió durante la noche, cerraron la edición a las dos de la mañana y después de 24 horas te vuelves a enterar por ese mismo medio que pasó y en cambio el periódico electrónico lo puedes actualizar por ejemplo cada dos horas o cada hora.

**2.- Cree que el periodismo electrónico está modificando la forma tradicional de informarse**

R: Yo por mucho tiempo leí el periódico impreso porque me daba información sobre de lo que acontece en el país o en otro países; y qué es lo que cambia con Internet, que ya tienes la fuente de información directamente en la red, en la computadora; muchas veces dices si puedo ir a la mediación del periódico impreso, porque hay una interpretación, hay una invitariedad que es valioso en fin, hay un Lorenzo Meyer, por ejemplo, que quiero ir siguiendo todo el tiempo, entonces eso si hace que sí te vayas al periódico a la editorial, pero al dato escueto y crudo, yo creo que en Internet tienes por ejemplo 80 mil fuentes de información que son más valiosas.

Qué es lo que pasa con el periódico en México, el periodismo en México está en un periodo de crisis. Yo le consulté a la gente si lee la prensa y me dicen que no la leen, en primer lugar porque está muy amarillista, muy encandalosa y eso es una nota roja. Actualmente la gente lee el periódico para buscar información muy concreta, antes dabas hojeadas completas al periódico, te pasabas un domingo leyéndolo todo.

Ahora cómo se está informando la gente, a través de otros grupos en Internet, la gente que tiene acceso a la red está dejando de leer los periódicos impresos, de ver los noticieros por televisión y por radio se oye algo donde las noticias son más objetivas.

Yo creo que en este momento de crisis en el periodismo en México, está haciendo que la gente empiece a buscar otras formas de informarse y aquí es en donde Internet comienza a jugar un rol diferente, porque consultas a la prensa en línea y sus artículos te envían a fuentes originales a grupos o comunidades.

En el caso del New York Times todos los artículos que vas leyendo te remite creo yo a 3 ó 4 fuentes más que no son del periódico que es lo interesante, ahí es donde te das cuenta que el periodista deja de ser el centro de la noticia para cederlo a otras organizaciones o grupos, entonces te vas metiendo a ellos y al mismo tiempo te van dando un contexto más amplio de la noticia desde otras perspectivas que ya no es la periodística. Por ejemplo desde el New York Times consultas un artículo sobre los 40 años de la NASA, desde el punto de vista de este diario te da toda la información sobre lo que representan los 40 años de historia; pero cuando comienzas a introducirte a los diferentes lugares o sitios que te dan, te inmiscuyes en la misma NASA, ya sea para ver las entrevistas con los astronautas; la exploración del espacio, lo que se está haciendo de la Estación Internacional en este momento; entonces empiezas a tener realmente otro sentido de la noticia y aquí es donde sobreviene una crisis en el periodismo, porque está pensado en función de una jerarquía, yo soy el periodista, yo soy quien da la nota y el que le va a decir al público lo que está pasando.

### **3.- Qué futuro tiene el periodista ante Internet**

R: El periodista tiende a desaparecer de la misma manera que tiende a desaparecer en ciertos casos el maestro en el salón de clases frente a la cantidad de información que hay en Internet. Yo pongo este ejemplo porque el profesor en el salón es el que todavía lleva la información y el que quiere dar todos los elementos informativos y sin embargo los formativos los va dejando en un segundo plano, un elemento formativo de esta época sería que los chicos comiencen a trabajar en red en grupos, es decir en los medios electrónicos y que el profesor deje de ser el foco en el salón de clase.

### **4.- Cree que el periodista actual mexicano esté dispuesto ha cambiar su manera de ejercer su periodismo para Internet y si es así que resultado habría en el periodismo mexicano tanto impreso como electrónico**

R: Francis Pissani nos comentaba que en un seminario que impartió que las dos entidades más difíciles de aceptar Internet eran los profesores y los periodistas, porque se rompía con la línea autoritaria o centralizadora de la información, entonces lo que nos espera en el periodismo es una revolución muy fuerte, un nuevo periodismo a través de esta red y en función de que más gente la vaya, teniendo el impacto va hacer mayor, en este momento en México es muy débil y por eso no se deja sentir. Lo que si se deja sentir es que la gente ya no lee el periódico, ahora hay una crisis de credibilidad en el periodismo mexicano.

Internet está constituyendo una alternativa de información de muchos temas; Internet está llenando el vacío informativo frente a esta caída de la prensa.

**5.- Cuál sería el periodismo y periodista mexicano idóneo ante esta innovación tecnológica (Internet)**

R: El buen periodismo en Internet es cuando la información deja de ser controlada por el periodista y éste le da toda las herramientas al lector para que se vaya formando su propia opinión y eso es algo que habría de vigilar en el periodismo mexicano, ahí es donde viene un choque, porque por un lado todavía tenemos un periodismo autoritario, jerarquizado y en las escuelas de periodismo todavía no enseñan a los chicos a meterse a estos nuevos elementos de información.

Tiene que surgir de las escuelas un nuevo periodismo más ligado a Internet y esta red a lo mejor va hacer un punto de impacto para que la prensa escrita también cambie. El nuevo periodista tiene que estar más preparado y la formación de él tiene que venir de las escuelas.

**6.- Cómo analiza el uso de Internet como generador de ganancias económicas**

R. La red no puede ser gratis, la red está volviéndose de interés económico, a través de la publicidad, toda la publicidad se está empezando a desplazar a Internet porque la gente con mayores recursos es la que consulta Internet y al final de cuentas es la que compra más.

Los otros medios comienzan a perder mucho ingreso, porque si una compañía de publicidad a través de sus ventas en Internet llena sus expectativas, para que se sigue anunciando en un periódico impreso, televisión o en la radio y esto genera también una crisis en dichos medios porque ellos viven de la publicidad.

En Internet hay muchos descuentos, por ejemplo si quieres comprar boletos de viaje a alguna agencia de viajes mediante Internet, tú te puedes encontrar descuentos o boletos hasta con el 50 por ciento más baratos a Europa. Yo tengo un amigo francés que consiguió un boleto para venir a México en 600 dólares y si vas a la agencia directamente te lo venden en mil dólares, él fue a la agencia y dijo hay esta ganga y lo consultaron en Internet y la agencia lo verificó y lo bajaron, todos estos comercios intermedios van desapareciendo.

Internet se está convirtiendo en un medio para el comercio y casi toda la publicidad está apareciendo en Internet. Desaparece el comercio intermedio entre la sociedad y el producto. Internet comienza a ocupar el centro de todas estas promociones.

**7.- El periodismo electrónico en México desaparecerá**

R: México sigue conservando todos los medios y en general se dice que en todas las sociedades no desaparece un medio sino que se desplaza en general son funciones complementarias.

Estamos en una época de impacto y de reacomodo; Internet en México no desaparecerá, por ende el periodismo electrónico, sino que se desplaza, se irá acomodando

**8.- Qué población consulta el periodismo electrónico**

R: Los lectores de periodismo electrónico a parte de ser gente joven, son más bien empresarios y profesionistas. Hay gente profesionista que me han dicho que se levantan a las 6:00 AM y consultan la prensa, las noticias hasta las 8:00 AM y después se van a trabajar.

**9.- Cree que el periodismo impreso desaparecerá por el periodismo electrónico**

R: Hay para todo el mundo, habrá ciertos grupos que prefieran su periódico impreso y otros a Internet.

Hay culturas que si no tienen la información impresa, sienten que no la tienen.

## Anexo 1

Información que aparece en CD ROM y forma de suscripción para  
el CD ROM de *El Norte y Reforma*



*La base de datos noticiosa mas grande de  
Latinoamérica en disco compacto.*

Para quienes requieren realizar búsquedas de información noticiosa con un alto grado de flexibilidad, disponibilidad e independencia, ponemos a su disposición la bases de datos periodísticas CD El Norte y CD Reforma.

