

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ARAGÓN"

"INTERNET COMO MEDIO ALTERNATIVO DE DIFUSIÓN DEL PERIODISMO MEXICANO ACTUAL"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
P R E S E N T A :
LETICIA DÍAZ PINEDA

DIRECTOR DE TESIS:
LIC. RICARDO GARCÍA S.

MÉXICO

2002.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIA

A mi madre,
quien me dedicó parte de su vida,
amor, tiempo y atenciones.

Ella no está conmigo físicamente,
pero su recuerdo vive en mi corazón.

Con amor y gratitud a mi madre,
que en donde quiera que se encuentre
sé que está muy orgullosa y alegre
por lo que he realizado hasta hoy.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por dejarme realizar mis anhelos.

A mi padre por el cariño y apoyo que me ha brindado.

A mi asesor de tesis por su orientación, conocimientos y aportación de ideas.

A mis hermanos y amigos, quienes me han dado cariño, amistad y compañía.

A mis profesores ya que con sus conocimientos y experiencia contribuyeron
en gran parte con mi formación académica y profesional.

Gracias a aquellos profesionales de la comunicación y a otras amistades que
han compartido sus conocimientos conmigo, y también a quienes aportaron
información para el contenido de este trabajo de investigación.

En algunos casos generalicé pero ello no significa que ninguna de mis
amistades queda exenta dentro de este apartado.

ÍNDICE

	Página
Introducción	1
 CAPÍTULO 1	
GÉNESIS DE INTERNET	4
1.1 ARPANET, el precedente de la red global	6
1.2 La comercialización de Internet	9
1.3 Internet en México, REDUNAM	10
1.4 Funcionamiento y conexión a la red mundial	13
1.5 Servicios de Internet	16
1.5.1 Correo electrónico	17
1.5.2 Hipertextos <i>World Wide Web</i>	18
1.5.3 Servicios de noticias	20
1.5.4 Otros servicios de Internet	22
 CAPÍTULO 2	
LAS PÁGINAS ELECTRÓNICAS DE LA WORLD WIDE WEB	25
2.1 Internet como fuente informativa	27
2.2 El boletín electrónico en México	29
2.3 Los intereses de los sitios electrónicos de Internet	32
2.4 La publicidad en línea de los medios de comunicación	34
 CAPÍTULO 3	
EL PERIODISMO DIGITAL U <i>ONLINE</i>	37
3.1 Medios de comunicación presentes en Internet	39
3.2 La presencia del periodismo en la red	43
3.3 Periodistas en línea u <i>online</i>	45
3.4 Internet, un medio alternativo de difusión del periodismo	47
 CAPÍTULO 4	
INTERNET: UNA ALTERNATIVA DE DIFUSIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	52
4.1 Diseño del modelo de análisis	54
4.2 La radiodifusión a través de la red, Monitor	55
4.3 La televisión mexicana dentro de Internet, Televisa	61
4.4 El Universal.com, un periódico digital	66
4.5 La fluidez informativa de Notimex en la <i>Web</i>	71
 Conclusiones generales	 78
 Fuentes de consulta	 84

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

Internet es una gran red de servidores y computadoras, permite a más de 35 millones de usuarios compartir e intercambiar información libre, es integrada por corporaciones, empresas, instituciones educativas y otros grupos sociales, de todo el mundo.

Esta fuente de información de ámbito mundial cuenta con una gran gama de temas. Dicha información se puede extraer, principalmente de la *World Wide Web*, de los grupos de noticias, pláticas y debates, o de las listas de correo electrónico, para hacer uso de ella según nuestro beneficio.

Esta tecnología ofrece diversos servicios a través de sus aplicaciones tales como: correo electrónico, búsqueda y consulta de información, introducción a archivos de organismos e instituciones, consulta de noticias, videoconferencias, comercio virtual, contratación de algún servicio, pláticas en tiempo real, diversión, viajes virtuales, y seguridad informática, entre otros.

Los atractivos beneficios de los servicios de Internet hacen que diariamente sea mayor el número de usuarios incorporados a esta hipertecnología, en donde abunda todo tipo de información.

Antes, el uso de los navegadores era para algunas personas un pasatiempo, pero actualmente es una herramienta, un apoyo en investigaciones, estudios científicos y comerciales. Los medios de comunicación y la prensa en general no podían quedarse atrás en la vanguardia de las telecomunicaciones.

La mayoría de las salas de prensa y hasta las oficinas de gacetas o periódicos locales ya sustituyeron las máquinas de escribir por computadoras, debido a que ellas pueden realizar múltiples tareas de formatos, gráficos, edición y hasta la impresión de los mismos.

Hoy en día no hay empresa, institución, grupo social, servicio o producto que no esté presente en la red mundial, es decir todos ellos tienen un espacio en la red; una página electrónica y anexa a ella un buzón de comentarios y/o correo electrónico para mantener una comunicación o bien gozar de los servicios que ofrece Internet.

Esta red mundial es un sistema de publicación libre de bajo costo si se considera que tiene un alcance mundial, recurso publicitario e informativo que es empleado por la prensa y otros gremios, no sólo para exhibir su trabajo, sino para documentarse, crear alternativas de comunicación y en otros casos abusar del exceso de información pública.

La comunicación entre los seres humanos tiene un proceso o esquema general comunicativo; es un proceso complejo en el cual se ponen en funcionamiento elementos de muy diversa naturaleza: emisores, mensajes, medios y recursos, códigos, receptores y la retroalimentación.

Existen tres términos de fácil empleo pero de definición distinta, el primero de ellos es difusión, definido como aquella acción de distribuir información, propia de los medios de comunicación y extensión en un discurso oral o escrito.

El segundo, la información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan de guía de su acción. La teoría de la información es la que relaciona el medio, el canal y el código en los cuales se transmite.

Y por último, la comunicación es definida como aquella acción humana en donde a través de códigos, signos y señales se da un mensaje, para ello es necesario un emisor y un receptor, la comunicación es cíclica.

El objetivo de esta investigación es la Internet como una alternativa de difusión del periodismo, el cual se basa en la definición de un medio alternativo de difusión: aquel medio que se encarga de transmitir mensajes noticiosos a través de una nueva forma de difusión acompañada de un lenguaje claro, coloquial y sin censura personal. Es un medio que tiene como prioridad informar dejando en segundo plano la comercialización, rompe con los protocolos y estándares de transmisión de la radio, la televisión y la prensa.

Dado que la Internet es un recurso interactivo dentro de la comunicación mundial, resulta interesante realizar la presente investigación, en donde se aborda la aceptación y apertura de los medios de comunicación hacia este mundo intangible, en donde las redes de información han establecido las bases para la creación de una comunidad total, en la cual individuos e instituciones públicas y privadas pueden comunicarse rápida y simultáneamente, aunque se encuentren en lugares muy distantes.

Los medios de comunicación y los periodistas no podían quedarse fuera de la vanguardia de las telecomunicaciones, ya que el periodismo exige conocer un poco de todo, estar informado y conocer oportunamente lo que acontece en la sociedad nacional e internacional, lo que implica una documentación constante.

Internet proporciona rapidez y rompe con la limitación geográfica, por esta razón las páginas electrónicas resultan un medio idóneo para difundir acontecimientos y trabajos periodísticos.

La presente investigación sintetiza la historia y el funcionamiento de la red y describe las páginas electrónicas de algunos medios de comunicación, así como el papel de la Internet en la labor periodística.

El contenido de la presente tesis está distribuido en cuatro capítulos: el primero de ellos abarca el origen e historia de la Internet, su incursión en México y los servicios que ofrece. El segundo se enfoca al funcionamiento y objetivos de los sitios *Web* de los medios de comunicación.

El capítulo tercero se dedica al periodismo digital u *online*, en donde se enumeran las empresas de la comunicación presentes en la WWW, se refleja los usos que le dan los periodistas a la información que se encuentra en la red, y la presencia del periodismo en la Internet y la prensa digital como un medio alternativo de difusión con tendencia a un medio de comunicación.

Y el último capítulo plasma la incursión de los medios de comunicación hacia la Internet, para tal efecto se tomaron a tres de ellos y una agencia informativa, tratando de cubrir a los medios electrónicos; radio y televisión, la prensa escrita y una agencia de noticias.

Los casos estudiados son los siguientes: Monitor, programa radiofónico de Infored. Notimex, agencia de noticias. El Universal, periódico de circulación diaria, y Televisa, cadena de producción televisiva.

Cada uno de los anteriores cuentan con uno o más sitios electrónicos. El criterio de selección de los mismos se rige principalmente por ser los medios pioneros en su rango, y por la evolución y actualización constante por la que han transcurrido.

Es importante señalar que los sitios de Internet son actualizados o modificados constantemente, hasta más de 15 cambios completos durante un día, por ello se especifica que los cuatro sitios consultados para realizar la descripción que requiere el cuarto capítulo fueron visitados durante los meses de agosto a octubre de 2000.

Con la investigación se pretenderá demostrar que las páginas electrónicas de Internet son espacios alternativos en la difusión del trabajo informativo del periodista, material que puede ser una fuente de consulta para los profesionistas o estudiantes de la comunicación.

CAPÍTULO 1

GÉNESIS DE INTERNET

- 1.1 ARPANET, El precedente de la red global
- 1.2 La comercialización de Internet
- 1.3 Internet en México, REDUNAM
- 1.4 Funcionamiento y conexión a la red mundial
- 1.5 Servicios de Internet
 - 1.5.1 Correo electrónico
 - 1.5.2 Hipertextos *World Wide Web*
 - 1.5.3 Servicios de noticias
 - 1.5.4 Otros servicios de Internet

GÉNESIS DE INTERNET

Internet es un sistema de redes que conecta a millones de usuarios de manera rápida y económica, si se consideran todos los servicios y ventajas que ofrece, tanto a individuos como a organizaciones y naciones, es interactivo y de gran alcance.

Este medio digital de difusión mundial tiene múltiples aplicaciones, es un mecanismo de propagación de información y herramienta de comunicación e interacción entre los usuarios y los servidores, sin importar la localización geográfica (1).

La red de redes es una infraestructura operacional, global y compleja, ejemplo de los resultados de los proyectos de las investigaciones que realiza la milicia, generando avances que benefician a toda la sociedad. La génesis de Internet se ubica durante la Guerra Fría, pues era el medio de comunicación entre los Estados Unidos e Inglaterra y otros países aliados de Europa en contra de Alemania.

La guerra destruía poblaciones, ejércitos, cuarteles, artillería y vías de comunicación (telefónica y mensajería) pero no a la red de ARPANET, ya que fue diseñada estratégicamente para estos ataques, al destruir una computadora quedaban otras en operación y los mensajes llegaban a su destino. Posteriormente evolucionó y no sólo benefició a la Defensa de los Estados Unidos sino también a la investigación científica y académica de todo el mundo.

El desarrollo de esa antigua red se convirtió en Internet, aceptada por todos los sectores que conforman a la sociedad mundial. En este primer capítulo se abarcará la historia, los interesantes y prácticos servicios de la red, principalmente aquellos en donde se difunde información: correo electrónico, páginas de hipertexto y servicios de noticias. Así como el funcionamiento y la conexión a la misma.

1) Leiner, Barry *et al.* *Historia de Internet*. <<http://www.ati.cs.DOCS/histint/histint1.html>>. Septiembre 1999.

1.1 ARPANET, EL PRECEDENTE DE LA RED GLOBAL

En 1969, durante la Guerra Fría, la Agencia de Proyectos Avanzados de Investigaciones (ARPA, *Advanced Research Projects Agency*) bajo las órdenes del Departamento de Defensa de los Estados Unidos creó una red confiable de computadoras de uso militar, ARPANET, cuyo fin era mantener la comunicación entre los países protegidos por Estados Unidos en la guerra.

Fue entonces cuando Frank Heart, Bolt Beranek y Newman diseñaron la mencionada ARPANET: una red con un sistema capaz de enviar la información dividida en bloques, lo cual permitía que los datos se movieran libremente por la red, sin importar el orden (2). Toda información llegaba a su destino, pues tenía rutas alternas de traslado que aseguraban su recepción, aunque parte de la red quedara fuera de servicio.

Esta red fue diseñada para la comunicación e investigación militar, la cual ya poseía algunas características técnicas de la Internet actual, como los *host* (servidores), *nodos* (computadoras centrales que concentran y distribuyen información de diferentes canales), ordenadores, procesadores, *interfaz*, entre otros (3), y sustituía a otra red que obedecía a un modelo centralizado e inseguro, pues en caso de guerra una sola bomba podría destruir toda su infraestructura.

Así también, la red telefónica tradicional; conocida técnicamente como conmutación de circuitos, era carente de resistencia y seguridad a los ataques militares, ya que al dañar alguna central de telefonía el resto de la telecomunicación quedaba fuera de servicio, además era lenta y de reparación costosa (4).

A finales de 1969 cuatro ordenadores, es decir servidores, fueron conectados conjuntamente a la ARPANET y comenzó la gestación de Internet. Con el paso de los años se siguieron conectando ordenadores a la red inicial y continuó el trabajo para completar un protocolo que unificara las redes. En 1970 el protocolo inicial fue el Protocolo de Control de Red (NCP, *Network Control Protocol*). A partir de este periodo, el tiempo era aprovechado por los expertos informáticos para desarrollar y comprobar aplicaciones y programas para estos sistemas (5).

En una red de arquitectura abierta, las redes individuales pueden ser diseñadas y desarrolladas separadamente, cada una puede tener su propia *interfaz*, que puede ofrecerse a los usuarios, así como a otros proveedores. "En 1972, ARPA adapta el programa *Interneting*; sistema de paquetería por radio, un protocolo seguro capaz de mantener la efectiva transmisión de datos frente a los problemas técnicos y ambientales de la radio (6)".

2) Carballar Falcón, José Antonio, *Internet. El mundo en sus manos*, p. 24.

3) Cerf, Vinton y Kahn Robert, *A protocol for packet network interconnection*, p. 28.

4) Carballar Falcón, *Op. cit.*, p. 24.

5) Tejada Galindo, Juan, *Introducción a Internet*. Apuntes inéditos, Mayo, 1999.

6) Leiner, Barry *et al.*, *Op. cit.*

En octubre de ese mismo año, “Robert Kahn organizó una demostración pública de ARPANET en la Conferencia Internacional de Cómputo, en donde presentó el antecedente de la nueva tecnología de red abierta. Fecha en que también fue introducida la primera aplicación en la red: el correo electrónico, posteriormente evolucionó el *software* de envío y recepción de mensajes (7)”. Desde entonces, este servicio se convirtió en el más usual de la red, durante más de dos décadas. El correo electrónico dio lugar a un nuevo modelo de comunicación entre las personas y modificó los esquemas del trabajo en equipo.

EL DESARROLLO DE INTERNET

La ARPANET original evolucionó hasta Internet, ésta última se basó en la idea de que habría múltiples redes independientes, de diseño casi arbitrario, empezando por la red pionera de conmutación de paquetes, pero que rápidamente incluyó redes de paquetes por satélite (*la Unión Soviética, URSS lanzó en 1957 el primer satélite artificial llamado Sputnik*) (8), por radio y otros tipos de red.

Conforme era aceptada Internet se propusieron otras aplicaciones; desde la comunicación verbal basada en paquetes para compartir recursos de una computadora personal, hasta los primeros “*programa-gusano*” que mostraban el concepto de agente y de virus. La red global IP fue diseñada para soportar una infraestructura general para concebir nuevas aplicaciones y servicios, como la creación del *World Wide Web* (9).



Imagen 1. Los satélites son los canales de las telecomunicaciones.

La unificación de protocolos fue el principio del desarrollo y crecimiento del concepto y la tecnología de Internet. Partiendo de las primeras redes, como ARPANET, la telecomunicación por radio-satélite, los grupos de investigadores, y el entorno experimental creció hasta incorporar cualquier red y una amplia comunidad de investigación.

7) Leiner, Barry *et al. Op. cit.*

8) Productos Interactivos. *Historia de Internet*. <<http://cntren.dgsc.unam.mx/Internet/historia/57.html>>. Enero 2000.

9) Leiner, Barry *et al. Op. cit.*

A medida que pasaba el tiempo, la propagación de los cambios en el *software* se convirtió en un reto constante, y ARPANET crecía en computadoras conectadas. Al inicio de 1980 aparecieron numerosas redes, aquello era un inmenso banco de datos en donde era complicado encontrar lo que se requería y existían demasiados formatos incompatibles.

En esa década, el desarrollo de las redes locales (*LAN*), computadoras personales (PC) y estaciones de trabajo permitieron que Internet creciera. El incremento del tamaño de este sistema resultó un reto, a medida que el número de redes en ella se multiplicaba, el diseño inicial no era ya capaz de expandirse, por lo que fue sustituido por un modelo jerárquico de enrutamiento, basado en el Protocolo Interno de Pasarela (IGP, *Interior Gateway Protocol*) (10).

En 1983, ARPANET fue usada por un número significativo de organizaciones operativas, de investigación y desarrollo en el área de la Defensa del país vecino. “La transición desde NCP a TCP/IP en ARPANET permitió su división en dos redes; una llamada MILNET cuyo fin era dar soporte a requisitos operativos y militares, la segunda denominada MINI ARPANET para las necesidades de investigación y universitarias. Con el paso del tiempo cada Universidad de los Estados Unidos creó sus propias redes, su desventaja fue la comunicación heterogénea (11)”.

Para 1985, Internet estaba firmemente establecida como una tecnología que ayudaba a una amplia comunidad de investigadores y empezaba a ser empleada por otros grupos en sus comunicaciones diarias entre ordenadores. La red está basada en dos protocolos estándar: el TCP (Transmisión del Protocolo de Control/*Transmission Control Protocol*) y el IP (Protocolo de Internet/*Internet Protocol*) ambos fueron instrumentados por Robert Kahn y Vinton Gray Cerf, a partir del trabajo de Leonard Kleinrock. Este conjunto de normas es la base de conexión de las páginas electrónicas del World Wide Web y el envío de archivos FTP (Protocolo de Transferencia de Archivos/*File Transfer Protocol*) (12).



Imagen 2. Vinton G. Cerf. El padre de Internet.

En 1990, ARPANET concluyó su labor, pues el TCP/IP había sustituido a la mayor parte de los protocolos restantes de las grandes redes de ordenadores y el Protocolo de Internet (IP) estaba en camino de convertirse en el servicio portador de la infraestructura global de información, hoy toda una realidad: Internet. La finalidad de esta red mundial de ordenadores es permitir el libre intercambio de información y recursos entre sus usuarios, independientemente de su localización geográfica (13).

10) Cerf, *et al.*, *Op. cit.*, p.30.

11) Tejada Galindo, Juan, Ingeniero en Informática, entrevista, 25 de mayo, 1999.

12) Ventura Medina, Najú, *Anatomía de Internet*, La Jornada, 24 de agosto de 1999, p. 1.

13) Carballar Falcón, *Op. cit.*, p.25.

Así se consolidó Internet, la red informática conocida mundialmente, que unificó lo que antes era un conjunto de pequeñas redes y lo más importante, introdujo las herramientas necesarias para su manejo creándose diferentes programas de acceso. En 1992 se fundó la Sociedad de Internet (ISOC, *Internet Society*) en Estados Unidos, organización no lucrativa encargada de coordinar la construcción de la red y sus aplicaciones tecnológicas (14). En nuestro país existe la Sociedad de Internet en México (ISOCMEX).

Este sistema en red originó que varias instituciones educativas, empresas públicas y privadas se conectaran a la extensa red de información, gozando de sus servicios e incrementando la producción de sus labores diarias, lo que propició la comercialización de la misma.

1.2 LA COMERCIALIZACIÓN DE INTERNET

Desde 1970 ya había antecedente del desarrollo de la red global y aproximadamente quince años después fue un hecho aunque con algunas carencias. En la década de los 90 la creación del protocolo estándar TCP/IP, propio de Internet, aunado a la recepción y envío de datos a distancia que proporciona la tecnología satelital y digital dio como resultado el desplazamiento de la red militarizada ARPANET (15).

La desaparición de ARPANET no fue totalitaria pues algunas personas y organizaciones estadounidenses la seguían empleando (lo mismo sucederá con la reciente versión de Internet 2 y las futuras redes informáticas, es probable que las sucesoras tengan una evolución similar a la actual, aunque con más ventajas y sofisticación, ya que cada vez es más común ver en un hogar una computadora con los requerimientos necesarios para conectarse). Por lo cual Internet no es una red única, sino una extensa red que reúne a otras de todos los rincones del mundo.

No cabe duda que el término técnico *protocolo* cristalizó a esta red informática, es decir la unificación de protocolos fue la llave para abrir el mercado de la red global, dado que ello fue la base para nuevas versiones de las aplicaciones de los servicios del sistema, logrando así ampliar sus dimensiones y llegar a más usuarios.

Una vez aceptada la red, la demanda de estar conectado aumentó con rapidez y pronto fue evidente que la red tendría otros fines que los pensados originalmente, y éstos dependerían de las necesidades de los nuevos usuarios. Para solucionar el problema de los distintos códigos se desarrollaron protocolos de comunicación que permitieron que las computadoras se comunicaran de forma clara a través de distintas redes interconectadas, creándose los protocolos TCP/IP (16).

14) Productos Interactivos. *Historia de Internet*. <<http://entren.dgsca.unam.mx/Internet/historia/57.html>>. Enero 2000.

15) Científicos y autores como Cerf Vinton, Kahn Robert, Carballar Falcón y Morales Eduardo, por citar algunos, consideran que el año de 1990 marcó el descenso de ARPANET debido que Internet tomó mayor prioridad en las actividades militares, universitarias y de investigación, así también se incrementaron los servicios y aplicaciones para esta última.

16) Tejada Galindo, *Op. cit.*

La evolución en los sistemas de redes e informáticos ha cambiado a la comunicación humana de una forma sorprendente; las computadoras actuales tienen una velocidad y capacidad de almacenamiento increíble. El conjuntar la tecnología telefónica e Internet da como resultado una excelente herramienta de información, comunicación y entretenimiento.

Los adelantos tecnológicos permiten recibir los correos electrónicos desde un celular o un radio *bip*, así como el introducirse al ciberespacio con el mismo aparato. Ahora la tecnología no sólo llega al usuario sino que éste también la trae consigo en el bolsillo, como la telefonía celular digital que ofrece la conexión a Internet y la recepción de televisión en el mismo aparato, el cual tiene un tamaño de 12 a 15 centímetros (no pesa más de 150 gramos), esta tecnología fue lanzada al mercado con el nombre comercial de "celular-tv".

1.3 INTERNET EN MÉXICO, REDUNAM

Para la Universidad Nacional Autónoma de México la década de los 50 marcó su crecimiento como institución en todas sus áreas. El cómputo es una de ellas; en 1958 instaló una máquina IBM 650 que se perfiló como la primera computadora en Latinoamérica. Cuatro años más tarde la demanda informática motivó a la Universidad a contar con una GAMMA-15 que poco después fue sustituida por una BULL-GAMMA-30 y ésta a su vez reemplazada por la BENDIX G-20 (17).

