

8



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGON**

**INTERNET COMO UNA HERRAMIENTA DE DIFUSION  
DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION**

793367

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADO EN COMUNICACION Y PERIODISMO**

**P R E S E N T A :**

**ARELY AMIN ALVA ARGUINZONIZ**

**ASESOR: LIC. RICARDO GARCIA SANTACRUZ**

**MARZO 2001**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CAMPUS ARAGÓN

SECRETARÍA ACADÉMICA

**Lic. MARTHA PATRICIA CHÁVEZ SOSA**  
Jefe de la Carrera de Comunicación y Periodismo,  
Presente.

En atención a la solicitud de fecha 22 de febrero del año en curso, por la que se comunica que la alumna ARELY AMIN ALVA ARGUINZONIZ, de la carrera de Licenciado en Comunicación y Periodismo, ha concluido su trabajo de investigación intitulado "INTERNET COMO UNA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN", y como el mismo ha sido revisado y aprobado por usted, se autoriza su impresión; así como la iniciación de los trámites correspondientes para la celebración del Examen Profesional.

Sin otro particular, reitero a usted las seguridades de mi atenta consideración.

Atentamente  
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"  
San Juan de Aragón, México, 23 de febrero del 2001

EL SECRETARIO

  
Lic. ALBERTO IBARRA ROSAS

C p Asesor de Tesis.  
C p Interesado.

AIR/ROC/vr

## Agradecimientos

A Dios:

A ti te doy las gracias por darme la vida y permitirme llegar hasta este momento. Muchas gracias por todo lo que me das y que a veces no se valorar, por estar siempre conmigo, desde el principio y guiarme en cada uno de mis pasos, te doy las gracias.

A mi Mama:

A ti te doy las gracias, pues a ti te debo todo, te agradezco la vida y sobre todo, te doy las gracias por ser para mí más que una mamá y un papá juntos, por ser mi amiga. Quiero que sepas mamá que siempre te admiraré por todo lo que haz logrado y aunque a veces pelemos quiero que sepas que Te quiero.

A mi Abuelo Antonio Arguinoniz:

Gracias papá tío por los sabios consejos que siempre me diste y por ser como un padre para mí.

A mi Tía Nelly Viguera:

Gracias tía por quererme y cuidarme siempre como una hija, gracias por haber sido siempre un apoyo para mí, te agradezco todo lo que siempre hiciste por mí y donde quiera que esté siempre te llevaré presente en mi corazón.

A mi hermano Sergio:

A ti Checo te doy las gracias por ser como un padre para mí, gracias por tus consejos, por tu apoyo, pues tu más que nadie eres en gran parte responsable de que yo lleve a cabo este proyecto.

A mi Abuela Emma Viguera:

Gracias Mema por guiarme con mano firme, aunque a veces fueras muy ruda, te agradezco tu ayuda y tu apoyo, pues esos consejos y también porque no esos regaños me han ayudado a ser una mejor persona.

A mi Tía Alba Viguera:

Gracias Tía Alba por permitirme ser para ti más que una sobrina, una hija. Lamento mucho haberte conocido tan poco, sin embargo siempre estas presente en mi corazón.

A mi hermano Alain:

A ti Flaco te agradezco mucho tu apoyo incondicional y todos tus consejos, pero sobre todo gracias por ser tan buen hermano conmigo.

**A mi amor:**

A ti te doy las gracias por apoyarme, quererme y soportarme siempre. Te agradezco que siempre estés ahí cuando te necesito y deseo con todo mi corazón que tu llegues muy pronto hasta este punto de tu vida. Gracias por todo y TAMBIÉN gracias por ayudarme tanto con este proyecto.

**A mi asesor de tesis, el Lic. Ricardo García Santacruz:**

Maestro, le agradezco mucho el que me haya guiado a lo largo de todo este proyecto. le doy las gracias por su paciencia, por sus conocimientos y por su orientación. Pero sobretodo, debo reconocer que sin su ayuda esta tesis no sería lo que es ahora.

**A mi amiga Itzel:**

Gracias a ti Itzelita por ser siempre tan buena amiga, aunque hemos pasado buenos y malos momentos juntos, siempre he contado con tu amistad incondicional, gracias por todo amiga.

**A mis amigos de la Carrera:**

A Jorge, a Juan Manuel, a Erika, les doy las gracias por brindarme su amistad y permitirme ser su amiga, gracias..

**A mi amiga Claudia Aguilar:**

Gracias por estar a mi lado siempre que te he necesitado, por ser siempre un hombro para apoyarme y un par de oídos para escucharme y te agradezco el que me brídes siempre tu amistad.

**A todos mis compañeros y de generación:**

Gracias a todos y cada uno de ustedes por los buenos y los malos momentos que pasamos juntos.

**A mi amigo Cinto Calderón:**

Te doy las gracias por brindarme siempre tu amistad y espero sigamos cosechando los frutos de esta amistad por muchos años más, gracias por todo.

**A mis amigas del CCH:**

Claudia, Aimée y Nancy, gracias a todas y cada una de ustedes por brindarme su valiosísima amistad y también por permitir que después de tanto tiempo sigamos siendo amigas.

A las personas de la  
Dirección General de  
Servicios de Cómputo  
Académico:

Les doy las  
gracias por el apoyo  
brindado en la  
realización de este  
proyecto, sobretudo al  
personal del Centro de  
extensión en Cómputo y  
Telecomunicaciones  
Nuevo León por su  
apoyo.

A todos mis amigos:

Gracias a todos  
esas personas que me  
han dado la  
oportunidad de estar  
en su vida y compartir  
amistad.

A todas las personas que  
amablemente  
cooperaron en la  
realización de este  
proyecto:

Las personas del  
Departamento de  
Recursos Humanos del  
Periódico Excélsior, y del  
periódico Reforma a la  
Srita. Ma. Eugenia  
Kuning, a las personas  
del programa Zona  
Abierta, a Hector Aguilar  
Camin y Andrés  
Hofmann.

# **INTERNET COMO UNA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**

## **INDICE**

### **Introducción**

#### **Capítulo I**

#### **La función de la información y de los medios masivos de comunicación**

##### **1.1 La información**

###### **1.1.1 El papel de la información**

###### **1.1.2 Importancia de la información**

##### **1.2 Los medios masivos de comunicación**

###### **1.2.1 Diagramas de los procesos de comunicación en los medios masivos**

###### **1.2.2 Función de los medios masivos de comunicación en la sociedad**

#### **Capítulo II**

#### **Internet**

##### **2.1 Orígenes**

##### **2.2 Servicios**

###### **2.2.1 Sesión remota**

###### **2.2.2 Transferencia de archivos**

###### **2.2.3 Correo Electrónico**

###### **2.2.4 Foro de discusión Interactivo**

###### **2.2.5 Páginas Internet**

###### **2.2.6 Herramientas de búsqueda**

##### **2.3 Reglamentación**

###### **2.3.1 Protocolo de control de transmisiones**

###### **2.3.2 Acta de decencia en telecomunicaciones**

###### **2.3.3 Sociedad Internet**

###### **2.3.4 Internet II**

##### **2.4 Internet como herramienta de difusión**

#### **Capítulo III**

#### **Análisis de las páginas de los medios de comunicación masiva en Internet**

##### **3.1 El periodismo escrito en Internet**

###### **3.1.1 El Excélsior**

###### **3.1.2 El Reforma**

##### **3.2 La radio en Internet**

###### **3.2.1 Núcleo Radio Mil**

###### **3.2.2 Grupo Radio Centro**

##### **3.3 La televisión en Internet**

###### **3.3.1 TV Azteca**

###### **3.3.2 Televisa**

#### **Conclusiones**

#### **Bibliografía**

## INTRODUCCIÓN

La palabra *Internet* es una contracción de *Internetwork system* (Sistema de intercomunicación de redes), normalmente se hace la comparación de este sistema con el de las carreteras, ambos transportan un producto (en este caso es la información) entre redes individuales a través de todo el mundo. Quizás si escuchamos esta simple definición no podremos llegar a comprender, ¿cómo es que un conjunto de computadoras conectadas puede ser de tanta utilidad para un sinnúmero de personas en todo el mundo? La respuesta es simple, pues para comprender los alcances de Internet, es necesario conocer la red, ya que la red de redes es la ventana a una gran gama de opciones y servicios que responden a las necesidades de millones de personas en todo el mundo.

Internet puede ser la puerta que permita encontrar trabajo al desempleado, o bien puede ser una fuente inagotable de información para el estudiante o el público en general, pues puede mostrar a través de sus páginas, datos acerca de un sinnúmero de temas o bien enseñar los catálogos en línea de algunas bibliotecas en todo el mundo. También la red, puede ser el medio que permita conocer más amigos a través de todo el mundo por medio de los Chat's, y asimismo gracias a ella los límites geográficos ya no son una barrera, pues los e-mails viajan asombrosamente rápido y llegan a su destino en tan sólo unos minutos y en algunos casos, quizás en unos cuantos segundos.

Todo esto me llevó a escoger el tema de Internet para realizar la presente investigación, además cuando busqué algunas otras fuentes, libros o trabajos que abordaran el tema desde la perspectiva periodística, pude percatarme de que son muy pocos los estudios acerca de Internet en esta disciplina, por tal motivo y debido a la importancia que ha adquirido esta herramienta, considero que los periodistas deben tomarlo en cuenta, para aplicarlo y aprovechar sus utilidades en el periodismo.

Pasando al ámbito personal, son varios los motivos que me llevan a realizar el tema. Primero destaca una influencia familiar por parte de mi hermano mayor, ya que desde que yo estaba en el Colegio de Ciencias y Humanidades se preocupaba porque tomará cursos de computación, debido a que él es Ingeniero en Comunicaciones y Electrónica, de aquí empecé a tomarle gusto a la computación y comencé a querer conocer más acerca del tema.

Ya en la escuela, cuando llegó el momento de hacer mi servicio social, tuve la oportunidad de realizarlo en un centro de cómputo, aquí estuve en contacto diario con el equipo tomando varios cursos, a raíz de esto surgió la oportunidad de asistir a un Diplomado titulado: "La tecnología informática aplicada al periodismo", el cual se compone de varios módulos, en cada uno de ellos se enseña a utilizar varios paquetes de utilidad para el periodismo y aquí pude percatarme de la importancia que ha adquirido la computación en todos los ámbitos.

La presente investigación buscará exponer cuales son las aportaciones de Internet como herramienta de difusión a los *mass media*. Por ello se comienza con la exposición de las funciones que desempeña la información y los medios



masivos de comunicación, para sentar las bases del presente trabajo. Posteriormente se estudiará Internet, su historia, sus servicios y su reglamentación, para tener todo el marco conceptual para poder abordar el tema.

Por último se hace un análisis de las páginas Web, los medios fueron escogidos dentro de los siguientes parámetros. Se trato de llevarlo a cabo en las páginas de los medios masivos más importantes de nuestra capital. Para ello se eligieron dos opciones por cada medio. Para la prensa escrita se tomaron en cuenta los periódicos Excélsior y Reforma, dicha selección no fue arbitraria o al azar. Primero elegimos Excélsior, por ser uno de los periódicos con más años de circulación y por lo tanto con más experiencia en el ramo. Para el segundo periódico se buscó que fuera de aparición más reciente, que su nacimiento fuera de 1990 en adelante y además que tuviera más de tres años de circulación, por lo tanto el segundo candidato idóneo fue el Reforma.

Para las páginas de los grupos radiofónicos, se buscaron a las cadenas más importantes o con mayor número de estaciones. Estos serían Grupo Radio Centro y Grupo Acir, desgraciadamente desde el inicio de la presente investigación el sitio Web de Grupo Acir, se encontraba en remodelación y no estaba disponible al público; por ello se buscó otro grupo radiofónico que tuviera un número mayor de estaciones y aquí elegimos a Núcleo Radio Mil.

Para la televisión simplemente se escogieron a las principales cadenas televisivas, Televisa y TV Azteca.

La investigación parte de un estudio de la información, debido a que la difusión consiste en la propagación de la información y si deseamos ver las aportaciones de Internet tenemos que tomar necesariamente en cuenta a la difusión. Por ello en el primer capítulo se expondrán algunas características de la información, primero se hablará acerca de cuál es su papel y después su importancia. Posteriormente se mencionarán a los medios masivos, mostrando primero algunos diagramas de los procesos de comunicación y por último se expondrá cuál es la función de los *mass media* en la sociedad, este capítulo básicamente tiene por objetivo exponer la función que desempeñan la información y los medios masivos.

En el segundo capítulo se abordan primero los orígenes de Internet, es decir, en dónde surgió, después se mencionan sus servicios y por último su aportación. La razón por la que este capítulo comienza con los orígenes de Internet es para establecer sus antecedentes, todo esto nos lleva a tener un marco conceptual más completo de este tema para que así podamos abordarlo. Además esta información tiene el fin de cumplir otro de nuestros objetivos, el cual es proponer que los periodistas (y el público en general) conozcan Internet y los servicios que ofrece para que puedan aprovecharlo y analizar su utilidad. Todo esto con el propósito de analizar primero Internet, para posteriormente exponer cuales son sus aportaciones como herramienta de difusión.

En el tercer y último capítulo se hace un análisis de las páginas de algunos de los principales medios de comunicación masiva de México que se localizan en Internet. En este capítulo antes de hacer el análisis de la página de cada medio, se expone la historia de los mismos, consideramos pertinente la exposición de dichos datos, para tener una idea más amplia acerca de este medio, pues el conocer su historia nos ayudará a entender su presente y además para la

investigación, el motivo de dicha información es establecer los antecedentes previos al análisis.

Para finalizar, se presentan las conclusiones obtenidas a lo largo de la investigación, donde se exponen algunas de las aportaciones que, consideramos, proporcionan a los medios masivos las páginas de Internet y en general al periodismo en cada de una de sus áreas, así como también algunas de las desventajas que todavía presenta esta herramienta.

Creemos que Internet es una herramienta de difusión que facilita la transmisión de la información para los medios masivos de comunicación y esperamos que con la información recabada a lo largo del presente trabajo y el análisis correspondiente a las páginas Web de los medios, hayamos obtenido suficientes elementos para demostrarlo.

**CAPÍTULO I****La función de la información y de los medios masivos de comunicación****1.1 La información**

Etimológicamente hablando informar es "dar forma", pero la información propiamente dicha es definida por López de Zuazo como: "Proceso humano mediante el cual un emisor transmite a un receptor un significado"<sup>1</sup>, esta definición es la más simple para poder entender este proceso de comunicación, puesto que sólo son necesarios tres elementos, un emisor, el cual es un sujeto encargado de emitir un mensaje, un receptor responsable de recibirlo y decodificarlo y el mensaje, que sería la información en sí (conocido como el modelo de Wilbur Schramm).

Pero por otra parte, para Martínez de Sousa, la información debe de implicar más factores, por ello acerca de ésta nos dice lo siguiente: "Función social que asegura la explicación, circulación y divulgación de los hechos, ideas u opiniones"<sup>2</sup>, es decir, que este proceso ya no se limita a la simple y llana transmisión de un mensaje, sino que la información transmitida debe de tener cierta intención y cumplir determinados fines para desempeñar su llamada "función social".

Por todo esto es necesario tomar en cuenta que para darse el proceso informativo se requiere de un emisor y un receptor, y además la información produce determinados resultados sobre las reacciones de los hombres en contacto con ella.

En esta búsqueda de una definición más acertada de la información, encontramos a Romero Rubio el cual nos dice que:

"La información debe ser entendida como necesidad de la naturaleza social del ser humano y como servicio social necesario. La información, por tanto, ha de cumplir una función enriquecedora de la integridad psíquica del individuo; una potenciación de su específica personalidad libre y responsable; una promoción y estímulo para su toma de conciencia crítica ante la sociedad, y una participación en la gestión y gobierno de las aspiraciones y necesidades que afectan al bien común"<sup>3</sup>.

Con base en esto podemos decir que la información es esencial en la sociedad, porque influye en los individuos para ayudarlos en la toma de sus decisiones, por ello la función social que desempeña la información, afecta al hombre al influir sobre las normas y valores que el sujeto recibe en los

<sup>1</sup>López de Zuazo, Antonio, Diccionario del Periodismo, p 106.

<sup>2</sup>Martínez de Sousa, José, Diccionario General del Periodismo, p 260.

<sup>3</sup>Romero Rubio, Andrés, Teoría General de la información y de la comunicación, p11.

mensajes, y a la sociedad porque estas leyes son las que determinan el comportamiento dentro de ella.

Una vez expuestas las características básicas de la información, es necesario saber que no toda responde a las mismas necesidades, ni tampoco está dirigida al mismo tipo de público, por lo tanto no toda es igual. Básicamente podemos definir dos tipos diferentes de Información, según Fatorello, la *información tempestiva o contingente* y la *información no contingente o comunicativa*, la primera va dirigida a un grupo específico de receptores o público, un ejemplo de ésta sería la información de actualidad que transmite el periódico cuyo fin es difundir mensajes, en contraste con la segunda, o sea con la no contingente, la cual se da a través de contactos personales, como podrían ser la enseñanza o las relaciones amistosas, éstas son más cercanas y tratan de producir integración entre el público y el informador, por ello la información transmitida aquí produce una comunicación verdadera y no solamente la difusión de mensajes.

La información como se puede observar cumple un papel muy importante en el proceso de la comunicación, incluso se podría ver como su materia prima, porque sin ella no habría mensajes para transmitir, sin embargo es muy común confundirse y creer que comunicación e información es lo mismo, y de igual forma sucede con la noticia, por lo tanto para entender mejor el papel que desempeña la información es necesario analizar estos puntos.

### 1.1.1 El papel de la información

Para poder entender cual es el papel desempeñado por la información, primero es necesario comprender en que se diferencia con la comunicación, al respecto Paoli nos menciona:

"Como se ve, la comunicación y la información son fenómenos ligados, son como hermanos siameses que comparten el corazón y dependen el uno del otro. Sin embargo, paradójicamente, se oponen. Una nueva información contradice a la anterior y esta nueva información no puede hacerse social y dirigir la acción del conjunto, sino puede evocarse en común.

Así, comunicación e información son dos aspectos de la totalidad de una sociedad. La sociedad no puede ser tal sin la comunicación y no puede transformarse sin la información. Ambos conceptos no pueden separarse del estudio de la sociedad global. Si se concibieran como elementos separados perderían su razón de ser, sus raíces, el fundamento de su sentido. En la práctica, frecuentemente, se les separa del proceso social global, pero entonces no puede entenderse el sentido de los significados que evocan en común, no puede entenderse el porqué de las nuevas informaciones"<sup>4</sup>(sic.).

Como puede verse, tanto información como comunicación son indispensables en el desarrollo de la sociedad, sin embargo, no son lo mismo y no es correcto hablar de ellos como si fueran una misma cosa, aunque si bien

<sup>4</sup>Paoli, J. Antonio, Comunicación e información, p 17.

es cierto que sin una no puede existir la otra, cada una responde a necesidades diferentes.

Para entender mejor estas diferencias Robert Escarpit señala lo siguiente: "Decimos que la comunicación es un acto y que la información es su producto, ahora vemos que este acto puede ser a veces paradójico en el sentido de que tanto su fracaso como su éxito pueden ser igualmente productores de información"<sup>5</sup>.

Es así como comunicación e información deben de entenderse en forma separada y a la vez conjunta, debido a que el proceso de comunicación simple de emisor, mensaje y receptor está siempre presente en la sociedad y en consecuencia la información también, por ello es ésta en todo momento necesaria y posible mientras exista el proceso comunicativo.

Asimismo es muy común que se confunda información con noticia, por lo tanto es importante también ver sus diferencias para entender mejor el papel que desempeña ésta. Martínez Albertos, José Luis lo explica de la siguiente forma: "Como ha explicado Moles, <<en el sentido corriente del término, información es sinónimo de noticia o de mensaje, por lo que se haya vinculado al contenido de una cosa significada a un individuo receptor>>"<sup>6</sup>.

Este tipo de información del cual habla Martínez Albertos, mantiene una estrecha relación con la noticia, cuyo fin es la difusión de los hechos por medio de la información y la interpretación de los sucesos que son noticias, esta información también llamada de actualidad o periodística tiene por objetivo suministrar noticias.

Según este mismo autor el profesor alemán Dovifat señala algunas características que distinguen a la de este tipo: "la información periodística viene determinada por estas tres características o tareas principales: la *actualidad* (las últimas noticias), la *periodicidad* (periodos cortos y regulares) y la *genericidad* (la más amplia circulación)"<sup>7</sup>.

La actualidad se refiere a la transmisión y explicación de noticias, o sea de cosas nuevas sucedidas en el mundo; en cuanto a la periodicidad nos dice que la información se adecua al ritmo de vida y a las necesidades del público y; por último, respecto a la difusión, esta información debe de tener genericidad o accesibilidad de sus mensajes.

Todo esto nos lleva a una conclusión, la información es una noticia en potencia, puesto que se convertirá en noticia en el momento de su publicación o transmisión, mientras no sea así seguirá siendo información, por lo tanto la noticia siempre será información, pero la información sólo será noticia si aparece publicada o es transmitida.

Sin embargo, como se puede observar, las cosas se van complicando, por lo tanto la información no debe ser entendida en el sentido simple de

<sup>5</sup>Escarpit, Robert, Teoría General de la información y de la comunicación, p 146.

<sup>6</sup>Martínez Albertos, José Luis, El mensaje informativo, p 24.

<sup>7</sup>*Ibidem*, p 39.

noticia, porque debemos recordar, la información califica el mensaje y le da un significado que influye en la conducta del hombre, al grado de llegar a afectar su comportamiento en sociedad.

Hasta ahora hemos hablado de las características de la información en forma particular, o sea en su relación y contacto con el individuo, pero también ésta pretende hacer llegar sus mensajes al mayor número de receptores posibles, mediante los medios masivos de comunicación, para así alcanzar públicos también masivos.

Al hablar de información masiva Terrou Fernad señala lo siguiente:

“La información colectiva designa la acción y las modalidades de la difusión del público, bajo las formas más apropiadas de los elementos del conocimiento y de juicio o de opinión.

Los medios de información consisten especialmente en las técnicas concebidas y reglamentadas, en todo o en parte, para asegurar la difusión de la información así definida. Ciertamente la información puede utilizar todos los instrumentos de transmisión mediante los signos, palabras, sonidos e imágenes”<sup>8</sup>.

Los medios masivos, también conocidos como *mass media*, están destinados a la difusión de la información, los mensajes llamados información poseen ciertas características que están ligadas con su difusión masiva. La primera sería el costo a pagar por adquirir la información, obviamente entre más tiempo tenga la información a la cual queremos acceder, será más caro obtenerla, y por otra parte está el costo pagado por el medio para mantener esta información.

Acerca de la relación existente entre la información y la evolución de los *mass media* Romero Rubio comenta:

“La evolución de los medios técnicos al servicio de la comunicación ha posibilitado:

- a) Que la información llegue a audiencias mayoritarias que resultaban prácticamente inalcanzables con la prensa tradicional.
- b) Que al multiplicarse las tiradas por millones de ejemplares haya aumentado considerablemente la frecuencia y la intensidad de las noticias, así como su poder persuasivo y convincente.
- c) Que la necesidad de proporcionar información a públicos tan distantes y plurales haya inducido a la creación de un periodismo de síntesis, opinión e interpretación avanzada de los hechos que están por ocurrir.
- d) Que la rapidez de las comunicaciones, la competencia entre los medios y las exigencias de una determinada clase de información para una determinada clase de audiencia obliga a la especialización del periodista”<sup>9</sup>.

Podemos ver que el poder de la información es superior, en tanto ésta llegue a un número mayor de personas, con los medios impresos tradicionales

<sup>8</sup>Terrou, Fernand, La información, p 11-12.

<sup>9</sup>Romero Rubio, Andrés, op. cit., p 35-36.

esto no era posible, pues su distribución estaba restringida a un determinado grupo social, pero con el nacimiento de los medios masivos esta situación cambió. Los individuos para poder tener acceso a la información ya no necesitan conformarse únicamente con leer el periódico, pueden utilizar algún otro medio masivo (también llamados medios audiovisuales), los cuales gracias al empleo de la tecnología se han convertido en testigos directos y transmisores veloces de los hechos informativos, aunque recordemos que los medios masivos están controlados. Todo esto lleva a la gente a creer como únicos difusores de la realidad a los medios masivos de comunicación, haciendo a los individuos dependientes de estos y provocando que los hechos o acontecimientos no dados a conocer por los mass media pasen inadvertidos, como sino ocurrieran o no existiesen.

Ya hemos analizado el papel desempeñado por la información a nivel personal, es decir en su contacto directo con el individuo, y a nivel masivo, o sea en su relación con los medios masivos de información; por todo esto su papel es quizá uno de los más importantes en el proceso comunicativo, al ser formador de conciencia de los individuos, respondiendo además a la necesidad vital del ser humano de estar informado, y así al conocer su actualidad, pueda decidir qué debe hacer, tanto en forma individual como en forma colectiva.

Debido a esto y para entender mejor la importancia de la información, es necesario analizar más a fondo algunos aspectos de ésta, tales como su historia, su evolución, y algunos aspectos generales que conforman la llamada teoría general de la información.

### 1.1.2 Importancia de la información

Partamos de que la información aparece como una necesidad humana cuando se forman las comunidades, y cómo éstas no pueden estar aisladas, entonces se relacionan entre sí y se comunican, al hacerlo el hombre siente como una necesidad el conocer noticias o acontecimientos sucedidos cerca de su entorno, que de alguna forma pueden afectarle. Toda esta información se transmitía en forma oral, posteriormente evolucionó a la información escrita, en la Edad Media, ésta se difundía por medio de mensajeros, generalmente al servicio del Estado y de la gente poderosa. Por este motivo empezaron a circular hojas volantes clandestinas para mantener informados a otro tipo de público. Naturalmente la realeza y la Iglesia hicieron intentos por reprimir la expansión y transmisión de información por medio de la censura.

Fue hasta el siglo XVII cuando surgieron las primeras publicaciones, las cuales pretendían tener un contacto constante y regular con el público, primero a través de semanarios y luego con la aparición de periódicos. El siglo XIX marcó la consolidación de la información con la creación de las agencias informativas y formas de periodismo más populares, posteriormente con la aparición de la radio, ésta se hizo más inmediata y en el siglo XX al hacer su aparición la televisión se incrementó aún más su acceso.

Debido al poder que ha adquirido ésta, actualmente el Estado, directa o indirectamente, controla la información en todos los países, aunque con tantos

avances tecnológicos, cada día es más difícil mantener controlados a los medios.

Las aportaciones hechas por la tecnología a la información han traído beneficios importantes a los medios de comunicación masiva, con respecto a esto Romero Rubio señala dos factores importantes:

"a) La <<masa>> accede a ser *protagonista psíquica* del hecho informativo gracias a la tecnología aplicada a los medios de comunicación social y a los sistemas de transmisión de noticias, situándose en el <<foco>> de aquello que constituye en cada momento <<interés>> periodístico.

Las actitudes y los comportamientos colectivos son estimulados y condicionados desde la frontera misma de la conciencia individual desarraigada.

b) Personas de lenguas, razas, religiones y países diferentes *conocen al mismo tiempo* un hecho informativo casi en el instante mismo de producirse éste.

La uniformidad de la <<conciencia>> informativa individual conduce a un desarraigo y deserción del compromiso perenne del individuo ante sí mismo y ante la sociedad, así como también a un desmantelamiento de la cultura y la tradición de cada pueblo"<sup>10</sup>.

Algunos de los beneficios aportados por la tecnología, pueden ser que el público se siente protagonista de la información, además de conocer la información casi inmediatamente después de ocurrir, sin embargo al recibir tanta información, tan variada y de tan diversos países, los individuos se pierden en este mar de datos y terminan por no interesarse en lo ocurrido en su sociedad y en su país.

La cantidad de información transmitida por los medios se basa en la elección de uno o varios sucesos posibles, es decir, la fuente de información, o sea el medio masivo, selecciona cierto mensaje o información, elige un canal, convierte el mensaje en signo y lo transmite al receptor, tomando en cuenta la adecuación de la información, al canal y al receptor.

Por ello para su estudio se ha desarrollado la llamada ciencia de la información, esto con el objetivo de poder saber más acerca de este fenómeno y determinar ciertas características a estudiarse acerca de ésta.

Según Romero Rubio los puntos que se deben de tomar en cuenta para el estudio de la ciencia de la información son los siguientes:

"a) La información, en su contenido, divulgación, uso y contraste, es una <<ciencia>> que requiere, para su plenitud y desarrollo como tal, del auxilio, implicación o cooperación de otras ciencias.

b) La <<identidad>> científica y técnica de la información está avalada por su carácter de necesidad intrínseca al hombre, por su condición de servicio social necesario e imprescindible, por su misión formadora y correctora de actitudes, condicionamientos y reacciones de una diversidad plural de opiniones.

c) La información, en el marco de una estructura simplista, precisa como factores posibilitantes para su desarrollo, de:

<sup>10</sup>*Ibidem*, p 21.



1. Enseñanzas académicas.
2. Estructura empresarial.
3. Defensa y garantía de unos derechos.
4. Juicio crítico y contraste de pareceres por parte de la opinión, mediante la participación activa en el proceso del medio.
5. Responsabilidad del profesional e inserción en la estructura empresarial<sup>11</sup>.

Para poder desarrollar la información como una teoría, es necesario que ésta se auxilie de las demás ciencias, por otra parte, su carácter científico proviene de la necesidad permanente, mantenida entre el hombre y ésta, al ser la información en gran parte la condicionante de su actitud y determinante de sus opiniones.

Esta teoría de la información (también llamada teoría de la comunicación por los científicos norteamericanos), es el resultado de numerosos trabajos acerca de su transmisión, los cuales básicamente tratan tres aspectos fundamentales. El primero se dedica a su estudio, donde se determina cuál es la cantidad adecuada de ésta, el segundo se refiere a las propiedades de los canales de transmisión, en el que la información puede sufrir alguna distorsión como interferencias o ruidos por parte de estos, y por último el tercero, en éste se debe analizar la relación entre la información a transmitirse y el canal a través del cual se difundirá para obtener así resultados más óptimos.

La transmisión de la información es uno de los puntos más importantes en cuanto a su estudio, debido a que intervienen muchos factores para su realización, por ello de ésta parte la teoría de la información.

En cuanto a los canales de transmisión, se refiere al medio utilizado por el emisor para realizar la difusión del mensaje o información. Estos canales pueden ser de dos tipos: naturales, que son los generados por la propia relación humana a través de la voz, tales como el lenguaje, y los artificiales, donde entrarían los que utilizan aparatos, como son los medios masivos de comunicación (radio y televisión).

Los canales a estudiar son los de tipo artificial, pues estos medios son, por decirlo así, el eslabón entre el sujeto y la información, dentro de estos no podemos olvidar aquellos que operan digitalmente, como las computadoras, las cuales para comunicarse utilizan la unidad mínima de información, el bit, éste reduce siempre la incertidumbre por la mitad, *0* ausencia de información, *1* presencia de ella. Recalcamos la importancia de los canales digitales, por el poder y la amplitud que han adquirido hoy en día las computadoras y más aún Internet, el cual transmite información a miles de personas en todo el mundo, casi sin restricción alguna.

Por este motivo posteriormente se hablará de Internet, para analizar las aportaciones que proporcionan a los medios las páginas Web. Mientras tanto en el siguiente apartado profundizaremos más en el estudio de los medios masivos de comunicación, para ver su forma de transmitir la información. Por lo tanto a continuación se analizarán algunos diagramas del proceso comunicativo y después se verá cuál es la función desempeñada por los medios en la sociedad, para primero conocer cómo se difunde la información y después con qué fin, con el objetivo de exponer la función que desempeña la información y los medios masivos.

---

<sup>11</sup> *Ibidem*, p 69.

## 1.2 Los medios masivos de comunicación

En el siglo XX se desarrollaron en gran medida las investigaciones científicas, lo cual dio origen al sin número de avances tecnológicos que hoy conocemos. Particularmente nos interesa saber cómo fue el desarrollo de los medios de comunicación audiovisuales, los cuales se originaron a partir del descubrimiento de los electrones, de las ondas electromagnéticas, de los circuitos eléctricos y electrónicos. Por ello este siglo es considerado como el de la era de la electrónica y de las comunicaciones, pero, sobretodo, de la era científico - tecnológica, ya que la ciencia impulsó a la tecnología.

La introducción de nuevas tecnologías, a lo largo de la evolución humana, ha modificado el modo de vivir y de entender la realidad del hombre, es lógico suponer que igualmente el nacimiento de los medios de comunicación de masas, provocaron modificaciones culturales y sociales en la sociedad.

Estos nuevos medios fueron denominados en el ámbito anglosajón como *mass - media*, con su traducción al castellano como "medios de comunicación de masas", entendiéndose por masa los destinatarios, a los cuales los propietarios de los medios les comunican algo.

Todo esto nos hace admitir que la vida en las sociedades avanzadas está totalmente mediatizada, por eso es necesario conocer los medios como instrumentos de mediación social, es decir los medios se convierten en el intermediario entre los individuos y el resto del mundo.

Los *mass - media* permiten la transmisión de mensajes significativos, en forma simultánea para una gran cantidad de personas desconocidas que los utilizan, es decir, el algoritmo utilizado por los medios es el siguiente, una fuente, un codificador, un emisor, un medio, un receptor y un decodificador.

Para la explicación de este proceso comunicativo se han desarrollado varias teorías y modelos que presentan los componentes necesarios para la transmisión de la información, la cual va dirigida a varios destinatarios simultáneamente, es decir, reciben a la vez un mismo mensaje sin necesidad de estar en el mismo lugar, estos receptores son siempre un número indeterminado, por ello no se pueden individualizar, pero sí enfatizar algunas de sus características comunes.

Por lo tanto, a continuación expondremos y analizaremos algunos esquemas que explican el proceso de la comunicación y sus componentes, utilizando desde el esquema más simple hasta el más complejo, para entender cómo funcionan y posteriormente ver en qué forma se relacionan estos medios con la sociedad.

### 1.2.2 Diagramas de los procesos de comunicación en los medios masivos

Ya habíamos mencionado al inicio de este capítulo el modelo de Wilbur Schramm que explica la comunicación como un proceso, mediante el cual se comparte información por medio de tres elementos, el emisor, el mensaje y el receptor, este esquema, gráficamente, se representa así:

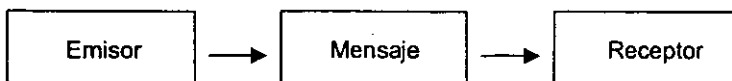


Figura 1\*.

El emisor es el encargado de transmitir el mensaje y el receptor el de recibirlo y decodificarlo, posteriormente ahondaremos en la explicación de cada uno de estos elementos. Ahora bien, el mensaje consiste en una señal o conjunto de señales organizadas y emitidas para ser interpretadas por el receptor, la deducción hecha de éstas puede tener un significado, bien similar o diferente del que tuvo para el emisor.

Según Schramm uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación es que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos, es decir, sólo podemos interpretar un mensaje dependiendo de los signos que conocemos y de los significados atribuidos a estos, definido por éste autor como "*marco de referencia*".

La interpretación del mensaje se complica, al existir diferentes tipos de significados; el denotativo, cuyos significados son señalados por el diccionario, y el connotativo, determinado por los sentimientos. También habrá un significado manifiesto y uno latente, el primero es el simple mensaje textual o verbal y el segundo lleva cierta carga emocional, con el tono de voz o los gestos. Por último están los mensajes paralelos, los cuales determinan dentro de una frase hablada ciertas características del emisor, como su lugar de origen, máximo nivel de escolaridad, etc.

Ahora bien, respecto a los individuos receptores del mensaje, relacionarán éste con los grupos sociales a los cuales se encuentran adscritos, juzgando el mensaje de acuerdo a si da valor o no a sus grupos, denominados como de referencia.

Esta perspectiva del proceso de la comunicación, se enfoca en las características del mensaje y su interpretación, a continuación presentaremos otro esquema propuesto por Lasswell y con modificaciones de Nixon, el cual trata de buscar cómo actúan los medios dentro de éste proceso.

\*Tomada del libro de Paoli, J. Antonio, op. cit., p 28.

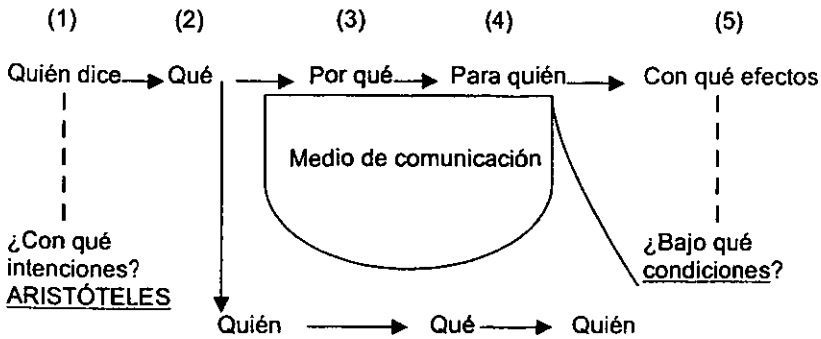


Figura 2°.

Estas cinco preguntas, quién dice, qué dice, en qué canal, a quién lo dice, con qué efecto, se hicieron célebres y dieron origen a un sinnúmero de estudios acerca del análisis de contenido, al poner en tela de juicio la influencia de los medios, tratando de desentrañar las intenciones de sus mensajes, es así como Lazarsfeld, menciona estos tres puntos que es importante rescatar: a) los medios representan un nuevo tipo de control social, b) son los causantes del conformismo de las masas y c) deterioran el nivel de cultura popular, alimentando gustos vulgares. Los medios, como se puede observar, son en gran medida influenciadores de la sociedad, por ello más adelante se estudiarán más a fondo, por el momento sólo veremos cómo participan en el proceso comunicativo.

Por último se expondrá otro esquema de comunicación para explicar el proceso de transmisión de mensajes, éste es el de Shannon – Weaver que incluye todos los elementos típicos del esquema tradicional salvo la fuente de ruido, veamos ahora a su representación y explicación.

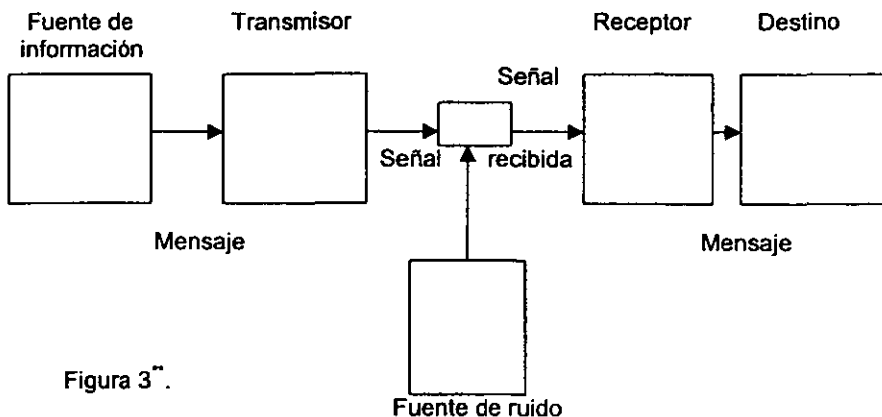


Figura 3°.

\*Diagrama tomado del libro de Romero Rubio, Andrés, op. cit., p 101.

\*\*Figura tomada del libro de McLuhan, Marshall, Leyes de los medios. La nueva ciencia, p 99.

La fuente de información se encarga de seleccionar un mensaje entre un conjunto de ellos que son posibles, es decir, es un conjunto de elementos disponibles para la elaboración de información a ser transmitida, o sea, son un conjunto de señales listas para ser utilizadas. De aquí el transmisor o emisor, cambia el mensaje en señal para enviarlo por un canal de comunicación al receptor, éste es una especie de transmisor invertido, que cambia la señal en un mensaje para llevarlo a su destino.

En el proceso de ser transmitidas las señales, puede ser que ciertas cosas se añadan a ellas, las cuales no estaban en la intención de la fuente informativa, éstas pueden ser distorsiones del sonido o de la imagen, y se llaman fuente de ruido, que es cualquier perturbación en la transmisión del mensaje.

El elemento más importante en este proceso es el canal, pues la calidad y la cantidad de la información dependen de él, de los cuales ya habíamos hablado anteriormente

Continuamente tanto el emisor como el receptor realizan un proceso de codificación y decodificación, la codificación trata de hacer un mensaje con características que lo hagan más entendible y más legible para eliminar así la posibilidad de errores en su recepción y por ejemplo cuando un mensaje es oído pero no se comprendió, esto indica el fallo de la decodificación del mensaje y decimos que continuamente ambos polos hacen esta acción, porque aunque Shannon no lo señala, es necesario mencionar el *feed - back*, retroalimentación o retroacción, definido como la respuesta obtenida al mensaje que el transmisor emite, en él, el destinatario pasa a ser fuente - transmisor, y esto hace que el proceso se convierta en un ciclo para completarlo.

