



UNIVERSIDAD INSURGENTES

---

---

PLANTEL TLALPAN

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO CON  
INCORPORACIÓN A LA U.N.A.M. CLAVE 936603607

La noticia impresa y la noticia electrónica  
Del periódico *Reforma*

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

P R E S E N T A

CLAUDIA PÉREZ FLORES

DIRECTOR DE TESIS: MTRA. MARIA DEL CARMEN MUÑIZ RANGEL

MÉXICO, D.F.

2005



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.

## AGRADECIMIENTOS

La vida que Dios nos da es maravillosa porque nos permite conocer, experimentar, explorar, crear, iniciar y terminar proyectos que marcan el fin y el inicio de nuevas aventuras que más allá de convertirse en trabajo, se transforman en aprendizaje de crecimiento humano y profesional siempre con la convicción de ser mejores cada día en el ámbito personal y social.

Es por eso que al concluir este trabajo, me siento feliz no sólo por haber cerrado una etapa de mi vida, sino por los gratos recuerdos y la dicha de saber que cuento con el apoyo de valiosas personas que constituyen parte fundamental en la elaboración de esta investigación. Por lo anterior, agradezco el cariño de mis padres Guillermina y Rubén por su apoyo incondicional, su optimismo y su ánimo que día a día me transmiten, a mis hermanas Ale y Bety y a mis cuñados, por darme la confianza y la seguridad en mis decisiones; a mis sobrinos Erick y Daniela por su alegría, energía e inteligencia con la que me han puesto ha “temblar” en varias ocasiones. Por su comprensión, cariño y amabilidad, agradezco a la familia García Paredes, en especial a Edson Enrique a quien adoro y quien me ayudó día a día de manera incondicional a plasmar con amor cada letra del contenido de esta tesis.

En el ámbito académico, dedico este proyecto, a todos mis profesores de carrera y a mis compañeros de generación con quienes creamos grandes proyectos estudiantiles que hemos llevado a la práctica en el campo laboral. De la misma manera, es para mi un honor saber que existen mentes brillantes que transmiten sus conocimientos a jóvenes que como yo buscan concretar sus ideales; es por eso que tanto por las entrevistas concedidas como por las recomendaciones a este trabajo y por el inicio de una nueva amistad, mil gracias a la Maestra María del Carmen Muñiz Rangel, Coordinadora de la Carrera de Comunicación de la Universidad Insurgentes Plantel Tlalpan, al Dr. Raúl Trejo Delarbre, Investigador Titular en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM y Profesor en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, al Dr. en Comunicación Jorge Alberto Lizama Mendoza, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, al Dr. Enrique Daltabuit Godas, Investigador Titular C de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la UNAM, al periodista

Antulio Sánchez, autor del libro *La Era de los Efectos de Internet* y colaborador de la revista *etcétera*, a la Dra. Guillermina Maria Eugenia Baena Paz, Coordinadora del Seminarios de Estudios Prospectivos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, a todos ellos, por compartir parte de su valioso tiempo.

En el área laboral agradezco a todos los integrantes que conforman el Petit Comité, el Comité Ejecutivo y el Staff de la Sociedad de Instrumentistas de América, Sección México, A.C. ISA (por sus siglas en inglés), por brindarme el tiempo para realizar este proyecto y por compartir su profesionalismo y sobre todo, por su amistad.

Finalmente y no menos importante, esta investigación la dedico a futuras generaciones de periodistas y comunicólogos a quienes seguramente este trabajo les resultará una fuente interesante de investigación.

Dios, gracias por estar conmigo.

Claudia Pérez Flores

Octubre 2005

# Í N D I C E

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
--------------------------	----------

## **CAPÍTULO 1. LA GLOBALIZACIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO**

1.1 La Globalización ¿Qué es?.....	5
1.2 La Globalización en México.....	11
1.3 La Década de los Ochenta y el Neoliberalismo.....	16
1.4 Gestión de Carlos Salinas de Gortari 1988-1994.....	20
1.5 Gestión de Ernesto Zedillo Ponce de León 1994-2000.....	24
1.6 Gestión de Vicente Fox Quesada 2000-2005.....	30

## **CAPÍTULO 2. ¿QUÉ ES INTERNET?**

2.1 El Inicio de la Internet y los Avances Tecnológicos.....	36
2.2 La Internet en México.....	40
2.3 Servicios de Información al Navegar en la Red.....	46
2.3.1 Los Cibercafés.....	47
2.3.2 El Chat y las Comunidades Virtuales.....	51
2.3.3 El Correo Electrónico e-mail.....	53
2.3.4 Los Hackers Detrás de los Virus Informáticos .....	56
2.3.5 El Comercio Electrónico E-commerce .....	58
2.3.6 La Pornografía en Internet.....	63

### **CAPÍTULO 3. EL PERIODISMO ELECTRÓNICO EN MÉXICO**

3.1 El Periodismo Electrónico ¿Qué es? Orígenes y Definición.....	68
3.2 El Periodista Electrónico Habilidades y Competencias.....	71
3.3 Principales Periódicos que Incorporan la Web a su Servicio.....	79
3.4 El Periodismo Impreso y Electrónico en el Periódico <i>Reforma</i> .....	87

### **CAPÍTULO 4. MARCO TEÓRICO, LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA POR MIGUEL RODRIGO ALSINA Y LOS TRES ELEMENTOS DEL MENSAJE COMUNICATIVO**

4.1.1 Construcción de la Noticia.....	102
4.1.2 La Circulación de la Noticia.....	106
4.1.3 El Consumo de la Noticia.....	107
4.2 Análisis de la Noticia de Acuerdo a la Teoría de Alsina en la Edición Impresa y Electrónica de <i>Reforma</i> .....	111

### **CAPÍTULO 5. EJERCICIO PROSPECTIVO**

5.1 Escenario Deseable.....	124
5.1.2 Escenario Real.....	126
5.1.3 Escenario Catastrófico.....	128
5.2 Ejercicio Mini Delphi.....	129

<b>CONCLUSIONES</b> .....	136
---------------------------	-----

<b>FUENTES DE CONSULTA</b> .....	142
----------------------------------	-----

## INTRODUCCIÓN

La revolución tecnológica nos atrapa con las diversas innovaciones que se incorporan en nuestro alrededor. Ya sea en una tienda de autoservicio, en el Banco, la escuela, en las oficinas y en otros núcleos, la tecnología se percibe en el ambiente como parte inseparable de nuestra vida, y va más allá de lo que hace más de quince años imaginamos.

Por lo anterior, esta investigación surge a raíz de dos inquietudes, la primera por el interés de estudiar el fenómeno de la Internet que está revolucionando el comportamiento de las personas en el mundo; y el segundo, por la importancia de gestar una cultura tecnológica que redunde en un beneficio individual y social.

Tomando como base dicha filosofía, el presente trabajo tiene como objetivo primario y principal, hacer una proyección hacia el futuro del impacto del periódico digital en la sociedad mexicana, lo cual nos permite visualizar nuestro contexto inmerso en la tecnología de Internet de una manera propositiva y proactiva, con el fin de crear una sociedad hábil, capaz de utilizar Internet en un mundo global, no sólo como un medio de comunicación sino como una herramienta de uso múltiple.

Como punto de partida, en nuestro primer capítulo *La Globalización y el Desarrollo Tecnológico*, se define el concepto de la globalización como un término inmerso y detonante en nuestros días, generador de un sin fin de actividades comerciales, culturales, sociales, económicas, entre otras, ligado al desarrollo tecnológico, pieza clave de la globalidad.

Simultáneamente, abordamos de manera general, las condiciones económicas, políticas y culturales de los países en vías de desarrollo que contrastan con las economías más grandes del mundo.

En este sentido, México en su posición de país tercermundista, difiere con el proyecto de Nación de los países desarrollados, ya que mientras esas potencias visualizan su futuro mediante estrategias para el bienestar común, nuestro país no cubre las necesidades básicas de los sectores más desprotegidos y sin embargo, de manera contraria estamos inmersos y participamos en la globalización.

Al respecto y sin el propósito de remontar al pasado sino de generar un panorama propicio que nos sirva como punta de lanza para entender la actualidad, las gestiones de Luis Echeverría Álvarez y José López Portillo se toman como referencia para mostrar las principales problemáticas que México enfrentó y la nula proyección de estas administraciones en el ámbito internacional.

De la misma manera retomamos la década de los ochenta y el nacimiento del neoliberalismo que se exacerbó en el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, el cual se llevó a la práctica con mayor “empuje” en el periodo salinista con la firma de Tratados de Libre Comercio como el que se concretó con Estados Unidos y Canadá, los cuales siguieron su curso en el gobierno zedillista pese a las condiciones de crisis económica existentes y cuyas acciones continúan con Fox a través de su participación en los diversos foros económicos, así como en las diversas giras de trabajo por Europa, Asia y América, por mencionar algunas.