Posteriormente la UNAM realizó una serie de cambios en sus organismos, centros y equipos de cómputo, todos ellos actualizados. A partir de 1970 dicha institución ha trabajado en constantes proyectos internos de redes de comunicación a través de telefonía, datos e Internet, que posteriormente fueron servicios externos y hasta nacionales. En aquel tiempo se efectuaron las primeras conexiones de teletipos hacia una computadora central, a través de las líneas telefónicas (18).

REDUNAM surgió en 1987 cuando la institución educativa estableció la unión a la Red Académica de C o también conocida como BITNET (19), éste era un sistema educativo en red. La conexión era desde Ciudad Universitaria al Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y de ahí a la sede en la Universidad de San Antonio Texas, en los Estados Unidos (20).

17) Museo Virtual de Cómputo-UNAM. *Historia del cómputo en la UNAM*.

<<http://www.museovirtual.unam.mx/DGSCA/cronoDGSCA.htm>>. Septiembre 1999.

18) Productos Interactivos. *Historia de Internet*. <<http://centren.dgsc.unam.mx/Internet/Internet/histim60-70.html>>. Enero 2000.

19) Esta red fue creada en mayo de 1981 bajo el protocolo NJE (Entrada a la Red de Trabajo/*Network Job Entry*) ofrecía los servicios de correo electrónico y la transferencia de ficheros. BITNET era de acceso libre a la información y de fácil uso, interconectaba a la mayoría de las universidades norteamericanas.

20) Centro de Información de REDUNAM. *Historia de REDUNAM*. <<http://www.nic.unam.mx/redunam/historia.html>> Septiembre 1999.

Después, la Universidad adquirió una computadora IBM 4381, logrando mandar correos electrónicos y transferir archivos bajo el protocolo FTP y otros servicios de BITNET, dicha computadora fue la herramienta de enlace con Internet (21).

Así, el Instituto de Astronomía de la UNAM fue la llave de acceso a ese sistema. A finales de 1989, usando el satélite mexicano Morelos II, se logró el ingreso a la red de la Fundación Nacional de Ciencias de Estados Unidos (NSF) y "el primer enlace para conectar las redes de área local, entre el Instituto de Astronomía y la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA) (22)".

La DGSCA es un organismo universitario que comenzó a operar en 1985, su objetivo es fomentar la cultura informática y las telecomunicaciones, tanto en su comunidad estudiantil, docente y académica, como en la población externa (23).



Imagen 3. La DGSCA es el centro operacional de las telecomunicaciones e Internet de la UNAM.

Esta Dirección de Cómputo cuenta con tres centros de cómputo (Mascarones, Nuevo León y Coapa), ubicados en el Distrito Federal, y está ligada a dos foráneos: la Escuela Permanente de Extensión en San Antonio Texas (EPESA) y la Escuela de Extensión en Canadá, ambas tienen la finalidad de difundir enseñanza y cultura basándose en la tecnología computacional a través de la educación a distancia e intercambios académicos (24).

La EPESA fue inaugurada en 1944 por lo cual fue, por muchos años, el único centro en el extranjero de la UNAM, su intención era y es proporcionar conocimientos de la cultura, lengua y realidad de nuestro país a los estudiantes mexicanos residentes en Estados Unidos, así como a la comunidad en general. Además de los cursos que ofrece la escuela realiza proyectos interuniversitarios y otras actividades educativas relacionadas con el cómputo (25).

Más tarde, en 1995, la DGSCA incursionó en la implementación de los servicios de videoconferencias, como la conferencia del Dr. Mario Molina, Premio Nobel de Química 1995, entre otras enfocadas a la medicina, psicología y arquitectura, así también recorridos virtuales e intercambios académicos (26).

21) Prod. Interactivos. *Historia de Internet*. <<http://entren.dgscsa.unam.mx/Internet/Internet/histim87.html>>. Enero 2000.

22) *Ibidem*. <<http://entren.dgscsa.unam.mx/Internet/Internet/histim89.html>>. Enero 2000.

23) RV Cómputo. *Celebración de los 40 años de cómputo en México*, 1998, pp. 5-42.

24) Via Logos, *EPESA. 1944-1999*, pp. 26-27.

25) *Idem*.

26) Museo Virtual de Cómputo-UNAM. *Historia del cómputo en la UNAM*. <<http://www.museovirtual.unam.mx/DGSCA/cronoDGSCA.html>>. Septiembre 1999.

LA PRIMERA INSTITUCIÓN LATINOAMERICANA EN INTERNET

En 1990, la Universidad Nacional Autónoma de México fue la primera institución en toda América Latina en estar conectada a Internet brindando el servicio a los planteles y centros de investigación de la UNAM y amplió su servicio a instituciones públicas y privadas, enlazando a millones de usuarios de todo el mundo (27).

Un año más tarde, se pone en marcha el primer Laboratorio de Visualización en Latinoamérica, enlazado por topología FDDI (*Fiber Distributed Data Interface*) a la primera supercomputadora CRAY YMP/432 en México (28).

La operación de la Red Integral de Telecomunicaciones fue puesta en marcha en 1997 y permitió enviar tráfico de datos, voz y videoconferencias (29). Desde aquel entonces, hasta la actualidad, la UNAM ha sido el más grande y antiguo servidor nacional; el enlace entre el usuario y la red mundial.

REDUNAM es un ordenador de información disponible las 24 horas, todos los días del año, brinda asesoría y mantenimiento técnico a cualquier parte de la República Mexicana. "Los servicios que ofrece son correo electrónico, páginas WWW, Gopher, FTP, Archie y Telnet (30)".

Lo anterior incrementó y modificó la comunicación e infraestructura de la Máxima Casa de Estudios, pues adquirió una gran cantidad de computadoras todas ellas interconectadas en red de área local, más tarde dio servicio externo a instituciones y organismos públicos y privados.

Hasta 1998, la UNAM contaba aproximadamente con 30,000 computadoras personales y 2,000 estaciones de trabajo. La operación de la Red Integral de Telecomunicaciones dio su servicio de transferencia de voz, datos y video a 21,000 computadoras de la misma institución y 20,000 de otros organismos externos, contando con 1,514 kilómetros de fibra óptica. Por lo que a REDUNAM estaban conectadas 41,000 máquinas y le daba apoyo a 110,000 usuarios (31).

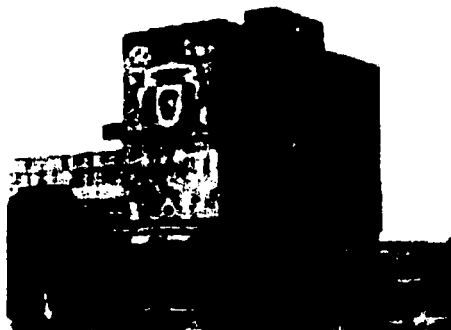


Imagen 4. La Biblioteca Central ofrece los servicios de Internet a la comunidad universitaria.

- 27) Centro de Información de REDUNAM. *Historia de REDUNAM*. <<http://www.nic.unam.mx/redunam/historia.html>>. Septiembre 1999.
- 28) Prod. Interactivos. *Historia de Internet*. <<http://entren.dgsc.unam.mx/Internet/Internet/histim91.html>>. Enero 2000.
- 29) Prod. Interactivos. *Historia de Internet*. <<http://entren.dgsc.unam.mx/Internet/Internet/histim97.html>>. Enero 2000.
- 30) Centro de Información de REDUNAM. *REDUNAM Servicios*. <<http://www.nic.unam.mx/redunam/servicios.html>>. Septiembre 1999.
- 31) *Memoria 1998. UNAM, Anuario, 1999*, p. 33.

Así también en ese año, entre los servicios que brindó la supercomputadora Cray YMP4/464 fue la distribución de 871 cuentas de correo de 495 usuarios de 29 dependencias de la UNAM y 24 externas, mientras que la Cray Origin 2000 contaba con 40 procesadores. Ambas supercomputadoras son resguardadas y administradas por la DGSCA (32).

1.4 FUNCIONAMIENTO Y CONEXIÓN A LA RED MUNDIAL

Los elementos que conforman una red son las computadoras remotas, los canales de comunicación, tales como cable coaxial, fibra óptica, línea telefónica y fax módem. Además de un *hardware* adecuado para llevar a cabo la unión usuario y red, esto es una *interfaz* de red, que comprende las tarjetas de video y sonido, *software*, los protocolos de comunicación y controladores como bocinas, reloj, impresora, *mouse* y escáner, entre otros accesorios de tipo digital (33). Son elementos regulados a nivel *Intranet*, es decir redes locales o internas.

Ningún país u organización es dueño de Internet, pero existen organismos en todos los países dedicados a regular el crecimiento de la red y la unificación de normas para su correcta operación. Algunos de ellos son: la mencionada Sociedad de Internet (ISOC) que reúne a varios grupos responsables de esta red, como el Consorcio de la Teleraña Mundial Abierta (W3C / *World Wide Web Consortium*) su función es regular los protocolos HTTP y especificar los criterios del lenguaje HTML y otros lenguajes de programación.

El Grupo de Ingeniería Dirigente de Internet (IESG, *Internet Engineering Steering Group*) supervisa el proceso de estandarización de las tecnologías propuestas por otros grupos. La Junta de Arquitectura de Internet (IAB, *Internet Architecture Board*) está integrada por la Fuerza Laboral de Ingeniería de Internet (IETE, *Internet Engineering Task Force*) encargada de resolver problemas técnicos inmediatos, y la Fuerza Laboral de Investigación de Internet (IRTF, *Internet Research Task Force*) que desarrolla estratégicamente la arquitectura de la red (34).

Además del Centro de Información de la Red Internet (INTERNIC, *Internet Network Information Center*), organización encargada de recabar los números o direcciones electrónicas de Internet, ello mundialmente, y a su vez cada país cuantifica los números IP (35).

El modelo operativo de la red mundial es *cliente-servidor*. Ambos tienen una dirección propia o identificación, lo que facilita el envío de un paquete de datos o mensajes (36).

32) *Ibidem*, pp. 953-960.

33) Tejada Galindo, *Loc cit.*

34) Ventura Medina, *Op. cit.*, p. 1.

35) Carballar Falcón, *Op. cit.*, p. 3.

36) Ferreyra, *Internet paso a paso: Hacia la autopista de la información*, pp. 12-28

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El cliente es el usuario o persona que solicita el servicio a una empresa o proveedor que disponga de una gran cantidad de información al alcance de todos los usuarios, para ello es necesaria una infraestructura que permita la conexión a la red, para servir pública y libremente sus servicios, la máquina o supercomputadora encargada de este proceso recibe el nombre de servidor (37).

Las normas que rigen a Internet "son establecidas por los organismos internacionales de normalización y son aplicados por los ordenadores de acuerdo con el protocolo que tenga instalado (38)". Un protocolo es un conjunto de normas que indica cómo deben actuar los ordenadores para comunicarse unos con otros y define desde para qué se va a usar cada hilo de un conector hasta el formato de los mensajes o datos.

Los protocolos de Internet son TCP/IP y se encargan de regular el flujo de datos de una máquina a otra, en pequeños paquetes de datos que viajan por distintas rutas pero su destino es el mismo, van uno detrás del otro sin importar el orden, ambos protocolos son los responsables de enrutar la información y armar el rompecabezas para que la recepción sea íntegra y ordenada (39).

Un ordenador multiusuario es conocido como *host*. Los ordenadores conectados a la red y que prestan algún servicio a otros usuarios se les llama *servidor*. Éste último comparte los recursos de Internet, es el intermediario entre el usuario y la red. Para lo cual el usuario requiere de un *módem* y *software* que le permita la conexión a la información (40).

Los servidores de instituciones educativas o empresas comerciales, reciben un nombre según su función o servicio principal: correo electrónico, grupos de noticias, servidores de *IRC-Chat* (conversaciones en tiempo real a través de Internet), servidores FTP para transferir archivos (desde los cuales es posible descargar programas y aplicaciones a la computadora del usuario) y servidores DNS que controlan las direcciones IP o nombres de dominio (41), los cuales son representaciones textuales de las direcciones electrónicas entre computadoras que evitan a los usuarios memorizar una serie de números.

La conexión a Internet se realiza principalmente mediante la red telefónica, pues es un proceso sencillo, flexible y barato. La mayoría de las empresas que permiten el acceso a la red es a través de la línea telefónica, por ello el usuario necesita tener instalado un *módem* en su computadora para obtener los servicios de la red (42).

37) Tejada Galindo, *Op. cit.*

38) Carballar Falcón, *Op. cit.*, p. 45.

39) López Martínez, Baltazar, *La caja negra de Internet*, La Jornada, 24 de agosto de 1999, p. 2.

40) Ferreira, *Op. cit.*, pp. 12-28.

41) López Martínez, *Op. cit.*, p. 2.

42) Carballar Falcón, *Op. cit.*, p. 11.

Las empresas que brindan la conexión a Internet son proveedores nacionales y regionales, la mayoría de ellas ofrecen los mismos beneficios y costos. Según un listado que publicó la revista Link: "La guía para navegar por Internet" (No. 44, enero de 2000), alrededor de 250 empresas proporcionan el servicio de Internet en México, de distribución nacional y regional. REDUNAM es un servidor nacional.

Los proveedores nacionales que refiere la revista citada son: AcNet, Compuserve, Infosel y Prodigy Internet. Y entre algunas regionales aparecen: PRONET, ChisNet, Infolink S.A. de C.V., PoderNet Chihuahua, Internet del Norte, Alphanet S.A. de C.V., Datanet S.A. de C.V., IBM Global Networks, Miditel S.A. de C.V., Networks México, StarNet, DSINet, Internet del Bajío S.A. de C.V., NETPAC, MegaRed, Giga-Com Michoacán, MicroWEB, Intersys México, Spersa Oaxaca S.A. de C.V., CyCom Mexico S.A. de C.V., Media Soft S.A. de C.V., Acceso Interactivo SC, Cybernet S.A. de C.V., Consorcio de Comunicaciones del Sureste, y Cía. Tipográfica Yucateca, por mencionar sólo algunos (43).

Actualmente algunos sitios electrónicos dan la opción de bajar un *software* al disco duro de la máquina del usuario para que navegue por la red sin costo de algún servidor o proveedor. Para febrero de 2000, existían más de cinco compañías que ofrecían este tipo de servicio, ellas son: *StarMedia Network*, *IstUp.com*, *Chase Capital Partners*, *Flatiron Partners*, *CMGI Inc*, *Terra.com* y *Tutopia.com*. Las cuatro primeras crearon "Gratis1" la primera página electrónica de Latinoamérica que ofrece un programa gratuito para tener acceso ilimitado de Internet sin tarifa de registro (44).

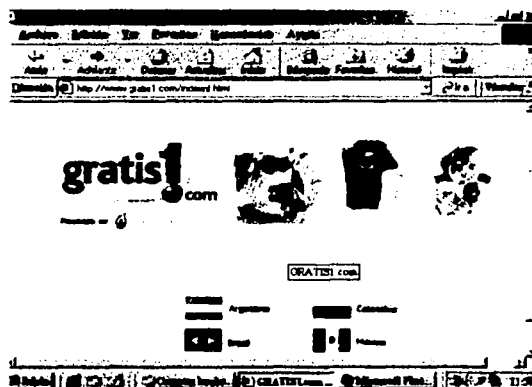


Imagen 5. Proveedores unidos por un servicio gratuito.

Por otro lado se puede acceder a este sistema informativo a través de un celular o bien recibir el correo electrónico en un radio localizador. Internet funciona por medio de la conmutación de paquetes, es decir son los datos que solicita o envía el usuario a otra computadora que son enviados por la red divididos en bloques o paquetes (de entre 1 a 1500 caracteres) lo que garantiza su recepción (45).

43) Link, *La guía para navegar por Internet*, enero de 2000, p. 37.

44) Becerra Pozas, J. Luis, *Proveen servicios de Internet gratuitos para toda LA*, El Universal, 21 de febrero de 1999, p. 14.

45) Carballar Falcón, *Op.cit.*, p. 44.

1.5 SERVICIOS DE INTERNET

Internet tiene aplicaciones, programas y servicios muy sencillos, es decir todas las personas e incluso los niños pueden manejar esta red sin tener amplios conocimientos en computación, sólo se requiere saber comandos y herramientas básicas para cualquier programa como abrir un programa, crear y abrir archivos, borrar un texto, cortar y pegar documentos, principalmente.

Las versiones de las aplicaciones y programas de Internet son modificados para brindarle al usuario beneficios físicos, un mejor aprovechamiento tanto del *software* como de su equipo de cómputo y agilizar el trabajo. La paquetería es modernizada cada vez con herramientas más simples y otras muy sofisticadas (sobre todo para programas gráficos) pero su uso y aplicaciones son muy similares.

Internet tiene un procedimiento mediante el cual, usando la red telefónica se pueden poner en contacto varios usuarios de la misma. Los procedimientos de esta red proporcionan el envío y recepción de información, siendo los propios usuarios quienes la generan a través de los distintos servicios virtuales, tales como el correo electrónico, transferencia de archivos y ficheros, acceso remoto a archivos de empresas e instituciones públicas y privadas, grupos de noticias, pláticas en vivo, etcétera. Este hecho hace que la red goce de un gran dinamismo y, por lo tanto, que evolucione continuamente (46).

Básicamente los servicios de la red global, al igual que los más concurridos son:

- 1) Correo electrónico o *e-mail*
- 2) Páginas electrónicas
- 3) Servicios de noticias

Y de esta terna se derivan otros como:

- * Introducción a archivos de organismos y instituciones
- * Pláticas en vivo o *chat*
- * Consulta de revistas
- * Transferencia de archivos
- * Comercio electrónico
- * Debates virtuales
- * Diversión y viajes virtuales.

46) *Ibidem*, p. 4.

1.5.1 EL CORREO ELECTRÓNICO

En 1972 se introdujo a esta red global la primera aplicación de correo electrónico desde entonces sigue siendo el servicio más atractivo y frecuente entre los usuarios. Este servicio es ágil, cómodo y versátil que tiene varios tipos de aplicaciones o programas: Eudora (uno de los programas más amigables y con gran demanda de aceptación), Telnet y Pine, ambos con base de comandos, entre otros.

Ray Tomlinson y Lawrence G. Roberts fueron dos de los investigadores que evolucionaron el *software* básico del correo electrónico, la aplicación mayor y usual de la red global, durante más de dos décadas (47).

El correo electrónico o *e-mail* es el servicio más solicitado de la red, incluso para muchas personas es la razón más importante para conectarse a Internet. Las páginas electrónicas son el gancho publicitario de las empresas que venden la conexión a la red.

Este servicio se caracteriza por ser rápido, económico, seguro (mientras no existan espías cibernautas) y universal porque llega a cualquier rincón del mundo. A través de esta aplicación se puede enviar mensajes digitalizados, así como archivos, imágenes (fotografías, dibujos y esquemas previamente escaneados), gráficos, hojas de cálculo e incluso programas.

Toda la información que transita por la red viaja en paquetes de datos y el correo electrónico funciona de la misma manera. Para hacer uso de este servicio se necesita algún *software* especial como el *Eudora*, *Outlook*, *Pegasus*, *Telnet* o *Pine*. Por otro lado existen páginas electrónicas que brindan el servicio gratuito, lo único que hay que hacer es solicitarlo, llenar una solicitud, proporcionar datos personales, un nombre de usuario y una clave o *password* y a vuelta de correo se recibe la aceptación.

Además de leer, seleccionar, programar, almacenar, reenviar y responder inmediatamente los mensajes, el correo electrónico beneficia y agiliza acciones, pero también existe la preocupación de la inseguridad en la red, con respecto a las transacciones que se realizan a través de la misma.

El modelo operativo del correo electrónico es: *emisor-receptor*, como una carta postal; el emisor es la persona que envía un mensaje al destinatario o receptor, este último recibe la información y le da seguimiento. El usuario receptor no necesita estar conectado para recibir sus mensajes puesto que cada cuenta de correo cuenta con un buzón en donde se almacenan los mismos.

47) Leiner, Barry *et al.* *Op. cit.*

Algunos de los elementos que integran una dirección de correo electrónico son:

nombre@proveedor o sitio web.organización.país

El nombre lo elige el usuario y debe de ser único, puede ser su nombre, razón social, letras y/o números. La @ (arroba) es un carácter que separa el nombre del usuario del servidor. El proveedor es la empresa que proporciona el servicio o bien es el sitio *Web* en donde el usuario solicita el *e-mail* gratuito. Los puntos son separadores de los elementos de una dirección tanto de correo electrónico como de páginas *Web* y otros servicios. El tipo de organización puede ser *com* (comercial) o *net* (correo electrónico) y el código del país donde se solicita el servicio, son sólo dos letras del mismo, como *mx* (México), *fr* (Francia) o *es* (España), algunos dominios electrónicos omiten el último elemento (48). Dos ejemplos de direcciones electrónicas son: *hathor@dsi.com.mx* o *pepes_mtz@umbral.net*

1.5.2 HIPERTEXTOS WORLD WIDE WEB

En 1989, Tim Berners-Lee, ingeniero británico del CERN (*Laboratorio Europeo de Física de Partículas*), creó la red electrónica de información mejor conocida como World Wide Web, basándose en el lenguaje de programación HTML, soporte general del *Web*.

Al principio las páginas sólo presentaban texto, eran documentos sin animación, pero su rápida evolución junto con la tecnología hizo posible que en 1994 estos sitios se caracterizaran por la integración de texto, imágenes y multimedia (49).

El lenguaje característico de las páginas de hipertexto es el HTML (*Lenguaje de Enlaces Hipertexto/Hypertext Markup Language*), creado por Ted Nelson, que consiste en comandos que informan al navegador de la presentación de los recursos de Internet. Toda la información que proporciona la red es transmitida en bloques o paquetes de datos que siempre llegan al destinatario (50).

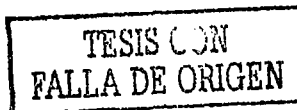
La *Web* funciona bajo el modelo *cliente-servidor*, el cliente es el usuario que se conecta a través de un navegador como Netscape o Internet Explorer (este último apareció en 1995), se ejecuta en su computadora y el servidor proporciona el acceso a la red, se encarga de enrutar y enviar la información al navegador y mostrarla en la pantalla (51).

48) Morales Sánchez, Eduardo, *Internet. Guía práctica*, p. 37.

49) *Ibidem*, p.14.

50) Gralla, Preston, *Cómo funciona Internet*, p. 73.

51) Wyatt, Allen L. *La magia de Internet*, p. 51.