Ya hemos hablado de los aspectos técnicos del proceso de comunicación, sus esquemas, sus elementos, pero falta un punto trascendental por ver, y éste es desentrañar: ¿cómo son los medios desde una perspectiva social?, ¿qué papel juegan en la sociedad?, ¿cómo influyen en la conducta del individuo?, ¿cuál es su función?, por ello estos aspectos y algunos otros se estudiarán en el siguiente apartado.

### 1.2.3 Función de los medios masivos de comunicación en la sociedad

Lo primero es distinguir la clasificación de dos ramas en los medios masivos, la de medio cálido y la de frío, esta característica la adquieren con base en el tipo de información que transmiten, en la primera categoría encontramos a la radio, y en la segunda a la televisión.

McLuhan explica esta diferencia de la siguiente forma:

"Es un medio cálido el que prolonga o amplía un solo sentido en 'alta definición'. Alta definición es el estado del ser bien abastecido de datos. Visualmente, una fotografía es una "alta definición". Una

caricatura es una "definición baja, por la sencilla razón de que proporciona muy poca información visual"<sup>12</sup>.

Por otra parte, los medios cálidos no dejan al público tantas cosas para rellenar o completar, por lo tanto son estos de baja participación, en oposición los medios fríos son de alta participación para que el público tenga que completarlos, además los primeros excluyen y los segundos incluyen, por ello ambos surten efectos muy diferentes.

De cualquier forma no sólo depende del tipo de medio que se utilice, también existen diferentes tipos de culturas, la fría es la de poca instrucción, debido a esto, la generación de individuos que crecimos con la televisión, se consideran como fríos.

Una vez que se ha establecido esta diferenciación, podremos definir más específicamente a los medios. Su papel es transmitir información, ésta regularmente interesa a un gran número de personas, por ello debido a su gran alcance se le atribuye a los medios la capacidad de mover o manipular masas, sin embargo, cada individuo puede escoger entre los mensajes presentados por los *mass media* los que se adecuen a sus propias opiniones, actitudes y predisposiciones, entonces su influencia se encuentra limitada.

Para Jesús Manuel Martínez los medios cumplen en la sociedad tres importantes funciones: la primera es la *modernizadora y progresista*, la cual se encarga de presentar los últimos adelantos tecnológicos, mostrando así el avance de la humanidad; la segunda es la *universalista*, ésta da origen a la civilización mundial, conformando la base del comportamiento, el estilo y el lenguaje de los habitantes; y la tercera es la *democrática*, éste es su papel más trascendente, al encargarse de educar, informar y cultivar, el ciudadano puede participar y elegir más claramente.

Sin embargo, no todas las funciones conferidas a los medios son positivas, existen algunas que reflejan las desventajas de la comunicación masiva y es a Lazarsfeld a quién se debe la siguiente caracterización de los medios:

"a) *función de conferir prestigio*: la posición social de personas, acciones o grupos se ve prestigiada y enaltecida cuando consigue atraer la atención favorable de los medios; b) *función de reforzar las normas sociales*: al dar publicidad a las conductas desviadas, acortan la distancia entre la moralidad pública y las actitudes privadas, ejerciendo presión para que se establezca una moral única; y c) *disfunción narcotizante*: disminuyen el tiempo dedicado a la acción organizada; el hombre <<informado>> tiende a considerarse participante, cuando en realidad no desarrolla acción alguna: conoce los problemas, pero no actúa para resolverlos"<sup>13</sup>.

Alguna otra función que en la actualidad desempeñan los medios masivos de comunicación, es la de asumir el papel de formar nuestra imagen mental del mundo, y a menudo al hacerlo, también nos enseñan estereotipos.

<sup>12</sup>McLuhan, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, p 46-47.

<sup>13</sup>Martínez, Jesús Manuel "3. Para entender los medios: medios de comunicación y relaciones sociales" en *Ideología y medios de comunicación*, p 101.

Estos son una idea en extremo simplificada de algo, basada en una experiencia limitada, el problema consiste en que la mayoría sólo contienen una esencia de verdad, por lo tanto resultan peligrosos si se toman como la verdad absoluta y debido al poder de los medios masivos, algunos son aceptados como tal, para corregir esto, algunas veces se han reemplazado los estereotipos con una imagen más amplia de un grupo de personas.

Otra función consistiría en la propagación de rumores, los cuales contienen algo de verdad combinada con una peligrosa dosis de engaño, al igual que los estereotipos, ambos pueden conducir a las personas a acciones irracionales, cuando son aceptados como verdad y también los dos pueden ser creados, intensificados o disminuidos por los medios masivos de comunicación.

Las historias verdaderas son distorsionadas en tres formas para convertirse en rumores: la primera es la *agudización*, ésta es la tendencia a transformar los datos de la historia original para hacerlos más dramáticos, la segunda es la *nivelación*, es cuando conforme y la historia se repita, los detalles desaparecerán rápidamente al principio, para nivelarse después en una versión simple y fácil de repetir, y, por último, está la *asimilación*, es la tendencia de las historias a ser repetidas en términos familiares para el narrador. Es así como los medios al poder difundir los hechos rápidamente, pueden hacer que un rumor se extienda por todo el país en poco tiempo o bien controlar su propagación.

Hemos visto que todas estas funciones realizadas por los medios producen un impacto evidente en muchas facetas de nuestra vida diaria, y otra de ellas sería el presentarnos modelos de lenguaje a imitar, porque cada mensaje transmitido puede ser considerado como un ejemplo de gramática y uso aceptable del lenguaje, no importa que en ocasiones nos enseñen ejemplos de gramática incorrecta.

El uso de los medios masivos, en la sociedad moderna, se ha convertido en una parte indispensable de la vida cotidiana y ciertamente son poderosos, porque desempeñan funciones de una notable influencia, y al ser populares, tienden a monopolizar gran parte de nuestro tiempo libre, y eso los hace en gran medida responsables de la formación de la opinión pública, y de la rapidez y volumen de la información, en las sociedades modernas.

Pero no debemos de culpar a los medios de todos nuestros actos, la relación entre los individuos y estos no son unilaterales, como vimos en los esquemas del proceso comunicativo y sobre este punto Denis McQuail, nos explica:

"(...) en primer término, los medios masivos de comunicación funcionan junto con canales y pautas de comunicación existentes, que ya están en sí mismos determinados por la posición de los individuos y los grupos en la estructura social; en segundo lugar, en un sistema de comunicación masiva, las acciones del emisor y del receptor están determinadas por su ubicación en el sistema social considerado como un todo. Así, ambos están sujetos a coacciones, y las elecciones de uno y otro están siempre sometidas a la normatividad y el control"<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup>McQuail, Denis, Sociología de los medios masivos de comunicación, p 81.

Como se ve, los medios masivos y la comunicación de masas están condicionados por ciertos factores, como el canal, el receptor, el marco de referencia, entre otros y por ello para entender mejor cómo funciona la comunicación masiva y cuáles son sus normas, se explicarán algunas de sus principales características.

- a) Por lo general, las comunicaciones masivas requieren organizaciones formales complejas.
- b) Los medios masivos se dirigen a públicos amplios.
- c) Las comunicaciones masivas son públicas, es decir, su contenido está abierto a todos y su distribución es relativamente inestructurada e informal.
- d) El público de los medios masivos de comunicación es heterogéneo.
- e) Los medios masivos pueden llevar simultáneamente información a una gran cantidad de personas que estén distantes y a la vez se hallen lejos unas de otras.
- f) En los medios masivos de comunicación, la relación entre el emisor y el público es impersonal, esto debido a que los emisores se dirigen a una audiencia anónima.
- g) Por último, el público de los medios masivos de comunicación, es un grupo colectivo, el cual presenta rasgos distintivos.

El objetivo de este listado fue el de englobar los factores que atañen a la comunicación, como hemos podido observar, los medios, debido a la estrecha relación que mantienen con la sociedad y el hombre, han estado sujetos a lo largo de muchos años, a análisis y estudios por parte de diferentes corrientes filosóficas, dando origen a varias perspectivas teóricas, de las cuales mencionaremos cinco de las más importantes.

La primera es el *Funcionalismo estructural*: en ésta los medios se entienden como un componente indispensable de la estructura social contemporánea, si no existieran la sociedad sería de otra naturaleza. La segunda es la *Perspectiva evolucionista*: para ella la sociedad cambia en forma continua y se especializa en una determinada dirección en función de los objetivos a alcanzar, los medios facilitan este trabajo y a la vez evolucionan conforme se llega a las metas. El tercero es *El modelo de conflicto social*, para él los medios de comunicación son instrumentos que utilizan distintos grupos que chocan entre sí, al tener intereses encontrados. El cuarto corresponde al *Interaccionismo simbólico*: el cual trata de entender qué representan los medios para la sociedad y los individuos, dando énfasis en su carácter comunicativo. Por último se encuentran las *Formulaciones psicológicas*: éstas tratan de estudiar los efectos que producen los *mass-media* en los individuos, cómo reciben estos los mensajes, qué es lo que aprenden de ellos, entre otras cosas.

Existe otra perspectiva propuesta por Denis McQuail, en la cual dice que las teorías dedicadas al estudio de la comunicación se dividen en tres grandes grupos, las teorías o enfoques totalizadores, las centradas en el mensaje y las de la audiencia y el efecto. Las primeras según este autor cumplen las siguientes funciones: "presuponen la coherencia o unidad del sistema de los medios de comunicación y centran la atención en la sociedad como fuente



originaria y determinante de esta institución organizadora y productora de conocimientos"<sup>15</sup>.

Dentro de este primer grupo entrarían las siguientes: *Teoría de la sociedad de masas*, en ella los medios son causa y mantienen la sociedad de masas, pues son un instrumento de manipulación al servicio del poder económico y político. *Enfoques marxistas y teoría crítica*, aquí el funcionamiento de los medios no puede desvincularse de las clases sociales y de las circunstancias históricas. *Teoría estructural – funcional*, para ésta los medios son una parte más de la sociedad que contribuyen a satisfacer las necesidades generadas dentro de ella. *Teorías normativas*, los aspectos como la libertad de prensa, la responsabilidad social, el control público de los medios, entre otros, son las cuestiones a tratar por este enfoque.

El segundo enfoque, es la *Teoría centrada al mensaje*, ésta se enfoca en el mensaje, su estructura interna y sus procedimientos para transmitir significados, así como sus relaciones con la cultura.

Por último está la *Teoría de la audiencia y el efecto*, se encarga de agrupar a distintas ramas, pero tienen en común el análisis de los efectos sobre los receptores.

A lo largo del presente apartado hemos hecho un análisis de los medios masivos de comunicación, de su estructura, de su función en la sociedad e incluso de las perspectivas teóricas que los han estudiado, con base en esto podemos decir cuál es el papel de los medios, estos actúan como mediadores entre los sujetos y la realidad, y además los *mass-media* son influenciados por distintas entidades sociales de diferente naturaleza (familia, sociedad, etc.) y por grandes instituciones encargadas de controlar en cierta forma el conocimiento (Gobierno, iglesia, etc.).

Es pertinente recordar que al inicio de este capítulo, de igual forma, se presentaron algunas características de la información para entender así cuál es la función que ésta desempeña, por lo tanto, corresponde ahora hacer un estudio de Internet en el capítulo siguiente, con ello intentaremos demostrar que ésta es una herramienta de difusión de los medios, y para poder hacerlo debemos presentar algunas de las características y servicios, de la denominada supercarretera de la información.

---

<sup>15</sup>McQuail, Denis, *Introducción a la Teoría de la Comunicación de masas*, p 67.

## CAPÍTULO II

### Internet

Antes de hablar del nacimiento de la denominada supercarretera de la información, es necesario que definamos qué es y qué papel desempeña; la palabra *Internet* es una contracción de *Internetwork system* (Sistema de intercomunicación de redes), si hacemos la comparación de este sistema con el de las carreteras, ambos transportan un producto (en este caso es la información) entre redes individuales a través de todo el mundo.

Podemos decir que Internet es una red internacional con el objetivo a nivel mundial de interconectar redes independientes, por ello es que también se le denomina "la red de redes", al comunicarse estas computadoras entre sí, sus usuarios también tienen la posibilidad de hacer lo mismo, con la ventaja de que al emplear los diferentes recursos computacionales se puede transmitir audio, video, textos y programas en forma eficiente, rápida y a un bajo costo para el usuario.

Internet está formada por 45,000 redes interconectadas en 70 países (esto hasta 1995 en la actualidad 217 países tiene acceso a la red de redes), es la red más grande de computadoras en el mundo.

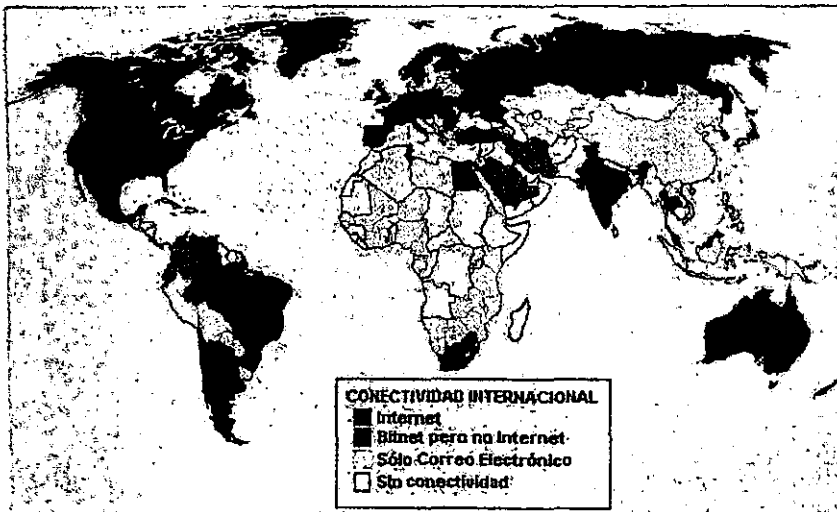


Figura 1.

Básicamente Internet desempeña tres funciones principales: la primera permite que una persona en una computadora envíe mensajes a otra persona

\* Figura tomada del libro de Comer, E. Douglas, El libro de Internet, p 79.  
*Bitnet (Because It's Time NETWORK, podría entenderse como: red, porque ya es tiempo), fue desarrollada en la universidad de la ciudad de Nueva York, permite a los usuarios intercambiar correo electrónico y archivos, pero no proporciona otros servicios de Internet.*

en otra (correo electrónico); la segunda consiste en almacenar archivos a los que las personas pueden acceder (Páginas Web); y la tercera es permitir que personas con una computadora se conecten a otra en un sitio remoto, es decir hacer Telnet o Ftp.

Para explicar más específicamente cómo está conformada Internet, se requiere mencionar que la forman centenas o miles de LAN's<sup>16</sup>, decenas de MAN's<sup>17</sup> y es considerada la WAN<sup>18</sup> más grande que hay en el planeta. Las computadoras que la integran van desde equipos personales, microcomputadoras, estaciones de trabajo, hasta supercomputadoras.

## 2.1 Orígenes

Una vez que se ha dado un panorama general de qué es Internet y cómo está conformado, pasemos a hablar de sus orígenes. Se podría decir que ubicar el momento exacto del nacimiento de Internet es virtualmente imposible, sin embargo, un factor que impulsó en gran medida su avance, fue el hecho que se desarrolló a mediados de los sesenta. Los investigadores comenzaron a experimentar con la posibilidad de crear redes de computadoras que fueran veloces y confiables, enlazadas a través de un medio de conexión ordinario, como la línea telefónica, de esta inspiración nació la idea de las redes de conmutación de paquetes, en éstas la información que viaja a través de la red se divide en cierto número de fragmentos llamados paquetes.

Es así como durante años, la conmutación de paquetes se ha utilizado en redes de todos los tamaños, pero cuando las redes locales crecieron fue necesario que estuvieran interconectadas de algún modo.

Para el año de 1969 el Departamento de Defensa Estadounidense (también conocido como DoD, *Department of Defense*) se interesó en emplear redes computacionales, por ello a través de la Agencia para Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA, *Advanced Research Projects Agency*)<sup>19</sup>, creó una red experimental de conmutación de paquetes utilizando las líneas telefónicas, este medio era ideal para transmitir información porque usa el sistema de conmutación de paquetes. De este conjunto inicial de redes nació ARPANET, uno de los primeros antecedentes de Internet. El ejército apoyó esta investigación de redes utilizando una gran variedad de tecnologías y ya para finales de los setenta ARPA tenía en operación varias redes computacionales y había comenzado a transferir tecnología al ejército, sin embargo, se dieron cuenta que se enfrentarían a un grave problema al cual muchas empresas con sistemas de redes múltiples ya se habían enfrentado, cada red estaba conectada a un conjunto de computadoras, pero no existía una conexión entre las computadoras de redes separadas, es decir, cada red

<sup>16</sup> *Local Area Network* (Red de Área Local) es una red de computadoras conectadas en distancias cortas, por ejemplo. Las conectadas en un edificio o oficina.

<sup>17</sup> *Metropolitan Area Network* (Red de Área Metropolitana) la constituyen el equipo de computadoras y sus periféricos en una ciudad o varias.

<sup>18</sup> *Wide Area Network* (Red de Área Amplia) ésta puede abarcar distancias geográficas grandes, se extienden a todo un país o el mundo.

<sup>19</sup> Su nombre anterior era DARPA (*Defense Advanced Research Projects Agency*) o Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada de la Defensa.

formaba una isla separada que se conectaba a un conjunto de computadoras, sin conexión con otras islas.

Para resolver este problema la ARPA desarrolló protocolos de comunicación que permitían a las computadoras comunicarse libremente a través de diferentes plataformas y redes. Por esta misma época, muchos científicos reconocieron la importancia del trabajo en red. Fue entonces cuando un grupo de investigadores propuso un proyecto de trabajo en red a la Fundación Nacional para la Ciencia (NSF, *National Science Foundation*). Su tarea era diseñar una gigantesca red con la cual se pudiera conectar a todos los investigadores de las ciencias de la computación. Después de repasar la propuesta y pedir al grupo de investigación que la revisara, la NSF patrocinó un proyecto para desarrollar la Red de Ciencias de la Computación (Computer Science Network), este proyecto también contó con el apoyo de ARPA y se dio a conocer con el nombre de CSNET.

Y para poder conectarse todos los científicos de la computación en EU, CSNET proporcionaba el servicio de red a una gran variedad de instituciones, dando oportunidad tanto a las grandes empresas que tenían una capacidad económica alta, como a las pequeñas que no podían pagar tanto, claro ofreciéndoles servicios de red más limitados.

Cuando el Ejército de los E.U. decidió elegir a Internet como el sistema de comunicación para sus computadoras, muchos de los grupos más renombrados de la ciencia, la industria y académicos, ya lo estaban usando. Durante los siguientes años CSNET se dedicó a investigar para ofrecer conexión a Internet a los departamentos de ciencia de la computación, y como resultado de esto, en los años ochenta, una gran cantidad de científicos podían acceder a Internet. Debido a esto ARPA estaba preocupado por el rápido crecimiento de Internet, por ello decidió que debería de existir un grupo de científicos con una estructura sólida que tuviera la responsabilidad en la coordinación de todas las investigaciones que se realizaran sobre el desarrollo de Internet, éste fue bautizado con el nombre de *Internet Activities Board* (IAB, Consejo de Actividades sobre Internet). Durante muchos años el IAB fue el guía en el desarrollo de Internet, hasta que en 1989 se reorganizó y aceptó la presencia de representantes de organizaciones comerciales.

Después de que los militares decidieron utilizar Internet, los años siguientes ésta siguió creciendo, y ya para 1984 había duplicado su tamaño y además importantes dependencias gubernamentales comenzaron a usarlo, tales como la *National Aeronautics and Space Administration* (NASA, Administración Nacional de Aeronáutica y del Espacio).

A mediados de la década de los ochenta, la NSF se dio cuenta de que Internet sería de gran utilidad para los científicos, porque por medio de la red podrían intercambiar documentos o datos sobre experimentos de manera instantánea, entre otras cosas. Al reconocer lo importante que se estaba volviendo Internet para la ciencia, la NSF en 1985 anunció que tenía la intención de conectar a los investigadores de 100 universidades en la red, para ello era necesario utilizar supercomputadoras y fue así como la NSF dio el primer paso para desarrollar una Red de Área Amplia (WAN) que

interconectaría las supercomputadoras, a esta red se le llamo NSFNET y fue de gran utilidad.

Sin embargo, a finales de 1991, Internet estaba creciendo muy rápido, tanto que la columna vertebral NSFNET pronto sería insuficiente, la NSF se percató de que el gobierno no podría cargar con los costos de la red indefinidamente y quería que la industria privada asumiera cierta responsabilidad. Para resolver este problema, IBM, Merit y MCI formaron una compañía no lucrativa llamada *Advanced networks and Services* (ANS, Redes y Servicios Avanzados). Durante 1992, ANS construyó una nueva Red de Área Amplia, la cual forma actualmente la columna vertebral de Internet, conocida como ANSNET, esta nueva WAN utiliza líneas de transmisión con una capacidad 30 veces mayor que NSFNET, a la cual reemplazó. La ANS es dueña de las líneas de transmisión y de las computadoras que comprenden ANSNET y no el gobierno como en la NSFNET, este cambio a una compañía privada fue uno de los primeros pasos hacia la comercialización y privatización de Internet.

El crecimiento de Internet fue increíble, cuando la NSF conectó a científicos e ingenieros, en 1983, se conectaron 562 computadoras. Diez años después, conectó más de 1,200,000 computadoras y seguía creciendo rápidamente. Este crecimiento se puede entender mejor si consideramos el incremento en computadoras personales.

Año	Número aproximado de computadoras en Internet
1983	562
1984	1024
1985	1961
1986	2308
1987	5089
1988	28,174
1989	80,000
1990	290,000
1991	500,000
1992	727,000
1993	1,200,000
1994	2,217,000

Figura 2.

Sin embargo, a pesar de que Internet ha crecido tanto en la última década, no puede seguir haciéndolo indefinidamente, aunque las tecnologías han soportado una expansión increíble, actualmente Internet puede conectar un máximo de 4,294,967,296 computadoras<sup>20</sup>, este límite se obtiene del número de direcciones numéricas que se utilizan para identificar a las computadoras, conocido como TCP/IP, del cual hablaremos posteriormente, sin embargo a pesar de que los expertos crean en esta posibilidad es difícil predecir que sucederá en el futuro.

<sup>19</sup>Datos tomados del libro de Comer, E. Douglas, op. cit., p 70.

*Estimación de computadoras conectadas en Internet, cada año de 1983 a 1994.*

<sup>20</sup> Comer, E. Douglas, op. cit, p 71.

## 2.2 Servicios

Internet proporciona los servicios de: *e-mail* (correo electrónico), transferencia de archivos, noticias, conexión remota, acceso a miles de datos, además se puede jugar, entablar conversaciones con personas alrededor del mundo y construir una biblioteca de diarios, libros e imágenes.

También la red transmite datos como imágenes, texto, sonido y video a través de diferentes líneas de transmisión y para realizar estas y otras muchas funciones, emplea además de computadoras, otro tipo de equipo como *routers* (el ruteador es un sistema mediante el cual se envían datos entre dos redes de computadoras, es decir marcan la ruta para que la información llegue a su destino final), *módems* (es un modulador-demodulador, sirve para transmitir la información digital de las computadoras por vías analógicas como es el teléfono, el primero envía los datos y el demodulador los recibe), etc.

A pesar de todo lo anterior, se pueden englobar 6 servicios básicos:

1. Sesiones remotas: cuando trabajamos con nuestra computadora, estamos en cierta medida aislados del resto del mundo, con los programas de sesiones remotas se puede trabajar con computadoras distantes y observar la información como si se tratase de datos procesados en la nuestra.
2. Transferencia de archivos: éste se utiliza cuando el archivo que queremos guardar es tan grande que no cabe en un disco flexible, entonces los datos se mueven a Internet, ahorrándose así tiempo y distancias.
3. Correo electrónico: es el servicio más usado en todo el mundo por la gente que trabaja con Internet, este correo es idéntico al convencional, con la diferencia de que la entrega es mucho más rápida.
4. Foro de discusión Interactivo: se utiliza para que los usuarios de la red se comuniquen entre sí, con el objetivo de intercambiar información.
5. Páginas Internet: es una herramienta que maneja información, ésta se emplea para trabajar en la red, para ello es necesario que miles de computadoras estén interconectadas alrededor del mundo
6. Herramientas de búsqueda: Internet es, ante todo, sinónimo de información, debido a la gran cantidad de datos que residen en toda la red, es difícil encontrar algo sin perderse, por ello se han creado programas que permiten a los usuarios definir criterios o palabras relacionadas con la información requerida, aquí las computadoras en red efectúan la búsqueda e indican los sitios donde están los datos.

Los servicios que ofrece Internet han llegado a niveles tales, que prácticamente ya nada escapa de la red, desde videos, canciones, fotografías, cuestionarios, entre otras cosas, hasta compra de productos, boletos de avión, etc. Para poder entender mejor cada uno de los servicios que ofrece la red, los explicaremos por separado en forma más explícita.

### 2.2.1 Sesión remota

Las sesiones remotas permiten establecer sesiones de trabajo en las computadoras conectadas en red (no necesariamente Internet, sino que puede tratarse de una red local), teniendo así acceso a muchos servicios públicos, como catálogos de bibliotecas u otros tipos de bases de datos.

El acceso remoto funciona bajo el esquema de cliente-servidor, cuando un usuario en una computadora local decide ingresar a un sistema remoto, llama a un programa de aplicación local para el servicio de acceso remoto e introduce el nombre de la computadora remota que desea contactar. La siguiente figura ejemplifica mejor esto.

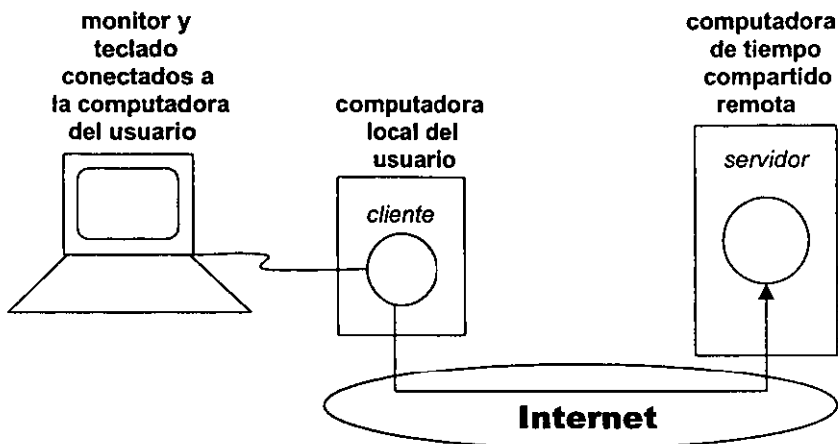


Figura 3.

Para esto es necesario Telnet, éste es un protocolo de sesión de trabajo remoto en Internet, mediante el cual el usuario se coloca frente al teclado de una computadora y establece una conexión en una computadora remota dentro de la red; ya sea una máquina en la oficina, en la universidad o tal vez al otro lado del mundo. Cuando uno se conecta de esta manera (vía Telnet), es como si el teclado propio estuviese relacionado a la computadora remota, se puede tener acceso a todos los servicios que esa máquina provee a sus terminales locales.

Al sistema no le importa que el enlace se haga desde muchos kilómetros a distancia, funciona igual, con la diferencia de que la respuesta de la máquina puede ser más lenta debido a la distancia.

La mayoría de los equipos dentro de Internet trabajan con sistemas operacionales del tipo "Unix", por lo tanto una entrada como terminal mediante Telnet recibirá al usuario en un ambiente operativo de este tipo, lo primero que

\*Diagrama tomado del libro de Comer, E. Douglas, op. cit., p 185. *El acceso remoto a través de Internet utiliza dos programas. El usuario llama a un programa de aplicación en la computadora local, ésta enlaza el teclado y el monitor del usuario al sistema de tiempo compartido remoto.*





de computadoras para trasladar copias de la información que se pone a disposición de los usuarios.

La manera en que trabaja el FTP, es igual a muchos otros servicios de Internet, por medio del acceso cliente-servidor, en éste el usuario llama un programa FTP en su computadora, le pide contactar con una máquina remota y solicita la transferencia de uno o más archivos, el programa local de FTP de la computadora es un cliente que utiliza un protocolo para conectarse con un servidor FTP. Cada vez que se solicita el envío de un archivo, cliente y servidor cooperan para transmitir una copia de los archivos a través de Internet.

La siguiente figura muestra la ruta que siguen los datos cuando se solicita la copia de un archivo.

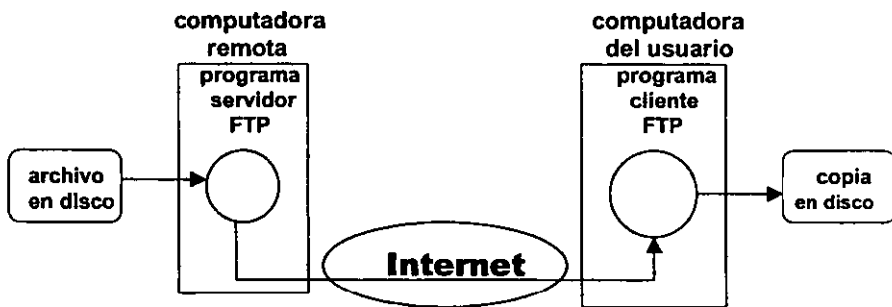


Figura 5.

El servidor FTP localiza el archivo que solicita el usuario y usa el protocolo TCP/IP para enviar una copia con el contenido completo del archivo al cliente a través de Internet. Cuando el programa cliente recibe la información la escribe en un archivo del disco local y cuando se ha completado la transferencia del archivo, el cliente y el servidor terminan la conexión que establecieron para la transferencia.

A grandes rasgos el FTP permite al usuario transferir copia de un archivo de datos de una computadora a otra a través de Internet, cuando el usuario utiliza este servicio se establece una comunicación con una computadora remota y se obtiene autorización si se envía un identificador y una clave de acceso, aunque es necesario mencionar que la mayor parte de las computadoras que ofrecen este servicio soportan un FTP anónimo. Cuando se hace un FTP el usuario puede consultar una lista de archivos disponibles en la computadora remota, solicitar la copia de uno en particular o enviar la copia de un archivo local.

\* Diagrama tomado del libro de Comer, E. Douglas, op. cit., p 179.

*Trayectoria seguida por la información cuando un servidor envía la copia de un archivo en respuesta de la solicitud de un usuario.*

Para ver en forma práctica como funciona el FTP, observémoslo por medio de las siguientes figuras, primero como se configura para iniciar la sesión remota y después como se utiliza este servicio.

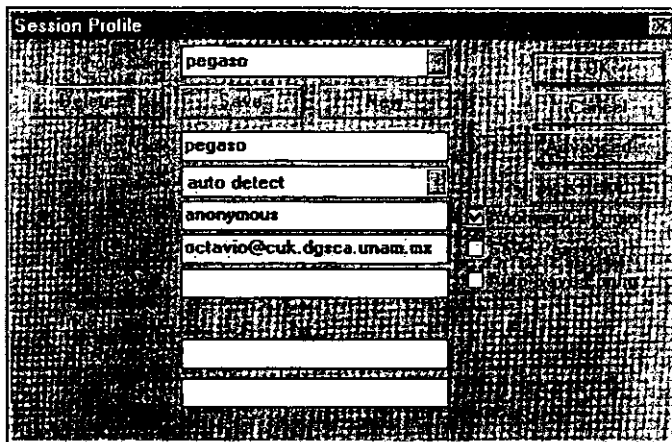


Figura 6.

En *Profile Name*, se indica el nombre o alias con que se le conoce al servidor a consultar, en los botones situados abajo, *Delete*, borra los datos referentes al servidor citado; *Save*, guarda los datos que contienen referencias a éste y *New*, elimina todas las casillas para indicar el alias de un nuevo servidor. En *Host Name* se indica la dirección electrónica del servidor a consultar, ya sea en forma numérica o escrita; en *Host Type*, se señala el tipo de sistema operativo que utiliza la computadora remota, lo mejor es poner "auto detect", para que lo identifique en forma automática. En *User ID*, se debe de escribir la identificación del usuario también conocido como *login*, de no tenerse éste es posible seleccionar la opción de *Anonymous login* y entonces el usuario se conectará en forma anónima. En *Password*, se escribe la clave personal, al entrar como anónimo se escribe la dirección del correo electrónico. *Account*, no es relevante, puede dejarse en blanco; *Remote Host*, permite especificar la ruta en el disco duro del servidor donde se encuentra cualquier archivo en particular o en donde se depositarán copias de archivos, con el objetivo de agilizar su transferencia, este es un dato opcional; *Local PC*, permite determinar la ruta en el disco duro de su computadora en donde depositará los archivos que copie o aquellos a copiar en la computadora remota, también es opcional.

Por último las casillas de *Anonymous Login*, como ya se había mencionado cuando se selecciona (se pone una paloma en el cuadrado), el usuario entrará como anónimo y tendrá que escribir su correo electrónico en la opción *Password*; en *Save Password*, si se selecciona se guardará su *Password* para futuras sesiones, esta opción es peligrosa pues corre el riesgo que otra persona entre al servidor que consultó; y *Auto Save Config*, sirve para guardar los cambios que realice en la configuración. Después de realizar esta configuración el último paso para conectarse al sistema remoto será presionar el botón de *OK*, ahora pasemos a describir la ventana principal del FTP.

\* Ventana de configuración de sesión a FTP de RedUNAM.

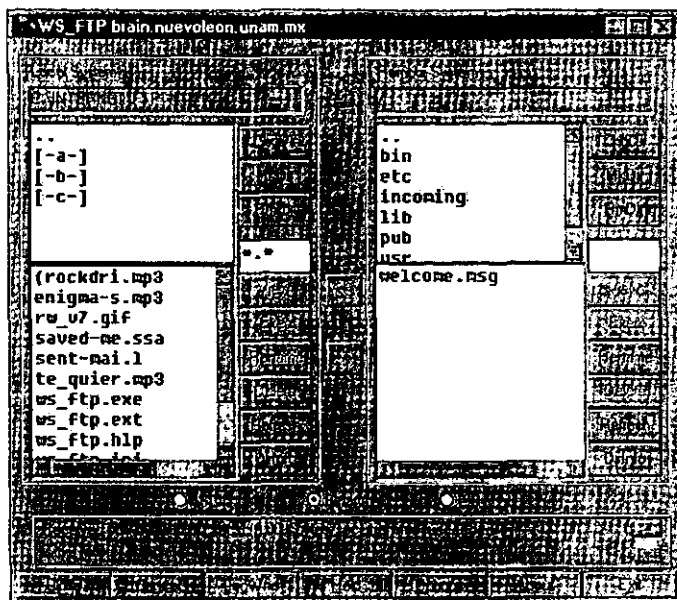


Figura 7.

Esta ventana se divide en dos partes separadas por los botones del centro con flechas que apuntan a la derecha y a izquierda, el lado izquierdo corresponde al *Local System*, es decir a nuestro sistema local, contiene los directorios del disco duro de nuestra computadora donde se ha establecido contacto con la máquina remota. El lado derecho es el *Remote System*, es decir el sistema remoto al cual nos conectamos, y nos muestra los directorios y archivos del disco duro de la computadora remota.

Las funciones que desempeñan los botones son las siguientes: *ChgDir*, permite el cambio al directorio deseado seleccionándolo después de oprimir este botón; *MkDir*, sirve para crear un directorio bajo el que se encuentre en ese momento; *Rmdir*, permite eliminar el directorio indicado al hacer previamente un clic sobre él, la primera opción es la de *Local computer/Remote Host Info*, con el formato \*.\* es posible interactuar con todos los archivos en su computadora local o en el servidor; *View*, se utiliza para observar el contenido de los archivos seleccionados; *Rename*, permite cambiar de nombre a los archivos elegidos; *Delete*, sirve para eliminar archivos seleccionados; *Refresh*, permite observar el listado de archivos que cumplan con la extensión elegida por medio de la opción antes mencionada; *DirInfo*, se utiliza para observar el contenido del directorio actual en una ventana independiente que se despliega automáticamente. Los botones situados al centro cumplen las siguientes funciones, el de la flecha que señala hacia la izquierda sirve para enviar los archivos seleccionados desde la computadora remota hacia su computadora y el de la flecha que señala hacia la derecha permite enviar los archivos elegidos

\* Ventana Principal FTP RedUNAM.

en su computadora hacia su espacio de trabajo en la computadora remota; la segunda opción es la del modo de transmisión (situada en la parte inferior) tiene tres alternativas *ASCII*<sup>21</sup>, *Binary*, *L8*; la primera permite trabajar con archivos de texto plano, o sea de extensión TXT y/o sin acentos o caracteres especiales; la segunda sirve para transferir imágenes o documentos fabricados en algún procesador de palabras o cualquier otro documento cuyo contenido no este codificado en *ASCII*; y la última opción es para realizar las transferencias en modo automático.

Los botones de la parte inferior desempeñan las siguientes funciones: *Close*, permite terminar la conexión inmediatamente con el servidor sin salir del programa de FTP; *Cancel*, se utiliza para cancelar la transmisión de archivos que se esté realizando; *LogWnd*, sirve para observar mensajes importantes o de error en la comunicación; *Help*, permite observar la ventana de ayuda del programa FTP; *Options*, se utiliza para modificar la configuración del programa; *About*, sirve para observar una ventana mostrando datos del autor y la versión del programa; *Exit*, permite terminar la conexión y cerrar el programa de FTP en forma inmediata.

Después de ver el funcionamiento del FTP podemos concluir que es de gran utilidad, ya que permite manejar de manera eficiente un gran volumen de datos y transferirlos, sin embargo, este servicio podría resultar ser complicado para usuarios con poca experiencia, además de que las listas del FTP informan sólo a grandes rasgos sobre el contenido de los archivos, lo que dificulta la búsqueda de información.

### 2.2.3 Correo Electrónico

El correo electrónico o e-mail es el servicio más popular de Internet, este servicio ofrece comunicación de persona a persona, la forma más sencilla de entenderlo es comparándolo con el correo normal; en la red existen también buzones llamados direcciones electrónicas (equivalentes al apartado postal) donde las cartas llegan, estos son archivos dentro de una computadora para almacenar los mensajes que se reciben. Para que la transmisión de un mensaje tenga éxito, debe contener información del remitente y del destinatario, semejante a las dos direcciones que se escriben en el sobre de una carta de correo normal.

En Internet se utilizan programas para poder enviar y recibir mensajes de correo electrónico, los cuales reciben los nombres de MUA y MTA. Los MUA (*Mail User Agent, Agente de Usuario de Correo*) son todos aquellos que permiten la edición, lectura y respuesta de correo electrónico, entre ellos se pueden mencionar el programa Pine, Eudora y otros más que permiten manipular los mensajes con mayor facilidad. Por otra parte, los MTA (*Mail Transport Agent, Agente de Transporte de Correo*) son programas que se encargan únicamente de distribuir a través de la red los mensajes generados.

<sup>21</sup> Se le denomina así al *American Standard Code for Information Interchange* (Código Estándar Norteamericano para el Intercambio de Información), el cual asigna a cada letra, dígito y signo de puntuación una secuencia única de dígitos binarios.

Para poder hacer uso de este tipo de programas se requiere tener una cuenta en algún servidor dentro de Internet, por ejemplo, en la UNAM existe un servidor de correo electrónico conocido con el nombre de servidor.unam.mx, donde se puede utilizar el programa Pine para leer el correo que se ha recibido, sin embargo esta forma de revisar el correo tiene la desventaja de que es necesario establecer una sesión remota con el servidor, compartiendo sus recursos con todos los demás usuarios.

También existe otro modo de atender la correspondencia en Internet utilizando programas que reciben el nombre de clientes, es decir, estos se ejecutan en nuestra computadora y preguntan por la llegada de un nuevo correo al servidor, permitiéndonos enviar correspondencia. Su principal ventaja es que manejan los recursos de nuestra computadora, sin compartirla con nadie. Existen básicamente dos tipos de protocolos<sup>22</sup> que se utilizan para comunicar a estos programas clientes con sus servidores; POP e IMAP.

El POP (*Post Office Protocol, Protocolo de Oficina de Correo*) verifica si ha llegado nueva correspondencia, si es así se lee su contenido y se borra del servidor, es decir, POP es el encargado de traer el correo; y por otra parte el IMAP (*Internet Message Access Protocol, Protocolo de Acceso a Mensajes de Internet*), es el encargado de entregar el correo.

Ahora para que nos quede más clara la diferencia entre cliente y servidor, veamos dos tipos de software para leer el correo electrónico, el primero es Pine y el segundo Eudora, ambos son aproximadamente iguales con la diferencia de que el primero radica en el servidor y el segundo en el cliente.

Pine es un programa que sirve para leer, editar y componer el correo electrónico, es decir, es un visualizador y editor de e-mail. Pine fue diseñado específicamente pensando en los usuarios novatos en computación y está creado de tal manera que satisface sus necesidades de la mejor manera. Pine corre en UNIX, MS-DOS y Windows.

Las principales características de Pine son: que sus comandos son mnemónicos (o sea, son fáciles de recordar), de un carácter, siempre presenta menús de comandos y muestran la información a los usuarios inmediatamente. Además tiene una pantalla para editar los mensajes, incluir y extraer archivos adjuntos (*Attachments*), por ejemplo archivos de Word, Excel y mensajes con otros formatos.

