



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Aregional.com

Una versión actual del
Nuevo Periodismo en México
2009

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A :

LESLIE AIMEE HASSEY MURILLO

ASESOR: ALFREDO CÓRDOBA KUTHY

MÉXICO, D.F. 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

“El periodista tiene el mismo objeto que siempre: informar. Hacer bien su trabajo para que el lector pueda entender el mundo que lo rodea, para enterarlo, para enseñarle, para educarlo...”

Ryszard Kapuscinski

Periodista polaco que escribió a fines de 2003

“Los cinco sentidos del periodista”

La vida me ha brindado esta posibilidad; para crecer cada uno tiene su tiempo, su espacio; mi tiempo lo marca el universo, por eso trato siempre de mirar al cielo para encontrar una guía que me indique el camino.

Agradezco a mis padres y a mis hermanos el apoyo moral para concluir esta etapa de mi vida; también agradezco a mi pareja Charly, quien me ha acompañado paso a paso en la elaboración de esta Tesina y de quien he recibido el soporte para que esto sea una realidad.

En el transcurso de esta investigación recibí el apoyo académico y la disciplina de mis profesores y asesores quienes me dieron la visión para poder terminar este trabajo, a ellos agradezco su tiempo, comprensión y guía . . .

Alfredo Córdoba Kuthy
Jorge Lumbreras Castro
Lourdes Romero Álvarez
Jorge Sandoval Pardo
Efraín Pérez Espino

En las entrevistas, por su visión y conocimiento respecto al tema . . .

Octavio Islas, Tecnológico de Monterrey, ITESM
Enrique Bustamante Martínez, Fundación Ealy Ortiz de El Universal

Por último quiero agradecer a **Aregional.com**, las facilidades para obtener esta Licenciatura, en especial al Dr. Ricardo Carrillo Arronte y al Lic. Cutberto Anduaga Lugo, quienes con su disposición han ayudado a mi crecimiento profesional.

*Leslie Aimee Hassey Murillo
Noviembre de 2009*

INDICE

Introducción.....	1
Capítulo I. El Proceso Comunicativo.....	5
1.1 El proceso comunicativo y el lenguaje.....	6
1.2 Los Medios de Comunicación Masiva.....	8
1.3 El Periodismo y las Nuevas Tecnologías.....	11
Capítulo II. Los Medios de Comunicación en el Siglo XXI.....	13
2.1 Internet “el nacimiento”.....	14
2.2 Internet y la Sociedad de la Información.....	16
2.3 Internet en México, cifras sobre los usuarios de la Red.....	19
Capítulo III. ¿Qué es el Nuevo Periodismo?.....	25
3.1 ¿Qué es el Nuevo Periodismo?.....	26
3.2 El periodismo electrónico y publicaciones en Internet.....	30
3.3 El caso del Periódico El Universal.....	33
Capítulo IV. Aregional.com, Reportaje sobre una versión actual del nuevo periodismo.....	37
4.1 Aregional.com una idea innovadora.....	40
4.2 El crecimiento.....	41
4.3 La sección de noticias, ejemplo del nuevo periodismo.....	43
4.4 Una herramienta eficaz para la transparencia	45
4.5 Perspectivas a futuro.....	46
4.6 Una mirada local para el mundo.....	47
Conclusiones.	62
Anexos.....	68
Fuentes de consulta.....	93

INTRODUCCIÓN

Este estudio se desprende de la necesidad de explicar el auge de los medios informativos en *internet* y cómo han surgido otros que adquieren mayor importancia a partir del uso de las nuevas tecnologías.

La Tesina que se presenta es en primer lugar una investigación sobre el nacimiento del periódico electrónico en *la red* y sus consecuencias, entre ellas el surgimiento de un “nuevo periodismo” que tiene su base en el periodismo tradicional pero con diferentes características.

En el transcurso de esta investigación se obtuvo que la información que se publica en *internet* tiene un formato diferente, y tiene -entre otros- un objetivo universal que pretende diluir las diferencias culturales y sociales. Además, sugiere patrones de conducta y una visión particular del mundo, que en muchos casos responde a la incesante evolución de las tecnologías de la información.

En un trabajo que se titula: *Aregional.com, Reportaje sobre una versión actual del nuevo periodismo*, se analiza un medio de información como esta página de *internet*, con la finalidad de ayudar a comprender su esencia misma, a revelar su objetivo comunicativo, y a confirmar su utilidad social.

La investigación que presento tiene la intención de plantear al “nuevo periodismo” como una forma actual de comunicar y de informar, con base en lo que le dio origen, que son las publicaciones *on-line*; también pretende explicar que los formatos informativos que ha creado la prensa se trasladan de manera distinta a *la red*.

Por otro lado, se tiene el objetivo de explicar qué es *aregional.com*, en este sentido, se realiza una investigación sobre la forma y la estructura de la página web, las causas de su creación, el tipo de información que ofrece y qué tipo de relación establece con el cibernauta.

Este trabajo aborda el tema de *internet* como fuente principal de la que se desprenden otras formas de expresión, y donde se integran otros medios con la posibilidad de ofrecer nuevos productos a los usuarios, entre los que se encuentran los periódicos electrónicos, que dan origen al periodismo digital ó “nuevo periodismo”.

Asimismo, se busca definir al “nuevo periodismo” como un concepto vigente y que apenas se estructura en sus modalidades, como en algún tiempo se definieron los lineamientos de la prensa escrita.

El estudio se estructura de la siguiente manera: en el Primer Capítulo, que se titula *El Proceso Comunicativo*, se explica el origen de la comunicación desde el nacimiento del lenguaje hasta llegar a los medios de comunicación masiva y el periodismo.

El lenguaje, producto de una capacidad exclusivamente humana, es la materia fundamental para que se lleve a cabo el proceso comunicativo, el cual consta de un emisor, un mensaje, un código, un canal y un receptor.

En los medios de comunicación como la radio, la televisión, la prensa, el cine ó *internet*, se vive este proceso de manera continua y con la ayuda de las nuevas tecnologías se ha dado un giro total al periodismo.

En el Segundo Capítulo, que se titula *Los Medios de Comunicación en el Siglo XXI*, se aborda el nacimiento de *internet* dentro del marco de la Sociedad de la Información; también se mencionan algunas cifras sobre el uso de *la red* en México y en otros países.

Sobre este tema, destaca el estudio que ha hecho Manuel Castells, quien se refiere a la información como el ingrediente clave de nuestra organización social.

Internet tiene su origen en el Guerra Fría, como una necesidad del gobierno norteamericano para sobrevivir a una tercera guerra mundial. En nuestro país, fue hasta 1989 cuando se

iniciaron las primeras conexiones en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el ITESM (Instituto Tecnológico de Monterrey).

Cinco años después aparecen las primeras publicaciones en *internet*, entre éstas los periódicos electrónicos que al día de hoy son los medios de información más consultados en *la red*, por encima de la radio o la televisión.

El Tercer Capítulo se titula *¿Qué es el Nuevo Periodismo?*, en él se plantea el “nuevo periodismo” como el que surge con *internet*, no el que inspiró Truman Capote con su reportaje novelado “A Sangre Fría”. Este nuevo periodismo se enmarca en la Sociedad de la Información y del Conocimiento y tiene entre sus características la interactividad.

Este periodismo, que difiere en su forma al que se publica en la prensa, se basa en elementos como los textos cortos, titulares informativos claros y directos, y rescata el empleo de antetítulos, entre otros.

Uno de los autores que señalan las diferencias entre escribir para *la red* y para los medios impresos es Jakob Nielsen. Por otro lado, la periodista Inma Martín explica que las nuevas tecnologías han propiciado una nueva redacción periodística para medios *on-line* y de un nuevo lenguaje para *internet*.

Se mencionan algunas publicaciones en *la web* que buscan estas características y en especial las que corresponden a México, así como algunas otras publicaciones en *la red*.

En este capítulo también se dedica un apartado al nacimiento del periódico electrónico y su importancia en el desarrollo del nuevo periodismo ó *ciber-periodismo* como lo define Raúl Trejo Delarbre.

En el Capítulo IV, que es el último, se encuentra el Reportaje que establece la existencia de *aregional.com* como un medio informativo que también posee las características de un medio emergente y donde se gesta el nuevo periodismo en su sección de noticias.

Este sitio, además de ser una Consultoría en Finanzas Públicas, es una muestra de la evolución de las páginas que ofrecen información en México y que con ayuda de las nuevas tecnologías, se ha convertido en una opción en *internet* para obtener información especializada, oportuna y con una visión innovadora respecto al periodismo *on-line*.

De manera adicional, se anexan las entrevistas que ayudaron a dar forma a este trabajo y que enriquecen el conocimiento previo sobre los temas que aquí se tratan.

CAPÍTULO I
EL PROCESO COMUNICATIVO

1.1 El proceso comunicativo y el lenguaje

A través de los siglos, los seres humanos hemos necesitado del lenguaje para poder convivir en sociedad y para crear civilizaciones que han trascendido por su legado filosófico, artístico y cultural. Desde que el hombre existe en el mundo, el instinto de supervivencia ha sido uno de los factores fundamentales para crear distintas formas de transmitir nuestras necesidades más básicas, como el comer, dormir o reproducirnos; hemos ideado señales, signos y símbolos verbales y no verbales, los cuales se han convertido en las herramientas principales para interactuar y generar lo que llamamos comunicación.

El lenguaje, desde el punto de vista de la lingüística, es un sistema de sonidos y signos que tiene como objetivo elaborar afirmaciones generales. A través de éste, podemos generar y transmitir pensamientos o sentimientos elaborados con base en las reglas que nos dicta ese mismo sistema. El lenguaje está conformado básicamente de signos escritos y sonidos, que organizados, forman palabras con las que es posible elaborar frases o enunciados que nos van a permitir comunicarnos.

Esta disciplina asume al lenguaje como producto de una capacidad exclusivamente humana y es natural porque es general a la especie ¹. El ser humano desde que nace tiene una predisposición natural para aprender la lengua que se utiliza en el lugar en que se desarrolla.

Uno de los autores que en el siglo XX habló sobre este tema fue Noam Chomsky, quien argumentó que la adquisición del lenguaje está innatamente programado y que el ser humano está genéticamente dotado de conocimiento sobre el lenguaje. En este sentido, podríamos afirmar que el lenguaje es resultado de la convivencia social, asimismo es una construcción histórica y una fuente de comunicación humana.

La lingüística, ciencia que estudia la lógica, la estructura, las reglas, los significados y la evolución del lenguaje, es relativamente reciente y se conoce como tal desde la primera

¹Pio E. Ricci Bitti, Bruna Zani, *La Comunicación como proceso social*, México, Grijalvo, 1990, p. 25.

mitad del siglo XX; sin embargo, su origen se encuentra en los griegos, quienes se dedicaron a estudiar el parentesco de las lenguas hindúes. En esta época, las discusiones filosóficas sobre el lenguaje versaban sobre el origen convencional o natural de éste.

Posteriormente, las reflexiones sobre la lengua en Grecia y en Roma (Georgias, Sócrates, Aristóteles) se enfocaron a dividir la oración en artículo, nombre, pronombre, verbo, participio, adverbio, preposición y conjunción. En este momento histórico ya habían surgido la retórica como arte de persuadir a la multitud y los antecedentes de la concepción normativa de la gramática y de la fonética.

En los siglos XVII y XVIII se logran grandes avances en lo que es para el ser humano fundamental, comunicarnos a través de la lengua; por un lado, los franceses buscan explicar la lengua por medio de leyes del pensamiento al decir que el habla se origina en el pensamiento y la lengua es la imagen de nuestra representación racional del mundo (Marco Logicista), lo anterior junto con la codificación racional de la lengua, es decir los usos de la misma.

También surge el interés por el estudio de la lengua y por sus transformaciones al tratar de encontrar la filiación lingüística entre diversas lenguas, en razón de sus semejanzas y sus diferencias, y se postula la regularidad y permanencia de la organización interna de ésta, lo que dio lugar al origen de la Lingüística.

Los análisis que siguieron a estas reflexiones se sitúan en la era contemporánea con Saussure, quien sostiene que el lenguaje es un medio de comunicación y un transmisor de contenido; además, señala que el signo lingüístico está compuesto por dos partes: significado y significante; esta relación conlleva tres principios, el de arbitrariedad (la naturaleza de las cosas no tiene relación necesaria con las palabras que la nombran), convencionalidad (acuerdo de los miembros de una sociedad para utilizar los signos lingüísticos que forman su lengua) y linealidad (los significantes no disponen más que de la línea del tiempo; sus elementos se presentan unos tras otros formando una cadena).

En los principios de arbitrariedad y convencionalidad está la idea de que la lengua es social, “convencional” que parte de una construcción histórica y es fuente de comunicación humana.

De los anteriores estudios parten las reglas que determinan el ordenamiento de las palabras y frases en secuencias aceptables, es decir que puedan ser comprensibles, asimiladas por quien las recibe (sintaxis); y para entender el significado y el análisis de la relación entre los signos lingüísticos y el mundo (semántica) sin esta última, no podríamos generar comunicación eficaz.

Para que exista comunicación, de acuerdo con el modelo de Tatiana Slama-Cazacu (1973) son esenciales al menos seis factores: el emisor, es decir, quien produce el mensaje; un código, que es el sistema de referencia con base en el cual se produce el mensaje; el mensaje, que es la información transmitida y producida según las reglas del código; el contexto, donde el mensaje se inserta y al que se refiere; un canal, es decir un medio físico ambiental que hace posible la transmisión del mensaje; un receptor (u oyente), que es quien recibe e interpreta el mensaje.² Según este esquema, el emisor es el que codifica (el que crea un mensaje de acuerdo a un código) y el receptor el que descodifica (el que interpreta ese mensaje de acuerdo a ese mismo código).

Este sistema es el que hace factible la comunicación y las probables relaciones que se establecen a través de ella; ya sea desde una perspectiva humana o de los instrumentos que la hacen posible.

1.2 Los Medios de Comunicación Masiva

El proceso de la comunicación se reinventa en el quehacer cotidiano que nos muestran los medios de comunicación masiva o medios de comunicación social, los cuales -según la óptica desde la cual se les analice- son el cine, la radio, la prensa y la televisión; sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo XX, a esta clasificación, se han sumado otros

² *Ibidem*, p. 25.

géneros o subdivisiones de los anteriores medios, tales como la telemática, el video , la televisión por cable, la realidad virtual, *internet* y en general la informática.

Los argumentos por los cuales se ha realizado esta ubicación son: por su capacidad de llegar a amplios públicos; porque los sujetos poseen los receptores para las informaciones transmitidas; por su impacto político; por la masa de recursos involucrada en los procesos de producción, circulación y consumo; por los impactos en la conducta de los sujetos, entre otros.

Como dato histórico, cabe señalar que las dos Guerras Mundiales influyeron de manera decisiva en el desarrollo de los medios de comunicación.

En el periodo que va de 1900 a 1945 se realiza un despliegue de los avances técnicos en materia de comunicación, motivado por las ideologías políticas como el fascismo (Italia desarrolló una política de masas y utilizó la propaganda política); el nazismo (Alemania, a través del ascenso del Partido Nacional Socialista, NSDAP y Hitler en 1933 mediante el Estado utilizó la propaganda); el nacionalismo y diversos movimientos culturales y artísticos.

Como una reacción, Estados Unidos realiza una tarea propagandística en apoyo a los aliados a través de volantes, equipo radiofónico y documentos destinados a ser exhibidos en Europa y América Latina.

Otro ejemplo es que los medios adquirieron un carácter central para dar a conocer los principios y finalidades del socialismo soviético (1917), en particular fueron considerados instrumentos de educación para la clase proletaria.

En la actualidad, el impacto directo de los medios de comunicación ha generado nuevas formas de interacción humana y que a su vez ha propiciado lenguajes específicos que van de la mano con la “aldea global” que señala Mc Luhan, de la que somos parte.

Para entender los nuevos conceptos que surgen a partir de la masificación de los medios es necesario remitirse a la importancia del sonido y de la imagen, ya que a través de la prensa, la radio y la televisión, han logrado entrar en lo más íntimo de la vida del hombre, lo que implica cambios significativos en su vida social.

Entre los nuevos conceptos está el de “información”, que básicamente consiste en datos estructurados que permanecen ociosos e inamovibles hasta que alguien con los conocimientos suficientes los utiliza para interpretarlos y procesarlos.³

En la evolución de los medios, el acontecer político y social pasó de lo privado a lo público, y sin duda este hecho constituye un avance en la conformación de las ciudades y del nacimiento de la información como tal. La radio y la televisión dejaron de ser simple entretenimiento para después ser medios de información, que hoy son indispensables para entender nuestra sociedad.

En un principio, la imagen aparece intimidante (los hermanos Lumière), pero pronto se adueña de revistas, periódicos y ahora constituye un elemento esencial de la comunicación, ya que nos ofrece informaciones concretas, polimorfos y vivenciales; llegan a dominar al hombre en su propio inconsciente. Incluso como representación de la realidad, el uso de las imágenes se ha convertido en un lenguaje universal que ha llegado a cambiar la perspectiva del hombre en el mundo.

De la misma forma en que la imagen se ha apropiado de la televisión y de las publicaciones, lo ha hecho con los medios electrónicos de información, a través de los cuales se modifica la visión del hombre en su contexto social. Es así, que aún viviendo en la época de la comunicación masiva, corremos el riesgo de la más terrible incomunicación; “hemos llegado a saturar el mundo con una hiper-información instantánea y universal”⁴; y si consideramos que la comunicación es básicamente diálogo entre seres humanos, los medios de comunicación electrónica ofrecen posibilidades insospechadas de autoexpresión y por otro lado, de creación de bienes culturales.

³ Miguel Ángel Rivera Ríos, *Capitalismo informático, cambio tecnológico y desarrollo nacional*, Universidad de Guadalajara, UNAM, México/Guadalajara/Los Ángeles, Juan Pablos, 2005, pág. 120

⁴ Francisco Gutiérrez Pérez, *El Lenguaje Total*, Buenos Aires, Hvmánitas, 1973, pág. 49

Los medios junto con las nuevas tecnologías, nos ofrecen la posibilidad de unir palabras, imágenes y sonido para crear un lenguaje único y propio, que nos permite no sólo transmitir ideas, hechos, sino ofrecer nuevas formas de ver las cosas influyendo y hasta modificando de ese modo los significados o contenidos.

1.3 El Periodismo y las Nuevas Tecnologías

El periodismo es un oficio que surge después de la imprenta (siglo XVI) y se ha visto expuesto a grandes transformaciones a lo largo de su historia motivadas por distintos factores: los sistemas políticos en los cuales se ejerce, la cultura preponderante, la organización económica y el desarrollo de la tecnología.⁵

A partir de 1920 la prensa fue sometida a las presiones que implican la inmediatez lograda por la radio, la televisión y después de los años 90, por las redes digitales⁶, las cuales aparecen y se desarrollan en un momento de reestructuración profunda del capitalismo hacia fines del siglo XX, y se caracterizan por aprovechar la convergencia de distintos aparatos para ampliar y hacer más eficiente el envío, acumulación y organización de los datos.⁷

Ante esta situación, la prensa se ve obligada a insertarse en la dinámica tecnológica y en 1992 se convierte en uno de los primeros medios en incursionar en *internet*. Es así como la prensa se transforma en un medio electrónico como el *e-mail* (correo electrónico), los boletines informativos, las páginas de *internet* y los *blogs*, entre otros.

En un inicio, la versión *on-line* de la prensa es una copia de la impresa; las primeras empresas en entrar a *la red* fueron *La Jornada* en la ciudad de México a través de un servidor de la UNAM en 1995 y *El Norte* de Monterrey en 1996; posteriormente casi todos los diarios de circulación nacional ingresaron a *la red*.

⁵ Delia Covi Druetta; Florence Toussaint y Aurora Tovar, *Periodismo Digital en México*, UNAM, México 2006, pág. 73

⁶ Entendiendo el concepto de red como lo señala Manuel Castells en *La sociedad red*, como un conjunto de nodos interconectados. Además señala "La inclusión/exclusión de las redes y la arquitectura de las relaciones entre sí, facilitada por las tecnologías de la información que operan a la velocidad de la luz, configuran los procesos y funciones dominantes en nuestras sociedades", p. 506.

⁷ Delia Covi Druetta, *Sociedad de la Información y el Conocimiento*, México, Ediciones La Crujía, 2004, p. 348.