Aunado a las relaciones comerciales y políticas que se establecen a partir de la globalización, la tecnología constituye una parte inseparable de este proceso, donde el nacimiento de Internet marcó un antes y un después en la forma de realizar negociaciones y en general, en la manera de convivir con el mundo. Es así que Internet, como se le conoce a la Red de Redes, llegó para cambiar hábitos y costumbres de las sociedades a nivel mundial, y se ha posicionado en la vida cotidiana como una herramienta que de manera fácil, práctica y económica, nos provee de un sin fin de interesantes beneficios.



Ante la diversidad de opciones que encontramos en la Red, en el capítulo dos dedicado a esta tecnología, hacemos un breve recorrido de su desarrollo tanto a nivel mundial como local, y dedicamos algunos apartados a los diversos servicios del ciberespacio como lo son los ciber cafés, el uso del e-mail, el comercio electrónico, el chat, entre otros, que nos permiten acercarnos al estudio de esta telaraña de la información que como fenómeno sociocultural cambió los hábitos y las costumbres de gran parte de la sociedad mexicana.

Bajo este contexto, el rol que juegan los periodistas y los medios de comunicación es de vital importancia, ya que estos se adaptan al uso de las nuevas herramientas electrónicas, lo que representa la transformación de las actividades tradicionales. Por ello, tanto los medios de comunicación como los periodistas deben estar capacitados para manejar de manera correcta los retos tecnológicos, que les permitirán ser competitivos a pesar del rezago que se padece tanto en los programas académicos de las instituciones educativas, como en la infraestructura de las empresas.

Para abordar la relación de los *mass media* y el periodista, en el capítulo tres enfocado al *Periodismo Electrónico en México*, entrevistamos a especialistas en el tema quienes comparten sus opiniones para ampliar el panorama del uso de la Internet, no sólo como una opción de comunicación sino como un medio alternativo de convocatoria y de conocimiento, por mencionar algunas de las bondades que ofrece la Red.

Inmerso en este apartado, la legislación de Internet se menciona como uno de los temas más controvertidos del ciberespacio que de acuerdo a Delarbre, su regulación más que ayudar a generar una mayor participación, interés y libertad de expresión, limitaría y terminaría con su esencia, ya que su uso ha servido para que grupos minoritarios y de izquierda encuentren un foro de expresión en la Red e incluso para que la gente aprenda a releer.

Por otro lado, para delimitar nuestro trabajo, presentamos un panorama general de los principales periódicos que incorporan los servicios de Internet a nivel mundial y local, y tomamos como base al diario *Reforma*, que desde su aparición hasta nuestros días, muestra interés por innovar tanto en su diseño como en su contenido en la manera de hacer periodismo.

Como complemento de lo antes expuesto, y con el propósito de engranar nuestro marco teórico para el Análisis de la Noticia Impresas y la Noticia Electrónica del Periódico *Reforma*, hacemos uso de la *Teoría de la Construcción de la Noticia o Agenda Setting* que propone Miguel Rodrigo Alsina en conjunto con los tres elementos del mensaje comunicativo, para comparar las dos versiones del periódico *Reforma* tomando como referencia la noticia sobre el desafuero de Andrés Manuel López Obrador (AMLO), rumbo a las elecciones presidenciales del 2006 hasta llegar al *feed back* y la gratificación, de la cual, los medios obtienen sus pautas de comercialización y la línea editorial para satisfacer las demandas del lector; todo lo anterior se enmarca en el capítulo cuatro.

Con la proyección global del futuro de Internet inmerso en el periodismo impreso y electrónico local, finalizamos el capítulo cinco tomando como referencia la Prospectiva mediante el uso de escenarios, y de manera libre como lo establece esta propuesta, “echamos” a volar la imaginación y construimos nuestros escenarios.

Además de lo anterior y con la finalidad de refutar o sustentar nuestras ideas sobre el futuro del periódico impreso y electrónico, se utilizó el ejercicio Mini Delphi para buscar la voz de diversos académicos y expertos en el tema, quienes nos aportan su prospectiva sobre el uso de los medios electrónicos en la sociedad mexicana a tres o seis años, lo cual nos permite situarnos en nuestra realidad y trabajar hacia el futuro.

Con la confianza de crear un “mañana” más prometedor para la sociedad y para futuras generaciones de periodistas y comunicólogos, el presente trabajo no sólo sirve como una fuente de información, sino que transforma la perspectiva de utilizar Internet.

# 1. LA GLOBALIZACIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO

*Nada grande se ha realizado en el mundo sin pasión*

*Georg Friedrich Hegel*

Uno de los procesos que se adapta de manera directa y en forma acelerada en la vida cotidiana de las sociedades, es la globalización, que en nuestros días no sólo tiene que ver con la libertad de los mercados mundiales para posicionar productos o servicios, sino con la sinergia que ésta guarda en todos los rubros llámense tecnológicos, de comunicación de masas, académicos, políticos, culturales, de comportamiento, entre otros.

La magnitud con la que este proceso global se extiende, tiene como consecuencia que las relaciones humanas y comerciales se transformen con la ayuda de la tecnológica de punta, con la que se puede interactuar de manera inmediata desde cualquier lugar por remoto que este sea.

Ante este constante cambio, las sociedades y las economías -unas más rápido que otras- se alinean a las tendencias del presente para programar el futuro en base a planes estratégicos que les permitirán hacer frente a las diversas necesidades y a las exigencias de un mundo global. Por lo anterior, iniciaremos por definir qué es globalización.

## 1.1 LA GLOBALIZACIÓN ¿QUÉ ES?

Para Guillermo de la Dehesa es “un proceso dinámico de creciente libertad e integración mundial de los mercados de trabajo, bienes, servicios, tecnología y capitales.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> De la Dehesa Guillermo, *Comprender la Globalización*, Ed. Alianza, Madrid, España, 2000. Pág. 17.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM), dos de los organismos más importantes que promueven la cooperación a todas las naciones a través de la asistencia al financiamiento, describen a este sistema como “la interdependencia económica creciente del conjunto de los países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones, transferencias de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que se genera y difunde la tecnología”.<sup>2</sup>

Por su parte, A. McGrew D. Held, D. Goldblatt y J. Perraton, consideran que “la globalización es un proceso complejo de interconexión e interdependencia financiera, económica, política y cultural que relaciona a personas, instituciones, organizaciones y pueblos de todo el mundo, y que genera nuevas formas organizativas y culturales. Su dinámica propia es la ampliación, profundización y aceleración de la interconexión mundial en todos los aspectos de la vida social contemporánea, desde lo cultural hasta lo criminal, desde lo financiero hasta lo espiritual”.<sup>3</sup>

Para García Canclini, la Globalización es “un conjunto de estrategias para realizar la hegemonía de macroempresas industriales, corporaciones financieras, majors del cine, la televisión y la informática, para apropiarse de los recursos naturales y culturales, del ocio y el dinero de los países pobres, subordinados a la explotación concentrada.”<sup>4</sup>

Ante las definiciones encontradas que expresan los autores, se resume que la globalización es el intercambio creciente de libertades, no sólo comerciales sino ideológicas que generan una nueva forma de interpretar al mundo y de relacionarse en el, acompañado de los avances tecnológicos.

---

<sup>2</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.imf.org](http://www.imf.org) 20/03/2004.

<sup>3</sup> A. McGrew D. Held, D. Goldblatt y J. Perraton, *Global Transformations*, Stanford University Press, Stanford, 1999 Pág. 12.

<sup>4</sup> García Canclini Nestor, *La Globalización Imaginada*, Editorial Paidós. Buenos Aires 1993. Pág. 31.

En este sentido, la mundialización, término del ambiente económico con el que se le conoció en sus inicios a la globalización y que difiere del significado actual, se expande de manera acelerada para alcanzar la penetración desde lugares remotos y economías dependientes, hasta las grandes ciudades y mercados independientes.

Sin embargo, a medida que este fenómeno mundial avanza, surgen opiniones opuestas acerca de las ventajas y desventajas de esta metamorfosis.

Las ventajas son: a) La globalidad permite la internacionalización de grupos comerciales e industriales que a su vez crean fuertes relaciones de negocios que fortalecen a las economías.

b) Con el uso de la tecnología, se realizan transferencias inmediatas, abrir fronteras, tener comunicación en tiempo real y acortar distancias, con lo que la internacionalización se vuelve cada vez más sencilla y funcional. En este mismo contexto, el intercambio del conocimiento en todos los ámbitos, es más interesante en la medida en que aporta soluciones a problemáticas diarias.