La situación actual de nuestro país exige a los organismos de apoyo, contar con información oportuna y confiable que colabore con el proceso de toma de decisiones de empresarios nacionales e internacionales. Es por esto que le ofrecemos, desde la comodidad de su computadora personal, acceso directo a toda la información publicada en los periódicos "El Norte", de Monterrey, y "Reforma", de la Ciudad de México, así como a las referencias de más de 40 fuentes de información nacionales e internacionales desde 1986 a la fecha.

Con CD El Norte / CD Reforma usted obtendrá grandes beneficios, como...

- Edición de Textos** El sistema de recuperación le permite grabar su información en disco duro o exportarla a cualquier procesador de palabras, en donde la nota puede ser editada.
- Facilidad de Búsqueda** Por medio de palabras clave y perfiles de búsqueda (título, fecha, fuente, etc.)
- Amigable** Desarrollado en Windows, por lo que es intuitivo y muy fácil de usar sin necesidad de conocimientos previos.
- Actualizaciones** La actualización de la información es mensual o trimestral, pero se puede utilizar el servicio de localización y envío de notas en caso de que requiera información de un periodo previo a la actualización.
- Gran Información** Mas de 1,700,000 de documentos y referencias que incluyen noticias completas de los periódicos El Norte y Reforma y referencias de mas de 40 prestigiadas fuentes de información nacionales:
  - El Norte
  - El Heraldo
  - Reforma
  - El Inversionista
  - Contacto
  - El Mercado de Valores
  - Diario Oficial de la Federación
  - El Nacional
  - Ejecutivo de Finanzas
  - El Porvenir
  - El Día
  - El Diario de Monterrey
  - El Sol de México
  - El Economista
  - El Universal
  - El Financiero
  - Excélsior
  - Internacional
  - Expansión
 Además de fuentes internacionales como Business Week, Newsweek, Computer World, The Economist, Finance & Development, The New York Times, Financial Times, Time, Forbes, The Wall Street Journal, Fortune y América Economía.
- Clasificaciones** Para su mayor comodidad a la hora de la localización, los documentos y referencias se encuentran clasificados por temas:
  - Economía y Negocios
  - Trabajo y Sindicalismo
  - Ciencia y Tecnología
  - Comercio Internacional
  - Política y Gobierno
  - Informática y Telecomunicaciones
  - Religión
  - Medicina y Salud
  - Educación
  - Terrorismo y Narcotráfico
  - Libertad de Expresión
  - Agricultura
  - Ecología
- Requerimientos de Equipo** Computadora IBM 386 ó compatible  
10 MB en disco duro Windows 3.1  
Lector de discos compactos

**infosel**

Para mayor información: **Atención a clientes**

Reforma 295 Edificio Knoll Piso 6 Col. Cuauhtémoc. México, D.F. Tel (5)241 1500 Fax (5)726 8844.



FECHA \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**Forma de Suscripción**

Julio- Septiembre

Núm. de Cliente: \_\_\_\_\_

**Datos de contratación:**

Nombre Completo: \_\_\_\_\_  
 Compañía: \_\_\_\_\_  
 Dirección: \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
 Colonia: \_\_\_\_\_  
 Ciudad: \_\_\_\_\_ C.P.: \_\_\_\_\_ Tel.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
 E-mail: \_\_\_\_\_

**Seleccionar el producto a comprar:**

Precios Historia (MN)	El Norte	Reforma	Paquete (El Norte + Reforma)
Toda la Historia *	<input type="checkbox"/> \$ 5,568 (*86-'97) 359	<input type="checkbox"/> \$ 2,784 (*94-'97) 360	<input type="checkbox"/> \$ 6,682 358
Disco 86-91*	<input type="checkbox"/> 3,191 361	No Disponible	No Disponible
1 Año (92,93,94,95,96,97)*	<input type="checkbox"/> 580 362, 363, 364 365, 398, 376	<input type="checkbox"/> 580 367, 368, 369 399, 577	<input type="checkbox"/> 930 371, 372, 373 400, 578
<b>Actualizaciones '98:</b>	<b>Precios de actualizaciones solo válidos de Julio a Septiembre de 1998.</b>		
Entrega Mensual	<input type="checkbox"/> 1,908 375	<input type="checkbox"/> 1,908 377	<input type="checkbox"/> 3,060 379
Entrega Trimestral	<input type="checkbox"/> 1,465 374	<input type="checkbox"/> 1,465 376	<input type="checkbox"/> 2,340 378

Precios en pesos, no incluye IVA y están sujetos a cambio sin previo aviso. \*Los precios de Historia NO INCLUYEN actualización de 1998, ésta debe comprarse por separado. LAS ACTUALIZACIONES SON DURANTE UN AÑO CALENDARIO, Y AL FINALIZAR EL PERIODO ES INDISPENSABLE ENTREGAR LOS CDS ANTERIORES.

**Forma de Pago:**

- Pagaré personalmente en las oficinas de InfoSel (cheques a nombre de Información Selectiva S.A. de C.V).
- Depositaré en cuenta bancaria de Infosel. Puede realizar su pago en cualquier sucursal de Banorte, Confa, Bitai o Banamex del País. Para realizar el depósito, utilice la ficha que le enviaremos por fax. Una vez liquidada la factura, se le enviará su Notificación de cuenta via fax. Para pagos subsiguientes, imprima la ficha de depósito desde nuestro Módulo de Atención a Clientes en Infosel en línea: [www.infosel.com](http://www.infosel.com) o utilice la ficha anexa a la copia de la factura que le enviaremos por correo.
- Cargo automático a mi tarjeta de Crédito\*\* y renovación automática por el mismo periodo al concluirlo.  
 Visa  Master Card  Banamex  Bancomer  American Express  
 Número \_\_\_\_\_ Expira \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

\*\* Autorizo a InfoSel realizar el cargo a mi tarjeta de crédito, por concepto de la compra de CD El Norte / CD Reforma (InfoSel México) de acuerdo a los costos y condiciones contenidos en esta forma. Así mismo, me comprometo a observar las mismas condiciones y cláusulas contenidas en el contrato legal de mi tarjeta de crédito

**Datos de facturación:**

Razón Social: \_\_\_\_\_  
 RFC: \_\_\_\_\_ Tel.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
 Dom Fiscal: Calle \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
 Col.: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_  
 Dom Entrega de factura:  Dom. Fiscal  Otro (señale cual):  
 Calle: \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
 Col.: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_  
 Entregar a: \_\_\_\_\_

Firma de Conformidad: \_\_\_\_\_



Reforma 295 Edificio Knoll Piso 6 Col. Cuauhtémoc. México, D.F. Tel (5)241 1500 Fax (5)726 8844.

ENVIAR ESTA FORMA POR FAX Pág.(2/2)

## Anexo 2

Fichas de datos sobre los periódicos del Distrito Federal que  
aparecen en Internet en el formato (WWW)

## ANEXO DOS

Todos los datos de los periódicos electrónicos que aparecen en estas fichas, son relacionados a periodismo electrónico y no impreso y están actualizados al año de 1999. Por otro parte, al referirse al precio y si es gratuito es porque únicamente, se paga al proveedor para la conexión a Internet; el acceso al diario es gratis sin pago adicional para consultarlo.

Nombre del diario: La Jornada

Dirección electrónica: <http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada>

Soporte: En línea

Periodicidad: Diaria

Año de aparición: 6 de febrero de 1995

Precio (acceso): Gratuito

Tipo: Informativo

Coordinador de Sistemas: Gilberto Becerril

Idioma: Español

The screenshot shows a Netscape browser window titled "La Jornada en internet - Netscape". The address bar contains the URL <http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/>. The main content area features the newspaper's masthead "La Jornada" in a large, stylized font. Below the masthead, it reads "Dir. Gral: Carmen Lira Saade - Dir. Fundador: Carlos Payán México, D.F. sábado 15 de enero de 2000". The page is organized into several sections: "Hoy Espectáculos" on the top left and right; "Primera Plana" in the center, with a main headline "Se atenta contra el aparato productivo desde 88: Cárdenas" and a sub-headline "Pronto se verá que el tricolor sí puede perder la Presidencia"; "Contraportada" on the right with a sub-headline "RAYUELA El regalo público a Paoli lleva sin duda"; and a vertical navigation menu on the left with categories like "Contenido", "Editorial", "Opinión", "Cronista", "Política", "Economía", "Cultura", "Sociedad y Justicia", "Estado", "Capital", "Mundo", and "Deportes".