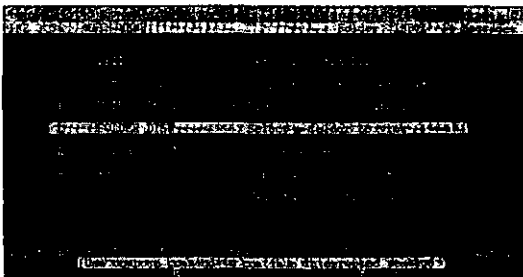


Figura 8.

<sup>22</sup> Los protocolos son un conjunto de reglas que controlan el proceso al momento de iniciar una comunicación.

\* Ventana principal de Pine.

Por otra parte, Eudora es un software cliente de correo electrónico (se dice que es cliente porque reside en los equipos personales), se comunica a través de POP con los servidores, que serían como las oficinas de correo. Algunas de las opciones que ofrece (no sólo Eudora, sino todos los visualizadores de correo) para el envío de mensajes se muestran en la siguiente figura.

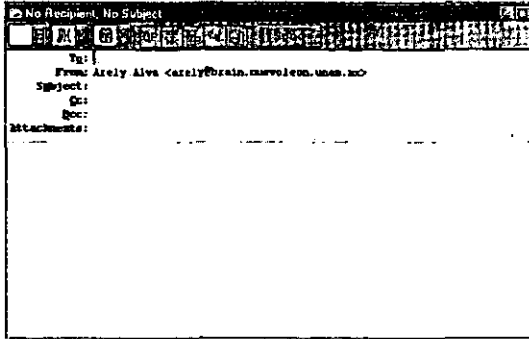


Figura 9\*

En el espacio de *FROM*, se asigna regularmente de manera automática el nombre del usuario que envía el mensaje, esta información se toma de la configuración del programa. El *SUBJECT* es el título del correo y se utiliza como una información resumida del tema a tratar en el mismo, ya que siempre que se recibe un correo el programa primero muestra el título para dar una idea de su contenido al usuario. *TO* representa el destinatario del correo, ésta debe de ser la dirección de correo electrónico de la persona a la cual va dirigido el mensaje. En *CC* (significa *Con Copia*) cuando se desea enviar una copia del correo a otra persona se escribe aquí la dirección de éste usuario, por último los *ATTACHMENTS* son archivos anexos, cuando en el mensaje se desea incluir algún archivo que contenga una carta, dibujos, fotos, videos, sonidos, informes, textos, etc; previamente procesados, en este campo se indica cual es el archivo que se quiere anexar. En la parte inferior se encuentra el espacio diseñado para componer el mensaje y es ahí donde se escribe el texto del correo. Por último, se debe seleccionar la opción *SEND* con lo cual el correo es enviado a su destino.

Otro software que también puede servir para la manipulación del correo electrónico es Microsoft Outlook, el cual viene incluido en la versión de Office 97 y también algunas otras, por ello es más fácil adquirirlo, por ser más comercial, a diferencia de los que vimos anteriormente.

Outlook es un programa organizador, funciona como agenda y además puede realizar las siguientes labores:

- Correo electrónico
- Calendario
- Lista de contactos
- Tareas
- Diario
- Notas

\* Opciones para el envío de correo, con Eudora.

En lo referente al correo, tiene la capacidad de enviar mensajes a otros usuarios, tanto en una red local como a computadoras remotas. Básicamente las ventajas con respecto a otros visualizadores de correo es que, permite crear una libreta de direcciones, esto hace tener mayor control sobre estas, además el texto del correo acepta varias funciones de procesamiento de texto, como la alineación, la sangría o bien, diferentes tipos de letra, lo cual da una mejor presentación a nuestros mensajes.

Algunos de los beneficios del correo electrónico son los siguientes:

- Como el correo electrónico proporciona una transferencia de alta velocidad y permite que el receptor escoja cuándo contestar, éste combina los beneficios de una comunicación instantánea con la libertad de interrumpirla.
- Debido a que una lista de correo permite que un grupo indeterminado de personas intercambie memorándums, ésta proporciona una forma para que esas personas que comparten un interés en común participen en una discusión.
- Ya que la mayor parte de las redes de computadoras ofrece un servicio de correo electrónico, es posible comunicarse con más personas utilizando este servicio que cualquier otro de Internet.
- Debido a que el correo electrónico puede incluir texto, gráficos y un sinnúmero de archivos, se puede utilizar para transferir documentos o mensajes.
- Como un programa de computadora puede contestar como correo electrónico y enviar una respuesta automática, muchos servicios de Internet se construyen para que el usuario pueda presentar una solicitud y recibir una respuesta por medio de éste.

Aunque el correo electrónico se diseñó originalmente para la comunicación entre dos personas, se ha ampliado y proporciona un medio de enlace entre los miembros de un grupo y permite que estos se comuniquen con un programa de computadora. Como resultado, el correo electrónico se ha convertido en uno de los servicios de Internet más ampliamente utilizados.

#### 2.2.4 Foro de discusión interactivo

El objetivo de un foro de discusión es permitir el intercambio de información entre dos o más personas, a través de una conversación por conducto de algún programa que permita platicar en Internet, en un foro los mensajes serán transmitidos instantáneamente alrededor del mundo hacia otros usuarios que utilizan computadoras conectadas a la red al mismo tiempo.

En los foros de discusión existe una gran variedad de temas a discutir, los cuales tratan asuntos específicos (ciencia, tecnología, humanidades, etcétera). Así el usuario podrá ingresar a la conversación que más le interese, identificándose en ella utilizando un sobrenombre (*nickname*), se pueden efectuar preguntas, opinar del tema en cuestión o sólo leer las conversaciones de los demás. Para poder participar en una discusión bastará con conectarse a una computadora que ofrezca el servicio e ingresar a un canal de conversación (tema de discusión). Una vez en el canal se podrá intervenir en la charla y salir

de ella; en caso de querer conectarse a otro canal que trate un tema diferente, basta con ingresar, participar y salir cuando se desee.

El IRC (*Internet Relay Chat, Charla Transmitida por Internet*) es un programa basado en un modelo cliente-servidor que nos permite conversar con múltiples usuarios en una red sobre un tema común. Esta Charla Interactiva en Internet forma parte de los servicios que ofrece la red y se utiliza para realizar una comunicación entre los usuarios de ésta. IRC es un sistema multiusuario de charla en línea, abarca una gran cantidad de usuarios para realizar comunicación entre todos y cada uno de ellos. De esta forma un usuario puede ver en la pantalla la conversación de los otros y si quiere puede entrar a formar parte de ésta.

A lo largo de la red, existen equipos especializados en prestar el servicio de IRC, estas computadoras son denominadas "Servidores de IRC", cuando se cuenta con un programa cliente de IRC, éste busca en la red las computadoras servidores, se conecta a ellas y recupera la información de los usuarios que están conectados en ese momento para iniciar una sesión de charla en línea. En la pantalla de la máquina aparecerá un listado de grupos de personas que en ese momento estarán en la sesión de charla, organizados por temas, los cuales son conocidos por los usuarios como canales, quizá se pueda encontrar un canal Español, donde todos los usuarios estarán conversando en este idioma.

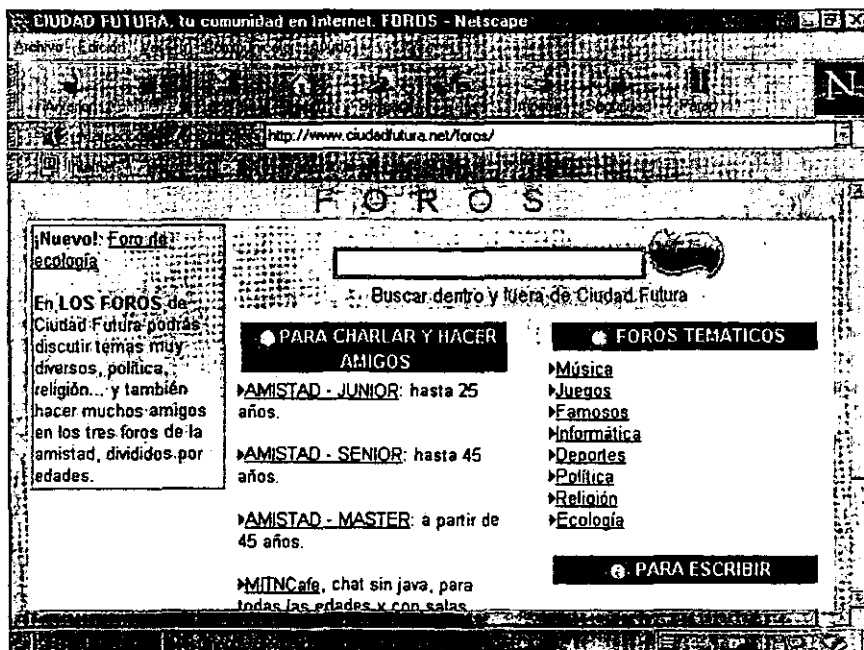


Figura 10 .

\* Ejemplo de un IRC.



Después de seleccionar el servidor de IRC al que se desee conectar, se procede a seleccionar un canal o grupo de conversación, el último paso es entrar a formar parte de la charla con todas las personas que se encuentran allí en ese momento. También es posible que dos personas se aparten del grupo para comunicarse en privado.

2.2.5 Páginas Internet

Este servicio también es conocido como *World Wide Web (Amplia Telaraña Mundial)* o simplemente *Web*, es un medio de información que sirve para trabajar en Internet. Fue desarrollado en 1989 en el laboratorio Europeo para el Estudio de la Física de Partículas (CERN, *European Laboratory of Particle Physics, Laboratorio Europeo para el Estudio de la Física de Partículas*), su objetivo era desarrollar una interconexión mundial de computadoras que pudiera dar fácil acceso a la comunidad de estudiosos de la física, a toda clase de información y archivos. No pasó mucho tiempo antes de que la gente se diera cuenta de que esa comunidad interconectada podría tener un alcance más amplio que el de aquellas personas interesadas en la física.

Los usuarios de Internet utilizan este servicio porque es agradable para ellos, presenta gráficas, colores, fotos, textos variados, etc., todo dentro de una página que se muestra en la pantalla de la computadora.

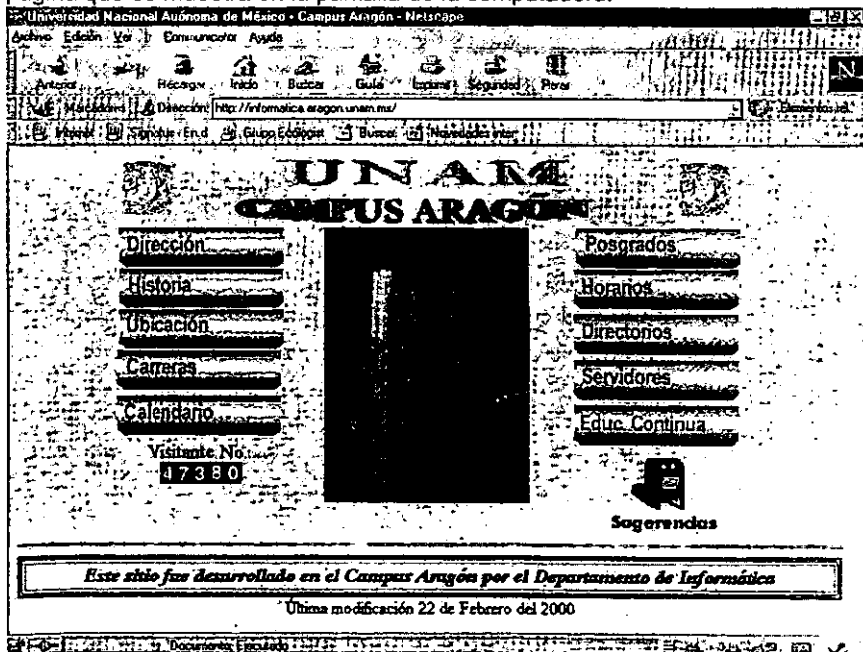


Figura 11.

\* Imagen de la Página en Internet de la Enep Aragón.

El Web trabaja sobre una estructura de cliente-servidor mediante la cual el programa en la computadora del usuario (cliente) solicita al servidor la información de interés, éste responde lo más pronto posible y termina así la transacción; los programas clientes son llamados *Browsers*, Visores o Navegadores.



Figura 12.

El WWW está basado en documentos tipo hipertexto, los cuales permiten saltar de un lugar a otro en una página, o de un sitio a otro dentro de la red, mediante algún enlace o *link*, estos son ciertas palabras o gráficas que sobresalen y se distinguen ya sea por su color, tamaño o tipo de letra, lo que permite diferenciarlas de las demás. La ligas producen un cambio en el cursor del mouse, lo hace cambiar de una flecha a una pequeña mano, si ésta se selecciona con un *click* del *mouse* el programa automáticamente iniciará la búsqueda por la red de una nueva dirección o lugar, que el enlace suministra mostrando una nueva página como el resultado de dicha selección.

El ir de página en página es lo que se conoce con el nombre de *Navegar* por la red, buscar información dentro de Internet sólo es cuestión de seleccionar los temas que son de interés del usuario, por ello es que el Web es tan popular, porque es fácil de utilizar.

## 2.2.6 Herramientas de búsqueda

Éstas como su nombre lo dice se emplean para hacer una búsqueda de información en el Web, para ello es necesario un visualizador, su trabajo será acceder a alguno de los servicios de búsqueda de información que permiten encontrar referencias o ligas hacia una gran variedad de servidores. Entre los más comunes están: [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), [www.altavista.com](http://www.altavista.com), [www.infoseek.com](http://www.infoseek.com), [www.lycos.com](http://www.lycos.com).

Una vez que aparece la página principal para buscar la información deseada se escribe en la caja de diálogo una palabra clave referente al tema

\* Imagen de Netscape Comunicator.

deseado y se da un click en el botón de *search* (buscar), esta acción enviará una petición al servidor de búsqueda, a lo cual regresará una lista de direcciones relacionadas con el tema en cuestión.

Para entender mejor como funcionan las herramientas de búsqueda, pasemos a una explicación más a fondo de ellas, estos servicios de búsqueda automatizada permiten que una persona encuentre información específica en una computadora remota en Internet, en particular, este servicio localiza en forma automática una página específica en WWW y además graba los nombres de las computadoras remotas encontradas como el resultado de la búsqueda y transfiere estos nombres a los visualizadores para poder así, acceder a la información.

Los mecanismos de la búsqueda automatizada, buscan artículos que tienen un nombre específico, el cual fue previamente señalado por el usuario, y otras buscan el contenido, igualmente específico. Cuando el usuario conoce el nombre de la página en forma imprecisa, o bien, conoce su contenido, las herramientas de búsqueda de contenidos pueden hallarlo.

Los servicios avanzados de búsqueda en Internet mejoran el acceso a la información, al presentar una página con ligas a otras en la red donde se encuentran los datos solicitados, de esta forma se puede estar navegando de una computadora a otra hasta encontrar la información precisa acerca del tema pedido, sobre todo estas herramientas ahorran mucho tiempo al usuario, al mostrarle en forma sintetizada los sitios donde puede encontrar páginas con esa información.

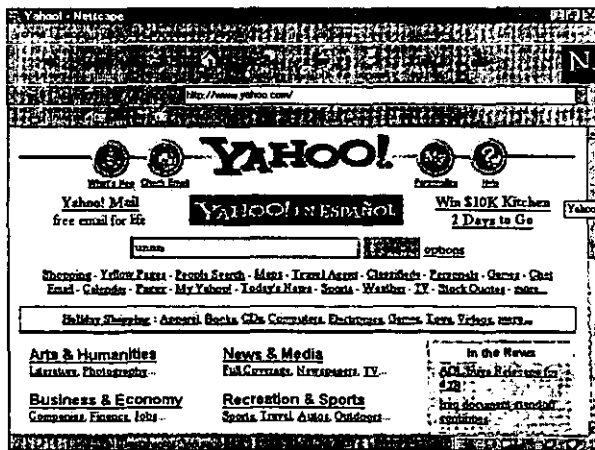


Figura 13.

\* Ejemplo de un servidor de búsqueda y de su funcionamiento.

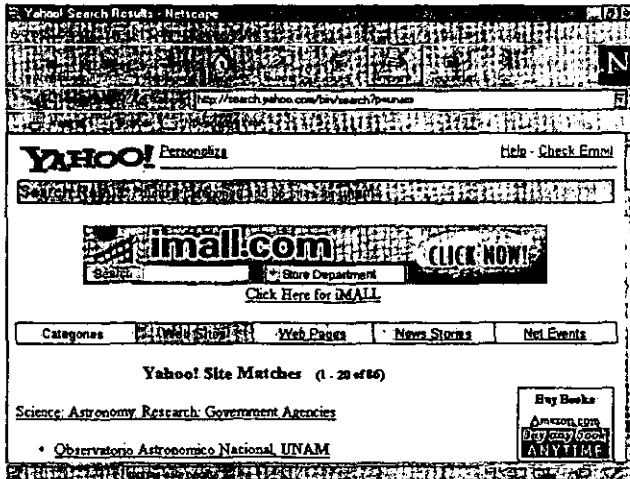


Figura 14.

## 2.3 Reglamentación

Si recordamos un poco acerca del nacimiento de Internet, veremos que la primera institución encargada de regularlo era el Departamento de Defensa de los Estados Unidos (DoD), posteriormente este papel lo desempeñó la Fundación Nacional de la ciencia (NSF), ésta es una pieza fundamental en la regulación de sus actividades, sin embargo debido a su expansión otros países han creado diversos organismos para controlarlo, de los cuales hablaremos más adelante. En cuanto a las restricciones para el uso de Internet de hecho podríamos decir que fundamentalmente existen dos, las de tipo ético y las económicas, dentro de éstas últimas se encuentra el tiempo que un usuario puede estar trabajando con otras computadoras en red, denominado "tiempo de sesión", el cual normalmente es controlado por la empresa o institución que le facilita el acceso, y otra es la impuesta por las limitaciones técnicas. Además una de las principales reglas que controlan Internet es el protocolo TCP/IP, éste se encarga de decir cómo se comunican las computadoras entre sí, cualquier máquina que utiliza Internet lo necesita, por ello es que a continuación hablaremos de él con más detalle.

### 2.3.1 Protocolo de Control de Transmisiones

Como programa o conjunto de estos, los protocolos son muy importantes para que las computadoras se comuniquen sin mucha intervención de los usuarios, el más extendido de los protocolos en el planeta se llama TCP/IP (*Transfer Control Protocol / Internet Protocol*), o sea, *Protocolo de control de transmisión / Protocolo Internet*, esta tecnología fue desarrollada a mediados de los años setenta, proporciona un medio estándar mediante el cual las

\* Ejemplo de un servidor de búsqueda y de su funcionamiento.

computadoras pueden comunicarse unas con otras, permitiendo así una comunicación efectiva y la conectividad dentro de Internet.

El TCP/IP está conformado por dos elementos principales:

- IP (Protocolo Internet), el cual define una serie de características para cada equipo que se encuentra en la red, lo que es conocido como dirección IP, la cual es un conjunto de bytes único y exclusivo para la computadora, de tal forma que todo dato que reciba o envíe a otro equipo lleva un "sello personal". Las direcciones IP se parecen a la dirección particular de cualquier persona. Cada computadora tiene una dirección asignada, lo cual no es arbitrario, pues depende de la ubicación geográfica del equipo.

IP como programa que es, actúa en forma semejante a como lo hace el servicio postal de todo el mundo, cuando enviamos una carta no nos preocupamos cómo se organizan las oficinas de correo, simplemente ponemos el sobre en el buzón, y es así como trabaja IP, libera al usuario del cómo se establecen las comunicaciones con las otras computadoras.

La dirección IP de una computadora puede escribirse de dos maneras: en forma numérica o con palabras separando los dominios con puntos, la primera tiene la siguiente estructura:

132.248.10.1

132: significa que la computadora se encuentra en México.

248: la computadora está en la UNAM.

10: la máquina se ubica en la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA).

1: es la primera en el edificio.

Debido a que a veces es difícil recordar todos los números, se ha implementado DNS, (*Domain Name System*) o lo que es lo mismo el servicio de nombres de dominio, son varias computadoras situadas en cada región del planeta, encargadas de traducir los nombres que escriben los usuarios al equivalente numérico, lo cual se puede observar en el siguiente ejemplo:

132: se convierte en **mx**, es decir dentro del dominio mundial la computadora está en México.

248: pasa a **unam**, en el dominio nacional, la máquina pertenece a la UNAM.

10: se transforma en **dgsc**, en el dominio regional, la computadora se localiza en la DGSCA.

1: se cambia por **servidor**, que es el nombre propio de la computadora.

Entonces tenemos que 132.248.10.1 es igual a escribir **servidor.dgsc.unam.mx**, debemos señalar que se leen al revés y que usar la forma escrita implica para el IP que alguna computadora tiene que hacer la traducción a la forma numérica. Veamos ahora el segundo elemento, el TCP.

- TCP (Protocolo de Control de Transferencias), éste se encarga de cumplir con el transporte de los datos a través de la red, por lo tanto, haciendo la analogía con el servicio postal, éste sería como el cartero. Partiendo de las direcciones IP, TCP crea paquetes de información, como sobres de correo, donde cada bloque contiene la dirección de quien lo emite, y la de quien lo debe recibir y los datos del usuario, es decir, el contenido de la carta.

TCP es dinámico, este programa vigila que únicamente reciba los datos quien dijo el emisor, efectuando un encriptamiento (protección de los datos) de los mismos para evitar que otro elemento de la red, distinto al destinatario, pueda verlos. Otra de sus tareas radica en permitir el acceso de datos provenientes de varias computadoras a la vez, si la información no tuviera forma de paquetes, entonces se esperaría mucho tiempo hasta que la otra parte terminara con la transmisión. Debemos señalar que todo este proceso es transparente para el usuario.

El TCP y el IP se complementan bien para trabajar juntos, el primero resuelve problemas de comunicación que el segundo no puede solucionar y proporciona a las aplicaciones una comunicación confiable, por ellos es que ambos deben de residir en toda computadora que desee comunicarse con otra en Internet.

### 2.3.2 Acta de Decencia en Telecomunicaciones

Cuando hablamos de las restricciones para el uso de Internet, señalamos dos, las de tipo ético y las económicas, pero sólo explicamos las segundas. Las primeras fueron implementadas por el Gobierno de los Estados Unidos por medio del Acta de Decencia en Telecomunicaciones, la cual regula el tipo de información que puede publicarse en Internet, observando que no debe ofender la moral de los menores.

En forma paralela existen límites de uso y políticas, estos se conocen como los 10 mandamientos de Internet:

1. Una cuenta en Internet es responsabilidad única y exclusiva de su dueño.
2. No se usará Internet o sus recursos para ofender a otros usuarios.
3. Se respetarán los límites de tiempo que imponga el proveedor de Internet.
4. No se usará Internet o sus recursos para causar fallas o pérdida de información en otros equipos.
5. No se publicará en Internet información falsa o confusa.
6. No se ejecutarán programas o procesos inútiles en Internet que puedan causar su bloqueo, parcial o total.
7. No se obtendrán datos no autorizados de otras computadoras en Internet.
8. No se utilizará la dirección IP asignada a otra computadora.
9. La información que se publique en Internet es responsabilidad exclusiva de quien la crea.
10. Siempre se debe dar crédito a los propietarios de información obtenida en Internet<sup>23</sup>.

Por medio de estas reglas se pretende controlar la información que se publica en Internet, pero debido a las dimensiones de la red, lograr esto es casi imposible.

<sup>23</sup> Pereyra Ortiz, María del Pilar, Internet, p 11.

### 2.3.3 Sociedad Internet

La Sociedad Internet (*Internet Society, ISOC*) es una organización no lucrativa compuesta principalmente por usuarios, se encarga de definir nuevas políticas, reglamentos, asignación de dominios, etc. Además apoya el desarrollo de tecnología en red y promueve el uso de Internet en las comunidades científicas y académicas. Ésta se localiza precisamente ahí en la red, es importante señalar que cada gobierno tiene políticas establecidas sobre las telecomunicaciones en su territorio, por ejemplo, mientras que en Europa casi no hay restricciones, en Vietnam el gobierno revisa todo tipo de comunicación que entra o sale de su territorio.

### 2.3.4 Internet 2

Internet 2 es uno de los programas de la UCAID (*University Corporation for Advanced Internet Development, Corporación Universitaria para el Desarrollo Avanzado de Internet*), que actualmente reúne a 120 universidades estadounidenses, consiste en desarrollar una red de *Gigapops* (puntos de presencia con capacidad de *gigabytes*), a los que los participantes se conectarán a través de un circuito de alta velocidad. Esta nueva red tiene una tecnología especialmente diseñada para usos académicos y su velocidad de transmisión es de hasta mil veces más que la actual, por ello es que promete revolucionar la forma en que actualmente se estudia, se enseña y se investiga en todo el mundo.

Además, será un laboratorio de pruebas para el software y hardware que hará posible la telemedicina (diagnóstico, revisión y hasta cirugía a distancia); la teleinmersión (reuniones en ambientes virtuales); la creación de bibliotecas, videotecas y fonotecas digitales; la instalación de laboratorios virtuales con manejo remoto de instrumentos; la realización de conversiones en tiempo real con video, audio y texto; las creaciones artísticas de alta resolución con múltiples participantes, como conciertos, danza y teatro; y el trabajo simultáneo de varias computadoras. Estos avances serían, después, aprovechados comercialmente en la actual Internet.

Este esfuerzo universitario es paralelo al proyecto Internet Nueva Generación (ING), lanzado por el presidente Bill Clinton en 1996 y organizado por la NASA y el Departamento de Energía, su intención es crear una supercarretera de información en menos de cinco años. Algunas personas sostienen que el proyecto de Internet 2 no es más que un disfraz para esconder las intenciones discriminatorias del gobierno de Estados Unidos y una maña de las universidades para conseguir fondos para actualizar sus sistemas de cómputo.

Internet 2 recibe fondos y subsidios estatales, además de la cuota de sus instituciones miembros, compañías como Cisco, IBM y MCI, interesadas en aplicar resultados de ese proyecto en la red comercial, también han aportado cuantiosas donaciones. Muchas personas creen que al crear una red mejorada y exclusiva para fines académicos y de investigación, en realidad se esté

buscando controlar en el futuro el acceso a esa red alternativa, lo que afectaría severamente a los no incluidos.

Debemos estar conscientes que de lograrse Internet 2, el impacto en la investigación sería contundente, el efecto de descargar el tráfico académico de la porción pública de Internet sería benéfico para ambas partes, además, se le devolvería a Internet el carácter original como medio de comunicación por excelencia para la educación y las ciencias, el cual perdió cuando la red se abrió en forma masiva.



## 2.4 Internet como herramienta de difusión

“En el pasado, tres avances fundamentales en la comunicación humana consiguieron alterar hasta la última faceta de nuestro mundo, de manera enorme y permanente. El primer avance fue el habla, el segundo la escritura y el tercero la imprenta.

“Ahora nos encontramos ante un cuarto adelanto en la comunicación y que resulta tan importante como los primeros tres: la computadora. Esta cuarta revolución nos permitirá a la mayoría de los seres humanos ser más creativos de cuanto lo hemos sido hasta ahora”<sup>24</sup>.

Ésta es una cita hecha por Isaac Asimov, físico, científico y escritor de centenares de libros, para muchos un hombre que se adelantó a su tiempo e imaginó un mundo futurista donde las computadoras y en particular los robots tendrían una parte trascendental en la vida de los seres humanos. Este escritor señala los avances fundamentales en la comunicación y dentro de ellos incluye a las computadoras, que de muchas formas han venido a modificar nuestra vida.

Como ya había mencionado en apartados anteriores, las computadoras forman una parte muy importante en la creación de Internet, por ello hice hincapié en la cita anterior, pues sin las computadoras simplemente la red de redes no sería posible.

Ahora bien, el motivo del presente apartado es exponer porqué creemos que Internet es una herramienta de difusión. Antes que nada empecemos por definir qué es la difusión, el **difundir** es divulgar o propagar algo, es decir dar a conocer cierta noticia o información. Una herramienta es un instrumento que nos ayuda a realizar nuestro trabajo, si unimos ambos conceptos tendremos que una herramienta de difusión es un instrumento que facilita la divulgación o propagación de la información.

Si aplicamos este concepto; un tríptico, un volante o incluso un anuncio espectacular, podrían considerarse como una herramienta de difusión, pues su principal objetivo es transmitir cierta información a una persona. Antes de continuar, es necesario exponer que la difusión de información tiene ciertas limitaciones implícitas, la primera sería la obligada manipulación que se efectúa para seleccionar la información que se considera más importante o conveniente, es decir determinar qué es lo que se desea difundir, y además algunas otras limitaciones del destinatario y el medio, que ya habíamos mencionado en nuestro primer capítulo.

Es importante señalar que la información en la comunicación de masas, va destinada a una audiencia grande, heterogénea y anónima. Con este punto quedarían muy cortos el papel de un tríptico, un volante o un anuncio espectacular como herramienta de difusión, porque es muy probable que la gente no les ponga atención, y si alguien lo hiciera serían tan pocos que tendrían una audiencia muy reducida.

---

<sup>24</sup> Asimov, Isaac, “Un futuro fantástico” en Visiones de Robot, p 437.

Recordemos un poco a un gran filósofo que realizó muchas investigaciones y aportó teorías acerca de la comunicación, Marshall McLuhan, él nos hablaba de los medios cálidos y los medios fríos, al respecto cada uno presenta diferentes características. Los medios cálidos son de baja participación, pues le dejan al público pocas cosas por completar y además excluyen a los individuos. En contraparte un medio frío es de alta participación e incluyen a las personas. Si retomamos nuevamente nuestro ejemplo de los volantes estos podrían ser considerados como herramientas del tipo frío, esto en caso de que lo fueran, porque como ya habíamos señalado la difusión de la información que hacen es muy limitada.

Retomando Internet, es importante señalar que la red de redes puede ser considerada por mucho la "*hemeroteca virtual*" más grande del mundo, en donde por medio de las páginas Web, podremos encontrar cantidades de información sorprendentes. Obviamente que la Web se ha hecho de "mala reputación" y por ello muchas personas consideran que el uso de Internet cumple fines meramente de esparcimiento, pues para lo único que sirve es para matar el tiempo platicando en los Chat's, jugando y buscando información irrelevante, pero dentro de todas las desventajas que podría tener, hay muchas cosas rescatables. Prueba de ello es el proyecto de *Internet 2*, cuyo objetivo será crear una red que retome los aspectos académicos y deje de lado la comercialidad y tantos otros vicios que ha adquirido la hoy tan popular Internet.

También es pertinente señalar las obvias desventajas que presenta Internet. Parte del principal problema que tiene la red es la desigualdad que presentan las personas para acceder a esta información, pues algunos países no cuentan con la infraestructura para que accedan a esta tecnología.

Al respecto, siempre existen básicamente dos puntos de vista acerca de los cambios tecnológicos, los optimistas, que tienen esperanza en lo nuevo y los pesimistas que no quieren utilizar los avances tecnológicos y mucho menos admiten sus beneficios y en cambio, exageran los efectos negativos que estos puedan tener.

Pero no podemos ser tan extremistas, pues es imposible hablar de las ventajas o de las desventajas, sin que al hablar de una tengamos que hacer referencia de la otra y viceversa, lo importante es reconocer que Internet ha cambiado el panorama mundial de la información.

"Lo anterior permite percibir la enorme importancia que se le empieza a conferir a la información, y por ende a los nuevos medios electrónicos. Hasta se dice que será la pauta para diferenciar entre pobres y ricos, en futuro. Esto resulta exagerado porque existen desigualdades económicas muy graves en el mundo que son provocadas por muy diversos factores, dentro de los cuales la falta de información es desafortunadamente, solamente uno de ellos"<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Sánchez Guzmán, Eva, en la tesis "La importancia de la red internacional de computadoras (Internet), dentro del marco político nacional, en el período de 1993-1996", p 11.

No podemos asegurar que en el futuro los países o los individuos que no puedan utilizar las diferentes tecnologías, como es el caso de Internet, por el hecho de que no tengan acceso a la información por este canal estarán en una gran desventaja o serán pobres. Las desigualdades en cuanto al uso de los recursos tecnológicos dependen mucho de la economía e infraestructura del país y de muchos otros factores, pero no por ello debemos dar la espalda a la tecnología e ignorarla y hacer como si no estuviera ahí.

Podríamos decir que lo que la red hace es reflejar la desigualdad mundial, pues no en todos los países se tienen los recursos económicos, ni la infraestructura necesaria para contar con esta tecnología, por ello es obvio que para una persona con carencias económicas, alimenticias, de salud o de vivienda, el acceso a Internet no tendrá el menor sentido hasta que resuelva sus necesidades primarias. Todas estas desigualdades se ven incrementadas en los países llamados del "tercer mundo". Aquí entrarían algunos de los países de Latinoamérica, por ello es que a nivel mundial, como podemos observar en las siguientes gráficas, ocupamos el cuarto lugar en todo el mundo en cuanto al número de usuarios que utilizan Internet. El total mundial de los usuarios de Internet en todo el mundo es de **407.1 millones**, de lo que Latinoamérica ocupa **16.45 millones**, muy por debajo de E.U., Europa o Asia, todo esto debido a que somos una región con muchas limitaciones económicas y sobretodo con una infraestructura muy pobre, lo cual impide que un porcentaje mayor de la población pueda tener acceso a Internet.

#### Distribución del número de usuarios en Internet en diciembre del 2000

Total Mundial		407.1
Lugar	Continente o Región	# de usuarios en millones
1	Canadá y E.U.	167.12
2	Europa	113.14
3	Asia / Pacífico	104.88
4	Latinoamérica	16.45
5	África	3.11
6	Oriente Medio	2.40

Figura 15.

Estos datos ya representados en porcentajes, nos muestran, en la siguiente figura que Latinoamérica ocupa tan sólo un 4,04 % del total de usuarios en Internet en todo el mundo.

\*Datos tomados de [www.nua.com/surveys/how\\_many\\_online/index.html](http://www.nua.com/surveys/how_many_online/index.html) última actualización de la página en Diciembre del 2000.

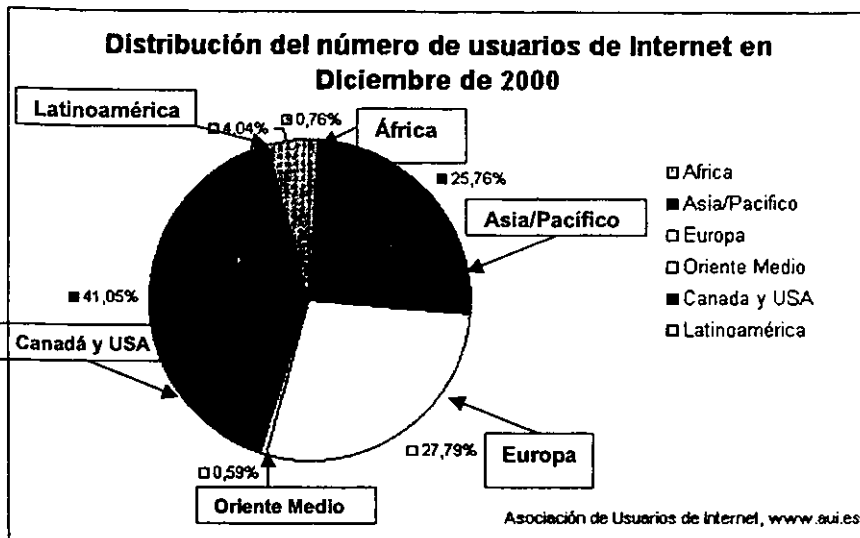


Figura 16.

Todas estas cifras nos muestran un panorama desalentador para países como el nuestro, pero para apreciar de manera más clara la situación actual de México veamos la siguiente tabla.

**Internet en América Latina**  
**Número de usuarios conectados a Internet en Latinoamérica en 1998 y 1999, con previsiones para los próximos años**

Año	1998	1999	2000	2001	2002	2003
No. de Usuarios (en miles)	5.282,2	8.665,3	13.313,3	18.296,1	23.547,7	29.596,2

Fuente IDC.

Figura 17.

Como podemos observar, los datos anteriores difieren de los presentados con el número total de usuarios en Internet a nivel mundial, mientras que en la primera tabla observamos que para Latinoamérica se obtuvieron **16.45 millones** de usuarios, en la tabla anterior, la de los usuarios conectados sólo en 1998 y 1999, con previsiones para el 2003, para el año

\* Datos tomados de [www.aui.es/estadi/estadi\\_int\\_america\\_latina.htm](http://www.aui.es/estadi/estadi_int_america_latina.htm) última actualización de la página en Diciembre del 2000.

\*\* Datos tomados de [http://www.aui.es/estadi/estadi\\_int\\_america\\_latina.htm](http://www.aui.es/estadi/estadi_int_america_latina.htm) última actualización de la página en Diciembre del 2000.

2000 calculaban **13.313 millones**, y como pudimos ver se tuvieron aproximadamente 3 millones más de lo esperado. Estos datos aún pueden parecer abstractos si no los comparamos con la realidad de nuestro país, veamos la siguiente figura.

### Número de usuarios (en millones) y porcentaje respecto de la población de cada país

Lugar	País	1999	2003
1	Brasil	5,8 (3.3%)	20,1 (11.1%)
2	México	1,0 (1.0%)	4,8 (4.4%)
3	Argentina	0,7 (1.8%)	4,0 (10.3%)
4	Colombia	0,6 (1.4%)	2,5 (5.8%)
5	Chile	0,3 (1.9%)	1,4 (9.1%)
6	Venezuela	0,3 (1.4%)	1,4 (5.5%)
7	Perú	0,2 (0.7%)	1,0 (3.4%)
8	Otros Países	0,4 (0.4%)	2,5 (2.2%)
<b>Total</b>		<b>9,3 (1.8%)</b>	<b>37.6 (6.8%)</b>

Fuente: Jupiter Research

Figura 18.

El primer lugar de esta lista lo encabeza Brasil, un dato curioso sería el de las llamadas "urnas electrónicas" que se utilizan en este país para votar, pues en noviembre del 2000, se llevo a cabo una votación electrónica, donde por primera vez un país latinoamericano usó esta vía (Internet) de forma masiva. "Los electores de cinco mil 600 municipios de Brasil tendrán la oportunidad de seleccionar a sus autoridades locales a través de urnas electrónicas. Si bien es cierto que éstas no son desconocidas en esta región, pues ellas se empezaron a usar desde 1996 en 50 ciudades brasileñas, en 1998 pasó a 520, ahora se cubre todo el territorio nacional y con ello se garantiza un resultado electoral casi en tiempo real"<sup>26</sup>. Este sería un claro ejemplo de un buen empleo de Internet en algo tan importante como las elecciones de un país, con las ventajas de que los resultados obtenidos por el conteo de los votos sería más rápido que de forma tradicional, y también más seguro.

Ahora bien, si observamos, de esos 9 millones de usuarios aproximados que tuvo Internet en Latinoamérica en 1999, México cooperó con un millón de usuarios, lo que corresponde al 1,0% de la población de nuestro país, esto si tomamos en cuenta que se calcula que en nuestro país existe una población de 92,718,000 habitantes aproximadamente, este porcentaje nos ubica en el lugar número dos de países en América Latina que acceden a Internet. Es bien cierto

<sup>26</sup> Datos tomados de [http://www.aui.es/estadi/iestadi\\_int\\_america\\_latina.htm](http://www.aui.es/estadi/iestadi_int_america_latina.htm) última actualización de la página en Diciembre del 2000.

<sup>26</sup> Urnas electrónicas en "el navegante" en la Revista *etcétera* de noviembre del 2000, p 21.

que este porcentaje es mínimo, pero tomemos en cuenta que como ya habíamos mencionado la infraestructura de nuestro país es limitada.

Es importante destacar que los datos varían de tabla a tabla, porque han sido tomados de diferentes páginas que se dedican a hacer el conteo de los usuarios en Internet, en algunas se cuenta con datos sólo hasta 1999 y los siguientes años son tan sólo previsiones, en cambio en otras el dato está actualizado hasta el año 2000, por ello la variación en los resultados. Veamos la siguiente tabla, es interesante pues nos muestra el número de usuarios que han tenido acceso a Internet en los últimos años, tan sólo en nuestro País.

	Fecha	# de usuarios	% de la Población	Fuente
<b>México</b>	Noviembre 1997	370,000	0.38 %	CommerceNet Research
	Diciembre 1998	504,900	0.5%	Mori de México
	Diciembre 1998	713,000	0.7%	IDC
	Abril 1999	600,000	0.6%	IABIN
	Septiembre 1999	900,000	0.9%	Visa México
	Febrero 2000	1.3 millones	1.3%	Júpiter Communications
	Abril 2000	2.45 millones	2.44%	ITU ( <i>International Telecommunications Union</i> , Unión Internacional de Telecomunicaciones)
	Julio 2000	2.5 millones	2.49%	ITU

Figura 19.