Contrariamente a estos beneficios, las desventajas de la globalización, se depositan en la falta de credibilidad por parte de los ciudadanos, quienes no participan en las decisiones que realizan los gobiernos y los empresarios, en donde definen el rumbo de los países.

Ante este malestar, surgen los denominados “globalifóbicos” y los “globalifílicos” que son personas organizadas en grupos de sectores sociales u organismos no gubernamentales de diferentes nacionalidades, que se manifiestan y expresan su rechazo a las diversas acciones que se concretan en los foros que lleva a cabo, la Organización Mundial de Comercio (OMC), en conjunto con el BM y el FMI.

Además de lo anterior y contrario a la imagen “violenta” de sus manifestaciones, los “globalifóbicos” han logrado posicionarse como un grupo fuerte de activistas en contra de la globalización, han hecho uso de la tecnología para convocar sus encuentros y han propuesto modelos de desarrollo que entre otros puntos incluyen el subsidio a la agricultura, la protección al medio ambiente a través de la eficiente y equitativa administración de los recursos naturales, así como el reconocimiento a nuevos derechos como el de la soberanía alimentaria sin olvidar la búsqueda de oportunidades, la igualdad entre los países, la distribución igualitaria de la riqueza, la condonación de las deudas de los países pobres y el freno al deterioro ambiental.

“Los ciudadanos no se sienten representados por quienes toman decisiones últimas, por quienes se reúnen representados y marcan las tendencias, los caminos por los que va a discurrir la humanidad”.<sup>5</sup>

Asimismo, el mal uso de los recursos tecnológicos en diversos rubros como la pornografía infantil en Internet, el lavado de dinero, el narcotráfico, la falsificación, la creación de armas de destrucción masiva, el terrorismo, entre otros, son problemas que tienen una mayor intensidad y que se han convertido en un cáncer difícil de curar, que a su vez, frena la sana competitividad y el desarrollo hacia una conectividad mundial, en beneficio de la humanidad.

De esta manera, las características de los países globales difieren en cada continente. El primer mundo integrado por Estados Unidos, Canadá, China y la Comunidad Europea van caminando a pasos agigantados hacia la búsqueda de nuevos acuerdos, estrategias y visiones que les permiten consolidar sus intereses, mientras que los países en vías de desarrollo en su mayoría conformados por América Latina, América Central y Sudamérica, enfrentan un estancamiento económico, político y social resultado de las constantes crisis económicas, las dictaduras, la falta del ejercicio de la democracia y la ausencia de líderes que intercedan en beneficio del pueblo.

---

<sup>5</sup> Estefanía Joaquín, *Hij@ ¿Qué es la globalización? La Primera Revolución del siglo XXI*, Ed. Santillana, Madrid, España, 2002 Pág. 38.

El proceso de la globalización en el continente americano, se enfrenta a un rezago tecnológico de más de diez años y en otras ocasiones, a diferentes visiones de gobierno como es el caso de Cuba que durante más de 40 años se rige por el régimen socialista.

“De la mezcla de este contraste surge una relación cualitativamente nueva entre cultura y naturaleza, entre sujeto humano, el espacio y el tiempo. Instituciones antiguas como la familia y el Estado se desintegran, para reconstruirse sobre nuevas bases.

El progreso tecnológico supera en intensidad al cambio social y al desarrollo moral. Los sujetos humanos se comunican más que nunca en su historia, sin que esa sea una comunicación interpersonal y directa. El mercado como asignador de estructuración del poder se torna como parte de una cosmovisión compartida”.<sup>6</sup>

En cuanto a la estabilidad en los empleos y la fuerza laboral, la tendencia mundial es sustituir de manera paulatina la mano de obra por sistemas de automatización, robots, y sistemas informáticos inteligentes, que permiten ahorrar tiempo, costos y realizar los productos con calidad y precisión tanto en las grandes como en las pequeñas industrias. “Hay que hacer frente a la tecnología porque es algo que no podemos ignorar, pero esta se debe utilizar como una herramienta que facilite nuestro trabajo y no como algo que reemplace nuestro lugar”<sup>7</sup> (tal y como se puede interpretar del libro de Giovanni Sartori)

Ante esta transformación, existe la incertidumbre y el malestar por el despido masivo de empleados; sin embargo, si bien esta tendencia se refleja a nivel mundial en algunas actividades laborales que desaparecen, también es cierto que se generan otras o bien se transforman, lo que marca un reto importante para los empresarios y para los ciudadanos quienes deben estar en constante retroalimentación de lo que sucede no sólo a nivel local sino global.

---

<sup>6</sup> Verduga Vélez César, *Gobernar La Globalización, Historia que comienza*, Buenos Aires, República, Argentina Ed. Distribuidora Lumen SRL, 2000 Pág. 16.

<sup>7</sup> Sartori Giovanni, *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*, Ed. Taurus, Madrid 1998. Pág. 60.

Al respecto, el comportamiento de los mercados financieros de todo el mundo son un importante indicador para las decisiones de inversión en las economías locales y un reto para las economías internacionales que poco a poco se incorporan a este entorno.

En suma, la globalización puede concebirse desde dos particulares puntos de vista, el primero como un sistema complejo por la diversidad de las características de los países que agrupa y el segundo como algo sencillo, que permite la interacción de las personas y el crecimiento de las economías, al tiempo que facilita la sinergia de múltiples culturas.

En tanto este proceso continúa, lo cierto es que la globalización es un hecho en la vida de la humanidad que se teje como una telaraña que crece y crece, sin perder el hilo conductor del que surgió y del cual, en la medida en que es más grande la enredadera, ésta se vuelve más compacta y compleja y de esta manera en el siguiente subcapítulo, hablamos del fenómeno de la globalización en México a través de diferentes gestiones.



## 1.2 LA GLOBALIZACIÓN EN MÉXICO

Para contextualizar la globalización en México, en este apartado, abordamos de manera general los sexenios de Luis Echeverría Álvarez y de José López Portillo, para dar a conocer los síntomas que se gestaron en las décadas de 1970 hasta 1982, lo cual nos permite entender los avances, los problemas y las acciones hacia el advenimiento de la globalización.

Se eligieron los sexenios de Luis Echeverría Álvarez y José López Portillo como punto de partida, porque fueron gobiernos y personajes que trabajaron dentro de un sistema gubernamental desgastado, encararon una política exterior exigente a las necesidades de apertura en los mercados y enfrentaron a una sociedad molesta, reprimida y cada vez más consciente de las acciones mal encaminadas del Gobierno Federal.

Por lo anterior, podemos decir que el panorama que se vivió en México en 1970 durante el gobierno de Luis Echeverría Álvarez, fue desolador teniendo como antecedente la “Masacre” de Tlatelolco; lo que ocurrió el 2 de octubre de 1968 restó credibilidad y confianza en el aparato de gobierno aunque por otro lado, el Poder Ejecutivo reafirmó su fuerza y su imagen paternalista ante el pueblo.

Aunado a esto, el crecimiento paulatino de la deuda externa y las vicisitudes que presentó la decadencia del plan que se gestó en la lucha revolucionaria, fueron el detonante para que durante el sexenio echeverrista existiera una fuerte inconformidad popular y una demanda de justicia que no sólo involucró a la sociedad sino a los medios de comunicación.

Ante la insatisfacción de estos, Echeverría quien durante el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz se desempeñó como Secretario de Gobernación, dio apertura democrática a los medios de difusión masiva incluyendo los periódicos al tiempo que creó el equipo de prensa del Ejecutivo, el Banco Cinematográfico para financiar la producción y la distribución de las películas nacionales, y consolidó el canal 13 como una opción diferente de lo que fue la expansión monopólica de la televisión privada con la unión de

Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México; todo ello, para hacer frente a la sombra de su función durante 1968.

En cuanto a las acciones de comercio exterior, el aparato de gobierno de Echeverría, en un inicio no pudo competir con los mercados internacionales porque la industria nacional creció cada vez menos y el poder adquisitivo del pueblo era bajo. Ante tal panorama, se trabajó con medidas que garantizaron la reactivación económica, algunas de ellas contemplaron la inversión energética con recursos del gasto público para producir bienes que requería el pueblo, un sistema más eficaz en el control de precios y subsidios al consumo de los sectores menos favorecidos, así como una política exterior que alineara a México con los países subdesarrollados para reducir la explotación de las naciones imperialistas en los países subdesarrollados entre otros puntos que más allá de visualizar un panorama de recuperación económica generaron la sobre producción de los bienes y capitales, por lo que en poco tiempo, se tomaron acciones para reducir el nivel general del gasto y evitar un proceso inflacionario.