**Nombre del diario:** Novedades

**Dirección electrónica:** <http://unam.netgate.net/novedades>

**Soporte:** En línea

**Periodicidad:** Diaria

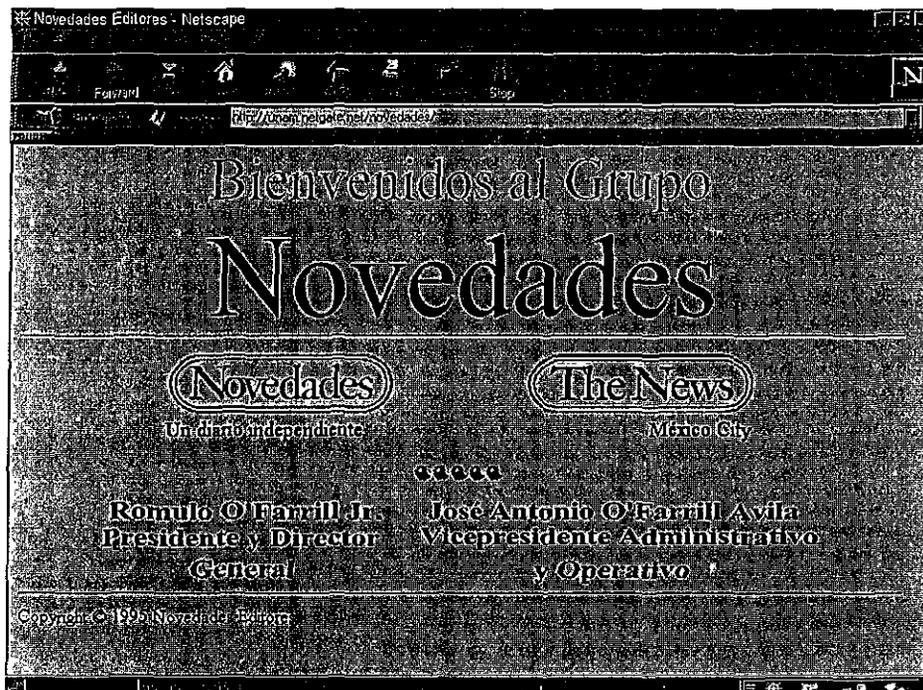
**Año de aparición:** Noviembre de 1995

**Precio (acceso):** Gratuito

**Tipo:** Información General

**Coordinador de Internet:** Ing. Jorge Barrios

**Idioma:** Español



Nombre del diario: El Universal

Dirección electrónica: <http://www.el-universal.com.mx>

Soporte: En línea

Periodicidad: Diaria

Año de aparición: 1º de abril de 1996

Precio (acceso): Gratuito

Tipo: Información General

Coordinador Técnico de Internet: Ing. Francisco Manuel Ruíz

Idioma: Español

The screenshot shows the El Universal website in a Netscape browser window. The browser title is "El Universal, Diario Independiente de Mexico - Netscape". The address bar shows the URL "http://www.el-universal.com.mx/". The website header features the "EL UNIVERSAL" logo with the tagline "EL GRAN DIARIO INDEPENDIENTE DE MEXICO" and the date "SABADO 15 de Enero de 2000". A navigation menu includes links for "PRIMERA PLANA", "FINANZAS", "NACION", "DEPORTES", "INTERNACIONAL", "CULTURA", "ESPECTACULOS", "BUSQUEDA", "AYUDA", "ESTADOS", and "NUESTRO MUNDO CONTACTENOS". A "Oportunos" banner is also visible. The main content area features a "UOLmail" advertisement with the text "Es gratis, es fácil..." and "HAGA CLICK ->". Below this is a news article titled "PRIMERA PLANA Guerra entre cárteles en la frontera: EU" with a sub-headline "El embajador estadounidense Jeffrey Dantow advirtió que a lo largo de la frontera norte los poderosos cárteles mexicanos de las drogas libran 'vanas guerras' que a la fecha han ocasionado cientos de muertes, principalmente en Ciudad Juárez y Tijuana. Se ...". To the right of the article is a "Nuestros (lectores) Opinión" section with the text "¿Cree usted que más de 3,000 mujeres (como estiman directivos del ejército mexicano) aceptarán la invitación este año para realizar". A sidebar on the left contains a "COMPUTACION Y TECNOLOGIA" section with a "FORO" link and a list of topics: "Editoriales", "Columnas", "Cartones", "Gráficas", "Foro del Universo de la Computación", "Ejemplares Anteriores", and "Acercas de Nosotros".

Nombre del diario: Excélsior

Dirección electrónica: <http://www.excelsior.com.mx/>

Soporte: En línea

Periodicidad: Diaria

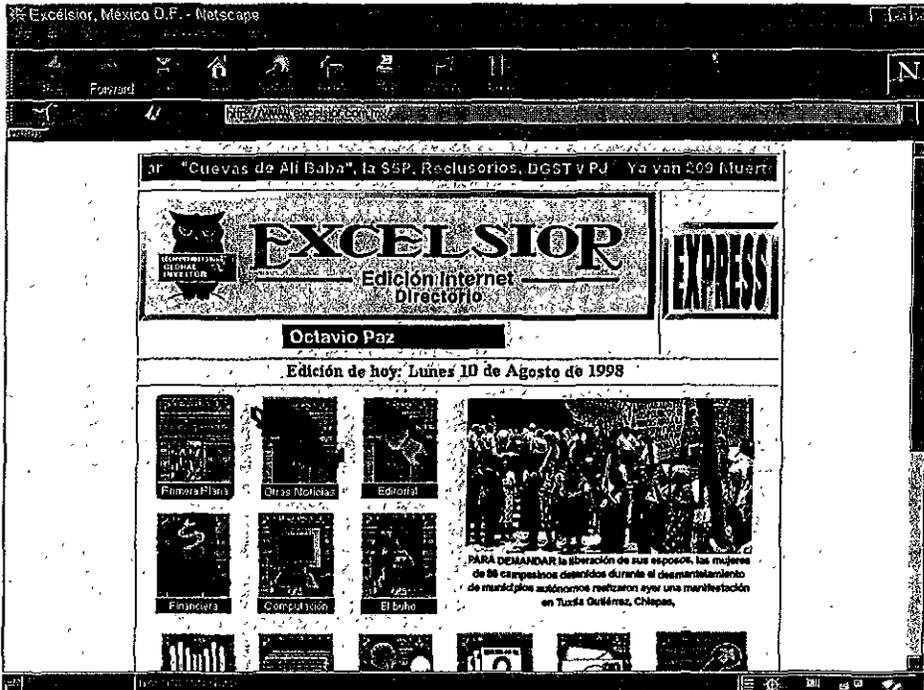
Año de aparición: 1° de abril de 1996

Precio (acceso): Gratuito

Tipo: Información general

Encargado de Internet: Lic. Juan José Kochen

Idioma: Español



Nombre del Diario: El Reforma

Dirección electrónica: <http://reforma.infosel.com>

Soporte: En línea

Periodicidad: Diaria

Año de aparición: 6 de abril de 1996

Precio (acceso): Gratuito

Tipo: Información General

Encargado de Internet: Ing. Juan Antonio Gallont y Lic. Remigio Willman

Idioma: Español

Observaciones: La consulta del ejemplar del día es gratuita, pero si se desea ver la del día anterior, hay que pagar una cuota, siempre y cuando no se tenga como proveedor de Internet a Infosel.