Como podemos observar en los últimos años se ha incrementado notablemente el número de usuarios en Internet en nuestro país, sin embargo, todavía es un porcentaje mínimo de la población el que tiene acceso a esta tecnología, y pasarán muchos años más, para que Internet se convierta en un aparato de uso familiar como la televisión.

Una vez que hemos visto un panorama general del actual futuro de Internet en México y algunas cifras un tanto alentadoras al respecto, podemos ver que la red apenas está despegando en América Latina, y en México su crecimiento ha sido sorprendente; tan sólo de Febrero del 2000 a Abril del mismo año aumentó en más de un millón de usuarios, es decir en 2 meses casi se duplicó la cantidad de cibermautas. Ahora veamos algunos de los servicios más recientes de Internet que podrían ayudar enormemente a la difusión de la información.

\* Datos tomados de [http://www.nua.com/surveys/how\\_many\\_online/s\\_america.html](http://www.nua.com/surveys/how_many_online/s_america.html) última actualización de la página en Diciembre del 2000.

## Telefonía por red

Las recientes noticias de Internet dejan algo en claro: se puede transmitir de todo. "Vean simplemente los líos de Napster y la música en línea, los líos de DeCSS y el video en línea, y los progresos de las compañías como Real Networks y la fusión de Time-Warner y AOL nos indican que pronto vamos a tener televisión en línea, que se unirá al webcast radiofónico para que los medios de comunicación se integren a la red"<sup>27</sup>.

Antes de todo el auge de Internet hubo una herramienta que empezó hace algún tiempo, para ser precisos, el 14 de febrero de 1876 Alexander Graham Bell, solicitó la patente por su invento, el teléfono, éste está apunto de cumplir 125 años, esa herramienta que empezó pequeña, tiene un potencial enorme, el de difundirse en todo el mundo y convertirse en algo de todos los días, esto es la telefonía.

Ésta nace de la necesidad de comunicarse con los demás, cuando se necesita hacerlo de manera inmediata a larga distancia, el teléfono sigue siendo el líder, pues la voz transmite más que únicamente el texto y además existe actualmente ya la infraestructura extendida por todo el mundo, pues hay muchas más personas con teléfonos, que con computadoras que puedan acceder a Internet y ocupar los Chat's o algún otro programa que permita la comunicación en tiempo real con otra persona.

El problema que presenta el teléfono es que es un servicio caro y en larga distancia lo es aún más, pero recordemos que para Internet la distancia no es ninguna limitante, pues se puede bajar información de sitios lejanos, como la India, o lugares que quedan en el otro extremo del mundo sin que esto implique un mayor costo. Todo esto es posible gracias a que la computadora no hace llamadas internacionales para conectarse a páginas de otros países, sino que llama al proveedor local de Internet (Telmex, Tutopia, Terra, etc.) y los servidores son los que se comunican con el resto de la red.

En los primeros intentos por incorporar el teléfono a Internet, estos programas de telefonía tenían costo tanto monetario como de tiempo. Esto se hacía con una conexión **PC-a-PC**, lo que requería que los usuarios tuvieran el mismo software, y más aún el mismo sistema operativo, esto dificultaba la conexión. Hay otra aplicación más útil, la de **PC-a-teléfono**, pues aquí sólo una persona necesitaba tener una computadora con capacidad de sonido (multimedia). La computadora no manda los datos al teléfono destino, sino que tiene que utilizar algún servicio que reciba la información digital y la transfiera, ya convertida en voz, a la red telefónica del área. Hay muchos servicios de este tipo que manejan diferentes esquemas de funcionamiento, algunos viven de publicidad y son gratis, pero la mayoría cobra una cuota fija o por llamada, que de cualquier modo sale más barato que cualquier servicio de larga distancia.

También está el modo **teléfono - a - teléfono**, que a diferencia de una llamada normal, los servicios de "TaT" no enlazan la computadora directamente con el receptor, sino que llaman a un proveedor telefónico que a su vez codificará la llamada con sus propios recursos y enviará la señal a Internet. Para que se logren evadir los costos de una larga distancia gracias a Internet, se necesita:

<sup>27</sup> Melchor, Alejandro, "Seguimos en Contacto, Telefonía por red" en *Revista WWW*, p 44.

- ☎ Una computadora con acceso a Internet
- ☎ La computadora debe tener tarjeta de sonido (para poder transmitir la voz)
- ☎ Una conexión con micrófono
- ☎ Las bocinas o la diadema

Obviamente entre más calidad tengan todos estos requisitos, mayor será la calidad del servicio. "Actualmente, en nuestro país las conexiones simplemente no dan para que Internet sustituya a la red telefónica, pero estamos avanzando muy rápido en ese aspecto y mientras más computadoras con Internet existan y más usuarios se harten de soportar a su compañía de larga distancia, la demanda de este tipo de servicios crecerá y las compañías tradicionales se enfrentarán a una nueva competencia de un medio que no esperaban (que ya ha sucedido antes)"<sup>28</sup>.

La siguiente es una lista de compañías que ofrecen este servicio:

Nombre de la Compañía	Dirección electrónica
Delta Three	<a href="http://www.deltathree.com/">http://www.deltathree.com/</a>
DialPad	<a href="http://www.dialpad.com/">http://www.dialpad.com/</a>
Firetalk	<a href="http://www.firetalk.com/">http://www.firetalk.com/</a>
Net2Phone	<a href="http://www.net2phone.com/">http://www.net2phone.com/</a>
MediaRing	<a href="http://www.mediaring.com">http://www.mediaring.com</a>
FreeWebTel	<a href="http://freewebtel.com">http://freewebtel.com</a>
Visitalk	<a href="http://visitalk.com">http://visitalk.com</a>

### **Integración de la Televisión y la radio en Internet**

Como bien se menciona al principio del apartado de la telefonía por red, muy pronto se espera tener también a la televisión en línea en Internet, con ello se logrará que los medios de comunicación se integren a la red. Anteriormente para poder ver la televisión desde la computadora se necesitaba una tarjeta especial de video, que ayudaba a la computadora a captar la señal de las televisoras. Actualmente, gracias a un software es posible ver la televisión en línea por Internet.

El software es el *RealPlayer 8 Plus*, del cual se puede obtener gratuitamente una copia en la siguiente dirección <http://www.real.com/index.html?tongo=es>, este paquete permite al usuario hacer la visualización de Audio y Video (A / V) en Internet, también presenta la integración de una guía de programación [www.realguide.com.mx](http://www.realguide.com.mx), además algunas otras características de este programa son las siguientes:

<sup>28</sup> Melchor, Alejandro, "Seguimos en Contacto, Telefonía por red" en, p 45.



- ✓ Ésta nueva versión está disponible en Español
- ✓ El Video es brillante y con controles de imagen
- ✓ Da un sonido excelente con equalizador gráfico
- ✓ Posee un sintonizador integrado que facilita la elección de las emisoras favoritas entre más de 2,500 emisoras de radio en Internet de todo el mundo (Real.com Radio Tuner)
- ✓ Mejora la calidad de sonido
- ✓ Añade efectos visuales espectaculares que sincroniza con la música que se elija
- ✓ Se puede reproducir el 85% del contenido de A / V de Internet

Básicamente este software nos permite ver la televisión en línea, algunas cadenas televisivas como es el caso de TV Azteca permiten hacer esto, en su página principal tiene una liga para "Entrar a la Televisión en Línea", ésta nos envía a la página correspondiente donde podremos hacer la visualización de la Tv Digitalizada, si contamos con el programa anteriormente señalado.

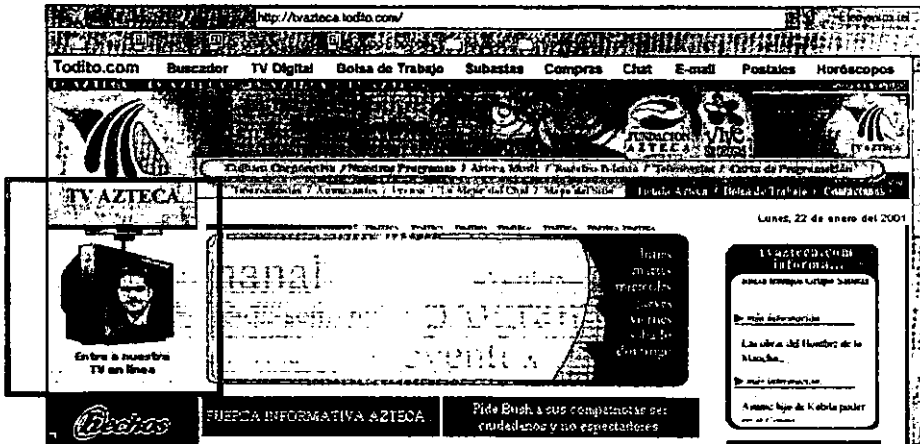


Figura 20.

Aquí podemos apreciar en el recuadro negro, la liga para poder acceder a la TV en línea. Para ver ahora si la televisión desde Internet, la señal de ésta es primero digitalizada para que la computadora pueda entenderla, y así hacer que viaje por medio de Internet.

La ventaja de esta herramienta es que podremos ver la señal de televisoras de diferentes partes del mundo y también escuchar radiodifusoras, esta ventaja además de tener fines de esparcimiento, podría servir para estar informado de noticias que aparezcan en cualquier parte del mundo, obviamente aquí el inconveniente sería el idioma, pues lo más probable, es que si vemos noticieros del algún otro país estos serán transmitidos en su idioma natal.

\* Imagen de la página principal de Tv Azteca del 22 de Enero del 2001.

A continuación presentamos una imagen del Real Player 8, en la cual podemos observar a la famosa cadena de noticias CNN, en línea desde Internet, como se puede apreciar aunque la imagen que nos muestra es pequeña, la calidad y definición no son tan malas.

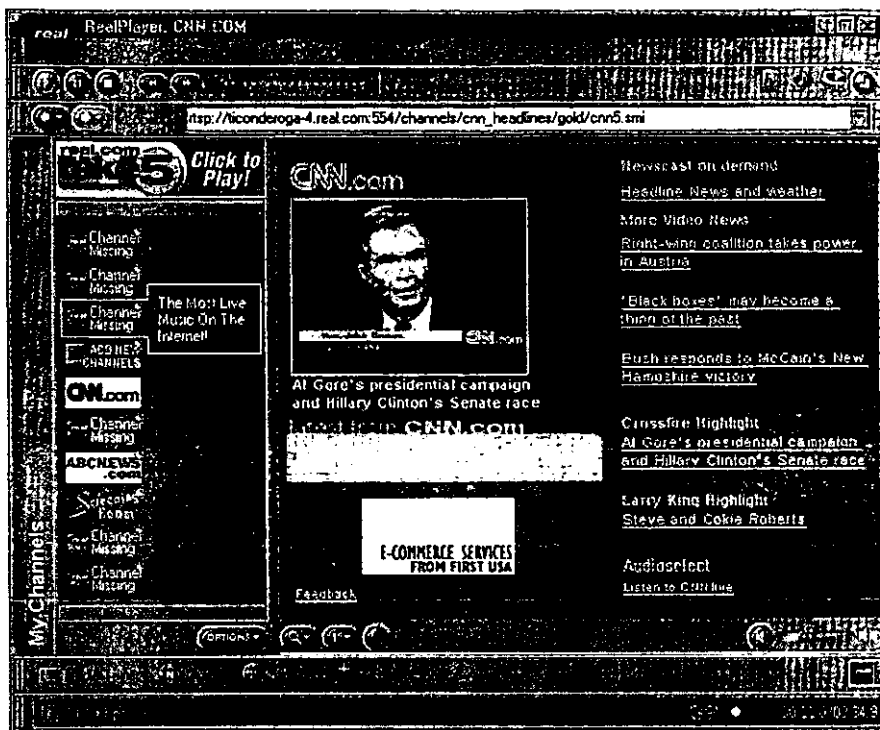


Figura 21.

Lo destacable acerca de este nuevo avance tecnológico es la posibilidad de tener tanto a la Radio como, ahora, a la Televisión en Línea en la red para lograr que los medios de comunicación se integren en una sola herramienta, en este caso Internet.

### **Videoconferencia**

La videoconferencia es un sistema de comunicación diseñado para llevar a cabo encuentros a distancia, el cual, nos permite la interacción visual, auditiva y verbal con personas de cualquier parte del mundo (siempre y cuando los sitios a distancia tengan equipos compatibles y un enlace de transmisión entre ellos).

\* Imagen de CNN On Line a través de Internet por medio del programa Real Player 8.

Con la videoconferencia podemos compartir información, intercambiar puntos de vista, mostrar y ver todo tipo de documentos, dibujos, gráficas, acetatos, fotografías, imágenes de computadora y videos, en el mismo momento, sin tener que trasladarse al lugar donde se encuentra la otra persona.

La comunicación se realiza a través de equipos especiales que transmiten audio, video y datos de computadora, permitiendo a los usuarios la interacción simultánea entre varios sitios. Esta señal se transmite por diferentes canales de transmisión (cable coaxial, fibra óptica, microondas o satélite), todos estos medios se utilizan igualmente para conectar las computadoras en una red local y así hacer que se enlacen a Internet por medio de *modem*, fibra óptica, etc.

Las funciones básicas que realiza un equipo de Videoconferencia son las siguientes:

- ✓ Establecer la comunicación a otro sitio.
- ✓ Controlar el audio, es decir, regular el nivel de volumen del sitio local que se transmite a los demás sitios.
- ✓ Selección y control de cámaras, cuando se trabaja con dos a más cámaras, mediante el equipo de videoconferencia se puede elegir la cámara cuya señal queremos transmitir.
- ✓ Hoja de dibujo, es un pizarrón electrónico que aparece en uno de los monitores con una barra de menús que nos permite hacer anotaciones y trazos sobre imágenes capturadas previamente.

Los accesorios del equipo de Videoconferencia pueden ser los siguientes:

- ✓ **Cámara de documentos**, a través de ella se puede proyectar:
  - Textos impresos en papel,
  - Láminas de gráficas,
  - Pequeños objetos tridimensionales,
  - Páginas de libros y revistas,
  - Señales de audio y video de una videocassettera,
  - Fotografías,
  - Diapositivas,
  - Negativas,
  - Radiografías,
  - Transparencias,
  - Acetatos,
- ✓ **Videocassettera**, sirve para grabar el sitio local o el remoto durante la Videoconferencia o para reproducir material audiovisual.
- ✓ **Videocámara**, con ella se puede enfocar personas y objetos desde otro ángulo con mayor detalle y precisión.
- ✓ **Computadora**, se puede transmitir y compartir con el sitio remoto cualquier programa o documento.

Algunas de las herramientas y equipos auxiliares del sistema de Videoconferencia son:

- ✓ **Internet**, antes durante o después de una sesión por Videoconferencia permite la comunicación permanente entre los participantes.

Asimismo, al poder utilizar Internet también podemos ocupar algunas de sus servicios como: correo electrónico, sesiones remotas, etc.

Dentro de las actividades que se pueden llevar a cabo utilizando los sistemas de Videoconferencia, podemos mencionar los siguientes:

- ✓ Reuniones ejecutivas.
- ✓ Educación a distancia.
- ✓ Cursos especializados.
- ✓ Conferencias.
- ✓ Telemedicina.
- ✓ Diplomados.
- ✓ Asesorías.
- ✓ Seminarios.
- ✓ Capacitación técnica.

Quise señalar este aspecto, por la utilidad que puede tener el servicio de Videoconferencia, sobretodo para fines académicos, este sistema de comunicación le permite a un grupo de personas estar en contacto y comunicarse. Por este medio muchas universidades, tal es el caso del Tec de Monterrey, da clases a distancia por Videoconferencia; la UNAM, tiene planeado para este año hacer lo mismo. Los datos, imágenes y todo lo que se transmita por la videoconferencia, transita por el mismo medio que Internet, es decir, es necesario que las máquinas que quieran acceder a este servicio estén conectadas en red, ésta sería otra de las utilidades de las redes de computadoras, poder comunicarse y por medio de un equipo y un programa especial, hacer una Videoconferencia, otra forma de comunicarse a distancia.

### **Internet movil**

Para poder tener acceso a Internet, ya sea desde la oficina o en la casa, se necesita establecer la conexión, si hacemos ésta desde el hogar será vía modem, donde la señal viajará por la línea telefónica, si lo hacemos desde la oficina, dependiendo de los recursos se tengan, podrá ser vía una tarjeta de red o un LAN-modem, o bien, por fibra óptica o señal satelital, es decir, el punto es que necesitábamos tener la línea telefónica o algún cable a nuestra computadora para acceder a Internet, lo que hacía que la conexión no fuera movil, sino más bien fija.

Actualmente se cuenta en México con el servicio de una empresa que ofrece el servicio de e-mail e Internet movil, **Movil @ccess**. Esto lo hacen posible a través de la venta de un equipo especial y el alquiler del servicio de conexión, éste tiene la enorme ventaja de que se puede hacer de manera inalámbrica, lo cual permite estar en contacto en tiempo real con el mundo

personal y de negocios; es decir, supongamos que un empresario va recibir un e-mail con datos muy importantes, pero necesita salir urgentemente de su oficina, entonces tendría que decidir entre esperar el correo electrónico o salir a su cita. Con este sistema es como llevar el mail siempre a cualquier parte.

Algunos de los servicios que ofrece **Movil @ccess** son los siguientes:

- ✓ Asistentes las 24 hrs. del día los 365 días del año.
- ✓ *Pocket e-mail*, sirve para enviar o recibir e-mails de cualquier dirección de correo electrónico en tiempo real.
- ✓ Oficina Virtual, donde se puede enviar y recibir e-mails corporativos, información de Internet (como de finanzas, noticias, etc.) servicios adicionales de agenda, recordatorio de citas, calendario, despertador, contactos.
- ✓ *Roaming Internacional*, si se tiene que viajar a Estados Unidos el equipo tendrá cobertura.

La empresa ofrece varias opciones de acuerdo a los diferentes tipos de personas y necesidades:

- ✓ *Movil Office*: para profesionistas, empresas y ejecutivos.
- ✓ *Movil Medic*: para médicos o para usar en consultorios, para avisos de emergencias, en hospitales o farmacias.
- ✓ *Movil Metric*: para controlar mejor máquinas expendedoras, cajeros automáticos, sistemas de seguridad.

Independientemente de la empresa, lo que es importante destacar es la posibilidad de tener la conexión a Internet y poder utilizar uno de sus servicios más populares de manera inalámbrica, sin tener que estar en un lugar fijo para poder hacerlo, esto es un paso adelante para la red.

## Perspectivas de Internet como herramienta de difusión

Por medio de este apartado pretendemos enfatizar varias cosas. Como ya mencionamos nuestra definición de una herramienta de difusión es: un instrumento que facilita la divulgación o propagación de la información; ahora las razones por las que nos atrevemos a decir que Internet es una herramienta de difusión son varias.

Ya vimos los servicios de Internet; Sesión remota, Transferencia de archivos, Correo electrónico, Chat's, Páginas Web y Herramientas de búsqueda, entre otros, estos son los servicios mundialmente difundidos, en la mayoría de ellos los usuarios se comunican con otra persona que físicamente puede estar en el otro extremo del mundo, sin que esto implique un gasto mayor, al comunicarse con otra persona, se puede compartir datos. También están las páginas Web que básicamente nos muestran información de todo tipo, para poder encontrarla en forma más rápida y eficiente es necesario utilizar las herramientas de búsqueda, que son como una especie de "*Sección amarilla*" de Internet, la cual nos muestra todas las opciones donde podemos encontrar lo buscado.

Todo esto nos lleva a decir que Internet, ante todo, es sinónimo de información, y si el objetivo principal de la difusión es propagar información, entonces, ¿no Internet sería por sí sólo y por sus servicios una herramienta que nos ayuda a lograr esta difusión?

También debemos plantar los pies en la tierra y reconocer que por muchos adelantos e innovaciones que presente esta nueva tecnología, son todavía muy pocas las personas que pueden entrar a navegar y comprobarlo por sí mismos, aproximadamente se calcula que hasta Julio del 2000, 2.5 millones de mexicanos entraron a Internet, es decir casi el 2.5% de la población, esta cifra es irrisoria, sin embargo, el número de usuarios está creciendo a pasos agigantados, pues de menos para la población de clase media y alta no es tan difícil entrar a navegar. Ahora en la mayoría de las preparatorias se enseña computación, igualmente en las universidades, también se ha dado un auge de la renta de computadoras con acceso a Internet por medio de los llamados *Cibercafés*, por ello muchas páginas que ofrecen el servicio de e-mail gratis señalan que es posible tenerlo, aún sin tener una computadora propia.

Es decir, si bien es cierto que son pocas las personas que navegan en Internet, no podemos por ello menospreciar ni hacer menos a los servicios y ventajas que ofrece, que es desigual la forma en que hace la distribución es evidente, pero recordemos que esa no es entera culpa de Internet, pues eso en gran parte depende de la infraestructura y economía del país.

Esto es tan sólo uno de los servicios más utilizados y conocidos mundialmente, pero en este apartado mencionamos algunas innovaciones que podrán ayudar a difundir mucha más información. Tal es el caso de la telefonía por red, que se auxilia de un aparato que ya forma parte de la vida cotidiana de la mayoría de la gente, el teléfono, y busca que la comunicación de larga distancia, por éste medio y una computadora con acceso a Internet, resulte mucho más barata que con la forma tradicional, el ahorro de costos que esto significa es lo que hará que muy probablemente en un futuro no muy lejano, todas estas compañías que ofrecen telefonía por Internet se expandan en todo

el mundo, y seguramente no tardará mucho en que estos servicios se ofrezcan en México para que podamos hablar con nuestros vecinos del Norte sin que resulte tan cara la llamada de larga distancia. Si anteriormente el teléfono ya era utilizado como un medio de comunicación, y si Internet aprovecha las ventajas de este aparato y ayuda a reducir sus costos, entonces podemos casi asegurar que Internet cumple su papel de herramienta de difusión, pues comunica por medio del teléfono a las personas, con la diferencia de que es más barato para los usuarios que una larga distancia tradicional.

Ahora por si esto no fuera suficiente, en últimas fechas se dio un gran avance tecnológico, la posibilidad de tener no sólo la radio en línea, que ese ya era un hecho desde hace algún tiempo, el de también poder ver la televisión en línea por medio de Internet, esta ventaja evita que el usuario haga un gasto extra al comprar una tarjeta especial para sintonizar la televisión desde su computadora y ahora con una máquina con acceso a la red de redes y un programa, pueda ver la televisión en línea. Esta integración de los más importantes medios de comunicación en un sólo canal significa para el usuario, ante todo, el contacto permanente y continuo con la información, pues desde su máquina puede leer el periódico, escuchar alguna estación de radio o ver la televisión con tan sólo un click, pero no sólo eso, ofrece posibilidades ilimitadas, el poder leer, escuchar o ver canales de noticieros de cualquier parte del mundo en cuestión de minutos es un hecho que hasta hace un par de años, sonaría como sacado de una novela de ciencia ficción.

Los medios de comunicación difunden millones de noticias al día, la circulación de la información es impresionante, y aquí el papel de Internet es simple, conjunta todos los *mass media* en un sólo canal, y al tener la posibilidad de hacer esto, necesariamente debemos decir que ayuda a la difusión de información, pues por medio de esta herramienta se hace la conjunción, y si a través de ella se difunde, entonces necesariamente se convertiría en una herramienta que facilita la transmisión de la información, pues si los medios por si solos transmiten información e Internet utiliza estos medios y los conjunta, entonces es una herramienta que facilita la transmisión de la información, de eso no cabe la menor duda.

Las desventajas de Internet son muchas, la primera y más importante es que es una herramienta *elitista*, por decirlo así, no cualquier persona tiene acceso a ella, esto básicamente porque la computadora no es un aparato de uso familiar y no podemos ni siquiera asegurar que algún día lo sea, sin embargo, en sectores marginados donde a duras penas una familia satisface sus necesidades básicas, es poco probable que se preocupen por ver las noticias más importantes del día, así mucho menos les importará si pueden navegar en Internet o no, no tendría sentido sino tienen primero resueltas sus necesidades primordiales. Pero de todo esto la culpa no la tiene Internet, sino la infraestructura política, económica y social de cada país, pero ese no es el punto, el hecho es que Internet está ahí, día con día hace innovaciones que nos sorprenden y facilitan la vida, aunque sea a una pequeña parte de la población, el conocer esta tecnología y saber aprovecharla para las personas que podemos tener acceso a ellas, ya depende de cada quien.

Para englobar creemos que Internet es una herramienta de difusión por lo siguiente:

- 1) La mayoría de los servicios que ofrece (Chat's, Sesiones remotas, Transferencia de archivos, Correo electrónico, etc.) tienen por principal objetivo que 2 personas (pueden ser más) estén en contacto, se comuniquen y puedan intercambiar información.
- 2) Las páginas Web difunden ante todo información acerca de determinado tema, por ello es que Internet puede ser considerado la *Hemeroteca Virtual* más grande del mundo, es tanta la información que hay en la red que para ello se utilizan las Herramientas de búsqueda las cuales nos permiten localizar fácilmente el dato que buscamos, por ello es que Internet ante todo es sinónimo de información.
- 3) Actualmente es posible la telefonía por red, es decir, podemos comunicarnos por medio de la voz con otra persona, ésta es una ventaja sobre los Chat's por ejemplo, porque cuando nos comunicamos con otra persona en forma escrita, puede que no podamos expresar todo lo que queremos, en cambio si escuchamos a la persona, igual que con el teléfono, la comunicación será más eficiente. Además otra de las ventajas de la telefonía por red es que es más barata, todo esto ayuda a que nos comuniquemos y difundamos mejor la información.
- 4) Por último con la integración de los medios masivos más importantes en Internet, tenemos la certeza de que ayuda a la difusión de la información, pues anteriormente los *mass media* ya difundían información, ahora Internet conjunta a estos tres gigantes de la comunicación en un solo canal.

Por todo esto creemos que las perspectivas de Internet, hacen que pueda ser considerada una herramienta de difusión, pues facilita la difusión de información a nivel mundial, y sobretodo ayuda a que las personas puedan comunicarse y también a que los medios se conjunten en un solo canal, para que por primera vez podamos ver la aldea global de McLuhan.



## CAPÍTULO III

### **Análisis de las páginas de los medios de comunicación masiva en Internet**

#### 3.1 El periodismo escrito en Internet

"El alentador desarrollo de algunas de las nuevas tecnologías en materia de comunicaciones, tal es el caso de Internet, permite considerar el acceso de la sociedad a una oportunidad de progreso por medio de esta tecnología de punta. Estas nuevas tecnologías han producido toda una revolución en el campo de la comunicación impersonal y también de trabajo en grupo, debido a que facilita el intercambio de ideas y conocimientos tanto a nivel individual como entre miembros de comunidades con intereses comunes, distribuidas por toda la tierra"<sup>29</sup>.

Su desarrollo está impulsando dos tendencias de cambio en la comunicación: la mejora de los medios de comunicación masiva ya existentes y la creación de nuevas técnicas para comunicarse. Asimismo, los avances en cómputo y telecomunicaciones están acelerando la especialización informativa, de tal manera que los periódicos ya son una realidad en la red.

"Hoy en día la computadora, se ha convertido en un elemento que permite manejar en muchas formas el texto, y esta interconexión entre computadora y texto está llegando a ejercer una influencia transformadora en las instituciones relacionadas con la información escrita"<sup>30</sup>.

Esta renovación en la industria periodística, responde al lema "renovarse o morir", la prensa tradicional abrió sus entrañas a las nuevas tecnologías, como una solución para tratar de alcanzar y ponerse al nivel de medios de comunicación altamente innovadores como la televisión y la radio, aunque esto pudiera implicar una serie de cambios en la elaboración del medio.

Por todo esto, los periódicos electrónicos se han convertido en un servicio muy popular de la red, ya que son visitados no sólo por investigadores y estudiantes, sino por cualquier tipo de lector, asimismo, las publicaciones que aparecen en Internet tienen ante sí una amplia gama de posibilidades para hacer negocios, con una inversión inicial relativamente baja.

Además desde su aparición en el web, la cobertura de su publicación se amplió y diversificó, al ser recibida conjuntamente en el interior del país y en toda América Latina.

Aunque inicialmente algunos periódicos como Reforma, intentaron cobrar la suscripción por el acceso a su publicación en Internet, esta idea fracasó, pero no del todo, porque si bien es cierto que se puede ingresar a su

<sup>29</sup> Manual del Diplomado: La tecnología informática aplicada al Periodismo "3. Nuevas tecnologías en el periodismo mexicano. La introducción de Internet".

<sup>30</sup> *Ibidem*.

página en forma gratuita, hay algunos servicios los cuales únicamente pueden ser utilizados si se está suscrito. Básicamente el pagar por un servicio que otros periódicos ofrecen en forma gratuita, provoca una reducción drástica del número de personas que visitan la publicación, lo que a su vez hace disminuir el atractivo del periódico para los anunciantes.

### 3.1.1 Excélsior

## Historia

En el año de 1917, previo al nacimiento del periódico Excélsior, ocurrieron algunos cambios determinantes en el escenario mundial. "En Europa se libraba la Primera Guerra Mundial, y ese año sería crucial para los países aliados, con la salida del conflicto de la Rusia zarista, el derrumbe de la dinastía Romanov, estos hechos culminarían en octubre con una cruel revolución, la cual llevó al poder al grupo revolucionario, encabezado por Lenin y establecería un nuevo orden político, social y económico en lo que fue la Rusia de los zares"<sup>31</sup>.

Por otra parte, el México de 1917 con Venustiano Carranza, también estaba sometido a un proceso muy profundo de transformaciones políticas y sociales. El hecho más relevante de este año fue la nueva constitución política, la cual regiría los destinos del país, cuya aplicación tuvo repercusiones inmediatas, motivo de diversas polémicas y conflictos. Además estaban la cuestión agraria y su reforma, y algunos artículos de la constitución como el 123, referente a la legislación laboral y el 3º referente a la educación, generaron gran polémica.

Por ello el año de 1917 fue considerado un parteaguas del siglo XX en el mundo, como consecuencia de la Primera Guerra Mundial y de la Revolución rusa de octubre, y por otra parte, en México, estaba la puesta en marcha de la nueva Constitución Política. Y este era, a grandes rasgos, el panorama mundial y de la ciudad de México de estas fechas, cuando nuestra ciudad era considerada levítica con ambiente provinciano.

"Es importante describir aunque sea en forma superficial el México de principios de siglo, porque este fue precisamente el contexto en el que nacería el Excélsior, en un momento histórico importante para la vida nacional, ni antes ni después, es decir, en el momento preciso, pues el país tenía la necesidad de establecer medios de comunicación nuevos para un México en modernización y en donde, de acuerdo con los postulados de la nueva constitución, la libertad de expresión y de prensa deberían de ser la bandera a seguir de los medios de comunicación en México"<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> Artículo "Así era México en 1917" publicado en Revista de Revistas.

<sup>32</sup> *Ibidem*.

Bajo este contexto fue precisamente como nació **El Periódico de la Vida Nacional**, el **Excélsior**, un 18 de marzo de 1917, bajo la guía de don Rafael Alducín. Sus primeras páginas se imprimieron en los talleres de **Revista de Revistas** (teniendo un precio de cinco centavos, de 24 pesos por la suscripción anual y el precio del dólar era de dos pesos), con muchos sacrificios por la falta de dinero (pues el periodismo es un negocio caro), había sueldos que pagar, papel y tinta que comprar; aunado a esto existía una carestía de papel y debido a la precaria situación económica sufrida por el país, el alza de todos los servicios inherentes al periódico eran evidentes.

Por si esto fuera poco, el primer número del diario causó disgusto entre los voceadores, debido a un retraso de siete horas en su aparición, pues estaba anunciado para salir a la venta a las 6 a.m. y su primer número estuvo listo hasta las 13 horas. Este fue el motivo por el cual muchas personas auguraron un fracaso evidente en el nuevo periódico. Sin embargo, gracias a la genialidad y audacia del señor Rafael Alducín el periódico salió adelante.

Don Rafael siempre se distinguió por ser un hombre emprendedor. Prueba de ello es, en el año de 1916, la publicación de una revista semanal llamada "El Automóvil de México", la cual fue recibida en forma aceptable por el público, pero no conforme con ello, mientras se hacían los números de la revista, en la mente de Alducín se gestaba algo más grande y ambicioso: la creación de un diario. Por esas fechas tenía un sinnúmero de amigos y colaboradores, quienes le aportaron muchas ideas y durante muchas semanas tuvo charlas directas con ellos para investigar, de manera directa, el contenido de los principales diarios del momento de la ciudad de México.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes, existían tan sólo tres posibles rivales para este nuevo proyecto, **El Burócrata**, **El Pueblo** y el más importante de todos, **El Universal**, fundado el primero de octubre de 1916 y con el cual constituyó, el binomio periodístico más importante de esos años. En lo referente al contenido de estos, "determinaron que a pesar del volumen de información presentado por los diarios, dentro del diarismo en México había todavía un hueco por llenar, por ello se propusieron como política hacer un periodismo sin compromisos e independiente, destinado a un público serio, que no quería ver opiniones, sino información verídica y confiable"<sup>33</sup>. Para lograrlo Don Rafael reunió un grupo idóneo de diaristas, estos en sus páginas editoriales expresaban los más variados puntos de vista, pero siempre con discreción y por otra parte sus columnistas trataban los temas del momento en forma concisa.

Poco antes de poner en marcha todo este proyecto Alducín pidió se buscara un nombre para el posible nuevo diario a lanzar a la circulación. "Hubo diversas propuestas, las cuales fueron discutidas en interminables jornadas, pero la del poeta José de Jesús Núñez y Domínguez (prestigiado editorialista y gran amigo de Rafael Alducín) fue la que gustó más, tanto por su significado como porque sonaba bien, él sugirió el nombre de **Excélsior**, lo cual significa, excelente, lo mejor, sin par, en una palabra, lo más alto"<sup>34</sup>.

<sup>33</sup> Salvador Loredó Torres "Algunos apuntes sobre la vida de Excélsior", Excélsior 1982.

<sup>34</sup> Artículo "Remembranzas" publicado en Revista de Revistas.

Alducín y su grupo dieron en el clavo, pues hicieron precisamente su periódico como los lectores lo pedían, sin embargo todavía existía una gran limitante, el dinero, para superarla y sacar adelante al periódico, vendió su revista de "El Automóvil de México", lo cual le sirvió para apoyar económicamente su ambición periodística. "Don Rafael era además de todo, un genio administrativo, pues sabía que el secreto para ser un buen gerente era delegar las obligaciones, por ello al formar su cuadro no se puso a sí mismo como director del diario, sino que asignó esa función al periodista José E. Campos, un hombre con verdadera vocación periodística y un gran olfato para la noticia"<sup>35</sup>.

Seis años después de su fundación el periódico voló a alturas insospechadas, su circulación subió a cien mil ejemplares diarios. Sin embargo, para el 25 de enero de 1931, empieza a sufrir presiones externas, lo cual casi causa su desaparición y este suceso lo obliga a crear con los trabajadores una Sociedad Cooperativa, pues deseaban ser propietarios de su fuente de trabajo y así como organismo privado, no sería necesario dar cuentas de sus asuntos internos al gobierno. Esto principalmente marcó la pauta para empezar a recorrer el largo camino a través de la historia del país, para formar su prestigio periodístico.

Por otro lado, ya es tradicional identificar el símbolo del tecolote como parte de Excélsior, pero éste tiene una historia más reciente. Según cuenta la leyenda, allá por los años treinta, alguien trajo un búho a las instalaciones del periódico y lo instaló en la azotea, allí estuvo noches y días, y a final de cuentas se empezó a hablar del ave como un símbolo vigilante del propio periódico. "Además de esto el búho o tecolote simboliza, la prudencia, la sabiduría y la inteligencia, los griegos lo consideraron emblema del estudio y la reflexión (por sus costumbres nocturnas solitarias), motivos por los cuales esta ave, de imagen misteriosa, rapaz y nocturna fue tomada como emblema del periódico, pues al igual que todo buen reportero, todo lo escucha, todo lo ve y nada se le escapa"<sup>36</sup>.

Así pues, bajo el contexto de México de principios de siglo, se fundó esta publicación y a través de ocho décadas, desde un principio con un enfoque profesional y serio, ha ido reafirmando sus objetivos, política y sobretodo consolidándose como toda una institución periodística con la experiencia de muchos años ya. Aunque debemos de reconocer que el México de hoy difiere enormemente de aquel de antaño, y por ello nuevas tecnologías han venido a innovar en los últimos años la forma de hacer periodismo, en forma específica hablamos de Internet.

Excélsior se ha incorporado a esta herramienta, pero procurando siempre conservar su línea y estilo característico, esto es, un enfoque serio y profesional. Prueba de ello es su página en el Web la cual analizaremos con detalle en seguida.

---

<sup>35</sup> Salvador Loredó Torres, op. cit.

<sup>36</sup> "El tecolote: símbolo de Excélsior" publicado en Revista de Revistas.

## Análisis de la página de Excélsior en Internet



Figura 1.

El 4 de abril de 1996 el Excélsior puso su página en Internet, por ello este año cumplió su tercer aniversario. En cuanto a su diseño, esta página se distribuye de la siguiente forma. En la parte superior de ella se encuentra una marquesina, también conocida como *banner*, ésta transmite los encabezados

\* Página principal del periódico Excélsior en Internet del 12 de enero de 1999.

de las notas más importantes del día, lo cual es de mucha utilidad si sólo se quiere echar una hojeada rápida al periódico y enterarse de qué sucede.

Inmediatamente después se encuentra una liga al **DIRECTORIO** de Excélsior en su versión en Internet, donde se muestran los nombres del personal de la empresa con sus respectivos cargos, siendo el Presidente y Director General, Regino Díaz Redondo.

Al lado derecho del **DIRECTORIO** de Excélsior se localiza un *link* con el nombre de **EXPRESS**, aquí se presenta una transcripción de las notas más trascendentes del día, lo cual da un panorama más completo de lo que acontece en el país y en el mundo. En esta sección se localiza publicidad.

Abajo del **DIRECTORIO** se encuentran tres botones que son ligas, tanto a una sección permanente (**ARCHIVO**), como a temas de actualidad. Cuando visite el periódico por primera vez los links eran: **ALLENDE 25 AÑOS**; el cuál contenía notas con información acerca de Salvador Allende, además incluía ligas a datos de otras personalidades, como Jacobo Zabludovsky, Lola Beltrán y otros, en **68 ESTUDIANTIL**; se muestra una lista (en forma de ligas) de notas que tienen información acerca del movimiento estudiantil del 68, y por último **OCTAVIO PAZ**; ésta de la misma forma que las anteriores, contiene las ligas a las notas, la fecha de publicación, con sus respectivos balazos y encabezados, acerca de este personaje. Estas tres ligas mandan a información contenida dentro del **ARCHIVO**, pero después de visitar la página en varias ocasiones pudimos notar que estas ligas son cambiadas para actualizar la información, por ello la de **ALLENDE 25 AÑOS**, ha sido remplazada por **EURO 99**, cuyo contenido es un archivo *download*<sup>37</sup> de extensión *PDF*<sup>38</sup>, con la información de la nueva moneda Europea.

Inmediatamente después de estas ligas se localizan 12 links, (distribuidos en tres filas, dos de tres ligas y una de seis) los cuales llevan a las diferentes secciones del periódico y sus servicios, estos botones en conjunto conforman la parte central de la página.

La primera liga es la de **PRIMERA PLANA**, al accionarla lo primero que aparece a nuestra vista son dos cuadros con publicidad, estas imágenes tienen la ventaja de ser ligas hacia la página del anunciante, convirtiendo así a la publicidad de algo estático en algo interactivo. Posteriormente, están las ligas a las noticias de primera plana del día, la de ocho columnas presenta además de

---

<sup>37</sup> *Download* (bajar, descargar), en Internet proceso de transferir información desde un servidor, a la propia PC.

<sup>38</sup> El formato *PDF* (*Portable Document Format*), en español *Documento de Formato Portátil*, corresponde al visualizador *Adobe Acrobat Reader*, dicho formato es el estándar en la distribución de documentos electrónicos en todo el mundo. Este es un formato de archivo universal, el cual preserva todas las fuentes, el formato, los colores y los gráficos de cualquier documento fuente, sin que importe la aplicación ni plataforma usados en su creación. Los archivos *PDF* son compactos y pueden compartirse, visualizarse, navegarse e imprimirse conservando intacta su apariencia original, cuando se dispone del software gratuito *Adobe Acrobat Reader*. Este formato busca resolver el problema de compartir archivos electrónicos en Internet, ya que sin importar si se es usuario de PC, Macintosh o Unix se puede acceder a un archivo sin que éste pierda su formato y además sin que el usuario necesite la aplicación con la que fue creado dicho archivo.

su título y autor, sus respectivos balazos, mientras que las demás sólo presentan los primeros datos.

El segundo *link* es el de **OTRAS NOTICIAS**, aquí se localizan notas misceláneas relevantes; en **EDITORIAL**, se muestran ligas a los artículos de éste género periodístico; **FINANCIERA**, al acceder lo primero que puede verse en la parte superior de la página (a manera de orejas) son dos cuadros de publicidad. Además ésta sección presenta su propia marquesina, la cual muestra los encabezados de las notas financieras más importantes del día y finalmente se presentan ligas a las diferentes notas de esta sección.