Sin embargo, con estas acciones encontradas, se produjo un crecimiento que se reflejó en el presupuesto del gasto público y en las finanzas internas. Ante este importante desarrollo, se distribuyeron recursos a las diferentes oficinas de gobierno para la adquisición de empresas privadas controladas por el Estado, como fue el caso de las empresas mineras y las empresas subsidiadas como la Compañía Nacional de Subsistencia Populares (Conasupo), el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit) y el Fideicomiso para la Operación del Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores (Fonacot), por mencionar algunas, las cuales a pesar de las fuertes inversiones en el gasto público y social, del aumento en el sueldo de los trabajadores y de los beneficios otorgados a la burocracia, no contribuyeron a que la inflación se controlara lo que terminó en un déficit hacendario.

Con la fundación del Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE) creado al inicio del sexenio, aumentaron las exportaciones pero sólo en los rubros agrícolas y mineros; para 1975 México comenzó a exportar el petróleo crudo.

Sin embargo, las importaciones crecieron más que las exportaciones, esto debido a la demanda de artículos inexistentes en el mercado mexicano y por la liquidez circulante, con lo que se vivió una etapa de bonanza donde los créditos hipotecarios, los préstamos, los ahorros bancarios y las inversiones mostraron un crecimiento acelerado, aunado a la paridad fija del peso.

El déficit de la cuenta corriente y los ambiciosos proyectos del régimen fueron financiados por la deuda externa, la cual simultáneamente fue incrementando y por ende, de la misma manera el déficit en la cuenta corriente con lo que se inició una fuga de capitales, por lo que el presidente Echeverría no tuvo más remedio que anunciar en su último informe de gobierno que después de 22 años de paridad fija, se dejaba en libertad al tipo de cambio, el cual al final de 1976 se colocó en 20.00 pesos por dólar.

Esta medida fue acompañada por la siguiente estrategia que buscó “preservar la competitividad de las exportaciones” según Echeverría y lo que en realidad hizo nugatorias las escasas ventajas de la devaluación de 1976.

En resumen, la gestión de Luis Echeverría se vio empañada por los acontecimientos de 1968, y por la recesión internacional de la economía que propició que su proyecto de gobierno, en el cual garantizó al país conquistas, paz y progreso, no prosperara sino por el contrario, México enfrentó la devaluación del peso por el dólar y con ello la deuda externa pública pasó de 56822.00 MD \$Corr. en 1971 a 307527.14 en 1976.<sup>8</sup>

Como resultado del sexenio echeverrista, José López Portillo se enfrentó a un país con problemas de inflación, de deuda pública quintuplicada, alto desempleo y desequilibrio en la balanza comercial.

Para hacer frente a esta problemática, López Portillo consideró dedicar los dos primeros años de su gobierno a resolver la crisis, la mitad del sexenio a consolidar la economía y los dos últimos años, para efectuar una expansión acelerada.

---

<sup>8</sup> Aguirre Botello Manuel, *Súper tabla histórica mostrando el valor promedio anual de la deuda externa peso/dólar desde 1821*. Fuente y Fecha de Consulta [www.eles.freeservers.com](http://www.eles.freeservers.com) 29/03/04.

En base a este planteamiento, en el ámbito del comercio exterior, se inició una nueva política que consistió en la sustitución de importaciones en la que se eliminó de manera paulatina el pago de los aranceles. Adicionalmente, la conversión del peso fue sostenida y la paridad se convirtió en el reflejo de la competencia internacional ya que las reservas alcanzaron 2719 millones de dólares y el crédito con las instituciones mundiales se estabilizó.

Bajo este proceso aparente de reactivación económica, las mayores importaciones fueron bienes de producción, en tanto que la exportación sólo se fomentó en base a nuevos campos de exploración y no de acción, lo que repercutió en que las ventas se concentraran en diez países y en pocos exportadores.

En lo que se refiere a las relaciones exteriores, el mandatario firmó tratados de cooperación con España y Estados Unidos y en el ámbito interno, como una solución a la deuda externa, estableció el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y basó el desarrollo económico en la explotación de los bancos petrolíferos y reinstauró la unidad durante cinco años de crecimiento al firmar algunas leyes fiscales y convenios con 140 empresas privadas para crear 300 mil empleos, con lo que recobró la confianza de la sociedad.

Contrariamente, se solicitaron préstamos en el extranjero y su gobierno se vio empañado por los cambios constantes en su gabinete y por los diversos escándalos sociales por el “derroche” de dinero en la compra de diversos artículos de lujo. A la par, la falta de visión hacia la tendencia de una economía global y la mala administración de las finanzas internas del país, repercutió en la baja de los precios del petróleo y la problemática de una crisis de divisas extranjeras frenada por el control cambiario a través de la nacionalización de la banca privada.

En los medios de comunicación, José López Portillo legisló el derecho a la información e inició la apertura de foros de discusión en donde participó la ciudadanía. Sin embargo, la crisis por la devaluación del peso originó que la situación en el gobierno fuera angustiosa debido a los momentos tan difíciles que atravesaba el país y por la pérdida de credibilidad, lo que ocasionó que todo acontecimiento estuviera sujeto a crítica como

en el caso de su hermana Margarita López Portillo quien ocupó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

En contraste y como parte del desarrollo tecnológico, se lanzaron al espacio los satélites Morelos I y II para el uso exclusivo de nuestro país; y en lo que compete a los periódicos, surgieron diarios especializados como *El Financiero*, *El Economista* y *La Jornada*<sup>9</sup>, este último considerado como un diario de izquierda.

Cabe mencionar que la imagen del gobierno a cargo del departamento de comunicación social fue cambiante y la dirección la ocuparon más de cuatro directores a quienes les tocó sortear toda clase de dificultades en el manejo de la información, sobre todo la concerniente a la Ley de Imprenta y al Derecho a la Información.

Como conclusión, el gobierno de José López Portillo, estuvo plagado de errores administrativos que frenaron el desarrollo económico y social del país, dejando como resultado la crisis económica.

Además, “Representó la política del derroche y el nepotismo desde el poder público. La corrupción fue el signo distintivo de su gestión donde pasó de las luces de la bonanza petrolera a las sombras de la crisis económica que acarreó la devaluación del peso”,<sup>10</sup> lo cual será recordado mediante la frase “defenderé el peso como un perro”.

De acuerdo a lo antes expuesto, el panorama hacia una economía globalizada durante estos sexenios, muestran una clara decadencia del Estado Mexicano en su administración y en su estructura interna que impidió proyectar hacia el exterior y hacia el futuro la preocupación y el interés de estar involucrados como país, sobre el rumbo y las acciones a tomar. En otras palabras, del periodo de 1970 a 1982 no hubo avances significativos que colocaran a México con otros países a nivel mundial en vías de la ola global.

---

<sup>9</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.serpiente.dgsca.unam.mx](http://www.serpiente.dgsca.unam.mx) 28/06/05.

<sup>10</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.reforma.com](http://www.reforma.com) 18/03/04.

No fue sino hasta el mandato de Miguel De la Madrid, que se comenzó a generar mayor información sobre este rubro. En 1988 Carlos Salinas de Gortari firmó el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (NAFTA) Por su parte, en los gobiernos de Ernesto Zedillo Ponce de León y de Vicente Fox Quesada, la firma de tratados comerciales y las giras de trabajo en diversos continentes marcaron el inicio de una nueva era en las relaciones comerciales de México con el resto del mundo. Bajo este preámbulo, en lo sucesivo, se esbozan los sexenios de 1982 hasta el 2005, con el propósito de analizar y conocer el contexto de México en la globalización.

### **1.3 LA DÉCADA DE LOS OCHENTA Y EL NEOLIBERALISMO**

La década de los ochenta en México, inició con crisis económica y con la incertidumbre por parte de la sociedad sobre el rumbo que tomó el país. Ante este panorama desalentador y para evitar la bancarrota, Miguel De la Madrid tomó acciones encaminadas a garantizar la estabilidad nacional. Para ello, puso en marcha el Plan Nacional de Desarrollo que entre los puntos más importantes contempló la disminución del crecimiento en el gasto público, la protección al empleo promoviendo programas especiales de trabajo, la protección y estímulo a los programas de producción, la importación y distribución de productos básicos para la alimentación del pueblo, el aumento de los ingresos públicos para frenar el desmedido crecimiento del déficit y el consecuente aumento desproporcionado de la deuda pública, la reivindicación del mercado cambiario bajo la autoridad y soberanía del Estado, así como la reestructuración de la Administración Pública Federal para actuar con eficiencia y legalidad.