El protocolo IP es el encargado de las direcciones en Internet, el formato es el siguiente:

URL/protocolo://computadora.nombre.tipo.país/directorio/subdirectorio.archivo.extensión
Cada sitio tiene una dirección *URL* (Localizador Universal de Recursos) que son precedidas por el protocolo. Los principales *protocolos* son *http*, *ftp*, *gopher* (sistema de menús), grupos de noticias, *mailto* y *telnet* (correo electrónico). La *computadora* es el nombre del servidor. El *nombre* es el correspondiente de la empresa, institución u organización. Los *tipos* de sitios son comerciales (*com*), educativos (*edu*), gubernamentales (*gob*), y de organizaciones no lucrativas (*org*), además de los nuevos tipos: telecomunicaciones (*tel*), noticias (*news*) y comercio (*shop*) que entrarán en vigor a fin del año 2000 (52). El *país* se codifica con dos letras: *mx* (México), *fr* (Francia), *it* (Italia), *es* (España) y si no se especifica se refiere a los Estados Unidos. Los *directorios*, *subdirectorios* y *archivos* son específicos. Mientras que las *extensiones* más comunes son *html* o *htm* (53). Un ejemplo de una dirección electrónica que reúne los puntos del esquema anterior es: *http://www.unam.com.mx.posgrado.derecho/penal.html*

Lo atractivo de Internet son "las páginas iniciales, portales o *home* que incorporan texto, gráficos, sonido, animación y otros recursos propios de la red global, como las ligas, enlaces o *links* que son un acceso de entrada para llegar a otras páginas, para lograrlo sólo hay que hacer un *click* con el ratón sobre el vínculo" (54) por lo anterior a estos sitios se les conoce o denomina como hipertextos.

El gran éxito y aceptación de este mundo virtual es inmenso, pues ha tenido un crecimiento constante, dado que en 1993 sólo incrementó de 50 a 500 servidores de información, un año después se contabilizaban por miles y para 1999 se calculaba que existían más de 5 millones de páginas *Web* (55).



Imagen 6. Las computadoras son una herramienta en toda actividad.

El incremento de las páginas electrónicas de la enorme biblioteca virtual de la *World Wide Web* se ha convertido en un verdadero mundo de información, una telaraña que en sus nudos centra la atención de los cibernautas, logrando con ello un mayor número de usuarios, quienes una vez que usan esta red desean volver a hacerlo.

52) El 17 de julio, el diario *El Economista* publicó en la sección de *Computación* (pág. 6) la aprobación de la Coordinación Privada (supervisa los cambios en Internet) para el uso de los nuevos puntos que acompañan a las páginas electrónicas de la década de los 80 y las actuales, mismos que serán empleados a finales del año 2000, fecha sin especificar.

53) Link, *La guía para navegar por Internet*, septiembre de 1999, p. 8.

54) Gralla, *Op. cit.*, p. 73.

55) Tejada Galindo, *Op. cit.*

Los hipertextos de Internet son caracterizados por su trascendencia, actualización y libertad de expresión. Con respecto a esta última característica, desde los orígenes de la red fue diseñada insegura, puesto que no se creó para llegar a millones de usuarios de todo el mundo y sobre todo nunca se previó que alcanzara los resultados que tiene hoy en día, y tampoco se pensó en una legislación o regularización jurídica.

Aunque con el transcurso del tiempo y el uso de la red ya se puede hablar de castigos para personas que violen la libertad de expresión en Internet o para aquellos delincuentes cibernéticos. Resulta un poco difícil establecer una legislación jurídica para una sociedad virtual, sin embargo se puede aplicar la ley sobre la misma, en casos como pornografía infantil, robos intelectuales, alteración o difamación a terceros, entre otros, actualmente la red está rodeada por ladrones y espías cibernéticos que son en algunos casos difíciles de detectar.

1.5.3 SERVICIOS DE NOTICIAS

En 1979, Jim Ellis, Tom Truscott y Steve Bellovin, estudiantes de las Universidades de Carolina del Norte y de Duke, en Estados Unidos, pusieron en marcha un sistema basado en el protocolo UCP (*UNIX o UNIX Copy*) con la finalidad de intercambiarse mensajes entre dos servidores por medio de la telefonía.

El funcionamiento era entre las universidades mencionadas en donde los usuarios del sistema escribían sus artículos, opiniones, anuncios e información en general en el ordenador de su universidad, creándose una copia de esos mensajes en el ordenador de la otra institución. La información estaba clasificada por tema para facilitarle al usuario la lectura de las noticias según el tema de su interés (56).

La primera red de noticias fue USENET (Red de Usuarios/*Users Network*) y al servicio se le llamó *USENET News* (Noticias de USENET) o *NET News*, es decir Noticias de la Red. USENET fue desarrollada por UNIX bajo el protocolo UUCP, sin conexión a Internet. Conforme incrementaban los usuarios de esta red se creó en 1986, el Protocolo de Transferencia de Noticias de la Red (NNTP, *Network News Transfer Protocol*) estándar que permitió la entrada y distribución a Internet.

Para 1995 la Red de Noticias ya contaba con más de 5000 grupos de discusión distribuidos mediante el NNTP con la participación de alrededor de 2500 usuarios en todo el mundo (57).

56) Carballar Falcón, *Op. cit.*, p. 146.

57) *Ibidem*, p. 147.

El funcionamiento de este servicio de noticias no ha variado desde su creación, pues los intercambios informativos se dan en los grupos de noticias o emplazamientos, los cuales son agrupados por temas particulares. La información que entra y sale de USENET es escrita por sus usuarios. Los emplazamientos cuentan con un administrador de noticias quien supervisa el buen funcionamiento de su grupo de noticias. Todos ellos conectados entre sí, pues constantemente realizan intercambios de artículos y noticias, la llamada alineación de noticias (58).

Para hacer uso de este servicio de noticias es necesario un *software* especial, conocido como "lector de noticias o *newreade*". Este programa une al usuario con el servidor de noticias, llamado en inglés, *news server*. Los lectores más populares son: *nn*, *rn*, *tin* y *trn*, en sistemas UNIX, los cuatro funcionan mediante comandos, por ello son complejos (59).

La identificación de cada grupo de noticias de USENET depende de un nombre, éste se divide en dos categorías: la principal y la alternativa. La primera se encuentra en todos los servidores cuyos nombres son: *comp* (temas relacionados con la computación e informática), *misc* (temas diversos), *news* (noticias de la USENET), *rec* (entretenimiento y arte), *sci* (ciencia e investigación), *soc* (social y cultura), *talk* (debates de temas controvertidos). Y la segunda categoría es opcional, pues es creada por cualquier persona. A su vez cada categoría cuenta con subcategorías (60).

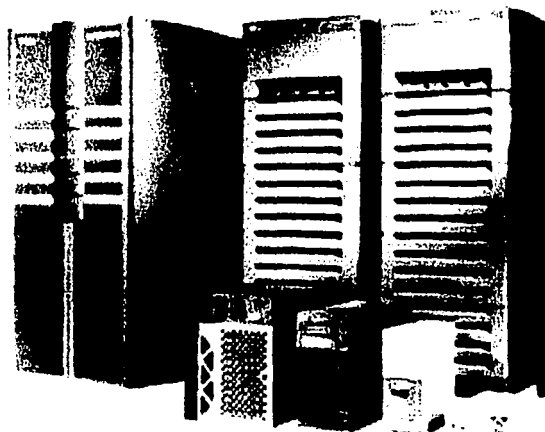


Imagen 7. Los servidores son los organizadores de la red.

Existen grupos de noticias asistidas por un moderador. Este último recibe los artículos de los usuarios y mediante la lectura del mismo determina si es de interés para el grupo y se añade a la lista de noticias. El formato de los artículos de este servicio de Internet debe de tener una cabecera, en donde se especifican los siguientes datos: fecha, tipo de distribución (mundial o específica), sugerir fecha de expiración, comentarios, total de líneas, tema, ruta, referencia, remitente, grupo de noticia, resumen y firma. Al igual que el correo electrónico este servicio también cuenta con una lista de artículos (61).

58) Gralla, *Op. cit.*, pp. 56-57.

59) Carballar Falcón, *Op. cit.*, p. 149.

60) Gralla, *Op. cit.*, p. 55.

61) Wyatt, *Op. cit.*, p. 82.

USENET es un foro de discusión electrónico y espacio de publicación de escritos. Esta red reúne infinidad de temas, todos ellos debidamente jerarquizados (63). A pesar de que este servicio ofrece información de todo el mundo, es poco conocido y usado por los cibernautas debido que para su empleo se necesita un *software* especial basado en diversos comandos. Es decir, estos grupos de noticias no son tan concurridos por los usuarios puesto que su empleo no es tan sencillo como el abrir una página electrónica o mandar un *e-mail*.

1.5.4 OTROS SERVICIOS DE INTERNET

Además de los servicios ya mencionados de Internet, también cuenta con los siguientes, aunque no son muy frecuentes por los usuarios ya que la mayoría de ellos requieren de TELNET para su funcionamiento, es decir una aplicación que permite el enlace a una computadora remota para ejecutar programas y recursos disponibles. A continuación se mencionan cuatro recursos de la red que sobre todo son buscadores de información:

1) Archie

Es un servidor que busca información en Internet, se trata de una base de datos de acceso público que permite localizar un fichero determinado dentro de servidores FTP. Este servicio mantiene un índice actualizado de ficheros que existen en la red, para hacer uso de él se requiere del programa Telnet instalado en la computadora en uso (63).

2) Gophers

Son un recurso de Internet que organiza información y archivos jerárquicamente, los gophers pueden organizar muchos tipos de información además puede conectar un gran número de recursos de la red como búsquedas de bases de datos de Wais y *Logins* de computadoras remotos por medio de Telnet.

Gopher es el resultado de un proyecto de programadores dirigidos por Mark P. McCahill en la Universidad de Minnesota, en los Estados Unidos; tras la necesidad de un acceso cómodo a los recursos de este gran sistema de redes. Funcionan bajo el orden cliente-servidor. Debido a la clasificación general de temas puede resultar ineficaz en la búsqueda específica de un título delineado (64).

62) Gralla, *Op. cit.*, pp. 58-59.

63) Tejada Galindo, *Op. cit.*

64) Gralla, *Op. cit.*, pp. 79-81.

3) Veronica

En 1992 Steven Foster y Ferd Barrie crearon la primera aplicación de *Veronica*, también herramienta para buscar información, es una proliferación consecutiva de Gopher, tanto *Veronica* como Gopher no son servidores, sólo recursos de Internet. Este servicio accesa a los servidores pertenecientes de Gopher y obtienen copia de sus bases de datos (65).

4) Wais

Los Servidores de Información de Área Extensa o *Wide Area Information Services* son una herramienta cliente que permite hacer búsquedas en bases de datos de los servidores propios de *Wais*, se puede realizar también a través de Telnet. Como un buscador común se tiene que introducir la palabra clave para que despliegue una lista con los resultados encontrados (66).

Lo anterior es un panorama general de la trayectoria, el funcionamiento y algunos servicios de Internet. Con respecto a los recursos de este sistema se dio mayor énfasis a las páginas electrónicas, el correo electrónico, los servicios de noticias y los servidores buscadores de información en bases de datos, puesto que el presente estudio de investigación está enfocado a los servicios pioneros y más usuales de la red.

Las pláticas en vivo o *chat*, las videoconferencias, los cursos asistidos por computadora, y el comercio electrónico son otros servicios que comenzaron a tener mayor aceptación y difusión a finales de 1990, gracias a los cuales se ha logrado beneficiar a la sociedad global con nuevas opciones de enseñanza e información. Aquí se proporcionan datos referenciales sobre estos recursos, mencionarlos a profundidad darían origen a otro tema de investigación.

65) Tejada Galindo. *Op. cit.*

66) Carballar Falcón. *Op. cit.*, pp. 226 - 229.

FUENTES DE LAS IMÁGENES:

- 1) Tomada de Historia de los Satélites. <<http://www.geocities.com/Area51/zone/9483>>. Marzo 2000.
- 2) Tomada de UIB. "Vinton Cerf Doctor Honoris causa por la UIB". <<http://www.ubi.es/seccl/honoris/vcerf/html>>. Marzo 2000.
- 3) Tomada del Centro de Investigación de REDUNAM. <<http://www.nic.unam.mx/redunam/historia.html>>. Abril 2000.
- 4) Tomada del sitio de la UNAM. <<http://www.unam.mx>>. Abril 2000.
- 5) Tomada de Gratis1. <<http://www.gratis1.com.mx>>. Mayo 2000.
- 6) Tomada de Productos de ACER. <<http://www.acer.com.mx/productos.htm>>. Abril 2000.
- 7) Tomada de SUN Microsystems. <<http://www.sun.com/servers>>. Abril 2000.

CAPÍTULO

2

LAS PÁGINAS ELECTRÓNICAS DE LA *WORLD WIDE WEB*

- 2.1 Internet como fuente informativa
- 2.2 El boletín electrónico en México
- 2.3 Los intereses de los sitios electrónicos de Internet
- 2.4 La publicidad en línea de los medios de comunicación

LAS PÁGINAS ELECTRÓNICAS DE LA WORLD WIDE WEB

Este mundo de información fue creado por Tim Berners-Lee, en 1989, bajo el Lenguaje HTML (Lenguaje de Enlaces Hipertexto/*Hypertext Markup Language*). La ingeniería de la programación ha estado presente desde los orígenes de la Internet, ejemplo de ello son los protocolos y los lenguajes de programación.

Posteriormente comenzó a evolucionar esta pista de información creando nuevas aplicaciones y programas que permiten una mayor interacción entre el mundo robótico, servidores y los usuarios, creando una nueva generación de sociedades.

Los hipertextos WWW no sólo son atractivos por su información, sino también por los servicios que ofrecen, tales como el correo gratuito, pláticas en vivo o *chat*, compras, contratación de algún servicio, mensajería, búsqueda de información específica y entretenimiento.

Con ello se fomentó la comercialización de este servicio y su proliferación en instituciones, organismos y hogares. En sus inicios era caro y no se aprovechaban óptimamente todos los recursos, después fue accesible para el bolsillo de muchas personas, pues se pagan rentas muy cómodas y también algunos sitios lo ofrecen de manera gratuita.

Lo anterior ha tenido gran aceptación entre el público en general que se refleja en las visitas diarias de miles de usuarios de todo el mundo en cada sitio *Web*, por más sencillo que sea, por lo cual es un recurso de difusión aprovechado por varios sectores empresariales y personas físicas.

Estos sitios integran enseñanza, cultura, entretenimiento y comercio. Este segundo capítulo se enfocará al contenido e intensiones que transitan por las redes de Internet, desde el punto de vista periodístico y también se abordará el antecedente de las páginas electrónicas: los *BBS* o boletines electrónicos.

2.1 INTERNET COMO FUENTE INFORMATIVA

Este mundo de información, reúne temas relacionados con todas las áreas como: ciencias naturales, biológicas, matemáticas, administrativas, sociales, historia, políticas, química, física, ingeniería, literatura, arte, música, idiomas, esoterismo, metafísica, moda, ocio, humor, cocina, deportes, profesiones y todo tipo de educación e información; cada *navegador* proporciona un catálogo de infinitos contenidos.

Pero no todo el contenido es actual o reciente, ya que algunos sitios hacen presencia sin ser actualizados, mientras que en otros es notable su constante cambio y preocupación por sus contenidos, ejemplo de ello son los espacios *Web* de los medios de comunicación pues como tales deben de ser oportunos, inmediatos y objetivos.

Las necesidades de información son perdurables y lo que es importante en la creación de los sitios electrónicos de las empresas de comunicación es el inducir a los usuarios a la lectura de notas sintetizadas, de forma selecta.

Los jóvenes son los que se inclinan con mayor facilidad por el uso de las computadoras y con ello hacia la Internet, pues es una forma cómoda y económica para consultar información periodística que ofrece un amplio contenido de escritos, desde las notas de medios y reporteros conocidos así como los periodistas.

Nos encontramos con un número creciente de avances tecnológicos y electrónicos. El desarrollo de los sistemas multimedia y las computadoras pueden ampliar su capacidad al público en general para que éste sin salir de su hogar u oficina tenga acceso inmediato a la información, referente a una variedad de temas que van desde artículos científicos de difusión restringida hasta los precios de las acciones en la bolsa de valores o bien, realice alguna compra o contrate un servicio.

Los medios de comunicación han experimentado diferentes innovaciones; el color, los transistores, la frecuencia modulada, las unidades móviles, las microondas, los radiotelefonos, los circuitos integrados, las telecomunicaciones, accesorios y otros recursos (1), ahora la integración a la Internet. La red global da la oportunidad de conectarse a la página de algún medio y escuchar, ver o leer su contenido, no sólo los nacionales sino también de otros países, todo ello a través de una llamada local.

Este sistema de redes es un mundo de información en donde los periodistas con ética confirman o amplían su información, sólo como fuente de consulta y si anexan parte de la misma en su nota la dan el debido crédito al autor. Para otro tipo de comunicadores es un lugar para cazar noticias, para después cambiarle la cabeza y la entrada de la nota, ponerle su firma y apoderarse de ella.

1) Bacna Paz, Guillermina, *Géneros Periodísticos*, p. 22.

La función principal de Internet es informar sobre cualquier tema. Por ello es una herramienta de gran utilidad en la actitud autodidacta y de investigación de millones de personas. Su crecimiento espontáneo a lo largo y ancho de la red trajo beneficios a muchas disciplinas y actividades, ya que es una herramienta de apoyo en la investigación, enseñanza, transmisión de datos, comercio y otro tipo de información libre.

Internet es una fuente informativa en donde abunda información seria y confiable, pero también existen sitios y páginas que presentan documentos y "noticias" sin conocer las bases del periodismo. Este medio permite navegar para enriquecer la información y buscar imágenes. Algunos periodistas usan la red para confirmar algún dato, ampliar conocimientos, como medio de comunicación y como entretenimiento.

"Concretamente, Internet sirve para leer noticias, adquirir productos, enviar y recibir mensajes, consultar bases de datos y contactar con personas de todo el mundo en tiempo real y de forma interactiva, para discutir sobre temas de interés.

Los principales programas acostumbran ser suministrados por la empresa proveedora de acceso, aunque éstos se pueden conseguir en la red de forma gratuita, accediendo a servidores que permiten copiarlos, la mayoría de ellos instituciones de investigación (2)". Se prevé que en unos años más, algunos de los servicios de Internet serán gratuitos.

Las tecnologías que tienen mayor impacto en la modernización de la educación e información han surgido en los últimos 100 años: el teléfono, la televisión, la computación y las redes de cómputo, entre otros, unificando las telecomunicaciones con la industria, ampliando así las sociedades beneficiadas en la recepción de conocimientos y mensajes (3).



Imagen 1. La tecnología electrónica agiliza y facilita la comunicación y otras actividades.

2) ICNET. *Internet*. <<http://www.icnet.es/esp/areamiembro/cursoint/cint/redinter.htm>>. Marzo 2000.

3) RV Cómputo, *Celebración de los 40 años de cómputo en México*, 1998, p. 122.

2.2 EL BOLETIN ELECTRÓNICO EN MÉXICO

Antes de Internet existieron los llamados *BBS* (*Boletin Board System*: Sistema de Boletín Electrónico). El primer BBS público en México se llamó MicroTel creado por Kobert y Javier Matuk, este sistema conectó su único módem en 1987, su servidor se encontraba por el rumbo de Polanco, de la Ciudad de México. Un año después fue inaugurado brindando sus servicios las 24 horas del día. Para 1990 ya contaba con 600 usuarios registrados, aproximadamente (4).

MicroTel impuso una serie de estándares que prevalecieron en su tiempo, era un sistema programado con normas conservadoras pues no permitía apodos, ni palabras altisonantes, a cambio ofrecía interesantes temas de discusión, espacio cultural, tianguis, entretenimiento y en la parte de software disponible para bajar al disco duro de la computadora del usuario (5).

A mediados de 1989 surge el segundo BBS público, conocido con el nombre de ServiNert, instalado por el Doctor Jorge Bistení, el cual dejó de funcionar en poco tiempo para transformarse en un centro de información que llegó a integrar a otros 14 Boletines Electrónicos de distintos estados: UniTel, Puebla; CompuTel y TecoTel, Guadalajara; UniRegio, Monterrey; BajíoNet y PCNet, León; JaiboTel, Tampico; UmanNet, Reynosa; y los pertenecientes al Distrito Federal, ServiNet, CompuCom, ChapulNet, RadioNet, La Máquina del Tiempo y FimpesTel. De los cuales la mayoría de ellos han desaparecido (6).

Estos dos sistemas MicroTel y ServiNert se conectaron formando la red COSMOS, por medio de la cual los operadores se ponían de acuerdo y compartían algunos de los tableros de mensajes para que los usuarios de ambos sistemas pudieran leer los mismos textos sin importar dónde fueron escritos, ambas redes eran de la familia SPIN (7).

La red COSMOS llegó a tener gran presencia sobre todo en las universidades privadas del país, ya que sus promotores formaban parte de la Federación de Educación Superior (FIMPES). Estos sistemas eran gratuitos aunque los usuarios podían aportar voluntariamente alguna donación (8).

4) Tritón, *Caricaturista*, entrevista, 12 de junio, 2000.

5) Matuk, Javier. *Historia de los boletines electrónicos en México*, RV Cómputo, p. 144.

6) Tritón, *Loc. cit.*

7) Matuk, Javier, *Op. cit.*, p. 143.

8) *Ibidem* p. 144.

Luego surgió la versión comercial, donde se cobraba por el servicio pero contaba con más líneas telefónicas. Hasta la fecha continúa en uso el Sistema Profesional de Información (SPIN), su dirección electrónica es <www.spin.com.mx> Este sistema surgió en 1990, fue promotor y generador de usuarios al por mayor. Fue el primero en utilizar propaganda impresa en medios de comunicación, además incrementó el número de líneas disponibles (9). También Computron es otro BBS que sigue funcionando en la capital, aunque con poco nivel de acceso (10).

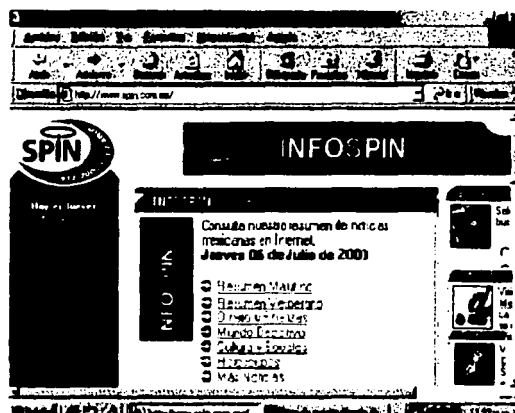


Imagen 2. SPIN fue uno de los pioneros de los Boletines Electrónicos y otros servicios en línea.

SPIN fue el primer generador de muchos de los actuales proveedores del servicio de Internet, también instaló decenas de otros BBS en todo el país, ofreció una colección de programas *shareware* en un disco compacto. También ofreció el servicio de correo electrónico desde 1993, y las pláticas en tiempo real a través de la red, conocidas como “Simulador de CB”, incrementando así el número de usuarios de este sistema. Los BBS fueron una versión primaria de las aplicaciones de Internet, en donde se lograban realizar tres servicios básicos de la red global como el correo electrónico, búsqueda de información y las pláticas en tiempo real.

Los primeros BBS surgieron en los Estados Unidos, por lo que implicaba el realizar llamadas de larga distancia, por lo tanto era un servicio muy costoso, posteriormente llegó el módem. En 1985 las computadoras personales comenzaron a tener gran aceptación en el ambiente académico, así como en algunos hogares mexicanos (11).