De acuerdo con Lizy Navarro, en el 2000 había 11 mil 428 medios informativos circulando por *internet* en todo el mundo; de los cuales 4 mil 322 eran periódicos, 3 mil 945 revistas, mil 897 emisoras de radio y mil 264 estaciones de televisión.

En México, el Directorio de Medios Publicitarios registra 303 diarios contando los vespertinos y los deportivos; y al 2002 en el Distrito Federal se imprimían 14 diarios y 10 semanarios.

Este proceso que se da en el curso del siglo XX conlleva ciertas características, entre ellas, el ingreso de equipo computarizado a la redacción de los periódicos, lo cual modificó el trabajo de los reporteros de los diarios; por ejemplo, el tiempo se mejora al evitarse los traslados; al enviar boletines e informes por correo electrónico; hacer entrevistas por *messenger* y consultar fuentes por *internet* lo cual permite elaborar una nota sin salir de la redacción.

En el caso de los noticiarios televisivos, tardaron más para ingresar a *la red* que los diarios impresos (a fines de los años 90 y hasta el 2000). Entre las televisoras que decidieron generar un portal en *internet* están *Esmas.com* de Televisa; *Todito.com* de TVAzteca; CNI Canal 40 y Canal 11 del IPN.

La radio por su parte entró a la supercarretera de la información a través de la XHDL-FM Radioactivo 98.5, del entonces denominado Grupo Imagen Comunicación en Radio de la Ciudad de México, en mayo de 1995. Posteriormente lo hizo el Grupo Radio Centro y en 1996 apareció la página de Radio UNAM.⁸

Los medios como la radio, la televisión y la prensa han ido ingresando a *internet* para convertirse en medios digitales, generando así un tipo de periodismo que se amolda a las nuevas tecnologías; el cual posee características diferentes aunque su base fundamental se encuentre en el periodismo tradicional.

⁸ *Ibidem*, p. 360.

CAPÍTULO II
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
EN EL SIGLO XXI

2.1 Internet “el nacimiento”

La *internet* se define como una red mundial de computadoras interconectadas con un conjunto de protocolos y cuando se dice que es una “red de redes”, se hace referencia a que está formada por la interconexión de otras redes menores.

A partir del nacimiento de *internet* se abre un panorama distinto para las formas de hacer comercio, de trabajar y de comunicarse. Por ejemplo, el tiempo invertido en ir directamente a una tienda y comprar un libro desaparece al poder hacer la compra por la página de la librería; en este acto se concreta una necesidad en menor tiempo y esfuerzo. Es por esta razón que para personajes como Steve Case, presidente de la empresa estadounidense America On Line, *internet* es un “nuevo medio de masas”.

Este nuevo medio de masas, se suma a otros tales como la telemática, el video, la televisión por cable, la realidad virtual y en general la informática; que surgen a partir de la segunda mitad del siglo XX.

Desde el punto de vista histórico, la *internet* nace como una necesidad militar en plena guerra fría, por parte del gobierno norteamericano para sobrevivir a una posible tercera guerra mundial. La idea era crear un nuevo método de almacenar información y así contar con una gran red de mando y control que uniera entre sí las bases esparcidas en todo el país. Es así que la corporación RAND de estrategias de la guerra fría, propuso en 1964 que para evitar su destrucción, esa red no tendría un centro único ni una autoridad central y que pudiera funcionar en condiciones adversas. Todos los nodos deberían ser iguales, con la misma autoridad para enviar y recibir mensajes.

La “red de redes” surge en diciembre de 1969 con el nombre de ARPANET, con cuatro patrocinadores: las Universidades de California en los Ángeles (UCLA) y en Santa Bárbara, la de Utha y el Instituto de Investigaciones de Stanford. De un momento a otro, lo que se

había diseñado como una red de ordenadores comunicados entre sí, se convirtió en una red para la comunicación de personas y grupos basada en ordenadores.⁹

En 1973 la ARPA fue rebautizada como DARPA, que funcionaba de forma distribuida sobre la red telefónica conmutada que era una red de comunicación diseñada primordialmente para la transmisión de voz, aunque pueda también transportar datos.

De la filosofía del proyecto que se llamó “*internetting*” surgió el nombre de “*internet*” que se aplicó al sistema de redes interconectadas mediante los protocolos: Protocolo de Control de Transmisión (TCP) y Protocolo de Internet (IP).

Posteriormente, a comienzos de la década de los 80 surgieron en Estados Unidos otras redes científicas afines como CSNET y BITNET; en 1983 se desgajó de ARPANET la parte relacionada con la defensa: MILNET, y ese mismo año nacía la *INTERNET* como red de interconexión entre ARPANET, MILNET y CSNET, unidas todas por los protocolos TCP/IP y a las que se irían añadiendo otras redes del vecino país de Norte y de otros países.

El 1ro. de enero de 1983, ARPANET cambió el protocolo NCP por TCP/IP, y ese mismo año se creó el Internet Service Provider que es una empresa dedicada a conectar a *internet* la línea telefónica de los usuarios o las distintas redes que tengan, y a dar el mantenimiento necesario para que el acceso funcione correctamente, esto con el fin de proporcionar recursos de investigación a *internet*.

Después en 1986 inició el desarrollo de NSFNET (National Science Foundation's Network; serie de redes dedicadas a la comunicación de la investigación y de la educación) y que se convirtió en la principal red en árbol de *internet*, complementada después con las redes NSINET y ESNET ubicadas en Estados Unidos.

Tres años después con la integración de los protocolos OSI (Open System Interconnection) en 1989, en la arquitectura de *internet*, se inició la tendencia actual de permitir no sólo la

⁹ Emy Armañanzas; Javier Díaz Noci, *et al.*, *El periodismo Electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona, Ariel, S.A., 1996, pp.18-19.

interconexión de redes de estructuras dispares, sino también la de facilitar el uso de distintos protocolos de comunicaciones.

Fue hasta 1990 cuando en el CERN (Consejo Europeo para la Investigación Nuclear de Ginebra), un grupo de físicos encabezado por Tim Berners-Lee, crearon el lenguaje HTML (HyperText Markup Language), basado en SGML (Standard Generalized Markup Language; Lenguaje de Marcación Generalizado). Ese mismo año, el mismo equipo construyó el primer cliente Web, llamado WorldWideWeb (WWW) y el primer servidor web.

Entre las utilidades de *internet*, está la búsqueda de Información en grandes bases de datos a través de palabras clave. Mediante la WWW basado en el hipertexto, que ha desbancado el servicio Gopher, podemos movernos por todos los servicios de la red, a la vez que relaciona documentos entre sí.

El programa más utilizado antes Mosaic y ahora Netscape, permite viajar con texto, imagen y sonido. Nos hace saltar entre documentos de diferentes ordenadores, en distintas redes y países. A principios de 1994 existían unos 750 servidores de información WWW, cifra multiplicada ahora por diez; supone un 26 por ciento del total de *la red*.

Debido a la alta demanda de los usuarios, este medio ha sido elegido por la mayoría de los periódicos electrónicos que actualmente existen. De hecho, para muchos editores de prensa empieza a resultar más atractivo meterse en *internet* a poco costo, que participar en una empresa como es por ejemplo la *Europa On-line*. De igual manera, medios como la radio y la televisión han ido incursionando en la transmisión de información a través de *la red*.

2.2 Internet y la Sociedad de la Información

A la par del nacimiento de *internet* en el mundo, surge en Europa el término de Sociedad de la Información, la cual se caracteriza por “basarse en el conocimiento y en los esfuerzos por convertir la información en conocimiento. Cuanto mayor es la cantidad de información

generada por una sociedad, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento”.¹⁰ Otra característica de este tipo de sociedades es la velocidad con la que viaja la información, que muchas veces se transmite de manera instantánea.

Al respecto, el investigador Francisco Ortiz Chaparro, señaló en un estudio publicado por la Fundesco de España (Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones) que “la sociedad de la información ha triunfado, en el sentido de que ya nadie discute que la información sea el factor dominante en nuestra sociedad. Es la materia prima, el bien esencial, la que en el futuro va a diferenciar a ricos y pobres y marcar las pautas de la evolución social y cultural”. . . Sin embargo “nadie sabe con certeza cómo va a contribuir la información, *per se*, a la solución de los problemas de la sociedad actual”. Además, indica que el acceso a la comunicación dista de ser un buen indicador de la evolución integral de la sociedad.¹¹

El antecedente directo de la Sociedad de la Información y la Comunicación (SIC) está en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que por poseer una parte dura (hardware) y una parte blanda o lógica (software) se diferencian de generaciones anteriores.

Entre las características de la SIC se encuentra la flexibilidad, que en el caso de las nuevas tecnologías se manifiesta en los procesos reversibles a partir de los cuales reordenan sus componentes, su organización y su propósito. La digitalización y la electrónica, por ejemplo, forman parte de esta nueva base de cambios tecnológicos ya que conducen a ampliar el volumen de información disponible, así como a hacer más rápida y eficaz su transmisión.¹²

De acuerdo con Delia Covi Druetta, después de los años 70, se reconoce a la digitalización como la lectura más segura y exacta para la operación de circuitos integrados y microprocesadores, lo que dio lugar a cambios importantes en tecnologías ya existentes y que luego serían protagonistas de la SIC.

¹⁰ Raúl Trejo Delarbre; *La Nueva Alfombra Mágica*, México, Diana, 1996, p. 25.

¹¹ *Ibidem*, p. 31.

¹² Delia Covi Druetta, *op.cit.*, p.33.

Algunos autores (Nora y Minc, 1980; Tremblay y Lacroix, 1995; Negroponete, 1995; Miége, 1998; Castells, 2000, entre otros) establecen el nacimiento de la SIC a mediados de esa década ya que coincide con los albores del neoliberalismo y con los tiempos en que ciertas innovaciones tecnológicas comienzan a tener un efecto evidente en las sociedades.

Mientras que para otros, en el momento en que salta a la luz pública ARPANET (1968-69) nace una nueva “era” de la humanidad. Sin embargo, fue el japonés Yoneji Masuda, presidente del Japan Computer Usage Development Institute, quien en su informe “Toward the Information Society” de 1969 y después en su obra “The information society as post-industrial society” de 1980 acuñó dicho concepto basado en la confluencia de varios elementos tales como capital intelectual, los flujos de información, la informática, así como la digitalización y la robótica, como propulsores de un nuevo modelo de desarrollo científico-técnico y económico mundial.¹³

Lo anterior sirvió como punto de partida para autores como Alvin y Heidi Toffler para establecer un arquetipo de civilización que se divide en primera, segunda y tercera ola a partir de sus tres esferas de la sociedad: La Tecnosfera (integrada por los generadores de información); la Sociosfera, (conformada por quienes la utilizan) y la Infosfera (los intermediarios o quienes la vuelven accesible).

Desde el punto de vista económico, estos autores señalan en “*Las Guerras del Futuro*”, que el recurso crucial de la economía de la tercera ola, son los datos, la información, imágenes, símbolos, cultura, ideología y valores. Indica que lo revolucionario de este tipo de economía es que el conocimiento es un recurso inagotable.

Señalan de manera contundente, al referirse a este tipo de economía, que “a diferencia de un alto horno o de una cadena de montaje, el conocimiento puede ser empleado al mismo tiempo por dos empresas. Y serán capaces de utilizarlo para generar todavía más conocimiento”.¹⁴

¹³ Efraín Pérez Espino; “México, entre la ‘era’ de la ‘sociedad’ de la información y el conocimiento”, en: León y Ramírez, Juan Carlos y Olvera García, Julio César; *Los ciudadanos de cara al siglo XXI*, pp.413-458.

¹⁴ Alvin y Heidi Toffler; *Las Guerras del Futuro*, México, Plaza y Janes, p. 89.

2.3 internet en México, cifras sobre los usuarios de la Red

En el caso de México, es hasta 1989 cuando se iniciaron las conexiones a *internet* en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con una orientación de uso académico y de extensión al servicio público, y en el Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM), al inicio para el uso de su comunidad. No obstante, hasta hace apenas una década fue del conocimiento de la mayoría de los mexicanos, y ha ido permeando los ámbitos laboral, escolar y en el hogar.

En 1991, la privatización de Teléfonos de México (TELMEX) abrió el mercado monopolizado hasta entonces, por servicios gubernamentales. A partir de esa fecha, las redes en México se desarrollaron rápidamente en cantidad y calidad, tales son los casos de empresas como Avantel y AT&T, que cinco años después -en 1996- entraron a la competencia con TELMEX.

De acuerdo con la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA), de la UNAM, algunos de los factores que han contribuido al acelerado desarrollo de esta tecnología son:

- La demanda de aplicaciones por parte de los usuarios, ya que su uso hace más rápida, confiable y cómoda la comunicación y el proceso de la información; la utilidad de esta tecnología para las tareas diarias; la industria compitiendo por los mercados; la investigación de tecnologías por parte de las universidades y la globalización de mercados.

Entre las ventajas del uso de *internet*, se encuentra la posibilidad de contactar a las personas en tiempo real a través del *chat* o del *messenger* y también existen comunidades que se reúnen con respecto a intereses comunes; abren foros para construir historias o bien, plantean debates de diversas temáticas, desde política y ciencia, hasta dibujos animados y juegos de rol. En este sentido puede afirmarse que el uso de *la red* ha tenido gran éxito sobre todo entre los jóvenes.

Al respecto, Octavio Islas, catedrático del Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM), señala que *internet* favorece el acceso a muchísima información que antes estaba tan distante, tan remota y era inasequible: “quizás eso es lo más maravilloso de *internet*, poder facilitar el acceso a un gran volumen de información que con anterioridad, hubiese sido imposible imaginar”.

Cifras sobre el uso de internet en México

De acuerdo con datos recientes de la Asociación Mexicana de *internet* (AMIPCI), durante el 2008, la cifra de internautas se incrementó a 27.6 millones, con una tasa de penetración nacional de 29.7 por ciento, para mayores de 6 años. Situación que se debe en parte al aumento de computadoras personales en los hogares, que es donde los mexicanos se conectan a *internet*.

Las cifras, que se presentaron el 22 de junio de este año, señalan que en nuestro país el 93 por ciento de las cuentas de acceso son de banda ancha, lo que representa un crecimiento de 58 por ciento.

Entre los hábitos de los mexicanos en el uso de *internet*, encontramos que la gente se conecta sobre todo desde el hogar y en segundo lugar desde un *café-internet*; además es importante destacar que los resultados presentan un incremento de uso en las mujeres y en los niveles socioeconómicos más bajos.

De los mexicanos que consultan *la red*, la mayoría prefiere consultar el correo electrónico, lo que representa 7 de cada 10 internautas; 6 de cada diez prefieren utilizar la mensajería instantánea y 4 de cada 10 “chatean”.

Una de las consecuencias del mayor uso de *la red* es que la gente ha incrementado el uso de telefonía por esta vía en un 9 por ciento, también debido al crecimiento de la movilidad digital, ya que el 6 por ciento consulta *internet* desde su celular.

Dada la importancia de *internet*, durante la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información celebrada en Túnez en 2005, se hizo un llamado a la Asamblea General de las Naciones Unidas para declarar el 17 de mayo como el Día Mundial de la Sociedad de la Información, estableciéndose así el Día Mundial de Internet.

Actualmente, una quinta parte de la población de seis años o más en México ya es usuaria de *la red*; esto significa que 22.3 millones de personas hacen uso de los servicios de *internet* en México. De acuerdo con estadísticas proporcionadas por INEGI, a partir de 2001, la tasa anual de crecimiento de los usuarios de *la web* alcanza el 17.8 por ciento.

Los datos más recientes, obtenidos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2008, indican que el acceso a *internet* en México es preponderante entre los jóvenes; es decir, que de la población entre 12 y 17 años, 28.6 por ciento es usuaria de *internet*, mientras que en el grupo de 18 a 24 años, la proporción es también significativa con 24.8 por ciento.

De la población de 25 a 34 años de edad, al menos uno de cada cuatro individuos navega por la red; en el caso de los niños de 6 a 11 años, el 7.3 por ciento accede al servicio y de los mayores a 55 años, sólo el 3.5 por ciento es usuario de *internet*.

La escolaridad tiene un papel importante respecto a los usuarios, ya que mientras mayor es el nivel de estudios, aumenta la frecuencia y el uso de *la red*. De esta forma, de la población con estudios de nivel superior y posgrado, ocho de cada diez personas consultan *internet*.

Respecto a la frecuencia de uso, el INEGI señala que el 98.4 por ciento navega al menos un día de cada mes y en mayor proporción para la búsqueda y consulta de información de diversa índole; en tanto que, poco más de 43 por ciento lo utiliza para buscar información relacionada con el aprendizaje.

Por otro lado, aquellos que utilizan *internet* para el correo electrónico y la conversación en línea o chat, representan 40.1 por ciento y 21.4 por ciento respectivamente.

Según la encuesta, tres de cada cinco individuos accesan a *internet* fuera de su hogar, lo cual representa un 62.3 por ciento de la población. La causa es que sólo 3.7 millones de los hogares en México registró conexión a *internet*.

Esto, debido a que no obstante la disponibilidad de las tecnologías de la información en los hogares ha mantenido un crecimiento importante en los años recientes, este incremento a un ritmo anual sólo representa un 14.5 por ciento del 2001 al 2008. Es por eso que en sólo uno de cada diez hogares es posible el acceso a *la red*, en un mayor grado por la insuficiencia de recursos económicos para cubrir dicho gasto.

Cifras en Latinoamérica y el Mundo

De acuerdo con los resultados del INEGI, los países latinoamericanos con similar desarrollo como Argentina, Brasil, Chile y México, coinciden en que una cuarta parte de su población tiene computadora y una décima parte cuenta con conexión a *internet*, en promedio.

Mientras que los países agrupados en la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), indican un promedio de conectividad de los hogares de 57 por ciento, mientras que en México el porcentaje es de 13.5 por ciento.

En el mundo, cabe señalar que el país que tiene el más alto porcentaje de hogares con *internet* es Corea con 94.1 por ciento; le siguen Países Bajos y Noruega con 82.9 y 77.6 por ciento, respectivamente; porcentaje mucho mayor, comparado con Estados Unidos, que hasta 2007 sólo el 61.7 por ciento de su población tenía acceso a *internet*. Este porcentaje se encuentra arriba de países como Italia, España y Grecia y por debajo de países como Alemania, Canadá y Japón.

Internet en las empresas mexicanas y la brecha digital

La brecha digital ó abismo digital, se refiere a la diferencia en el acceso y apropiación de las TIC entre pobres y ricos. De acuerdo con Delia Covi Druetta, el concepto de brecha digital considera al menos cinco dimensiones interrelacionadas¹⁵:

a)La tecnológica, relacionada con la infraestructura disponible, así como el grado de actualización de dicha infraestructura; b) la económica, que considera la carencia o disponibilidad de recursos para acceder a las redes; c)la del conocimiento informático, es decir, las capacidades cognitivas que deben poseer los individuos para apropiarse adecuadamente de los nuevos medios digitales; d) la referida al capital cultural de los usuarios, es decir, los conocimientos y habilidades adquiridos y transmitidos por los individuos de generación en generación; e) la política, que identifica las políticas públicas sobre el acceso a las redes y la voluntad de generar participación en torno a ellas.

En el caso de México, aún existe un rezago considerable respecto al uso de *internet* para diversos trámites y servicios. Los datos más recientes los proporcionan los Censos Económicos, en los cuales se solicitan, datos referentes al uso del equipo informático e *internet*, a fin de conocer la aplicación de la tecnología informática en el quehacer económico nacional.

Los resultados muestran que de las empresas, el 12.4 por ciento emplearon equipo de cómputo en procesos administrativos; el 8.2 por ciento establecieron comunicación vía *internet* con clientes y proveedores; 6.2 por ciento lo utilizaron para procesos técnicos o de diseño, y sólo 4.6 por ciento desarrollaron programas para mejorar sus procesos. De acuerdo con estos datos, mientras más grande sea la compañía, mayor es el uso de equipo de cómputo e *internet* en sus procesos laborales.

Respecto al comercio electrónico, aún es incipiente entre los mexicanos: sólo 7.8 por ciento ha realizado alguna vez una transacción económica en el *ciberespacio*. De este porcentaje,

¹⁵ Delia Covi Druetta, *op.cit.*, p. 31.

quienes han realizado tanto la compra de algún bien como el pago de algún servicio, representan el 44.3 por ciento de los usuarios; en tanto, quienes hicieron la compra de algún bien equivalen al 29.1 por ciento.

Estas cifras son el reflejo de que el comercio por *internet* aún no alcanza su punto más alto en nuestro país, tampoco el acceso a *la red* es lo suficiente como para incluir a México entre los gestores de la sociedad de la información.