Adicionalmente y como medida de apoyo a la economía mexicana, la puesta en marcha con mayor ahínco del proyecto neoliberal a la sombra del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial obedeció a la situación de crisis que enfrentaba el país.

Dentro de las condiciones que el FMI impuso a México, se encontraron, la venta de paraestatales, las cuales poco a poco se ofrecieron para venta o transferencia a entidades federativas y municipios, a los empresarios nacionales y extranjeros, dichas acciones sustentadas a través de la modificación del artículo 134 de la Constitución, el cual otorgó la facultad al Ejecutivo para este tipo de disposiciones.

De esta manera, el neoliberalismo entendido como un nuevo paradigma alternativo y “modelo de desarrollo”, se incorporó de manera palpable en México con el objetivo no sólo de fomentar el crecimiento de los países a través del crédito, sino como estrategia de los países que lo rigen para garantizar la dependencia y la posesión de los recursos económicos y territoriales, de los países que agrupa.

En el rubro económico, se inició una mejor etapa en la historia del país a partir de instaurar bases sólidas que contemplaron la recaudación fiscal con un estricto control de los gastos públicos que permitieron sanear las finanzas, y la apertura económica que ayudó a la reconversión industrial, todo ello para garantizar el bienestar nacional.

En tanto, en el ámbito político, se creó un nuevo partido que en un inicio se llamó Frente Democrático Nacional (FDN) de tendencia izquierdista con visión a participar en las elecciones de 1988 y el cual agrupó a diversos partidos políticos tales como el Partido Popular Socialista (PPS), el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM) y el Partido Mexicano Socialista (PMS).

Dicho organismo fue encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Porfirio Muñoz Ledo y Efigenia Martínez. A la par, los partidos de oposición representados con mayor fuerza fueron el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN) que de la misma manera prepararon a sus candidatos para las elecciones.

Mientras en el país se vivía un ambiente de pluralidad por los diferentes partidos políticos que surgieron y la sociedad recuperaba la confianza en el aparato de gobierno que mostró una mayor apertura hacia la búsqueda de la democracia, uno de los acontecimientos que sumió en la tristeza y desesperación a la sociedad mexicana y a la opinión pública internacional fue el terremoto del 19 de septiembre de 1985 en la Ciudad de México, que puso en tela de juicio la estructura social basada en promesas de campaña, en realidades exhibidas a raíz del temblor, donde se apreciaron las necesidades de vivienda, salud, seguridad, alimentación, educación, entre otros rubros básicos del bien común.

Sobre este acontecimiento, cabe destacar la solidaridad que la gente mostró en el rescate no importando su escolaridad, nivel socioeconómico, sexo y profesión, para brindar el apoyo necesario, contrario a la negativa del gobierno para recibir ayuda internacional o bien, al comportamiento individual y egocentrista que hoy se vive, considerado a raíz del surgimiento de los medios electrónicos.

Bajo este sentir, en lo que respecta a la estructura y operación de los medios masivos de comunicación, la televisión y la radio, principales medios de información de esa época, salieron del aire por los daños ocasionados en sus estructuras y ante la falta de éstos, surgió la función social dentro de la comunicación de masas, la cual como su nombre lo indica se originó para servir a la gente y con lo que los periodistas encontraron una nueva manera de informar en base a las necesidades sociales.

“Desde este instante los aparatos de comunicación funcionaron orgánicamente para vincular la información que transmitieron con las apremiantes necesidades sociales que debían encararse en todos los puntos cardinales de la ciudad y del interior de la República. Desde la radio y la televisión se produjo un intuitivo y espontáneo proyecto de educación de masas que se expresó a través de un permanente flujo de dirección auditiva y visual que gobernó a la capital en estado de emergencia.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Esteinou Madrid, Javier, *Los medios de comunicación y los terremotos de 1985 en México* en Revista Mexicana de Comunicación, Año: 2 Número: 8 Noviembre-Diciembre 1989. Pág. 34.



Ante esta desgracia, en lo menos que se pensó fue en el rumbo de proyecto de país para los próximos años hacia una participación global de México. Los periódicos por su parte, se mantuvieron en la misma incertidumbre por lo acontecido y a la expectativa del ambiente previo a las elecciones e inconformidades por el asesinato un año antes, del periodista Manuel Buendía Téllez Girón, uno de los más notables de la época que escribió en el *Sol de México*, *El Universal*, *El Excelsior* y reconocido por sus columnas tituladas *Red Privada*, *Para Control de Usted*, *Concierto Político*, *Sol y Sombra*, entre otras.

El ambiente cada vez más cercano a las elecciones de 1988 propició tendencias marcadas hacia los más fuertes contendientes, entre los que figuraron del PRD Cárdenas, por parte del PRI, Carlos Salinas de Gortari y por el PAN, Manuel J. Clouthier del Rincón.

Una vez que se celebraron las elecciones, los votos marcaron una tendencia a favor para Cárdenas y de acuerdo al conteo de votos preliminares, el virtual ganador fue el ex gobernador de Michoacán, quien incluso ofreció un discurso a la ciudadanía en el cual agradeció la confianza depositada. Sin embargo, minutos después la “caída del sistema” de conteo de votos por una extraña falla eléctrica sorprendió a todos, ya que al regreso del sistema, las cifras cambiaron de manera sustancial quedando como ganador Carlos Salinas de Gortari, lo que causó conmoción en el país donde de inmediato se escucharon las voces decir “elecciones fraudulentas”.

El resultado de este lamentable acontecimiento mostró que si bien en las elecciones de 1988 se reflejó la participación de la ciudadanía y fueron reñidas, también reflejó un sistema decadente desde finales de 1960, al mismo tiempo que la ciudadanía hizo presente su descontento a través del voto.

A la par, en las elecciones presidenciales de 1988 se evidenció una profunda problemática del sistema político mexicano por los actos mal encaminados hacia la apertura y participación de otros partidos.

Pese a la confusión y al malestar por lo acontecido, el ambiente de 1988 dio pautas para considerar que la alternancia del poder era viable, que el sistema del PRI estaba agotado y que se debía trabajar más por un sistema electoral que garantizara la limpieza y pluralidad de los resultados.

En 1986 el precio del petróleo se elevó a 24 dólares el barril y la deuda externa se “negoció”. El Plan Nacional de Desarrollo que entre otros puntos pretendió activar el sector industrial para asegurar la dependencia económica y el fomento a las exportaciones sustentadas por el desarrollo interno, no se hizo realidad debido al mal trabajo con el exterior que entre otras cosas, además de sobreproteger a los empresarios mexicanos, se exceptuaron los permisos de importación aunado a la falta de tecnología de punta, a los problemas de deuda externa y a los fenómenos naturales que trajeron como resultado un panorama gris en vías de la apertura comercial que se reflejó con Carlos Salinas de Gortari.

#### **1.4 GESTIÓN DE CARLOS SALINAS DE GORTARI 1988-1994**

El gobierno de Carlos Salinas de Gortari, se identificó por el seguimiento de las políticas neoliberales y por la consolidación de la política económica. Consciente de que México no podía salir del atraso y mucho menos alcanzar el nivel de desarrollo y crecimiento de las naciones del llamado primer mundo, el Jefe del Ejecutivo mantuvo una política económica firme y con miras a acotar las distancias no sólo en el rubro económico, sino en el ámbito político, cultural y tecnológico que nos separa como país en vías de desarrollo.

El saneamiento de las finanzas que se inició con Miguel de la Madrid fue una de las principales características del gobierno salinista y este consistió en renegociar la deuda externa, reducir la inflación a un dígito, abrir las fronteras al intercambio comercial, lo que se concretó con la firma del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos.

Salinas de Gortari adoptó los nuevos cambios en la economía mundial que sentaron las bases de las relaciones comerciales con varios países no sólo de América del Norte sino también con América Latina con quienes se estableció el intercambio de productos, principalmente con las naciones integrantes de la Cuenca del Pacífico.

“Como economista, para Carlos Salinas de Gortari no pasaron desapercibidos los signos de los nuevos tiempos, sobre todo los del orden mundial ya que supo que para poder competir en igualdad de condiciones con las economías mundiales era necesario sanear las finanzas públicas, reducir el gasto público, reestructurar y desincorporar el sector paraestatal así como abatir la inflación y estabilizar los precios”.<sup>12</sup>

Durante la gestión de Salinas de Gortari hubo una mejor relación entre los medios y los ciudadanos ya que reiteró el respeto absoluto al ejercicio pleno y responsable de los medios para la libertad de expresión, acción vital para la democracia y el buen gobierno.