En México existieron varios boletines electrónicos de aficionados que operaban durante unas horas entre semana. Estos sistemas generalmente eran cerrados, sólo podían entrar los que se conocían y hablaban normalmente de una sola marca de computadoras. Las últimas generaciones de BBS fueron los denominados Coyoacan BBS, Laberinto BBS, Anime BBS, Infonet, Computron BBS, Amiga BBS, Taz BBS, Telemática Especializada, Red UNAM, los cuales además de los servicios ya mencionados ofrecían juegos de rol, ajedrez, tetris, y *chat's* otorgando la posibilidad de platicar hasta con cinco usuarios (12).

9) Matuk, Javier, *Historia de los boletines electrónicos en México*, RV Cómputo, p. 144.

10) Tritón, *Loc. cit.*

11) Matuk, Javier, *Op. cit.*, p. 143.

12) Tritón, *Loc. cit.*

“Un BBS es una computadora que tienen un software especial el cual permite que otras computadoras se conecten a ellas a través de un módem o por red, logrando así leer, consultar e interactuar con la información que se encuentra dentro de ella. Existen en el mundo BBS'S muy grandes como lo son *Compuserve, Prodigy, Genie y America Online*. Los usuarios pueden comunicarse entre ellos, jugar o realizar investigaciones (13)”. Su funcionamiento era local con el enlace de otras redes de las cuales se podían obtener e intercambiar mensajes con otros sistemas nacionales e internacionales. Todos estos sistemas desaparecieron con la llegada de Internet (14).



Imagen 3. America Online es un boletín electrónico de distribución mundial.

Los usuarios que se conectaban eran de todas las edades, clase social e intereses particulares, para 1994 la gran mayoría de ellos fueron estudiantes universitarios, académicos, operadores de otras redes, programadores en busca de información, programas y usuarios que intercambiaban material y documentos en línea. La mayoría de los BBS eran gratuitos, disponibles diariamente las 24 horas, a través de ellos se podía acceder a archivos en las áreas de cada Boletín con software libre y utilería para las PC'S, también permitían intercambiar mensajes con otros usuarios.

Estas redes informativas en sus inicios constaron de tres secciones básicas: mensajes públicos, mensajes privados y biblioteca de archivos. En las dos categorías de mensajes su objetivo principal era intercambiar información con otros usuarios o con las instituciones que los operaban. Los mensajes públicos eran subdivididos en *áreas de discusión*, por lo cual era fácil inscribirse para recibir y leer mensajes sobre tópicos especializados.

Los boletines electrónicos en nuestro país eran redes de noticias en donde los usuarios proponían temas de interés al Operador del Sistema o *SysOp*, estos últimos eran también *moderadores* se encargaban de verificar y poner a la disposición de los usuarios recursos de las *bibliotecas o librerías*, las cuales como en los Servicios de Noticias o USENET la información era clasificada por tema y ordenada por área, además contaba con motores de búsqueda por palabra (15).

13) Tejada Galindo, Juan Ramón, Ingeniero en informática, entrevista, 15 de junio, 2000.

14) Tritón, *Loc. cit.*

15) *Idem.*

Los boletines electrónicos fueron un antecedente de Internet, en México, ello en cuanto al constante contenido y servicios. Hoy en día, las páginas electrónicas son aprovechadas por los periodistas *online* para difundir información de todo tipo, éstos emplean otros servicios de la red para agilizar sus actividades. En el siguiente capítulo se tratarán aspectos del periodismo digital o en línea.

2.3 LOS INTERESES DE LOS SITIOS ELECTRÓNICOS DE INTERNET

La década de los 90 marcó el ascenso y crecimiento de la red, después de ser una red amorfa, es regida por protocolos y lenguajes de programación estandarizados. La tecnología y los fines de Internet son los mismos aquí y en cualquier parte del mundo.

Internet es medio de difusión que amplía las posibilidades de acceso a la información, servicios educativos, de entretenimiento y comerciales (16). Es un medio de comunicación, sin llegar a ser una empresa de comunicación de masas, sino un recurso tecnológico que permite tal proceso, permite la retroalimentación entre los usuarios, sin restricciones de tiempo y espacio.

Al dispararse el crecimiento de los sitios del *World Wide Web* es difícil controlar la información de los mismos, en algunos existe excelente contenido a favor de la sociedad deseosa de enseñanza. Sin embargo, otros atacan la moral y la estabilidad de la comunidad como la pornografía, la difamación, los robos intelectuales y de cuentas bancarias, entre otros, por lo tanto es un medio con diversos temas e intereses.

Son increíbles las dimensiones de este sistema, pues hoy en día cada institución educativa, empresa y organización cuentan con una página electrónica y ésta a su vez con diversas ligas o enlaces, lo que origina un verdadero hipertexto. También existen personas físicas que diseñan su propio sitio en donde difunden información profesional o bien temas de interés, por lo tanto es un medio libre.

Internet es la evidencia más poderosa de que la transformación tecnológica que nos acompaña en la actualidad en nuestras actividades cotidianas y laborales, tiene diversas características como la sustitución creciente del trabajo físico por el trabajo mental o intelectual.

Tal es el caso que algunos periodistas o reporteros se presentan esporádicamente en las instalaciones del medio para el que labora, o bien envían su trabajo a través del correo electrónico o los buzones de las páginas electrónicas, ya que es más económico que enviar un fax y más rápido que el dictar su nota por teléfono.

16) ILCE. <<http://www.ilce.edu.mx/ilce>>. Marzo 2000.

Son diversos los intereses que propician la creación de una página *Web*, tales como sociales, políticos y económicos, de los cuales se derivan fines específicos, entre ellos captar mayor público, comerciales, de entretenimiento, crear foros y espacios de comunicación entre usuarios, y escaparates de productos y servicios, entre otros.

A través de este sistema, las empresas de la comunicación pretenden al lanzar su versión *online* una proyección global, es decir expandir sus horizontes y público, así también le permite crecer y experimentar otros espacios accesibles y económicos para difundir e intercambiar sus servicios.

De lo anterior se deriva el interés social, ya que los sitios *Web* permiten la interacción y comunicación inmediata y continua con los usuarios y con los corresponsales o reporteros enviados al extranjero.

Estos espacios abiertos permiten la difusión de datos, ideologías y propagandas políticas, sociales y religiosas. Otros tiene la finalidad de ser sitios de entretenimiento o bien enciclopedias o bases de datos gratuitos.

Sin duda, la red es un sinónimo de negocio, que con invertir poco se gana mucho, este es el interés de mayor fuerza: el comercial. Para muchos empresarios es un lugar económico, de gran alcance para vender y ofrecer sus productos y servicios, en donde la publicidad es más barata y con mayor auditorio.

Además de informar y entretener, algunos sitios de Internet permiten de manera gratuita bajar archivos, programas, imágenes, sonidos, *video clips* y *tracks* de material discográfico, para copiarlos en el disco duro de alguna computadora o unidad flexible, como el *disquette*, *CD* o *Zip* (17) y usarlos con absoluta libertad.

Ya se mencionó que Internet es una enorme biblioteca, un medio tecnológicamente avanzado, un centro de información y comunicación de todas las clases sociales, pero ante todo, es un negocio y como tal se somete a las leyes del mercado (18).

17) Morales Sánchez, Eduardo, *Internet. Guía práctica*, p. 14.

18) Medina Viedas, Jorge, *El periodismo en los tiempos de la Internet*. Resumen de una conferencia dictada el mes de mayo de 2000, en la Universidad Autónoma de Yucatán.

2.4 LA PUBLICIDAD EN LÍNEA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Al lanzar una página electrónica al ciberespacio se debe de pensar en un público en general, en donde sus receptores serán niños, jóvenes y adultos de diversos gustos, intereses, niveles culturales y económicos. Así pues, es un medio ideal para difundir la publicidad, ya que al tener alcance mundial los mensajes llegan a un mayor número de usuarios, quienes bien pueden ser consumidores potenciales a minoritarios.

También al generar un sitio *Web* se considera el tipo de público, mercado o auditorio con que cuenta determinada organización comercial, social o política, que libera su página, la cual será visitada, la mayoría de las veces, por un sector específico y el resto serán personas que emplean la red y su contenido.

Por la magnitud del impacto de la Internet en la vida social son notables algunos aspectos como el impulso que este sistema dio a la “nueva economía” y con ello a la rápida gestación de grandes fortunas a manos de un reducido y exclusivo grupo de personas, en esta red también existen monopolios. “El proceso de conversión de la red es un gran centro donde todo se puede comercializar (19)” de ahí que ya no sólo sean sitios o páginas *Web* con un par de *links* o enlaces, sino *portales* que brindan sus servicios gratuitos a través de un escaparate de productos y servicios.

La publicidad en todo medio tiene la misión de crear necesidades, estilos de vida y el interés del público en comprar determinado producto o servicio. La red global permite que todo tipo de mensaje sea difundido abiertamente y llegue a millones de usuarios de todo el mundo y con ello mayores resultados.



Imagen 4. La publicidad *online* es parte de los elementos de Internet.

Algunos periódicos digitales son financiados a través de patrocinadores, quienes dan el soporte económico para que continúe circulando por la red. También los medios de comunicación realizan la misma acción para obtener ingresos para la realización o continuidad de algún programa, por lo tanto destinan sus espacios para la publicidad.

19) *Idem*.

La publicidad que aparece en los sitios de los medios de comunicación se da a través del intercambio de anuncios entre empresas o entre páginas electrónicas. También por medio de convenios entre las mismas, ya que todo servicio público en el que se invierte un capital, recursos humanos y materiales deben de generar ganancias.

A Internet acceden más de 300 millones de personas. México ocupa el lugar más alto de números de *Hosts* en América Latina, pues hasta el 17 de mayo de 2000 había un total de 42 mil 749 dominios en nuestra República, según el Network Information Center de México (20). Por lo tanto resulta un mercado atractivo que estimula la imaginación de cualquier empresa de comunicación.

Se prevé que para el año 2005, Internet tenga 720 millones de usuarios, lo que infiere su coexistencia con lo convencional, es decir una empresa que no existe en la red es como si no tuviera una oficina local (21).

Actualmente las empresas se han percatado de la gran cantidad de clientes potenciales que se mueven por la red en cuestiones de segundos. Estos sitios *Web* ofrecen miles de productos y servicios que el usuario puede comprar desde su domicilio o lugar de trabajo. Estos espacios conjuntan información de la empresa, adquisición de alguna franquicia, venta en línea de sus productos o servicios con cargo a una tarjeta de crédito y envío a domicilio (22), correo electrónico gratuito, *chat*, bolsa de trabajo y otros tipos de servicios digitales y virtuales.

Los sitios *Web* permiten cumplir con diversos objetivos y el que está tomando mayor fuerza es el comercio, latente en la mayoría de las páginas que forman parte de este sistema global. Aunque pretendan difundir información de interés común, algunos de sus servicios sólo pueden ser usados bajo suscripción o asociación al sitio, lo que implica una entrada económica. También existen otros fines como el informar y entretener, pero en algunos de estos sitios existe publicidad y con ello se explica su existencia.

20) Todos los datos mencionados fueron tomados del artículo de Jorge Medina Viedas, *El periodismo en los tiempos de la Internet*, quien recurrió a la página *Web* del NIC México, Net Information Center. <<http://www.nic.mx/esta/survey.html>>. Mayo 2000.

21) Comentario tomado de Fernández Gabriel, Reportero de 11 TV, en el noticiario "11 Noticias", México, Junio, 2000.

22) Morales Sánchez, *Op. cit.*, p. 16.

FUENTES DE LAS IMÁGENES:

- 1) Tomada de Productos TOSHIBA. <<http://www.toshiba.com.mx/productos/productos.html>>. Abril 2000.
- 2) Tomada de SPIN. <<http://www.spin.com.mx>>. Junio 2000.
- 3) Tomada de America Online. <<http://www.americaonline.com/>>. Julio 2000.
- 4) *Colage* alusivo a la publicidad, imágenes tomadas de varios sitios Web. Mayo 2000.

CAPÍTULO

3

EL PERIODISMO DIGITAL U *ONLINE*

- 3.1 Medios de comunicación presentes en Internet**
 - 3.2 La presencia del periodismo en la red**
 - 3.3 Periodistas en línea u *online***
 - 3.4 Internet, un medio alternativo de difusión del periodismo**
-

EL PERIODISMO DIGITAL U ONLINE

Actualmente estamos inmersos en la globalización de sistemas y redes de cómputo, por medio de las cuales se genera y se obtiene información, entretenimiento, comunicación entre usuarios y un escaparate de productos y servicios, una gran comunidad en donde se encuentra de todo sin límite de tiempo y espacio.

En esta sociedad digital hacen presencia la mayoría de los medios de comunicación existentes en México a través de las páginas electrónicas de Internet, es decir se encuentra la versión *online* de cada medio, aunados a todo tipo de empresas del mundo entero.

Cada día es mayor el número de empresas de la comunicación que forman parte de este gran mundo de información en donde no sólo aparecen los medios masivos sino el periodismo libre o independiente.

Las páginas electrónicas de aquellos periodistas o comunicólogos independientes que ejercen su labor informativa a través de la red global han logrado que estos sitios sean espacios alternativos de información y de comunicación interpersonal.

Así como todo cambio positivo, la actividad periodística también evoluciona, tanto en la difusión como en la manera de transmisión de información, pues va de la mano de los adelantos tecnológicos.

En Internet existe exceso de información y también en las calles, bibliotecas, radiodifusoras y televisoras lo que pasa es que no lo percibimos porque no se ven o escuchan al mismo tiempo, sólo basta con contabilizar cuántos medios de comunicación existen y cuántos organismos y instituciones lanzan su propia información, sin importar el medio.

En este capítulo se definirán los conceptos de Periodismo digital y Medio alternativo de comunicación, se citarán a aquellos medios de comunicación con versión electrónica y se abordará la laboral de los periodistas *online* y el periodismo libre que existe en la red.

3.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRESENTES EN INTERNET

Con la llegada de la década de los 90 evolucionó aún más la tecnología, siempre de manera satisfactoria para el público en general, algunos avances lograron unificarse para obtener un beneficio mayor como el caso de Internet, que hoy por hoy está integrando a los medios masivos de comunicación, logrando la conexión a través de un sistema en red.

Hasta mayo de 2000, el número de periódicos y revistas nacionales que contaban con una página *Web* era de 240 (1). Algunos de los anteriores sólo tienen un respaldo editorial, es decir que se distribuyen entre los lectores y otros cuentan con un espacio en Internet con un formato diferente al impreso en papel.

En 1995, El Universal (*en el Suplemento Bucareli Ocho*) informó que los espacios radiofónicos estaban distribuidos de la siguiente manera: el Grupo ACIR contaba con 147 estaciones en toda la República Mexicana. Radio Centro tenía 105 estaciones distribuidas en México. También contabilizó 137 radiodifusoras con página en Internet (2).

Mientras que a mediados de 1998, se contabilizaron más de 4,000 periódicos en todo el mundo, con una versión *online* o página electrónica. De acuerdo con la información obtenida de las conclusiones de un seminario organizado por la publicación Editor & Publisher de Nueva York, en donde se abordaron las consecuencias de la aparición de los nuevos medios electrónicos sobre la prensa, se concluyó que “los periódicos no van a desaparecer, seguirán siendo el medio dominante en el siglo XXI, conquistar nuevos lectores es una prioridad absoluta; y con respecto a la publicación de la noticia no se trata de ser el primero en difundirla, sino jerarquizar la información y pensar en el lector (3)”.

La mayoría de los medios de comunicación hacen presencia en Internet, hasta abril de 2000 se contabilizaron más de 50 medios, entre prensa, radio, televisión y agencias de noticias de la capital mexicana. También es muy común ver la prensa libre, en donde participan comunicólogos, periodistas, estudiantes de comunicación, organismos y asociaciones que lanzan un nuevo medio digital de información continua.

Algunas páginas electrónicas de los medios de comunicación son notables por su constante y oportuna actualización, ya que a cada hora, o antes, realizan modificaciones a su contenido, tanto texto como fotografía.

1) Medina Viedas, Jorge. *El periodismo en los tiempos de la Internet*. Resumen de una conferencia dictada el mes de mayo de 2000, en la Universidad Autónoma de Yucatán.

2) Olmos, Alejandro. *La radio y la TV en la transición mexicana*. El Universal, 21 de septiembre de 1997, p. 4.

3) Bullón, Piedad. *Algo está cambiando*. <<http://www.saladeprensa.org.es>>. Mayo 2000.

En la siguiente tabla aparecen los medios de comunicación del Distrito Federal presentes en el *World Wide Web* >, encontrados hasta abril de 2000:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	SECCIONES O ESTACIONES	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
P R E N S A		* Integra secciones del material impreso y algunas notas del mismo
El Universal	* El Universo de la Computación, Bucareli 8, Gráficas	www.el-universal.com.mx
La Jornada	* Ciudadanía, Letra S, Lunes en la Ciencia, Ojarasca, Revisión Siglo XX, Ecológica, Investigación y Divulgación	www.jornada.unam.mx/index.html
La Crónica de hoy	* Suplemento Dominical, Versión cronicadigital.com	www.cronica.com.mx
Reforma	* Encuestas, Cine, TV y radio, Arte, Horóscopos, Postales	www.reforma.com.mx
Excélsior	* Suplementos Arena y Computación, Versión Express	www.excelsior.com.mx
El Economista	* Integra secciones del material impreso	www.el-economista.com.mx
El Sol de México	* Publicidad – Tarifas	www.oem.com.mx/solmex
Uno más Uno	* Suplementos Acento X, Página Uno y Sábado	www.unomasuno.com.mx
El Financiero	* Informe Especial	www.elfinanciero.com.mx
La Prensa	* Link Publicidad	www.oem.com.mx/prensa
Novedades	* Personalidades en Política, Mi periodiquito	www.novedades.com.mx
El Heraldo de México	* Link Tarifas	www.heraldo.com.mx
Esto	* Flavo y su política, Expresión, Link Publicidad	www.oem.com.mx/esto2000
México Hoy	* Hemeroteca, Reportajes, Entrevistas	www.mexicohoy.com.mx
Revista Proceso	* Revista de Política	www.proceso.com.mx
Quehacer Político	* Publicación de Política	www.quehacerpolitico.com.mx
Letras Libres	* Publicación Literaria	www.letraslibres.com/enlinea.asp
Etcétera	* Revista de Política y Cultura	www.etcetera.com.mx
Semanario Epoca (México)	* Revista de información general, Link Publicidad – Tarifas	www.epoca.com.mx
Nexos	* Publicación de Política y Cultura	www.nexos.com.mx

MEDIO DE COMUNICACIÓN	SECCIONES O ESTACIONES	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
Siempre	* Revista de Política y Cultura	www.m3w3.com.mx/SIEMPRE
Muy Interesante	* Publicación Científica	www.televisa.editorial.com.mx
México Desconocido	* Revista cultural, trata historia, cultura y recursos naturales de México	www.mexicodesconocido.com.mx/indice.htm
PC Semanal	* Publicación de Cómputo	www.sayrols.commx/pcsemanal
Diario Oficial de la Federación	* Decretos Oficiales	www.infosel.com.mx/dof/
R A D I O		
Instituto Mexicano de la Radio, IMER	Radio 710, La Candela, Orbita, Opus 94, La B Grande, La Hora Exacta	www.imer.gob.mx/estaciones/
	Orbita 105.7 FM	www.orbita.com.mx
Grupo Radio Centro	Universal Stereo, Alfa Radio, Stereo Joya, Formato 21, La Z, Stereo 97.7, Radio Red, Radio Centro, Radio Variedades, Radio Consentida, El Fonógrafo	www.radiocentro.com.mx
Núcleo Radio Mil	Radio Mil, Morena, La Sabrosita, Radio Sinfonola, La Pantera, Stereo 100	www.nrm.com.mx
Grupo ACIR		www.acir.com.mx/estaciones
Organización Radio Fórmula	Radio AI, Cadena Radio Uno, Radio Fórmula 970 AM	www.radioformula.com.mx
Radio ABC	760 AM	www.oem.com.mx/abeceradio/radio
Multivisión Radio	FM Globo, Stereo Rey, XELA 830 FM, Pulsar, Radioactivo	www.mvsradio.com.mx/
	Radio Activo 98.5 FM	www.radioactivo.com.mx/
Sistema Radiopolis	XEW 900 AM, La Suavecita, La X de México, Vox 101.7, Ke buena, WFM Radical	www.mexplaza.com.mx/radiopolis
	Vox FM 101.7 FM	www.voxfm.com/mexico
Radio Educación	XEEP 1060 AM y XEPPM 6185 khz (Onda Corta)	www.cnca.gob.mx

MEDIO DE COMUNICACIÓN	SECCIONES O ESTACIONES	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
Radio UNAM	96.1 FM y 860 AM	www.unam.mx/radiounam
Radio 6.20	620 AM	www.620.com.mx
T E L E V I S I Ó N		
ONCE TV	Canal 11	www.oncetv.ipn.mx
Televisión Metropolitana	Canal 22	www.canal22.org.mx
Grupo Televisa	Canales 2, 4, 5 y 9	www.televisa.com.mx
TV Azteca	Canales 7 y 13	www.tvazteca.com.mx
CNI	Canal 40	www.cnienlinea.com.mx
MVS Multivisión	MVS Televisión y MVS Multivisión, 250 canales de video	www.mvs.com.mx/tv.htm
Televisión Mexiquense	Canal 34	main.netscape.com.mx/edomex/tvmex
AGENCIAS DE NOTICIAS		
Agencia Mexicana de Noticias	NOTIMEX	www.notimex.com.mx
Agence France Presse	AFP - México	www.afp.com.mx

En la tabla anterior no se contemplaron aquellos diarios o semanarios que carecen de página electrónica o bien no se encontraron en la red, hasta el mes de abril de 2000, los cuales son: El Día, Ovaciones, La Afición y Cuestión, entre otros. Tampoco se consideraron suplementos, revistas, novelas, cuentos, libros, gacetas u otro tipo de publicación especial o de entretenimiento.

Se reserva el listado de los medios de comunicación que existen en los Estados de la República Mexicana, ya que algunos de ellos tienen su sede central en el Distrito Federal.

> FUENTES GENERALES DE LA TABLA:

- * Medios de comunicación. <http://serpiente.dgsca.unam.mx/temas/Medios_Comunicación>. Marzo 2000.
- * México Radio TV Listas. <<http://www.mexicoradiotv.com>>. Abril 2000.
- * Mundo Latino. <<http://www.mundolatino.com/mediosdecomunicación/mdcmex02.htm>>. Abril 2000.
- * Medios Informativos. <<http://www.spersa.com.mx/internet/radio/radios.htm>>. Marzo 2000.
- * Radio y Televisión en Internet. <<http://www.spersa.com.mx/internet/radio.htm>>. Abril 2000.

3.2 LA PRESENCIA DEL PERIODISMO EN LA RED

La comunicación y la información son dos fenómenos distintos determinados por las relaciones sociales, siendo éstas las que determinan a los procesos comunicativos. “La comunicación no es un proceso social fundamental, sino un proceso determinado (4)”.