En este sentido, Octavio Islas asegura que en nuestra sociedad hay ausencia de programas de alfabetización digital, “los nativos digitales si bien han estado expuestos toda su vida al uso de los dispositivos de comunicación digital, si tuvieran muy buenas teorías como base, seguramente tendrían mejor provecho”.

El especialista en temas de Tecnologías de la Información añade que, mientras en otras sociedades la marcha de la sociedad de la información y del conocimiento cobra significado día con día, “en México es como una especie de utopía”.

CAPÍTULO III
¿QUÉ ES EL NUEVO PERIODISMO?

3.1 ¿Qué es el Nuevo Periodismo?

El término “Nuevo Periodismo” surge cuando en los años 60, Truman Capote escribió su reportaje novelado *A sangre Fría*; la obra publicada de forma seriada en *The New Yorker* en 1965 fue señalada como el parteaguas entre un periodismo “objetivo” que sólo daba cuenta de acontecimientos, a un periodismo que hace uso de herramientas literarias para darle un enfoque de ficción sin perder el realismo.¹⁶

La obra se centra en el asesinato, sin razón aparente, de la familia Clutter, unos granjeros de Holcomb, Kansas, cometido en 1959 por Eugene Hickock y Perry Smith. Este caso fue cuidadosamente estudiado y analizado por Capote hasta escribir lo que él denominaba una “novela real”, su pretensión era escribir un libro que “se leyera exactamente igual que una novela, sólo que cada palabra de él fuera rigurosamente cierta”.

Sin embargo, este nuevo periodismo no es del que se habla en esta Tesina, sino del que surge con *internet*. En este sentido, cabe señalar algunas diferencias.

El nuevo periodismo de Capote inspiró a autores como Tom Wolfe, uno de sus principales representantes, quien en 1969 señaló que prácticamente no existía nadie en el mundo literario que se permitiese desechar al nuevo periodismo como un género literario inferior, además creó una serie de procedimientos estilísticos relacionados con esa línea narrativa:

- a) Punto de vista en tercera persona, b) Construcción escena por escena, c) Diálogo realista, d) Descripción significativa, e) Caracterización compuesta, f) Nuevo lenguaje periodístico, g) Metaperiodismo, h) Imágenes.

Este tipo de periodismo, al que también se llamó *tendencia novoperiodística*, buscaba traspasar los límites convencionales del periodismo; por primera vez se pretendía mostrar en la prensa algo que hasta entonces sólo se encontraba en las novelas o cuentos: la vida íntima o emocional de los personajes.

¹⁶Maricarmen Fernández Chapou, “Las letras del Nuevo Periodismo” en *Revista Mexicana de Comunicación* No. 88, Año XVI, México, Ago-Sept 2004, pp.18-23.

Mientras que, el nuevo periodismo que surge con *internet* se define como lo señala la periodista Inma Martín: “se trata de un periodismo de servicios o periodismo de bienestar social que no se limita a ser un mero transmisor de acontecimientos noticiosos sino que, además, también oferta otros servicios que exceden la naturaleza puramente periodística, y que se relacionan y satisfacen necesidades comerciales y de ocio de los usuarios”.

Este nuevo tipo de periodismo se enmarca dentro del nacimiento de la Sociedad de la Información y del Conocimiento (SIC) a mediados de los 70, tal como lo señalan algunos autores (Nora y Minc, 1980; Tremblay y Lacroix, 1995; Negroponte, 1995; Miège, 1998; Castells, 2000, entre otros).

De acuerdo con estos autores el nacimiento de la SIC coincide con los albores del neoliberalismo y con los tiempos en que ciertas innovaciones tecnológicas comienzan a tener un efecto evidente en las sociedades. Posteriormente en los 90, el análisis de este proceso de cambio se hizo desde diversas perspectivas: política, economía, filosofía, comunicación y sociología. De esta riqueza de enfoques surgió un nuevo concepto: Informatización de la sociedad.

En materia tecnológica, el antecedente directo de la Sociedad de la Información y del Conocimiento se encuentra en las Tecnologías de la Información (TIC) y cuya principal característica es la flexibilidad que se manifiesta en los procesos reversibles a partir de los cuales reordenan sus componentes.

En la base de estos cambios tecnológicos también se encuentran la digitalización y la micro-electrónica, las cuales conducen a ampliar el volumen de la información disponible, así como a hacer más rápida y eficaz su transmisión.¹⁷

La digitalización tuvo su protagonismo en los años 70, donde se reconoció como la lectura más segura y exacta para la operación de circuitos integrados y microprocesadores, lo que da lugar a cambios importantes entre las tecnologías ya existentes como satélites,

¹⁷ Delia Covi Druetta, *op.cit.*, p.33.

computadoras y telefonía entre otras. Es así como se transforman los procesos de producción, distribución, recepción y almacenamiento de información.

En la SIC, al cambiar la organización de la sociedad en los diferentes ámbitos: trabajo, educación, diversiones, participación social, cambian las formas de relacionarse; es decir, surge una “mediatización de las relaciones que se produce a partir de las TIC” (Castells).

Otros autores como Peter Drucker, señalan que la nueva forma de trabajar está relacionada con el manejo de la información, esto debido al paso de una sociedad industrial a una sociedad del conocimiento. Este mismo autor indica que lo que llamamos revolución de la información es de hecho una revolución del conocimiento.

En este contexto, los principales desarrollos tecnológicos de la SIC se realizan desde el ámbito militar en países del primer mundo, y en este tránsito, cambia el punto de vista del uso que se hace de los mensajes como portadores de significación, “el concepto de ‘información’ se refiere al contenido de un mensaje dado a conocer a una persona, o a un público destinatario, con independencia de que para significar lo mismo pueda sustituirse físicamente un mensaje por otro, siempre que el contenido no cambie”.¹⁸

La información, entendida como lo señalan los autores Ángel Benito, Piñuel y Gaitán, como la noticia, el dato y la comunicación en su transmisión social; adquiere el significado de materia prima ó mercancía, que puede ser transmitida socialmente por medio de procesos de comunicación, es decir, a través del intercambio simbólico de significados.

El sociólogo catalán Manuel Castells, al referirse a la información en la nueva era de la información ó sociedad de red, señala que la información es el ingrediente clave de nuestra organización social, y los flujos de mensajes e imágenes de una red a otra constituyen la fibra básica de nuestra estructura social.

¹⁸ *Ibidem*, p. 44.

En este sentido, la información como materia prima básica del ciberespacio, cobra una nueva vida en el periodismo del siglo XX en la forma del “periodismo electrónico”.

El “periodismo electrónico” o “nuevo periodismo”, como lo señala Inma Martín, exige nuevas formas de redactar, contar, diseñar y presentar la información en *internet*, asimismo, requiere también nuevos hábitos de lectura por parte de la audiencia ya que no es lo mismo leer en un ordenador que en una hoja de papel.

La también directora de *La Crónica de Sevilla*, afirma que las nuevas tecnologías han propiciado una nueva redacción periodística para medios *on-line*, de un nuevo lenguaje para *internet*, y de unos hábitos de lectura. Por ello, la “ciber redacción periodística” debe basarse en elementos como los textos cortos, titulares informativos claros y directos, rescatar el empleo de antetítulos, interactividad y atomización de los contenidos, así como un especial manejo del diseño periodístico.

La autora destaca que leer en la pantalla de un ordenador es más difícil y cansado, además el lector pretende informarse de la manera más rápida, por lo que los textos en *internet* tienden a acortarse. Se trata de sintetizar y resumir las noticias. El nuevo periodismo exige que se describan los detalles del acontecimiento, pero evitando redactar artículos excesivamente largos, lo que obliga a tener un estilo sencillo, claro, conciso y directo.

La sencillez se logra empleando el lenguaje periodístico, intermedio entre el culto y el coloquial, pero siempre correcto, preciso y directo; la claridad en la exposición de las ideas se obtiene con frases breves y concisas y que respondan a la estructura de sujeto-verbo-predicado; además para aligerar la lectura se aconseja escribir párrafos breves que no excedan las doce líneas.

En cuanto a la redacción de titulares, en la prensa electrónica deben predominar los titulares informativos, claros y directos, por lo que se recomienda evitar los títulos libres, literarios y los juegos de palabras que exigen que el lector reflexione y se tome su tiempo para captar el significado del título.

Nacido en el seno de la Sociedad del Conocimiento, el nuevo periodismo cuenta con su propio canal (*internet*) y soporte (la pantalla de un ordenador), tiene sus propias características (ventajas y desventajas) que lo convierten en un medio de comunicación diferente, y al mismo tiempo complementario de la prensa escrita, la radio y la televisión.

Octavio Islas, investigador del Proyecto Internet-Cátedra de Comunicación Estratégica y Cibercultura del Tecnológico de Monterrey, opina -refiriéndose al nuevo periodismo- que “en el quehacer periodístico tenemos que enfrentarnos a nuevos términos, a nuevas prácticas, a una nueva cultura, a una nueva ecología cultural en el sentido más amplio de la palabra y prepararnos para ello”.

3.2 El periodismo electrónico y publicaciones en internet

Internet es la red elegida por los periódicos electrónicos ya que al insertarse en ésta, eliminan costos de manera considerable debido a que reduce plantillas y se gasta menos papel. Es así que los periódicos impresos, a diferencia de los que se publican en *la red*, crean nuevos grupos de usuarios no excluyentes.

El periódico electrónico es un ejemplo de cómo las nuevas tecnologías están cambiando las formas de uso de la información; incluso podemos hablar de un mercado global de la comunicación¹⁹ donde coinciden los modos de intercambio de bienes, servicios e ideas. Por esta razón, en las economías avanzadas las decisiones tienen que ser rápidas ya que están integradas de modo global, con las redes electrónicas que mueven constantemente dinero e información.

De acuerdo con Armañanzas y Javier Díaz Noci, la aparición del periódico electrónico se inserta dentro de la informatización de la sociedad dando lugar también a alianzas con empresas multimedia.

¹⁹ Emy Armañanzas, *op.cit.*, p.27.

El paso de la prensa a los medios electrónicos se ha dado por diversas causas, entre ellas la reducción de costos, ya que cada vez que se enfrenta a las nuevas tecnologías, le ha costado más trabajo adaptarse porque se desarrollan con enorme rapidez, por su complejidad y porque se necesita un tiempo para amortizar las nuevas inversiones.

En este sentido, Estados Unidos ha sido uno de los países pioneros en lanzar a la red de redes esta nueva alternativa para estar al tanto de lo que sucede en el mundo; así, para 1995 había más de 120 diarios en ese país con alguna presencia en *la red*, o con planes para tenerla de manera inminente. A comienzos del 96 ya eran aproximadamente 450, la mitad de todos los periódicos de diferentes países, presentes en el ciberespacio.²⁰

De acuerdo con Trejo Delarbre, de los 900 diarios que ya tenían presencia en *internet*, 200 eran europeos y 38 latinoamericanos; entre ellos, *The New York Times*, con un espacio fijo en *América Online* y después en la WWW (World Wide Web), y fue uno de los primeros que ofrecía una síntesis diaria por fax pagando una cuota, o que podía ser bajado por *la red* para después ser leído en un programa especial para decodificar textos. “Más adelante, ese periódico comenzó a cobrar una cuota mensual para los usuarios que quisieran tener acceso a su página en la web”.

También las revistas como *Time*, *Newsweek*, *US News and World Report*, *Rolling Stone* y *People*, ofrecían fragmentos de sus próximas ediciones, incluyendo fotografías; mientras que en Europa, diarios como *Le Monde*, *Il Manifesto* y *ABC*, fueron de los primeros en tener presencias propias en *la red*; posteriormente el *Irish Times*, periódico que tiene un tiraje aproximado de 90 mil ejemplares, ingresó a *internet* en 1994.

El hecho de que algunos periódicos ingresen a *internet* puede atraer ventajas como lectores adicionales, pero puede perder a los que solían comprar la edición en papel. Es así, que los dueños e inversionistas buscan la manera de financiar su versión en *la red* a través de anuncios publicitarios, situación que no siempre convence a las compañías comerciales.

²⁰ Raúl Trejo Delarbre, *op.cit.*, p.88.

Algunas de las características que poseen los periódicos y revistas en línea es que las notas son más breves que en la edición impresa, la información es más directa, incluso el comentario político es sintetizado en pocas frases. En el “ciber-periodismo”, como lo llama Trejo Delarbre, hay la posibilidad de que el lector interesado en textos largos pueda bajarlos a su computadora en poco tiempo y en su caso, procesarlos.

Lo anterior indica que la comunicación electrónica, con todo y sus contradicciones tales como la brecha digital que pueden padecer países menos desarrollados, establece una etapa nueva en la historia mundial de los medios.

El periódico electrónico en México

Los avances en la tecnología han permitido que la elaboración de publicaciones en *internet* sea más sencilla; en el caso de los periódicos en línea ya existe un software que permite prepararlos al gusto. Esto obedece en mayor medida, más que a un gusto personal, a las preferencias de un público que marca sus intereses en cada visita por *la red*.

La AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet), en su último estudio “*Hábitos de los Usuarios de Internet en México, 2009*” indica que el periódico es el medio de comunicación tradicional más utilizado en *la red*; la mayoría de quienes navegan y consumen mensajes por *internet* son por lo regular receptores que en algunos casos tienen la oportunidad de interactuar a través de comentarios por *e-mail*; en la actualidad se tienen tres modalidades: en texto, imagen y sonido. En la WWW y los espacios comerciales en red, el atractivo principal consiste en tener acceso a la información disponible, mientras que las contribuciones son permitidas en páginas especialmente diseñadas para tal fin.

En México, dos diarios de circulación nacional ingresaron a la WWW en 1995, *La Jornada* y *Reforma*; el primero colocó una página electrónica el 6 de febrero de ese año, con noticias principales de primera plana, una selección de textos de opinión y las caricaturas más populares de esa publicación.²¹

²¹ *Ibidem*, p. 95.

El alcance internacional que tuvo este periódico en línea fue tal que el servidor de la Universidad de Pennsylvania, a través del cual se propagaba la página, se saturó rápidamente y el 30 de marzo se hizo un convenio con una institución canadiense.

Poco después, el periódico *Reforma* estaría inaugurando su entrada a *la red* con su versión electrónica el 6 de abril, en cuya primera plana señalaba “ser el primer periódico a nivel mundial en ofrecer una versión electrónica en el formato original, incluyendo imágenes, fotografías y gráficas”. Situación que fue desmentida por el diario *La Jornada* al señalar que no sólo esa publicación ya estaba presente en *internet*, sino otros diarios de Estados Unidos y Europa. Después de estas declaraciones, ambas publicaciones no pudieron estar presentes en *internet* debido a problemas técnicos.

Esta incursión en la red de redes favoreció a *El Norte*, socio de *Reforma* y el diario principal de Monterrey. Asimismo, periódicos como *Excélsior* y *El Economista* ingresaban a *internet* con su versión electrónica, el segundo lo hizo a través del servidor de la UNAM; y en julio de 1995, el semanario de política y cultura *Etcétera* abrió una página en la WWW, con lo que se convirtió en la primera publicación mexicana, en su género, en estar en el *ciberespacio*.

Una de las características del periódico electrónico es que somos nosotros los que fungimos como los reporteros, también somos los espectadores y el equipo de producción, a la vez.

3.3 El caso del Periódico El Universal

Uno de los periódicos más importantes de México, *El Universal*, decidió en 1994 tener su versión electrónica; para ese entonces sólo era una copia exacta de la versión impresa, y en 1999 este periódico lanzó al ciberespacio lo que hoy conocemos como *El Universal on-line*.

De acuerdo con Enrique Bustamante Martínez, Director General de la Fundación Ealy Ortiz de El Universal, la versión de este periódico en *internet* es más dinámico, con una propuesta de noticias minuto por minuto y con secciones más agresivas que permiten a sus lectores identificar diferentes rubros de especialidad.

Enrique Bustamante, quien también ha sido columnista de ese mismo periódico, afirmó en entrevista: “a lo largo de diez años, hemos identificado lo que al público le llama la atención; logrado plasmar temas a través de herramientas que nos han ayudado a que día con día sea más atractivo el espacio y con el tiempo fue evolucionando. Hoy tenemos la audiencia más importante de nuestro país y la segunda más importante de Latinoamérica”.

Cabe señalar, que *El Universal* es de los pocos periódicos a los que se puede acceder por *internet* de manera gratuita, a diferencia del periódico *Reforma*, que para ingresar se requiere una clave que se obtiene al suscribirse a la publicación.

Entre las ventajas y desventajas que tiene el periódico en sus dos vertientes, están que *internet* agrupa a un mayor número de anunciantes con una mayor posibilidad de proyección internacional, mientras que la publicidad en el periódico es básicamente local.

Las noticias minuto por minuto sólo es posible leerlas en *El Universal on-line*, ya que en el impreso sólo podemos ver una selección de notas que en algunos casos no coinciden con los intereses del público. Por otro lado, la versión *on-line* agrupa a un mayor número de columnistas y articulistas, que en el periódico impreso sería imposible contener.

El Universal TV, es una de las novedades que tiene la versión en línea y consiste en video-reportajes que marcan el inicio de la Televisión electrónica.

La manera en que ambas vertientes pueden coexistir está en la diferencia del público al que va dirigido y los contenidos que manejan ambas versiones. Por un lado la versión *on-line* tiene la posibilidad de captar a un público más joven y consumidor de productos, que el público que compra el impreso cotidianamente.

El también autor del libro “Redes Sociales y Comunidades Virtuales en Internet”, indicó que para los periodistas y reporteros de nuestros tiempos es difícil adaptarse a estas nuevas tecnologías: “es un proceso complejo, es un proceso que lleva tiempo y es un proceso que

debe llevar una dinámica de capacitación en el uso, manejo y adaptación de los periodistas a las tecnologías de la información”.

Enrique Bustamante afirmó que entre las nuevas labores que deben enfrentar los periodistas del futuro, son saber editar video, radio, entrar a comunidades, investigar y utilizar herramientas de *internet*, poder identificar elementos de seguimiento informativo a través de bases de datos y consulta de archivos electrónicos.

Con las nuevas tecnologías e *internet*, el periodismo se ha modificado y han surgido nuevas vertientes como el “periodismo ciudadano”. Al respecto, el directivo de *El Universal* destacó que es una de las ramas del nuevo periodismo que se compone de muchos espacios y es una de las mejores propuestas y tendencias del siglo XXI.

La página de *internet ¡Oh my news!* es uno de estos ejemplos, donde el periodismo lo hace la gente común. “Con esa interactividad nos hemos abierto a procesos de democratización, participación, tanto sociedad civil como personas y agrupaciones religiosas”.

Empresas que ofrecen servicios de Información

Posterior a los periódicos, fueron las televisoras quienes decidieron montar un portal informativo en *internet*, tal es el caso de Televisa con *Esmas.com*; TV Azteca con *Todito.com*; CNI Canal 40 y Canal 11 del IPN, entre otros.

También la radio comenzó a escucharse por la red, como es el caso de XHDL-FM *Radioactivo 98.5* de *Grupo Imagen*, que inició en 1995. De manera posterior pero en ese mismo año, lo hizo el grupo *Radio Centro*.

Al día de hoy tienen presencia en el *cibespacio* *Radio UNAM*, *Radio Educación*, *W Radio*; las radios de las universidades de Querétaro, Yucatán, Guadalajara y Tamaulipas, entre otras.

Cada una de las páginas de estos medios informativos se define por el énfasis en la imagen en el caso de las televisoras, y porque procuran estar en el momento en que suceden los hechos.

Delia Covi Druetta, señala en “*Periodismo Digital en México*” que “las redes digitales en México, asociadas al periodismo está modificando, en su vertiente tecnológica, formal, en las características del empleo y en su economía, al periodismo nacional”²².

Respecto a los periódicos electrónicos, destacan por la cantidad de información que transmiten *on-line*:

- www.economista.com.mx
- www.elfinanciero.com.mx
- www.heraldo.com.mx
- www.oem.com.mx/oeminfo.htm
- www.el-universal.com.mx
- www.excelsior.com.mx
- www.cronica.com.mx
- www.serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/
- www.novedades.com.mx/novedad.htm
- www.reforma.infosel.com
- www.novedades.com.mx/the-news.htm
- www.to2.com/
- www.unomasuno.com.mx
- www.milenio.com

²² Delia Covi Druetta, *op.cit.*, p.75.