Reforma - Netscape

http://reforma.infosel.com/

**INTERNET familia**

**REFORMA** VEA AQUI Cada una de las páginas de Reforma en su formato PDF

Sábado 15 de Enero de 2000

**Iglesia y el PRI son iguales.- Fox**  
Mirna Ramos y Daniel Moreno

REFORMA / Nuevo León y Enviado

MONTERREY.- Reunido con una veintena de pastores evangélicos, el candidato presidencial Vicente Fox comparó ayer a la Iglesia católica con el PRI.

• más información

CONSULTA REFORMA EN TEXTO

- PRIMERA
- EDITORIALES
- NACIONAL
- INTERNACIONAL
- NEGOCIOS
- CIUDAD
- DEPORTES
- GENTE
- CULTURA
- ESTADO
- INTERFASE
- CIENCIA
- BUENA MESA
- MODA
- ENFOQUE
- EL ANGEL
- AUTOMOTRIZ
- DE VIAJE

Nombre del diario: El Economista

Dirección electrónica: <http://www.economista.com.mx/>

Soporte: En línea

Periodicidad: Diaria

Año de aparición: 22 de julio de 1996

Precio (acceso): Gratuito

Tipo: Información sobre economía e información general

Directora de Internet: Eurídice Arroyo

Idioma: Español

Bienvenido a El Economista - Netscape

http://www.economista.com.mx/

Hoy, Viernes 14 del enero del 2000 | E-mail Gratuito | Ayuda |

La relación Hombre-Camión

Regístrate y Gana Gratis

# EL ECONOMISTA



**"MI SUCESOR TENDRÁ MÁS MARGEN DE ACCIÓN": ERNESTO ZEDILLO**  
Crítico el Presidente la forma como los diputados distribuyeron el Fondo para Entidades Federativas.

Valores y Dinero  
En ocho años han perdido casi de bolsa una cuarta parte de sus cuentas

Industria y Comercio  
Se anuncia programa de descuentos en la canasta básica

**SECCIONES**

- ▶ Valores y Dinero
- ▶ Industria y Comercio
- ▶ Política y Sociedad
- ▶ Nuestro Tema
- ▶ Internacional
- ▶ Columnas
- ▶ Cartonas
- ▶ Foro Económico
- ▶ Deportes
- ▶ La Plaza
- ▶ Suplementos

**SERVICIOS**

- ▶ Archivo Histórico
- ▶ E-mail Gratuito
- ▶ Chat
- ▶ Boletín
- ▶ Sugerencias

**PUBLICIDAD**

- ▶ En Periódico
- ▶ En Suplementos
- ▶ En Internet
- ▶ Perfil del Lector

**MERCADES ACCIONARIOS**

NYSE	DJI	Nasdaq
Cierre: 7,274.62	Cierre: 11,582.43	Cierre: 3,812.08
Anterior: 7,174.10	Anterior: 11,651.10	Anterior: 3,778.14
Variación %: +1.29%	Variación %: -0.59%	Variación %: +0.89%

Ver más...

Nombre del diario: La Crónica

Dirección electrónica: <http://www.cronica.com.mx>

Soporte: En línea

Periodicidad: Diaria

Año de aparición: 1996

Precio (acceso): Gratuito

Tipo: Información General

Responsable Técnico de Internet: Ing. Fernando Paz

Idioma: Español

La Crónica de Hoy / LUNES 10 DE AGOSTO DE 1998 / México - Netscape

Forward

<http://www.cronica.com.mx>

# LA CRÓNICA DE HOY

DIRECTOR GENERAL: PABLO HIRIART / AÑO TRES

 Nacional	 Ciudad	 Internacional	 Negocios	 Deportes
 Academia	 Cultura	 Medio Ambiente		



Taxis piratas en CU asaltan a pasajeros, circulan sin placas ni documentos, amparados en que la policía no puede entrar al campus



Adrián Fernández ganó el Gran Premio de Ohio, psicológicamente, repuesto, una semana después del accidente que costara tres vidas

**LA CRÓNICA DE HOY**  
México, D.F.  
LUNES 10 DE AGOSTO DE 1998

La ciudad se asió el jueves porque las autoridades olvidaron deszvolvar durante el estaje, pero le echan la culpa a "la gente que tra basura". Rodolfo Echeverría dice que sería injusto que el PRI pagara por el Fobaproa, pues "no tuvo la culpa" A las procuradurías se les van todos los días asesinos y narcos, y alegan que es culpa de los jueces. Nadie asume su responsabilidad, mientras se pueda culpar a otros ¿De quién va a ser lo culpa cuando nos vaya bien?

**Nombre del Diario:** El Financiero

**Dirección electrónica:** <http://www.elfinanciero.com.mx/>

**Soporte:** En línea

**Periodicidad:** Diaria

**Año de aparición:** 1997

**Precio (acceso):** Gratuito

**Tipo:** Información financiera e información general

**Encargado de Internet:** Ing. Carlos Chávez

**Idioma:** Español

Bienvenidos a El Financiero - Netscape

<http://www.elfinanciero.com.mx/>

# El Financiero

**Aplican las Afore el menor cargo por comisiones en AL**



*En México, el costo sobre el flujo se ubica en alrededor de 1.92 por ciento del salario, mientras que en naciones como Chile, Uruguay y Perú alcanza niveles*

**PERIODICO DIARIO.**  
Consulta a todas las secciones del periódico en su publicación diaria.

**EL FINANCIERO INTERNATIONAL (EFI)** is the only English-language weekly newspaper entirely dedicated to Mexican business and NAFTA news. EFI provides inside information for international professionals interested in Mexico's stocks, trade, finances, economy, and politics.

**EL FINANCIERO EN CD.**  
EL FINANCIERO pone a su disposición el nuevo CD-ROM, para ambiente Windows, que contiene toda la información

**Nombre del Diario:** El Heraldo de México

**Dirección electrónica:** <http://www.heraldo.com.mx/>

**Soporte:** En línea

**Periodicidad:** Diaria

**Año de aparición:** 21 de diciembre de 1997

**Precio (acceso):** Gratuito

**Tipo:** Información general

**Encargado de Internet:** Alejandro Arriero

**Idioma:** Español

The image shows a screenshot of a Netscape browser window displaying the website for El Heraldo de México. The browser's title bar reads "EL HERALDO DE MEXICO - Netscape". The address bar shows the URL "http://www.heraldo.com.mx/". The main content area features a central banner with the text "EL HERALDO DE MEXICO EN PANTALLA" and "Bienvenidos". Below this, the date "Sábado 15 de Enero de 2000" is displayed. A navigation bar at the bottom contains several circular icons. The browser's status bar at the bottom shows "Apoyos/ED/Activos".

EL HERALDO DE MEXICO - Netscape

http://www.heraldo.com.mx/

EL HERALDO DE MEXICO  
EN PANTALLA

Bienvenidos

Primer Plano

Sábado 15 de Enero de 2000

EL 14 de Enero 7:3

Para continuar haga click en el botón de la sección que desee...