El periodismo mexicano ha pasado por diversas etapas: la Precolonial, la Colonia, el periodo Insurgente, la época Independiente, la Moderna (5) y hoy: el periodismo asistido por Internet. Actualmente existen periodistas, reporteros y comunicólogos que optan por la libertad de difusión de Internet y la emplean como un medio donde difunden su trabajo, organizan mesas de debates, encuestas, intercambio de opiniones y comunicación continua con su público.

“El periodismo de la actualidad no puede limitarse solamente a su papel informativo, es menester proporcionar al lector una guía sobre los sucesos que están ocurriendo en el mundo, también como parte de la formación del lector, busca diversos temas y pasar un rato entretenido. De aquí se derivan los cuatro objetivos primordiales del periodismo (6): informar, orientar, educar y entretener” (7).

Al principio, la prensa en Internet era una repetición o síntesis de las ediciones impresas. En la actualidad las cosas han cambiado, las páginas de origen extranjero y locales han obligado a los diarios a mejorar sus propios sitios. La página electrónica de un diario ya puede competir con su edición del día siguiente, así mismo con otros diarios. Los periódicos han encontrado en sus versiones *Web* una forma de homologarse con la radio y la televisión, en la disputa por la oportunidad de la noticia, y se han expandido en búsqueda de un mercado de lectores con características diferentes al existente (8).

La prensa libre o independiente emplea diversos espacios para difundir su información en cualquier género periodístico, entre ellos figuran periódicos, gacetas, boletines, semanarios y otras fuentes de difusión. La red global resulta una alternativa de grandes ventajas, ya que es barato, ágil, de fácil actualización, y de gran alcance.

4) Morales Gómez, Daniel, *La educación y desarrollo dependiente en América Latina*, p. 311.

5) Ibarra de Anda, F. *El periodismo en México*, pp. 42- 47.

6) Martín, Vivaldi en su libro *Géneros periodísticos* dice que los objetivos del periodismo son informar, instruir y entretener.

7) Baena Paz, Guillermina, *Géneros Periodísticos*, p. 18.

8) Medina Viedas, *Op. cit.*

Con las versiones *Web* de “los medios de comunicación están entrando a un mercado *nuevo* que se ha ido formando poco a poco y sigue en incremento. Cuando los medios existentes ven la oportunidad de que sus periódicos, revistas, servicios de radio y televisión se reflejen en una nueva dimensión en Internet, esos medios más que tratar de trasladar sus servicios a la red, contemplan la oportunidad de crecer y desarrollarse en un medio distinto”. Ello no quiere decir que este sistema vaya a sustituir al periódico, ni a la prensa en general, obviamente jamás va a sustituir a la radio y ni a la televisión (9).



Imagen 1. Las páginas *Web* de los medios de comunicación reúnen notas exclusivas, la versión impresa e intercambio de información.

La influencia que ejerce el fenómeno de la Internet en los medios de comunicación y en el ejercicio del periodismo está cambiando el universo de los medios, ha afectado el mercado de los diarios y de los otros canales emisores y puede que también esté cambiando el contenido del periodismo (10), pero sin cambiar la ética y los objetivos de la profesión pues sólo está evolucionando y por lo tanto esta red no sustituirá a los medios masivos de comunicación pues todos tienen un público o auditorio.

Para ejemplificar lo anterior Jorge Medina, en el artículo “El periodismo y la Internet”, argumenta que en 1995 el *New York Times* enviaba a la red tan sólo ocho páginas de su periódico, obligado por el surgimiento de una cantidad enorme de páginas *Web* y sitios que proporcionan información en tiempo real. En la actualidad, el periódico electrónico del diario estadounidense proporciona audio, video, información nacional e internacional, en cantidades superiores a las que ofrece en el diario impreso, a quienes sin costo se suscriben a su página. El fenómeno del diario neoyorquino está ocurriendo con los diarios y los noticieros de radio y televisión de México.

Este sistema informático ha propiciado una comunicación fría, en donde algunos de sus usuarios prefieren estar frente a una máquina que el trato social, adquiriendo barreras de comunicación. Pero en esta red, a través de los programas, es posible la interactividad, situación que no es posible en los medios de comunicación además reúne algunas características de los anteriores. Es un fuerte proceso de desarrollo tecnológico que está cambiando el panorama global de las telecomunicaciones debido a sus aplicaciones y grandes redes de datos.

9) García de los Monteros, Guillermo, Editor del sitio *Web* de NOTIMEX, entrevista, 27 de junio, 2000.

10) Medina Viedas, *Op. cit.*

Piedad Bullón, periodista española, dice que con las versiones digitales del periodismo actual se agiliza la recepción de la noticia, su distribución o transmisión y la recepción es más amplia e internacional. La lectura *online* no es lineal; es un proceso de deconstrucción/reconstrucción, mientras el lector de periódicos puede cambiar de página pero raramente pierde su fidelidad.

El lector *online* siente a cada minuto la tentación de huir a través de la red si el artículo no ha sabido captar su interés. El número de lectores de periódicos cae en todo el mundo, pero no por culpa de Internet. La tendencia se inició con la audiencia conquistada por la radio y la televisión. El mérito de Internet puede llegar a una audiencia más amplia.

En su artículo “Algo está cambiando”, la periodista Bullón cita el argumento de José Luis Dader, quien dice que “los ciudadanos necesitan que siga existiendo un periodismo sosegado y equilibrado, que mantenga una sensibilidad ética, pero también es positivo que se rompa ese oligopolio del poder que es la prensa erigida en institución... Internet puede contribuir a una saludable ruptura de esta situación (11)”.

3.3 PERIODISTAS EN LÍNEA U ONLINE

El término comunicación digital o electrónica se emplea para referirse al enlace que implica intercambiar o recibir información codificada a través de un aparato apto para ello, tales como el teléfono, celulares, Internet, entre otros.

Y el periodismo digital, *online* o en línea es aquella actividad profesional encaminada a informar, instruir, concientizar y entretener a través de una redacción ágil y concreta, la cual es publicada en los espacios de la *Web*.

“El periodismo digital busca un mayor nivel de entretenimiento y procesamiento de la información. Al elegir sólo las noticias que le interesan, el consumidor de información tiene más posibilidades de librarse del *bombardeo* clásico que enfrenta ante los noticieros o periódicos. Ahora el tiempo para asimilar la información es mayor, constituyendo a la comprensión (12)”.

Piedad Bullón, periodista española, en su artículo citado escribe que cada fase tecnológica ha obligado a los periodistas a examinar lo que hacen y cómo lo hacen. La aparición de Internet ha añadido estos y otros dilemas a los existentes. “Los periodistas de hoy tienen una apremiante necesidad de pensar en las necesidades de sus lectores, en lugar de obsesionarse por los límites del proceso de producción y distribución, que han dejado de ser un problema (13)”.

11) Bullón, *Op. cit.*

12) Marquéz, Coria Joaquín. <<http://www.geocities.com/siliconvalley/nay/6191/index.htm>>. Abril 2000.

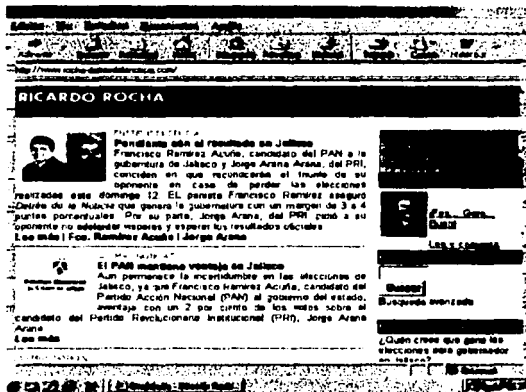
13) Bullón. *Op. cit.*

La mayoría de estos amantes de la pluma ejercen su trabajo de forma libre, es decir, no pertenecen a ningún medio de comunicación sólo venden su trabajo a las empresas periodísticas, otros trabajan eventualmente en alguna de las mismas o bien son las nuevas generaciones que se tratan de integrar al gremio.

Es por ello que recurren a Internet para llegar y captar un público o bien para que sus escritos sean valorados por terceros. Algunos profesionistas de la comunicación han dejado la labor tradicional para incorporarse como reporteros, editores o responsables de los sitios electrónicos de algunos medios.

Otros tienen su propio sitio *Web* en donde escriben exclusivamente para ese espacio e incluso publican libremente, sin censura personal y sin caer en la inverosimilitud. Este sistema rompe con los permisos de los medios de comunicación, ya que en las páginas electrónicas se tiene libertad para publicar, aunque sigue existiendo la censura gubernamental, la institucional y la autocensura.

Imagen 2. La página electrónica del periodista Ricardo Rocha.



Los medios de comunicación piden a los reporteros que colaboran en el sitio *Web*, aparte de su trabajo en dicho medio, la elaboración de notas breves, ya que la redacción para Internet no debe de ser tediosa y extensa. Otros medios cuentan con su propio equipo de reporteros dedicados a la páginas *Web* quienes realizan varias funciones, tales como ser reporteros, investigadores, redactores, correctores de estilo, editores y en ocasiones formadores y editores del sitio.

Debido a la actualización en tiempo real de los sitios de Internet es notable ver que las páginas de los medios de comunicación carecen de un criterio editorial estable, pues los cambios constantes deben de ser visibles y por lo tanto el criterio de elección de la nota principal o destacada del sitio es regido por el momento del hecho más que la trascendencia, importancia y repercusión del acontecimiento.

Se ha dicho que el periodismo *online* es una encrucijada de intereses conflictivos y dilemas éticos. La prensa en línea con su estilo informal y su prisa por llegar antes, agudiza el riesgo de errores (14). Sin embargo un periodista tiene la obligación de cumplir con su ética y dar el mejor esfuerzo, lo cual no se debe de confundir con los seudo periodistas y las falsas noticias.

14) *Idem*.

Guillermo García, editor del sitio *Web* de Notimex, dice: “como reportero experimento y tomo a la red como una opción informativa, de la cual obtengo muchas notas e información de poca difusión, para elaborar notas y reportajes (15)”. Considera a Internet desde que surgió como un medio alternativo porque a través de la red se tiene acceso a información que no se puede obtener de entrevistas en oficinas de comunicación social y otras fuentes.

Este sistema abierto da la oportunidad de obtener información diferente o negada por alguna fuente. Es una gran herramienta útil para los periodistas. Existen reporteros que elaboran sus notas con el contenido de esta red, las cuales son de interés, buscadas y reporteadas por este medio. Con ello el periodismo sigue siendo el mismo, desde el siglo XIX, lo importante no es dar la noticia sino cómo sea abordada y generar inquietud en la opinión pública.

27 de noviembre de 2000	
Valores de Puntos	
Auditor de billetes y monedas en circulación al 06/11/00.	143,623
Cambio total de las cuentas corrientes en moneda nacional de las instituciones de crédito al 26/11/00.	825
Saldo acumulado de saldos deudores (débito) de dichas cuentas a la apertura del 07/11/00.	-0
Cambio registrado en el saldo total de dichas cuentas en esta fecha (27/11/00), restándole de operaciones previasmente reportadas con saldo de México, Uruguay, Chile y el Gobierno Federal y otros depositos de billetes.	-6,117
Cambio registrado en el saldo total de dichas cuentas	

Imagen 3. Vista de un boletín de prensa del Banco de México, de acceso libre para todo el público.

Con las páginas electrónicas de Internet, en donde proliferan boletines de noticias, revistas y periódicos en línea, se acentúan cambios en la estructura de propiedad de la prensa, quienes romperán con “los monopolios del poder periodístico”, argumenta José Luis Dader, profesor de la Facultad de Ciencias de la Información en Madrid (16).

3.4 INTERNET, UN MEDIO ALTERNATIVO DE DIFUSIÓN DEL PERIODISMO

Internet es un sistema con características propias de alcance mundial, sin fronteras. Fernando Berlín argumenta en la página *RadioCable* (17) que este servicio en red “... permite licencias que en otros medios de comunicación son impensables” en donde el usuario puede seleccionar el contenido pero algunas veces la calidad de recepción es mala (18).

15) García de los Monteros, Guillermo, Editor del sitio *Web* de NOTIMEX, entrevista, 27 de junio, 2000.

16) Bullón. *Op. cit.*

17) RadioCable es una estación radiofónica en Internet, además de sonido reúne texto, imágenes e interacción. Surgió el 28 de enero de 2000, su fundador es Fernando Berlín. Dicho medio introdujo la posibilidad de elegir los contenidos de la radio al gusto del usuario.

18) RadioCable. <<http://www.xpres.es/radiocable>>. Abril 2000.

La red mundial es un medio de difusión, algunas páginas no son interactivas, pues sólo publican información. Esta red permite elegir las notas de mayor interés o bien buscar y seleccionar la información de cualquier tema, agilizando la comprensión y adquisición de nuevos conocimientos. Medio alternativo u opcional en donde algunos periodistas publican su trabajo.

Logrando así el ejercicio del periodismo alternativo, definido como aquella actividad profesional que se encarga de emitir información y mensajes, a través de una nueva forma de transmitir la noticia, acompañada de un lenguaje claro, sin censura; en la mayoría de los casos, ni preferencias políticas.

En nuestros días, con los diversos medios de comunicación se plantea qué hacer con el exceso de información a nuestro alcance. En los sitios de Internet no se trata de llegar primero sino decidir qué información es relevante para los usuarios, la jerarquización de las noticias siempre ha sido el punto de partida de un cualquier formato informativo.

José Luis Dader, profesor de la Facultad de Ciencias de la Información en Madrid, en una entrevista para el periódico *¡World!* declaró que “ya han aparecido, gracias a Internet, nuevas empresas que se dedican al periodismo de investigación sobre bases de datos que se venden a cualquier medio de comunicación. De sus informes ofrecen una parte de la información abierta a través de una página electrónica, y otra por suscripción; es una nueva forma de hacer periodismo, más barata porque requiere menos inversión, es más libre” (19).

Algunas salas de redacción ya no están saturadas por la presencia de los reporteros, ya que mandan su información por *e-mail*, lo cual resulta cómodo, ágil y barato que da la oportunidad de realizar otras actividades o bien reducir tiempo de recepción.

Las nuevas generaciones de las empresas periodísticas se caracterizan por una mayor versatilidad, que permiten el pasar con facilidad de los medios impresos a los audiovisuales, electrónicos y multimedia, es decir aquel arte que reúne diversos componentes tales como el texto, fotos, gráficos, audio y video.

Así como debe existir una redacción correcta para cada medio de comunicación de acuerdo si el auditorio es lector, radioescucha o televidente, los sitios en la red deben de tener una redacción y elementos a considerarse dentro de una publicación digital. Tal vez pueda decirse que gracias a Internet, la prensa escrita ha conseguido la revancha sobre la información televisiva, que por su propia naturaleza tiene más dificultades para seguir el mismo camino (20).

19) Bullón. *Op. cit.*

20) *Idem.*

Las páginas *Web* no sustituirá a los periódicos, ni a los medios electrónicos ya que la sociedad tiene diversos auditorios y públicos, además no todas las personas tienen acceso a la red global, aunque existen diversos lugares públicos en donde rentan este servicio, por hora o fracción. Con la apertura de los medios de comunicación hacia este sistema cambia la naturaleza del empleo de periodistas, las normas o técnicas que deben de asumir los periodistas, la conducta de las empresas por actualizarse y ponerse al día con el uso eficaz de las nuevas herramientas de la información que involucra (21).

La integración de multimedia, multicanales, el ambiente satelital y la posibilidad de desarrollar noticias interactivas y servicios informativos durante las 24 horas en tiempo real que permite la red, da la oportunidad de que el periodismo atraviese por una nueva etapa, en donde la información puede ser diseminada alrededor del mundo y fácilmente, lo cual permite el impulso de la economía, el incremento del empleo y mejorar los niveles de pluralismo.

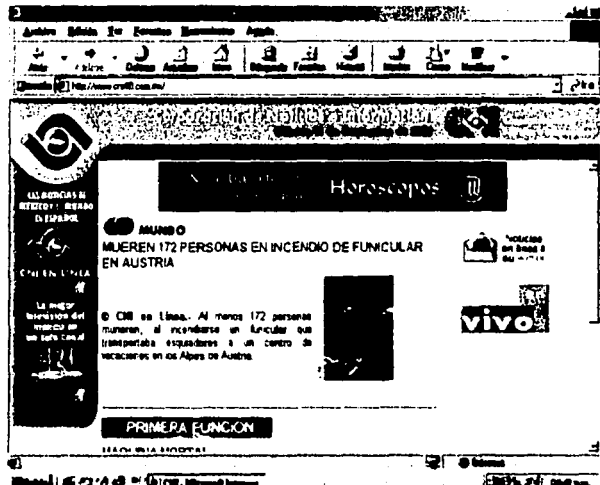


Imagen 4. El sitio de Canal 40 cuenta con el servicio de transmisión de noticieros en tiempo real.

El problema más grande y de difícil solución que enfrenta el periodismo digital es la carga de lucro y los afanes de ganancias que han caracterizado desde un principio el negocio de la Internet. El periodismo no es un negocio sino una profesión que implica compromiso con la sociedad por mantenerla informada del acontecer cotidiano (22).

Para concluir con este capítulo, enseguida se mencionan las principales características del periodismo digital:

*** Diversificación.**

Permite la publicación de todos los géneros periodísticos reunidos en un sólo espacio con la integración de los recursos propios de la red, abordando temas libres y polémicos.

21) Medina Viedas, *Op. cit.*

22) *Idem.*

*** Difusión a través de un medio diferente, alternativo.**

En una página electrónica el editor y los periodistas no se limitan por el espacio, tiempo y censura ya que Internet es un medio alternativo en donde ha llegado el periodismo digital.

*** Principios y objetivos similares al periodismo.**

El decir que este sistema permite la libre publicación, es decir a juicio del propio autor de un sitio *Web* sin tener que seguir la línea de alguna editorial, no quiere decir que el periodista o comunicólogo se desvía de su ética y los objetivos del periodismo, por lo tanto son los mismos principios y bases de la prensa convencional que la digital. Ambos informan, entretienen, orientan, crean polémica y brindan enseñanza.

*** Conjunta varios elementos como:**

Texto, fotografía, gráficos, sonido, video, imagen y multimedia. Es un periodismo completo, que es reforzado con varios elementos, aunque en algunos casos la incompatibilidad de las versiones de los programas no permite el buen empleo de estos servicios.

*** Emplea pocos recursos financieros, materiales y humanos.**

El lanzamiento público puede ser administrado por un pequeño grupo de colaboradores, lo que facilita su lanzamiento a la *Web*, ya que sólo una vez se tiene que crear la página para que posteriormente sea renovada con información fresca. Lo que implica bajos costos de publicación, un equipo de cómputo en donde se realicen los cambios y un servidor, llegando con poco a un gran número de usuarios.

*** Interacción.**

Este medio permite al periodista la interconexión en tiempo real con fuentes informativas, una ventaja para agilizar el trabajo y dejar mayor tiempo para actividades ordinarias. Así mismo, el usuario puede emitir sus comentarios en cualquier momento, lo que permite al emisor conocer el resultado de su trabajo, lo que genera la retroalimentación.

*** Amplitud de auditorio y proyección mundial.**

Como ya se mencionó la red es un sistema que rompe con las fronteras de tiempo, espacio y razas, al tener libre acceso y distribución puede el receptor visitar los sitios a su alcance, lo que implica una proyección mundial.

*** Rapidez de difusión y recepción.**

Para el periodista una noticia debe de ser oportuna y objetiva, al lanzar una nota por este canal se agiliza su publicación, no como en el caso de los periódicos que hasta el cierre de impresión son distribuidos los ejemplares. Las páginas informativas o periodísticas se caracterizan por la constante renovación.

*** Medio de comunicación interpersonal.**

Internet minimiza los costos de comunicación interpersonal principalmente con personas foráneas (por ello las compañías de larga distancia pierden poco a poco sus clientes). Así

también, como ya se mencionó la publicación y mantenimiento de un sitio *online* es económica ya que no requiere de diversos recursos.

Con lo anterior se detalla las ventajas de los sitios que son empleados por los periodistas, mismos que no pasarán a sustituir a ningún medio pues la tecnología informática no está al alcance de todos los usuarios.

FUENTES DE LAS IMÁGENES:

- 1) *Colage* de revistas y periódicos mexicanos. Imágenes tomadas de varios sitios Web. Octubre 2000.
- 2) Tomada de Detrás de la noticia. <<http://www.rocha-detrasdelanoticia.com>>. Noviembre 2000.
- 3) Tomada del Banco de México. <<http://www.banxico.com.mx>>. Octubre 2000.
- 4) Tomada de CNI40. <<http://www.cni40.com.mx>>. Noviembre 2000.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO

4

INTERNET: UNA ALTERNATIVA DE DIFUSIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 4.1 Diseño del modelo de análisis
- 4.2 La radiodifusión a través de la red, Monitor
- 4.3 La televisión mexicana dentro de Internet,
Televisa
- 4.4 El Universal.com, un periódico digital
- 4.5 La fluidez informativa de Notimex en la *Web*

INTERNET: UNA ALTERNATIVA DE DIFUSIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La década de los 90 fue la etapa de comercialización y de arranque de los medios de comunicación hacia la autopista de la información. Durante este periodo dichas empresas lanzaron su página a la red mundial.

Hoy en día las empresas pretenden plasmar en su sitio electrónico información y servicios entre los usuarios, dejando atrás la imagen corporativa en línea, pero sin descuidar la cara del medio.

Para muchas personas Internet sigue siendo una novedad debido a la incontrolable y extensa información. Por lo cual, desde los inicios de esta red algunos empresarios vieron y siguen viendo a Internet como un espacio idóneo para realizar negocios de grandes ganancias o bien un frustrado proyecto.

La mayoría de los sitios de Internet han enfocado su presencia en la red como si fuese un escaparate, poniendo en línea copias de la edición impresa. Aunque este sistema permite y obliga ir hacia la diversificación (1).

Esta red no sólo es un canal para hacer negocios sino un medio que permite realizar diversas actividades empleando los recursos propios de este sistema informático.

Para diversos medios de comunicación las páginas electrónicas son más que una estrategia para ampliar su mercado y auditorio, son una parte de ese sistema que como tal tiene objetivos específicos. De ahí que algunos sitios sean portales y páginas de hipertexto.

En este último capítulo se abordará el origen y evolución de los sitios *Web* de tres medios de comunicación y una agencia de noticias, así también se analizarán algunos de sus elementos, servicios y contenidos.

1) Bullón, Piedad. *Algo esta cambiando*. <<http://www.saladeprensa.org.es>>. Mayo 2000.

4.1 DISEÑO DEL MODELO DE ANÁLISIS

Debido que no existe un modelo de análisis específico para estudiar los elementos y contenidos de las páginas de Internet, se diseñó *ex profeso* el denominado “Modelo histórico-analítico”, exclusivo para la presente investigación.

Este diseño se compone de dos columnas: la primera reúne un breve bosquejo histórico de los casos estudiados, y la segunda comprende los elementos cualitativos que integran cada página, como lo son; el seguimiento informativo, descripciones del contenido, ligas o *links*, géneros periodísticos más usados, jerarquización de la información, composición visual, y publicidad, entre otros.