CAPÍTULO IV
AREGIONAL.COM

REPORTAJE SOBRE UNA VERSIÓN ACTUAL
DEL NUEVO PERIODISMO

Aregional.com

Reportaje sobre una versión actual del nuevo periodismo

Desde que aparece *internet* en nuestro acontecer nuestras vidas han dado un giro de 360 grados: frecuentamos a nuestros amigos más en *Facebook* que en persona; hacer las compras y encontrar departamento en alguna página *web* resulta menos tedioso; buscar trabajo resulta menos intimidante y leer un periódico o enterarnos de alguna noticia es más rápido y fácil.

Las noticias en *internet* abundan, sobre todos los temas, lugares y circunstancias. Aparecen en los periódicos *on-line*, en las páginas de negocios, en los portales de las páginas más importantes como *MSN* ó *Yahoo*.

¿Pero desde cuándo estas noticias captan nuestra atención, de manera tan decisiva y contundente? y ¿desde cuándo leemos más noticias en *internet* que en los periódicos?

Desde que apareció el navegador Netscape en 1994, muchas empresas de medios decidieron ofrecer sus servicios en *la red*. Sobre todo la prensa escrita encontró un nuevo espacio para atraer la atención de sus lectores.

Para entonces todo tipo de empresas ya ofrecían sus servicios en *internet*: tiendas de ropa, de libros y otros artículos como *Amazon.com*; agencias de noticias y buscadores como *Google* y *Yahoo* (quienes además ofrecen la posibilidad del correo electrónico).

Un obstáculo general al que se tuvieron que enfrentar la mayoría de los portales en *internet* es la posibilidad de insertar la información en *la red*, de tal forma que pudieran mantener a sus lectores día con día. Sobre todo, en el caso de los periódicos que decidieron montarse en *internet* se enfrentaron al reto de cambiar sus formatos y adecuarse a una nueva forma de publicar sus noticias.

A partir de que *internet* se convirtió en una red pública, en Europa surgió el término de Sociedad de la Información, la cual se caracteriza por basarse en el conocimiento y en los

esfuerzos por convertir la información en conocimiento. En este sentido, la red de redes se convirtió en una plataforma para la información a la que no teníamos acceso.

En esta misma sintonía surge en México la página *aregional.com*, que en medio del nacimiento de periódicos electrónicos y portales informativos, aparece como una propuesta de economistas y especialistas visionarios que a la par de crear una empresa de consultoría, proyectaron un portal que ofrece un servicio de información oportuna en línea con análisis, estadística, documentos y noticias con enfoque local y regional.

Los creadores de este portal en el año 2000 asimilaron que la información se transformaba en un producto valioso y que podía ser redituable desde *la red*. Así, este sitio *web* nace con la perspectiva de ser un espejo donde las localidades y los estados del país puedan reflejarse, ser analizados y documentados a través de un nuevo periodismo.

Por vez primera los estados y municipios eran vistos desde una perspectiva objetiva y con la debida importancia, al ser los motores a distancia del desarrollo económico y del crecimiento de México.

En *internet* las noticias abundan, sobre diversos temas: cuando el Presidente Obama, el primer mandatario de piel de color gana las elecciones en Estados Unidos; cuando aparece una epidemia llamada A (H1N1) que paraliza a todo México y que deja decenas de personas muertas. Sin embargo, lo que sucede a las orillas, al centro, en el norte de nuestro país ó en los estados de la República aparece invisible.

La poca atención que se presta a las localidades es de alarmarse. En muchas de ellas los recursos no llegan de manera eficiente para atender las necesidades de sus habitantes. De acuerdo con el Doctor Ricardo Carrillo Arronte, Director General de *aregional.com*, las regiones “carecían de los estudios adecuados de los proyectos con los que ellos querían comprometer recursos públicos; tampoco tenían los índices y los argumentos para poder convencer a la Secretaría de Hacienda de que los necesitaban”.

Carrillo Arronte es quien actualmente dirige el portal y asegura que entre los precursores de este sitio *web* se encuentran Jesús Alberto Cano Vélez, ahora Diputado de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión y Cutberto Anduaga Lugo, quien es Director General de Promoción y Enlace Institucional.

Cano Vélez es el autor de la idea y el diseñador original del proyecto; tuvo su primer acercamiento con la problemática que existía en las Secretarías de Finanzas del país cuando empezó a trabajar en Sonora como Tesorero General del estado y durante la administración 1991-1997 como Secretario de Planeación del Desarrollo y Gasto Público, y Coordinador General del (COPLADES) durante el gobierno de Manlio Fabio Beltrones. Ahí se percató que las negociaciones de las Secretarías con Hacienda eran muy desventajosas para las entidades federativas, ya que ni ellos mismos tenían la información de sus propias finanzas, ni de sus participaciones, ni de sus futuras captaciones.

En este sentido, el ahora también Presidente de la Liga de Economistas Revolucionarios del PRI, decidió crear este portal informativo con la intención de consignar la evolución económica y financiera de las regiones de México.

4.1 Aregional.com una idea innovadora

La idea de crear un sitio *web* con información especializada sobre temas económicos y financieros surge al inicio del gobierno de Vicente Fox Quezada, cuando la promesa de un gran cambio en el país abrió paso a los emprendedores. Con este panorama, muchas personas se lanzaron a formar empresas con la promesa de un nuevo amanecer en la actividad empresarial.

Aregional nace con el dominio **.com** que corresponde a portales del sector privado: industrial, comercial y de servicios; se integró como una empresa abocada a proveer de información con oportunidad y con actualidad a las autoridades estatales y municipales.

Ricardo Carrillo Arronte, quien realizó sus primeros estudios de economía en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y quien ha sido Presidente Ejecutivo del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), afirma que un principio el portal era muy limitado “las estadísticas de los bancos de información eran muy básicos, prácticamente lo que se obtenía entrando al INEGI, no había mucho costo invertido, pero como no había mucho valor agregado, tampoco puedes tener grandes ingresos sobre eso; es el inicio de todo negocio que es difícil, angustioso y de mucho sacrificio”.

No obstante, *aregional.com* es un portal financiero que se dedica a elaborar análisis especializados para las diferentes regiones de México, no tiene una finalidad explícita de lucro. El personal que labora en la empresa tiene un perfil propiamente académico. El mismo Director General fue Director del Centro de Economía Aplicada de la Escuela Nacional de Economía de la UNAM.

En una entrevista que se realizó en su misma oficina, que a primera vista se encuentra atiborrada de documentos, libros y periódicos de diferentes fechas y nombres, el directivo aseguró que “como todas las empresas se debe trabajar arriba del punto de equilibrio para tener una mínima recompensación; un mínimo de utilidades para invertir en su expansión y su crecimiento, pero *aregional.com* no es una empresa creada para extraer utilidades”.

Y agregó “aquí, como lo demostramos en nuestras investigaciones, el propósito fundamental de *aregional.com* es aportar al país conocimiento cualitativo, cuantitativo, estadístico, analítico, que enriquezca la toma de decisiones a todos los niveles”.

4.2 El crecimiento

Aregional.com, al igual que todos los portales en *internet*, ha tenido una evolución. En sus inicios se publicaba únicamente información estadística y muy pocos análisis (tres a la semana) hasta llegar a 15 análisis a la semana, que es lo que se genera al día de hoy.

Además, este sitio *web* inició publicando sólo información en español, ahora también se publica en inglés y cuenta con otra extensión del mismo sitio que es *aregional.com* para Argentina.

De acuerdo con Cutberto Anduaga Lugo, quien también forma parte del grupo que hizo crecer esta empresa, en casi nueve años han atravesado varias etapas, primero una etapa primaria con información estadística y muy pocos análisis, posteriormente se recopiló toda la información de documentos.

Actualmente el portal contiene alrededor de 6 mil 500 indicadores estadísticos con más de dos millones de datos en línea; más de 24 mil documentos internacionales, nacionales, estatales y municipales sistematizados en una Biblioteca Virtual.

Para poder ingresar a los datos estadísticos, a los documentos o los análisis, es necesario tener una clave de acceso que se le proporciona al usuario, al organismo o institución que haya solicitado el servicio, posteriormente la clave es facilitada por el Departamento de Tecnologías de la Información.

Navegar en el sitio *web* es muy fácil debido a que la información está organizada de tal manera que el usuario pueda encontrar lo que busca. Desde que fue creado, el diseño del portal se ha modificado para ofrecer mayor comodidad y una experiencia práctica respecto a la información.

Gregorio Linares Urenda es el director del área de Tecnologías de la Información, de cabello cano y con gran disposición me explicó, respecto a la estructura de la página, que la idea es que de una sola mirada se pueda ver todo el contenido, mientras que al acervo de la página se pueda tener acceso de forma “matricial”, por ejemplo “tenemos de entrada cinco grandes divisiones: el portal internacional, el portal nacional, el portal estatal, el portal regional y el municipal”.

Detalló que en términos técnicos, la página tiene una “usabilidad bastante alta”, esto se refiere al poder acceder de manera más fácil desde el punto de vista del usuario, a la información que contiene el portal.

La página funciona gracias a un servidor que tiene un sistema operativo CentOS, el cual se encuentra físicamente en una granja de servidores en Estados Unidos, y diariamente se actualiza la información por medio de procesos internos para que pueda estar disponible para toda la gente.

Aregional.com es una página que se actualiza continuamente, tanto en la información como en lo que se refiere al diseño: cada dos años se elabora un nuevo bosquejo de la imagen, conservando los colores institucionales que son el naranja y el gris; también se incluyen banners y botones interactivos de acuerdo a los temas que se van integrando al portal.

Un aspecto importante que señala la interactividad de la página es el buzón en línea, a través del cual quienes elaboran la página hacen contacto con los usuarios, es una sección que al día de hoy encaja con el proyecto de implementar más estrategias para estar más cerca del internauta y poder contestar en tiempo real.

4.3 La sección de noticias, ejemplo del nuevo periodismo

Una parte fundamental de la página es la sección de noticias, donde se publica todo lo relevante acerca de los estados y municipios de México. Es el espacio para la nota periodística, el reportaje y el editorial.

Los periodistas que elaboran de manera cotidiana la información que se publica en esta sección, son reporteros especializados en economía y finanzas y dan seguimiento a los principales acontecimientos que impactan el desarrollo de los gobiernos locales.

Esta sección se incorporó casi desde el inicio del portal “porque también vimos un vacío en cuanto a la generación de noticias con sucesos y acontecimientos con perspectiva local” detalló Cutberto Anduaga Lugo, encargado de este apartado en el sitio.

Cabe enfatizar, que las notas periodísticas que se elaboran para *aregional.com* tienen entre sus características una extensión definida, son escritas con la intención de ser claros, concisos y directos en lo que se informa, “nunca te vas a encontrar. . . una nota de más de cuatro párrafos en donde digas toda la información que queremos plasmar y sobre todo donde se cumplan los objetivos de nuestra línea editorial”, dijo el directivo cuando se le cuestionó sobre este tema.

Resulta interesante destacar que *aregional.com* nació en *internet*, antes no existía ninguna publicación con este nombre. Por lo que la información periodística que se genera para el portal es de origen con otro formato y está adecuado a las exigencias de los nuevos lectores en *la red*.

Este tipo de lectores exigen más versatilidad en los textos que se leen en un ordenador, ser más precisos en lo que se quiere dar a conocer, menos longitud en los textos y más gráficos ó fotografías.

El periodismo en esencia es el mismo, lo que ha cambiado es la plataforma, diría Enrique Bustamante Martínez, Director General de la Fundación Ealy Ortiz de El Universal. Al cuestionarlo sobre la diferencia entre el periodismo que se hace para los medios impresos y el que se genera para *internet* aseguró que “el periodismo es el mismo, la profesión se desarrolla de la misma forma pero con distintas herramientas, cambió el elemento. Si alguien dice que es distinto el periodismo, es esencia no es distinto. . . Si hoy una infografía te hace entender una noticia, eso es periodismo”.

El periodismo que se hace en *aregional.com* tiene de origen las características de un nuevo periodismo que se está gestando para *internet*, con esto quiero decir que si bien el periodismo es el mismo en esencia, el que se desarrolla para *internet* tiene otras

características, entre ellas que la redacción debe basarse en los textos cortos y titulares informativos claros y directos.

Inma Martín, periodista y Directora de *La Crónica de Sevilla*, afirma que las nuevas tecnologías han propiciado una nueva redacción periodística para medios *on-line*, de un nuevo lenguaje para *internet*. Destaca que el nuevo periodismo exige que se describan los detalles del acontecimiento pero evitando redactar artículos excesivamente largos, lo que obliga a tener un estilo sencillo, claro, conciso y directo.

Las notas que se publican en el portal de *aregional.com* poseen estas características además de estar apoyadas en un elemento gráfico, “se elaboran para consignar la evolución económica y financiera de las regiones de México”, señaló Anduaga Lugo durante la entrevista que se le realizó sobre el portal.

El también pionero de la página aseguró con determinación y con la seguridad de quien forma parte de un gran proyecto: “nuestras noticias consignan la evolución y la transformación de la economía y las finanzas locales, por eso yo creo que es un periodismo innovador, moderno y sobre todo de gran utilidad en la época de *internet*”.

Las notas que se elaboran sobre calificación de deuda estatal, municipal y de burSATilización de gobiernos locales, son entre otros elementos, lo que da valor agregado a la información de *aregional.com*.

4.4 Una herramienta eficaz para la transparencia

El tema de la transparencia se ha convertido en uno de los más controvertidos desde que apareció la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, la cual se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 11 de junio del 2002. Poco tiempo después de haber aparecido *aregional.com* en el espectro del *ciberespacio*.

Frente a esta circunstancia, la consultoría detectó la necesidad de atender este nicho no sólo en el gobierno federal, sino en los gobiernos locales. Para entonces, las páginas que ya estaban montadas en *la red* carecían de la información básica sobre los ingresos de la administración federal, los sueldos de los funcionarios, y el balance financiero de sus operaciones.

En este sentido, *aregional.com* elaboró el *Índice de Transparencia de la Disponibilidad de la Información Fiscal de las Entidades Federativas* y cada año se dan a conocer los resultados sobre los estados que siguen adecuadamente lo que señala esta ley, al publicar en sus portales de *internet* las finanzas de sus estados.

El Índice de Transparencia se ha convertido en un referente obligatorio de la situación que guardan las entidades federativas en materia de transparencia y rendición de cuentas y sus esfuerzos por impulsar el acceso a documentos y estadísticas fiscales, ya que éstos dan cuenta de la fuente y destino de los recursos públicos.

Del estudio que se realizó para 2009, cabe señalar que los estados con mejor calificación fueron Chiapas, Chihuahua y Veracruz, mientras que los últimos lugares los presentaron Oaxaca, Quintana Roo y Tlaxcala. El Distrito Federal apareció en el lugar 24 de de 32 entidades de la República Mexicana.

En este sentido, *aregional.com* resulta ser una herramienta eficaz no sólo para los gobiernos locales y que puedan mejorar en el tema de la transparencia, sino para los ciudadanos que buscamos enterarnos de lo que sucede en el país.

4.5 Perspectivas a futuro

El tema de la transparencia es sólo uno de los muchos temas a los que se aboca este sitio electrónico, también resulta innovador el caso de las Videoconferencias, no porque no existan desde hace tiempo en *la red*, sino porque se realizan sobre los temas que interesan a los estados y municipios.

Este tipo de conferencias virtuales son una especie de televisión incipiente, que se caracteriza por ser en tiempo real, es decir, las conferencias no son grabadas previamente sino que se transmiten al momento. De la misma forma, los internautas pueden elaborar sus preguntas en tiempo real y emitir las al conferencista.

Cutberto Anduaga explicó al respecto que de alguna manera se ha “trascendido el simple hecho de emisor-receptor, sino que ya se están instrumentando los mecanismos y las estrategias para que nuestros usuarios puedan comunicarse más directamente con nosotros”.

También afirmó que próximamente la página tendrá su propio noticiero de televisión y que será un valor agregado para el área de noticias, ya que se nutrirá de toda la información que se genera en el portal.

4.6 Una mirada local para el mundo

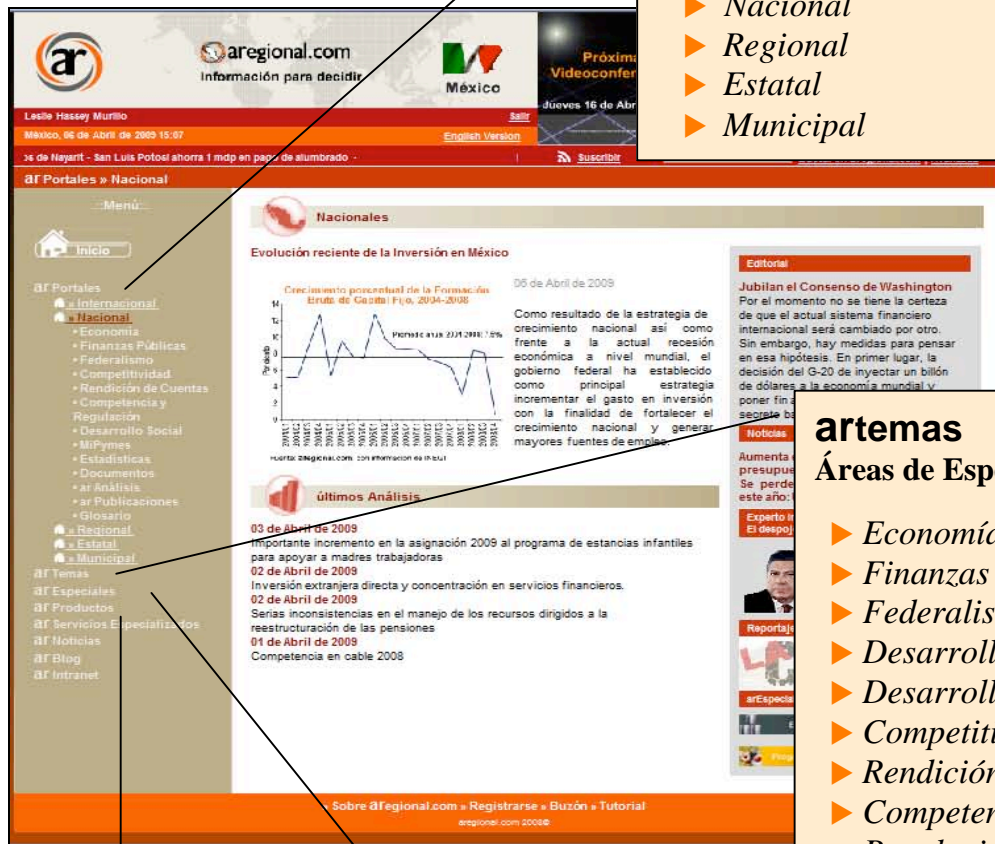
Aregional.com cumple con las características de un portal informativo y posee la singularidad de ser una mirada local para el mundo, donde los municipios y los estados de México son explorados en sus deficiencias y en sus aspectos positivos, en cuanto a economía y finanzas se refiere, para poder compartir esas experiencias a nivel global.

Es una página que consigna la actividad más destacada a nivel regional de nuestro país y a través de análisis, estadística y otros productos que se ofrecen en el portal, se exporta una visión profesional y especializada.

Asimismo, se enmarca en las características de un medio emergente con información actualizada, oportuna y objetiva que se renueva dentro de las características del nuevo periodismo, entre ellas, una redacción clara, concisa y breve; con el apoyo de las nuevas tecnologías y herramientas que la misma página de *aregional.com* ofrece para complementar la información y ser útil para la persona que la investiga.

Dentro de los medios electrónicos es una opción informativa, con datos precisos y que se arriesga a ser parte una sociedad de la información que reclama cada vez más individualidad, pero a la vez capacidad de elección y de decisión en las múltiples opciones que ofrece la red de redes: *internet*.

Clasificación de la Información



arportales

Planos para clasificar el CONTENIDO

- ▶ Internacional
- ▶ Nacional
- ▶ Regional
- ▶ Estadal
- ▶ Municipal

artemas

Áreas de Especialización

- ▶ Economía
- ▶ Finanzas Públicas
- ▶ Federalismo
- ▶ Desarrollo Regional
- ▶ Desarrollo Municipal
- ▶ Competitividad
- ▶ Rendición de cuentas
- ▶ Competencia y Regulación
- ▶ MiPymes

arproductos

- ▶ Análisis
- ▶ Estadísticas
- ▶ Documentos
- ▶ Publicaciones
- ▶ Calculadoras
- ▶ Datos de Coyuntura
- ▶ Noticias
- ▶ Expertos invitados

arespeciales

- ▶ Programas Económicos Anuales
- ▶ Índice de Transparencia de la Información Fiscal ar
- ▶ Índice de Competitividad Sistémica ar
- ▶ Pronósticos Económicos
- ▶ Excedentes Petroleros
- ▶ Perfiles Estatales

The screenshot shows the website **aregional.com** with the tagline "Información para decidir" and "México". The page is titled "Finanzas Públicas" and features a "PRESENTACIÓN" section with a map of Mexico and several coins. A sidebar on the left contains a "Menú" with various categories like "Economía", "Desarrollo Regional", and "Competitividad". A callout box on the right provides a detailed list of indicators and data for public finance at different levels.