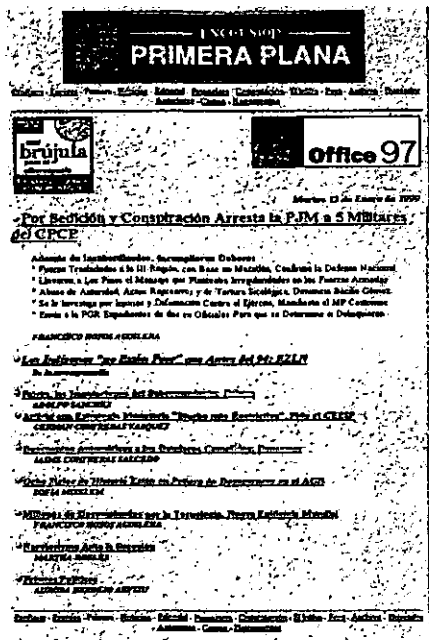


Figura 2.

En la siguiente liga, **COMPUTACIÓN**, también hay orejas con publicidad y hay más donde normalmente se encuentra el listado de notas en forma de *links*, es decir debajo del título de la sección, después de esto ya se encuentran las notas, por la cantidad de publicidad en ella podemos determinar que se considera una sección igual de importante a la primera plana; en **EL BÚHO**, hay artículos de opinión de las diferentes secciones; posteriormente en **FORO**, se publican las cartas enviadas por los lectores al periódico, por medio de las cuales expresan su punto de vista acerca de algún suceso de interés común; en **ARCHIVO**, al entrar se divide en dos ligas, la de documentos, lleva a notas

\* Imagen de la primera plana del periódico Excelsior en Internet (mismo día que el anterior).

de interés histórico y político, tales como, Tlaltelolco 68, Chiapas, la batalla de Zacatecas, entre otras, y además también nos lleva a personas importantes en estos mismos campos, por ello podemos encontrar a algunos expresidentes como Porfirio Díaz o Luis Echeverría, la segunda liga, la de personajes, muestra a diferentes personalidades, como escritores o incluso el Papa.

El siguiente link, **BUSCADOR**, es una herramienta con un formulario cuyo objetivo es ayudar al usuario a localizar determinada información dentro de los periódicos, y tiene las siguientes opciones, la primera es Texto a buscar, donde se escriben la(s) palabra(s) de la(s) que se desea obtener información, posteriormente está la de Sensible a mayúsculas, si se selecciona entonces buscará el texto tomando en cuenta si lo escribimos en altas y bajas o todo en mayúsculas, después está la de Comparación parcial, es decir, si la seleccionamos, de las palabras pedidas nos mostrará todos los documentos donde las haya localizado, no importa si sólo encuentra una palabra de varias, la siguiente es errores de ortografía, donde es posible seleccionar del 0 al 2, con esto se refiere al número de errores permitidos al escribir la palabra, la siguiente es Buscar en documentos de máximo # días, aquí el rango a seleccionar es abierto, el usuario puede teclear cualquier número, en Número máximo de documentos a mostrar, se puede escoger entre 10, 50, 100 y 1000, la última opción es Número máximo de éxitos por documento a mostrar, donde es posible seleccionar entre 5, 10, 30, 50 y 500 y una vez completado este formulario basta con oprimir el botón Buscar (el cual se sitúa al lado derecho de Texto a buscar) y esperar a que nos muestre los resultados.

**EXCELSIOR**  
**BUSCADOR**

Excelsior - Express - Prensa - Noticias - Editorial - Financiera - Internacional - Foro - Archivo - Buscador -  
Anteriores - Correo - Herramientas

Texto a buscar:

Sensible a mayúsculas     Comparación parcial      errores de ortografía

Buscar en documentos de máximo  días

Número máximo de documentos a mostrar:

Número máximo de éxitos por documento a mostrar:

Diseno del WebSite, Copyright © 1998, University of Arizona

Excelsior - Express - Prensa - Noticias - Editorial - Financiera - Internacional - Foro - Archivo - Buscador -  
Anteriores - Correo - Herramientas

Figura 3.

En **ANTERIORES**, al entrar en ella muestra una liga por año, para acceder a un periódico de un día específico, podemos consultar a partir de

*Imagen del Buscador de Excelsior.*



1996, es decir, si quiero ver un dato del 1 de mayo de 1997, bastará con acceder a 1997, luego al mes de mayo y luego al día 1 y así veré lo publicado ese día, suena sencillo y es una opción mucho más rápida que ir a la hemeroteca o guardar el periódico de años atrás.

La liga de **CORREO**, contiene la dirección electrónica a la cual se pueden mandar comentarios acerca de la edición en Internet del Excélsior, la cual es [buzon@excelsior.com.mx](mailto:buzon@excelsior.com.mx), o bien dirigir un mail al **FORO** del Excélsior a la dirección [foro@excelsior.com.mx](mailto:foro@excelsior.com.mx); en **HERRAMIENTAS**, se presentan ligas a diferentes webs que pueden ser puntos de interés, los temas son variados; arte y artistas y empresas de cómputo, entre otros; es decir, nos muestran *links* hacia otras páginas donde se encuentra la información del tema o también hacia herramientas de búsqueda, que, como ya vimos, son de gran ayuda en la localización de información en la red.

Finalmente, junto a estas 12 ligas se encuentra una foto, la cual corresponde a alguna nota trascendente del día, y en la parte inferior de la página se encuentran *links* a las secciones que acabamos de mencionar, en forma de menú, también es necesario destacar que de la misma forma éste está presente en la parte superior e inferior de las páginas de las secciones y herramientas, para visitar cualquier parte del periódico, sin necesidad de regresar a la página principal.

La forma del Excélsior de presentar su página en Internet, es sencilla y no utilizan las novedades de la red, tales como el empleo de *frames*<sup>39</sup>, esto le daría un aspecto más actual, sin embargo el formato empleado para presentar su página corresponde con su política y líneas planteadas desde el surgimiento de su periódico, esto es un enfoque serio y profesional, con información veraz y con el sólo propósito de servir a México. Por ello no debe parecer extraño, que no utilicen imágenes animadas, aunque por otra parte con la ventaja de poder insertar fotos en Internet, es una lástima que la única sea la de la página principal. En cuanto al diseño, también las ligas puestas a manera de índice (al principio y final de cada página), son muy comunes y poco originales, para hacerlas más atractivas (visualmente hablando) podrían ser reemplazadas por botones. Todos estos detalles de diseño demuestran el apego a su política como empresa, desde hace ya ocho décadas.

---

<sup>39</sup> *Frame* : en los visores o navegadores (también conocidos como *Browsers*) de WWW, como Netscape, se refiere a una estructura de sub-ventanas dentro de un documento de HTML.

### 3.1.2 Reforma

## Historia

"El periódico Reforma surge el 20 de noviembre de 1993, fundado por el Lic. Alejandro Junco de la Vega González, ofreciendo a la comunidad un medio informativo, cuyo único compromiso es con la verdad para quienes creen en ella. Reforma se caracteriza por ser un periódico que intenta atraer al público lector de todas las edades, con información ágil y accesible, a través de sus diferentes secciones y suplementos especiales"<sup>40</sup>.

Reforma sustenta su desarrollo con la experiencia de trabajo de la casa editora en Monterrey, la cual se fundó en 1922 con la publicación del periódico "El Sol" de edición vespertina, el cual salió a circulación en el año de 1938. Posteriormente y atendiendo las demandas de la sociedad se piensa publicar un periódico dirigido a toda la familia y así nace "El Norte" de edición matutina.

"A raíz del éxito obtenido con la publicación de El Norte se piensa en tener un periódico similar en México, Distrito Federal, y por esto nace el Reforma con las mismas características, teniendo un tiraje inicial de 35,000 ejemplares. Este periódico se considera autónomo, pues no tiene tendencia alguna.

"Para su impresión utiliza papel de importación, además (cabe mencionar que) utiliza tinta de soya americana biodegradable. Actualmente cuenta con un personal de 777 empleados, entre los cuales hay un mínimo de un corresponsal por cada ciudad y 100 reporteros en el D.F. Además se publica aproximadamente un tiraje de 90,000 ejemplares de lunes a viernes, 85,000 los sábados y 92,000 los domingos"<sup>41</sup>.

A pesar de su corta trayectoria Reforma no ha estado exento de problemas, el primero y más importante fue con los voceadores. Como este periódico se imprime a colores, y por lo tanto es más caro, éstos querían un mayor porcentaje de distribución, más ganancias y días de descanso y de puente obligatorios. Los directivos del periódico se negaron a acceder a sus demandas, por su parte los voceadores sabían que no se podía prescindir de ellos, sin embargo Reforma les demostró lo contrario y para resolver el problema de distribución contrataron voceadores independientes, además de venderse en establecimientos comerciales (como restaurantes o tiendas de autoservicio). Otro de los problemas que afectó, no sólo a Reforma sino a la mayoría de las empresas en México, fue el de la devaluación de 1994, esto se reflejó visiblemente en la reducción de personal.

Por último y gracias a la respuesta del público, el 5 de diciembre de 1997 deciden sacar el periódico El Metro, cuya finalidad es cubrir exclusivamente los problemas en la ciudad, actualmente su tiraje es de 35,000 ejemplares siendo éste también de edición matutina.

<sup>40</sup> Datos proporcionados por el Departamento de Recursos Humanos del Periódico.

<sup>41</sup> Op. cit.

## Análisis de la página de Reforma en Internet

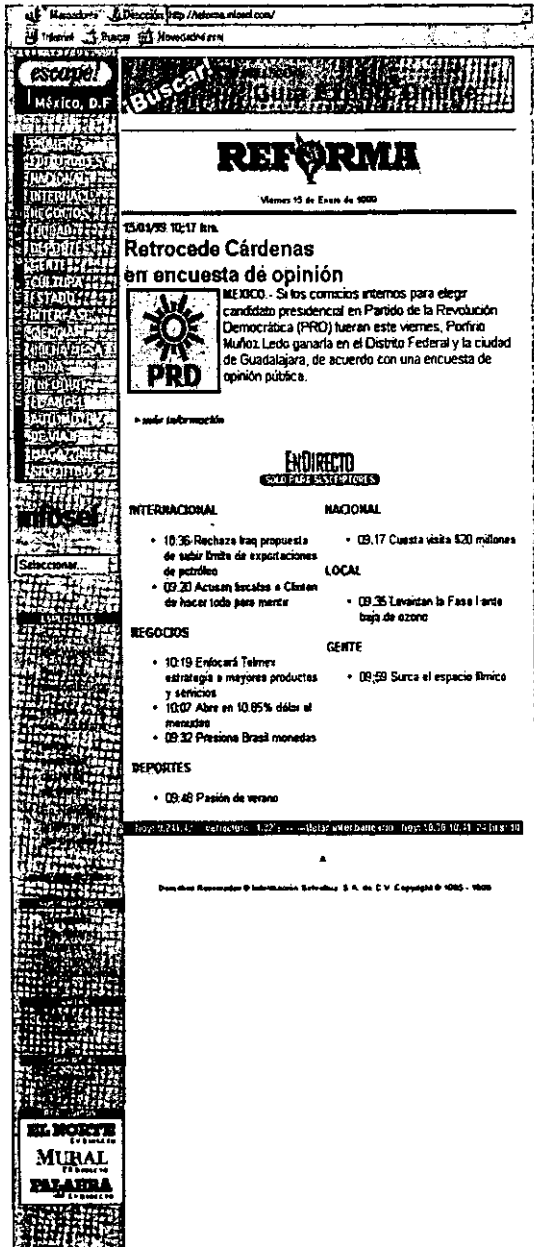


Figura 4.

\* Página principal del periódico Reforma en Internet del 15 de enero de 1999.

Su página principal está compuesta por dos *frames*, el del lado izquierdo ocupa un 20 % de la página y el del lado derecho ocupa el 80 % restante, el primero funciona básicamente como índice, el cual nos lleva, entre otras cosas, a las diferentes secciones del periódico, que en total son 20 y en el segundo se puede visualizar la nota de ocho columnas, la cual es cambiada varias veces en el transcurso del día por otra más reciente, y también notas **EN DIRECTO**.

Ahora expliquemos con detalle los elementos que se encuentran en el primer *frame*. En el extremo superior izquierdo está una liga a **ESCAPE!**, ésta es la sección donde se encuentran los espectáculos.

Al principio del índice se encuentra el *link* a **PRIMERA** (refiriéndose a la primera plana); al entrar a ésta aparece en la parte superior un cuadro con publicidad animada, junto al título de la sección se encuentra una liga para poder obtener el archivo de la primera plana en formato PDF, abajo, a la izquierda de éste título se encuentra un *link* a *Home* (como es conocida la página principal). Inmediatamente después se localiza una parte de otra nota de primera plana, para poder verla completa es necesario accionar una liga que dice "más información". Posteriormente hay *links* a otras notas importantes y finalmente una nota mencionándonos que para poder visualizar las páginas en su formato PDF se recomienda contar con el *Acrobat Reader 3.0* (cabe mencionar que esto en realidad no es una sugerencia, porque si el usuario no cuenta con dicho programa, entonces no podrá ver las páginas en este formato y por lo tanto le será imposible aprovechar dicha opción), la cual es una liga hacia donde se encuentra dicho programa de visualización.

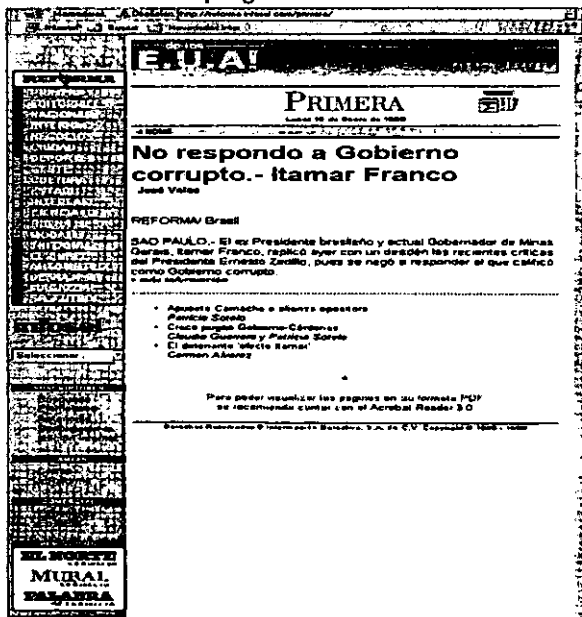


Figura 5.

Imagen de la primera plana del periódico Reforma en Internet del 18 de enero de 1999.

Después de **PRIMERA**, continúan las ligas a las demás secciones del periódico, cabe destacar que algunas de ellas al accederlas tienen debajo del título de la sección, al lado derecho, algún(os) *link(s)* hacia apartado(s) dentro de éstas. Por ejemplo, en **NACIONAL**, hay una liga a Estados, la cual nos lleva a notas de estados en el interior de la república; **NEGOCIOS**, tiene tres, Mundo financiero, es un archivo PDF, Opinión, son artículos de opinión financieros y por último Pizarra bursátil, éste también es un archivo PDF; en **CIUDAD**, son dos, Justicia, contiene notas policíacas y Detectives, con investigaciones; **DEPORTES**, tiene una, Fútbol en cifras, es un archivo PDF; en **GENTE**, hay dos, Gente Chiquita, son artículos para niños, adivinanzas, etc. y Cartelera, viene un archivo en formato PDF; **CULTURA**, con una, Vida, que contiene la agenda de un personaje de actualidad; **INTERFACE**, esta sección trata temas relacionados con la computación y solamente tiene una liga, Opinión, con artículos de opinión acerca de estos temas y para terminar la última sección con más apartados es **BUENA MESA**, tiene un *link* a Buena Mesa On Line, la cual nos lleva a recetas de cocina y sugerencias.

A continuación está un **DIRECTORIO** con los servicios que ofrece *Infosel*, donde se puede seleccionar entre una amplia lista, posteriormente hay ligas a notas **ESPECIALES**, los cuales son hechos de actualidad, después se encuentra la sección **SUSCRIPTORES**, con tres opciones:

**REFORMA**

Martes 2 de Marzo de 1999

---

Definir búsqueda:

Entre: (dd/mm/yyyy)

 y  


---

**Instrucciones:**

1. Teclée las palabras clave relevantes en su búsqueda.
2. Puede utilizar los operadores: "Y", "o".
3. Para frases específicas, teclee entre comillas: "".
4. Presione el botón **Buscar** para ver el resultado.

Algunos ejemplos:

- México y "Bora Milutinovic"
- petroleo o PEMEX

---

**Notas:**

- Se permiten acentos, mayúsculas y minúsculas.
- Las búsquedas se realizan sobre el texto completo de los artículos.
- El número de resultados en cada búsqueda está limitado a 20 artículos.
- Únicamente se encuentran disponibles los artículos de los últimos 6 meses.

Figura 6.

\* Imagen de la Búsqueda en el Periódico Reforma.

La primera es Búsqueda, aquí presenta un formulario que permite escribir la(s) palabra(s) de la(s) que queremos obtener información, para realizar una búsqueda en los artículos de los últimos seis meses.

Como podemos observar el servicio de Búsqueda proporcionado por el periódico Reforma es más completo que el **BUSCADOR** del Excélsior, para empezar muestra las instrucciones de uso, esto para hacer más sencillo su manejo y los usuarios tengan una mayor certeza de encontrar lo que buscan, incluso menciona algunas *Notas* acerca de cómo realizará la búsqueda en los artículos.

La segunda opción es Ejemplares anteriores, nos permite buscar un periódico de un día en específico, sin embargo, sólo podemos consultar de los siete días anteriores a partir del día en el que accedemos a la página.

Por último está Suscripción a edición internet, donde primero se le pregunta al usuario si está suscrito a algún servicio de *Infosel*, en caso de estarlo le pide el *Username* y el *Password*, sino presenta una liga para usuarios no suscritos, al acceder a ella se muestran algunas de las ventajas de contar con estos servicios y después, un formulario donde se pueden elegir tres tipos de suscripción: *trimestral*; la cual tiene un costo de \$24.95 USD; *semestral*, con un precio de \$41.95 USD; o bien *anual*, por \$65.95 USD; después de seleccionar una de estas opciones se pasa a la forma de suscripción.

Después de **SUSCRIPTORES**, se localiza **CARTAS**, donde se encuentra una liga a las que serán enviadas al periódico, al entrar se dividen en:

- *Cartas a Reforma*
- *Informes y problemas sobre suscripciones a la edición Internet*
- *Comentarios sobre problemas técnicos*
- *Comentarios a directivos y editores*
- *Comentarios sobre el contenido en la edición Internet*
- *Comentarios sobre diseño*
- *Publicidad e información comercial (edición Internet)*
- *Publicidad e información comercial (edición impresa)*

La siguiente es **COMERCIAL**, con dos *links*, el primero es *Expansión*, el cual nos lleva a la sección de **EMPRESAS Y NEGOCIOS**, el segundo es una liga a *En Red*, una Agencia de Servicios Informativos, mediante ella podemos acceder a la información, ya sea como *Cliente* o *Visitante* y por último está **PERIÓDICOS**, con ligas a *El Norte*, *Mural* y *Palabra*.

Cabe mencionar que el formato de las secciones es similar para todas, el *frame* del lado izquierdo permanece casi igual al de la página principal, salvo un pequeño cambio, la desaparición de **ESPECIALES**, también observamos al término de esta investigación una nueva liga dirigida a **HORÓSCOPOS**, la cual está situada entre **COMERCIAL** y **PERIÓDICOS**, contiene ligas a los doce signos del zodiaco, en cada uno muestra, el horóscopo del día y el del día

siguiente, junto con algunas características del signo, así como *links* a [Compatibilidades](#), [Carta Natal](#), [Casas](#) y [Ascendentes](#).

## Comparación de las páginas de Excélsior y Reforma

En conclusión podemos notar una gran diferencia entre las páginas del periódico Excélsior y Reforma; en el primero se ve un apego a la política de empresa y tradición periodística, pues aunque adoptaron la tecnología no utilizan las novedades como el empleo de *frames*, a diferencia del Reforma el cual nace con la tecnología y emplean todas las innovaciones de diseño, para estar a la vanguardia tanto tecnológica, como estéticamente hablando. Esto se puede ver desde la página principal de los mismos, mientras Excélsior muestra un formato serio y formal; el Reforma utiliza *frames*, lo cual además de darle actualidad, facilita el acceso a la información. Otro punto a favor de Reforma es el aprovechamiento al máximo de las imágenes y fotos, pues podemos ver una gran cantidad de ellas (como dicen "una imagen dice más que mil palabras") no sólo en la página principal y en la primera plana, sino en el interior de sus diversas secciones, y por el contrario en el Excélsior únicamente se pueden apreciar en su página principal y en el interior de la primera plana, esto sobretodo hace que pierda atractivo visual, es decir, es menos vistosa su página.

También la opción de [Búsqueda](#) difiere mucho entre uno y otro, debemos recalcar esta sección pues facilita al usuario encontrar artículos, sin necesidad de consultar una hemeroteca o comprar el periódico. Al respecto el Excélsior presenta un formulario de búsqueda el cual en ciertos puntos no es del todo claro, esto puede provocar que los resultados sean deficientes, sin embargo una de sus ventajas es la de poder acceder a ejemplares de tres años atrás, a diferencia del Reforma en el cual la consulta se limita sólo a seis meses, pero a pesar de esto su mayor ventaja es tener un mejor formulario, con instrucciones de uso, así como notas acerca de cómo se realizará la búsqueda, éste pone mayor atención en los aspectos técnicos de su servicio de búsqueda, al contrario del de Excélsior.

En cuanto a la atención al usuario difieren enormemente entre ellos, mientras Excélsior tiene una sección titulada **CORREO**, (donde únicamente hay) una liga con la dirección a donde es posible enviar comentarios; por el contrario Reforma presenta ocho ligas, donde cada una de ellas responde a una necesidad específica del usuario, es decir, si el comentario es respecto a un problema técnico hay una sección y un área o departamento dedicada a aclarar dudas. Esto es importante si tomamos en cuenta que lo más importante para un periódico es su público lector y el darle un trato personalizado será una manera de asegurar su preferencia hacia ellos.

Por último incluso se puede notar una diferencia entre las secciones de ambos, el Excélsior presenta en su página principal sólo 12 ligas, las cuales corresponden a todas sus secciones, incluyendo las herramientas y servicios de búsqueda, por otra parte el Reforma cuenta con 20 *links* (sólo a secciones relacionadas con el periódico), a parte algunas de éstas presentan sub-secciones o bien archivos *download* con formato PDF y además de manera independiente un **DIRECTORIO** con los servicios ofrecidos por *Infosel*, **SUSCRIPTORES**, **CARTAS** y **COMERCIAL** entre otros. Estas divisiones aunque podría parecer que sólo generan más ligas ocupando así más espacio, distribuyen la información más ordenadamente, lo cual le permite al usuario encontrar en forma rápida la sección buscada.



### 3.2. La radio en Internet

Si hacemos un poco de historia del desarrollo de los medios de comunicación, casi paralelo a él se han ido creando y mejorando tecnologías de información, las cuales fortalecen el uso de un número mayor de medios para los *mass media*, estos básicamente son elementos para el desarrollo de Internet (microondas, satélites, cables coaxiales y fibras ópticas) y que hoy en día están al servicio de los medios de comunicación masiva (prensa, radio y televisión).

"Aunque es necesario hacer latente una realidad, México no se encuentra a la vanguardia en el desarrollo tecnológico en cuanto a comunicación masiva; sin embargo, sí podemos decir que ante todo ha evitado rezagarse en el uso de nuevos equipos, esto debido a su propia dinámica social, económica y política en la cual se desenvuelve, hecho que lo ha obligado a mejorar sus sistemas de comunicación, adquiriendo novedosos aparatos de comunicación inventados y desarrollados en otros países; por ello nuestros avances siempre han estado limitados a la tecnología externa y en consecuencia nuestro desarrollo será más atrasado en comparación con el de los países desarrollados"<sup>42</sup>.

En estos momentos existe una fuerte demanda de las páginas *Web*, por ello ya casi ningún medio, con deseos de tener presencia internacional, se escapa de estar en la red. En consecuencia vemos el incremento de grandes capitales en los medios electrónicos e impresos y cada vez la competencia es más reñida. Quizás en el análisis hecho a diferentes periódicos observamos una gran diferencia entre la utilización de Internet por parte de uno y otro; sin embargo en la radio estas diferencias tienden a desaparecer con un sólo fin, ganar el gusto del público, conseguir más radioescuchas y ser los mejores.

Por este motivo los grupos radiofónicos más importantes del país han implementado diferente software como *Real Player* o *Windows Media Player*, el cual le permite al usuario, al acceder a la página de un grupo radiofónico en Internet, escuchar en vivo su estación de radio favorita desde su computadora. El primero en poner en vivo un programa en la red fue el Grupo Radio Centro, con su estación Radio Red y su noticiero Monitor, fueron los primeros en innovar la forma de hacer la radio en Internet en México.

"A pesar del sinnúmero de aportaciones tecnológicas que han permitido desarrollar Internet en los medios de comunicación masiva, aún no se le da el título de medio como tal, ni se le compara todavía con la televisión o la radio, sin importar que esta red tenga sus propios recursos técnicos y maneje su propia propuesta discursiva. Quizás podríamos atrevernos a decir que es autónomo, pero en este momento es el punto de intersección de los demás

<sup>42</sup> Manual del Diplomado: *La tecnología informática aplicada al Periodismo*, Lic. Pérez Quintana, Enrique "2. Las telecomunicaciones. Su desarrollo y aplicación en México".

medios como la radio, la televisión, la prensa escrita y las comunicaciones en general"<sup>43</sup>.

En fin, no podemos determinar el futuro de un medio, como lo es Internet, pues el utilizar tecnologías de vanguardia, lo obliga a estar en cambio permanente, por ello es casi imposible saber qué nos enseñará el día de mañana la denominada *super carretera de la información*, aunque lo más seguro es que los medios de comunicación masiva terminen por adoptar las nuevas tecnologías, para no quedarse rezagados.

### 3.2.1 Núcleo Radio Mil

## Historia

"Hablar de historia, de tradición y de excelencia radiofónica es describir a Núcleo Radio Mil, pues nació en el despertar de la radio en nuestro país y han venido creciendo y evolucionando al ritmo que esta industria demanda, consolidando su presencia en el gusto del radioescucha de fin de siglo, siendo siempre testigos de la historia, de los sucesos culturales, económicos, políticos, sociales y musicales acontecidos a través del tiempo"<sup>44</sup>.

NRM nace de la fértil mentalidad del Lic. E. Guillermo Salas Peyró, convirtiéndose en una gran aventura y prevaleciendo hasta nuestros días por más de medio siglo.

Esta gran aventura inicia en los 40's, es decir en plena década del avance científico, este hecho sin duda se vio favorecido por la Segunda Guerra Mundial, la cual obligó a una evolución más acelerada. A inicios de esa década, en México debemos de destacar, el nacimiento de los refrescos mexicanos Pascual y Mundet, la llegada de la famosa empresa de hamburguesas McDonald's; en las artes, Diego Rivera y Frida Khalo unirían nuevamente sus vidas; se funda el Colegio de México; y por otra parte, en los espectáculos y el entretenimiento, Walt Disney filma Dumbo; de la fama de Mario Moreno "Cantinflas" surge el término "cantinflear" y las canciones de Agustín Lara consuelan la soledad de las mujeres.

En materia de comunicación, la radio crecía a pasos agigantados surgiendo las primeras estaciones de radio en nuestro país. Dentro de este marco es cuando en 1941 la estación Radio Mil, en los 1000 Kilociclos de amplitud modulada sale al aire, originándose su señal en el número 10 de Paseo de la Reforma.

"Radio Mil difundió en ese entonces programas que caracterizaban a toda una época festiva y bulliciosa, entre los cuales merecen especial recuerdo

<sup>43</sup> Ensayo "Hacia un concepto de periodismo en Internet" por Juan Ayón Bernal, Director General de Comunicación *Mass Media*.

<sup>44</sup> Página de "Historia" de Núcleo Radio Mil, <http://www.nrm.com.mx/historia.html>.

las "Tardeadas Radio Mil", de fuerte audiencia entre los jóvenes de aquella época"<sup>45</sup>.

La década de los 50's podemos llamarla, como la del crecimiento, pues mientras se realizaban las primeras transmisiones de televisión, se construía la terminal de Ferrocarriles de Buena Vista en la ciudad de México, la Ciudad Universitaria y el Viaducto Miguel Alemán; por otra parte, Núcleo Radio Mil cambiaba de oficinas a Santos Degollado 10-2º piso. En ese entonces Radio Mil se anunciaba fuertemente en medios impresos para invitar al público a escuchar sus transmisiones, el auditorio identificaba a NRM con la imagen de un abejorro dotado de un micrófono.

Dentro de este contexto, surge la segunda emisora radiofónica del Núcleo Radio Mil: XEBS, la estación del Barrilito. Para 1955, en materia de entretenimiento y espectáculos, se inaugura Disneylandia, Elvis Presley inicia su gran carrera, y un hecho importante para los medios fue el surgimiento del primer resumen noticioso en la estación Radio Mil titulado "Primera Plana", el cual daría posteriormente vida a la Agencia Mexicana de Servicios Informativos.

Entre 1955 y 1960 Rusia lanza al espacio el Sputnik, surgen las pantimedias; y además se integran otras dos estaciones más a NRM: XECO, Radio Femenina que posteriormente se convertiría en Radio Eco, la primera estación hecha por y para las mujeres, la cual después se transformaría en Dimensión 13-80; así como XEPH, "Más música para ustedes", que llegaría a ser la famosa estación "Radio 590 La Pantera", la cual hizo ídolos en México a los Beatles y a los Monkeys.

"Posteriormente se incorpora al Núcleo Radio Mil su primera estación en la frecuencia modulada: XEOY-FM, la cual tuvo la primicia de contar con sonido estereofónico; con el tiempo "XEOY-FM Estereomil, el sonido de los clásicos" llegó a convertirse en una estación de gran nivel cultural para la población mexicana"<sup>46</sup>.

Los 60's fue una década de suma importancia para NRM, Cuando Enrique Guzmán, César Costa, Alberto Vázquez y Angélica María eran los grandes ídolos de México, Marilyn Monroe era el *sex symbol* de la época y el entonces Presidente Adolfo López Mateos inaugura las nuevas instalaciones del Núcleo Radio Mil en Insurgentes Sur 1870, esta parte de la ciudad fue bautizada como la zona cultural y tradicional de la Ciudad de México "La Zona Azul y Oro" por CU.

"Además en esta misma época NRM sumó otras dos estaciones en la banda de frecuencia modulada: XHSON-FM "La Chica Musical" esta pasaría en años siguientes a ser "Sonomil" y en amplitud modulada XEUR-AM "Radio Onda"<sup>47</sup>.

Durante las décadas de los 70's y 80's, sucedieron grandes acontecimientos aún recordados con gran emoción. Entre los más destacados en la década de los 70's están: México inauguró el Metro, se celebra con gran

<sup>45</sup> Página de "40's Nuestro Nacimiento", <http://www.nrm.com.mx/historia2.html>.

<sup>46</sup> Página de "50's Nuestro Crecimiento", <http://www.nrm.com.mx/historia2a.html>.

<sup>47</sup> Página de "60's La zona Azul y Oro", <http://www.nrm.com.mx/historia2b.html>.

entusiasmo la Copa Mundial de Fútbol en nuestro país, la capital de la República se da a conocer oficialmente como la ciudad de México y para finalizar la década, nos honra con su primer visita el Papa Juan Pablo II.

Para la década de los 80's nace en la ciudad de México el primer panda en cautiverio llamado Tohui, el rock en español en nuestro país toma gran fuerza con grupos como: Timbiriche, Mecano, Flans y Olé Olé. Dentro de este contexto la emisora XHSON-FM se transforma en una de las estaciones de radio de mayor éxito en nuestro país "Rock 101". Recordamos también a Rodolfo Neri Vela como el primer astronauta mexicano y en México 86 volvimos a repetir la sede del campeonato Mundial de Fútbol en menos de dos décadas y trascendió a nivel mundial la demolición del muro de Berlín.

"Estas fueron para Núcleo Radio Mil décadas de consolidación en sus estaciones, siempre estando presente en los grandes sucesos históricos, sociales, políticos y culturales de nuestro acontecer diario"<sup>48</sup>.

La década de los 90's refleja un gran cambio en la vida de todos nosotros, nos enfrentamos al fin del milenio donde surgen medios para comunicarnos a nivel mundial: Internet es un gran paso en la humanidad; la industria cibernética avanza a pasos agigantados, cada día más y más satélites se encuentran en órbita y la conquista del espacio se perfecciona. Respondiendo a este vertiginoso crecimiento y a una sociedad que demanda la necesidad de alianzas estratégicas para fortalecer los negocios, Núcleo Radio Mil se asocia en los primeros meses de 1995 con un hombre destacado y respetado en el medio radiofónico, Don Ediberto Huesca Perrotín quien integró al NRM una de las estaciones con mayor trayectoria y arraigo en el segmento del adulto contemporáneo: XHMM-FM Stereo Cien y al prestigiado noticiero Enfoque.

Con este hecho se refuerza y consolida al Núcleo Radio Mil para enfrentar los retos del nuevo milenio, con seis estaciones radiofónicas: tres emisoras de banda de amplitud modulada y las otras tres en frecuencia modulada. "Cada día nuevos programas radiofónicos, ejecutivos jóvenes y dinámicos, aunados a los equipos técnicos de vanguardia y a una filosofía bien dirigida con sólidos principios, animan al Núcleo Radio Mil validando hoy y siempre su lema: NÚCLEO RADIO MIL... TRADICIÓN DE EXCELENCIA EN RADIO"<sup>49</sup>.

<sup>48</sup> Página de "70's y 80's Décadas de fortalecimiento", <http://www.nrm.com.mx/historia3.html>.

<sup>49</sup> Página de "90's El despegue de la comunicación y vamos por la consolidación", <http://www.nrm.com.mx/historia4.html>.

## Análisis de la página de Núcleo Radio Mil en Internet



Figura 7.

\*Página principal de Núcleo Radio Mil en Internet del 2 de marzo de 1999.

Su página principal está compuesta por dos *frames*, en la esquina superior izquierda se localiza el logotipo de Núcleo Radio Mil (NRM), el cual es una imagen animada donde el punto gira sobre la trayectoria de la elipse alrededor del canguro. Debajo de éste hay otra imagen animada, donde van cambiando los logos de sus seis estaciones, su noticiero y sus dos programas deportivos. Después se localiza un listado con ligas a sus cinco secciones, **HOME, HISTORIA, ESTACIONES, NOTICIERO ENFOQUE, CIEN EN DEPORTES Y DOS EN EL ÁREA**, y por último **ESTADÍSTICAS**.

En seguida hay un contador para registrar el número de visitantes que han entrado a su página, luego una imagen animada de una arroba, (@, cuyo significado es *pertenece* a, este símbolo es utilizado para representar el *e-mail* o correo electrónico) la cual no realiza ninguna función, aunque parece un *link* para enviar un correo electrónico con comentarios, posteriormente se localiza un cuadro con la dirección donde se localizan las instalaciones del Grupo.

En el *frame* del lado derecho, en la parte superior se encuentra un cuadro mostrando la fecha del día, después un mensaje de "Bienvenidos" a la derecha de él hay una especie de botón con el logotipo de NRM, esta imagen está animada se esconde detrás de la grabadora y después volver a salir, el estéreo también es una imagen animada, las bocinas vibran para aparentar que estuvieran tocando música y el ecualizador, sube y baja las frecuencias.

Debajo de la grabadora hay un cuadro, con una imagen de unos audífonos, la dirección de las instalaciones de la radiodifusora y el ecualizador, también animado como el anterior. El cuadro situado debajo de los audífonos es una imagen compuesta por los logos de las seis estaciones de Núcleo Radio Mil que van cambiando y por último se sitúa un cuadro, el cual indica que esta página fue creada y diseñada por *Inter Web México*, la imagen está animada y consiste en desvanecer el logotipo de la empresa.

Ahora explicaremos el índice o listado de sus secciones y sus respectivos contenidos. Es importante señalar lo siguiente, estas ligas cambian de color cuando uno se coloca sobre ellas para acceder a su contenido, con el fin de indicar que estamos presionando el botón. La primera es **HOME**, la cual simplemente nos lleva de nuevo a la página principal, después se localiza **HISTORIA**, al acceder se puede apreciar el mismo formato de la página principal, el cual permanece al entrar a las diferentes secciones, aquí el *frame* del lado izquierdo se conserva casi igual, salvo unos pequeños cambios, el primero es en el logotipo localizado en la esquina superior izquierda, este se convierte en una liga hacia la página principal y el segundo es la desaparición del cuadro con la dirección de las instalaciones del NRM, es decir se conserva sólo hasta la arroba animada, que permanece sin ser una liga. Una vez dentro de la sección de **HISTORIA**, en la parte superior derecha al centro, encontramos el título de la sección y a cada uno de sus lados hay imágenes, la del lado izquierdo simboliza la radio en el pasado (con un hombre escuchando música de un gramófono) y la del lado derecho en el futuro (con una especie de androide). Después del título hay un cuadro con la historia de Núcleo Radio Mil a través del tiempo con ocho *links*, estos se componen de una radio y debajo de ella su respectiva década, desde los 40's hasta los 90's, obviamente los

aparatos radiofónicos van evolucionado de acuerdo a la época, además la década de los 70's y 80's forman una sola liga. Cuando se entra a cualquiera de estas páginas su contenido es similar, explican el desarrollo de NRM en cada década, así como sus programas más importantes.

Al centro de este cuadro hay una liga más, conformada por el botón con el logo de Núcleo Radio Mil y el título Filosofía NRM, al ingresar a ella muestra la política de esta organización, como ellos la llaman "filosofía canguro". Otro punto importante es cuando se accede al contenido de alguna liga dentro de determinada sección, en la parte inferior de la página al centro, hay una imagen que dice "regresar", cuya función es enviarnos al sitio anterior visitado.



Figura 8.

El siguiente *link* del Índice es **ESTACIONES**, al entrar en él aparecen imágenes de las seis estaciones que forman el Núcleo Radio Mil, Sabrosita 590 AM, Radio Mil 1000 AM, Sinfonola 1410 AM, Morena FM 89.7, Stereo Cien 100.1 FM, Código 100.9 FM. Su forma de distribución es en dos filas de 3

\* Página de las estaciones de Núcleo Radio Mil del 2 de marzo de 1999.

columnas, debajo de ellas está su nombre y tanto la imagen como éste actúan en forma de ligas a la página de la estación. Una vez adentro de las páginas de las diferentes estaciones, presenta o el logotipo de la estación o una imagen de acuerdo al tipo de música que se toque, (por ejemplo en Sabrosita, tiene un tucán, él cual corresponde a su tipo de música tropical en cambio en Stereo Cien tienen su logotipo de delfín), después hay un perfil general de la estación, donde se pone su género musical, su horario de transmisión, entre otras cosas. Junto a este perfil se encuentra una imagen animada de una arroba, la cual sirve como *link* para enviar un correo electrónico a la estación, después se localiza el logotipo de NRM, éste es una liga a **HOME**, después están los teléfonos de cabina y en caso de que la estación tenga un *slogan*, aquí estará. Después de esto ponen cuadros correspondientes a los programas más importantes de la estación, con una descripción de los mismos, la hora de su transmisión, así como imágenes acompañando la información. Para que esta explicación quede más clara es necesario observar la figura 10 localizada en la siguiente página.

Como pudimos observar el formato de sus páginas es de actualidad y se presenta en forma atractiva para cualquier persona interesada en visitarlos en la red. Además otro punto importante es el presentar una propuesta para cada gusto musical, pues ofrece al público diferentes géneros a escoger, éstos van desde Tropical hasta Dance y Pop, pasando por rancheras, norteñas, de banda, música romántica mexicana y música en inglés, con esto obviamente pretende poder abarcar más radioescuchas.

Ahora la siguiente liga del índice localizado en su página principal es **NOTICIERO ENFOQUE, CIEN EN DEPORTES Y DOS EN EL ÁREA**, el cual cuando accedemos en él cambia su nombre por **NOTICIERO ENFOQUE Y PROGRAMAS DEPORTIVOS**, esta sección contiene el mismo formato y al centro de ella hay tres cuadros con imágenes de los logos del Noticiero Enfoque, Cien en Deportes y Dos en el área, debajo de ellas el nombre del programa. Al acceder a la primera, la de noticiero, habla de su objetivo, sus características y la hora en que se transmiten sus dos emisiones por Stereo Cien y Radio Mil. Después habla de los conductores de este "diario hablado" y un poco de su vida y trabajos y por último menciona brevemente a sus colaboradores, el formato de sus noticieros deportivos es muy similar al de Enfoque, sólo que éstos no mencionan los colaboradores.



**CIEN**

La única estación de la radio con más de 21 años de transmitir las 24 horas la mejor selección de temas internacionales en inglés para el adulto contemporáneo y de mantener una profunda comunicación con su público.