Se aseguró el acceso de las diferentes corrientes políticas a los medios de información dentro de las formas y los espacios apropiados promoviendo el equilibrio adecuado entre las diversas funciones de dichos medios en la sociedad.<sup>13</sup> El anuncio anterior no se cumplió a pesar de lo que representó la ampliación de las comunicaciones con la puesta en marcha de la red satelital Solidaridad I y II, mismo nombre con el que denominó a su Programa de Desarrollo y con el cual difundió sus campañas en radio, televisión y prensa, para dar a conocer los servicios de salud, vivienda y alimento, dirigidos a la población de clase media baja y pobre principalmente.

Asimismo Salinas, anunció nuevos cambios en políticas de antaño como lo fueron el caso de PIPSA<sup>14</sup>, a través de la bonificación a los periódicos por el volumen de

---

<sup>12</sup> Chávez Lomelí Elba. *Carlos Salinas, Estadista Visionario*, en Revista Impacto, Num. 2336. Diciembre 11 de 1994. Pág. 22.

<sup>13</sup> Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, en Revista Mexicana de Comunicación Año, 2, No. 9 Enero-Febrero 1990. Pág. 7.

<sup>14</sup> Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA) empresa que surgió por orden presidencial para surtir de papel a los editores de diarios mexicanos a precios preferenciales que funcionó como principal proveedora de papel de 1935 hasta los años 90 en el que se inició su privatización, luego de estar intrínsecamente apegada a la política del Estado con lo que se reguló durante muchas décadas la libertad

consumo anual de papel. En el caso de los medios, se propuso, la instauración de un programa de agravios a periodistas y un paquete de crédito para la adquisición de vivienda.

El mandatario, amplió el sistema de modernización de la infraestructura carretera e impulsó los planes de vivienda, con lo cual el proyecto del Plan Nacional de Desarrollo que entre los puntos más importantes contempló el incremento a la tasa de crecimiento, la estabilización del nivel de precios y el aumento a la tasa de inversión privada, cumplió y rebasó las expectativas ya que la tasa de inflación se redujo de 160 por ciento en 1987 a 1 dígito, y las finanzas lograron índices satisfactorios para el PIB<sup>15</sup> esto a finales de 1993 con lo cual al inicio y a la mitad del sexenio, todo era crecimiento.

El programa neoliberal instaurado durante el gobierno de Miguel de la Madrid y llevado a cabo con mayor ahínco con Salinas de Gortari, logró percibir una economía estable tanto a nivel nacional como internacional por la apertura comercial y la venta de las paraestatales con lo que la gente recuperó la confianza y comenzó a invertir, a solicitar y a utilizar créditos bancarios debido al ambiente propicio. Bajo este panorama, entre los periódicos que comenzaron a circular, podemos mencionar a *Reforma* y *La Crónica*.

Poco tiempo después, en contraste, surgieron acontecimientos que marcaron la pauta de lo que sería una de las peores crisis económicas y políticas del país. En 1993, asesinan al Cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo en la ciudad de Guadalajara por supuestos vínculos con el narcotráfico. En el mes de noviembre, se levantó el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en el Estado de Chiapas a diez años de su creación.

---

de expresión. Ahora PIPSA-Méx es el mayor productor de papel para impresión y escritura en México y América Latina. Fuente y Fecha de Consulta [www.corpdgo.com](http://www.corpdgo.com) 07/03/05.

<sup>15</sup> Producto Interno Bruto (PIB) es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado. Fuente y Fecha de Consulta [www.econlink.com.ar](http://www.econlink.com.ar) 21/02/05.

En el mes de marzo de 1994, el candidato sonorenses Luis Donald Colosio Murrieta, quien representaría al PRI en las elecciones de ese mismo año, acaeció víctima de un homicidio cuando estaba en campaña, lo cual causó conmoción al interior del partido y un sin fin de dudas por parte de la ciudadanía. En ese mismo año, se efectuó el crimen de José Francisco Ruiz Massieu, quien formaría parte del equipo de trabajo del siguiente gobierno y que se sumó a la ola de atentados. De esta manera, y sin olvidar el “error de diciembre”, se vislumbró un panorama difícil para Ernesto Zedillo Ponce de León nombrado candidato del PRI después de la muerte de Colosio.

Durante la elección celebrada en 1994, Zedillo resultó ganador de acuerdo a los resultados preliminares donde se le otorgó más del 50 por ciento de los votos y donde perdieron Diego Fernández de Cevallos del PAN, y Cuauhtémoc Cárdenas, candidato del PRD. Fue así como el nuevo Presidente de la República, recibió un país en donde el Estado y las empresas públicas fueron un aparato ineficiente y deficitario que sólo benefició a la clase media alta y alta. Zedillo adquirió también un aparato político desgastado, un Partido Revolucionario Institucional que no pudo asirse a la modernidad y en lo social, 40 millones de mexicanos en pobreza buscaron una respuesta a sus necesidades en el mandatario.

“El nuevo gobierno recibe también problemas a los que ya habíamos desacostumbrado los mexicanos: un conflicto armado en una situación de no guerra que espera una solución; crímenes de hombres públicos que no se han resuelto y que en un mar de declaraciones se han empantanado”.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Granados Agustín, *Testigo*, en Revista Impacto, Num. 2336 Diciembre 11 de 1994. Pág. 12.

## 1.5 GESTIÓN DE ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN 1994-2000

“Asumo la Presidencia de la República para servir con todas mis fuerzas al pueblo de México. Ejerceré las facultades que dispone la Constitución con rectitud, de cara a la nación y atento a la crítica ciudadana. Así me lo ordena mi conciencia. Así lo reclama el alto ejemplo de quienes forjaron nuestra patria. Así lo exige el México de nuestros días,”<sup>17</sup> fueron las palabras de Ernesto Zedillo después de tomar protesta, como Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.

En el discurso, Zedillo mencionó que una de sus principales responsabilidades sería velar por la soberanía nacional agregando la procura de las condiciones dignas de vida, oportunidades de empleo y superación, esto una vez que se enfrentó con el panorama desalentador resultado de la mala administración de las finanzas internas y el excesivo gasto heredado de sexenios anteriores, lo cual ha dejado a los mexicanos una economía basada en la subsistencia económica con la que hemos aprendido a vivir.

Bajo esta inestabilidad, el Presidente Zedillo inició su gobierno con severas problemáticas económicas, sociales y políticas, con las que decidió hacer frente con la participación del Estado y de la sociedad en la que basó su política del bienestar social, con su lema de gobierno *Bienestar para tu Familia*, y la política del ahorro que consistió en asegurar el ahorro nacional y el ahorro externo para generar empleos.

En el ámbito económico, el presidente consideró que la economía debía crecer a un ritmo mayor que la población para la creación de empleos apoyado en los diversos tratados comerciales firmados como el Tratado de Libre Comercio entre México y la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), con lo que México sumó más de 10 acuerdos que incluyeron a Norteamérica, América Latina y a la Unión Europea, lo cual se reflejó en la apertura de los mercados en vías de una economía global a pesar de los rezagos sociales internos.

---

<sup>17</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.zedillo.presidencia.gob.mx/](http://www.zedillo.presidencia.gob.mx/) Boletín de prensa 1° de diciembre 1994. 28/03/04.

Adicionalmente, Zedillo consideró la inversión a través de la apertura de fábricas, de nuevos negocios, así como de reformas al sistema tributario por lo que dio a conocer el Programa de Emergencia Económica el cual se basó en tres objetivos: 1) reducir el déficit de la cuenta corriente a un nivel sanamente financiable en el corto plazo; 2) crear las condiciones para una sana y pronta recuperación de la actividad económica y del empleo y; 3) hacer que el efecto inflacionario de la devaluación fuera lo más reducido y breve posible y evitar que la economía cayera en una espiral inflacionaria.<sup>18</sup>

Para cumplir lo anterior se debía realizar un acuerdo entre los sectores productivos, el ajuste fiscal para hacer frente a la devaluación, una reducción al gasto público, modernizar a aquellos sectores de manera rápida que ayudaron a acelerar la productividad y la competitividad de la economía, así como la integración de un fondo de apoyo financiero con recursos internacionales que permitieran la estabilidad financiera a corto plazo, por mencionar sólo algunas acciones.

De esta manera, al llegar a la mitad del sexenio zedillista, se habló de una recuperación económica que contrastó con la liquidez en los bolsillos de la gente ya que si bien la etapa difícil se enfrentó con éxito, la recuperación económica fue paulatina.