Finanzas Públicas

► En el ámbito Nacional

- Ingresos del Sector Público
- Gasto Neto Pagado del Sector Público Federal
- Deuda Externa del Sector Público
- Deuda Interna del Gobierno Federal
- Balance del Sector Público
- Gasto en Educación
- Gasto en superación de la pobreza

► En el ámbito Estatal

- Indicador Global de la Capacidad Financiera de las Entidades Federativas
- Ingresos y Egresos por Metodología de Entradas igual a Salidas (INEGI)
- Estado de Origen y Aplicación de Recursos
- Recaudación
- Índices de Desempeño

► En el ámbito Municipal

- Ingresos Municipales (1989 – 2008)
- Egresos Municipales (1989 – 2008)
- Estado de Origen y Aplicación de Recursos
- Recaudación
- Inversión Federal en Programas para la superación de la Pobreza
- Beneficiarios de Programas Sociales por Municipio

star 3 mil mdd por turismo - Noroeste, con el crecimiento más bajo en 2008 - Invierte Zacate

Suscribir

Buscar en afejunal.com | Avanzada

ar Especiales » Perfiles Estatales

..Menú:..

Inicio

ar Portales

ar Temas

ar Especiales

- » Programas Económicos Anuales
- » Índice de Transparencia de la Información Fiscal ar
- » Índice de Competitividad Sistémica ar
- » Pronósticos Económicos
- » Excedentes Petroleros
- » **Perfiles Estatales**

ar Productos

ar Servicios Especializados

ar Noticias

ar Blog

ar Intranet

Perfiles Estatales

Esquema

NUEVO LEÓN

- I. Historia y Marco Geográfico
 1. Ubicación Geográfica
 2. Orografía
 3. Hidrografía
 4. Uso de Suelo
 5. Clima
 6. Flora y Fauna
 7. Reseña Histórica
 8. Cronología de Gobernadores
- II. Aspectos Sociodemográficos
 1. Población
 2. Educación
 3. Salud y Seguridad Social
 4. Vivienda
 5. Seguridad Pública
- III. Aspectos Económicos
 1. Producción
 2. Empleo
 3. Distribución del Ingreso
 4. Infraestructura Física
 5. Sector Financiero
 6. Sector Externo
- IV. Finanzas y Deuda Pública
 1. Ingresos
 2. Egresos
 3. Deuda Pública
 4. Inversión Pública Federal

Internet | Modo protegido: activado

Perfiles Estatales

- ▶ *En un solo espacio, 32 sitios estatales con información municipal: indicadores básicos, económicos, finanzas públicas, desarrollo humano y marginación; monografías y documentos; calificación de deuda; innovación y transparencia municipal; marco jurídico y literatura municipal.*

aregional.com
Información para decidir
México

Próxima Videoconferencia
18 de junio a las 12:00 horas

Escriba sus comentarios acerca de las videoconferencias
haga clic aquí

Leslie Hassey Murillo Salir
México, 08 de Junio de 2009 16:45 English Version

México dejará de captar 3 mil mdd por turismo - Noroeste, con el crecimiento más bajo en 2
Suscribir Buscar en aregional.com | Avanzada

Menú:

- Inicio
- Portales
- Temas
- Especiales
- Productos
 - Análisis
 - Estadísticas
 - Documentos
 - Publicaciones
 - Calculadoras
 - Datos de Coyuntura
 - Noticias
 - Expertos Invitados
- Servicios Especializados
- Noticias
- Blog
- Intranet

Buscar

- Convenios
- Calificaciones de Deuda
 - Histórico
 - Calificaciones Vigentes
 - Fitch Ratings
 - FitchRatings ratifica la calificación de AA(mex) del Es
 - Fitch Ratings ratifica la calificación de A-(mex) del Es
 - Fitch Ratings ratifica la calificación del Estado de Cam
 - Fitch Ratings ratifica la calificación de AA+(mex) del
 - Fitch Ratings ratifica la calificación del Estado de Coli
 - FitchRatings ratifica la calificación de A(mex) a la cal
 - Fitch Ratings ratificó las calificaciones del Estado de C
 - FitchRatings ratifica la calificación de AAA(mex) a la
 - Fitch Ratings ratifica la calificación de A-(mex) del Es

Deuda Estatal y Municipal

- Una compilación de los informes y boletines de finanzas públicas de las 153 calificaciones otorgadas al riesgo crediticio de los municipios mexicanos, 75 de entidades federativas y 15 de créditos otorgados a entes públicos, emitidos por las tres agencias internacionales autorizadas en México.

Sobre aregional.com Registrarse Buzón Tutor
aregional.com 2008©

Secciones Especiales

- ▶ *Programas económicos anuales*
- ▶ *Índice de Transparencia de la Información Fiscal ar*
- ▶ *Índice de Competitividad Sistémica*
- ▶ *Pronósticos Económicos*
- ▶ *Excedentes Petroleros*
- ▶ *Perfiles Estatales*



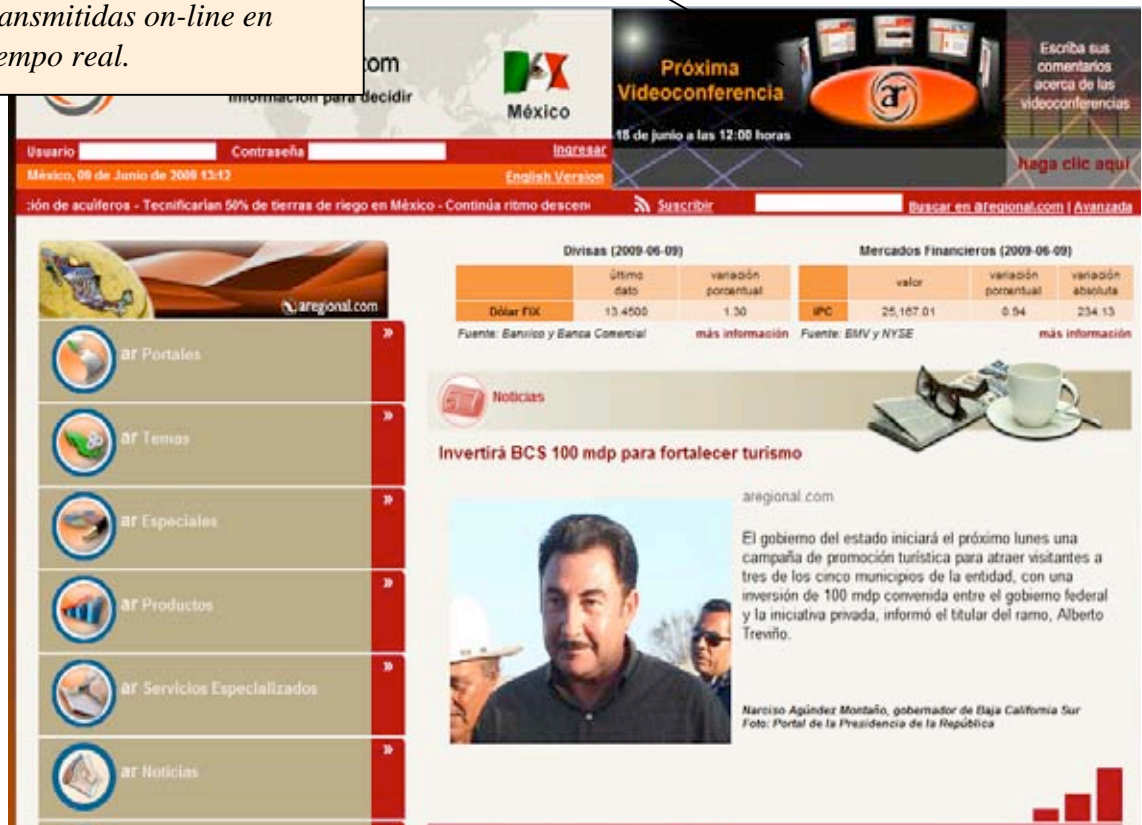
Versión México y Versión Argentina

► En 2009, se incorporaron a la página de inicio dos versiones:
Versión México
Versión Argentina.



Banner
Videoconferencia

- ▶ Recientemente se incluyó un Banner que anuncia las Videoconferencias que son impartidas por los especialistas sobre temas estatales y municipales, y que también son transmitidas on-line en tiempo real.



**Áreas de Especialización
Análisis**

- ▶ **Economía**
- ▶ **Finanzas Públicas**
- ▶ **Federalismo**
- ▶ **Desarrollo Regional**
- ▶ **Desarrollo Municipal**
- ▶ **Competitividad**
- ▶ **Rendición de cuentas**
- ▶ **Desarrollo social**
- ▶ **Competencia y Regulación**
- ▶ **MiPymes**

Base de Datos Estadísticos

- ▶ **El sistema contiene 6,500 indicadores estadísticos con más de dos millones de datos en línea; el sistema más completo y homogéneo de México.**
- ▶ **Todos los datos concentrados en el sistema de información son generados por instituciones públicas y privadas, y se presentan de forma amigable, fácil acceso y con un soporte de avanzada tecnología de punta.**

Indicador	Periodo	Unidad	Valor
Nombre de Municipios	2008	Municipios	12,498
Población	2008	Habitantes	123,363,308
Grado Promedio de Escolaridad	2007-2007		8.27
Producto Interno Bruto	2007-12	Millones de Pesos	123,024,119
Producción Económica Activa	2008-03	Personas	48,254,276
Trabajadores Asalariados en el IMSS	2008-04	Millones de Pesos	12,368.82
Tasa de Condiciones Críticas de Oportunidad	2008-03	Tasa porcentual	12.17
Salario mínimo	2008	Pesos diarios	48.0
Recaudación Federal Participante	2008-04	Millones de pesos	121,773.80
Fondo General de Participaciones	2008-04	Millones de pesos	25,328.90
Plano 33 Agentes de Protección para Entidades Federativas y Municipios	2008-04	Millones de pesos	55,170.90
Plano 38 Ayudas para el Fortalecimiento de las entidades federativas	2008-04	Millones de pesos	1,981.10
Índice de Desarrollo Humano	2008	Índice	0.8001

INDICADORES E INFLACIONES				
DIVISAS	COMPRA	VENTA	TASAS	VALOR
Colón	13.488	13.481	TIE 28	8.27
EUR	18.996	18.972	CRTES 38	8.28
Pa.		12.48	Índice acumulado	-0.29121001



Base de Datos Documental

- ▶ Más de **24,000 documentos** internacionales, nacionales, estatales y municipales, sistematizados en una **Biblioteca Virtual** que permite mediante distintas formas de acceso el ahorro de tiempo y de recursos.
- ▶ El acervo **aumenta todos los días debido a la incorporación de nuevos documentos** y archivos de interés para los usuarios.

Tema	Internacional	Nacional	Regional	Estatal	Municipal
Economía					
Marco Macroeconómico	122	416	79	175	28
Prospectiva Especial	46	98	39	59	19
Prospectiva Sectorial	72	130	30	32	3
Globalización	89	103	16	21	2
Presios	36	63	10	11	3
Empleo	30	70	42	48	12
Sector Externo	106	127	41	21	2
Finanzas Públicas					
Gasto Público	26	396	45	243	91
Inversión Pública	25	102	24	63	26
Balance Financiero	3	26	7	22	9
Deuda Pública	35	108	33	202	88
Ingresos	21	247	27	258	87
Federalismo					
Marco Jurídico	1	83	7	96	53
Planes y Programas de Gobierno	5	68	10	45	26
Federalismo	2	78	11	84	48
Federalismo Fiscal	9	226	19	280	104
Relaciones Intergubernamentales	2	118	22	126	79
Descentralización	4	82	13	92	62
Desarrollo Regional					

Base de Datos Análisis

- ▶ Los estudios elaborados todos los días por el equipo de especialistas se concentran en **una memoria que actualmente rebasa los 2,000 análisis** donde se abordan los temas que impactan la realidad del país, sus regiones, estados y municipios.
- ▶ Esta base de datos guarda la evolución y los pronósticos de la economía y las finanzas de México desde la perspectiva local y regional.

Boletines

Cada semana se generan boletines informativos sobre temas internacionales, nacionales, estatales y municipales. También se genera un boletín totalmente en inglés: ArGlobal

The screenshot shows the 'Noticias' page of aregional.com. The layout includes a top navigation bar with a search function and a 'Noticias' button. Below this, there's a header with the site's name and logo. The main content is organized into several columns and sections:

- Internacionales:** Features an article titled 'Se ubica en 7.8% la tasa de desempleo en la OCDE' with a 'Ver más' link.
- Nacionales:** Features an article titled 'Continúa ritmo descendente de inflación; se ubica en 5.98%' with a 'Ver más' link.
- Regionales:** Features an article titled 'Se hunden zonas de la ZMMV por sobreexplotación de acuíferos' with a 'Ver más' link.
- Estatales:** Features an article titled 'Invertirá BCS 100 mdp para fortalecer turismo' with a 'Ver más' link.
- Municipales:** Features an article titled 'Invierten 21 mdp en rehabilitación urbana en Hidalgo' with a 'Ver más' link.

On the left side, there's a sidebar with a navigation menu and a 'Reportaje' section titled 'La crisis: reto para las finanzas estatales' with a large 'CRISIS' graphic. The 'Reportaje' section contains a detailed article about the financial challenges facing Mexican states.

NOTICIAS

La mesa de redacción –con periodistas especializados en economía y finanzas— da seguimiento a los principales acontecimientos que impactan el desarrollo de los gobiernos locales.

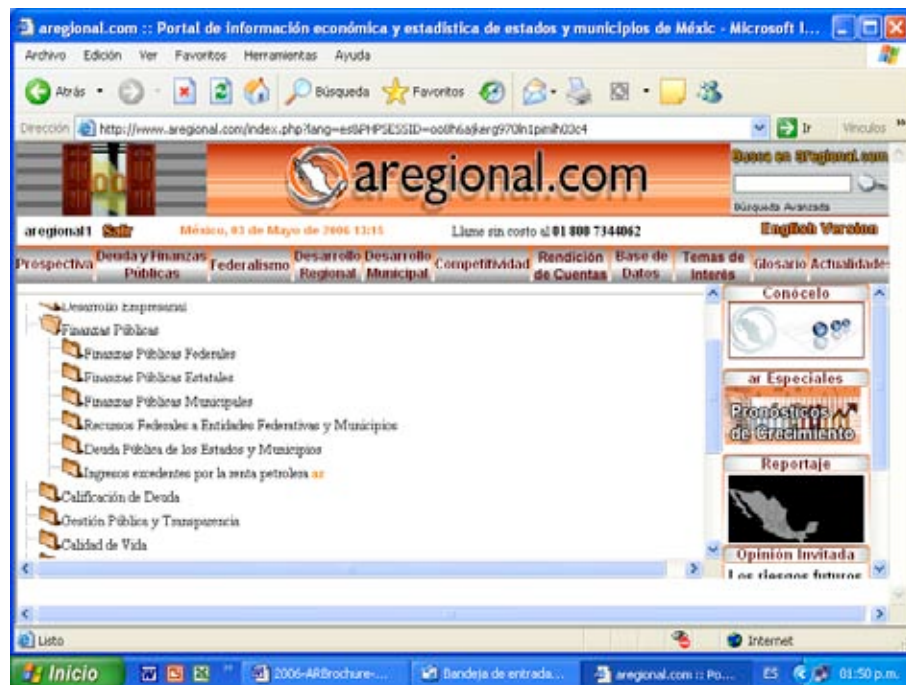
Durante todo el día, se presenta el contexto nacional desde una perspectiva local.

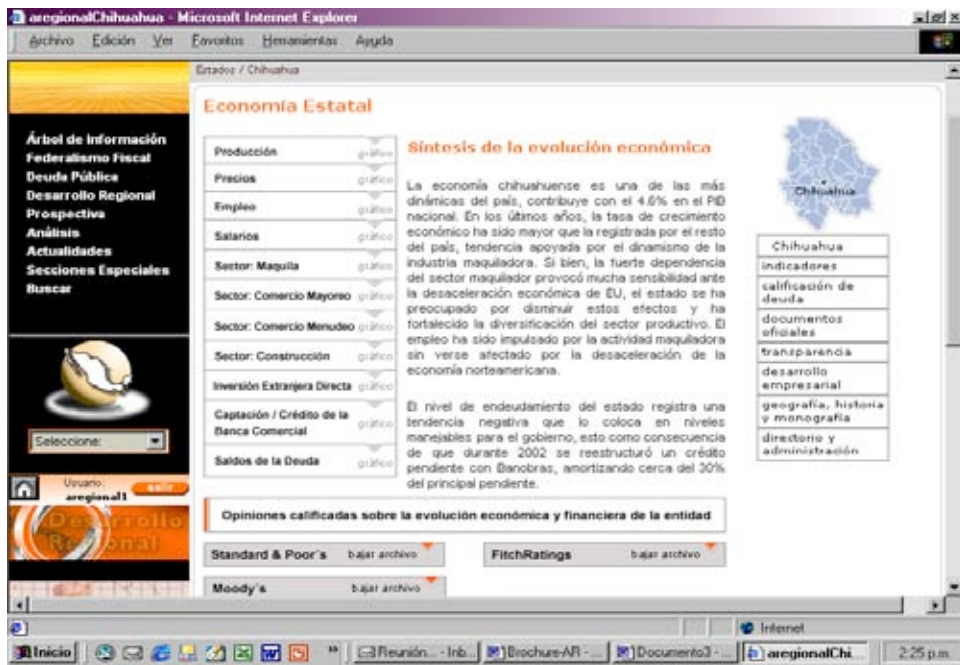
Evolución de la Página

2007

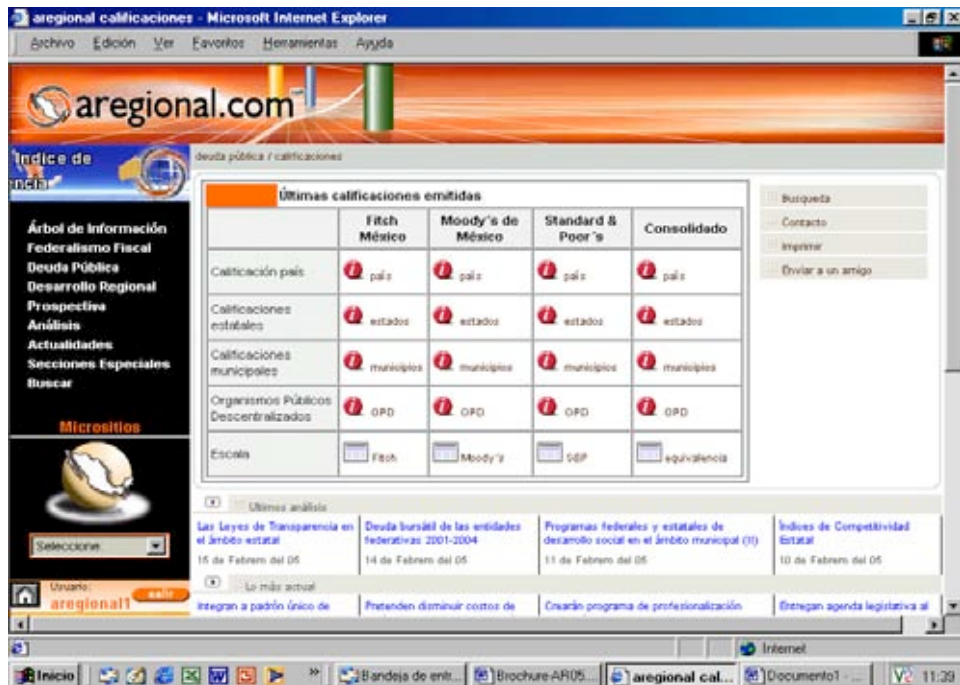


2006





2005



2006

The screenshot shows the homepage of aregional.com, a portal for economic and statistical information for Mexican states and municipalities. The main navigation bar includes categories like 'Prospectiva', 'Deuda y Finanzas', 'Federalismo', 'Desarrollo Regional', 'Desarrollo Municipal', 'Competitividad', 'Rendición de Cuentas', 'Base de Datos', 'Temas de Interés', and 'Glosario Actualidades'. The central 'INDICE' section lists several key indicators:

- a) Índice aregional.com
- b) Índices (TEIM)
- c) Índices Socioeconómicos (DONAPO e INEGI)
- d) Índices de Calidad del Marco Regulatorio y de la Administración y Justicia Local (CCE y CCF)
- e) Índice de Corrupción y Buen Gobierno del Organismo "Transparencia Mexicana"

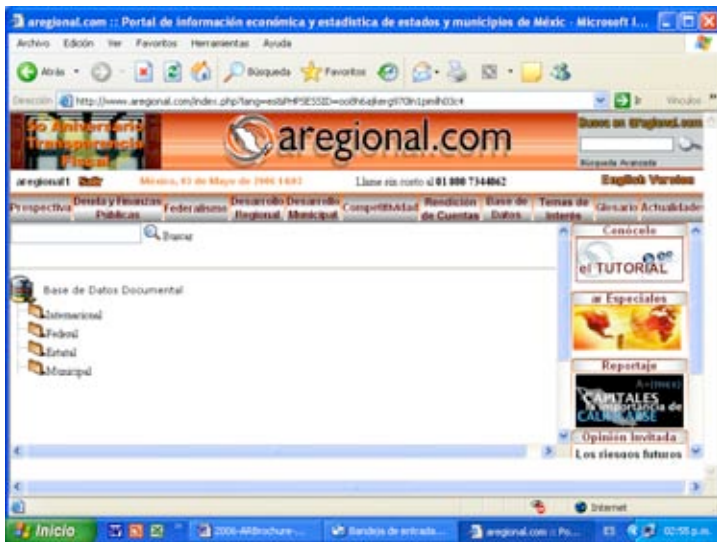
Each indicator has a sub-link to its detailed page. For example, under 'a) Índice aregional.com', there are links for 'Índice de Desarrollo General', 'Índice de Desarrollo con Calidad', 'Índice de Desarrollo, Calidad y Tecnología', 'Índice de Infraestructura', 'Índice de Capital Humano', and 'Coeficiente de Especialización en las...'. The page also features a search bar, a date 'México, 03 de Mayo de 2006 12:14', and a phone number 'Lláme sin costo al 01 800 734 062'.