**Diarios:** El Sol de México, La Prensa y Esto

**Dirección electrónica:** <http://www.oem.com.mx>

**Soporte:** En línea

**Periodicidad:** Diaria

**Año de aparición:** 28 de febrero de 1998

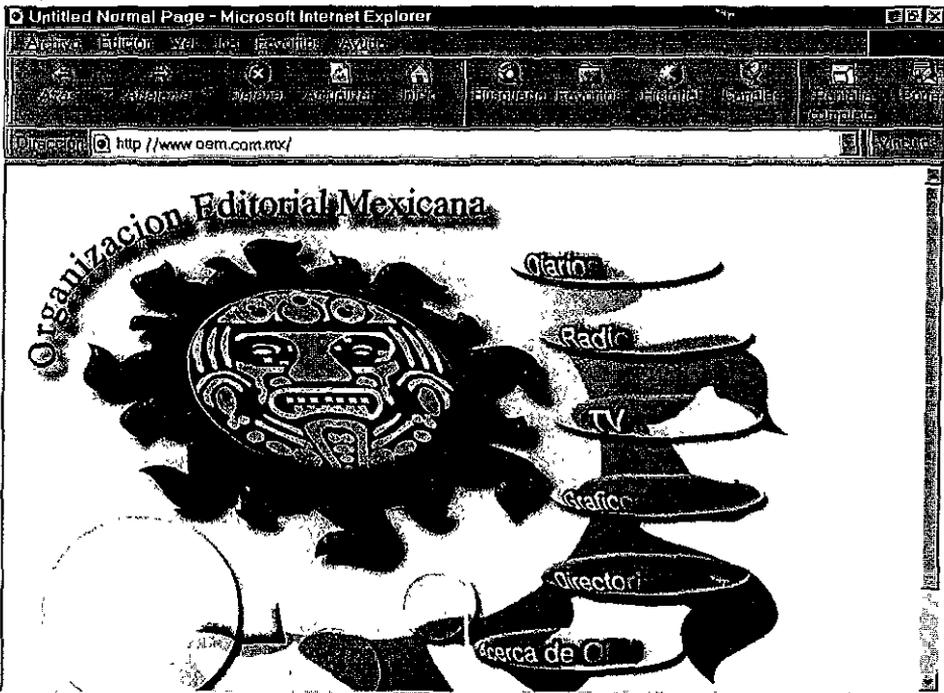
**Precio (acceso):** Gratuito

**Tipo:** Información general y deportes

**Encargado del sistema satelital e Internet:** Ing. Luis Gutiérrez

**Idioma:** Español

**Observaciones:** La Organización Editorial Mexicana (OEM), cuenta con 34 periódicos en línea, entre ellos El Sol de México, La Prensa y Esto publicaciones del Distrito Federal. Por lo anterior, para acceder en línea a cada uno de dichos diarios, solamente se puede hacer mediante la dirección electrónica de la OEM y una vez estando en su página Web, se va desplegando a la publicación que se dese consultar.



### Anexo 3

Lista de periódicos nacionales que aparecen en Internet

Visita a nuestro anunciante haciendo click.

[ [Información sobre anuncios](#) ]



[SPIN te ayuda a cumplir...](#)

[Tenencia 1999](#)

---

**Resumen de Noticias de SPIN-Internet:** Gracias por visitar la página de noticias de SPIN-Internet. Esta es la información que ofrecemos *-como un servicio público-* a los usuarios de la red Internet en cualquier parte del mundo. Además encontrarás ligas a otros medios de información nacionales y en el extranjero.

[Resumen matutino](#) [Resumen vespertino](#) [Información financiera](#) [Todo sobre deportes](#) [Cultura y sociales](#) [Sorteo melate](#)

---

**Periódicos en México:**

- |   |  |
|---|--|
| <a href="#">El Debate</a><br>Culiacán, Sinaloa            | <a href="#">El Diario de Monterrey</a><br>Monterrey, N. L. |
| <a href="#">Diario de Morelia</a><br>Morelia, Michoacán   | <a href="#">Diario Presente</a><br>Villahermosa, Tab.      |
| <a href="#">Diario de Yucatán</a><br>Mérida, Yucatán      | <a href="#">El Economista</a><br>Ciudad de México          |
| <a href="#">Excélsior</a><br>Ciudad de México             | <a href="#">El Financiero</a><br>Ciudad de México          |
| <a href="#">El Informador</a><br>Guadalajara, Jalisco     | <a href="#">El Imparcial</a><br>Hermosillo, Sonora         |
| <a href="#">Meridiano</a><br>Tepic, Nayarit.              | <a href="#">La Jornada</a><br>Ciudad de México             |
| <a href="#">El Norte</a><br>Monterrey, N. L.              | <a href="#">El Nacional</a><br>Ciudad de México            |
| <a href="#">Novedades</a><br>Ciudad de México             | <a href="#">Novedades de Acapulco</a><br>Acapulco, Gro.    |
| <a href="#">La Opinión</a><br>Torreón, Coahuila           | <a href="#">Siglo 21</a><br>Guadalajara, Jalisco           |
| <a href="#">Tabasco Hoy</a><br>Villahermosa, Tab.         | <a href="#">El Universal</a><br>Ciudad de México           |
| <a href="#">Novedades de Quintana Roo</a><br>Cancún, Q.R. | <a href="#">Noroeste</a><br>Culiacán, Sin.                 |
| <a href="#">Correo de Hoy</a><br>Guanajuato, Gto.         | <a href="#">Diario Digital</a><br>Cd. Juárez, Chih.        |
-

## Anexo 4

Entrevistas a Rossana Fuentes Berain, Directora de Reportajes  
Especiales e Investigaciones del periódico Reforma y Ernesto  
López, reportero de la sección Interfase

**Entrevista a Rossana Fuentes Berain  
Directora de Reportajes Especiales e  
Investigaciones del periódico Reforma**

**1.- Utiliza Internet como herramienta de trabajo**

R: Todo el tiempo mi equipo usan al Internet como herramienta, los reporteros que trabajan conmigo en el área de reportajes especiales tienen acceso y cuenta ilimitada en Internet.

**2.- Emplea el correo electrónico como herramienta de Internet y ha realizado entrevistas por este medio y por conversación en tiempo real**

R: En el área de Reportajes Especiales trabajamos con Internet de varias maneras, laboramos con el correo electrónico como uno de los elementos que nos ayuda para estar en comunicación con nuestras fuentes en dónde quieran que estén, trabajamos también haciendo entrevistas con correo electrónico. Hemos logrado conversaciones abiertas cuando se tiene un *chat* adecuado del otro lado, es decir, si el software de ellos lo permite, cuando no, lo que se realiza es mandar un cuestionario al entrevistado y lo regresa vía electrónica o sea, por correo electrónico.

Un ejemplo del uso del *chat* fue cuando realizamos un debate con especialistas en educación en Internet, en educación a distancia, estábamos conectados todos los que intervenimos en el debate virtual, se hizo una conversación que de otra suerte hubiera sucedido en el mismo espacio físico análogo; los países que participaron fueron San Francisco, California, Estados Unidos; Monterrey, Nuevo León y la Universidad Iberoamericana plantel Santa Fe, Ciudad de México, México; Buenos Aires, Argentina y Barcelona, España.

Hemos hecho *chat* nacionales, no entrevista propiamente, por ejemplo, mi equipo es el que siguió todo el proyecto de los Arizmendi López y al final se hizo un *chat* en Internet, en el cual tuvimos una persona secuestrada desde su oficina.

**3.- Cree que es conveniente la entrevista vía electrónica**

R: Sí, cuando no hay otra opción. La entrevista cara a cara es lo óptimo, el lenguaje corporal, el medio ambiente, las reacciones, todo esto te ayuda a evaluar lo que está sucediendo con un entrevistado y después de eso da lo mismo; por teléfono la ventaja es que puedes reaccionar de manera inmediata y tienes preguntas de seguimiento y ello también lo puedes hacer en Internet cuando estás usando un *chat*, es decir una conversación en tiempo real.

**4.- Cree que ha cambiado la forma de hacer periodismo**

R: Creo que ha cambiado bastante la forma de hacer periodismo, en primer lugar porque se tiene un acceso mucho más amplio a fuentes de información, el periodismo se hace con base a fuente de información; ha cambiado en tanto a la capacidad de comunicación y de ubicuidad, es decir, puedes estar aquí y en otro lado al mismo tiempo.

**5.- Cree que el periodista emplee totalmente el uso de Internet y sus herramientas**

R: El reporteo asistido por computadora es una herramienta que se emplea en el mundo para optimizar el acceso a la información de los periodistas y creo que estamos utilizando un porcentaje relativamente bajo de la capacidad que tenemos de búsqueda de información, yo creo que en la medida que estemos más capacitados podemos usarlo más.

## **Entrevista a Ernesto López Reportero la sección Interfase**

### **1.- A qué sección pertenece**

R: Interfase

### **2.- Qué tiempo tiene de usar Internet**

R: Tres años por ser una herramienta de uso productivo.

### **3.- Qué es lo que consulta de Internet**

R: Lo que consulto de Internet son básicamente noticias internacionales; información de empresas de otros países como por ejemplo para saber cómo cotizan en bolsa; cuál es la situación de la industria; los escenarios que estas empresas están planteando a los que son inversionistas y lo que es en sí la tendencia de consumo de Internet como medio de información, comercio y como medio de relación social.