Solo con los éxitos de los setentas, ochentas y noventas en tu automóvil, en tu oficina y en tu hogar. Stereo Cien, todo el tiempo contigo.

**"MARIO VARGAS EN VIVO"**

Poco se puede decir de toda una motivación en los medios de comunicación. Reconocido a nivel internacional como la voz de la música disco en México, no solo forma parte del equipo de Stereo Cien y "Back to Disco". Su poder de convocatoria asombro a amigos y extraños que la signan de fines a viernes de las 11:00 a 11:00 hrs en su estación de "Blue Clips Classics" y los viernes y sábados por la noche nos mantiene en la pista del baile con la mejor de la música discoteca. En tres eventos ha congregado a más de quince mil almas incluyendo así un record Guinness de asistencia, al primer evento masivo en su género a nivel mundial.

La magia que envuelve a Mario Vargas esta en su voz y su estilo característico muy particular, además de su vasto conocimiento sobre artistas internacionales, "Air Supply", "K.C. and The Sunshine Band", Donna Lewis, Cathy Dennis, Barry Manilow, Yanni, Massimo Di Cataldo, Orman Liebert, Lionel Richie, Bee Gees, Deep Forest, Michael Balto, Lisa Stansfield, son solo algunos de los nombres que han desfilado recientemente por el espacio de Mario Vargas y todos, sin excepción, reconocen en él al "Leader". Para el reconocimiento más importante para Mario Vargas es el hoy... y Mario Vargas está todo el tiempo contigo.

ESTA TESIS NO SAI DE LA BIBLIOTECA

Germán Huesca conduce el espacio *domo comience* las 16:00 de lunes a viernes 16:00 a 18:00 hrs.

Mientras, presenta las novedades más recientes en el mundo de la música y los números que pronto serán éxitos en nuestro país. Poseedor de un estilo refinado y muy contemporáneo que permite la plena identificación con su público.

Germán cumple a sus radiocoristas con las solicitudes, lo que hace de su segmento radiofónico uno de los más escuchados en Stereo Cien. "Buenas Tardes México" está frase con la que inicia su programa y, a lo largo de los programas, recibe la respuesta a éste saludo a través de llamadas telefónicas, textos y correo electrónico logrando así la perfecta comunicación. "Stereo Cien... todo el tiempo contigo".



"LINEA DE AMOR"

La noche vive en marco de Cynthesia. El fin de semana acompañar a aquellos que viven el amor y el desamor y para comunicarse con el ser amado. Con su voz adulara, serena, amable y fresca, Cynthia de Leturia a los miembros de la línea les habla de aquellos que dicen al amor y música. Con mensajes con dedicación de las canciones que poseen un significado muy especial para el radiocorista. Romances, poemas, frases, epigramas y risas han dado a Línea de Amor un lugar especial en el cuadrante de F.M.

Desde el inicio de una sincera amistad hasta el momento más significativo en la vida de dos personas, como es el matrimonio matrimonial, han sido los logros del espacio más romántico de la radio. La conversación de Cynthia Filadelfia con su público no se limita al minuto. Cientos de cartas han tenido la oportunidad de participar en las transmisiones de Línea de Amor durante las tradicionales congresos transmitidos en diversos países de la Ciudad de México. La programación musical de Línea de Amor depende en gran medida del radiocorista, quien solicita su música... lo mismo que ha estado todo el tiempo contigo.

SABADOS Y DOMINGOS (PROGRAMAS ESPECIALES).



- 06:00 a 9:00 Los Beatles en Stereo Cien con Pepe Anzueto
- 10:00 a 11:00 La Cultura del Rock con María Vargas
- 13:00 a 15:00 Música Internacional de los 70's, 80's y 90's
- 17:00 a 18:00 Vanguardia con Germán Huesca
- 20:00 a 7:00 Música Internacional de los 70's, 80's y 90's

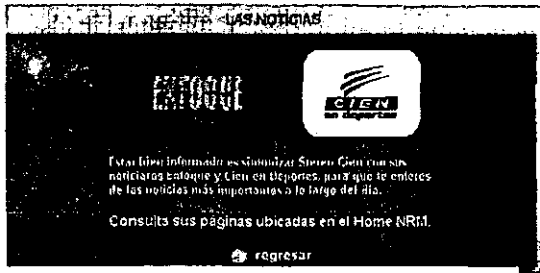


Figura 9°.

El último *link* es el de **ESTADÍSTICAS**, el cual es un servicio sólo para usuarios registrados, pues si intentamos acceder a esta sección aparece un cuadro como el siguiente.

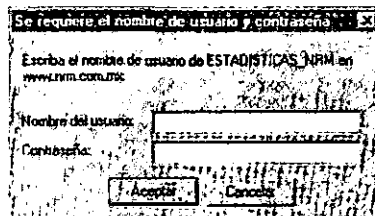


Figura 10°.

Si cuando aparece este cuadro damos cancelar nos lleva a una página donde es necesaria la autorización para entrar a esta sección, por ello es importante verificar si escribimos bien nuestro *nombre de usuario* y tecleamos bien la *contraseña*, o bien si existe algún problema con el servidor. Además en la parte inferior de la página en la barra de estado (esta nos muestra el nombre del equipo y el porcentaje de carga de la página, entre otras cosas, al cual nos conectamos) manda el siguiente mensaje cuando intentamos abrir la sección **ESTADÍSTICAS** "Conexión: Escriba la contraseña para el sistema...", esto indica que el sistema no proseguirá en la carga de la página mientras no tengamos un *password* para acceder a ella.

La página de Núcleo Radio Mil es un claro ejemplo de que la tecnología no debe de estar peleada con la tradición, pues esta empresa nació con el despertar de la radio en nuestro país y sin embargo han crecido de acuerdo a la demanda de esta industria, consolidándose así en el gusto de los radioescuchas. Por ello observamos que su página no es conservadora, al contrario, se aprovechan de todos los elementos para ofrecer a su público una imagen fresca y renovada.

\* Imagen de la presentación de las estaciones de Núcleo Radio Mil del 2 de marzo de 1999.

\*\* Imagen que manda al intentar acceder a la sección Estadísticas.

Esto responde en parte al significado de su logotipo, por medio del cual este grupo radiofónico explica su filosofía, el motivo por el cual utilizan un canguro se debe a una característica que lo hace diferente a todos los demás animales, siempre avanza hacia delante, es decir, cuando salta siempre es hacia delante y nunca para atrás, además a lo largo de su vida nunca deja de crecer. Por ello la figura del canguro fue adoptado como símbolo de la filosofía que los inspira, pues la meta del NRM, es avanzar y nunca dar marcha atrás.

### 3.2.2 Grupo Radio Centro

## Historia

“Los orígenes del Grupo Radio Centro en la radiodifusión se remontan a hace más de 45 años, su fundador Don Francisco Aguirre J. inició actividades en 1946. En 1952 Don Francisco funda Organización Radio Centro como único propietario de dos estaciones de radio: Radio Centro y Radio Éxitos. En 1965 funda Organización Impulsora de Radio como representante de ventas a nivel nacional de estaciones afiliadas en el interior del país. En 1973 establece tres estaciones de FM, lo cual consolida su posición de líder de la industria radiofónica en México. En 1979 Doña Ma. Esther Gómez de Aguirre asume la Presidencia del Consejo de Administración y Adrián Aguirre la Presidencia Ejecutiva”<sup>50</sup>.

Ya para 1983 Grupo Radio Centro inicia sus transmisiones al extranjero. En 1989 se inicia un proceso de reestructuración corporativa para consolidar las operaciones radiofónicas del Grupo, la cual concluye en 1992. En 1993 se efectúa una oferta pública inicial de acciones del Grupo en México (Bolsa Mexicana de Valores), simultáneamente en Nueva York (NYSE). GRC fue la primera empresa latinoamericana de medios de comunicación en colocar acciones en la bolsa de Nueva York y la sexta empresa mexicana. Como resultado de la oferta de acciones se fortalece su estructura financiera y refuerza su estructura tecnológica de avanzada.

En julio de 1993 GRC firma un contrato para operar la estación XHFO de FM conocida actualmente como la Z. “Las oficinas generales del Grupo se ubican en el nuevo edificio de su propiedad en Constituyentes, el llamado Trébol Radio Centro. Se incluye dentro de las instalaciones lo más avanzado en red de telefonía y computación, así como un sofisticado equipamiento radiofónico digital, haciendo de este edificio un Edificio Inteligente”<sup>51</sup>. Anteriormente las oficinas del Grupo Radio Centro se localizaban en Artículo 123, ciudad de México. En mayo de 1995 adquiere el 33% de Radiodifusión RED como parte de sus planes de expansión y ya en enero de 1996 GRC completa la adquisición de ésta comprando el 67 % de las acciones restantes, con lo cual consolida los servicios de noticias del Grupo con los de RED complementándolos con programación musical.

“Es importante destacar que Radiodifusión RED, era el quinto competidor más grande del Grupo, en términos de participación de audiencia, en la ciudad de México y esta compra incluyó dos estaciones de FM y una de AM en el Distrito Federal, así como una estación de AM en Guadalajara y otra igual en Monterrey”<sup>52</sup>.

<sup>50</sup> Página de “Historia” de Grupo Radio Centro, <http://www.radiocentro.com.mx/grc/historia/default3.html>.

<sup>51</sup> *Ibidem*.

<sup>52</sup> Página de “Historia II”, <http://www.radiocentro.com.mx/grc/historia/default2.html>.

Bajo el nombre comercial de Organización Impulsora de Radio (OIR), la Compañía actúa como representante nacional de ventas para proporcionar programación a una cadena de estaciones de radio afiliadas en México (107 afiliadas). Maneja todas sus estaciones como una cartera y combina estudios de mercado especializados e innovación en la programación, con inversión continua en la tecnología más avanzada, para obtener producciones de alta calidad.

“Grupo Radio Centro es una compañía de radiodifusión comercial ubicada como una de las principales en su ramo, en México. Durante más de 20 años ha sido el grupo de empresas radiodifusoras número uno en la Ciudad de México. Actualmente tiene una participación de más del 34 % de la audiencia del mercado de la radio”<sup>53</sup>. Sus principales actividades son la producción y radiodifusión de programas musicales, noticias, entrevistas y eventos especiales y la fuente principal de los ingresos del Grupo es la venta de tiempo a anunciantes. Además es propietario del mayor número de estaciones en la cd. de México: ocho en AM y cinco en FM, también maneja y opera una estación adicional de FM. Dos de las estaciones de AM están ubicadas en Provincia, una en Guadalajara y otra en Monterrey.

En la actualidad Grupo Radio Centro:

- Cuenta con 709 empleados.
- Explora un número posible de inversiones en nuevas tecnologías en el área de telecomunicaciones.
- Negocia un *joint venture*<sup>54</sup> con **Axcess USA Communications Corp.**, para la creación de un sistema de transmisión de datos múltiples.
- Promueve mercancías a través de la división de Música en Línea en conjunto con Ticket Master y MixUp.
- Conduce más de 190 mil entrevistas anuales -en el área de mercadotecnia- las cuales han redituado para el Grupo su liderazgo en el mercado.
- Es superior en términos de Audiencia en relación con sus principales competidores en la ciudad de México.

<sup>53</sup> Página de “Historia I”, <http://www.radiocentro.com.mx/grc/historia>.

<sup>54</sup> Un “Joint Venture” es una asociación conjunta de empresas que son del mismo ramo o parecido, estas se unen para crecer y/o expandir sus operaciones a un menor costo, ya que cuando se unen ambas se complementan y consecuentemente tienen ahorros de gastos, es decir se hacen mas eficientes y crecen mas rápidamente.

Para poder apreciar mejor cuáles son los principales grupos radiofónicos, el siguiente es un cuadro comparativo de las radiodifusoras en la ciudad de México, con sus correspondientes estaciones.

<b>Grupo Radiofónico</b>	<b>Número total de estaciones</b>	<b>AM</b>	<b>FM</b>
Grupo Radio Centro	12	6	6
Organización Radio Fórmula	5	3	2
Radiópolis	6	3	3
Grupo Acir	7	3	4
Núcleo Radio Mil	6	3	3
Frecuencia Modulada Mexicana	5	1	4

## Análisis de la página de Grupo Radio Centro en Internet

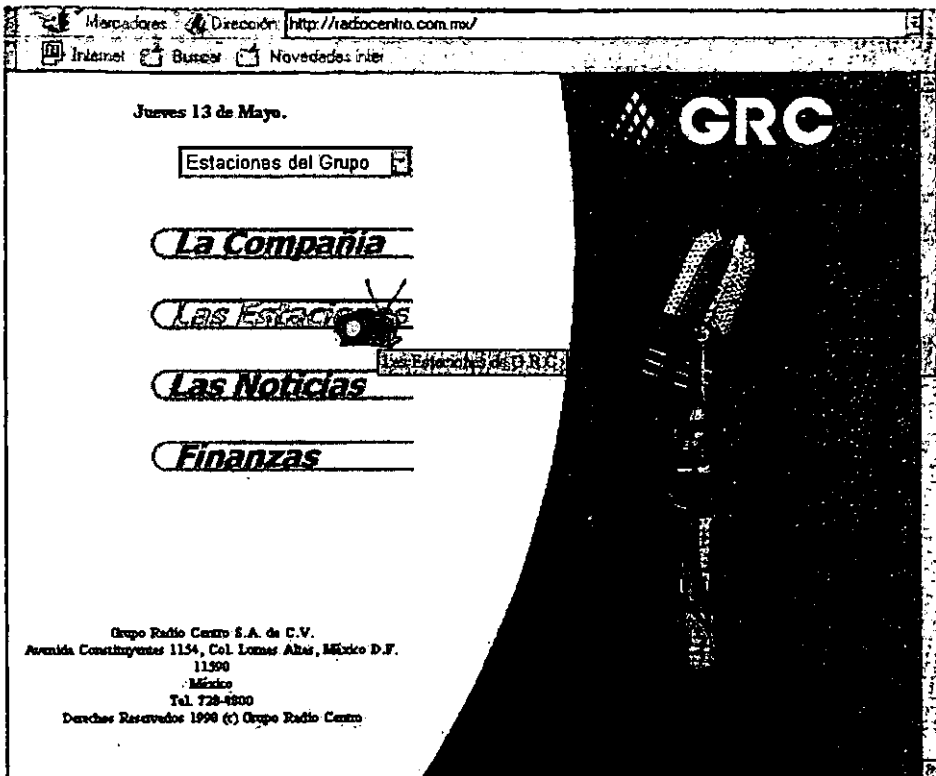


Figura 11.

Su página principal nos muestra en la esquina superior izquierda la fecha del día, debajo hay un botón de lista desplegable, el cual dice **ESTACIONES DEL GRUPO**, al dar *click* en él aparecen los nombres de cada una de sus estaciones y si lo presionamos nos enviará a la página de éstas.

Debajo de este botón se encuentran cuatro ligas:

- **LA COMPAÑÍA**
- **LAS ESTACIONES**
- **LAS NOTICIAS**
- **FINANZAS**

\* Página principal de Grupo Radio Centro en Internet del 13 de mayo de 1999.



Cabe mencionar que al posicionarnos en cualquiera de ellas, las letras antes en color rojo cambian a marca de agua (es decir se atenúan), así mismo aparece una imagen alusiva a la liga y un título complementando la información, tal y como lo muestra la figura 11. Por último en la esquina inferior izquierda se localiza la dirección y teléfonos de Grupo Radio Centro.

Por otra parte, en la esquina superior derecha se encuentra el logotipo de GRC y debajo de él ocupando el resto de la página una imagen de un micrófono.

Al acceder a la primera liga que es **LA COMPAÑÍA**, aparecen al centro de la página seis imágenes:

- La primera imagen es Dinero, cuando nos colocamos encima de ella se pone como fondo en marca de agua y aparece el título Información Financiera, lo cual nos indica el nombre de este *link*.
- La segunda figura es de un cantante y corresponde a Estaciones.
- En la tercera podemos ver a mucha gente y esta liga nos lleva a Audiencias.
- En la cuarta hay un edificio azul, este *link* nos lleva a Subsidiarias.
- La quinta es la imagen de las primeras instalaciones de Grupo Radio Centro, por ello nos lleva a Historia.
- Por último en la sexta liga hay una moto, que nos llevará a la sección de Publicidad y Promoción.

Cada una de ellas nos traslada a diferentes secciones dependiendo del tipo de información que requiramos, por ejemplo:

- Financiera tiene las siguientes ocho ligas:
  - La compañía
  - Precio del ADR<sup>55</sup>
  - Reportes Anuales
  - Reportes trimestrales
  - Reportes de prensa
  - Contactos
  - Audiencias
  - English (liga que nos lleva a la versión en inglés de esta página).
- Estaciones, para acceder a esta parte se requiere el programa *Real Player* o *Windows Media Player*<sup>56</sup> para poder escuchar el radio desde nuestra PC, en caso de no tenerlo instalado, ofrece la posibilidad de bajarlo, esto por medio de un archivo *download*.
- Audiencias tiene principalmente dos ligas, ambas en formato PDF:
  - Participación de Audiencias - Año 1997
  - Participación de Audiencias- Primer Semestre 1997

<sup>55</sup> ADR significa "American Depositary Share", y son la representación de acciones de las empresas extranjeras que cotizan (se venden y/o se compran) sus títulos en la bolsa de valores de Nueva York.

<sup>56</sup> Estos programas permiten al usuario escuchar archivos de audio en la PC y además oír algunas estaciones de radio desde la computadora.

- Subsidiarias tiene los siguientes links:
  - Radio Difusión RED
  - Radio Centro XHFO-FM
  - Radio Centro Publicidad
  - Inmobiliaria Radio Centro
  - Desarrollos Empresariales
  - Organización Impulsora de Radio
  - Universal de Muebles e Inmuebles
  - Publicidad y Promociones Internacionales
  - Promotora técnica de Servicios Profesionales
- Historia, a lo largo de estas páginas se explica el desarrollo de Grupo Radio Centro a través del tiempo.
- Publicidad y Promociones, aquí se explica la importancia y el papel que juegan estas en la radiodifusión.



Figura 12.

\* Imagen de la página del link **LA COMPAÑÍA** del 13 de mayo de 1999.

Como se puede apreciar en la figura 12, debajo de estos 6 *links* hay 6 ligas que igualmente nos llevaran a las secciones anteriormente mencionadas. Posteriormente se encuentra la siguiente leyenda "**English Version Here**", lo cual nos indica la existencia de una página en su versión en inglés, después de esto indica la fecha del 19 de diciembre de 1997 como la de la última vez que fue modificada esta página. Abajo se encuentra la dirección de un correo electrónico para enviar comentarios y sugerencias, la cual es la siguiente [grc@infosel.net.mx](mailto:grc@infosel.net.mx) y por último se localiza el *Copyright* de GRC.

Ahora pasemos a describir el segundo *link* de la página principal, el de **LAS ESTACIONES**, si tratamos de acceder a él manda el siguiente mensaje de error "**HTTP/1.0 404 Object Not Found (404 Not found, o 404 No encontrado, el 404 es un código de estado que indica a un usuario del Web que no se ha encontrado, Not found, una determinada página).**" Otra forma de ver las páginas de las diferentes estaciones del Grupo es por medio del botón de lista desplegable de "**ESTACIONES DEL GRUPO**", si lo activamos aparecen todas las emisoras de este:

- Radio Red FM
- Stereo, 97.7
- Stereo Joya, 93.7
- Alfa, 91.3
- La Z, 92.1
- Universal Stereo, 107.3
- Radio Red AM, 1110
- El Fonógrafo, 790
- Radio Variedades, 1320
- Formato 21, 1150
- Radio Centro, 1030
- Radio Consentida, 1560

Para entrar en la página de cualquiera de ellas basta con seleccionarla con el *mouse* y automáticamente comenzará a abrir su página (Ver Figura 13).

La cuarta liga de la página principal es la de **LAS NOTICIAS**, al acceder en ella en la esquina superior izquierda tiene los siguientes *links*:

- Ciudad, cuando entramos a esta sección por debajo de estos 7 *links* y a lo largo del ancho de la página se pone una imagen, aquí es la del Ángel de la Independencia.
- Nacional, se pone la imagen de Palacio Nacional y el asta bandera.
- Finanzas, hay imágenes de billetes de diferentes países.
- Internacional, simplemente se pone cielo.
- Ciencia y tecnología, podemos observar la figura de una mano sosteniendo un tubo de ensayo.
- Espectáculos, como imagen vemos a un cantante.
- Deportes, su imagen corresponde a un atleta.



Figura 13.

Debajo de estos hay una imagen que dice 3era. Edición y la fecha a la cual corresponde, es importante señalar que estas cambian hasta tres veces en el transcurso del día (por eso hay hasta 3 ediciones por día) y se publica de Lunes a Viernes. Posteriormente al centro se encuentra el logotipo de GRC, debajo del logo hay 5 botones más:

- inicio, nos envía al principio de la página.
- escuchar, sirve para oír las estaciones.
- membresía, aparece un formulario donde el usuario registra la información para mantener contacto entre él y Grupo Radio Centro, con la posibilidad de recibir diariamente correo electrónico con las noticias o bien que en la portada de noticias aparezcan las ligas de alguna(s) sección(es) a elegir.
- buscar, muestra los criterios para realizar la búsqueda en las publicaciones de GRC, primero "Palabra Clave", después "Tópico" (o tema), "Fecha de la noticia" donde podemos escoger entre especificar un mes, día y año o bien poner la opción de "Cualquier fecha" y por último se encuentra "Fecha de Publicación", esta puede ser en una "Edición" en específico o en "Todas las publicaciones".
- archivo, se encuentran las publicaciones anteriores, donde debemos elegir la fecha y edición a visitar.

Cada vez que accedemos a alguno de éstos botones en la esquina superior izquierda (donde se encuentran los *links* a las diferentes secciones que conforman **LAS NOTICIAS**) se pone la imagen característica del botón, por

\* Imagen de la presentación de las estaciones de Grupo Radio Centro del 13 de mayo de 1999.

ejemplo: inicio su logo es un triángulo equilátero, escuchar es un círculo con rayas, simulando una bocina, membresía es un bolígrafo, buscar una lupa y finalmente el de archivo es un archivero.

Por último, después de los cinco botones se localizan los encabezados de las notas más importantes del día con sus respectivas imágenes, es importante señalar que tanto éstas como las notas funcionan como liga hacia la información completa.

Para finalizar el último *link* correspondiente a **FINANZAS** nos lleva a la misma página de Financiera que se encuentra dentro de la liga de **LA COMPAÑÍA**. Al entrar a esta página al centro se localiza la imagen de un radio con una estadística, junto el logotipo de GRC que dice: "Grupo Radio Centro Radiodifusión de México al mundo". Debajo al lado izquierdo hay una liga a RC Listed NYSE (es decir, *The New York Stock Exchange*, Bolsa de valores de NY). Después se encuentran los siguientes *links*:

- La Compañía
- Precio ADR
- Reportes Anuales
- Reportes Trimestrales
- Reportes de Prensa
- Contactos
- Audiencias
- English

Posteriormente debajo de la imagen centrada, hay una liga a Estados Financieros, junto a ésta a la derecha se encuentra Investor Relations, este apartado se encarga de dar la bienvenida y explica la utilidad de la página, encima de dicha presentación se localiza la fecha del día. Después, debajo de Estados Financieros hay otro *link*, pero este es a Analistas, junto a éste a la derecha se encuentran las Novedades, las cuales son Reporte Anual (Forma 20-F) (junto a esta hay una imagen animada la cual indica que esta liga es nueva), Reporte del Cuarto Trimestre y Estados Financieros.

Debajo indica como última fecha de modificación el 10 de mayo de 1999, más abajo hay 3 ligas, la primera es hacia Microsoft, la segunda es para bajar (también conocido como *download*) Microsoft Internet Explorer (Visualizador de páginas Web elaborado por la compañía de Microsoft) y la tercera nos lleva al Servicio de Noticias de GRC, estos 3 *links* son también imágenes animadas. Por último hasta abajo de la página al centro se localiza el Copyright de Grupo Radio Centro.

## Comparación entre las páginas de Grupo Radio Centro y Núcleo Radio Mil

Para concluir debemos de recalcar algunas diferencias entre ambos grupos radiofónicos y posteriormente entre sus páginas en Internet. Núcleo Radio Mil hace su aparición en la Radio en la década de los 40's y es hasta el año de 1941 que nace la estación Radio Mil, por su parte Grupo Radio Centro inició sus actividades en 1946, es decir 5 años después, sin embargo ambas son empresas con una larga tradición y ello las convierte en pioneras de la industria radiofónica.

Por otra parte NRM cuenta con seis estaciones, tres en AM y tres en FM, en cambio GRC tiene 12 estaciones, seis en amplitud modulada y seis en frecuencia modulada, este hecho podría revelarnos que este grupo tiene una mayor presencia en el público, pues cuenta con un mayor número de estaciones, sin embargo no podemos asegurarlo.

Ahora bien Núcleo Radio Mil cuenta con 5 ligas en su página principal, **HOME, HISTORIA, ESTACIONES, NOTICIERO ENFOQUE, CIEN EN DEPORTES Y DOS EN EL ÁREA**, y por último **ESTADÍSTICAS**, estas básicamente resumen la información general que cualquier radioescucha pudiera necesitar acerca de este grupo radiofónico y ya datos más específicos como reporte de audiencias se encuentran en **ESTADÍSTICAS**, sin embargo éstos no son accesibles para cualquier tipo de público, se necesita tener una clave. Esta forma en que esta organizada la información facilita más su búsqueda, lo cual hace que la tarea del usuario se simplifique.

Por su parte GRC tiene un botón de lista desplegable **ESTACIONES DEL GRUPO** y 4 ligas más **LA COMPAÑÍA, LAS ESTACIONES, LAS NOTICIAS** y por último **FINANZAS**. Su forma de distribución es un poco más complicada, pues para encontrar por ejemplo la Historia del Grupo, es necesario entrar en **LA COMPAÑÍA** y posteriormente entrar a la liga de Historia. Por otra parte el acceso a las páginas de sus estaciones también es más complicado, pues nos pide el *software* de *Real Player* o *Windows Media Player*, el cual nos servirá para escuchar las estaciones en nuestra computadora, sin embargo el usuario puede llegar a tener problemas con la instalación de este y entonces esta característica en lugar de ser una ventaja, se convierte en desventaja.

Ya en cuanto al formato de las páginas de las estaciones, NRM nos muestra un formato más largo, en donde en una sola página se encuentra toda la información, es decir, no hay ligas a otras páginas y para poder ver todos los datos es necesario que el usuario se desplace a través de la página y esto puede resultar un tanto fastidioso, por otro lado, GRC nos presenta un formato compacto, pues como podemos observar en una sola pantalla se localiza toda la página principal y en ella se encuentran *links* a otras páginas dependiendo del tipo de información requerida, esto facilita la búsqueda de datos por parte del usuario.

Una ventaja de GRC con respecto de NRM es permitir que cualquier usuario pueda entrar a su página de **FINANZAS**, con esto ofrece la posibilidad de consultar los datos estadísticos de la compañía, ver sus niveles de audiencias, entre otras cosas, en contra parte NRM tiene una liga en su página principal llamada **ESTADÍSTICAS**, pero a esta sólo pueden entrar usuarios registrados, pues deben de contar con un *Nombre de usuario* y un *Password*, esta es una desventaja por que evita que posibles inversionistas se den un panorama general de la empresa y se decidan a invertir.

Ya en cuanto al diseño de sus páginas estéticamente hablando, ambos grupos radiofónicos se han preocupado por mantenerse al día, y aunque no emplean mucho las imágenes animadas, y la utilización de *frames* es sólo por parte de NRM, los dos grupos demuestran su interés por estar a la cabeza. Este hecho en parte se explicó al inicio de este apartado, pues a diferencia de la prensa, que como pudimos observar las desigualdades entre los periódicos era demasiada, en la radio la competencia ha sido más encarnizada y día a día el lema es ser los mejores para ganar audiencia, esta idea queda muy bien ejemplificada en la filosofía de NRM, o filosofía Canguro: "hay que avanzar siempre hacia delante y nunca retroceder..."

### 3.3.La televisión en Internet

"México cuenta con una amplia historia en materia de medios de comunicación masiva y prueba fiel de ello es que en algún momento del presente siglo, encabezó el desarrollo de uno de los más importantes *mass media*, como lo es la televisión, al ser un mexicano, el Sr. Guillermo González Camarena, el inventor de la TV a colores"<sup>57</sup>.

Por otra parte, tal y como ya lo hemos mencionado en capítulos anteriores, los medios de comunicación, y en general todas las industrias, han tenido transformaciones importantes debido a la presencia del mundo de la computación, es decir que han tenido que actualizar su tecnología para mantener su competitividad en el mercado y lo mismo esta sucediéndole a la también llamada: industria del entretenimiento, es decir, a la televisión.

Esta determinación de renovarse es particularmente notable en lo correspondiente a la televisión y como ejemplo esta el caso de la empresa TELEVISIA, esta televisora por su larga presencia en el mercado ha llegado a constituirse en modelo a seguir aún para sus competidores. En relación con la actualización de su tecnología, Televisa muestra un interés particular por el desarrollo de las telecomunicaciones mexicanas, pues entiende que sus proyectos audiovisuales están firmemente ligados a los avances alcanzados en esta materia.

Esta empresa es clave para entender el desarrollo de algunas telecomunicaciones más importantes del país. Por ejemplo, algunas decisiones tomadas en el trazado de la red nacional de microondas, la compra de satélites y el cableado de luz y teléfonos están de alguna manera ligados con sus planes de expansión y dominio del mercado.

"Es evidente que los planes de permanencia de TELEVISIA no se cancelan con la aparición de otras empresas en el espectro de competencia de esta industria (tal es el caso de TV Azteca). La compra del 49% de acciones de cablevisión (filial de Televisa) por parte de Telmex, indican la tendencia de ambas empresas de expandirse por medio de las nuevas tecnologías que la informática pone a su alcance, a nivel nacional e internacional. De hecho, el proceso esta en marcha y consolidándose, pues Telmex mantiene desde hace meses la oferta de servicios de conexión a Internet y próximamente lo hará vía televisión, previa adquisición del equipo complementario"<sup>58</sup>.

Tres factores entran en juego en estas líneas de operación: una competencia más abierta, la fragmentación del mercado a raíz de los nuevos servicios que se ofrecen, así como la alianza de compañías internacionales con empresas de telecomunicación mexicanas a fin de formar grandes consorcios capaces de enfrentar la competencia de los clásicos gigantes de la comunicación. Esta es la tendencia que se observa para las principales

<sup>57</sup> Manual del Diplomado: La tecnología informática aplicada al Periodismo "2. Las telecomunicaciones. Su desarrollo y aplicación en México".

<sup>58</sup> *Ibidem*.



empresas de televisión; Televisa y Televisión Azteca, cada una de ellas asociada con alguna importante empresa extranjera del ramo.

“Otro dato a recalcar es la importancia de Internet, pues según un censo realizado en Estados Unidos por el *Web Census* encontró que la gente que usa Internet actualmente, utilizan el 31 por ciento de su tiempo para consultar y utilizar los servicios del Web contra el 29 por ciento que ve la TV”<sup>59</sup>. Estos datos pueden parecer un poco drásticos, sin embargo, debemos tomar en cuenta que en México aún no adquirimos una cultura del uso de la computadora, pues mucha gente no tiene acceso a este tipo de tecnología.

### 3.3.1 TV Azteca

## Historia

TV Azteca S.A. de C.V. es una de las dos compañías mexicanas de televisión abierta y tiene 3 canales, el 7 de Azteca y Azteca 13, con coberturas del 94% y 97% respectivamente, del territorio mexicano. Recientemente adquirió Canal 40, el cual paso a ser Azteca 40. Cuenta con 19 estaciones locales con infraestructura propia y aproximadamente 250 estaciones repetidoras por toda la República Mexicana.

En julio de 1993, un grupo de inversionistas encabezado por Ricardo Salinas Pliego (Presidente del Consejo de Administración y Director General) adquirió, por US \$643 millones, el Paquete de Medios de Comunicación que incluía la Compañía Operadora de Teatros S.A., los Estudios América, e Imediación con los canales nacionales de televisión 7 y 13, así como 28 empresas más.

“La paraestatal que abrió su pantalla al público a finales de la década de los 60's, regresó a las manos de la iniciativa privada en julio de 1993, fecha que marca el nacimiento de TV Azteca como respuesta a las demandas de un gran sector de la población, necesitado de espacios de comunicación objetivos y viables”<sup>60</sup>.

El 2 de agosto de 1993 se iniciaron operaciones como TV Azteca y, desde entonces, comenzó a cambiar la imagen de la televisión mexicana, (según opinión de la televisora) ofreciendo una forma diferente de comunicar, una nueva alternativa, una empresa privada que en tan sólo 5 años se ha convertido en una buena opción para los anunciantes, actores, cantantes, periodistas y, sobre todo, para millones de televidentes. De hecho podemos decir que fue hasta ese entonces cuando la tradicional televisión mexicana tuvo un crecimiento con la aparición de un competidor firme para Televisa.

Cambiar la imagen de la televisión mexicana fue la meta de TV Azteca, meta que para muchos resultaba utópica e irrealizable, al grado de poner en

<sup>59</sup> Ensayo “Hacia un concepto de periodismo en Internet” por Juan Ayón Bernal, Director General de Comunicación *Mass Media*.

<sup>60</sup> Página en Internet de Tv Azteca, en la Sección “Nosotros”.  
<http://www.tvazteca.com.mx/nosotros/historia.htm>.

tela de juicio su capacidad para salir adelante y augurarles un rápido fracaso. Sin embargo, el trabajo constante y creativo de su gente anuló estos pronósticos y prueba de ello es que ahora millones de mexicanos siguen sus transmisiones, motivando a continuar el crecimiento de esta empresa televisiva.

TV Azteca está ahora en proceso de incrementar su producción de programas, al expandirse en nuevos mercados de habla hispana, a través de la compra de compañías de televisión y mediante la venta de sus producciones internas, es así que en 1997 TV Azteca adquirió compañías de televisión en Chile, El Salvador, Guatemala y en 1998 en Costa Rica.

Por otro lado es importante destacar que "TV Azteca tiende a convertirse en una televisora completamente digital, pues la infraestructura de producción en sus instalaciones del Ajusco actualmente cuenta con 7 estudios, 6 foros, 7 unidades móviles, 10 unidades de microondas y 6 unidades para enlace vía satélite"<sup>61</sup>. Por ello en 1997 TV Azteca transformó los Estudios América en Azteca Digital, un centro totalmente digital para la producción de telenovelas y programas de entretenimiento, el cual actualmente cuenta con 4 estudios, 3 salas de postproducción para video, 3 salas de postproducción para audio y 9 unidades móviles.

Además, como parte de su estrategia de crecimiento, puso en marcha hace más de un año el Centro de Formación Actoral, en el cual preparan y actualizan a sus actores y personal de pantalla con diferentes cursos y talleres impartido por especialistas en la materia.

Asimismo, los problemas sociales también han sido y siguen siendo motivo de gran preocupación para la *Familia Azteca*, por ello en 1997 creó Fundación Azteca, la cual desarrolla diferentes programas de ayuda dirigidos para los que menos tienen, pero sobretodo a favor de los niños y jóvenes. Entre sus acciones Fundación Azteca ha organizado 13 teletones para ayudar a los niños de la calle y proporciona becas al 100% para la educación de miles de jóvenes estudiantes, quienes cursan sus materias en el Plantel Azteca, construido ex profeso para este fin, pues cuenta con los acondicionamientos necesarios para desarrollar actividades escolares, deportivas e inclusive de cómputo.

Por otra parte, a raíz de que uno de los mayores peligros a los que se enfrentan los jóvenes de todas las condiciones sociales, es el consumo de estupefacientes, en mayo de 1998 la Fundación Azteca puso en marcha la campaña "Vive Sin Drogas", cuyo objetivo principal es informar y llevar a cabo la promoción de valores para la total desaprobación social del consumo de las drogas y, también recientemente, llevó a cabo la cruzada "Por un México sin Hambre" en colaboración con la Asociación Mexicana de Bancos de Alimentos, para contribuir a terminar con el hambre que padecen alrededor de 26 millones de mexicanos.

"Todos estos esfuerzos han tenido como fundamento cambiar la imagen de la televisión mexicana, por ello TV Azteca cuyo simbolo es el águila de colores, se define como un medio de comunicación plural y diverso, pero cohesionado en base de los gustos y necesidades de todos los mexicanos,

---

<sup>61</sup> *Ibidem*.

prueba de ello es la frase que utilizan actualmente como *slogan*, la cual resume su ideología:

**Tv Azteca: "Historias que te inspiran a pensar, sentir y soñar como nunca antes"**<sup>62</sup>.

Todos los datos anteriores fueron obtenidos de la página de Tv Azteca, así que los criterios y opiniones son el claro reflejo de lo que opinan Tv Azteca de si mismos, pero después de analizar estos hechos nos hace pensar ¿realmente será cierto este slogan?, pues lo que empezó como un proyecto por hacer una televisión diferente, está empezando a convertirse en una copia de su rival Televisa. Tv Azteca cuenta con un Centro de Formación Actoral (igual que Televisa), ha organizado Teletones (igual que Televisa) y además intenta hacer campañas como "Vive sin Drogas", entre otras para ganarle a la competencia. Incluso en los proyectos de telenovelas, cada día se parece más a Televisa, entonces, ¿realmente será otra opción?...

---

<sup>62</sup> *Ibidem.*

## Análisis de la página de TV Azteca en Internet

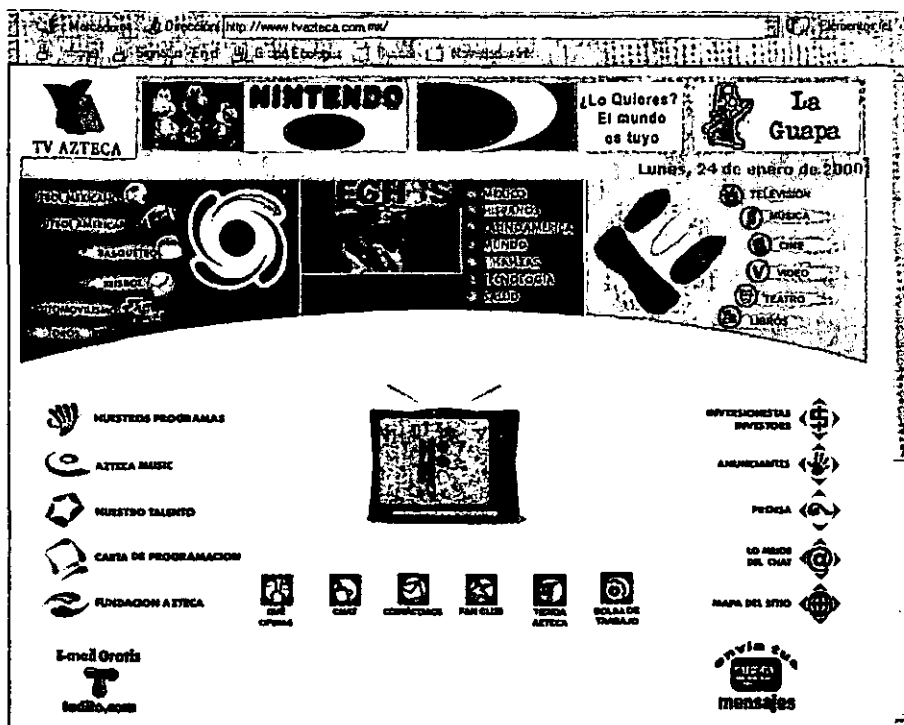


Figura 14.

Su página principal tiene en la esquina superior izquierda el logotipo de TV Azteca, esta es una imagen animada, la cual gira. A la derecha se encuentran distribuidos a lo largo de la página, tres cuadros de publicidad, que presentan animación y son ligas a diferentes patrocinadores. Debajo de estos cuadros se encuentra a lo largo de la página un rectángulo gris, el cual pegado al lado derecho, pone la fecha del día. Debajo de él la página se divide en tres recuadros.

El primero se sitúa al lado izquierdo de la página, corresponde a **AZTECA DEPORTES**, este cuadro de fondo rojo esta compuesto por seis ligas, las cuales son: **FUTBOL MEXICANO**, **FUTBOL AMERICANO**, **BASQUETBOL**, **BEISBOL**, **AUTOMOVILISMO** y **TOROS**, éstas ligas además de tener su nombre correspondiente tienen una imagen alusiva a la actividad deportiva que representan. Cabe destacar que este cuadro de **AZTECA DEPORTES** entra como un *flash*, es decir, las imágenes que lo componen entran alternadamente. Este es el orden que conforma la animación, primero entra el cuadro con el fondo rojo, luego el logotipo de **AZTECA DEPORTES**, el

\* Página principal de TV Azteca en Internet del 24 de enero del 2000.

cual entra y gira, después las imágenes correspondientes a los diferentes deportes y por último el nombre de cada una de éstas.