2005

The screenshot shows a specific page on aregional.com titled 'Consulta de Indicadores: 8 registros'. It displays a table with the following data:

Localidad	Proporciones a PIB del Saldo de la Deuda de Estados y Municipios					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Aguascalientes	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.01%	0.00%
Chihuahua	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.00%	0.40%
Distrito Federal	0.00%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	2.30%
Durango	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.03%	2.50%
Jalisco	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%	0.01%	1.30%
Michoacán	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.00%
Sonora	0.04%	0.04%	0.03%	0.03%	0.03%	2.50%
Veracruz	-0.00%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	1.10%

Below the table, there are options to 'Descargar a Excel', 'Transparencia', 'Imprimir', and 'Otra Consulta'. There are also radio buttons for 'Barras', 'Pastel', 'Lineas', and 'Mostrar Valores'. A 'Gráfico' section contains a list of links for further analysis of the debt data for various states. A 'Detalle' section provides a note about the data source and methodology.



2006



2005

CONCLUSIONES

El nuevo periodismo aún se encuentra en etapa de gestación y va tomando forma en la medida en que aparecen nuevos implementos tecnológicos que alimentan la profesión periodística. De los medios informativos que se encuentran en *internet*, algunos ya conocen y manejan a la perfección los nuevos formatos digitales, mientras que otros apenas van integrando a sus portales las características del periodismo digital.

Partiendo de la década en que los medios impresos logran trasladarse a *internet* (90's) hasta nuestros días, el periodismo se ha ido transformando para adaptarse a las exigencias de la red de redes. Entre los cambios se perciben que la redacción sea breve, concisa y con posibilidades abiertas a la interacción y a la réplica.

No obstante el uso de *internet* se ha masificado, el nuevo periodismo ó periodismo digital aún aparece como un paradigma de la comunicación y que requiere ser descubierto desde su origen en el periodismo tradicional, hasta ser asimilado por la sociedad en su nueva acepción y ser digerido como un producto que se entienda y tenga una nueva utilidad.

Los resultados de esta investigación revelan que el periodismo sigue existiendo en esencia, pero con una nueva plataforma que es *internet* y sobre una nueva base que es un lenguaje multimedia.

Además, el proceso comunicativo se transforma en la medida en que el emisor es también receptor en un entorno digital. Es decir, que el periodista es creador de una información, la transforma, la edita y la publica; todo esto lo puede hacer desde una computadora portátil con conexión a *internet*.

Por otro lado, los resultados de la investigación comprueban que si bien existe bibliografía sobre el tema, el término de *nuevo periodismo* se encuentra vago en la información y pocos se atreven a nombrarlo como tal, mientras que en el trabajo diario, el reportero y quienes trabajan con la información lo aplican en la práctica.

Es decir, la práctica de este periodismo en *internet* es una realidad y se construye de manera ininterrumpida en cada sitio que ofrece información y noticias al momento.

También, se descubre a *internet* como una herramienta y un medio que integra al nuevo periodismo de una forma diferente, al permitir la réplica, con lo que se enriquece la información que se publica mediante otros puntos de vista de la noticia.

Internet significa sin duda un parteaguas en el periodismo cotidiano, y es el sitio donde se presenta la convergencia tecnológica, favoreciendo y alimentando la información en cualquiera de sus formas.

La red de redes constituye así una de las causas por las que el periodismo se modifica, generando también un público distinto al que regularmente consulta un periódico. La información, al ser desmenuzada para el consumo es digerida más fácilmente y en mayor cantidad.

Aunque este fenómeno pueda parecer del todo positivo, tiene su parte negativa ya que al estar “hipercomunicados” o “sobreinformados” no se tiene una visión única u objetiva y la información tiende a dispersarse.

Además, el público se ha desenfocado de la televisión para poner atención a *internet* y todo lo que representa, lo cual se ha convertido en una de las consecuencias de este medio, donde cada día aparecen nuevos productos como videojuegos, comunidades virtuales, sitios que ponen a prueba las habilidades del usuario y lo atrapan por varias horas, en las que el individuo se abstrae y pierde contacto con el exterior.

En este sentido, *internet* todavía no es global como lo señaló Roman Gubern en su visita a México el 23 de junio de 2008, donde en una conferencia magistral declaró que el porcentaje de personas conectadas a *la red* en Europa es de aproximadamente 40 por ciento, mientras que en África es apenas de 2 por ciento.

Los resultados de esta investigación también conducen a comprender que en la medida en que el periodismo se transforma, se requiere un nuevo planteamiento para quienes crean, trabajan y viven de la información. Esta nueva propuesta debe enfocarse en aprovechar las nuevas tecnologías y estandarizar el nuevo formato que la información requiere.

Por otro lado, como resultado se destaca la importancia de las nuevas tecnologías como integración de lenguajes, formatos, códigos, dispositivos electrónicos, en la actividad periodística de hoy. Es decir, el reportero del siglo XXI utiliza teléfonos celulares, computadoras portátiles, grabadoras digitales, entre otros mecanismos para transmitir la información.

Este proceso de adaptación del periodista de hoy a las nuevas tecnologías, requiere esfuerzo, capacitación y una nueva manera de asimilar la realidad.

El periodista de hoy además de saber redactar una nota y escribir una historia, necesita saber editar video, radio, entrar a comunidades y redes sociales, además de poder identificar elementos de seguimiento informativo a través de bases de datos y consulta de archivos electrónicos entre otras actividades que transforman la manera en que se venía haciendo el periodismo en el mundo.

En el caso de *aregional.com*, se descubre como un portal de análisis e información oportuna que ha utilizado las nuevas tecnologías para generar diferentes productos y servicios en el contexto de una sociedad de la información que integra cada día más el uso de *internet*.

Este portal se ha convertido en un emisor importante, donde las personas que lo crean ya asimilaron la trascendencia de generar información en los formatos que exige el nuevo periodismo. Incluso, ven a la página como un medio de gran alcance en cuanto a la información que se genera en todas sus áreas, entre ellas la de noticias.

La sección de noticias ha tenido cambios desde su concepción y ahora es una de las más importantes del portal, con una actualización diaria y que en comparación con otras páginas

no tiene competencia en México respecto a la generación de notas especializadas sobre economía y finanzas, desde una perspectiva estatal y municipal.

La evolución que ha tenido el portal, desde su creación en el 2000, es significativa en cuanto a mejorar la calidad y la cantidad de información que se ofrece. Se ha convertido en una referencia fundamental para quienes hacen las finanzas en el país.

Y con la reciente introducción de productos como las Videoconferencias y la plataforma para países como Argentina, *aregional.com* avanza para convertirse en la consulta obligada de municipios y regiones de países Latinoamericanos. Además, se prepara un noticiario que a través de *internet* tendrá alcances insospechados.

A futuro, esta página se perfila como un proyecto muy sólido como hasta ahora, principalmente por la innovación que representa tener un noticiario de televisión *on-line* y que vendrá a ser un valor agregado para el área de noticias; posteriormente se planea tener un mini-canal de televisión, con una programación de tres horas al inicio, para después ir aumentando la cobertura.

Estos nuevos productos van a permitir a *aregional.com* ser más competitivo en el mercado de la información en *internet*, con la posibilidad de tener un mayor espectro en cuanto a los usuarios y clientes que se pueden atraer. Además, estos proyectos van encaminados a posicionar el portal en el mercado de las finanzas públicas y privadas en México.

Por otro lado, el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) involucran no sólo razones de mercado o de innovación para seguir creciendo, sino también, implican valores, creencias, sentimientos y emociones.

Así, el hombre del siglo XXI está inclinado a sustituir sus sentidos vitales con implementos electrónicos y son como una extensión de los mismos. Al día de hoy, una de las grandes tendencias del proceso de innovación tecnológica es acercar la tecnología al cuerpo, por

ejemplo los teléfonos celulares que van adheridos a la oreja y que tal vez en unos años más ni siquiera sean perceptibles a simple vista.

La tecnología nos ha orillado a crear un “hombre protéico”, es decir, un hombre de prótesis, la mayor parte de los aparatos electrónicos tienen su base en el funcionamiento del cuerpo humano.

Las sociedades tienen las cosas más a su alcance a través de la información y la tecnología. En la medida en que la información viaje más rápido se pierde la capacidad de comprobación, es decir, no se sabe si es verdadera y caduca rápidamente, además crea un espacio alternativo a la realidad.

Por lo tanto, se necesitarán nuevas técnicas y estrategias de almacenamiento de la información. La misma sociedad asume conductas distintas: la forma de conducirse en diversas culturas se integran en un solo medio que es *internet* y se disuelve poco a poco la distancia entre países del primer mundo y de la economía emergente, al menos en el aspecto cultural.

Un ejemplo de ello son páginas que tienen una función de integración de personas de todo el mundo, donde intercambian pensamientos, sentimientos, ideas y en las que se genera otro fenómeno que se vive día con día, que es el de los *blogs*.

En el *blog*, la gente común asume la función del periodista al informar sobre acontecimientos que impactan en su sociedad; es decir, con los *blogs* el periodismo ya no es exclusivo del periodista y es un fenómeno latente en *internet*.

Otro fenómeno para destacar es el de los “mini-bloggers”, quienes reportan al momento su acontecer y perspectiva del mundo, esto sucede en páginas como *Twitter.com*, donde se pueden subir a la red mensajes el momento, incluso desde un celular.

A la par de estos fenómenos que tienen lugar en el marco de *internet*, surgen páginas y sitios que dan cabida a un mayor número de personas, con intereses distintos y que asumen el periodismo como algo cercano, tal es el caso de *Oh My News*, que es un ejemplo de periodismo ciudadano.

En el caso de México, la brecha digital -aunque es basta- tiende a diluirse en la medida en que la sociedad se acerque a las nuevas tecnologías y esto parte de un plan estructurado de parte del gobierno federal que eduque a la gente en el uso de la tecnología.

Entre las proyecciones para nuestro país, se prevé que se incremente la base de usuarios de teléfonos celulares, ya que la Banda 3G en esta tecnología ha favorecido la gestación de una nueva generación de usuarios en *internet*, lo que ocasionará que los usuarios estén cada vez más familiarizados en navegar por *la red* a través del teléfono celular.

La AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) pronosticaba que para 2008, se haya incrementado significativamente el número de usuarios de *internet*, a una cifra de 27 millones de usuarios aproximadamente, pero si en sus resultados incluyen a quienes navegan a través de celulares con banda ancha, esta cifra llegaría casi a los 37 millones de usuarios de *internet* en México.

Esta situación impactaría también en el número de consultas de medios electrónicos en línea y por lo tanto, los nuevos usuarios exigirán tener la información precisa y en un formato fácil de leer, lo que significa un nuevo reto para el nuevo periodismo.

Mientras que para el reportero digital, el nuevo periodismo también implica un nuevo desafío, ya que necesitará trabajar en equipo; tener visión de conjunto; pensar en diversos lenguajes que integrarán el mensaje concibiendo la información más que como un relato lineal, como un guión ó un diagrama de flujos que enlace de forma lógica las diferentes partes o nodos, que conformarán el relato; tendrá que generar un mapa conceptual por el que navegará libremente un lector emancipado.

ANEXOS

Entrevista Dr. Ricardo Carrillo Arronte
Director General de Aregional.com

¿Quiénes son los creadores y cómo fue que concibieron la idea de Aregional.com?

Esta es una idea que se fue generando según las necesidades que tuvo una persona, el Lic. Cano Vélez, que pasó de trabajar en un organismo de planeación integral a la Secretaría de Programación y Presupuesto, en cuestiones de presupuestación.

Después se fue a Sonora integrando sus conocimientos tanto de planeación nacional integral como de presupuestación, y con todo este bagaje y esta experiencia se dio cuenta de que los gobiernos estatales no tenían la información suficiente para tomar las decisiones con autonomía, con autoridad, con objetividad, que a su vez les permitiera negociar con la Secretaría de Hacienda los términos cuantitativos, cualitativos y temporales de sus presupuestos.

Él fue formando en el gobierno de Sonora, cuando era gobernador el Lic. Manlio Fabio Beltrones, su propia área de informática, de análisis, de información financiera, nacional, económica, social etc.

Cuando él salió al término del gobierno del Lic. Beltrones, él ya se había dado cuenta en las reuniones que tienen los secretarios de finanzas de todas las entidades federativas, -que cada seis meses se reúnen para comentar sus problemas y soluciones- que ésta era un área en que otras secretarías estaban totalmente aparte y que por lo tanto sus negociaciones con Hacienda eran muy desventajosas para las entidades federativas porque Hacienda tenía todas las fichas y ellos no tenían información a veces ni de sus propias finanzas, ni de sus propias participaciones, ni de sus futuras captaciones, los proyectos con los que ellos querían comprometer recursos públicos no tenían los estudios adecuados; no tenían los índices y los argumentos para poder convencer a Hacienda de que los necesitaban.

Y eso en esencia les producía resultados muy pobres, no obtenían los recursos que necesitaban, no se financiaban los proyectos de los gobernadores, ni que necesitaban las entidades federativas para desarrollarse, no tenían a veces, ni los mismos secretarios de finanzas tenían la preparación ni el talento, ni el conocimiento ni la capacidad negociadora.

Entonces es un paso cualitativo y cuantitativo muy grande, para los mismos secretarios de finanzas; lo cual explica que todavía ahorita en estos momentos se presenten muchos problemas en las Secretarías de Finanzas, porque no aprovechan bien sus fuentes de recursos fiscales locales, porque no pueden programar adecuadamente sobre una base multianual la entrega de los recursos que la federación les hace a través de la Secretaría de Hacienda, porque a veces negocian mal su reestructuración de deuda pública, porque los califican mal las calificadoras y por lo tanto les cuestan más los créditos, porque no tienen la información más elemental para hacer los análisis etc.

Este avance está íntimamente relacionado con la capacidad profesional y la visión de estado que tengan o que pueden tener los secretarios de finanzas; por eso es que el Lic. Cano en su momento, cuando salió del gobierno, estuvo pensando en compartir con los demás secretarios de finanzas esta experiencia que le había dado muy buenos resultados en Sonora.

¿Qué otras personas estuvieron involucradas cuando al Lic. Cano Vélez se le ocurrió presentar este proyecto?

Él es el autor de la idea y el diseñador original del proyecto, del portal, de las bases de datos y de los análisis. Porque no es suficiente, por ejemplo informarles que el presupuesto federal propuesto para hacienda en el paquete económico, tal, tal y tal, hay que decirles en qué les puede beneficiar o perjudicar a distintas entidades ó que la fórmula para calcular las participaciones etc. se mueven en función de tales y cuales variables, para que ellos puedan influir.

El al principio empezó pues siendo un hombre que pichaba, cachaba y cobraba lo doble; hubo originalmente algunas gentes que empezaron a ayudarlo como es el caso de Cutberto Anduaga, en la forma de presentar las cosas, promoverlas, difundirlas y explicarlas a la gente no especializada; pero el corazón técnico conceptual e incluso operativo, -en un principio, cuando se creó esto en el año 2000-, fue el del Lic. Cano; poco a poco conforme la idea fue cuajando él fue sacando recursos de sus ahorros o de sus activos familiares para ir contratando poco a poco a algunos especialistas hasta llegar a un punto de equilibrio que todas la empresas tienen, donde los ingresos se igualan a los egresos. En esta empresa como en todas las empresas, a medida que tú vas promoviendo la idea, tienes que ofrecer tu producto y por lo tanto tener gastos para producir eso para generar algunos ingresos es una especie de bicicleta que tienes que impulsar para después acelerar.

¿Cómo fue que consiguió esos recursos; a quiénes presentó su proyecto?

Él viene de una familia que tiene una actividad económica agropecuaria en Sonora y que por lo tanto tiene algunos activos, que él podía en un momento aprovechar, es decir, en lugar de vender 20 vacas, darle otra forma a ese capital y seguramente también habló con algunas gentes con recursos, amigos de él que pudieran involucrar a sus amigos a los que tiene confianza, y los que creen en la capacidad de uno, para aportar un “x” capital semilla para arrancar. Al principio el portal era muy limitado, las estadísticas de los bancos de información que se ofrecían eran muy básicos, prácticamente los que obtenía uno entrando al INEGI, no había mucho costo invertido, pero como no había mucho valor agregado tampoco puedes tener grandes ingresos sobre eso; es el inicio de todo negocio que es difícil, angustioso y de mucho sacrificio.

Aquí lo más importante es lo generoso de la idea, la idea a mí en lo personal me parece genial, porque si algo necesitamos en este país es enriquecer la toma de las decisiones a todos los niveles: al sector público, federal, estatal, municipal, al sector privado, a nivel político, legislativo, sindicatos, de todos los niveles. Para bien o para mal muchas de las decisiones en México se tomaban y todavía siguen en buena proporción tomándose, sobre bases totalmente subjetivas. Como se supone que lo hacían los empresarios de los siglos

XVIII y XIX, de corazonadas, pero esas ideas tienen una alta mortalidad, porque no estudian lo que están haciendo los competidores, lo que están haciendo otros países, no estudian las condiciones del mercado: si tu puedes producir un producto igual a menor precio o al mismo precio pero mejor, eso que los economistas llamamos un estudio de mercado no se hacen, no se hacían, muchas de las empresas que tenemos en México son familiares. Eso es a nivel privado, casi es lo mismo de las grandes empresas a las pequeñas empresas.

Ahora estamos viendo como muchas de las grandes empresas de México están a punto de quebrar porque tomaron una decisión a la ligera, porque no analizaron correctamente sus estados financieros, los créditos; saliéndose de su actividad normal, consuetudinaria.

Así lo podemos ver con las otras empresas como pueden ser las automotrices, ya no se diga las pequeñas empresas que se dedican a producir tapetes para baño y de repente llegan unos chinos a la mitad del precio y al doble de la calidad; porque están utilizando un producto moderno; una tecnología moderna que el mexicano nunca se lo planteó. O muchos de los artesanos de México que producen una loza o un plato de barro de Oaxaca que resulta que es radioactivo y que al meterlo al microondas se truena o que no aguanta el horno, eso poco a poco les va cerrando el mercado.