Por otra parte, Interfase por ser un área dedicada a tecnología tiene que consultar Internet para estar a la vanguardia de la información que se publica sobre computadoras, comercio electrónico, hardware, software y compañías que se dedican a este segmento de productos de tecnología.

### **4.- Utiliza el correo electrónico**

R: Si

### **5.- Para qué lo emplea**

R: El uso del correo electrónico lleva también tres años y básicamente mi uso personal es para recepción de información, comentarios con los demás compañeros de mi sección y contactos de fuentes, es decir, a través del correo electrónico contactamos a personas que queremos entrevistar o solicitamos información no siempre con el fin de que sea una entrevista, sino por ejemplo para consultar a un analista del sector y decirle si nos puede proporcionar el último reporte que ha hecho sobre determinado segmento del mercado.

### **6.- Cree que es conveniente la entrevista a través del correo electrónico**

R: La conveniencia del correo electrónico para realizar entrevistas es buena cuando no hay otra posibilidad; cuando el entrevistado no está en un lugar físico por períodos largos por su actividad y cuando su tiempo es tan valioso que no hay otra forma de que te proporcione información. Aquí en México en nuestro caso relativamente es fácil agendar entrevistas una a una con gente de la industria, analistas, profesores de Universidades, por mencionar algunos, ya sea por el prestigio del periódico o porque la persona es accesible en cierta forma.

Recurso al correo electrónico como una forma de contactar, porque mucha gente no está acostumbrada a que le envíes un cuestionario para responderlo, no sienten que sea cortés que hagas eso, porque a veces dicen: eso es muy frío y a mí me gustaría platicar contigo, ya que no me gusta utilizar este medio para las entrevistas.

Creo que es más útil realizar entrevistas persona a persona o usar el teléfono, debido a que éste es más confiable en cierta forma, porque a través del correo electrónico, no estás al cien por ciento seguro que la persona que contesta sea la entrevistada o a quien le enviaste el correo electrónico. Personalmente es más satisfactorio platicar con las personas, la interacción se da más natural es más amplia, es decir, estás realizando la pregunta y la persona te da la respuesta y en base con lo que te conteste, le puedes hacer otras preguntas para obtener más información de lo que se está buscando o simplemente para reforzar los conceptos que uno tiene y a veces cuando la persona contesta un correo electrónico, no se extiende en la explicación de los conceptos como por ejemplo citas, situaciones, fechas, entre otros..

No me siento a gusto en hacer una entrevista en correo electrónico, apelo por las otras opciones, persona a persona o por teléfono, porque como mencioné, en la plática persona a persona hay retroalimentación más amplia que la del correo electrónico, debido a que las respuestas en este medio son casi todas de si o no. Pero si no hay otra forma de entrevistar a la persona deseada, empleo esta herramienta de Internet.

#### **7.- Cuántas entrevistas ha realizado por correo electrónico**

R: Diez, de las cuales 2 ó 3 han sido internacionales y el resto nacionales.

#### **8.- Qué ventajas encuentra de Internet**

R: En Internet la ventaja es básicamente la inmediatez al acceso de la información, en el caso de la sección Interfase, nosotros trabajamos todo lo que es información sobre tecnología y el Internet es una muestra del uso de tecnología y en general de un 80 por ciento de información que se halla en Internet sobre determinados temas un parte proporcional del 10 ó 17 por ciento corresponde a información sobre tecnología, ya sea sobre computadoras, hardware, software y compañías de productos de tecnología.

#### **9.- Qué desventajas encuentra de Internet**

R: No encuentro desventajas de Internet, porque no dependemos del todo de esta red como la fuente principal de información, es una fuente importante pero no la única que tenemos y si en todo caso la información que se busca no está en Internet, se acude a la subsidiaria de la empresa (del periódico Reforma), como a la biblioteca electrónica o banco de datos, a contactos de revistas, entre otros.

Si Internet fuera nuestra única fuente de información entonces si sería una desventaja, por ejemplo, si consultamos una página electrónica y si el *site* está fuera de línea, sería una dificultad, porque hay que esperar a que se active y mientras ello sucede se perdería tiempo para obtener la información, pero como Internet no es por ahora la fuente principal, no tenemos ese problema.

#### **10.- Ha cambiado de alguna manera Internet la forma de hacer periodismo y cómo**

R: Internet nos da más variedad de ofrecer productos a la gente; de corroborar la información que le estamos entregando al lector y de tratar de ser más ágiles en cuanto a lo que se está presentando; nosotros somos una sección semanal y por una parte tenemos la ventaja y desventaja de lo que nosotros publicamos los lunes, ya que la gente lo consumió a través de Internet a lo largo de la semana, por lo cual, nuestro trabajo debe ser aún más rico de lo que puedan ellos encontrar en Internet para que realmente tenga un valor.

Internet nos ha obligado a ser más productivos y a fijarnos más en lo que le estamos dando al lector, a refinar más nuestro servicio, a que estemos más dispuestos a añadirle valor de servicio a la información para que la gente lo consuma. Hemos tenido que hacer un poco más de conciencia de lo que se le ofrece al lector. El periodismo electrónico es la expresión de cómo se ha movido de ser un medio de información a ser un medio de apoyo de toma de decisiones, ahora se vende la noticia como una herramienta para que la gente tome mejores decisiones. La versión electrónica permite estar informado al instante para saber qué hacer.

El periodista ya no se vale de su habilidad que tenía para conseguir información, sino ahora utiliza otros medios como Internet para hacerle un contexto a su información que le presentará al lector, sin las limitantes de estar dependiendo de un fax, de estar esperando a que te contesten la llamada por teléfono, entre otros. Cada reportero tiene sus fuentes preferidas en Internet, hay quienes consultan, por ejemplo: Yahoo o Altavista (que son buscadores de información por Internet), o examinan los servicios de información que llegan a lo largo del día a la redacción y de toda la información que se revisa, se debe tener una decisión de cuál elegir.

Por otra lado, la ventaja de periodismo electrónico es que ya no es local, sino internacional, ello cambia el sentido de hacer periodismo, porque ya no escribes para un mercado específico; el idioma ya no es una barrera, es una herramienta de consumo no local sino internacional.

#### **11.-El periodismo electrónico tendrá futuro**

R: El futuro no se puede plantear, sino que hay que ver que se está haciendo para que ese futuro sea mejor de lo que ahora hay en el periodismo electrónico.

## Anexo 5

Ejemplo de Full Banner

Algunos ejemplos de Full Banners:



## Anexo 6

Información sobre la publicidad que se ofrece por Internet, a través de los periódicos *El Norte*, *Reforma*, así como noticiero en Directo e Infotel

# PUBLICIDAD *en* internet

Anunciarse en nuestro site tiene grandes ventajas, como las 250,000 visitas diarias a nuestras páginas de clientes potenciales para su empresa o negocio así como el servicio de diseño y reportes sobre su publicidad.

INFOSEL EN LINEA es nuestro site general, cuenta con diferentes áreas de información para mantener actualizados a los lectores en noticias de lo que sucede en México y el mundo así como las opciones con las que cuentan Ciudad de México y Monterrey para divertirse, y avisos de ocasión con la oferta y demanda de bienes y servicios.

- REFORMA** Periódico líder en la Ciudad de México([www.reforma.com.mx](http://www.reforma.com.mx))
- EL NORTE** Periódico líder en la ciudad de Monterrey([www.elnorte.com.mx](http://www.elnorte.com.mx))
- EN DIRECTO** Servicio informativo en línea que se actualiza minuto a minuto
- ESCAPE** Te ofrece la información de entretenimiento (cine, tv, libros, música, teatro, espectáculos, videojuegos) y la guía mas completa de restaurantes, bares, discotecas y comidas a domicilio.
- INFOSEL** Líder en información selectiva, cuenta con servicios como Infosel Financiero, Infosel Legal, Bolsa de Trabajo, Bolsa Inmobiliaria y entrega de manera electrónica el Diario Oficial. ([www.infosel.com.mx](http://www.infosel.com.mx))

La publicidad aparece en cintillos y se puede colocar en cualquiera de las páginas de una área de información.