Ahora, el recuadro situado al centro de la página, es el de **AZTECA NOTICIAS**, éste no presenta ningún tipo de animación y se compone de las siguientes partes. El cuadro con el logotipo de **HECHOS**, es una liga a la página de Azteca Noticias, debajo de este *link*, se coloca una foto de alguna noticia trascendente del día anterior, con su respectivo pie de foto, él cual funciona como liga a la noticia completa. Al lado derecho de esta foto se localizan siete ligas a diferentes tipos de noticias, las cuales se presentan en el siguiente orden: **MÉXICO, HISPANOS, LATINOAMERICA, MUNDO, FINANZAS, TECNOLOGÍA y SALUD**. Es importante destacar que cuando se entra a esta página por la liga de **HECHOS**, recordemos que esta página corresponde a Fuerza Informativa Azteca, presenta ligas a las secciones anteriormente mencionadas, es decir se puede acceder a esas noticias desde esta página, o en forma independiente desde la página principal.

Después al lado derecho de este cuadro de noticias, se localiza el recuadro correspondiente a **AZTECA ESPECTÁCULOS**, este cuadro en forma similar al de **AZTECA DEPORTES**, entra como un *flash*, los elementos que lo componen aparecen en el siguiente orden, primero el cuadro amarillo, luego el logotipo de **AZTECA ESPECTÁCULOS**, posteriormente los logos de cada espectáculo y finalmente los títulos de cada una de éstas secciones. Para entrar a la página de Espectáculos hay dos formas, una haciendo *click* en el logotipo de espectáculos y entrar a su página, donde están todas sus clasificaciones, o bien entrar al espectáculo en particular que sea de nuestro interés, haciendo *click* en la sección deseada. Las diferentes ligas correspondientes a este cuadro son:

- **TELEVISIÓN**
- **MÚSICA**
- **CINE**
- **VIDEO**
- **TEATRO**
- **LIBROS**

Es importante señalar que todas éstas, además son ligas independientes y cuando se coloca el puntero del *mouse* sobre ellas, su logotipo se ilumina.

Pasando a la parte central de la página de TV Azteca, en el lado izquierdo se localizan 5 ligas a diferentes partes que componen a esta televisora. Primero está la liga titulada **NUESTROS PROGRAMAS**, la cual nos lleva a un listado de los diferentes programas transmitidos por los canales de TV Azteca, tiene principalmente dos ligas Azteca 7, y Azteca 13, cada una de las cuales nos lleva a su respectiva **CARTA DE PROGRAMACIÓN**. A continuación, en la siguiente hoja se muestra la imagen con la presentación de los programas de esta televisora, la cual pasará a explicarse.

Como podemos apreciar el estilo al interior de las páginas, es muy similar al de la página principal, en la parte superior se pueden apreciar

nuevamente tanto el logotipo animado de TV Azteca, como los tres cuadros con publicidad animada.

TV AZTECA **saber de ti!** Eduardo Venegas

**NUESTROS PROGRAMAS**

Consulta la Carta de programación

**Entretenimiento**

- Ben Sabroso ..
- Con Sello de Mujer
- Cosas de la Vida
- Domingo Azteca
- El Ojo del Huracán
- En Medio del Espectáculo
- Hechos Espectaculos
- La Polaca
- La Sazona de Mario
- TZK
- Temprano 2000
- Top 10
- Trecésimo
- Ventaneando

**Deportes**

- DeportTV
- En Caberite
- Super Deportivo

**Informativos**

- A Quien Corresponda
- Línea de Fuego
- Revoluciones

**Películas**

- Ellas, Inocentes o Culpables
- El Candidato
- Háblame de Amor
- Todo por Amor

**Dolores**

- Atrévete
- Ay Caracmba
- Buenas noches con Omar Fierro
- Caiga Quien Caiga
- Chiquitos
- Jeopardy
- Neon Nights
- Jubileo 2000
- Impulso Digital
- Insomnia

**Los Protagonistas**

- Hablamos Claro
- La Entrevista con Sarmiento

**Disney Club**

- Estudio 7
- La Casa de Wimzies
- La Isla de Jordan
- La Niñera
- Los Simpson

TV Azteca  
 Azteca Deportes / Azteca Noticias / Azteca Espectáculos  
 Nuestros Programas / Azteca Music / Nuestro Talento / Fundación Azteca  
 Inmersionistas / Innovators / Anunciantes / Prensa / Mapa del Sitio

Figura 15<sup>1</sup>.

\* Imagen de la Sección de **NUESTROS PROGRAMAS**, de la página Internet de TV Azteca, del 23 de febrero del 2000.

Debajo de éstos está el logotipo de esta página, junto con su título, y al lado derecho de la página están las ligas a las diferentes secciones que podíamos localizar en la página principal. Al centro hay una liga titulada Consulta la Carta de Programación, la cual nos envía a la programación de Azteca 13. Debajo se localizan los logotipos de Azteca 40, Azteca 13 y Azteca 7, los cuales son ligas a sus respectivas Cartas de Programación.

Después abajo se dividen sus diferentes programas de acuerdo a su género, sin importar en que canal pasen. La primera categoría es entretenimiento, dentro de los cuales están:

- Bien Sabroso...
- Con Sello de Mujer
- Cosas de la vida
- Domingo Azteca
- El Ojo del Huracán
- En Medio del Espectáculo
- Hechos Espectáculos
- La Polaca
- La Sazón de Mario
- T2K
- Tempranito 2000
- Top 10
- Trecésimo
- Ventaneando
- Atrévete
- Ay Caramba
- Buenas noches con Omar Fierro
- Caiga Quien Caiga
- Chiquitos
- Jeopardy
- Neon Nights
- Jubileo 2000
- Impulso Digital
- Insomnia

Cada uno de estos, son ligas que nos llevan a una descripción del programa, su contenido y su horario de transmisión.

La segunda categoría corresponde a deportes, aquí encontramos ligas a programas como:

- DeportV
- En Caliente
- Super Deportivo
- Los Protagonistas

La tercera categoría es informativos, en esta categoría se pueden encontrar *links* a los siguientes programas:

- A Quien Corresponda
- Línea de Fuego
- Revelaciones
- Hablemos Claro
- La Entrevista con Sarmiento

La cuarta categoría es la de telenovelas, donde se encuentran las ligas a telenovelas que actualmente son transmitidas y producidas por TV Azteca, entre las cuales están las siguientes:

- Ellas, Inocentes o Culpables
- El Candidato
- Háblame de Amor
- Todo por Amor

La última categoría es la de infantiles, teniendo como ligas las siguientes:

- Disney Club
- Estudio 7
- La Casa de Wimzies
- La Isla de Jordan
- La Niñera
- Los Simpson

Por último debajo de éstas categorías hay una lista de las ligas independientes, es decir, a las diferentes secciones de la página principal que se encuentran aquí.

Regresando a las ligas de la página principal, el segundo *link* es el de **AZTECA MUSIC**, este *link* abre una página que nos muestra los diferentes géneros musicales y artistas patrocinados por esta televisora, éstos son: Contemporáneo, Balada Pop, Dance Pop, Salsa, Rock, Boleros y Gruperos.

La tercera *liga* es la de **NUESTRO TALENTO**, esta página nos muestra una imagen de los integrantes del nuevo proyecto de TV Azteca, *Imagen & Talento 2000*, y dentro podemos encontrar 4 ligas, Actores, Cantantes, Conductores y por último Cefac (Centro de Formación Actoral).

El cuarto *link* es el de **CARTA DE PROGRAMACIÓN**, éste al abrirlo nos muestra el programa que se está transmitiendo en ese momento por Azteca 13, así como los programas que se transmitirán a lo largo del día por dicho canal, igualmente desde esta página se puede consultar la programación, tanto de Azteca 7, como de Azteca 40.



La quinta liga es la de **FUNDACIÓN AZTECA**, la cual tiene a su vez 7 ligas más:

- Objetivos
- Valores
- Vive sin Drogas
- Programas de Recaudación
- Por un México sin Hambre
- Beca Azteca
- Eventos Especiales

A grandes rasgos esta página nos muestra cuál es el propósito de dicha Fundación, así como los proyectos que actualmente realiza. Es importante destacar que todas las secciones anteriormente señaladas tienen un propio logotipo para poder identificarlas mejor.

En el centro de la página principal de TV Azteca, se localiza la imagen de una televisión, la cual presenta la siguiente animación, en la pantalla de dicho televisor se van presentando, el logotipo de TV Azteca, después el de Azteca 7, luego el de Azteca 13 y por último el de Azteca 40, esta animación se repite constantemente mientras se encuentre abierta esta página, conforme la tele va cambiando el logo que se presenta en su pantalla, también los botones que se presentan al lado derecho de ésta se van cambiando, simulando así que la TV cambia de canal, cada vez que cambia de un logotipo a otro. Esta imagen animada, no juega ningún otro papel, pues no funciona como liga, simplemente es decorativa.

Siguiendo ahora en el centro de la página, pero hacia el lado derecho, están las siguientes 5 ligas, todas también con sus respectivos logotipos. La primera se titula **INVERSIONISTAS INVESTORS**, la cual nos muestra entre otras cosas, el estado de la Bolsa mexicana de Valores y la de Nueva York, así como diferentes noticias de orden financiero, las ligas que tiene esta página son 6:

- Comunicados de Prensa y resultados
- Rating y Share
- Informe Anual
- Preguntas más frecuentes
- Estimados de analistas
- Eventos a los que asistirá TV Azteca

El segundo *link* es el de **ANUNCIANTES**, esta página esta destinada para aquellas personas interesadas en anunciarse en TV Azteca, y tiene las siguientes 4 ligas: Ventas Nacionales, Operación Local, Azteca 40, Cinemark y por último Mega Plaza.

La siguiente liga es la de **PRENSA**, la cual su objetivo es decir la presencia de esta televisora en los diferentes medios, presenta algunos de sus

Boletines de Prensa entre otras cosas, esta página tiene 3 ligas: TV Azteca en los medios, Encuestas y Boletines.

El cuarto *link*, es el de **LO MEJOR DEL CHAT**, la cual nos abre una página independiente, ésta nos informa la fecha en que diferentes artistas o conductores de TV Azteca estarán en el Chat de Todito para poder platicar con ellos. La última liga es la del **MAPA DEL SITIO**, ésta nos muestra el nombre de cada una de las secciones, las cuales podemos encontrar como ligas en su página principal, así como los *links* que se encuentren dentro de éstas.

Posteriormente, debajo de la televisión, se encuentran 6 ligas más, la primera titulada **QUÉ OPINAS**, ésta nos lleva a algunos de los foros de Todito, en donde se puede platicar acerca de algunos de los programas de TV Azteca, tales como Cosas de la Vida, A quien corresponda o incluso del programa de Fundación Azteca de Vive sin Drogas, así como también de temas diversos, como Moda, Romance o Sobrenatural.

El segundo *link*, es el de **CHAT**, el cual nos lleva a la página de bienvenida para acceder a los chats de Todito. La tercera liga **CONTÁCTANOS**, presenta un directorio con los correos electrónicos de los diferentes programas de Tv Azteca, para poder mandarles un mensaje y así entrar en contacto con ellos. El cuarto *link* es el de **FAN CLUB**, esta página aún esta en construcción, sin embargo nos explica su función. Ésta será la de facilitar la búsqueda del Club de Fans, de un artista favorito, para que así los fanáticos puedan anexarse al de su preferencia. La quinta liga es la de **TIENDA AZTECA**, donde puede uno comprar por Internet, a través del servicio de Todito, principalmente artículos promocionales de esta televisora. Y por último esta una liga a su **BOLSA DE TRABAJO**, la cual cuando colocamos el puntero sobre su logotipo, se transforma en el de TV Azteca, ésta por el momento no abre ni ninguna página, ni nos lleva a ningún lado, esto posiblemente signifique que por el momento no hay ofertas de trabajo. También debemos señalar que al colocarnos sobre los logos de **QUÉ OPINAS, CHAT y TIENDA AZTECA**, éstos se cambian por el logotipo de Todito.

Finalmente en la esquina inferior izquierda de la página principal de TV Azteca, se localiza una liga a Todito, para obtener de forma gratuita una cuenta de correo electrónico, ésta nos lleva a la página donde llenamos un formulario para obtener nuestro *e-mail*. Ya para concluir en la esquina inferior derecha, hay una liga para enviar mensajes a Biper, ésta nos lleva a otra página desde la cual es posible enviar a través de Internet mensajes a usuarios de este servicio.

### 3.3.2 Televisa

## Historia

Antes de comenzar con algunos antecedentes previos al nacimiento de Televisa, es importante explicar brevemente la vida de un personaje clave que colocó los cimientos de lo que hoy en día es esta televisora, éste fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, de origen vasco, a quien se le atribuye la visión empresarial para meterse de lleno al negocio de los medios de comunicación.

Emilio Azcárraga siempre se caracterizó por ser una persona emprendedora, ya que desde muy joven realizó diferentes actividades comerciales. Antes de entrar en el negocio de la televisión, gracias a su incursión en la radio pudo acumular experiencia y dinero. Fue en 1930 cuando creó la XEW, esta emisora formaba parte de la cadena *National Broadcasting System* (NBS), división radiofónica de la RCA. También fundó la XEQ, en la que participó la *Columbia Broadcasting System* (CBS), la cual serviría de base para crear posteriormente, siete años después, otra cadena integrada por 16 estaciones.

Estas alianzas con empresas estadounidenses le permitió a Azcárraga intercambiar programas con otras emisoras de aquel país. Simultáneamente se involucró en el negocio cinematográfico al promover la construcción de los Estudios Churubusco en 1944. También Emilio Azcárraga se encargó de promover la organización de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, de la que incluso llegó a ser presidente.

Posteriormente, previo al nacimiento de la televisión en México, se dieron varios sucesos importantes entre 1944 y 1949, durante estos años los gobiernos tanto de Manuel Ávila Camacho como de Miguel Alemán Valdés recibieron numerosas solicitudes de concesión para operar comercialmente canales de televisión. Entre los empresarios interesados sobresalían: Cecilio Ocón, Gonzalo J. Escobar, Santiago Reachi, Julio Santos Coy, Alberto Rolland, Guillermo González Camarena, Rómulo O'Farrill, Emilio Azcárraga Vidaurreta y los estadounidenses Lee Wallace, David Young (entonces senador en el congreso estadounidense) y el inventor y pionero de la radiodifusión Lee de Forest.

Otro antecedente importante se dio en el año de 1946, pues en esta fecha "se constituye Televisión Asociada, organización que agrupa a los principales propietarios de las estaciones radiodifusoras de América Latina. El objetivo es constituir un frente continental que aglutine a los empresarios de la radiodifusión para presionar a los gobiernos a fin de que establezcan la televisión *comercial* en Latinoamérica. Los dirigentes de la Televisión Asociada fueron: Emilio Azcárraga Vidaurreta, de México, presidente; Clemente Serna

Martínez, de México, vicepresidente; Goar Mestre, de Cuba, secretario; y Raúl Fontaine, de Uruguay, tesorero<sup>63</sup>.

También entre 1947 y 1950, el Ing. González Camarena estableció otro antecedente en la historia de la televisión al instalar circuitos cerrados de televisión en tiendas importantes de la ciudad de México y en los cines de la Cadena de Oro, propiedad de don Emilio Azcárraga V.

Como pudimos observar Emilio Azcárraga antes de fundar Televisa contaba ya con "amplia experiencia en la radio, y al observar que en Europa y Estados Unidos se preveían nuevos adelantos tecnológicos en relación con los medios electrónicos, Azcárraga se alistó a emprender un nuevo reto: la televisión"<sup>64</sup>.

Fue entonces el 26 de julio de 1950 cuando se autorizó la concesión a la empresa TELEVIMEX de Emilio Azcárraga Vidaurreta para hacer la instalación de XEW-TV, Canal 2 y asimismo comenzaron en esta fecha las transmisiones de prueba de Canal 4 XHTV, el cual fue concesionado a Rómulo O'Farrill Silva, dueño en ese entonces del periódico *Novedades*, sin embargo, fue hasta el 31 de agosto cuando se inauguró oficialmente este canal, con una transmisión desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas, en la ciudad de México y el 1 de septiembre transmitió su primer programa, con la lectura del IV informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

Posteriormente el 21 de marzo de 1951 se inauguró el canal 2, XEW-TV, actualmente El Canal de las Estrellas, con la transmisión de un partido de béisbol a control remoto desde el anteriormente llamado parque Delta (actualmente del Seguro Social). Para poner de inmediato este canal en operaciones, Emilio Azcárraga se apoyó en una serie de técnicos con una gran experiencia en la radio y así comenzó a improvisar a conductores ocupando a personas que trabajaban en la radio como cronistas. La programación que este canal ofrecía en sus inicios –sólo unas horas al día- se basaba fundamentalmente en películas mudas de Charles Chaplin y del Gordo y el Flaco.

En 1952, para ser más precisos el 10 de mayo, se inauguró comercialmente el canal 5 XHGC-TV, otorgando el gobierno esta concesión al Ing. Guillermo González Camarena, transmitiendo a control remoto desde el Teatro Alameda (el cual se ubicaba en ese entonces en Av. Juárez) el festival del Día de las Madres, organizado por el periódico *Excelsior*, en el que se presentaron varios números musicales y una película.

Después, 3 años más tarde, "el 25 de marzo de 1955 se fusionaron los canales 2, 4 y 5 para crear la empresa Telesistema Mexicano (TSM), con el propósito de expandir la televisión a todo el territorio nacional y para poder administrar y operar conjuntamente las emisoras"<sup>65</sup>.

<sup>63</sup> Sánchez Ruiz, Enrique E., "Historia mínima de la televisión mexicana", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año Tres, Número 18, p.29.

<sup>64</sup> Olmos, Alejandro, "Trayectoria empresarial de los Emilios, La huella de los Azcárraga I y II" en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año Once, Número 58, p. 50.

<sup>65</sup> Página en Internet de Televisa en la sección de "Corporativo", Grupo Telesistema. [http://www.televisa.com.mx/gts/doc\\_hist\\_tv.htm](http://www.televisa.com.mx/gts/doc_hist_tv.htm)

Azcárraga Vidaurreta se convirtió en presidente de esta nueva empresa y Rómulo O'Farrill en vicepresidente, Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farrill hijo fueron nombrados gerentes. Al decidir ambas familias cerrar el paso a la mutua competencia, se fijaron como siguiente meta la expansión.

A principios de la década de los 60 's, Azcárraga decidió extender su labor en el sur de Estados Unidos para lo cual fundó dos estaciones de televisión: la *KMEX*, de Los Angeles, y la *KWEX*, en San Antonio Texas. Además introdujo en aquella época algunas innovaciones tecnológicas importantes, como el *videotape* y los enlaces vía microondas, lo que sin duda contribuyó más a promover su programación en Estados Unidos y América Latina.

Posteriormente, el 1 de septiembre de 1967 Telesistema Mexicano realizó transmisiones regulares de televisión a color, bajo el estándar NTSC, la realización de éstas desde el mes de marzo, convirtieron a México en el cuarto país en el mundo, después de Estados Unidos, Canadá y Japón, en realizar transmisiones de televisión a color.

El 1 de septiembre de 1968 se inauguró oficialmente el canal 8 XHTIM-TV, con la transmisión del V informe presidencial del presidente Gustavo Díaz Ordáz y después, el 25 de enero de 1969, inició este canal sus operaciones regulares.

La última etapa de la vida de Azcárraga Vidaurreta se caracterizó por dos aspectos centrales: su incursión en el terreno de la televisión por cable y el surgimiento de la comunicación vía satélite.

En relación con la comunicación vía satélite, al darse cuenta de que ésta tendría una gran importancia en un futuro muy próximo, a través del Telesistema Mexicano se transmiten los primeros programas vía satélite, gracias a esto la empresa pudo difundir mediante esta tecnología satelital los Juegos Olímpicos de 1968.

El 20 de mayo de 1969, Azcárraga obtuvo la autorización provisional para crear una nueva empresa denominada Cablevisión para iniciar el sistema de televisión por cable en la ciudad de México. La televisión por cable se instaló por primera vez desde 1954 en algunas ciudades del norte del país, alcanzando en sus primeros años más de 400 suscriptores, la mayoría de los cuales eran norteamericanos radicados en el país. En ese mismo año pero el 30 de julio, Telesistema Mexicano creó la Dirección General de Noticieros.

Para el año de 1972, se creó la empresa: Televisión Vía Satélite (Televisa), con la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México (TIM), para operar los canales 2, 4, 5 y 8 de la ciudad de México y sus repetidoras en provincia. TIM era concesionaria del Canal 8, el cual era propiedad del grupo Alfa, llamado en ese entonces Visa. Es hasta el 8 de enero de 1973 cuando Televisa comienza a operar formalmente.

Ese mismo año, el 23 de septiembre, a los 77 años de edad, Emilio Azcárraga Vidaurreta falleció en Houston, Texas, víctima del cáncer y fue

posteriormente sepultado en el Panteón Español. Es aquí cuando comienza "la segunda etapa de una de las empresas de medios de comunicación más grandes de América Latina, se desarrolló bajo la directriz de Emilio Azcárraga Milmo, quien basó su estrategia principalmente en un proceso acelerado de internacionalización de la empresa"<sup>66</sup>.

Antes de continuar explicando la historia de esta televisora, hablemos un poco acerca de este nuevo personaje que hace aparición en la vida de Televisa. Desde joven Emilio Azcárraga Milmo, siempre quiso mantenerse a distancia de su padre, sin embargo finalmente, éste pudo convencerlo de incorporarse a Telesistema Mexicano en 1951, en el Departamento de Ventas. A partir de allí escalaría diversos puestos, primero como gerente, y después en 1964 como vicepresidente de Producción, Programación y Ventas, hasta llegar –en enero de 1973- a ser presidente del consorcio luego de la muerte de su padre y del proceso casi paralelo de fusión con TIM.

Finalmente, cuando Azcárraga Milmo alcanzó la presidencia de Televisa, contaba con suficiente experiencia –22 años- dentro de la empresa. Su primera decisión fue reestructurar el cuadro directivo, designó a Rómulo O’Farrill presidente del Consejo de Administración; a Miguel Alemán Velasco, vicepresidente ejecutivo; y a Alfredo Martínez, vicepresidente del grupo.

Azcárraga Milmo, para 1976, continuó la internacionalización de Televisa, que su padre había comenzado. Compró el 20 por ciento de las acciones de la *Spanish International Communication Corporation* (SICC), que contaba con emisoras de la cadena *Spanish International Network* (SIN), creada en 1962. Esta operación le permitió fundar en ese mismo año Univisión, empresa con la que iniciaría el despegue en relación con la exportación de programas a Estados Unidos y que se convertiría en punta de lanza de su estrategia.

"En 1976 Televisa estableció el sistema UNIVISION, mediante el cual exportaría programas directamente a los Estados Unidos por medio de una red de microondas y de satélite, así mismo esta empresa estableció sus oficinas en Madrid, España, creando TELEVISA EUROPA"<sup>67</sup>. También en este mismo año Televisa creó la Fundación Cultural Televisa, integrando en ella a la UNAM y a conocidos intelectuales.

Los años de Azcárraga Milmo al frente de Televisa serán recordados por las diversas concesiones que obtuvo ya que le permitieron ampliar su presencia en todo el territorio nacional. Un ejemplo de ello se dio en 1978 durante una gira que realizó con López Portillo a Japón (la relación de Emilio Azcárraga Milmo con el primer mandatario era estrecha, por ello con frecuencia participaba en los viajes presidenciales), éste presidio la firma de un acuerdo entre Televisa y el consorcio Tokai Televisión.

---

<sup>66</sup> Olmos, Alejandro, op. cit., p. 51.

<sup>67</sup> Recopilación, De la O, Tapia, Aldo, "Breve Historia de la Radio y la Televisión", en Antología de Desarrollo y Régimen Legal de los medios de Comunicación en México II.

En 1978 creó su filial en la industria cinematográfica, con TELEVICINE. Un año después inició operaciones GALAVISION, empresa de televisión por cable en Estados Unidos propiedad de Televisa, llegando a los estados de Arizona, Nuevo México, Colorado y Florida, cubriendo en la actualidad la mayor parte del territorio de este país.

Televisa puso en marcha una nueva estrategia financiera para intentar captar anunciantes: el famoso *Plan Francés*, en el año de 1981, el cual tenía como finalidad que los clientes pagaran en efectivo su publicidad y con un año de anticipación, obteniendo los anunciantes como beneficio importantes bonificaciones y descuentos. Para Azcárraga, ésta fue una fórmula muy redituable pues le permitía contar con liquidez y le aseguraba la presencia de diferentes marcas publicitarias en todos los medios de la empresa. Dicho esquema se mantuvo durante más de una década hasta que se replanteó en 1995, como resultado de la competencia, a fin de aplicar uno más flexible que considerara los *ratings* de cada programa.

El 4 de abril de 1983, el canal 8 de Televisa modificó su programación, para convertirse en canal cultural, sin anuncios. La frase de identificación del canal sería "La Alegría en la Cultura".

Dos años después sucedieron dos eventos importantes para Televisa, el 19 de abril el canal 8 (entonces XHTIM-TV) cambio de frecuencia a canal 9 (actual XEQ-TV) para permitir el ingreso del canal 7 de Imevisión, en la ciudad de México y también en este año se da a conocer públicamente la existencia de dos nuevas filiales de Televisa: VIDEOVISA, dedicada a la producción, reproducción y venta de películas videograbadas y VIDEO CENTRO, destinada a rentar "en exclusiva" el material suministrado por VIDEOVISA.

En 1986 se fundó en Miami la agencia informativa para televisión ECO (Empresa de Comunicaciones Orbitales), con el objetivo de transmitir noticias las 24 horas del día y llegar a todas las ciudades de los Estados Unidos.

ECO tendría su base en las oficinas de noticiarios de UNIVISION y su director sería Jacobo Zabludowsky, sin embargo, el primero de noviembre renuncia casi todo el equipo de periodistas de la cadena, por considerar a Zabludowsky vocero del gobierno mexicano. Poco después, éste se ve forzado a regresar a México, a reanudar el noticiario "24 Horas". Y fue hasta dos años después el 1 de septiembre de 1988 cuando Televisa comenzó a transmitir directamente a Europa, mediante la interconexión de cinco satélites internacionales, a través de su empresa filial ECO, las 24 horas del día.

Ese mismo año el 12 de agosto, Emilio Azcárraga Milmo, renunció a la presidencia de Televisa a fin de ir a residir en Los Angeles, Cal., E.U., para atender los negocios de la corporación en aquel país. La presidencia de Televisa fue ocupada por Miguel Alemán Velasco, fue entonces cuando Azcárraga fundó la corporación UNIVISA, Inc., con diversas empresas subsidiarias, entre ellas Univisión.

Cabe señalar que en los años ochenta, Televisa era propietaria de diversas empresas en Estados Unidos que se encontraban entorno a UNIVISA, y de la cual formaban parte Fonovisa, Videovisa y Galavisión, entre otras. A través de ésta última comenzó a promover su programación en Europa.

Para 1987, el 25 de mayo, "se informa en la prensa nacional de la creación de un comité ejecutivo coordinador de Televisa y Univisión, que presidirá Emilio Azcárraga Milmo. Rómulo O'Farrill Jr. presidente del consejo de administración de ambas empresas, informa que los presidentes de ellas, Miguel Alemán Velasco y Fernando Díez Barroso, respectivamente, reportarán al comité ejecutivo creado, subordinándose a Emilio Azcárraga Milmo. Con esta información se callan los rumores sobre la "pérdida de poder" de Emilio Azcárraga en Televisa"<sup>68</sup>.

Para el 16 de enero del año de 1989, se informa que Miguel Alemán Velasco dejaba la presidencia de Televisa, al ser nombrado por el presidente Carlos Salinas embajador especial para asuntos relacionados con la promoción turística. Televisa informa que Alemán pasaría a ser vicepresidente del consejo de administración de la empresa y Emilio Azcárraga Milmo ocuparía nuevamente la presidencia. En ese entonces se especuló sobre posibles problemas entre Miguel Alemán y Emilio Azcárraga Milmo.

Ya para estos años Emilio Azcárraga Milmo había hecho varias adquisiciones importantes para Televisa, pero no conforme con ello en 1990 decidió dar vida a un nuevo proyecto: el periódico deportivo *The National*, con sede en Chicago, el cual tuvo que ser cerrado en junio de 1991 debido a que las pérdidas alcanzaban los 100 millones de dólares. También otro hecho a destacar se dio, el 19 de noviembre de 1990, cuando el canal 9 (antes canal 8) deja de ser cultural, carácter que había asumido en 1983, para regresar al giro comercial.

Por otra parte, al igual que lo hiciera su padre, otra vertiente de la gestión de Azcárraga Milmo estuvo enfocada a las innovaciones tecnológicas, en particular a ampliar la infraestructura necesaria para el desarrollo de la comunicación satelital, y a poner los cimientos de la televisión de alta definición (HDTV). Al respecto, el 29 de enero de 1990 inició operaciones el Centro transmisor de Televisa, ubicado en el cerro conocido como pico Tres Padres, en el norte de la ciudad, desde donde se transmiten actualmente las señales de los canales 2, 4, 5 y 9 al área metropolitana de la ciudad de México. En cuanto a la televisión de alta definición, en este mismo año, "las empresas Televisa y NHK (Japón) realizan la primera transmisión mundial de Televisión Digital de Alta Definición (HDTV) entre dos estaciones terrestres y posteriormente en 1998, del 22 al 25 de enero, Televisa junto con el Comité de Sistemas Avanzados de Televisión (ATSC) lleva a cabo la primera transmisión en vivo de televisión digital de alta definición y transmite por primera vez un partido de fútbol"<sup>69</sup>.

Un suceso muy importante se dio, tras varios avisos en los medios advirtiendo la renuncia de Miguel Alemán Valdés y de Rómulo O'Farrill Jr. (fueron los personajes que más tiempo laboraron junto a Azcárraga) de

<sup>68</sup> Sánchez Ruiz, Enrique E., op. cit., p. 34.

<sup>69</sup> Página en Internet de Televisa, op. cit.



Televisa, por fin el 21 de enero de 1991 fue anunciado oficialmente su retiro del consejo de la administración de la empresa. El nuevo consejo sería presidido por Emilio Azcárraga Milmo, estaría formado por Emilio Azcárraga Jean, Alejandro Sada Olivares, Fernando Díez Barroso Azcárraga, Emilio Díez Barroso Azcárraga, Rodolfo Waschman, Alejandro Burrillo Azcárraga, Miguel Alemán Magnani, José A. Cañedo White y Othón Vélez Cañedo. El hijo de Rómulo O'Farril, Víctor Hugo O'Farrill Avila, quedó en calidad de consejero suplente.

Posteriormente, tras dos intentos —en 1976 y 1982- de colocar acciones en la bolsa, Azcárraga finalmente pudo cotizar en las bolsas de México y Nueva York a partir del 10 de diciembre de 1991. Con ello trataba de enfrentar el grave endeudamiento contraído a raíz de la compra del porcentaje de las acciones de Rómulo O'Farrill y de su hermana Laura Azcárraga. A ese respecto es importante señalar que el 31 de agosto de 1991 la deuda de Televisa alcanzaba un billón 833 mil millones de pesos.

El año de 1992, fue muy importante en cuanto a transacciones económicas se refiere, en julio Televisa compró el Grupo Editorial América, formado por las empresas Provenemex, Editorial Televisión, Armes, Editorial Samra y Corporación Editorial. Dentro de algunos de sus títulos podemos mencionar los siguientes: *Activa*, *Buen Hogar*, *Conozca Más*, *Deporte Ilustrado*, *Geomundo*, *Muy Intersante*, *Tele Guía*, *Tú y Tv* y *Novelas*, por citar sólo algunas de las más conocidas en México. Otro dato importante se presentó el 5 de agosto de ese mismo año, cuando Televisa compró el 75% de las acciones del diario *Ovaciones*.

Siguiendo con otras de las adquisiciones más importantes de esta empresa, aparte de las 250 frecuencias de televisión y las 17 estaciones radiofónicas que poseía Televisa en el país —con más de 20 mil empleados-, Azcárraga Milmo incursionó en otros negocios pues administró dos equipos de fútbol, el América (comprado por su padre en 1959) y el Necaxa adquirido en 1982, y se interesó desde siempre en los derechos para transmitir los partidos de la Selección Mexicana, hecho que posteriormente le causó conflictos con TV Azteca. Además Televisa construyó el Estadio Azteca en 1963 y adquirió el Teatro Insurgentes, y tuvo en arrendamiento la Plaza de Toros México. Además Azcárraga Milmo era propietario de Discos y Cintas Melody, Fonovisa y Musivisa, por mencionar sólo algunas de las muchas otras adquisiciones que tenía.

Pasando a otro punto, uno de los acontecimientos televisivos más importantes de 1992, fue *La Cadena de las Américas*, mediante la cual Televisa pudo exhibir su capacidad tecnológica y su influencia sobre los principales sistemas de TV en América Latina. Dicha Cadena inició el 20 de abril y concluyó el 12 de octubre de 1992, ya que los festejos del V Centenario del descubrimiento de América o encuentro de dos mundos fueron en gran medida su inspiración. Durante los seis meses que duró La Cadena de las

Américas se transmitieron un total de 704 horas de TV con el auxilio de cinco satélites, donde la mayoría de los participantes aprovecharon esto para hacer promoción turística de su país.

Otro movimiento estratégico se dio en octubre de 1994, Emilio Azcárraga Milmo estuvo a punto de cerrar una negociación con el entonces magnate de la televisión italiana, Silvio Berlusconi, sin embargo, el acuerdo no pudo ser finiquitado. A pesar de esto, pronto logró una asociación con el empresario español Juan Abelló para operar la Cadena Ibérica (Radio España).

Por otra parte, el 30 de noviembre de 1994 Azcárraga Milmo llegó a un acuerdo con Teléfonos de México (TELMEX), propiedad de Carlos Slim, para desprenderse del 49% de las acciones de Cablevisión por un monto de 211 millones de dólares, con el supuesto fin de acrecentar y mejorar los servicios de cable. No obstante esos ajustes, Azcárraga Milmo logró hacer realidad sus sueños cuando en noviembre de 1995 firmó un acuerdo con Telecomunicaciones International Inc., News Corporation y O'Globo para ofrecer el servicio de Televisión Directa al Hogar (DTH), un sistema vía satélite que ahora se conoce como SKY.

A pesar de las dificultades económicas de la empresa –que originaron por mencionar un ejemplo, el cierre del periódico *Suma* en 1995-, Azcárraga Milmo hizo de Televisa un importante negocio. De 1973 a 1994 se calculaba que sus ventas habían crecido hasta en 30 veces más, y sus utilidades eran cercanas a los 260 millones de dólares.

En el periodo comprendido entre 1990 y 1996 Azcárraga Milmo ensanchó el campo de acción de Televisa, adquiriendo el 76% de las acciones de la Compañía Peruana de Radiodifusión y el 49% de Megavisión de Chile. Es importante mencionar que a causa de las medidas de austeridad, producto de la crisis económica derivada de 1994, algunas de éstas adquisiciones se replantearon más tarde y tuvieron que ser revendidas.

“Para Azcárraga fue una gran pérdida la desaparición de su amigo de toda la vida, Guillermo Cañedo de la Bárcena, acaecida el 20 de enero de 1997. Cañedo, que falleció a los 77 años de edad, fue un personaje clave en el área de eventos especiales, en particular con respecto a las copas mundiales de futbol. Llegó a ser vicepresidente de la Federación Internacional de Futbol Asociación (FIFA) y presidente de la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI), a él se debió en gran parte el éxito de TELEVISIA en el Mundial de 1986”<sup>70</sup>.

Por ello, mientras Azcárraga Milmo vivió, los hijos de Cañedo –José Antonio y Guillermo Cañedo White- tuvieron un papel relevante en el Consejo de Administración. De hecho, Guillermo llegó a ser considerado el cerebro financiero de la empresa: se ocupó tanto de la presidencia del Consejo de

<sup>70</sup> Olmos, Alejandro, op. cit. p 54.

Administración como de la vicepresidencia Ejecutiva Corporativa y Guillermo Cañedo White es el actual presidente de las Águilas del América.

El 3 de marzo de 1997, debilitado por una enfermedad, Azcárraga Milmo decidió separarse de Televisa y dejar el mando a su hijo, Emilio Azcárraga Jean, a quién designó presidente y director general. El anuncio del cambio de mando se realizó en Los Angeles, con la presencia del propio Azcárraga Milmo, su hijo, Jacobo Zabludovsky y Guillermo Cañedo White, a quien nombró presidente del Consejo de Administración.

En esa ocasión Azcárraga Milmo explicó que continuaría en activo al frente de nuevos proyectos relacionados con la comunicación vía satélite, tecnología que lo fascinó hasta sus últimos días, sin embargo, a Emilio Azcárraga Milmo le faltó tiempo pues fallecería el 16 de abril de 1997, a los 66 años de edad, a bordo de su yate ECO, en Miami, Florida.

Finalmente en el año de 1999 "sobresalió la reestructuración financiera de TELEvisa, tras el sonado retiro del consorcio, en el mes de abril, de la familia Alemán, presente desde los orígenes de la televisora en los años cincuenta"<sup>71</sup>.

Miguel Alemán Velasco y su hijo, Miguel Alemán Magnani, importante accionista de la empresa, resolvieron vender su 14.4% del capital de Televisión, empresa controladora de las acciones de Televisa. Finalmente, las acciones de los Alemán quedaron en manos de Carlos Slim, el dueño de TELMEX se convirtió en el tercer mayor accionista de la compañía de comunicación de habla hispana más importante del mundo, al adquirir, en una operación de 350 millones de dólares, el 24% del consorcio a través del Banco Inbursa, brazo financiero de su emporio.

Con esta transacción, Emilio Azcárraga Jean permaneció como accionista mayoritario de la empresa, aunque redujo su participación accionaria del 72% al 51%.

Emilio Azcárraga Jean, poco tiempo después llegó a un acuerdo con el segundo socio de importancia en el grupo de acciones, Alejandro Burillo, con dicho trato este socio se vería desplazado de la toma de decisiones de la empresa, para convertir su participación sólo de tipo financiero.

"Tales operaciones, además de ofrecerte respaldo financiero a la empresa, fueron útiles también para la consolidación de la gestión de Azcárraga Jean, quien a dos años y medio de la muerte de su padre, parece dirigir la empresa a su manera y dar muestras de cierta fuerza política realizando cambios importantes en el Consejo de Administración del consorcio y conseguir el desplazamiento de Burillo de los puestos de mando a cambio de participación financiera"<sup>72</sup>.

---

<sup>71</sup> Alva de la Selva, Alma Rosa, "Retrospectiva de los medios electrónicos en México durante 1999", *Revista Mexicana de Comunicación*, Año Doce, Número 72, p 8.

<sup>72</sup> Alva de la Selva, Alma Rosa, op. cit., p. 9.

Para compensar la pérdida Alejandro Burillo, primo de Azcárraga, puso en marcha el 9 de diciembre de 1999, la empresa PEGASO PCS, dedicada al sector de las telecomunicaciones y a la telefonía digital, en la ciudad de México y Zona Metropolitana. El consejo de esta empresa quedó conformado de la siguiente forma: Alejandro Burillo Azcárraga, Presidente del Consejo de Administración de PEGASO; Alejandro Díez Barroso, Presidente de PEGASO; Alejandro Orvañanos, Vicepresidente Comercial y Juan Marco Gutiérrez, Vicepresidente de Finanzas.

Como concepto, PEGASO, surge hace más de siete años cuando Alejandro Burillo Azcárraga promueve el primer sistema de radiolocalización inalámbrico a nivel nacional en México, SkyTel. Desde entonces comienza la inquietud por llevar la telefonía y la comunicación, sin barreras de distancia o infraestructura, hasta donde el hombre lo requiera.

En cuanto a las finanzas, 1999 tampoco fue malo para Azcárraga Jean, pues desde los primeros meses se registró una mejoría que se vio impulsada con las precampañas políticas y con la elevación de las tarifas que establecen las televisoras en cuanto a su publicidad, la cual esta vez fue del 40 %. Por ello, gracias a los nuevos costos por los espacios de transmisión, en enero del 2000, un minuto en Canal 2 en tiempo triple A, el más cotizado, tendrá como costo 396 mil pesos.

Después de ver la historia de esta televisora, la cual se remonta más de 50 años atrás, no resulta difícil comprender porque Televisa ha llegado a ser un consorcio con tanto poderío en el mercado de los medios de comunicación, pues como empresa sus diferentes dueños, ya 3 generaciones de Azcárraga, han llevado similares políticas de expansión e internacionalización, donde lo importante es saber hacer un buen negocio, es decir, donde lo fundamental es el impacto y la velocidad en la transmisión de la información sin importar la calidad de la misma.

## Análisis de la página de Televisa en Internet



Figura 16\*

En la esquina superior izquierda de su página principal tiene como título "grupo televisa", por detrás, al fondo, como marca de agua está la siguiente palabra "televisa i-net" y abajo de ésta su localiza el logotipo de televisa, igualmente como marca de agua. Debajo de estos se encuentra un círculo dividido en cuatro partes, en cada una de las cuales se localiza el logo de los diferentes canales de esta televisora, los cuáles están distribuidos en el siguiente orden, primer cuarto del círculo Canal 2, segundo cuarto Canal 4, tercer cuarto Canal 9 y por último en la cuarta parte Canal 5. Cada una de las partes del círculo funciona como liga, la cual nos abre una nueva ventana con una página independiente (podemos mencionar que al acceder a cualquier liga de la principal nos abre otra ventana), titulada "Televisión" la que explicaremos más adelante.