A través de este modelo se puede apreciar un panorama general de cuál ha sido la evolución de un sitio *Web*, cómo está estructurada una página, qué contenido se maneja, y cuáles son los objetivos de las mismas.

La Internet tiene un amplio espacio para la difusión del trabajo periodístico, ya que las ligas permiten enriquecer la información que se ubica en una nota o en el primer plano de una página. En algunos casos los acontecimientos rebasan la noticia, el análisis y la investigación, lo que origina el periodismo de revelación y no el periodismo de investigación.

El comunicólogo Ignacio Ramonet (2) ilustra lo anterior con el seguimiento que se le dio en este sistema informático al caso Clinton-Lewinsky. Este medio permite la libre fluidez de la información al respecto, sin censura a los detalles del comportamiento del entonces mandatario estadounidense. Con lo anterior se establece que éste es un medio que establece la alternancia y la libre difusión del periodismo actual.

Actualmente, la sociedad en general está en contacto con Internet y hasta emplea su lenguaje técnico en sus conversaciones y estilos propios. En la red se conjugan diversos recursos, tales como imagen, voz, sonido, texto, gráficos animados y video. Las técnicas multimedia son empleadas en las páginas electrónicas, logrando la diversificación de efectos y composición visual.

Antes de abordar algunos sitios de la red, definiremos el concepto de *portal*, el cual es la puerta principal o entrada para diversos servicios electrónicos, es decir es un sitio con diversas ligas que introducen la mayor información y a otros enlaces de interés. No todos lo portales son comerciales (3).

2) Ramonet, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*, p. 15.

3) Valdiosera R, Cuauhtémoc, *Portales, cara y fondo*, D7 Tecnología, Agosto 2000, pp. 60-61.

Se considera que existen dos tipos de portales:

Portal vertical es aquel sitio especializado en un tema o servicio, tiene delineado un específico sector de usuarios.

Portal horizontal es un sitio que ofrece diversos temas y servicios por lo tanto sus usuarios son heterogéneos.

4.2 LA RADIODIFUSIÓN A TRAVÉS DE LA RED, MONITOR

La sociedad a través del tiempo ha buscado la forma de lograr su desarrollo, de encontrar los medios idóneos para subsistir y vivir lo más dignamente posible. En nuestro país, la base de la industria radiofónica se estableció en 1910, durante el gobierno de Porfirio Díaz.

El inicio del siglo XIX es el contexto de origen del actual modelo radiofónico. Las empresas y el capital que impulsó a los actuales medios electrónicos fueron extranjeros. Las primeras transmisiones en diversas partes de la República Mexicana se dieron en 1921.

“ El 27 de septiembre del mismo año el doctor Enrique Gómez Fernández realizó la primera transmisión en la ciudad de México. Un año después, en México existían tres emisoras experimentales, mientras que en otros países ya era notable la evolución de este medio sonoro (4) ”.

Para 1929 eran 17 estaciones comerciales y 2 culturales que operaban en México, todas en onda larga. En 1930 el gobierno sustituye los permisos de transmisión por las concesiones, otorgando la primera a la XEW, presidida por Emilio Azcárraga.

En 1942, existían 125 estaciones radiodifusoras en nuestro país; 34 instaladas en el Distrito Federal. A partir de la década de los 50 la radiodifusión creció a lado de la televisión mexicana siendo el canal de transmisión de la evolución televisiva. Posteriormente los avances tecnológicos contribuyeron al mejoramiento de la transmisión de la señal, otorgando una radio digital, con mayor calidad, es decir sonidos más puros (5).

4) Autor anónimo, *El surgimiento de la radio*, Apuntes de la asignatura “Desarrollo y régimen legal de los medios de comunicación II”. Abril, 1996.

5) *Idem*.

En 1995, la Comisión de Radiodifusión presentó un informe referente a los grupos radiofónicos con mayor número de estaciones propias y afiliadas en México (6). Los datos son los siguientes:

Radorama	161 estaciones	Presidido por Javier Pérez de Anda y Adrián Pereda.
Acir	147 estaciones	Presidido por Francisco Ibarra.
Radio Centro	105 estaciones	Presidido por Adrián Aguirre.

Grupo radiofónico con más estaciones en el Distrito Federal:

Radio Centro Controla el 24 % del espacio radiofónico en la capital mexicana.

También contabilizó:

Total de radiodifusoras en el país	1291
Total de radiodifusoras con página de Internet	137

Lo que significa que en 1995 sólo el 10.62 % de las empresas de la radiodifusión mexicana tenían una página *Web*. Actualmente existen múltiples sitios de las radiodifusoras, ya que Internet ofrece el recurso de voz y los programas idóneos para reproducirlo.

Existen diversos medios que ofrecen sus servicios auditivos por la red, uno de ellos es Infored, su origen parte del 16 de junio de 1941 cuando Clemente Serna Martínez fundó la primera cadena radiofónica de nuestro país, conocida como Radio Programas de México. Posteriormente, en 1957 Clemente Serna Alvear es nombrado director de la XERPM, emisora piloto de dicha cadena.

El 1 de mayo de 1973 surgió Radio Red con Clemente Serna Alvear al frente y adquirió la emisora XERCN, misma que cambio sus siglas a XERED. Un año después fue inaugurada la primera Red Nacional de Noticias que otorgaba sus servicios las 24 horas del día en las 44 ciudades más importantes de México.

El 2 de septiembre de 1974, José Gutiérrez Vivó asume la dirección de la información de Radio Red e incursiona con noticiarios de larga duración, mejor conocidos como Monitor. Dos décadas después, el Grupo Radio Centro adquirió las emisoras de Radio Red, lo que propicio el nacimiento de Infored.

6) Olmos, Alejandro, *La radio y la TV en la transición mexicana*, 21 de septiembre de 1997, pp. 4-6.

Infored es una empresa radiofónica productora de servicios y programas informativos como lo es Monitor; noticiario que cubre 11 horas diarias de la programación del Grupo Red, además Red vial, Red deportiva, Avance Metropolitano y Redacción dominical. En todo su contenido está presente el objetivo de informar o presentar las noticias como hechos y no como comentarios (7). Estos forman parte de un conjunto de servicios y que no necesariamente se han sistematizado para incorporarlos a la red.

La primera versión de la página de Monitor se lanzó el 6 de julio de 1997. En un principio se trató de un sitio cuyo contenido era institucional, muy escueto en donde describían los datos de la fundación de Radio Programas de México, Radio Red y Monitor (8).

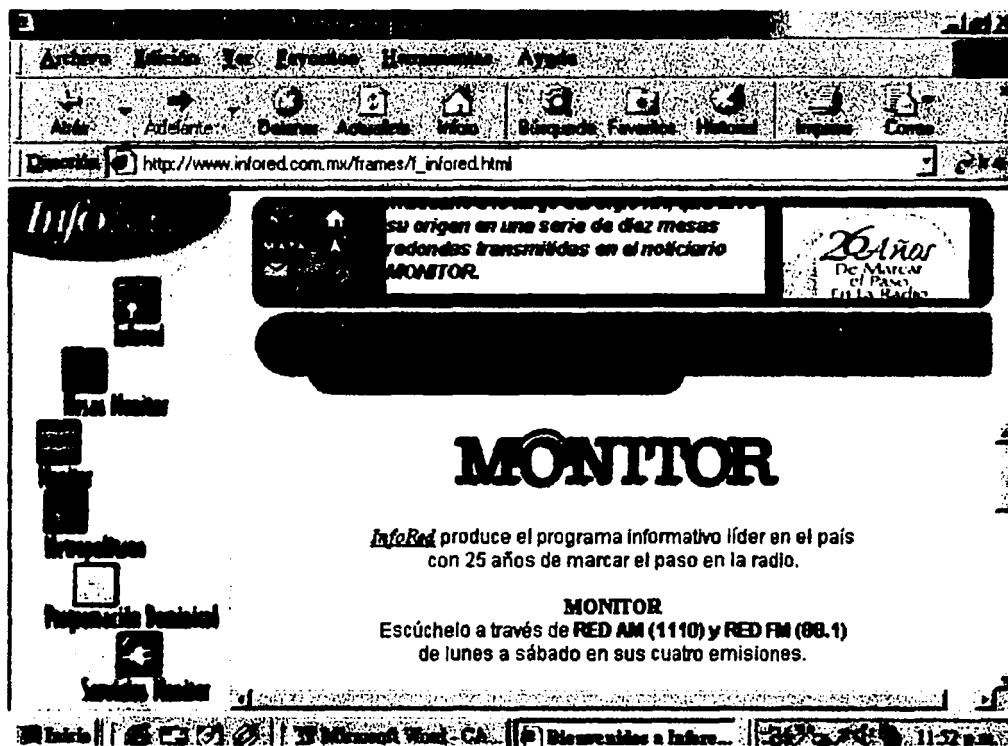


Imagen 1. Vista de la página del programa radiofónico, Monitor, servicio informativo de Infored.

7) Infored, *Bienvenido a Infored*. <<http://www.infored.com.mx/frames.html>>. Septiembre 2000.

8) Gómez Herrera, Alfonso, Director de Internet de Infored, entrevista, 30 agosto, 2000.

Desde un principio se incluyeron los servicios básicos de atención al auditorio y recepción de correos electrónicos. El último cambio que registró la página fue el 2 de julio de 2000 con la celebración de las elecciones federales.

Monitor es el producto más innovador que ha creado esta empresa y como tal se buscó presentar en la *Web* a este servicio, no solamente para el auditorio tradicional mexicano de la radio, sino al mundo entero (9).

Características por tópico de Monitor.com

Temas y secciones

Abarca temas de economía, deportes, sociedad, derechos humanos, política, medio ambiente, salud, ciencia, reportajes e investigaciones, entre otros. Toda la información está organizada por temas y tópicos, lo que denota ligereza en los datos. Es un buen recurso integrar un recuadro en donde aparece la información generada por esta empresa radiofónica.

Ligas de interés periodístico

Monitor ofrece la radio en línea, es decir, la página contiene un *link* llamado "Audios Monitor" en el cual se puede escuchar las noticias leídas por el conductor en turno. Este mismo espacio permite bajar a la máquina del usuario el *software Real Player* correspondiente para hacer efectiva la operación. El mayor atractivo de este sitio es el servicio informativo en audio que amplía en número de radioescuchas y el ancho de banda.

Jerarquización informativa

La información nacional regularmente es la que ocupa el lugar destacado o principal de la página de éste sitio. Las notas que van siendo desplazadas por otras del mismo día no desaparecen sino que pasan a un segundo plano. Las noticias del mundo entero también tienen espacio en este sitio, pero aparecen dentro del mapa de navegación en una liga denominada: Internacional.

Seguimiento noticioso

A los hechos más relevantes y de gran trascendencia son destacadas por el seguimiento noticioso y las investigaciones especiales, ya que es un medio nacional sigue noticias mexicana, aunque dependiendo del impacto noticioso algunos hechos internacionales son acreedores del seguimiento periodístico.

9) Gómez Herrera, *Loc. cit.*

Servicios

El sitio electrónico de Monitor se ubica en <<http://www.celular.monitor.com.mx.html>> cuenta con servicios de buscador de noticias, información de última hora, foro de conversaciones, radio, video, *chat* (estos dos últimos son coordinados por un moderador), información clasificada en: Internacional, Metropolitana, Nacional, Deportiva y Clima.

Navegación

Dicha página es actualizada al inicio de cada mañana y durante el día con alguna nota *flash* importante. Este sitio no tiene ningún tipo de convenio comercial con otros medios de comunicación.

La presentación de la información que existe en *monitor.com* es ágil y de fácil lectura, ya que los despachos informativos son sintetizados a la noticia misma que se presenta de entre uno a tres párrafos breves. Exhibe las noticias más relevantes del día o de la hora lo que facilita su consulta para los usuarios en general así como para los periodistas o comunicólogos.

Este sitio es de fácil navegación y operación ya que el usuario al introducirse a las ligas no pierde la conexión visual de la página principal, pues despliega la información en ventanas independientes, así se pueden visitar varias ligas.

Composición visual

La composición visual de este sitio electrónico es atractiva, sintetizado a ubicar rápidamente las principales ligas de Infored, mismo que contiene un *link* a Monitor. El contacto con los usuarios está presente a través del *e-mail*.

Publicidad

Infored ofrece su espacio *Web* a la publicidad pero no le da prioridad ya que su función es difundir información. Hasta agosto de 2000 esta radiodifusora contaba con cinco clientes, es decir una quinteta de empresas que difunden sus productos y servicios en *Monitor*, pero se prevé que a corto plazo incrementen los anunciantes.

Actualmente en la red se puede encontrar diversos medios de comunicación nacionales e internacionales, lo cual significa que los empresarios “ya se dieron cuenta que ahí hay un nicho de mercado que ofrece un reto de capitalización y competencia para cualquiera de nosotros”, ya que cualquier individuo puede lanzar su sitio y difundir información (10).

10) Gómez Herrera, *Loc. cit.*

Por lo tanto algunos periodistas tienen su página, mientras que otros recurren a ellas como fuente informativa. “Los periodistas de Infored emplean los bancos de información del Tec de Monterrey, la UNAM, las corporaciones policiacas internacionales, venta de servicios *online*, entre otros, con la finalidad de dar un mejor contenido a sus reportajes”.

Los proyectos de *monitor.com* son avanzar con mayor creatividad para brindar mejores ofertas a los usuarios, es decir “ofrecer un portal, reservando detalles ya que en este negocio lo que hoy se presenta como novedoso, mañana resulta obsoleto (11)”.

Infored afirma que el mayor beneficio en línea es el crecimiento de su auditorio en muchas partes de México y el mundo, ya que su público y clientes se incrementaron de un 10 a 15 %, obteniendo así más oyentes y usuarios del sitio, quienes diariamente realizan una visita, relacionado con el número de escuchas de la radio capitalina. En breve espera ampliar sus servicios así como sus usuarios.

Toda la comercialización de la información es a través de la compra de servicios, como son los de las agencias noticiosas, grupos especializados de consultoría y análisis, entre otros.

Para Alfonso Gómez, director de Internet de Infored, “los sitios electrónicos son medios alternativos de comunicación ya que es un hecho que conforme aumenta su uso tiene mayor impacto en el consumo de los medios en el país, sobre todo porque la población joven está constituyéndose en el enlace entre un mercado tradicional y otro moderno (12)”.

Este mercado moderno es un escaparate de servicios y productos en donde existe gran diversidad y competencia local e internacional, reunidos en un medio aún novedoso pero que día a día se satura de miles de sitios así como también dejan de existir otras.

La presencia de las radiodifusoras en la Internet tienen como motivo existencial darle a su información difusión masiva y presencia en el mundo. Proporcionándole a los usuarios de la *Web* una nueva opción informativa a través de un medio efectivo, económico e inteligente.

Los objetivos del periodista son los mismos en cualquier medio y por ello al descubrir uno nuevo lo fundamental es informar aprovechando los recursos que se tengan disponibles. Para que mejore la calidad de recepción del servicio de radio y video por la red se tiene que ampliar en ancho de banda, es decir mejorar técnicamente las pistas por donde viaja la información que llega al usuario.

11) *Idem.*

12) *Ididem.*

4.3 LA TELEVISIÓN MEXICANA DENTRO DE INTERNET, TELEvisa

La televisión surgió al inicio de 1940, una década después es inaugurada oficialmente en México. El antecedente de su origen fueron los experimentos de circuito cerrado del ingeniero Guillermo González Camarena, mismos que lo llevaron a realizar la primera transmisión a distancia (13). La televisión a blanco y negro transmitió imágenes por varios lustros, después paso a ser tricromático, es decir a color.

Este medio electrónico desde su nacimiento figuró como un gran negocio, mayor que la radio, por lo tanto estuvo bien controlado y a favor del Estado. El 26 de julio de 1950 la Comisión Federal de Comunicaciones autorizó a la empresa Televimex de Emilio Azcárraga Villaurieta, la instalación del canal 2, XEW-TV, en la ciudad de México y el 21 de marzo de 1951 inició sus transmisiones.

Mientras que el 31 de agosto de 1950 es inaugurado de manera oficial el canal 4, XHTV, considerado el primer canal comercial en nuestro país, perteneciente a Rómulo O'Farril; dueño de la empresa Televisión de México (14).

Posteriormente, en 1952 comenzaron las transmisiones de canal 5, XHGC, cuyo concesionario era Televisión González Camarena, S.A. Tres años más tarde, los concesionarios de los canales 2, 4 y 5 de televisión deciden unirse para formar la empresa Telesistema Mexicano S.A. (TSM) para administrar y operar conjuntamente las emisoras, logrando expandirse a toda la República Mexicana, algunas ciudades de Estados Unidos y España. Conforme evolucionaba TSM se une a Televisión Independiente de México y se forma Televisión Vía Satélite mejor conocida como Televisa (15).

Y de ahí, surgieron otros telesistemas por satélite y cable, tales como Cablevisión, Univisión, Satelat, Televisine, Videovisa y la Empresa de Comunicaciones Orbitales (ECO). Esta última fundada en Miami, en 1986, por la necesidad de una agencia informativa para televisión con la finalidad de transmitir noticias las 24 horas del día y tener cobertura internacional (16).

Con la patente de González Camarena, tanto en México como en Estados Unidos comenzó el desarrollo de la televisión mexicana, y con ello el nacimiento de la mayor cadena de televisión nacional productora y distribuidora de entretenimiento e información, el hoy llamado Grupo Televisa.

13) Díaz, Pineda, Leticia, *Historia de la televisión mexicana*, Apuntes inéditos. Marzo, 1996.

14) Fernández, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*.

15) Autor anónimo, *El surgimiento de la televisión*, Apuntes de la asignatura "Desarrollo y régimen legal de los medios de comunicación II". Abril, 1996.

16) Autor anónimo, *Op cit*.

Este grupo televisivo es un conglomerado de medios de comunicación en español, con presencia en varios continentes y en decenas de países. Entre los servicios y productos que ofrece la compañía son: producción y transmisión de programas de televisión y radio, distribución de programas a todo el mundo, televisión por cable, publicación y distribución de revistas y discos, promoción de espectáculos deportivos y eventos especiales, producción y distribución de películas, servicios de doblaje y un portal horizontal (17).

“Televisa puso en Internet su primera versión de página electrónica en 1996, la cual se caracterizaba por difundir la imagen corporativa de la televisora, publicidad, poco entretenimiento e información sin organizar.

Después del primer intento, se reorganizó la información contenida en la página por áreas para el público en general, empresas e inversionistas. *televisa.com* siempre ha dedicado gran atención a la parte administrativa; es un sitio para los socios (18)”.

Sin embargo la presencia en la red trajo beneficios como el acercamiento con el público de la empresa y nuevos inversionistas, quienes exponen sus puntos de vista, los cuales han sido considerados para la creación del portal *esmas*. Es un sitio de entretenimiento desarrollado por Televisa, lanzado en el mes de abril de 2000, con una inversión de más de 80 millones de dólares para la infraestructura del proyecto. Su meta es crear una alternativa de comunicación para el mundo de habla hispana y un apoyo de la producción de los contenidos que genera el grupo televisivo.

El sitio <<http://www.esmas.com.mx>> es un portal vertical dedicado al entretenimiento, presenta noticias nacionales e internacionales, aborda acontecimientos de economía, deportes, espectáculos, ciencia, entre otros.

Características por tópico de esmas.com

Temas y secciones

Sus secciones iniciales son Noticias, Deportes, Negocios y Finanzas, Entretenimiento, Vida y Estilo, Internet y Tecnología, y Niños. Este sitio es un proyecto de expansión y análisis de nuestra cultura (19).

La información referente al mundo del espectáculo y los deportes tienen mayor importancia, pues son la mayor producción de la televisora. Para muchos usuarios el sitio es menos de lo que se espera de un portal de esta empresa ya que no cuenta con interactivos o multimedia atractivos para los internautas.

17) Televisa. *La empresa*. <<http://www.televisa.com/static/LaEmpresa.htm>>. Octubre, 2000.

18) Farias, Patricia. Subdirectora de Sistemas de Televisa, entrevista, 28 septiembre, 2000.

19) *Loc. cit.*



Imagen 4. esmas es un portal vertical que nació de la necesidad de un espacio de entretenimiento propio de Televisa.

Ligas de interés periodístico y servicios

Las ligas de interés son Noticias, Espectáculos, Niños, Vida, Clima, Tecnología y Encuestas. Los servicios que ofrece: correo electrónico gratuito, chat, búsqueda de información, foros de discusión, mensajes instantáneos y programas gratis.

Navegación

La navegación es ágil ya que un singular icono señala la existencia de alguna liga, orientando así al usuario en búsqueda de mayor información. El contenido es relevante, destaca la noticia más importante del momento. La actualización es notoria varias veces al día.

Jerarquización informativa

Usualmente, la nota principal de *esmas.com* cuenta con el encabezado y la entrada, es muy variable, puede ser una nota nacional o internacional, así como financiera, de deportes o espectáculos, o bien algún material especial de este sitio; el entretenimiento es el que rige la nota principal y el contenido de las secciones de esta página. La cobertura de la televisora es internacional así como la información para la *Web*. Los espectáculos, deportes, horóscopos, y la programación son destacados en esta página.

Seguimiento noticioso

Cuenta con poco seguimiento noticioso, cada día es renovada la página, en algunas ocasiones, una nota destacada es acompañada de encabezados relacionados; mismos que llevan a la nota completa.

Composición visual y publicidad

El diseño se caracteriza por los colores verde y azul y juega con la distribución de los espacios, muestra en primer plano lo más atractivo e interesante de la página. Existe publicidad en este sitio, misma que es renovada constantemente, aparece en la parte superior derecha y a los laterales de la misma.

Otro de los servicios de Televisa a través de la red es el sistema de televisión vía Internet, ya que a través del programa *Real Audio* se puede visualizar y escuchar la programación de "Eco", la única variante es que la señal llega de dos a tres minutos después del tiempo de transmisión y la imagen se hace un poco pesada ya que el movimiento de la acción es lento.

Televisa liberó en octubre de 2000 su más reciente sitio en la *Web* <<http://www.televisa.com>>, la cual sustituye a la inicial, este espacio tiene mayor apertura, ya que no sólo será para usuarios hispanos sino para cualquier persona del mundo, difunde aspectos corporativos, administrativos, planes publicitarios y la programación (20).

Sin duda esta nueva cara del corporativo Televisa muestra organización en su contenido, dando una presentación sencilla y ligera. La primera versión fue más que una página una plasta amarilla, desorganizada, con exceso de información y lenta apertura de las ligas.

20) *Idem*.

La información que actualmente maneja la televisora sigue siendo referente al corporativo. Agrupándola en tres *links* denominados “La empresa, programación y ventas”. La fábrica de sueños de este conglomerado lleva el entretenimiento a cientos de millones de usuarios no sólo por el medio tradicional sino ahora por la red. Lo cual es para los empresarios un amplio mercado internacional que sirve de medio para sus estrategias publicitarias, por ello Televisa difunde a la vista de todo futuro cliente información referente a tarifas, *rating*, plan comercial y eventos especiales.