Estas se dividen de la siguiente manera:

- |                     |                        |                     |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| Artes y Humanidades | Computación e Internet | Deportes            |
| Educación y Ciencia | Entretenimiento        | Gobierno y Política |
| Medicina y salud    | Negocios y finanzas    | Referencia          |
| Regional            | Vida y Familia         | Noticias y Medios   |
| Periódicos          |                        |                     |

## TARIFAS

Costo por millar de impresiones (impactos) publicitarios.

Ubicación de los banners	CPM
Todo Infosel en Línea	\$30
5 Secciones a elegir	\$40
4 Secciones a elegir	\$50
3 Secciones a elegir	\$60
2 Secciones a elegir	\$70
1 Sección a elegir	\$80

**Ancla o Patrocinio.**

Ubicación	Precio mensual.	Comentarios.
Página Principal de Infosel en Línea.	\$15,000	Solo 2 patrocinadores.
Página Principal de las secciones.	\$10,000	Hasta 3 patrocinadores por sección
Páginas adicionales (interiores de cada sección).	\$ 5,000	Hasta 6 patrocinadores por página.

**Resultados de Búsqueda por palabra clave.**

- Cargo administrativo anual por cada 3 palabras elegidas: \$250.
  - Costo por millar de impresiones en los resultados búsqueda de las palabras clave elegidas \$100.

Este servicio se proporcionará solo con la contratación mínima anual de 10 millares de impresiones.

**Campañas acotadas a Sistemas Operativos y/o Browsers.**

Costo por millar de impresiones (impactos publicitarios) \$100.

**Tiendas Virtuales.**

- Contratación de servicios de Publicidad Electrónica a tarifa regular para la promoción de la tienda virtual.
- Infosel en Línea ofrece 50% adicional al paquete contratado a cambio de 15% de participación de ventas.
- Compromiso mínimo mensual: \$5,000 en un contrato a 6 meses.
- Incluye hospedaje de la tienda virtual del cliente.
- No incluye servicios de diseño ni programación.

**Secciones Disponibles para patrocinio o para acotamiento de campañas**

**1. Directorio Mexicano de Internet.**

• Artes y Humanidades	• Educación y Ciencia
• Medicina y Salud	• Referencia
• Computación e Internet	• Entretenimiento
• Negocios y Finanzas	• Regional
• Deportes	• Gobierno y Política
• Noticias y Medios	• Vida y Familia

**2. Comunidades Virtuales.**

• Cine	• Automotriz
• Libros	• Star Wars
• Ciclismo	• Dinámica Ejecutiva
• Corredores	• i-commerce
• Pesca Deportiva	• Puros

**3. Servicios Especializados.**

• i-mail.	• Bolsa de Trabajo.
• Infosel Legal.	• Bolsa de Comercio.
• Diario Oficial de la Federación.	• Bolsa Inmobiliaria
• Infosel Financiero.	• Reforma
• Infosel Financiero Inversionista.	• El Norte
• Infosel Médico	• Directorio Empresarial
• Quién es Quién	• Escape
• Resúmenes Noticiosos	• Avisos de Ocasión (Periódico El Norte).

**4. Infomonitor.**

**5. Flash Noticioso.**

**6. Atención a Clientes.** Servicio exclusivo para los clientes del nuestro servicio de Acceso a Internet.

**MEDIDA DEL ESPACIO COMERCIAL**

- Full size banner. 468 por 60 pixeles, hasta 15 kbytes.
- Dimensiones del Patrocinio. El estándar es de 88x31px <2k's

**Nota:** Todos los precios se muestran en dólares y no incluyen IVA. La facturación se realizará en pesos al tipo de cambio del día de la facturación según el tipo de cambio libre a la venta de Banamex.

**REPORTES**

Las campañas de publicidad dentro de nuestro site cuentan con un reporte detallado que le ayuda a que su publicidad sea mas efectiva, ya que usted puede ver en todo momento la evolución de la misma.

**DISEÑO DE PAGINAS**

- La fase de diseño incluye: desarrollo de la imagen, estilo, links, fotografías, programación y adecuación de todos los elementos de una página electrónica.
- Costo \$1,000 pesos por página tamaño carta, es necesario que se anticipe el 50%.
- Correcciones a las paginas ya elaboradas: sujeto a cantidad de trabajo basado en la tarifa de producción de una página.
- En caso de contar con el diseño de sus páginas Web, el material podrá entregarse en .html (incluyendo todas la imágenes en .gif, .jpg) si se utilizan imágenes de shockwave tales como flash o director, deberán estar previamente checadas en los diferentes browsers y plataformas ya que difieren en lenguajes de programación y pueden no desplegarse en alguno de estos.

## Anexo 7

Formato de suscripción y tarifas del proveedor para Internet, Infosel

# infosel

Internet en serio.

## FORMA DE SUSCRIPCIÓN (1/2)

Fecha: / / Número de Cliente:

### Datos de Contratación:

Angélica Romero.

Nombre(s):

Apellido Paterno: Apellido Materno:

Compañía:

Profesión: Teléfono: ( ) Fax: ( )

### Dirección en donde se instalará el servicio:

Calle: # Entre: y

Colonia: Ciudad: C.P.:

### Características del equipo computacional:

Computadora (marca y modelo): Procesador: MB en RAM,

MB libres en disco duro: Sistema Operativo:  Windows '95  Windows 3.x  Macintosh Otro:

Modem (marca y velocidad): ¿Cuenta con discos originales o CD-Rom de Windows 95?  Sí  No

Para instalar el servicio debe contar mínimo con: Modem de 14,400 bps; línea telefónica directa o conmutada. Computadora personal IBM/compatible o Macintosh. [Para IBM/compatible: sistema operativo Windows 3.1/posterior o Windows '95; procesador 486 o mayor; 8 MB en RAM; 20 MB disponibles en disco duro]. [Para Macintosh: sistema operativo 7.1 o posterior; procesador 68030 o mayor; 16 MB en RAM; 20 MB disponibles en disco duro].

### Datos de Facturación:

Razón Social: RFC: - -

Teléfono: ( ) Fax: ( )

### Domicilio Fiscal

Calle: Número:

Colonia: Ciudad: C.P.:

Domicilio Entrega de Factura:  Mismo domicilio fiscal  Dom. donde se instalará el servicio.  Otro (señale cuál):

Calle: Número:

Colonia: Ciudad: C.P.:

Entregar factura a:

### Servicio solicitado: Favor de indicar en la(s) línea(s) la cantidad deseada de cada servicio.

#### TIPO DE SERVICIO

PLAN	Básico	Ejecutivo	Empresarial	Aclaraciones
<b>Mensual</b>	\$190 10 hrs. (c111)	\$250 30 hrs. (c112)	\$500 100 hrs. (c113)	1) El posible tiempo remanente no es acumulativo.
<b>Hora Extra</b>	\$18 (c151)	\$12 (c152)	\$6 (c153)	2) Se factura por minuto extra / sólo aplica en plan mensual.
<b>Trimestral</b>	\$550 30 hrs. (c121)	\$720 90 hrs. (c122)	\$1,440 300 hrs. (c123)	3) Tres meses o el número de horas correspondientes al servicio contratado, lo que suceda primero.
<b>Semestral</b>	\$1,045 60 hrs. (c131)	\$1,375 180 hrs. (c132)	\$2,750 600 hrs. (c133)	4) Seis meses o el número de horas correspondientes al servicio contratado, lo que suceda primero.
<b>Anual</b>	\$1,995 120 hrs. (c141)	\$2,625 360 hrs. (c142)	\$5,250 1,200 hrs. (c143)	5) Doce meses o el número de horas correspondientes al servicio contratado, lo que suceda primero.