Posteriormente debajo de este círculo con los canales de Televisa, hay tres *links* más. El primero es el de **CULTURA**, esta liga nos lleva a la página que corresponde a Fundación Cultural Televisa, la cual en la esquina superior izquierda tiene el logotipo de dicha Fundación como marca de agua y a la derecha de éste hay ocho *links*:

\* Página principal de Televisa en Internet del 25 de abril del 2000.

- [Colección Permanente](#)
- [Colección Pre-Hispánica](#)
- [Colección Fotográfica](#)
- [Altar Virgen de Dolores](#)
- [Servicios Educativos](#)
- [Saber Ver](#)
- [Videoteca](#)
- [Correo](#)

Cabe señalar que estas ligas, su texto que las compone aparece en forma borrosa y hasta que el usuario pone el *mouse* sobre una de ellas, éste se aclara para poder leerlo más visiblemente. Cada uno de estos ocho *links* nos lleva a una página que nos muestra información acerca de esta parte del acervo de la fundación.

Regresando a las ligas de la página principal, la segunda es la de **CORPORATIVO**, ésta al entrar a su página, en la esquina superior izquierda tiene el título (el cuál es el mismo nombre de la liga) y al centro de la página hay tres ligas, Grupo Telesistema, ventas y marketing. La primera de éstas, correspondiente al Grupo Telesistema, habla más acerca de esta empresa que es la encargada de administrar y operar técnicamente a diferentes empresas concesionarias de estaciones de televisión, entre ellas Televisa. El segundo link es el de ventas, dentro de esta sección nos muestra las ventas de la televisión nacional y las del interior de la república. La tercera y última liga que conforma la sección de **CORPORATIVO**, es la de marketing, ésta nos abre la página de Televisa Marketing, la que habla principalmente de las audiencias que tienen los programas de Televisa, el número de sus televidentes y los *Ratings*.

La tercera liga es la de **FILIALES**, dentro de ésta aparecen cinco links (cada uno con su respectivo logo o imagen) a diferentes empresas que son parte de Televisa o adquisiciones que han hecho a lo largo del tiempo, aunque en realidad aparecen seis logotipos, sólo cinco de ellos son ligas, a continuación se muestran cuáles son éstas.

- [Fonovisa \(Compañía Disquera\)](#)
- [Intermex \(Publicaciones\)](#)
- [Videocine \(Cinematografía, ésta es la que no es liga\)](#)
- [SkyTel \(Radiolocalización\)](#)
- [Estadio Azteca \(Estadio de Fútbol\)](#)
- [América \(Equipo de fútbol\)](#)

En la página principal a la derecha del círculo con los logotipos de los canales de la televisora, hay cuatro ligas más, todas éstas presentan por detrás del texto una especie de sombra en marca de agua. La primera es la de **DEPORTES**, ésta nos abre la página de Televisa Deportes, en la cual

aparecen noticias de actualidad de diferentes actividades deportivas, con un encabezado, una foto y el inicio de la nota informativa, para poder verla completa, el título de ésta es una liga a la información. Además ésta página presenta las siguientes ligas a secciones permanentes:

- [Futbol](#)
- [Futbol Americano](#)
- [Béisbol](#)
- [Box](#)
- [Básquetbol](#)
- [Tenis](#)
- [Toros](#)
- [Varios](#)

También en la página están los logotipos de los diferentes programas deportivos de Televisa, por medio de estos es posible enviar correos electrónicos a programas como: [Acción](#), [La jugada](#), [Más Deporte](#), [Round 2000](#), [Futbol a fondo](#) y [Noticiero Televisa Deportes](#).

La segunda de éstas ligas es la de **RADIO**, la cual cuando entramos en ella nos lleva a la página de Televisa Radio, esta página únicamente muestra las estaciones que conforman el Sistema Radiópolis, pues los logotipos que aquí se localizan no funcionan como ligas. Los logotipos que se encuentran en la página de las estaciones que forman parte de Televisa Radio son los siguientes: Kebuena, XEW, VOX, Q 940 AM, La X grande de México y 96.9 WFM.

La tercera es la de **NOTICIAS**, al acceder a éste *link* entramos a la página de ECO, donde se localizan además de ligas a las notas del día, *links* a las siguientes secciones permanentes:

- [Noticias](#)
- [Espectáculos](#)
- [Clima](#)
- [Televisa Deportes](#)
- [Reportajes](#)
- [Correo](#)
- [Conductores ECO](#)
- [Secciones de ECO](#)

La cuarta liga de la página principal es la de **VENTAS**, ésta nos lleva a la misma página de [ventas](#), que encontramos dentro de la liga de **CORPORATIVO**.

Por último, explicaremos la liga que se localiza en el centro de la página, el círculo con los logotipos de los canales de Televisa, cuando abrimos esta página nos muestra en la esquina superior izquierda el título de "televisión",

debajo se encuentran, los "canales abiertos", el canal de las estrellas, central 4, canal 5 y canal 9, con el nombre del canal y su logotipo, el cual funciona como liga a su página.

Cuando intentamos acceder a las ligas del canal 2, manda que su página se encuentra en construcción, el mismo mensaje manda con las páginas de canal 5 y del canal 9. La única a la cual se puede entrar es la de central 4, al entrar tiene ligas a la programación de este canal, algunas recomendaciones, concursos, series, la historia del canal y también la posibilidad de enviar un *email* a central 4.

Otra de las ligas de esta página de "televisión" es la de comentarios, la cual manda el error "Http: Error 404" el cual indica que no se encuentra el archivo de esta página y por ello es imposible abrirla. Después sigue el título de "televisión de paga", debajo hay tres ligas, la primera a VISAT, nos lleva a su página, con información acerca de ECO, Galavisión, Telehit y algunas otras filiales de Televisa. El segundo *link* es el de SKY, nos lleva a su página principal y la tercera liga es la de Cablevisión, que abre la página de este servicio de televisión, su programación, así como paquetes y promociones, entre otras cosas. A continuación se muestra una imagen de esta liga de "televisión".

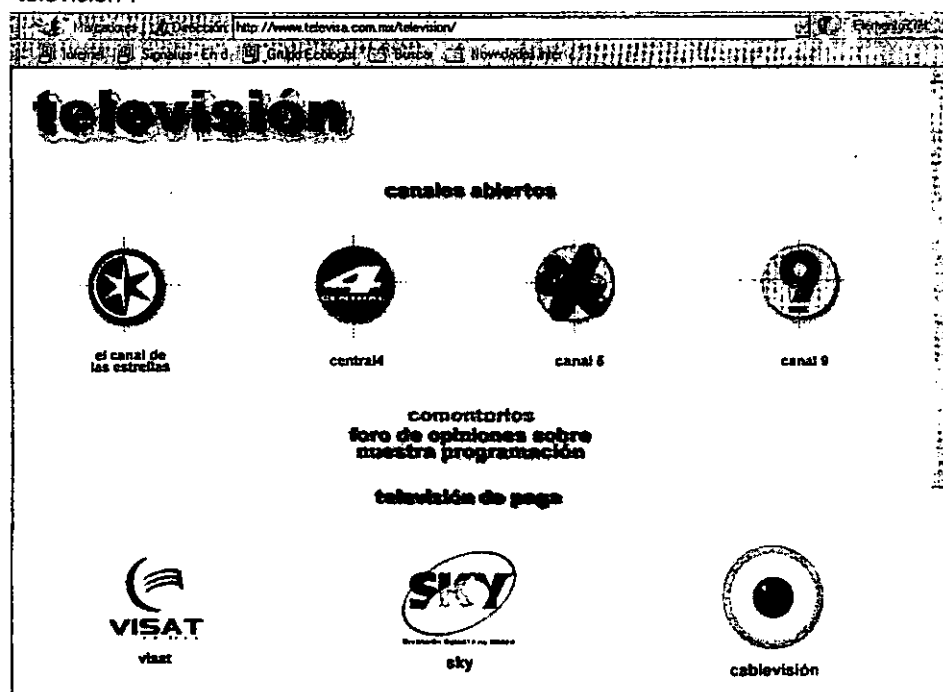


Figura 17.

\* Imagen de la Sección de *Televisión*, de la página en Internet de Televisa, del 25 de abril del 2000.



## Comparación de las páginas de TV Azteca y Televisa

Algunas diferencias que podemos notar al respecto de las páginas de TV Azteca y Televisa; la primera es que son muy contrastantes en cuanto a forma y contenido y eso puede observarse a simple vista. Además la página de TV Azteca, presenta en su página principal más de 20 ligas a diferentes secciones, un punto importante es que desde su página principal tiene tres divisiones a secciones como **AZTECA DEPORTES**, **AZTECA NOTICIAS** y **AZTECA ESPECTÁCULOS**, lo cual en primer lugar facilita la búsqueda de información al usuario y en segundo lugar son presentadas de una manera atractiva, pues sus imágenes entran como un *flash*, es decir en forma alternada y tienen animación, hecho que las hace más vistosas.

Por su parte la página de Televisa presenta 8 *links* en su página principal, pues tiene sólo ligas a secciones principales y suponiendo que una persona quisiera ver la sección de Espectáculos de Televisa, tendría que entrar primero al *link* de **NOTICIAS** y después en esta página a Espectáculos, por otra parte un usuario que entrará a la página de TV Azteca y buscará la misma sección, podría hacerlo presionando directamente desde la página principal cualquiera de las ligas de **AZTECA ESPECTÁCULOS**, Televisión, Teatro, Libros, etc., por esta razón la página de TV Azteca facilita la búsqueda de la información, pues en su página principal es posible encontrar ligas a cualquier sección de interés y no tener que buscarla como sucede en la página de Televisa.

Por otra parte, una sección importante en ambas páginas es la de su programación, por su parte TV Azteca tiene una liga en la página principal titulada **NUESTROS PROGRAMAS**, donde nos la muestra dividida en categorías, tales como: Entretenimiento, Deportes, Informativos, los programas que aquí se localizan pasan en sus 3 canales. También en esta página se localiza una liga llamada Consulta la Carta de Programación, la cual nos lleva a la programación del día, todos estos datos pueden ser de gran utilidad. En contraparte, Televisa tiene en su página principal una liga a la programación de sus cuatro canales, esta nos abre una página donde podemos escoger el canal que queremos visitar, y de estos cuatro canales a escoger, tres páginas se encuentran en construcción, es decir, las páginas de los canales 2, 5 y 9, por el momento no pueden verse y únicamente funciona la del Canal 4.

Para concluir es importante recalcar este punto, porque aunque por una parte indique la preocupación de la Televisora por renovar la presentación de sus páginas, sin embargo, representa un inconveniente, pues no es posible ver la programación de 3 canales, probablemente y una opción más viable hubiera sido que dejarán temporalmente funcionando la página antigua, mientras hacían las modificaciones y después cambiar de página, o bien realizar modificaciones de una página a la vez, pero no de las tres al mismo tiempo, pues nos dejan sin una sección importante para muchos de los usuarios.

## **Conclusiones acerca de las páginas de Prensa, Radio y Televisión en Internet**

El objetivo de este capítulo era hacer un breve análisis de los que nosotros consideramos los medios masivos más representativos de nuestro país. Escogimos dos de cada medio para poder posteriormente hacer una comparación entre ellos, ¿por qué hacerlo? Nuestro motivo principal era para observar como emplean la tecnología uno y otro, en el caso de la prensa escrita, las diferencias fueron notables debido a la antigüedad de cada periódico. Además en la comparación pudimos ver como utiliza un medio Internet y como lo hace la competencia, para así exponer ventajas y desventajas en cada una de las páginas, los aciertos y desaciertos de cada medio en el empleo de esta herramienta.

En cuanto a las diferencias que notamos entre la página de un medio y su competencia, recordemos que anteriormente ya las habíamos mencionado en los apartados donde hacemos las comparaciones, ahora veamos en general ventajas o desventajas presentan las páginas para cada uno de los medios.

El poder leer un periódico en Internet puede ser de utilidad, primero para mantenerse informado, pero eso lo haríamos igualmente si compramos un periódico y lo leemos, la ventaja radica en que las noticias en las páginas de algunos periódicos son actualizadas varias veces a lo largo del día, como si tuviéramos un diario en línea, esto les da la oportunidad a los periódicos de ser rivales para la radio y la televisión que sacan avances informativos conforme salen las noticias más importantes. Además también la mayoría de los periódicos cuentan con servicios de búsqueda lo que hace más rápida la localización de información, esto es de utilidad, sobretodo cuando necesitamos consultar alguna noticia que haya salido en días anteriores, no es necesario ir a alguna hemeroteca, pues hace la búsqueda por palabra o concepto que solicitemos y así será más fácil conocer cierta información. Otro punto a favor de los periódicos electrónicos es que los lectores pueden tener contacto con el personal que labore ahí, para enviar comentarios o dudas, todo esto es vía *e-mail*, de otra forma para estar en contacto se tendría que hacer vía correo, lo que sería más lento. Todas estas ventajas hacen la diferencia entre un periódico electrónico y uno normal.

En cuanto la radio, la principal ventaja es poder escucharla desde nuestra computadora a través de Internet, todo esto por medio de un programa especial, una máquina con conexión a Internet y con tarjeta de sonido. También podemos conocer datos de las radiodifusoras que de otra forma no serían de tan fácil acceso, como su historia. Así mismo datos de estadísticas de la estación, venta de publicidad, niveles de audiencia, etc. Además pueden comunicarse por correo electrónico con algunos conductores, para estar más en contacto con la estación.

En la televisión, igualmente nos ofrece la ventaja de conocer algunos datos de la historia del medio, información que no es fácil de obtener, también se puede conocer la programación del día, pero la característica más importante que ofrece la página Internet de algunas televisoras es poder ver la televisión en línea por medio de Internet. Con esta ventaja se logra la integración de los tres medios en un sólo canal, como lo es la red de redes, esto sería de gran ayuda para mantenerse informado en forma rápida y todo por medio de una computadora.

Todo esto no significa que un futuro los periódicos dejen de imprimirse por salir en Internet, o que desaparezcan los aparatos de televisión y radio y sean sustituidos por una computadora, no, simplemente nos muestra que la tecnología sigue avanzando y no se detiene, y los medios simplemente intentan ser parte de toda esta revolución tecnológica pues parte de su labor es estar al día.

Pero Internet no es el As bajo la manga, por eso algunas empresas que le apuestan el todo por el todo a la red, salen perdiendo. Tan sólo el 8 de enero de este año The New York Times tuvo que vender algunas acciones que había comprado en febrero de 1999 (por 3 millones de dólares en efectivo y 12 millones en créditos para avisos comerciales) en TheStreet.com, un servicio de noticias financieras. El *New York Times* había operado en redacción conjunta con TheStreet.com, pero suspendió esas operaciones desde noviembre. Esta venta le registró una pérdida de 12 millones de dólares en sus ingresos, el anunció lo hizo un día después de que el Times dijo que reduciría en 17 por ciento el personal de su propio servicio de Internet, (para tratar de reponerse de las pérdidas) lo que significaría la eliminación de 69 puestos de trabajo.

Todo esto nos demuestra que los medios esperan que Internet sea un gran negocio, pero lo explotan más allá de lo que puede dar. En nuestro país como ejemplo tenemos a las principales cadenas televisivas, Televisa y Tv Azteca. Para aumentar sus ventas de publicidad Tv Azteca creó una página, después le hizo mucha publicidad para hacerla famosa, ésta es todito.com, un portal como hay muchos otros, donde ofrecen *e-mail* gratis, bolsa de trabajo, Chat y muchos otros populares servicios para atraer navegantes, también presentan a artistas o conductores de Tv Azteca en los Chat's de todito. Igualmente Televisa, se auxilia de un portal idéntico en casi todos los sentidos, el de esmas.com, donde ofrece correo y todo lo demás, incluyendo la posibilidad de chatear con los famosos de su cadena televisora. Al respecto de Televisa, prácticamente acaba de renovar su página de Internet el "monto de inversión que hará Televisa para el lanzamiento de la versión 2.0 de esmas.com: 80 mdd"<sup>73</sup>.

Sin embargo veamos el estudio titulado **Internet, usos y hábitos** en México realizado por la firma europea *NetValue*, líder en ese tipo de trabajos, la cual pretende ingresar al mercado latinoamericano empezando por nuestro país. Esta empresa presentó a finales de septiembre del 2000 y principios de octubre el "Top 30" de los sitios más visitados por los internautas mexicanos,

---

<sup>73</sup> Sobrevilla, José (Compilador) "Númerus" en Revista etcétera, de noviembre del 2000, p 10. Fuente El Sol de México, 09/X/00.

así como las aficiones o expectativas de éstos al ingresar a la red. Para realizar el estudio, *NetValue* se alió a la empresa *Gallup México*, compañía especializada en investigación de mercado. "Según el "Top 30" de *NetValue*, los dominios más visitados en México son:

Lugar	Dominio	Porcentaje
1)	msn.com	67.6%
2)	yahoo.com	66.9%
3)	passport.com	55.0%
4)	t1msn.com.mx	50.0%
5)	prodigy.net.mx	36.2%
6)	terra.com.mx	33.8%
7)	microsoft.com	33.2%
8)	starmedia.com	30.5%
9)	yahoo.com.mx	30.4%
10)	altavista.com	26.9%
11)	icq.com	26.2%
12)	real.com	21.5%
13)	lycos.com	19.4%
14)	aol.com	17.5%
15)	gob.mx	16.0%
16)	patagon.com.mx	15.9%
17)	elsitio.com	15.9%
18)	yupi.com	15.7%
19)	macromedia.com	14.4%
20)	napster.com	14.2%
21)	todito.com	13.9%
22)	loquesea.com	13.9%
23)	excite.com	13.5%
24)	aol.com	13.4%
25)	unam.mx	12.9%
26)	aol.com.mx	12.3%
27)	fnpod.com	11.4%
28)	xoom.com	10.9%
29)	Winamp.com	10.5%
30)	netscape.com	10.2% <sup>74</sup>

Como podemos apreciar en este Top 30, en el sitio número 21 figura la dirección de *todito.com*, con un 13.9 %, sin embargo en esta gráfica no aparece el dominio de *esmas.com.*, ojalá y la inversión que acaba de hacer de 80 millones de dólares, no sea completamente en vano y de menos sirva para que esta página incremente el número personas que la visitan.

<sup>74</sup> "intermedios" en *etcétera*, noviembre del 2000, p 12.

Así mismo, la publicidad en Internet representa un buen negocio tan sólo el "Gasto total de las empresas de EU para publicidad en Internet durante el primer semestre del año: cuatro mil mdd.<sup>75</sup>" y el "Porcentaje de ingresos publicitarios que obtienen los diez sitios más importantes de la red:75%"<sup>76</sup>. Las cantidades de dinero que se invierten son asombrosas, millones de dólares se obtienen por venta de publicidad en la red de redes, pero en nuestro país la situación es diferente, Internet aún no despega como lo ha hecho en el resto del mundo.

- "Inversión publicitaria de la IP mexicana para este año: 22 mil mdp.
- "Porcentaje de la inversión publicitaria que se destinará a la tv: 74 %.
- "Porcentaje de la inversión publicitaria que se destinará a la radio: 10%.
- "Porcentaje de la inversión publicitaria que se destinará a la prensa escrita: 6% (en 1990 era de 13%).
- "Porcentaje de la inversión publicitaria que se destinará a las revistas: 4%.
- "Porcentaje de la inversión publicitaria que se destinará a Internet: 2%"<sup>77</sup>.

Con estas cifras podemos apreciar, que el porcentaje que se destina a la publicidad en Internet, es tan sólo del 2 %, y aunque como pudimos ver que empresas como Televisa, invierten cantidades sorprendentes en sus portales, aún falta mucho camino que correr a Internet.

Esto nos demuestra que el uso de las páginas esta adquiriendo fines netamente comerciales, sustituyendo a los de tipo educativo o informativo, es una verdadera lastima pues Internet y sus servicios pueden aprovecharse mucho más y con fines más constructivos, sin embargo, el proyecto de *Internet 2* sigue en puerta y esperemos pronto contar con una red más académica.

Por otro lado, las ventajas que ofrece Internet a los medios y a la comunicación están ahí, lamentablemente no al alcance de todos, sin embargo el hecho más importante y que es necesario destacar, es la reciente integración de la Televisión en línea por Internet, lo que hace que ahora todos los medios masivos de comunicación más importantes se integren en un sólo canal.

---

<sup>75</sup> Sobrevilla, José (Compilador) "Número" en Revista *etcétera*, de noviembre del 2000, p. 10. Fuente El Financiero, 09/X/00.

<sup>76</sup> Op. Cit., Fuente *The Wall Street Journal*, 10/X/00.

<sup>77</sup> Op. Cit., Fuente *Milenio Diario*, 9/X/00.

## CONCLUSIONES

Al principio de esta investigación se plantearon varias metas, algunas de las cuales es importante señalar ahora, sobretodo por el papel tan fundamental que juegan para este trabajo. La primera sería exponer algunas de las funciones de la información, para sentarlo como antecedente antes de que expongamos el papel de Internet como herramienta de difusión.

La información nace desde el momento en que las personas conviven en sociedad, no son seres aislados, por el contrario se relacionan y por tal motivo se comunican entre sí, este hecho transforma entonces la información en una necesidad humana. Por ello el producto de la comunicación es la información misma, y ésta siempre estará presente en la sociedad, pues es necesaria para llevar a cabo el proceso comunicativo.

El poder de la información tiene tales alcances, por lo cual algunas veces se ha llegado a decir que la información puede incluso influir en la conducta del hombre y eso podría afectar su comportamiento en la sociedad. Pero la información no tendría tal fuerza de no ser por los medios masivos, pues estos son los encargados de difundir dichos datos, por ello se dice que los medios se convierten en una especie de mediadores, entre los sujetos y la realidad, sin embargo, la función masiva de los medios, llega a ejercer tanta influencia para la sociedad, que muchas personas comienzan a creer como los únicos difusores de la realidad a los medios, e incluso, gracias a ellos nos formamos una imagen mental del mundo. Es decir, tomamos como verdad cualquier rumor, siempre y cuando lo pase en los medios y desechamos aquello que pase inadvertido para ellos.

Ahora bien un papel importante en esta transmisión de información lo juega Internet, pues como herramienta de difusión ha venido a revolucionar la forma de hacer la comunicación. Por ello definamos antes los tipos de canales de transmisión, estos son dos, los naturales; generados por la relación humana (la voz, el lenguaje) y los artificiales; los cuales utilizan aparatos (la radio, la televisión). Los canales de tipo artificial, son el eslabón unificador entre los sujetos y la información. Mencionamos esto porque en este punto entran las computadoras, pues operan digitalmente y recordemos que gracias a éstas se hace posible Internet, el cual en la última década ha adquirido poder y amplitud, por el hecho de transmitir información a millones de personas en todo el mundo casi sin restricciones. Por todo esto Internet ha venido a mejorar los medios ya existentes y sobretodo como herramienta también ha venido a auxiliar a los medios masivos de comunicación y la forma en que estos se presentan a través de Internet.

Y así como los medios juegan un papel importante, dentro de ellos se encuentran las personas formadoras de estos; una pieza clave son los periodistas, por tal motivo estos deben de estar en una renovación constante, para estar siempre informados y al día poder cumplir así con su papel de informadores. Esto nos lleva a que los periodistas conozcan Internet y lo

utilicen como una herramienta para facilitar su labor. Por ejemplo, el correo electrónico, es como ya lo habíamos mencionado el servicio más utilizado en todo el mundo, por ello muchos periodistas (y personas en general) ya cuentan con su dirección de correo electrónico para hacer uso de esta herramienta; o bien como vimos en las páginas en Internet de los medios, algunos se apoyan en este recurso para mantener una interacción con el público y el medio, lo que permite una relación más cercana.

También están las herramientas de búsqueda, pues recordemos a Internet como sinónimo de información, debido a la cantidad de datos que hay en la red se han creado estos programas para facilitar la búsqueda de información, por tal motivo esta herramienta ayuda a localizar datos acerca de algún tema en específico, con la ventaja de que toda esta información será, en la mayoría de los casos, reciente pues las páginas se actualizan periódicamente, por todo esto este servicio podría ser de gran utilidad para que los periodistas localicen información.

Otro servicio muy popular de Internet y que algunos periodistas ya están utilizando, son los foros de discusión interactiva, mejor conocidos como Chat's, por ejemplo, algunos medios, el caso de TV Azteca en su página se cuenta con este popular servicio, lo que hacen es presentarse en alguno de estos foros para charlar con las personas que así lo deseen, se avisa en la página la fecha y hora de esta charla y así es posible chatear, como comúnmente se dice, con alguna persona de los medios. Así hace un par de meses un conocido conductor del Noticiero Hechos de la mañana, Ramón Fregoso, estuvo en el chat de Todito y fue posible conversar con él acerca de diferentes temas, para poder hacerlo en forma ordenada existía un moderador encargado de comunicar las preguntas. Este hecho es un claro ejemplo del acercamiento con el público cuando se utiliza este servicio de Internet, y además es posible conocer sus opiniones y dudas, logrando así una mejor interacción, es así como el chat nos demuestra por qué Internet ha creado nuevas técnicas para comunicarse.

Por todo esto es importante señalar la trascendencia de algunos servicios de Internet y por ello hoy en día es indispensable para los periodistas conocerlo, pues su labor informativa debe impulsarlos a aprender y saber más de todo lo que les rodea, sobretodo para estar a la vanguardia con las nuevas tecnologías. Y así como los periodistas deben tener conocimientos acerca de las nuevas tecnologías, los futuros periodistas, los que aún están formándose académicamente en las aulas, deberían tomar en cuenta estas herramientas y conocerlas desde aquí.

Ahora bien, una desventaja de Internet hasta hace algunos meses, era que el servicio para acceder a la red no era del todo gratuito, pues para conectarse era necesario estar suscrito con alguna compañía, la cual nos proporcionaría la renta de este servicio; sin embargo, actualmente es posible tener acceso a Internet en forma gratuita, todo esto por el auge adquirido por la red, por ello se ha vuelto un negocio redituable y es posible mantenerse por sí mismo con la venta de publicidad, al igual que los medios masivos, esto provoca que ahora Internet sólo cueste la llamada telefónica para conectarse.

Esto es posible gracias a que algunas páginas en la red ofrecen la conexión a Internet en forma gratuita con tan sólo solicitar una cuenta de correo, entre ellas están: Terra, Tutopia, Gratis1.com, por sólo mencionar algunas páginas de habla hispana y también prueba del apogeo que ha cobrado Internet, ahora ya es muy común ver comerciales en televisión, los cuales son extremadamente caros, que anuncian páginas en Internet, igualmente esto es una muestra de lo redituable que se ha convertido este nuevo medio. Lo anterior nos lleva hacia un punto, Internet es una herramienta que está logrando su independencia, es autocosteable, utiliza sus propios recursos técnicos y maneja sus propias propuestas.

Ahora observemos algunas de las modificaciones que ha hecho Internet a los medios, son muchas; en cuanto al periodismo escrito en la red, es notable la revolución a la cual han sido sometidos los periódicos por la computadora, dando origen a los hoy denominados *periódicos electrónicos*. Estos presentan varias ventajas respecto al medio tradicional, el periódico impreso tal y como lo conocemos aumenta su costo de producción entre más llamativa quiera hacer su presentación, es decir, su costo depende en gran medida, del número de tintas que utilice, si es a color, si es a blanco y negro, si tiene muchas imágenes, etc; este inconveniente es superado en Internet, pues aquí puede ser todo a color, con cuantas imágenes se desee, porque este factor no aumenta el costo de realización de la página, pues éste casi siempre será el mismo, por ello un buen punto que puede aprovechar el periodismo escrito de las páginas Internet es el empleo de colores, imágenes e incluso sonidos.

Por otra parte, si uno compra el periódico en la mañana las noticias que estarán ahí serán las más importantes antes de sacar la publicación y si en el transcurso del día sucede un acontecimiento más relevante o del cual nos interesa saber más, para obtener esta información era necesario ver algún otro medio, como la televisión o la radio, sin embargo, algunos periódicos electrónicos han cambiado esto, porque por ejemplo el Reforma, actualiza en su página de Internet la noticia de primera plana varias veces al día, con el fin de que las personas puedan estar bien informadas a toda hora; esta es una gran ventaja para los lectores pues ofrece la posibilidad de actualidad en la información y además hace que los periódicos den un paso adelante para así poder competir con sus rivales, como la radio o la televisión.

También otro punto a su favor está en la posibilidad que ofrecen los periódicos en Internet de realizar búsquedas de información en ejemplares anteriores, porque antes si una persona necesitaba datos, por poner un ejemplo, acerca del Mundial de Fútbol de Francia 98 y se quería consultar el periódico de esta fecha, para lograrlo era necesario ir a una hemeroteca a obtener dicha información, sin embargo, los periódicos electrónicos ofrecen la posibilidad de buscar información, o bien en ejemplares anteriores, esto cuando sabemos la fecha exacta que estamos buscando, o realizar una búsqueda de un tema en específico, esto cuando sabemos que tema queremos investigar pero no recordamos la fecha exacta en que dicha información apareció en los medios, entonces utilizando los servicios de búsqueda de los periódicos en Internet podrá, igual que en las herramientas de búsqueda de Internet, mostrar los artículos en los cuales se haga referencia a dicho tema. Al respecto, como



vimos en el caso particular del periódico Excélsior, permite buscar en periódicos desde 1996 a la fecha.

Todas estas son algunas aportaciones que proporciona Internet a los periódicos, otras serían la posibilidad de tener al alcance la información del periódico sin tener que guardar ejemplares atrasados (lo que en muchos casos ahorra espacio) y en algunos casos hasta sin salir de nuestro hogar. Además es posible por medio de Internet acceder a las páginas de periódicos no sólo de México, sino también a periódicos importantes de nivel mundial, esto le permite tener a los usuarios una cobertura más amplia de la información.

Además es posible suscribirse a los periódicos directamente en las páginas, Reforma ofrece este servicio de suscripción a sus clientes en Internet, ésta sería otra ventaja que ofrece la red, la posibilidad de realizar el comercio electrónico.

Algunas desventajas que pudimos observar de las páginas de los periódicos, es que no es posible, de menos en algunos como el Reforma, acceder a la información completa del periódico, pues para ello es necesario estar suscrito, ésta sería una limitante porque los usuarios tendrían que pagar por ver.

En cuanto a la radio en Internet, es importante destacar la aplicación que ha hecho este medio a sus páginas; la revolución de éste radica principalmente en la posibilidad de poder escuchar algunas estaciones de radio desde una computadora, éste es el caso de las estaciones del Grupo Radio Mil. Para poder hacer esto posible es necesario bajar un programa en Internet que nos lo permite y después instalarlo en la PC.

Además otros beneficios que ofrece Internet a todos los medios es la posibilidad de ampliar su cobertura a nivel mundial, pues cualquier persona que se conecte a la red podría tener acceso a su página. También está la posibilidad de lograr una mejor interacción de los usuarios para con el medio, esto a través del correo electrónico. Todas las páginas de los medios que analizamos tienen de menos una dirección de e-mail, para poder estar en contacto con el personal que labore en el medio, esta comunicación puede ser o bien para que el usuario aclare una duda o incluso puede establecer comunicación personal vía e-mail con algún periodista o comunicólogo, todo con el fin de establecer una relación más estrecha entre los medios y las personas.

Por otra parte la televisión en Internet, además de aprovechar las ventajas señaladas anteriormente, también ha echado mano de los servicios más populares de la red y los ha puesto a su servicio. Ejemplo de esto, es la unión de TV Azteca con una página muy popular como Todito, gracias a ello se ayuda de servicios como el chat para ganar popularidad y estar a la vanguardia, pues como ya lo habíamos mencionado, algunos artistas y comunicólogos entran a foros de esta página para que las personas puedan interactuar.

Otra ventaja que tienen las páginas de los medios, es que presentan más información para los usuarios, como ejemplo de esto, en la página de TV Azteca es posible consultar la programación del día y la mayoría de los otros medios como la radio, en sus páginas proporcionan datos de la historia

referente al medio, tal es el caso del Núcleo Radio Mil, Grupo Radio Centro, Televisa y TV Azteca, en estas había una sección específica que contenía dicha información, la diferencia consistía en que de una a otra página era más difícil encontrar estos datos y además de la historia era posible conocer más información de, por ejemplo los conductores de las estaciones de radio o incluso algunas páginas ofrecen concursos o promociones.

Tal y como habíamos mencionado, estas nuevas tecnologías llevan a una mayor competencia entre los medios, pues todos intentan ganar un mayor número de usuarios y por ello buscan siempre tener los mejores recursos tecnológicos; sin embargo; también hay que admitir que a pesar de los muchos avances y ventajas que ofrece Internet, aún son muy pocas las personas que pueden tener acceso a él, pues en nuestro país son unos cuantos los que tienen una computadora en sus casa o que saben y utilizan alguna otra con un amigo o conocido, sin embargo, muchos auguran que en un futuro la computadora quizás se llegue a convertir en un aparato familiar, igual que la televisión, pero pasarán muchos años antes de que esto ocurra.

También no hay que olvidar a los estudiantes de Comunicación y Periodismo, tal y como se expuso anteriormente, se señaló la importancia de que los periodistas conozcan Internet, por ello es importante destacar mi deseo porque la presente investigación sea de utilidad para los estudiantes, para despertar en ellos la semilla de la curiosidad y traten de conocer más acerca de los avances tecnológicos y las ventajas y servicios que les ofrece Internet, y asimismo espero que el presente trabajo de pie a muchas más investigaciones acerca de la red, pues aun falta mucho más que conocer acerca de este nuevo medio que apenas está surgiendo.

Por otra parte, algunas de las razones por las que Internet se ha vuelto una herramienta tan utilizada es porque los estímulos que presenta son más atractivos, pues no sólo nos muestra la información escrita, además se apoya en imágenes, colores, sonidos y da una mayor rapidez en la búsqueda de información. También la red ofrece una mayor libertad al navegante, pues la interactividad hace a esta herramienta más democrática, puesto que la persona decide hacia dónde quiere dirigirse, ya que lo define al entrar en la página y navega por ella hasta encontrar lo que busca.

Ya hemos expuesto varias aportaciones que proporciona Internet a los medios masivos, todo esto nos lleva a comprobar el objetivo de la presente investigación, ya que realmente Internet funciona como una herramienta de difusión, debido a que facilita la propagación de la información enormemente, pues como se expuso Internet es una red de dimensiones gigantescas, la cual en 1990 permitía el acceso a 22 países y en la actualidad son 217 países del mundo los que tienen posibilidad de acceder a Internet.

Además con la posibilidad de acceder a Internet en forma gratuita, el número de usuarios se incrementó. Tan sólo en 1999 éste tuvo un 136 % de crecimiento y en Latinoamérica, de 522 millones de personas que conforman su población total a mayo del 2000, hay 10.6 millones de internautas y se calculan que serán 66.6 millones para el 2005.

Y en cuanto al número de años que tardaron los demás medios masivos de comunicación en conseguir tal popularidad entre los usuarios, veamos las siguientes cifras:

- ✓ Años que la radio tardó en obtener 50 millones de usuarios: 38
- ✓ Años que la televisión tardó en obtener 50 millones de usuarios: 16
- ✓ Años que Internet tardó en tener 50 millones de usuarios: 4<sup>78</sup>.

Como podemos observar la televisión tardó menos de la mitad de años en obtener 50 millones de usuarios en comparación con la radio, sin embargo Internet tardó tan sólo 4 años en conseguir esa cantidad de usuarios. Las cifras hablan por sí solas de la popularidad que está adquiriendo la red de redes y de los alcances que tendrá en un par de años.

Por todo esto, por los servicios que Internet ofrece, por la cantidad de información que maneja, por la interactividad que ofrece a los usuarios, la red se reafirma como una real herramienta de difusión, que puede proporcionar un sinnúmero de ventajas al periodismo y a los medios de comunicación en general.

---

<sup>78</sup> Datos proporcionados por el Programa "Zona Abierta" el día 6 de julio del 2000.

## Bibliografía

Autores Varios

Ideología y medios de comunicación.

Buenos Aires, 1982.

Amorrortu editores.

207 pp.

Calabria, Jane.

Aprenda Internet en 30 días.

México, 1996.

Prentice – Hall Hispanoamericana S.A.

624 pp.

Comer, E., Douglas

El libro de Internet.

México, 1995.

Prentice Hall Hispanoamericana.

312 pp.

Díaz – Barriga Arceo, Jesús.

Introducción a la computación.

México, 1996.

Cómputo Académico UNAM

273 pp.

Escarpit, Robert.

Teoría general de la información y de la comunicación.

Barcelona, 1977.

ICARIA, Ediciones.

318 pp.

López de Zuazo, Algar Antonio.

Diccionario del Periodismo.

Madrid, 1990.

Ediciones Pirámide.

237 pp.

Martínez Albertos, José Luis.

El mensaje informativo.

Barcelona, 1977.

A.T.E. Ediciones.

329 pp.

Martínez de Sousa, Jorge.

Diccionario general del Periodismo.

Madrid, 1981.

Editorial Paraninfo.

594 pp.

McLuhan, Marshall  
La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.  
México, 1977.  
Editorial Diana.  
444 pp.

McLuhan, Marshall  
Leyes de los medios. La nueva ciencia de la comunicación.  
México, 1990.  
Editorial Patria.  
267 pp.

McQuail, Denis.  
Introducción a la Teoría de la Comunicación de masas.  
Barcelona, 1985.  
Editorial Paidós.  
112 pp.

McQuail, Denis.  
Sociología de los medios masivos de comunicación.  
Buenos Aires, 1979.  
Editorial Paidós.  
165 pp.

Niederst, Jennifer.  
Diccionario de terminología básica de Internet.  
México, 1997.  
McGraw- Hill Editores  
152 pp.

Paoli, J. Antonio.  
Comunicación e información.  
México, 1990.  
Editorial Trillas.  
138 pp.

Pereyra Ortiz, María del Pilar (Compiladora).  
Internet.  
México, 1998.  
UNAM, Dirección General de Servicios de Cómputo Académico.  
142 pp.  
Romero Rubio, Andrés.  
Teoría general de la información y de la comunicación.  
Madrid, 1975.  
Ediciones Pirámide.  
334 pp.

Terrou, Fernand.  
La información.  
Barcelona, 1970.  
Ediciones Oikos- tau s.a.  
126 pp.

## Hemerografía

Cibercultura y nuevas tecnologías  
"Internet 2: Un segundo piso para la academia" en Suplemento Virtualia, La Jornada.  
Nueva Época, No.13, Martes 7 de abril, 1998.  
Pag. 5.

Revista Mexicana de Comunicación.  
Año Tres, Número Dieciocho.  
México, 1991.  
Fundación Manuel Buendía.  
Julio – Agosto de 1991.  
64 pp.

Revista Mexicana de Comunicación.  
Año Cinco, Número Veintisiete.  
México, 1993.  
Fundación Manuel Buendía.  
Enero – Febrero de 1993.  
68 pp.

Revista Mexicana de Comunicación.  
Año Once, Cincuenta y ocho.  
México, 1999.  
Fundación Manuel Buendía.  
Abril – Junio de 1999.  
64 pp.

Revista Mexicana de Comunicación.  
Año Doce, Sesenta y dos.  
México, 2000.  
Editorial Litofasesa.  
Marzo – Abril del 2000.  
48 pp.

Manual del Diplomado: La tecnología informática aplicada al Periodismo.  
Módulo I: Nuevas Tecnologías de información y medios de comunicación.  
Responsable del módulo: Lic. Enrique Pérez Quintana.  
México, Segunda emisión de 1998.  
Dirección General de Información.  
Servicios de Cómputo Académico.  
Ayón Bernal, Juan  
"Hacia un concepto de periodismo en Internet" (Ensayo) en Manual del  
Diplomado: La tecnología informática aplicada al Periodismo.

De la O Tapia, Aldo.  
Antología de Desarrollo y Régimen Legal de los Medios de Comunicación en  
México II.  
México, 1996.

López de la Parra, Manuel.  
"Así era México en 1917" en Revista de Revistas.  
Número 4450, marzo de 1997.  
Publicado por Excélsior.  
Pág. 24-29.

Loredo Torres, Salvador.  
"Algunos apuntes sobre la vida del Excélsior" en Revista de Revistas.  
Número 4450, marzo de 1997.  
Publicado por Excélsior.  
Pág. 18-23.

"Remembranzas" en Revista de Revistas.  
Número 4450, marzo de 1997.  
Publicado por Excélsior.  
Pág. 40-41.

Vázquez González, Benito.  
"El tecolote: símbolo de Excélsior" en Revista de Revistas.  
Número 4450, marzo de 1997.  
Publicado por Excélsior.  
Pág 55-57.

## **Páginas Web**

Internet 2  
<http://www.internet2.edu/>  
<http://a01unix.gsysc.inf.uc3m.es/~mhernand/lro9798/internet2.html>

## **Periódicos**

Periódico Excélsior  
<http://www.excelsior.com.mx/>