Esta página no sólo dedica este espacio a información de la empresa y las ventas, ya también difunde la programación por semana, en un esquema atractivo integrando los cuatro canales 2, 4 5 y 9. Dentro de los datos de la televisora se hace hincapié al sitio *esmas*

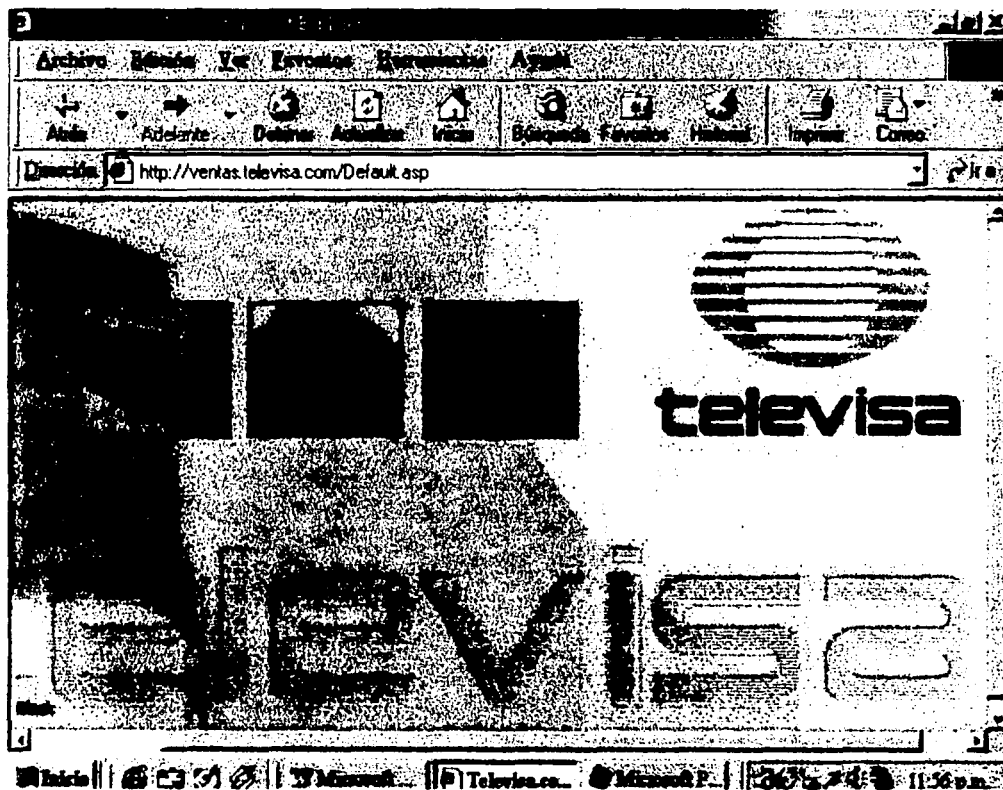


Imagen 5. El nuevo sitio de la fábrica de sueños es más ligera y explícita que la versión anterior que carecía de organización.

Lo que un periodista puede emplear de la página de Televisa son los datos históricos y la organización de la televisora. El sitio *esmas* difunde noticias y temas actuales nacionales e internacionales, en sus diversas secciones, sin ser una repetición de los programas televisivos.

De todo lo anterior se puede deducir que los medios de comunicación iniciaron con crear un sitio en Internet, en el que se mostraba la imagen corporativa y datos de la empresa, la cual ahora pretende ser un portal especializado.

Puede una página *Web* tener diversos recursos, servicios, atractivos y temáticas pero no superará o se comparará con los medios convencionales (radio, televisión y prensa) ya que hoy por hoy son y seguirán siendo los más recorridos por todo grupo social y aunque la red global es pública y rentable no es un medio al alcance de la sociedad en general.

La mayoría de los medios de comunicación no se desvían en sus sitios electrónicos de sus principios éticos y convencionales. Ya que destaca en un primer plano las noticias principales. La versión *online* de las empresas informativas reúnen las características de un medio convencional pero con mayores recursos y servicios.

Así también Internet brinda libertad de difusión y rompe con límites geográficos en la recepción. Para los periodistas es una herramienta informativa que es empleada para enriquecer sus notas y géneros periodísticos.

Es un medio alternativo que brinda información de poca difusión, ya que algunas dependencias gubernamentales, políticas y sociales ponen a la vista de los usuarios boletines o comunicados que en ocasiones son difíciles de conseguir.

El periodismo en Internet aún es novedoso y libre para los periodistas dedicados a la profesión, al igual que las páginas de la *Web* son atractivas para la mayoría de los usuarios, sin embargo para otros ya es un medio más de comunicación interpersonal, información y entretenimiento.

4.4 EL UNIVERSAL.COM, UN PERIÓDICO DIGITAL

La historia de El Universal comienza en 1888 al ser fundado por el Licenciado Rafael Reyes Spíndola. Económicamente el periódico no prosperó y Spíndola lo vendió a Ramón Prida, ya en manos de este último fue un órgano a favor de la política de Porfirio Díaz. Posteriormente pasó al español Eusebio Sánchez pero también fracasó (21).

21) Díaz Pineda, Leticia. *Historia de El Universal*. Apuntes inéditos. Septiembre, 1995.

Con características de la prensa actual se considera que El Universal se refundió el 1 de octubre de 1916 por Félix Fulgencio Palavicini. Este diario reevolucionó los periódicos capitalinos de aquella época al contratar los servicios de las agencias noticiosas y por enviar corresponsales al interior de la República y al extranjero, utilizando sistemas de telegrama para recibir la información de sus enviados (22).

Para febrero de 1922 surgió la primera edición vespertina, El Universal Gráfico, así como los suplementos El Universal Ilustrado y El Universal Taurino. Este diario es considerado dentro de la historia del periodismo mexicano como uno de los pioneros y de mayor circulación de la época contemporánea.

Después de 1969, El Universal cambió de Presidencia y Dirección General nombrando a Juan Francisco Ealy Ortiz, con lo que marcó una etapa de renovación y crecimiento tanto periodística como tecnológica. Casi después de una década de ser Ealy Ortiz el titular de este medio, decide sustituir la infraestructura de las salas de redacción y los talleres de impresión; las máquinas de escribir fueron relevadas por computadoras y las imprentas *offset* se cambiaron por el sistema *Harris*.

Con ello, el diario comenzó a incorporarse a la tecnología y como tal a evolucionar constantemente, con el fin de agilizar y tener una mayor producción tanto de materia prima; información, así como la cantidad de ejemplares.

Para junio de 1994, El Universal puso en función un sistema de paginación electrónica que representó la automatización total de la producción, sustituyendo así la formación manual por el programa *Hyphen*.

Tres meses después concluyó el sistema de comunicación satelital que permitió enlazar las oficinas centrales de los suplementos y ediciones especiales con las regionales para la transmisión de datos, textos, fotografías y voz, simplificando la comunicación con enviados y corresponsales (23).

Fue a mediados de 1995 cuando se inició el análisis sobre la posibilidad de publicar el periódico en Internet. La primera etapa de este proyecto consistió en optimizar el sistema de comunicaciones y de cómputo, así como diseñar un *software* que hiciera compatible el sistema de paginación con el lenguaje HTML (24).

A principios de 1996, se empezó a trabajar en un convenio de cooperación con la Universidad Nacional Autónoma de México que permitiera a través de una línea RDI o de fibra óptica, tener una conexión permanente con la red Internet.

22) El Universal, *Acerca de nosotros*. <<http://www.el-universal.com.mx/historia.html>>. Agosto 2000.

23) El Universal, *Op. cit.*

24) Catalán Ignacio, Editor electrónico de El Universal, entrevista, 27 julio, 2000.

El 26 de marzo de ese mismo año, el licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz y el entonces rector de la UNAM, José Sarukhán Kermez, firmaron un convenio de entrada de El Universal a Internet, con lo que inició una etapa de intercambio y trabajo conjunto entre ambas instituciones (25).

Una vez incorporado El Universal a la red se convirtió en un proveedor de servicios para los usuarios, ya que el 1 de abril de 1996 se presentó por primera vez los contenidos del diario para la consulta gratuita e inmediata de todos los internautas (26). Con este hecho se perfiló como el primer periódico con versión electrónica.



Imagen 3. El Universal fue el periódico pionero en México y también de los primeros de estar en la red.

25) El Universal, *Op. cit.*
 26) Catalán Ignacio, *Loc. cit.*

Características por tópico de El Universal.com

Temas y secciones

La versión digital de El Universal se haya en <<http://www.el-universal.com.mx>> donde se encuentran las secciones del material impreso tales como Primera Plana, Nación, Internacional, Ciudad, Estados, Finanzas, Deportes, Cultura, Espectáculos, Nuestro Mundo, Aviso Oportuno, Editoriales, Columnas y Cartones. Entre los suplementos se encuentran Computación y Tecnología, Bucareli 18, El Universal Gráfico, El Universo de la Computación, y Destinos.

Jeraquización informativa

El orden de la información de El Universal en línea se rige de acuerdo a la nota de ocho columnas, pero durante el día varía según el acontecer nacional, en ocasiones la nota principal es de inclinación internacional. La exhibición de notas por secciones se presenta en el siguiente orden: Ciudad, Estados, Internacional, Internacional, Deportes, Espectáculos, y Cultura, las cuatro primeras ocupan hasta seis encabezados y las restantes dos o tres.

Seguimiento noticioso

Este sitio cuenta con *links* de acontecimientos o casos especiales, donde el seguimiento informativo es constante, así como investigaciones y reportajes relacionados. Se puede consultar ediciones atrasadas del material impreso.

Ligas de interés periodístico

Como parte de las diversas ventajas que ofrece la Internet, este espacio cuenta con un archivo de ejemplares anteriores, mismos que pueden ser empleados por los usuarios con total libertad.

Servicios

En *el-universal.com* no sólo se publica la información generada cotidianamente, sino que también ofrece otros servicios, como correo electrónico gratuito, información importante de las principales instituciones políticas, financieras y de servicios (27).

Los servicios informativos que ofrece cotidianamente este sitio son: el programa "Hoy no circula", Reporte del Clima, Indicadores bursátiles; Cotización del dólar y las Bolsas de valores mexicana y neoyorquina, Tazas de interés y Encuestas.

27) *Idem.*

Navegación

El recorrido por el sitio es bueno ya que el mapa de navegación siempre visible permite al usuario introducirse a la información por secciones, dependiendo de sus intereses. La actualización es constante durante el día.

La página principal de la versión *online* de este diario mexicano se caracteriza por mostrar un despacho con las principales notas con que cuenta cada mesa de redacción por sección. La información es encabezada por lo más importante del día. Todas las ligas no son extensas lo que facilita la lectura.

Esta página reúne información principalmente nacional y dedica un breve espacio al acontecer mundial, dependiendo de la trascendencia de los hechos. Este periódico trabaja con los servicios noticiosos de las agencias AP, AFP, REUTER, EFE, ANSA, NOTIMEX y SUN. Son notas que conforman el ejemplar de 120 páginas en promedio.

Publicidad y composición visual

El material impreso de El Universal contiene diversos anuncios publicitarios, mientras que el sitio *Web* tiene poca publicidad. La composición visual es en algunos casos muy plana, ya que muestra sólo texto y un escaso gráfico. La presentación *online* es similar al periódico impreso.

El *Universal.com* además de mostrar una visión general del periodismo contribuye a la investigación periodística y de los usuarios al colocar en este sitio un buscador de ejemplares anteriores, pues pocos medios en la *Web* tienen este servicio.

Estamos en una etapa más libre de Internet, ya que con la nueva tecnología de programas se pueden ofrecer más y mejores servicios en la red, tal es el caso del periódico estadounidense *The Dallas Morning News* que emplea un sistema electrónico que permite unir la edición en papel con la *online*, ensanchando las opciones informativas de los lectores (28).

A partir el 1 de octubre de 2000, algunas notas publicadas en el periódico comenzaron a tener impreso un código de barras que al ser codificado por un lector electrónico conectado a una computadora enlazada a Internet, transporta automáticamente el contenido extra ubicado en la red.

28) Notimex. *The Dallas Morning News* primer diario electrónico. <<http://www.notimex.com.mx>>. Octubre 2000.

De esta forma *The Dallas Morning News* es el primer periódico convergente e interactivo al lanzar el medio impreso con el contenido audiovisual de la red, que puede ser actualizado durante el día si la información está en desarrollo. La tecnología que provee el enlace entre el diario y la red es un *software* conocido como lector *CueCat* desarrollado por la compañía Digital Convergence Corp (29).

Ello es un ejemplo del crecimiento de la prensa escrita en la Internet y sobre todo sin el temor de que sustituya a los diarios. Lo cual no sucederá ya que podrá bajar la demanda de ejemplares pero no de la misma manera los lectores convencionales ya que no todos los individuos tienen facilidad de conexión a la red, por lo cual para muchos un periódico es económico, accesible y práctico.

4.5 LA FLUIDEZ INFORMATIVA DE NOTIMEX EN LA WEB

La Agencia Mexicana de Noticias (Notimex) es la primera agencia de noticias latinoamericana, surgió en 1968 en la capital mexicana. Ofrece sus servicios a lo largo de nuestro país y otras regiones como Norteamérica, Centroamérica, el Caribe, Sudamérica y Europa, en donde también se ubican corresponsales que cubren el acontecer cotidiano (30).

Notimex ofrece sus servicios vía satélite e Internet, ésta última casi se ha igualado al primer tipo de distribución, con ello se demuestra que la red es una herramienta de apoyo en la actividad periodística, ya que agiliza y hace más atractivo el trabajo. En la recepción vía satélite las notas son textos simples, cabe mencionar que los satélites son la base receptora de este sistema mundial (31).

La evolución del sitio de la agencia ha tenido etapas marcadas. “A mediados de 1996 se colocó en línea su primera *home page* denominada Notinet, que surgió de la necesidad de incorporarse a las nuevas tecnologías y difundir su imagen dentro de este canal, lo anterior permitió que Notimex formara parte de los primeros sitios de Internet en nuestro país (32).”

Durante 1997 y hasta 1998 dicha página se mantuvo como un escaparate para la promoción de la nueva imagen de la Agencia y de los servicios informativos, en 1997 se lanzó el servicio de fotografía digital, mismo que ha tenido gran éxito en el mercado de la comunicación. En dicho espacio se daba poco énfasis al acontecer nacional y se destacaba el contenido latinoamericano, con escasos gráficos.

29) *Op cit.*

30) Notimex, *Avances y perspectivas del uso de Internet de Notimex*, Reporte interno. Agosto, 2000.

31) García Espinosa, *Loc. cit.*

32) Notimex, *Op. cit.*

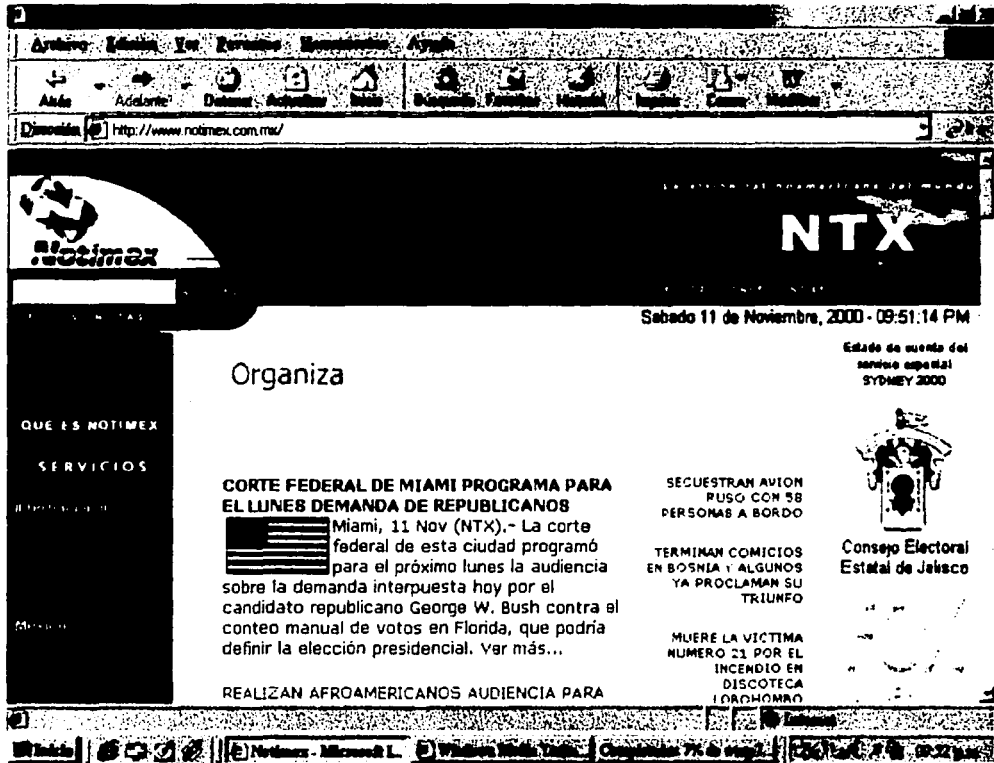


Imagen 2. El sitio Web de Notimex es una guía de las previsiones informativas útiles para los reporteros.

La primera versión de *notimex.com* surgió a principios de 1998. Inicialmente el segmento de mercado en el que se ofertó el servicio informativo y fotográfico de la agencia fue el impreso, es decir periódicos y revistas, sin embargo por su aceptación y demanda se ha diversificado agregándose a nuevos nichos como lo son los medios electrónicos, tales como radio, televisión, páginas electrónicas y portales (33).

En 1998, la agencia noticiosa amplió y diversificó el objetivo de su presencia en la red, ya que se dio mayor importancia a los usuarios de los medios hispanos. La cartera de clientes es básicamente nacional, a principios del año 2000 se contabilizaban 266 usuarios entre periódicos y revistas, en México 200 y el exterior 66, aunados a los clientes eventuales de Internet (34).

33) García Espinosa, *Loc. cit.*
 34) Notimex, *Op. cit.*

Notimex.com es un conjunto de páginas que le dan movilidad pero sin que se llegue a un portal y tampoco tiene esa intención, las agencias no pretenden ser un portal. La prioridad de Notimex son los suscriptores, por ello es un sitio dedicado y pensado en los periodistas (35).

En este sitio se conjuntan todos los servicios de la agencia, tales como fotografía digital, notas informativas, reportajes, crónicas, artículos, infografías y especiales, de acuerdo a diversos temas tanto ordinarios como eventos especiales.

“El esquema de funcionamiento de Notimex por Internet es básicamente como una puerta abierta a todo tipo de usuario donde investigadores y buscadores de información en todo el mundo cuentan con acceso gratuito a las notas más relevantes. Asimismo, existe un sector cerrado donde sólo tienen acceso los clientes y suscriptores de la agencia, quienes descargan la información para su uso específico de acuerdo con lo contratado (36).”

Características por tópico de Notimex.com

Temas y secciones

La agencia presenta en su sitio *Web* los antecedentes de la empresa y ligas a otros sitios de interés. La organización de la información se divide en cuatro principales bloques: nacional, internacional, economía y una sección de noticias automáticas. En internacional se encuentran noticias de América Latina, Norteamérica, Europa, Medio Oriente y Asia.

El espacio dedicado a la economía es una columna verde en donde se colocan noticias relacionadas con la Banca, Cotizaciones de las bolsas bursátiles, Cotización del dólar y el euro, Economía por regiones, Negocios, Comercio, Telecomunicaciones, Noticias de la red, Medios en el mundo y Medio ambiente.

El material gráfico de la sección de fotografía digital es un servicio extemporáneo, ya que las fotos de algunos eventos y acontecimientos de temprana hora son lanzadas a la red al finalizar la jornada, lo que impide que sean empleados por la mayoría de los suscriptores y clientes.

Ligas de interés periodístico

Las *links* que son visitadas con mayor frecuencia por los profesionales de la comunicación son la Internacional y la Nacional, ya que en ambas se muestra un panorama general del acontecer diario, y tiene previsiones y adelantos noticiosos útiles para que los periodistas estén al día con la información.

35) García Espinosa, *Idem*.

36) *Idem*.

Jerarquización informativa

Notimex maneja en su página una nota principal que se rige por la trascendencia del momento, puede ser nacional o internacional, regularmente es acompañada de alguna nota relacionada o bien por una segunda noticia, aparece en la parte superior del sitio, aunque como medio latinoamericano, le da prioridad al acontecer nacional y latino.

Seguimiento noticioso

Al ser un medio informativo, la agencia le da cobertura a eventos especiales, mismos que son difundidos en su sitio *Web*, al igual que infografías, gráficos y paquetes informativos semanales, investigaciones especiales de acontecimientos polémicos y de repercusión mundial.

Servicios

La presentación electrónica de la agencia está en <<http://www.notimex.com.mx>>, en donde se ofrecen los servicios: Información Nacional e Internacional, los cuales a su vez se clasifican en Información General, Economía y Finanzas, Deportes, Ciencia, Cultura y Espectáculos. Además el Reporte del clima, Artículos de opinión, Reportajes, Información de Universidades, Traducciones al inglés, Fotografía digital y Búsqueda de notas y fotos.

La actualización de la página es cada instante, al momento de tener la nota es transmitida al sistema *Azimet* (es el servicio de noticias vía satélite) e Internet. Se manejan notas previas o adelantos que son sustituidos por la ampliación correspondiente. Durante las 24 horas es evidente la reciente información nacional e internacional.

Navegación

La navegación es buena y atractiva pues no sólo es de acceso exclusivo para suscriptores sino para todo usuario. Las noticias más relevantes aparecen en la portada de manera gratuita.

Publicidad

El sitio de Notimex no difunde publicidad, sólo tiene un anuncio permanente a una página de entretenimiento, en donde emplean información de la agencia. Existen algunos iconos en portada pero sólo promocionan a Pemex, la SEP, al pugilista "El Terrible Morales" y algún acontecimiento actual.

Composición visual

La distribución de la información comienza con una nota principal nacional e internacional, que por lo regular coincide con la nota de ocho columnas que manejan los diarios locales, esta nota va acompañada de tres a cuatro encabezados de las noticias más relevantes, estos son un pase a la nota completa, con ello se agiliza la visualización de la información. El diseño visual de Notimex.com es institucional, ya que al introducirse a cada nota gratuita aparece el mismo margen característico de la agencia.

“El sitio de esta agencia de noticias funciona como un canal de distribución en dos sectores, lo que permite abrir nuevos mercados y crecer en espacios que no han considerado, además de implicar y ampliar la posibilidad de realizar más y nuevos negocios, aunado a un crecimiento mundial (37).”

De los portales usuarios de Notimex destacan *Yupi, Sports Ya!, Univisión on line, El sitio, Esmas, Terra, Adnet, Yahoo, To2, TIMSN, Starmedia, Uol, Alo, CCN en español, y America on line*. Se estima que con Internet los clientes incrementaron un 100 %.