¿En qué contexto económico, social político se le ocurre al Lic. Cano Vélez, crear esta página, qué pasaba en el país en el 2000 cuando decide reunirse con un grupo de amigos y hacer la página?

Bueno en números gruesos podemos decir que empieza con el gobierno de Fox; cuando se supone que va a haber una gran cambio en el país, que va a haber un reforzamiento económico de la actividad; había ya excedentes petroleros líquidos disponibles para el gobierno federal más del 1 por ciento del PIB que vienen siendo más de 100 mil millones de pesos netos al año, adicionales a lo que ya se venía obteniendo, que todo mundo pensaba que iban a ser destinados a fortalecer la economía, el crecimiento, el empleo económico y todo lo demás del pueblo mexicano. Con ese panorama muchas gentes se lanzaron a formar empresas, con el que supuestamente íbamos a ver un nuevo amanecer de la actividad

empresarial, ya que finalmente y después de muchos años llegaba un empresario a la Presidencia de la República.

Afortunadamente o desgraciadamente, también la política requiere conocimiento, capacidad, experiencia, vocación. Así es para hacer zapatos o para tocar el piano ó para jugar futbol, y no puede uno poner a un futbolista a que sea el primer bailarín clásico de México o al revés. Igual con todo respeto para los empresarios “zapatero a tu zapato”, buenos empresarios deben crear empresas, empleos, inversión y salir adelante, y los buenos políticos deben manejar ciencia política y si no hay buenos políticos, hay que escoger a los mejores políticos.

El Lic. Cano decidió ser empresario al crear aregional.com. . .

El tiene ya de familia habilidad empresarial, porque su familia tiene actividades agropecuarias allá en Sonora (ganaderos, lecheros etc.) él ha visto en su casa, la mística misma, el esfuerzo, la organización y la habilidad para crear una empresa, y una empresa que tiene altos y bajos, para ser ganadero en el norte del país hay que manejar mucho los ciclos económicos de Estados Unidos que es cuando uno exporta, y el ganado fino que lo consume cierto mercado y hay que estar pendiente del movimiento del mercado y el movimiento del grano y los precios internacionales.

Él estudió economía, probablemente impulsado por este principio, pero estoy seguro que también impulsado por una vocación política, porque finalmente los economistas del sector público tenemos esa combinación de la economía como instrumento y la vocación pública como objetivo final donde la economía debe servir como ciencia social, no para enriquecerse. Y ahí es un punto muy importante de aregional.

Aregional es una empresa que como todas las empresas debe trabajar arriba del punto de equilibrio para tener una mínima recompensación, un mínimo de utilidades para invertir en su expansión y su crecimiento, pero *aregional.com* no es una empresa creada para extraer utilidades, como hay muchos empresarios, o muchas empresas y así lo reconoce la teoría económica: que el propósito de la empresa privada es maximizar utilidad, aquí no es así.

Aquí como lo demostramos en nuestras investigaciones, -que nosotros hemos estado publicando a costas nuestras durante mucho tiempo-el propósito fundamental de aregional es aportar al país conocimiento cuantitativo, cualitativo, estadístico, analítico que enriquezca al toma de decisiones a todos los niveles, fundamentalmente aquellos que están más débiles y más accesibles a que se les ayude.

Hay algunos funcionarios o federales que no solamente no se dejan ayudar, sino que pretenden ayudar al resto del mundo; con éstos es difícil hacer algo porque ellos ya están en ligas internacionales, según ellos, por lo menos. Pero hay otros funcionarios también federales, muchos estatales y sobre todo municipales que están conscientes de que no tienen recursos suficientes, de que no están aprovechando debidamente sus fuentes de ingreso, de que no están obteniendo los suficientes resultados de los recursos que invierten o porque no era la obra adecuada o porque no era la programación, o porque pusieron un ladrillo en una barda pero no han puesto lo demás. Por ejemplo lo de competitividad internacional moderna, no se trata sólo de tener gentes educadas o tener electricidad y paz sindical, se trata de tenerlo todo junto, como un guiso.

Un guiso que se hace con muchos ingredientes en su debida proporción y a su debido tiempo, y si a uno se le pasa la sal ya se echó a perder todo el guiso, una cosa tan sencilla. La competitividad es como un guiso, si la gente cree que con echar un pollo en un balde de agua y ponerlo a hervir ya se va a tener un consomé está muy equivocado, hay que darle la condimentación, el punto, el momento, eso que parece tan elemental es muy difícil que la gente lo entienda.

¿Entonces, usted puede decir que aregional contribuye a lo que es un proyecto de país?

Definitivamente. Los que estamos en aregional, por lo menos a nivel de participación y construcción del proyecto integral de aregional, nos consideramos parte de un proyecto nacional. Aregional no está en el espacio, ni está vendiendo cacahuates en una sala de cine, que no tiene nada que ver con los problemas que hay afuera; aregional vive, convive, lucha,

estudia los problemas del país y es el principal actor de los que estamos aquí en aportar nuestro conocimiento; como toda empresa necesitamos un ingreso para seguir trabajando, pero no es el propósito fundamental éste. El propósito fundamental es la de contribuir al desarrollo; pero en ninguno de los trabajos que nosotros hemos hecho es para enriquecer una persona nada más, ni para que alguien gane un concurso. Es para que un gobierno estatal, municipal o federal tome mejores decisiones o tenga mejores resultados con los recursos o tenga más recursos para llegar a sus metas, o incluso en empresas privadas no es para que aumente las utilidades con las mismas ventas y la misma producción, es para ser más eficientes, más competitivos, generen más inversión, más empleo y más bienestar en este país.

Entrevista Lic. Cutberto Anduaga Lugo

Director de Promoción y Enlace Institucional de Aregional.com

¿Qué etapas ha atravesado la página de Aregional.com al día de hoy?

Como tú sabes tenemos desde octubre del año 2000 en línea, con toda la página de aregional. Obviamente en estos casi nueve años hemos atravesado una serie de etapas muy importantes, como bien tú lo sabes empezamos en una etapa primaria con información estadística y muy pocos análisis. Recuerdo que en octubre-noviembre del año 2000 sólo se generaban tres análisis a la semana.

Actualmente estamos generando 15 análisis a la semana, iniciamos también en aquella época sólo con información en español, hoy ya tenemos información en español y en inglés.

Las etapas han sido paulatinas, conforme han crecido nuestros usuarios, conforme han crecido nuestros clientes, el portal también ha crecido en cuanto a información. Después de ofrecer información estadística y análisis especializado nos dimos a la tarea de recopilar toda la información de documentos.

Nuestro principal objetivo fue proveer de información con oportunidad y con actualidad a las autoridades estatales y municipales con base en la carencia de información que existe, todavía a pesar de las leyes de transparencia y acceso a la información la carencia de datos oportunos es totalmente imposible en un país que ya se mueve con una gran dinámica como México.

Y en segundo, los avances que ya platicábamos básicamente, agregar mayor número de temas, pasar de generar sólo información en español a general información ya en inglés, con un efecto espejo, como lo llamamos nosotros, porque sube la información en español y al momento sube la información en inglés de manera simultánea. Y otro gran avance fue cambiar nuestra línea editorial en el sentido de hacer mucho mayor análisis especializado con temas que importan al sector privado. Iniciamos con la idea de nutrir al sector público

con el sector privado, ya tenemos una gran cantidad de información que ya generamos y que ha representado un avance.

¿Cómo se concibió la sección de noticias?

El área de noticias se incorporó casi desde el principio de *aregional.com*, porque también vimos un vacío en cuanto a la generación de noticias con sucesos y acontecimientos con perspectiva local y desde el inicio hasta la fecha, hemos trabajado alrededor de seis personas, entre reporteros, el coordinador de información y el asistente que siempre ha estado en el área o becario.

De las secciones que tiene aregional en la actualidad, ¿cuál desde tu punto de vista crees que sea la más exitosa, independientemente de noticias?

Análisis especializado; iniciamos como única empresa que generaba análisis económico y financiero con perspectiva local, y actualmente a la vuelta de ocho años y meses nos hemos consolidado como la empresa con mayor oportunidad, porque estamos generando 15 análisis diarios, económicos y financieros, porque básicamente estamos enfocados a cubrir ese nicho de información que hacía falta en este país.

¿En la sección de análisis qué personal colabora para llevar a cabo esta sección?

Hay un director por cada uno de los temas y alrededor de 20 analistas, más o menos.

¿Respecto a la sección de noticias, cómo se concibió?

Empezamos primero con la idea de generar esa información que consignara acontecimientos estatales y municipales, un poco para dar seguimiento a la actividad de las autoridades estatales y también para consignar la evolución de la economía local, así la concebimos con esos objetivos y conforme ha pasado el tiempo aquí en área nos hemos abocado más a la cobertura de acontecimientos de índole privada sobre todo con bancos, organismos

internacionales que tienen trabajo con algunos estados y municipios, y también para darle seguimiento a todo el esquema de calificación de la deuda estatal y municipal y de bursatilización de gobiernos locales. En este sentido en éstas dos últimas cosas somos la única empresa o la única agencia de información en México, que genera noticias sobre estos temas.

¿Cuál sería la diferencia que marca la sección de noticias respecto a otras secciones de noticias en periódicos electrónicos, por ejemplo?

Los temas principalmente; en periódicos electrónicos encuentras de todo -desde economía, política, espectáculos, pasando por las secciones que tiene un periódico normal- y nosotros sólo nos abocamos a todo lo que es economía y finanzas locales, con los temas muy definidos con esos nueve grandes temas, y con una línea de una gran oportunidad, gran imparcialidad, objetividad, en todos y cada uno de los temas que tratamos, en aregional vas a encontrar noticias sólo económicas y financieras, ni de política, ni espectáculos, ni de otros temas que están muy vigentes en los medios tradicionales, digamos.

¿En la sección de noticias podríamos estar hablando de un Nuevo Periodismo Especializado?

En revistas como *Expansión* y *Mundo Ejecutivo* nos han catalogado como especialistas en la elaboración de noticias económicas y financieras, tan nos ven como un portal especializado que proveemos de noticias a un par de portales a nivel Latinoamérica.

¿Cuál es la diferencia principal entre las notas de finanzas públicas y análisis de otros medios, de las que vemos en aregional.com?

Nuestras notas tienen un enfoque especial, tomando en cuenta más que la nota tradicional, que es relatar un suceso, un acontecimiento, o tomar la declaración directa de un personaje equis. Las notas de aregional van a consignar la evolución económica y financiera de las regiones de México. Nuestro principal interés es que en cada una de nuestras noticias,

pueda cumplir el objetivo de cualquier noticia que es informar con objetividad y con imparcialidad, y segundo que con todo el conjunto de noticias que generamos en el área de actualidades tú puedas tener toda la evolución y la transformación de la economía y las finanzas locales, pero coincidimos primero como periodismo especializado y segundo como un producto que se pueda dar a futuro como una fuente de información fidedigna, en ese sentido es que nuestras noticias consignan la evolución y la transformación de la economía y las finanzas locales, por eso yo creo que es un periodismo innovador, moderno y sobre todo de una gran utilidad en la época de *internet*.

¿Cómo debe ser la redacción de éstas notas, cuál es la diferencia? Estamos en una nueva época, en el siglo XXI, qué diferencia hay respecto a notas que vemos en el periódico o en otros portales, cómo debe ser la redacción de las notas de aregional.com?

Como un periodismo especializado y con un nicho altamente especializado, que es sólo economía y finanzas, obviamente las notas tienen una elaboración distinta, tienen una extensión definida, como estamos en *internet*, queremos ser concisos, claros y directos, entonces nunca te vas a encontrar en aregional una nota de más de cuatro párrafos en donde digas toda la información que queremos plasmar y sobre todo donde se cumplan los objetivos de nuestra línea editorial; también ponemos especial atención en los temas, es importante que no tengamos que salir de cada uno de los nueve temas. Yo me puedo encontrar una noticia de un tema de la guerra en la franja de Gaza, pero no la puedo publicar porque no es mi nicho, porque no es de interés de nuestros usuarios, y de nuestros clientes sobre todo de nuestro portal y queda fuera de nuestra línea editorial. Aún por ejemplo te puedo decir que este acontecimiento tenga impacto económico, pero el impacto económico se sale también un poco de lo que es nuestro nicho, que prácticamente nos abocamos a lo que es México y sus regiones, estados y municipios.

¿En dónde subyace el valor de los contenidos que genera aregional.com?

Principalmente en que nosotros concentramos información y generamos información con perspectiva estatal y municipal, ése es el valor agregado de nuestra información; no hay en este país un *staff* de analistas que hagan lo que hace aregional, que desmenucen en un *paper* de cinco páginas por ejemplo o en un grupo de notas informativas la deuda pública de Tlaxcala, por ejemplo, o que te consigne la calidad de las cuentas públicas de las entidades federativas, o que hable de la nueva ley de contabilidad gubernamental, en este país nadie toca estos temas ni siquiera los medios tradicionales, porque es información muy especializada, porque es información que va a un nicho muy específico del espectro de mexicanos que se quieren informar. A nosotros nos interesan temas que van muy dirigidos al impacto de las economías y las finanzas locales, nadie en nuestro país genera información con ese nicho, por eso es nuestro valor agregado y por eso nos gustan los medios de información tradicionales que se nutren de nuestros análisis, de nuestras noticias, o bien nos buscan usuarios que después se convierten en nuestros clientes y que necesitan un *staff* que les esté generando este tipo de información.

¿Aregional entraría en la categoría de medios o cómo definirías a la página?

Con todo el desarrollo que estamos teniendo en *internet*, ya entraríamos en una categoría de medio electrónico; podríamos ser un periódico electrónico o bien una revista electrónica si ya tomas en cuenta los análisis y las noticias, juntos. Porque ya tenemos una variedad de temas, una variedad de actores de los que escribimos que ya te da un espectro más amplio.

¿Además de la página de internet, qué se ha logrado con los análisis y los contenidos de Aregional? ¿Qué hay de los nuevos proyectos?

Empezamos con noticias y análisis, y ya llegamos a una etapa en que queremos entrar a la competencia con televisión; conociendo que *internet* tiene cada vez más alcances en México, el año pasado nos dimos a la tarea de compartir con nuestros clientes y usuarios todo el conocimiento que generamos a través de videoconferencias; como son temas

también muy áridos y muy especializados, ponemos a uno de nuestros especialistas a que interactúe con cien ó 120 interesados y que les explique a través de una videoconferencia, toda la evolución de “x” tema, y que a su vez estos usuarios tengan la posibilidad de retroalimentarse con el especialista, que eso antes no lo hacíamos, es un valor agregado que estamos ofreciendo a nuestro producto; ellos pueden a través de un chat, preguntar, observar, puntualizar sobre ciertas cuestiones que no les quedan claras o que bien necesitan ahondar. Hemos trascendido el simple hecho de emisor-receptor, sino que ya también estamos instrumentando los mecanismos y las estrategias para que nuestros usuarios puedan comunicarse más directamente con nosotros, eso es un paso que ya estamos dando desde al año pasado y a partir abril de este año vamos a entrar con un noticiero de televisión, que vendrá obviamente a ser un valor agregado para el área de noticias, porque se nutrirá de todas las noticias que se generan en *aregional.com* y también tendremos a partir de abril un mini-canal de televisión, queremos empezar con programación de tres horas para después ir aumentando nuestra cobertura. Pero contamos ya con la información que se genera en el área de noticias, con los análisis especializados, 15 análisis a la semana, 3 diarios de lunes a viernes y 18 notas informativas diarias.

¿En este contexto, cómo ves a aregional en los próximos años?

Como un proyecto muy sólido, principalmente porque estamos innovando, estamos dando pasos hacia adelante. Es lo que te comentaba con anterioridad de las videoconferencias, del noticiero y que cada especialista vaya a comentar su análisis es un paso que nos va a permitir no solamente ser competitivos en el mercado de la información en *internet* en México, sino también que nos va a dar vanguardia y nos va a dar un mayor espectro en cuanto a los usuarios o clientes que podamos tener, y eso va a ser como plan de negocios para que podamos seguir teniendo presencia, permanencia y sigamos ampliando nuestro nicho de participación en el mercado de las finanzas públicas y privadas en México.

Entrevista Octavio Islas

Investigador del Proyecto Internet-Cátedra de Comunicación Estratégica y Cibercultura, del Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México

Desde su punto de vista, ¿cuáles serían las contribuciones de internet a nuestra sociedad?

Internet admite ser considerado como un parteaguas histórico que divide a la comunicación humana en dos, en antes y después de *internet*. Favorece una convergencia de los distintos medios análogos que sintetiza un formidable nuevo medio de comunicación; extensión de la inteligencia humana y desde la visión MacLuhana de la ecología de medios, *internet* debería ser clasificado como el medio de comunicación inteligente. Si tú concibes la inteligencia como la capacidad de establecer principios de relación entre cosas aparentemente dispersas, con la *hipertextualidad*, afirmarías esta conexión a *internet*. El acceso a muchísima información que antes estaba tan distante, tan remota y era inasequible. Quizás eso es lo más maravilloso de *internet*, poder facilitarte acceso a un gran volumen de información que con anterioridad, hubiese sido imposible imaginar.

¿Qué se entiende por Sociedad de la Información y del Conocimiento?

La visión más inteligente me parece la de Toffler: En la Revolución de la Riqueza, Alvin y Heidi un libro publicado en 2006, básicamente señalan como inicio de la Sociedad de la Información y del conocimiento, el lanzamiento al espacio del Sputnik, porque favorece el impulso de la guerra espacial con la Unión Soviética y EUA con el propósito de llevar al primer hombre a la luna. Pero atrás de esto hay una evolución de las ciencias y la tecnología formidable, es una época tan incipiente como al final de los 50. Lo que tienes es el gran *boom* de la teoría de sistemas, de complejidad, la cibernética anticipada por Wiener, que es uno de los autores fundamentales de la comunicología posible. En el caso concreto es la utopía posible de una sociedad en la cual hay sobreabundancia de la información en primera instancia, facilitada por *Google*, hoy en día se generan nuevos ambientes comunicativos, nuevos sistemas de colaboración, nuevas versiones filosóficas, la visión *Weeque* y la idea es

transitar a una edad en la cual la información deviene en construcción de conocimiento... En otros escenarios posibles, la lectura de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, por ejemplo en Asia se maneja la sociedad de la ubicuidad y el concepto lo explica Kunio Nakamura, presidente de Matsushita, anticipa que Japón como Asia, pretenden constituir una comunidad económica, similar a la Comunidad Económica Europea en el 2020. En el 2010, Japón estaría instalado en el imaginario de la sociedad de la ubicuidad. El lema de la sociedad de la ubicuidad es *anyone, anywhere, anytime*; es decir, cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier lugar. Postman te indicaba que detrás de toda tecnología hay una filosofía, el desarrollo de servicios *on-demand*, que son determinantes en la evolución de las comunicaciones digitales y de los nuevos ambientes comunicativos de la *web*, (por ejemplo lo que hacen las cadenas de tv). Ello sintetiza esta lógica del concepto de la ubicuidad. Cualquier persona puede en un momento tener acceso desde cualquier lugar a todos estos servicios de información y los puede descargar y tiene mucho que ver con el desarrollo de nuevos dispositivos que sintetizan; nuevos servicios que en esta lógica de la sociedad de la ubicuidad generan mucho significado, por ejemplo, la educación móvil... Se está conformando una nueva sociedad, hay una nueva economía de la atención; tanta información te vuelves selectivo, y hay nuevas generaciones de usuarios, hay quienes especulan sobre el concepto de generación Einstein, para designar a los nacidos desde 1988, otros autores les llaman nativos digitales.

Hay quienes dividen la historia en tres etapas o eras . . .

MacLuhan te plantea cuatro; lo interesante es que quizá se superó la visión marxista de la economía política de la historia, que explicaba el desarrollo de la humanidad con base en la lucha de clases y el desarrollo de las fuerzas productivas, entonces proponen categorías de modos de producción, el capitalismo primitivo, feudalismo, capitalismo y la visión comunista de la primera etapa al socialismo, la dictadura del proletariado. MacLuhan plantea una categoría que son los medios de comunicación, habla de una etapa de comunicaciones orales, de ahí pasamos a la Galaxia Gutemberg y a la imprenta, a la edad eléctrica y estaríamos en la edad post-eléctrica. Wiener ve la visión de tres etapas y Toffler igual, la primera ola, la etapa agrícola, la etapa de industrialización, y la etapa de información y

comunicación que sería la tercera ola, donde la gente piensa más y trabaja menos. Son distintas maneras de poder ver la historia. Aquí lo interesante es que se rompió con el esquema único de la visión marxista impuesta por la visión de la economía política que centraba en Marx la única posibilidad de poder entender la historia.