En 1997, fue reiterativa la Reforma Política del Estado donde se percibió un distanciamiento del PRI y del gobierno para que el Presidente se sujetara sólo a las facultades que le otorgaba la Constitución, lo cual fue significativo en la medida en que durante décadas la dependencia y la interacción de los partidos con las diversas oficinas de gobierno fue intrínseca.

En lo que respecta a la relación del Gobierno Federal con los medios de comunicación, se garantizó una comunicación abierta y ajena a cualquier intento de control o censura. De esta manera, Zedillo manifestó "sin menoscabo de su derecho a la crítica y a la libre emisión de opiniones, los medios de comunicación pueden y deben ser factor de unidad nacional".<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx) Comunicado No. 835, Abril de 1998. 28/03/04.

<sup>19</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx) Comunicado No. 976, 20 de julio de 1998. 28/03/04.

Para 1998, el crecimiento económico se mantuvo con la filosofía de evitar las crisis recurrentes como una de las principales prioridades del gobierno. En lo social, se comenzó a hablar de los cambios para el siglo XXI donde se vislumbró el ejercicio de la democracia en México como un proceso irreversible enfocado a la “transparencia” en los procesos electorales así como a la Reforma Constitucional y cada vez más se reiteró que en las democracias modernas, el ejecutivo no es independiente del poder legislativo y judicial, con lo que se debía dejar atrás el autoritarismo y el paternalismo.

Bajo esta ideología cambiaron las estructuras tradicionalistas de gobernar por más de 70 años bajo la tutela del PRI y se dio “banderazo” a las campañas electorales para contender en las elecciones del 2000, consideradas como las más competidas de la historia.

Entre los candidatos a la silla presidencial se encontraron: por parte del PRI, Francisco Labastida Ochoa. En representación del PRD y por tercera ocasión, Cuauhtémoc Cárdenas, quien ocupó el cargo de Gobernador del Distrito Federal y cedió la estafeta a Rosario Robles Berlanga, para cumplir con el tiempo que establece la Constitución.

Por parte del PAN figuró Vicente Fox Quesada, ex gobernador del Estado de Guanajuato, empresario y figura poco conocida en el ambiente político.

A partir de ese momento, la prensa se vio favorecida al encontrar una buena apertura a la crítica de las propuestas de los diferentes candidatos. Por su parte, la sociedad considerada en sexenios anteriores como pasiva, comenzó a participar, con lo cual existió una hegemonía de opiniones que incrementó el interés de la ciudadanía en los programas radiofónicos y televisivos.

Los medios de comunicación, durante este sexenio tuvieron una mayor apertura a través de la radio, la televisión y la prensa, donde la transformación del país fue a la par de una sociedad más interesada en participar de manera conjunta en las decisiones sobre el rumbo del país.



Al término del mandato de Ernesto Zedillo, los medios masivos de comunicación contribuyeron a edificar la democracia que hoy vive México a través de valores, actitudes, independencia, el diálogo, el debate y la tolerancia hacia la búsqueda de acuerdos que permitieron el inicio de la apertura de la información en México.

Los medios de comunicación en el año 2000 supieron ganarse la atención y el respeto de la población por su labor durante el proceso Federal Electoral ya que a través de ellos se conocieron las propuestas de los diferentes candidatos; aunque por otro lado, la excesiva publicidad de las campañas electorales de los tres aspirantes en los medios de comunicación auspiciada por los partidos y particulares, caracterizó a esa labor como una “campaña de marketing político”, en donde la imagen corporal, los colores y los “slogans” tuvieron más penetración que los contenidos de fondo de sus discursos y las propuestas en cada uno de ellos.

Como resultado de lo anterior y de la popularidad ciudadana, entre los políticos que mejor se perfilaron, se encontraron Francisco Labastida del PRI en primer lugar, Vicente Fox del PAN, quien ocupó el segundo por una mínima diferencia, y en tercer lugar Cuauhtémoc Cárdenas del PRD.

Ernesto Zedillo mantuvo una política neutral ante el Estado y los medios, para no causar influencia en ellos, ni en los líderes de la opinión pública con lo que se vislumbró un ambiente de libertad donde se garantizó el respeto al voto libre y secreto. Así, la política mexicana cambió de manera paulatina y el aparato gubernamental se transformó con lo que fue notoria la separación entre PRI y el gobierno y la figura presidencial perdió fuerza dando apertura a las ideologías de otros partidos e iniciando un camino plural hacia la democrática, de renovación de los esquemas, de recuperación de la credibilidad en la gente y de la consolidación de la estabilidad económica.

El 2 de julio llegó con un ambiente ciudadano de participación, contrario al pleno convencimiento del candidato a elegir.

La ciudadanía al no estar segura de ninguno de los tres políticos postulados, votó por el PAN, no por ser la mejor opción, sino por estrategia, la cual consistió principalmente en tres razones:

1. Derrocar al aparato de gobierno de más de 70 años.
2. Apostarle al cambio.
3. Otorgar los votos del PRD -partido que se quedó atrás en aras de ser eliminado- al PAN para evitar que éstos le favorecieran al PRI.

A esta forma de elección se le denominó como el “Voto útil” al que le siguió una campaña de mercadotecnia intensa que de hecho inició en una primera etapa de 1997 a 1998 con el slogan “Por un México Diferente”.

La segunda etapa fue de 1998 a 1999 y se alargó hasta junio del 2000 con “Despierta México” en la que se exhortó a no votar por el PRI y a experimentar el cambio, con lo que se logró influir en una parte considerable de la sociedad.

La tercera etapa, fue de 1999 al 2000, en la que Fox realizó una campaña en la cual empleó una mano con los dedos índice y medio en forma de Y (Cambio Ya) como la pronta victoria (...) acompañado del slogan “Ya cada Vez Somos Más”. A etapa se le caracterizó como la más provechosa para la penetración de su campaña.<sup>20</sup>

La cuarta etapa inició en el año 2000 y hasta el 2001 después el triunfo y estuvo a cargo de Marta Sahagún, ahora primera dama, en la cual además del lema de campaña *Vota por el cambio* que se eliminó por *Contigo*, así como el programa radiofónico *Fox Contigo*, la señal de *V de victoria* que se representó con los dedos y que se relacionó con la primera letra de Vicente Fox, fueron detonante para posicionar al guanajuatense.

---

<sup>20</sup> Figueroa Alonso David, *La Mercadotecnia Política en la Estrategia de Vicente Fox como Candidato Presidencial al 2000*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. Págs. 150-153.

Aunado a eso, la creación del grupo *Amigos de Fox*, encabezado por Carlota Robinson con el apoyo de los empresarios, llevaron al triunfo al empresario la noche del 2 de julio del 2000 al dar a conocer los resultados preliminares donde los votos contabilizados reflejaron la notoria ventaja para el candidato del PAN sobre Francisco Labastida del PRI.

Al finalizar su mandato, Ernesto Zedillo emitió un comunicado a nivel nacional en dónde dijo “...México cumple hoy una etapa y se prepara con esperanza fundada para el inicio de otra gracias a las bases más firmes que ahora tenemos; el próximo gobierno será exitoso y agregó que la democracia es el único sistema político que mantiene la unidad en la diversidad, que garantiza las libertades en la pluralidad y que puede atender las demandas sociales siempre en el marco de la ley...”.<sup>21</sup>

Bajo este preámbulo agregó “...hace mucho que el país necesitaba que el PRI y todo lo que representó en el último medio siglo dejara el poder. Necesitaba que comenzara el desmantelamiento de esa “bastilla”, símbolo del viejo régimen. Vivimos un gran día en la historia de la democracia mexicana.

Fox, es el primer presidente que surgió de la oposición, cosecha que millones de mexicanos de muy diferentes ideologías y creencias sembraron con un gran espíritu de dignidad y sacrificio”.<sup>22</sup>

De esta manera inició la transición de poderes y una nueva era para cientos de mexicanos que apostaron con todo al “cambio”.

---

<sup>21</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.zedillo.presidencia.gob.mx](http://www.zedillo.presidencia.gob.mx) Boletín de Prensa 30/Noviembre/2000, 20/03/2004.

<sup>22</sup> Semo Enrique, *Esperanza Crítica*, en *Revista Proceso*, No. 1257 3 de Diciembre de 2003. Pág. 19.

## 1.6 GESTIÓN DE VICENTE FOX QUESADA 2000-2005

En este apartado, se hace una descripción del gobierno de Fox hasta principios del 2005 aunque su sexenio concluye hasta el 2006, por lo que en este trabajo, abordaremos de manera general los principales aspectos de su gobierno.