Notimex.com no sólo ha beneficiado a la empresa sino que también a los suscriptores, ya que la distribución de sus servicios por la red permite que los medios de escasos recursos, principalmente regionales, y clientes eventuales tengan con oportunidad alguna contratación a tarifas accesibles, es decir se puede contratar algún servicio por unidades, sin tener que adquirir los paquetes informativos o fotográficos (38).

En la actualidad se conserva el origen de agencia noticiosa latinoamericana, se trata de integrar gráficos e infografías durante todo el día logrando así una página atractiva de interés periodístico, ya que se trata de exhibir notas previas al suceso que después son sustituidas por los hechos, es decir la noticia.

Mismos recursos que son empleados por los suscriptores y clientes de Notimex, quienes incluso prefieren seleccionar y extraer de la red mundial los trabajos periodísticos de la agencia, dejando a un lado el servicio tradicional, que se transfiere via satélite (39).

Notimex ha ido integrando nuevos criterios y elementos para su página electrónica, tratando siempre de ser un sitio que oriente al periodista y a todo usuario del acontecer diario y constante. Actualmente tiene varios proyectos para lanzarse a la red, tales como integrar recursos multimedia, es decir textos, imagen (fotografía y video), sonido y animaciones.

37) *Ibidem*

38) Notimex, *Op. cit.*

39) García Espinosa, *Loc. cit.*

El cuerpo de reporteros locales de la agencia mexicana no usa la red como fuente de información cotidiana, ya que ellos buscan fuentes oficiales y confiables que puedan ampliar la información, y cuando se trata de algún reportaje o cobertura especial recurren a Internet, como una herramienta de su trabajo, más no como su único recurso (40).

De acuerdo con las declaraciones del coordinador de la Edición de Internet de Notimex, la agencia pretende seguir con el lanzamiento de revistas semanales por temas, entre las cuales ya existen: "Paquete hispano", refleja el acontecer de los hispanos. "Paquete económico", integra contenido bursátil, financiero y política económica y el "Paquete informático" que reúne noticias relacionadas con la informática y las telecomunicaciones.

Se lanzarán próximamente "Medios en el mundo" y una revista dedicada a la ciencia, cultura y espectáculos. Así también pretende consolidar el proyecto de difundir en este sitio imagen y audio que produce la agencia, estos dos servicios son pocos conocidos por el público en general y con su integración a la red se les daría mayor apertura.

La presencia de la agencia mexicana en la *Web* es útil para el trabajo informativo de los periodistas, pues muestra un panorama al momento de lo que pasa en todo el mundo, en algunas ocasiones es un parámetro para otros medios de lo más relevante del momento.

Las agencias informativas que habitan en la red y que tienen el mayor número de visitantes diariamente son Notimex, Reuters, AP y Detrás de la noticia de Ricardo Rocha, según una nota publicada en el Diario Milenio (el 29 de noviembre de 2000, página 36).

Por otro lado, actualmente algunos medios impresos con versión *online* no sólo difunden su trabajo por este canal, sino que fungen como agencias noticiosas que proveen de información a medios tradicionales y principalmente a las páginas electrónicas y portales, ejemplo de ello son las notas de la revista Proceso que aparecen en diversos sitios mexicanos.

40) *Idem.*

FUENTES DE LAS IMÁGENES:

- 1) Tomada de Monitor. <<http://celular.monitor.com.mx>>. Septiembre 2000.
- 2) Tomada de la Agencia Mexicana de Noticias. <<http://www.notimex.com.mx>>. Noviembre 2000.
- 3) Tomada de El Universal. <<http://www.el-universal.com.mx>>. Octubre 2000.
- 4) Tomada del sitio *esmas*. <<http://www.esmas.com>>. Septiembre 2000.
- 5) Tomada de Televisa. <<http://www.televisa.com>>. Octubre 2000.

CONCLUSIONES GENERALES

CONCLUSIONES GENERALES

Hace más de tres décadas surgió ARPANET; inició con objetivos a favor de la milicia. El desarrollo de los protocolos unificó la información de la red, mismo que benefició al mundo entero. Este sistema funciona a través de segmentación de datos, lo que permite que los datos lleguen por diversas rutas, logrando el libre flujo de información entre los usuarios.

Los satélites tienen un papel sumamente importante y de gran vitalidad dentro del funcionamiento de esta red, ejemplo de ello queda reflejado con el incidente ocurrido en agosto del año 2000, cuando el satélite Solidaridad I afectó la transmisión de empresas extranjeras, medios de comunicación, empresas de telecomunicaciones y servicios de radiolocalización, entre otros, ocasionando gran incomunicación y paralización de actividades sociales y las telecomunicaciones en gran parte de la sociedad mexicana y foránea.

Internet es un medio libre de difusión en donde casi no existe la censura, pero sí el castigo apegado a la ley. De gran alcance y reunión de diversos sectores, no sólo de nivel local y nacional sino mundial, la única limitación es en algunos casos el idioma, pero muchas páginas cuentan con la opción de la presentación de su contenido en dos o más lenguas.

La red global es un medio alternativo que permite la libre difusión e interactividad, ya que rompe con protocolos, así también este sistema informático sigue siendo novedoso y atractivo para los profesionales de la comunicación que buscan un espacio libre para presentar su trabajo, sin pertenecer a una empresa informativa, es decir en los sitios *Web* no es totalitario el interés comercial, publicitario y la censura.

En estos sitios se encuentra todo tipo de información, hasta el tema menos esperado o con poca bibliografía, pues Internet reúne un inmenso catálogo de temas, la mayoría de estas páginas son documentales ilustrados e interactivos que abarcan historia, novedades, adelantos tecnológicos, exclusivas intelectuales, noticias, artículos y resultados de investigaciones y juegos.

Debido al bajo costo en la red, se ha convertido en un recurso práctico rápido y divertido; además tiene la ventaja de que se puede recorrer grandes distancias en pocos minutos, haciendo de esta manera que la comunicación con terceros sea más práctica y efectiva.

A veces los avances tecnológicos modifican el entorno de la vida de todo ser humano. Hoy en día es más notorio entre las personas emplear con mayor frecuencia en su léxico los términos técnicos propios de la red, como lo son red, *default*, *e-mail*, *software*, virtual, conexión, dirección electrónica, vínculo, *chat*, navegar, portal, ciberespacio, por mencionar algunos.

La profesión periodística se ha desarrollado junto a la tecnología. Internet ha renovado y apoyado a la comunicación entre la sociedad y la labor periodística. Uno de los cambios para los periodistas *online* es recibir los comentarios, preguntas y sugerencias por parte de los lectores o usuarios, los cuales son útiles para su trabajo, ya que el *e-mail* del reportero está a la vista del público o bien algún buzón.

Algunos periodistas al trabajar para una página electrónica de algún medio de comunicación realizan dos tipos de notas o géneros, ya que para Internet se redactan notas breves.

No toda nota informativa o noticia que se transmite por Internet es veraz pues así como en los medios existe la manipulación de información o bien las notas tendenciosas o favoritarias, también no todo el que escribe o lanza noticias en un sitio *Web* es un periodista o comunicólogo ya que es un medio libre en donde sus emisores son el público en general.

Algunas personas denominan a Internet como la red de redes, que une a otras de menor tamaño. Es un gran sistema mundial de ordenadores interconectados, tanto de tipo personal, local y grandes telemáticas que permiten el intercambio de información multimedia, considerándola como la red suprema, de mayor potencial y recursos que los comparte con otras máquinas.

Este sistema informático jerarquiza su información al igual que los medios de comunicación, es decir por la nota de ocho columnas. La red es un medio utilizado para difundir noticias con intenciones de competencia, pero también es un instrumento de apoyo para los diarios y los medios electrónicos a quienes puede proporcionar texto, voz e imagen, y por lo tanto para el personal que labora en los mismos.

Se ha convertido en un medio al que se recurre para encontrar información rápida, fácilmente, y en ocasiones de forma exclusiva. Internet ha permitido que se abran nuevos nichos de mercado y permite realizar ahorro en instalaciones, compra de antenas y de equipos receptores y llega a ciertas regiones a las cuales no se podría acceder vía satélite por razones técnicas o económicas.

Al ser usado como un medio alternativo de distribución de información, presenta una ventaja adicional al sistema satelital, ya que nos permite dirigir la información en segmentos de acuerdo a las necesidades del mercado. Lo anterior significa que las posibilidades de crecimiento tanto de usuarios como de clientes, así como las oportunidades de comercialización, son en gran medida atractivas e

importantes con el uso de la red, por lo que es indispensable contar con la infraestructura y organización necesaria que responda a este reto.

Desde los primeros pasos de los medios electrónicos han sido sometidos a reglas gubernamentales. Ahora bien, Internet ha revolucionado con un sistema que permite una forma libre de difundir el periodismo ya que en él se puede reunir recursos de los medios de comunicación y sobre todo libertad de publicación.

El libre acceso desde cualquier punto del mundo, la publicación, la integración de diversos recursos visuales y audiovisuales, sin control estricto y censura, libre manejo de temas, rentabilidad accesible, la participación versátil sin monopolios y el rompimiento de barreras de antemano ya conocidas, son las principales características de este gran sistema informático.

Con respecto a los monopolios, Internet rompe con ello ya que en este medio son varias familias, grupos e individuos que experimentan y se aventuran a invertir e innovar en la red.

La Internet es sin duda un fenómeno tecnológico que marcará a ésta y otras generaciones en cuanto al acceso y cantidad de información que puede manejar la gente. Además los medios de comunicación no cuentan con un elemento característico de Internet: la interactividad.

Es este elemento el que marca la diferencia entre hacer y pensar. Si los medios son extensiones de nuestros sentidos como dijera Marshall McLuhan en su teoría mediática, entonces en la Internet no sólo un invento tecnológico sino una herramienta que ayuda al ser humano a aprender, inventar e investigar.

La Internet es un medio-herramienta que debe cumplir con las necesidades humanas de crecimiento y desarrollo intelectuales y espirituales. Son las páginas *Web* las hojas del nuevo libro que guarda la historia del conocimiento, y son las páginas noticiosas las que, al igual que los periódicos y otros formatos informativos, construyen nuestra percepción de la realidad y con ello nuestra percepción de nosotros mismos. No podemos exigir de un medio la imparcialidad absoluta más sí una aproximación que nos permita formar un juicio sobre la realidad que nos circunda.

Internet es un medio digital de difusión con elementos y recursos de los medios de comunicación (radio, televisión y prensa escrita) con múltiples servicios y características. Es una herramienta de la labor periodística y en la comunicación interpersonal, es un sistema mundial que permite conectar a los usuarios de distintos lugares del mundo y simultáneamente.

Este sistema universal es una fuente informativa para algunos periodistas puesto que algunos sitios gubernamentales, políticos y sociales ponen a la vista del

usuario sus boletines de prensa o bien información que por lo regular llegaba a pocas manos o reporteros.

Esta investigación partió de la idea que los sitios electrónicos de los medios de comunicación son espacios alternativos en la difusión del trabajo informativo del periodista, lo cual resultó ser cierto, es una opción de gran alcance y de libre publicación y es casi inusual el ejercicio de la censura. Se comprende por periodismo libre como aquel ejercicio profesional que no pertenece a alguna empresa editorial o de comunicación. Para los medios de comunicación y para algunos usuarios es un medio más de información que proporciona servicios adicionales.

Así mismo, esta tesis aporta un método para analizar los elementos y contenidos de las páginas de Internet. El modelo *ex profeso* fue nombrado "Modelo histórico-analítico" y comprende dos pilares: el primero, reúne de manera sucinta la historia de cada caso estudiado, y el segundo, abarca los elementos cualitativos que integran cada sitio y sus respectivas ligas o *links*. Este modelo muestra un panorama general de la evolución de cada sitio *Web* y un esquema de sus contenidos.

El sitio *Web* de Monitor ha propiciado ampliar su audiencia tanto nacional como internacional, es una fuente informativa de los usuarios y el gremio periodístico.

Notimex ofrece un escaparate de las notas que genera su equipo de reporteros y corresponsales, en donde interviene la comercialización de sus servicios informativos, el sitio de la agencia es un gancho de expansión comercial, aunque las noticias del momento tienen libre acceso.

Las páginas electrónicas de los periódicos son un respaldo y extensión de su información, como el caso de El Universal en línea que muestra gratuitamente la edición impresa del día así como ediciones anteriores y noticias del momento.

Mientras, otros sitios son empleados para el entretenimiento de los usuarios, como la página de Televisa, donde también dedican un apartado para la información de relevancia, útil para los periodistas.

Los sitios electrónicos de los medios de comunicación pretenden ofrecer la información y las noticias en tiempo real, con texto, sonido e imagen, aunque en ocasiones la tecnología no lo permite.

Por consiguiente, los sitios y las versiones en línea de los medios de comunicación no son considerados espacios fundamentales en sus estrategias publicitarias a pesar de los cientos o miles de usuarios y profesionales de la comunicación que visitan los mismos.

El propósito prioritario de las empresas de la comunicación en la Internet es reforzar su información impresa, visual o sonora con los contenidos que lanzan a la

Web. Sin embargo, existen páginas de firmas de prestigio y otras innovadoras que exhiben sus productos y servicios, por lo tanto la publicidad y la comercialización de sus servicios son recursos básicos.

Los medios de comunicación no manejan páginas electrónicas, sino sitios en donde plasman sus recursos informativos y algunos de ellos son portales, es decir sitios especializados que además de ser noticiosos ofrecen otros servicios.

Esos otros servicios son empleados también por los periodistas, ya que algunos de ellos recurren a los recursos virtuales para obtener información, tales como el correo electrónico, *chat*, foros de noticias y debates, y los buscadores de contenidos. Es importante enfatizar que la Internet es un medio de difusión, una herramienta en la actividad periodística, y una fuente informativa.

Actualmente es más común ver la incursión de los periódicos digitales en la red; la WWW es un sistema que conjunta a distintas empresas de la comunicación e informativas, nacionales e internacionales. Así mismo economiza recursos y por ello los medios de comunicación se ven obligados a incorporarse a la tecnología informática, experimentando así la apertura hacia la Internet, misma que resulta un apoyo o bien un medio alternativo de difusión, con tendencia a un medio de comunicación.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

Baena Paz, Guillermina, *Géneros periodísticos*, México, Ed. Pax, 1990, 212 pp.

Carballar Falcón, José Antonio, *Internet. El mundo en sus manos*, España, RA-MA, 1995, 372 pp.

Cerf, Vinton y Kahn Robert, *A protocol for packet network interconnection*, Estados Unidos, vol. COM-22, mayo de 1994, 147 pp.

Fernández, Fatima, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Ed. Juan Pablos, 1982.

Ferreya, C. Gonzalo, *Internet paso a paso: Hacia la autopista de la información*, México, Alfaomega, 1996, 432 pp.

Gralla, Preston, *Cómo funciona Internet*, Madrid, Prentice Hall, 1996, 180 pp.

Martín Vivaldi, Gonzalo, *Géneros periodísticos*, Madrid, Paraninfo, 1974, 362 pp.

Memoria 1998 de la Universidad Nacional Autónoma de México, Publicada por la Dirección General de Estadística y Sistemas de Información Institucional de la UNAM (DGESII), México, 1999.

Morales Gómez, Daniel, *La educación y desarrollo dependiente en América Latina*, 311 pp.

Morales Sánchez, Eduardo, *Internet. Guía práctica*, México, Ed. Verdad y Vida, 1998, 56 pp.

Ramonet, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Ed. Debate, 1998, 280 pp.

Wyatt Allen, L, *La magia de Internet*, México, McGraw-Hill, 1995, 457 pp.

HEMEROGRAFÍA

Becerra, Pozas J. Luis, *Proveen servicios de Internet gratuito para toda Latinoamérica*, *El Universal*, México, 21 de febrero de 1999, p. 14, Suplemento El Universo de la Computación.

Díaz, Pineda Leticia, *Historia de El Universal*, Apuntes inéditos, Septiembre, 1995.

- Díaz, Pineda Leticia, *Historia de la televisión mexicana*, Apuntes inéditos, Marzo, 1996.
- Link, *La guía para navegar por Internet*, Editorial Sayrols, Mensual, México, No. 40, setiembre de 1999, 48 pp.
- Link, *La guía para navegar por Internet*, Editorial Sayrols, Mensual, México, No. 44, enero de 2000, 48 pp.
- López, Martínez Baltazar, *La caja negra de Internet*, La Jornada, México, No. 80, 24 de agosto de 1999, Suplemento Virtualia.
- Matuk, Javier. *Historia de los boletines electrónicos en México*, RV Cómputo. Edición especial, 1998, p. 143-144.
- Medina, Viedas Jorge, *El periodismo en los tiempos de la Internet*, Resumen de una conferencia, México, Mayo, 2000.
- Notimex, *Avances y perspectivas del uso de Internet de Notimex*, Reporte interno, Agosto, 2000.
- Olmos, Alejandro, *La radio y la TV en la transición mexicana*, El Universal, Suplemento Bucareli Ocho, Domingo, México, 21 de septiembre de 1997, pp. 4-6.
- RV Cómputo, *Celebración de los 40 años de cómputo en México*, Edición Especial, México, 1998, 144 pp.
- Tejada, Galindo Juan, *Introducción a Internet*, Apuntes inéditos, Mayo, 1999.
- Vía Logos, *EPESA, 1944-1999*, México, Boletín del Campo Virtual de la UNAM, No. 4, 1999, 30 pp.
- Valdiosera, R. Cuauhtémoc, Portales, cara y fondo, No. 5, Agosto de 2000, p. 60-61. Suplemento D7 Tecnología.
- Ventura, Medina Najú, *Anatomía de Internet*, La Jornada, Suplemento Virtualia, Martes, México, No. 80, 24 de agosto de 1999.
- Autor anónimo, *El surgimiento de la radio*, Apuntes de la asignatura "Desarrollo y régimen legal de los medios de comunicación II", Abril, 1996.

FUENTES VIVAS

Catalán, Ignacio, Editor electrónico de El Universal, entrevista, México, 27 de julio de 2000.

Farías, Patricia, Subdirectora de Sistemas de Televisa, entrevista, México, 20 de septiembre de 2000.

García, de los Monteros Guillermo, Editor de la página *Web* de Notimex, entrevista, México, 27 de junio y 4 de julio de 2000.

Tritón (García, Santacruz Fernando), Caricaturista, entrevista, México, 12 de junio de 2000.

Gómez, Herrera Alfonso, Director de Internet de Infored, entrevista, México, 30 de agosto de 2000.

Tejada, Galindo Juan, Ingeniero en Informática, entrevista, México, 25 de mayo de 1999 y 15 de junio de 2000.

OTRAS FUENTES

Bullón, Piedad. Algo está cambiando. <<http://www.saladeprensa.org.es>>. Mayo 2000.

Centro de Información de Red UNAM. *Historia de Red UNAM*. <<http://www.nic.unam.mx/redunam/historia.html>>. Septiembre 1999.

Centro de información de Red UNAM. *Red UNAM Servicios*. <<http://www.nic.unam.mx/redunam/servicios.html>>. Septiembre 1999.

El Universal. *Acerca de nosotros*. <<http://www.el-universal.com.mx/historia.html>>. Agosto 2000.

ICNET. *Internet*. <<http://www.icnet.es/esp/arcamiembro/cursoint/cint/redinter.htm>>. Marzo 2000.

ILCE. <<http://www.ilce.edu.mx/ilce>>. Marzo 2000.

Infored. *Bienvenido a Infored*. <<http://www.infored.com.mx/frames.html>>, Septiembre 2000.

Leiner, Barry et al. *Historia de Internet*. <<http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html>>. Septiembre 1999.

Marqu ez, Coria Joaquín. *Artículo sobre Internet*.

<<http://www.geocities.com/siliconvalley/nay/6191/index.htm>>. Abril 2000.

Medios de comunicación.

<http://serpiente.dgsca.unam.mx/temas/Medios_Comunicaci n>. Marzo 2000.

Medios informativos. <<http://www.spersa.com.mx/internet/radio/radios.htm>>. Marzo 2000.

México Radio TV Listas. <<http://www.mexicoradiotv.com>>. Abril 2000.

Mundo Latino. <<http://www.mundolatino.com/mediosdecomunicaci n/mdcmex02.htm>>. Abril 2000.

Museo Virtual de Cómputo-UNAM. *Historia del cómputo en la UNAM*.

<<http://www.museovirtual.unam.mx/DGSCA/cronoDGSCA.html>>. Septiembre 1999.

Notimex. *The Dallas Morning News primer diario electrónico*.

<<http://www.notimex.com.mx>>. Octubre 2000.

Productos Interactivos (DGSCA-UNAM). *Historia de Internet*. Enero 2000.

<<http://entren.dgsca.unam.mx/internet/historia/57.html>>

<<http://entren.dgsca.unam.mx/internet/internet/histim60-70.html>>

<<http://entren.dgsca.unam.mx/internet/internet/histim87.html>>

<<http://entren.dgsca.unam.mx/internet/internet/histim91.html>>

<<http://entren.dgsca.unam.mx/internet/internet/histim97.html>>

Radio Cable. <<http://www.xpres.es/radiocable>>. Abril 2000.

Radio y Televisión en Internet. <<http://www.spersa.com.mx/internet/radio.htm>>. Abril 2000.

Televisa. *La empresa*. <<http://www.Televisa.com/static/LaEmpresa.htm>>. Octubre 2000.

FUENTES DE LAS IMAGENES

Agencia Mexicana de Noticias. <<http://www.notimex.com.mx>>. Noviembre 2000.

America Online. <<http://www.americaonline.com/>>. Julio 2000.

Banco de México. <<http://www.banxico.com.mx>>. Octubre 2000.

Centro de Investigación de REDUNAM.

<<http://www.nic.unam.mx/redunam/historia.html>>. Abril 2000.

CNI40. <<http://www.cni40.com.mx>>. Noviembre 2000.

Colage alusivo a la publicidad, imágenes tomadas de varios sitios Web. Mayo 2000.

Colage de revistas y periódicos mexicanos. Imágenes tomadas de varios sitios Web. Octubre 2000.

Detrás de la noticia. <<http://www.rocha-detrasdelanoticia.com>>. Noviembre 2000.

Gratis1. <<http://www.gratis1.com.mx>>. Mayo 2000.

El Universal. <<http://www.el-universal.com.mx>>. Octubre 2000.

esmas. <<http://www.esmas.com>>. Septiembre 2000.

Historia de los satélites. <<http://www.geocities.com/Area51/zone/9483>>.

Marzo 2000.

Monitor. <<http://celular.monitor.com.mx>>. Septiembre 2000.

Productos de ACER. <<http://www.acer.com.mx/productos.htm>>. Abril 2000.

Productos TOSHIBA. <<http://www.toshiba.com.mx/productos/productos.html>>.

Abril 2000.

SPIN. <<http://www.spin.com.mx>>. Junio 2000.

SUN Microsystems. <<http://www.sun.com/servers>>. Abril 2000.

Televisa. <<http://www.televisa.com>>. Octubre 2000.

UIB. "Vinton Cerf Doctor Honoris causa por la UIB".

<<http://www.ubi.es/seccl/honoris/vcerf/html>>. Marzo 2000.

UNAM. <<http://www.unam.mx>>. Abril 2000.