¿Qué pasaría si en México hiciéramos un mejor uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación?

Sería otra sociedad, la gran bronca ha sido la ausencia de programas de alfabetización digital. Es decir, los nativos digitales si bien han estado expuestos toda su vida al uso de los dispositivos, los medios de comunicación digital, si tuvieran muy buenas teorías como base, seguramente tendrían mejor provecho. En los bancos están frecuentemente preocupados por el incipiente uso de la banca en *internet*, que es principalmente utilizada por migrantes digitales, ¿cuándo has visto que los bancos se hayan preocupado por realizar programas de educación digital para que los usuarios puedan sacar más provecho de lo que se puede hacer hoy a través de *internet*? o Televisa, muy angustiada por la posibilidad de que los secuestradores consulten redes sociales como *Facebook* para obtener información de posibles víctimas. Televisa tiene una red social mediocre que se llama *Gyggs*. Lo que nos ofrece Televisa en términos de educación digital es lamentable. Si nosotros apostáramos por una alfabetización digital, si se cambiara el *Sistema Nacional E-México* y centrara su atención en el imaginario del educativo y no en el tema de competitividad, tendríamos otro país. La gran bronca lo presenta el sistema digital *E-México* y que deje de estar en manos de incompetentes.

Mientras en otras sociedades la marcha de la sociedad de la información y del conocimiento cobra significado día con día; en México es como una especie de utopía, nos parece tan distante y vemos un absoluto divorcio entre las acciones emprendidas por la *E-México* y lo que están haciendo otros países para reducir la brecha digital, por generar una cultura de uso inteligente de las tecnologías de la información. No hay autonomía diría un destacado futurólogo español: Cornella; que es la calidad con la cual la gente a través de recursos

analógicos o digitales de una determinada sociedad puede utilizar la información disponible; el uso que le da.

¿Qué se puede hacer para disminuir la brecha digital en México?

Cambiar el rol de los maestros y romper con el liderazgo de gente como Elba Esther Gordillo y todo lo que representa en la rezago de este país; la politización que tiene la educación y sí apostar a una modernización, una revolución estructural de las escuelas de educación básica, que cuenten con la tecnología necesaria y por supuesto con los profesores, facilitadores que permitan el mejor uso y aprovechamiento que favorezcan las tecnologías de la información. Hay varias áreas interesantes: en el Tecnológico de Monterrey, esta rectoría ha estado trabajando con el Estado de México con el concepto de formar centros comunitarios de desarrollo, que es una radical diferencia de los centros comunitarios digitales del sistema nacional *E-México*; que representa una competencia desleal de los *cibercafés*. El Centro Comunitario de Desarrollo capacita digitalmente a profesores de educación primaria; el Tec. coloca las instalaciones, la infraestructura, la comunidad determina el lugar, se capacita al profesor de primaria, con el propósito de que ellos sean líderes comunitarios, desplieguen funciones de vinculación a través del uso de *internet* y no que tengas, a diferencia de *E-México*, un grupo de computadoras y un administrador que no tienen el mínimo interés, ni el mínimo compromiso con la comunidad, es un burócrata en el sentido más peyorativo de la palabra, esa es la gran diferencia, la función que realiza el profesor en la comunidad.

¿Si pudiéramos hacer un pronóstico para los próximos años respecto a usuarios de internet en México, cuál sería?

Se incrementa la base de usuarios gracias a los teléfonos celulares, la Banda 3G en la penetración de celulares favorece la gestación de la nueva generación de usuarios de *internet*, van a estar más acostumbrados a hacer uso de los servicios de *internet* por teléfono celular que por la computadora porque lo llevan a cualquier parte, y esto va a repercutir en un incremento significativo en el número de usuarios de *internet* en México; si por ejemplo

AMIPCI anticipaba 23 millones de usuarios a principios de 2008, pensaban que básicamente podían ascender a 27(millones) si incluye a los nuevos usuarios que disponen de celulares para la navegación de banda ancha estaríamos hablando de los 35 y 37 millones de usuarios más o menos, para el próximo estudio de realice AMIPCI para febrero y marzo del año entrante (2009).

¿Considera que algún día desaparezca la prensa escrita?

La prensa escrita sí, el periodismo como tal no, el viejo periodismo que supone el papel con un impacto ecológico tremendo sí, la economía del usuario es cada vez más vulnerable, lo que tenemos es aceptación de alternativas de información en *internet* interesantes y el desarrollo de una prensa digital que finalmente va a cobrar significado en los años venideros.

¿Considera que al día de hoy existe un nuevo periodismo ó periodismo digital que difiere del periodismo que se hace en la prensa escrita?

Sí, hay un nuevo periodismo y un buen estandarte del nuevo periodismo es *Reporte Índigo* sin duda. Hablando de brechas generacionales, mi generación se nutre de *Proceso*, es el medio que en un momento dado da a conocer lo que otros medios callan, es la voz crítica de nuestra generación que te permite reflexionar sobre un México muy distinto al que transmite *Televisa* y López Dóriga y que difícilmente llegan a abordar otros medios de información, eso representa *Proceso* para mi generación; sin embargo, *Proceso* no trasciende en el imaginario digital, sus secciones han sido muy desafortunadas y es un muy buen periodista quien, fundador de *El Norte*, Director de *Reforma*, Director de *El Universal*, Director de *Es Más.Com*, Ramón Alberto Garza, egresado de la primera generación de Lic. de Comunicación del Tec. de Monterrey Campus Monterrey, quien primero presenta *Reporte Índigo* que es un referente muy fundamental en Iberoamérica del nuevo tipo de periodismo que se puede practicar en *internet*, las interfaces multimedia son muy agradables, dispone de la más avanzada tecnología, y a eso agrégale un extraordinario grupo de periodistas y un periodismo crítico el resultado es que en buena medida, algunas de las notas más relevantes

sobre la descomposición de esta clase política las encuentras en Reporte Índigo, que ha conseguido actualidad, credibilidad y tiene una autoridad incuestionable.

¿Qué otros periódicos o publicaciones en internet entrarían en esta categoría?

Aquellos periódicos que pudieron realizar una extensión lógica en *internet*, otros que tienen la autonomía que debe tener el medio, la personalidad o la autoridad, vamos, una distinción clara y una independencia respecto al medio impreso, va de más a menos y en tercer lugar están los nativos en *internet*, medios informativos que fueron concebidos en *internet*.

¿Cómo se definiría al nuevo periodismo y qué características se encuentran en él?

Supone una revolución en el quehacer periodístico como tal, el paisaje que presentaste es característico del nuevo periodismo; Javier Díaz Noci , un buen investigador vasco, ha trabajado sobre las reglas que hay que observar en la redacción periodística; que empieza también en el aprovechamiento de los recursos multimedia, no se trata de publicar la misma nota, no se trata de eso, se trata de sacar todo el provecho, explotar todo el potencial que tiene el publicar en *internet*, va por ahí el asunto, no es reproducir; y una cosa bien importante es la base de datos, el periodismo digital descansa sobre la base de datos , es la columna vertebral, es el aprovechamiento de la información, ahí radica quizá en buena medida la diferencia, cómo todo ese acervo se realiza con el propósito de realizar una nota más completa que disponga de vínculos, de recursos multimedia.

¿Qué hay de los Blogs, son una nueva forma de periodismo?

No todos los blogs responden a propósitos de actualización periodística o editorialismo, hay *blogs* que pueden cumplir otro tipo de propósito y son respetables, pero sí puedes advertir una generación de aficionados a la actualidad informativa que ensayan a través de *blogs* determinado tipo de proyectos, o bien periodistas que advierten limitaciones informativas para los medios en los cuales laboran, y que pueden encontrar en el *blog* un medio que sí responde a sus posibilidades informativas, a sus necesidades de información, no todo lo que

puede ser comunicable lo pueden hacer a través de los medios convencionales para los cuales laboran y esa limitación no la encuentran en el *blog*.

Sí, el *blog* es sumamente influyente y sí en un momento dado puede representar una referencia fundamental en determinados sectores, claro que hay situación de personalidades, hay ese riesgo pero es parte de lo que se puede presentar en *internet*, pero sí hay *blogs* muy influyentes en la opinión pública que pueden incidir en el comportamiento de los consumidores, que son atendidos por las marcas porque son conscientes del impacto que pueden en un momento dado tener.

¿El periodismo electrónico exige una nueva redacción periodística para medios on-line?

Sí, el lenguaje es algo vivo, se reinventa, hay una revolución conceptual en estos días, hay un nuevo horizonte reflexivo y algunas de las palabras de ayer registran grandes limitaciones, por ejemplo: estado, gobierno; a la sociedad política le corresponde el privilegio de... la facultad de ejercer la violencia de la sociedad política, el uso legítimo de la violencia; necesitamos incorporar en toda nuestra terminología o en buena parte de ella el impacto del objetivo digital, qué significado nuevo tienen las palabras y por supuesto en el quehacer periodístico tenemos que enfrentarnos a nuevos términos, a nuevas prácticas, a una nueva cultura, a una nueva ecología cultural en el sentido más amplio de la palabra y prepararnos para ello.

Entrevista Enrique Bustamante Martínez

Director General de la Fundación Ealy Ortiz de El Universal

¿Qué cambios percibe en la manera de hacer periodismo en México?

El fundamento básico del periodismo es y seguirá siendo el mismo siempre, en este sentido el periodismo es una profesión que tiene los mismos argumentos, las mismas bases, y la misma forma de trabajarse en cualquiera de sus plataformas, lo diferente es las plataformas, no escribes de la misma forma una noticia que vas a publicar en televisión, o que vas a llevar a la radio, que vas a publicar en una revista, que vas a poner en un diario, o que vas a publicar en ese momento en una página o sitio de *internet*.

El lenguaje periodístico utilizado para un medio o para otro es lo que marca la diferencia; el periodismo no cambia, lo que cambia es la forma en la cual expresamos o transmitimos las ideas de lo que es nuestra información. Para *internet* también tendrá que ser otra: una nota breve, muy sustanciosa, con información, con datos duros etc.

La forma de hacer periodismo en el mundo siempre ha sido la misma, se ha ido transformando porque la tecnología se ha transformado, porque el medio donde se aplica el periodismo se ha transformado, la tecnología y el impacto de la tecnología sobre los medios es lo que ha hecho que se adapte la forma de hacer periodismo.

¿En qué momento y frente a qué circunstancias, El Universal se convierte en un periódico en línea?

En 1994 *El Universal* decide que debe tener su edición en línea, en ese momento era una edición estática que únicamente reflejaba un *copy paste* ó una copia al carbón de lo que era el periódico publicado, en *internet*.

En 1999 lanzamos la primera versión de lo que hoy conoces como *El Universal on-line*; un sitio dinámico, con una propuesta de noticias minuto por minuto, con secciones muy

agresivas que permite a sus lectores identificar a través de diferentes rubros de especialidad, información; la creación de algunos verticales, y con el tiempo fue evolucionando la forma en la cual *El Universal* a través de *El Universal on-line* fue desarrollando la forma en la cual presentamos la información. Entonces a lo largo de diez años, hemos identificado lo que al público le llama la atención; logrado plasmar temas a través de herramientas que nos han ayudado a que día a día sea más atractivo el espacio. Hoy tenemos la audiencia más importante de nuestro país y la segunda más importante de Latinoamérica, lo cual nos habla que desde aquél tiempo se desarrolló toda esta dinámica que nos ha ayudado a desarrollar esta versión multimedia que viene acompañado de televisión, de radio, y otros sitios verticales importantes.

Autores como Jakob Nielsen, afirman que escribir para la Web es diferente que hacerlo para los medios impresos, ¿qué opina al respecto?

El periodismo es el mismo, la profesión se desarrolla de la misma forma pero con distintas herramientas, cambió el elemento. Si alguien dice que es distinto el periodismo, en esencia no es distinto, la transición de la información a través de las formas tradicionales se mantiene. Si hoy una infografía te hace entender una noticia, eso es periodismo.

¿Cómo se adaptan los periodistas de hoy a esta nueva forma de hacer periodismo?

Es un proceso complejo, es un proceso que lleva tiempo y es un proceso que debe llevar una dinámica de capacitación en el uso, manejo y adaptación de los periodistas a las tecnologías de la información; no es un proceso sencillo, no es lo mismo sentarte frente a una hoja de *Word* y redactar una historia, que saber editar video, radio, entrar a comunidades, investigar, utilizar herramientas de *internet*; poder identificar elementos de seguimiento informativo a través de bases de datos, consulta de archivos electrónicos y que todo eso modifica la forma cotidiana y tradicional de cómo se venía haciendo el periodismo.

¿Qué características se encuentran en el periodismo electrónico que se hace en México?

No tiene muchas diferencias al que se hace en el mundo. Son periodistas que están orientados a la tecnología, ahora hay un sistema que hace incorporar nuevas herramientas que te permiten transmitir de una forma más inmediata, más dinámica. Quienes hacen periodismo electrónico en México son periodistas que se han adaptado a las nuevas herramientas, que permiten transmitir de una forma más dinámica las historias.

El viejo periodismo no es que haya desaparecido o que haya muerto, simplemente se transformó, la forma de investigar es diferente a la forma de estudiar, por ejemplo. No porque esté *internet* es la verdad; no porque esté en un sitio de *internet* la información sea verificada y fidedigna.

Esto también juega también un papel importante en el uso de las tecnologías de información, lo que se llama el olfato periodístico para la búsqueda de una nota.

En la modificación del periodismo es importante señalar el periodismo ciudadano.

¿Qué hay por ejemplo en la modificación del periodismo que habría que destacar? el periodismo ciudadano. . . Este periodismo que estaba exclusivamente restringido a los periodistas hoy se ha modificado. Los *blogs* es un espacio tomado por periodistas profesionales y por público común y corriente. Existen historias de *blogs* que se remontan por ejemplo a la guerra del Golfo, hubo periodistas que encontraron en las líneas tradicionales ciertas limitantes, sin embargo, a partir de que salieron algunos *blogs*, surgió una corriente que se llamó *War Blogs*. . . en los 80's.

Si tú te das cuenta la mayor parte de los Medios de Comunicación importantes tienen *blogs*, espacios que hacen periodistas pero también los hacen otras personas. Toman una fuerza impresionante. . . son espacios de información que no necesariamente van con el uso cotidiano que se identifica como útil y les resulta atractivo.

Ha crecido una corriente que es el periodismo ciudadano, por ejemplo *¡Oh my news!* . . . que es un periódico hecho por ciudadanos.

Es una de las ramas del nuevo periodismo, se compone de muchos espacios y es una de las mejores propuestas; es una de las nuevas tendencias; antes el periodista era unilateral, ahora hay más recepción y somos más participativos.

Esa fórmula de participación es la que persiste. Con esa interactividad nos hemos abierto a procesos de democratización, participación, tanto sociedad civil como personas y agrupaciones religiosas.

Antes hacer periodismo estaba estrechamente ligado a trabajar en un medio, ahora no, hay más participación.

FUENTES DE CONSULTA

1. Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso Koldo; *El Periodismo Electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona, Editorial Ariel, 1996, 249 pp.
2. Bustamante, Enrique; *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*, Editorial Gedisa, 2005, 256 pp.
3. Castells, Manuel; *La Era de la Información*, México, Editorial Siglo XXI, 1999, Vol. 1., 590 pp.
4. Castells, Manuel; *La Galaxia Internet*, Barcelona, Arete, 2001, 316 pp.
5. Covi Druetta, Delia (coord.); *Sociedad de la Información y el Conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*; México, Ediciones La Crujía, 2004, 391 pp.
6. Covi Druetta, Delia; Toussaint, Florence y Tovar, Aurora; *Periodismo Digital en México*, UNAM-México, 2006, 222 pp.
7. Esquivel, José Luis. "El futuro de la prensa", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 110, México, abril/may 2008, 40-41 pp.
8. Fernández Chapou, Maricarmen; Artículo "La letras del Nuevo Periodismo" en *Revista Mexicana de Comunicación*; Año XVI; Número 88; Ago / Sep 2004, 18-23 pp.
9. Garza, José; Artículo "Truman Capote: escultor de narrativa periodística" en *Revista Mexicana de Comunicación*; Año XVI; Número 88; Ago / Sep 2004, 24-29 pp.
10. Gutiérrez Pérez, Francisco; *El lenguaje total. Una pedagogía de los Medios de Comunicación*, Buenos Aires, Editorial Humanitas, 1973, 205 pp.
11. Hesselbein Frances, Goldsmith Marshall, Beckhard Richard y Schubert Richard (Compiladores); *La comunidad del futuro*, Buenos Aires, Barcelona, México, Editorial Granica, 1999, 330 pp.
12. Islas, Octavio; "La contribución del gobierno en la marcha de la economía del conocimiento" en *Excelsior, Proyecto internet, Dinero*, 21-X-2008
13. Islas, Octavio; Artículo "Desaceleración, mentiras y rezago" en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 109, México Feb/Marz 2008.
14. Islas, Octavio; *Internet, el medio inteligente*, Proyecto internet del ITESM-CEM, México, Editorial Continental, 2001, 321 pp.
15. Navarro, Lizy; Artículo "El nuevo periodista digital", en *Revista Mexicana de Comunicación*; Año XVIII, Número 96, dic 2005-ene 2006.
16. Pérez Espino, Efraín; "México, entre la 'era' y la 'sociedad' de la información y el conocimiento". En: León y Ramírez, Juan Carlos y Olvera García, Julio César. *Los ciudadanos de cara al siglo XXI*. México, UAEM, FCPYS, 2005. 458 pp. (páginas del artículo: 413-458).
17. Pio E. Ricci Bitti, Bruna Zani; *La Comunicación como proceso social*, México, Grijalbo-CNCA, 1990, 290 pp.

18. Ramírez, Marcelo; "Tecnologías de la Información en las Pymes" en la *Revista Micro Empresa Mexicana*; Año 4, No. 55, pág. 20.
19. Rivera Ríos, Miguel Ángel; *Capitalismo informático, cambio tecnológico y desarrollo nacional*; México/Guadalajara/Los Ángeles, Universidad de Guadalajara-UNAM, Juan Pablos Editor, 2005; 313 pp.
20. Simon, Nora y Minc, Alain; *La Informatización de la Sociedad*, México, Fondo de Cultura Popular, 1981, 246 pp.
21. Toffler, Alvin y Heidi; *Las Guerras del Futuro*, Barcelona, Plaza y Janes Editores, 1996, 424 pp.
22. Trejo Delarbre, Raúl; *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*, México, Editorial Diana, 1996, 275 pp.

Páginas de Internet:

23. Aregional.com
www.aregional.com
24. Tweeter
www.tweeter.com.mx
25. ¡Oh my news! versión en inglés
<http://english.ohmynews.com/>
26. Revista Mexicana de Comunicación
www.mexicanadecomunicacion.com.mx
27. Periódico El Universal
www.eluniversal.com.mx
28. Martín Herrera, Inma; *Ciber redacción periodística: Nuevo lenguaje para un nuevo medio*, Placed on the Communication Initiative site February 07 2006 Last Updated February 07 2006
<http://www.comminit.com/en/node/207895/307>
29. Sala de Prensa, Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos
www.saladeprensa.org/
30. Reporte Índigo
www.reportebrainmedia.com/

31. Sárries, Miguel; *Internet, el quinto poder*, en Azprensa.com
<http://www.scribd.com/doc/9985870/Acerca-de-Internet>
32. Islas, Octavio; *Comunicación multimedia, parteaguas del periodismo: Islas.*, Entrevista publicada en El Universal On-Line, 30 ago/ 2005.
http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=302330&tabla=notas
33. Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), "*Estudio AMIPCI 2009 de Hábitos de los usuarios de Internet en México*".
<http://www.amipci.org.mx/estudios/>
34. Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), *Estadísticas a propósito del Día Mundial de internet, Datos Nacionales*.
<http://www.inegi.org.mx/lib/buscador/busqueda.aspx?s=inegi>
35. Franco, Guillermo; Artículo *El futuro del texto en internet* en Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, Enero 2009, Año X, Vol. 4.
<http://www.saladeprensa.org/art801.htm>
36. Albarrán de Alba, Gerardo; Artículo *Los desafíos del periodismo en la era digital* en Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, Diciembre 2008, Año X, Vol. 4.
<http://www.saladeprensa.org/art791.htm>
37. Islas, Octavio; *Internet como Herramienta para la Investigación*, en Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en Latinoamérica Especializada en Comunicación.
<http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2008/jul21.html>