#### El pago del servicio contratado debe ser de contado

Inscripción: \$150 (c100) Cargo único por cuenta de acceso; gratis al contratar suscripciones semestrales y/o anuales.

Servicios Adicionales		
Instalación de software a domicilio:		\$ 120 (c161)
Visita técnica:		\$ 120 (c163) Precio p/hr.
Capacitación personalizada (debe contratar al menos 2 horas)		\$ 120 (c163) Precio p/hr.
Buzón de correo electrónico extra (El buzón extra es para uso exclusivo de Correo Electrónico. La Cuenta de Acceso incluye un buzón con capacidad de 1 MB)		\$ 250 (c162) Cargo anual.
Cambio de Cuenta y/o Contraseña de Acceso a Internet:		\$ 100 (c164)

Los precios no incluyen I.V.A. y están sujetos a cambios sin previo aviso.

INT-02



Agradecemos su interés por conocer más acerca de nuestro servicio de acceso a Internet. En **Infosel** conjugamos los elementos que convierten a la Red Mundial en una productiva **herramienta de trabajo**; le brindamos una plataforma al mundo mediante la cual podrá comunicarse, informarse, hacer publicidad y comercializar con más de 120 millones de personas localizadas en más de 152 países.

Infosel lo conecta a la Red Mundial **rápido** y al **primer intento**, ya que tenemos conexión directa y exclusiva a Internet. Además no ofrecemos planes de acceso ilimitado para garantizarle la disponibilidad de nuestras líneas de acceso en el momento que las necesite, aún en horas pico. Para Infosel **Internet es en serio**, y por lo mismo no sólo lo conectamos a la Red Mundial, sino que también le ofrecemos:

- ✓ Cursos gratuitos de **Capacitación** en Internet, en los niveles básico, intermedio y avanzado.
- ✓ Calificado departamento de **Atención a Clientes** que le ofrece Soporte Telefónico y a domicilio en amplios horarios, incluyendo los fines de semana.
- ✓ **Clave Única Nacional**®, servicio gratuito que le permite conectarse a Internet con su misma Cuenta de Acceso y con tan sólo una llamada local, desde 37 ciudades de la República Mexicana.
- ✓ **Clave Única Internacional**®, servicio que le permitirá conectarse a la Red Mundial desde más de 800 ciudades del mundo utilizando su misma Cuenta de Acceso y a un bajo costo. Este servicio debe contratarse adicionalmente al acceso a Internet.
- ✓ Acceso gratuito a las secciones *Archivo Histórico*, *Búsquedas* y *EnDirecto* de los periódicos **Reforma** y **El Norte** vía Internet; así como a **Infosel Financiero Básico**.
- ✓ Un mes gratis de consulta a nuestros **Servicios de Información** en Internet: *Infosel Legal*, *Diario Oficial de la Federación* y *Resúmenes Noticiosos*, en la compra de planes trimestrales, semestrales y anuales.
- ✓ **Precios preferenciales** en la adquisición de dichos Servicios de Información, así como de *Infosel Financiero Personal*, *Quién es Quién en México* y el Módulo para Empresas de la *Bolsa de Trabajo*.
- ✓ Sección especial para **Nuestros Usuarios** en donde conocerá más acerca de la Red Mundial y podrá consultar en línea sus Tiempos de Conexión, entre otros beneficios.
- ✓ **Página personal** en Internet, ¡gratis! y muy fácil de crear.
- ✓ Participación en más de 5,000 **Foros de Discusión** electrónicos.

Miles de usuarios diariamente satisfechos avalan con su preferencia la calidad de nuestros productos y servicios, así como nuestro liderazgo en el mercado. Microsoft también ha reconocido nuestra labor otorgándonos los títulos de **"Especialista en Internet"** y el **"Premio a la Excelencia"** en 1995 y 1996.

### Para lograr una comunicación exitosa deberá contar **AL MENOS** con el siguiente equipo:

- Modem de 14,400 bps mínimo.
  - Línea telefónica, la cual no requiere ser exclusiva para este servicio y puede ser directa o conmutada.
  - Computadora personal IBM / compatible o Macintosh.
- | <b>Para IBM / compatible:</b>                             |   | <b>Para Macintosh:</b>                            |   |
|---|---|---|---|
| • Sistema operativo Windows 3.1 / posterior o Windows 95. | • Sistema operativo 7.1 o posterior.              | • Sistema operativo 7.1 o posterior.              | • Sistema operativo 7.1 o posterior.              |
| • Procesador 486 o mayor.                                 | • Procesador 68030 o mayor.                       | • Procesador 68030 o mayor.                       | • Procesador 68030 o mayor.                       |
| • 8 MB en RAM y 20 MB disponibles en disco duro.          | • 16 MB en RAM y 20 MB disponibles en disco duro. | • 16 MB en RAM y 20 MB disponibles en disco duro. | • 16 MB en RAM y 20 MB disponibles en disco duro. |

Póngase en línea con el mundo... no espere más y haga suya esta herramienta de trabajo; empiece cuanto antes a disfrutar el beneficio de tener acceso a una fuente de comunicación, información, publicidad y comercio.. **en serio**.

[www.infosel.com.mx](http://www.infosel.com.mx)

Atentamente,  
*Departamento de Atención a Clientes*

Acapulco (74) 86-6668 • Acuña (877) 2-6020 • Aguascalientes (49) 12-6688 • Cancún (98) 87-6320 • Chihuahua (14) 37-0038 • Cuernavaca (73) 22-7300 • Culiacán (67) 12-0070 • Delicias (147) 72-4554 • Durango (18) 10-1500 • Guadalajara (3) 818-6600 • Irapuato (462) 4-1853 • Juárez (16) 18-4967 • León (47) 18-2323 • Los Mochis (68) 12-0250 • Matamoros (88) 14-4090 • Mazatlán (69) 16-6234 • Mérida (99) 25 4043 • Mexicali (65) 68-3798 • México, D.F. (5) 241-1500 • Monclova (86) 34-2121 • Monterrey (8) 389-2500 • Morelia (43) 12-4090 • Oaxaca (951) 3-0042 • Pachuca (771) 8-9202 • Parra (152) 2-0834 • Piedras Negras (878) 2-5550 • Puebla (22) 49-7374 • Querétaro (42) 15-1560 • Reynosa (89) 24-3003 • Saltillo (84) 39-0393 • San Luis Potosí (48) 14-9955 • Tijuana (66) 34-7103 • Toluca (17) 22-2522 • Tuxtla (961) 3-5333 • Veracruz (29) 31-9151 • Victoria (131) 5-2516 • Xalapa (28) 17-4488

INT-01

## Anexo 8

Formato de suscripción y tarifas para la consulta de los periódicos  
El Norte y Reforma en Internet

**Suscripción al Periódico Reforma y/o El Norte  
Vía Internet**

Nombre: _____	Puesto: _____
E-Mail: _____	Tel: _____
Compañía: _____	Fax: _____

Periodicos		Trimestral	Semestral	Anual
	<input type="checkbox"/>	\$ 17.95 USD	<input type="checkbox"/> \$ 28.95 USD	<input type="checkbox"/> \$ 45.95 USD
	<input type="checkbox"/>	\$ 17.95 USD	<input type="checkbox"/> \$ 28.95 USD	<input type="checkbox"/> \$ 45.95 USD
	<input type="checkbox"/>	\$ 24.95 USD	<input type="checkbox"/> \$ 41.95 USD	<input type="checkbox"/> \$ 65.95 USD

Precios se muestran en dolares norteamericanos (\*), no incluyen IVA y estan sujetos a cambio sin previo aviso.  
 \* Facturables en pesos al tipo de cambio de la fecha de facturación publicado por el Banco de México en el Diario Oficial de la Federación.

 <b>Datos de Facturación:</b>		
Razón Social: _____	R.F.C. _____	
Domicilio Fiscal: _____		
Calle y número _____		
(País)	(ciudad)	(C.P.)
Enviar la factura a: _____		
Tel. _____	Fax. _____	Favor de incluir clave lada _____

RFC solo para la República Mexicana