“México se ha fortalecido con el compromiso de los millones de mexicanos que expresaron su voluntad democrática en las urnas, el pasado dos de julio, mas allá de la alternativa a la que confiaron su voto. México ha dado este paso en paz y con apego a la ley. Así lo afirmó Vicente Fox Quesada en la sesión pública del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el que se aprobó el dictamen y declaratorias de la validez de la elección y de Presidente Electo de los Estados Unidos Mexicanos”.<sup>23</sup> Y así se cerró una de las elecciones más intensas tanto por los partidos políticos que se disputaron la candidatura, como por la ciudadanía que esperó con ansiedad los resultados, mismos que le favorecieron a Vicente Fox en un proceso transparente de conteo de votos por parte del Instituto Federal Electoral (IFE), con lo que inició la transición.

Al comenzar su mandato, Fox se enfrentó a problemas no resueltos durante la gestión de Zedillo como el conflicto del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), así como a la transformación de una plataforma de gobierno de más de 70 años y a una sociedad enérgica y demandante, con aspiraciones positivas hacia el rumbo de una democracia para obtener mejores oportunidades de vida. No obstante el discurso político de Fox que generó grandes esperanzas en la gente, no se ha visto reflejado después del triunfo del 2 de julio.

El 2 de julio el candidato de la Alianza por el Cambio fue electo con poco más del 42 por ciento de la votación, pero cuatro meses después su popularidad como los panes del Evangelio se multiplicó.

---

<sup>23</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.pan.org](http://www.pan.org) Informe de Vicente Fox Quesada 01/03/04.

Según las encuestas previas a la toma de posesión del 1° de diciembre de 2000, el 85 por ciento de la población, tenía una opinión favorable del próximo Presidente de la República, sin embargo, se han erosionado muy rápidamente ya que la tasa de aceptación bajó al 59 por ciento y el 76 por ciento de las personas consideran que los problemas se le salieron de control al gobierno de la República”.<sup>24</sup>

En lo que respecta a la apertura informativa, es importante destacar que existe libertad para los medios masivos de comunicación por parte del gobierno, ya que a diferencia de sexenios anteriores, Fox permite más la crítica e incluso la burla, lo cual ha sido motivo de discusión para saber hasta qué punto se puede aceptar esta manifestación, sin perder la formalidad de su figura presidencial. Sin embargo, esta denotación, no sólo tiene que ver con la apertura informativa, sino con la relación de su propia identidad *sui géneris* en la que refleja un comportamiento que difiere de los protocolos presidenciales de antaño.

La imagen del presidente es la de un personaje caracterizado por sus botas, su particular forma “ranchera”, directa y “sincera” de comunicarse, con lo que rompe las reglas protocolarias como la de vestir sólo de traje o expresarse de manera formal; todo ello, características poco comunes de gestiones anteriores.

Ahora los medios de comunicación deberán ser necesariamente responsables, autónomos, críticos, veraces y objetivos. *Vivimos en la Edad de Oro de la Libertad de Expresión*, frase que únicamente señala todas las libertades aplazadas en el país, y enfrentamos la crisis de los partidos y la debilidad expresiva de la sociedad civil, sólo audible en momentos de las denuncias.

“En este panorama, los medios de comunicación hacen las veces de la sociedad política, denuncian, investigan, interpretan, llaman la atención sobre zonas neurálgicas, son la memoria inmediata y la memoria histórica de la sociedad apenas recuperada de la amnesia impuesta por la era del PRI. Por ahora, en gran parte los medios, sin

---

<sup>24</sup> Sánchez Susarrey Jaime, *Perceptiva Foxista*, en Letras Libres México, D.F. junio 2003 / Año V. Número 54. Pág. 26.

necesidad de que lo verbalicen, hay sensaciones redentaristas, sin que por eso sean infrecuentes la irresponsabilidad y los ejercicios de arbitrariedad”.<sup>25</sup>

La apertura informativa del gobierno foxista a cargo de Marta Sahagún en un inicio, después en la responsabilidad de Francisco Javier Ortiz Ortiz como coordinador general de opinión pública e imagen, y posteriormente con la participación de Rodolfo Elizondo Torres quien ocupó el cargo de coordinador general de comunicación social, y a partir de Julio de 2002, de Rubén Aguilar Valenzuela que encabeza el mismo cargo que Elizondo Torres, han favorecido la imagen del gobierno frente a la opinión pública en primer lugar mediante el posicionamiento de un nuevo gobierno de transición, y como segundo, como mediadores ante los constantes ataques, contradicciones, confusiones y críticas que hace o recibe el mandatario.

Sin embargo, los constantes cambios de este departamento, no han sido los más representativos, su gabinete de la misma manera se ha transformado con la renuncia de algunos de sus elementos como Adolfo Aguilar Zinser (+) Embajador de México ante la Organización de Naciones Unidas (ONU), Jorge G. Castañeda, Secretario de Relaciones Exteriores, por mencionar algunos de los actores.

Siendo la transición parte fundamental para alcanzar la democracia, uno de los rubros incorporados en este sexenio es la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG) que establece entre otros apartados, que toda la información que generen los órganos públicos, es propiedad de los ciudadanos, quienes podrán disponer de ella bastando que sea solicitada, excepto en aquellos casos en que dicha información sea clasificada expresamente como acceso restringido.

---

<sup>25</sup> Monsivaís Carlos, *Autopista de la utopía*, en Revista Proceso, No. 1309/02 de Diciembre 2001, Pág. 10.

Entre los objetivos y las metas de la LFTAIPG se encuentran el reemplazamiento a través de la innovación de los sistemas burocráticos por sistemas emprendedores que transformen a las organizaciones públicas en elementos de mejora y desarrollo mediante un cambio profundo de cultura hacia enfoques visionarios, así como contribuir a que la ciudadanía esté mejor informada, propiciar relaciones eficaces y aportar información estratégica entre el equipo de trabajo, sectores de la sociedad, instituciones y órganos de gobierno para acercar el ejercicio del poder público a las expresiones ciudadanas.<sup>26</sup>

“El Presidente de México, Vicente Fox, aseguró que la democracia mexicana significa hoy el pleno reconocimiento y respeto a los derechos políticos y civiles de sus ciudadanos, y que no puede existir un verdadero gobierno del pueblo si la sociedad no cuenta con la información y los mecanismos necesarios para vigilar el buen desempeño de sus gobernantes.”<sup>27</sup>

No obstante estas buenas acciones que contrastan con los escándalos políticos, la imagen del gobierno de Vicente Fox decayó en lo que va de su mandato de acuerdo con la encuesta Mitofsky que se presentó en el noticiero de Joaquín López Dóriga el martes 1° de marzo del 2005 donde a Fox se le califica con 7; lo cual significa que es el mejor promedio que ha obtenido durante su sexenio con lo que podemos interpretar que después de la victoria del 2 de julio su popularidad desapareció en el corto plazo.

En el ámbito económico a través de la generación de empleos, la administración foxista no representa un panorama positivo debido a que las estadísticas señalan que la tasa de desempleo tan sólo en el 2002 fue de 2.7, casi una décima menos en relación a 1992<sup>28</sup> lo cual no demuestra un avance significativo ni suficiente para las necesidades nacionales y contradice los números que proyecta el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) con las cifras oficiales de los discursos emitidos por Fox.

---

<sup>26</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx) 22/02/05.

<sup>27</sup> Ruiz José Luis, *El Universal Online*, Cancún, Quintana Roo. 21/02/05 Pág. 35.

<sup>28</sup> INEGI – STPS. Encuesta Nacional de Empleo, 2003. Aguascalientes, Ags, 2003.

En la macroeconomía se han puesto en marcha proyectos para modernizar la infraestructura del país; sin embargo estas acciones no se han visto reflejadas en la microeconomía ni en la liquidez de la gente de nivel medio y bajo; y sobre este tema, existen puntos de vista encontrados ya que la opinión pública considera que por un lado Fox no avanza porque no tiene la mayoría en el Congreso y por el otro, se considera que no tiene el poder de decisión.

Adicionalmente, las estrategias del Plan Nacional de Desarrollo que entre otros puntos destaca coordinar la política fiscal con la política financiera, promover una nueva hacienda pública, promover los esquemas de regulación y supervisión eficaces en el sistema financiero así como crear la banca social entre otros rubros no se han consolidado de manera palpable pues basta mencionar el “vaivén” en las reformas para aplicar el IVA a alimentos y medicinas.

En política exterior, se han establecido tratados bilaterales, con organizaciones internacionales, así como acuerdos multilaterales que no sólo tienen que ver con aspectos comerciales sino también con tópicos sociales, culturales, civiles, de propiedad artística, para combatir el narcotráfico, entre otros con un esquema en el que la perspectiva ha sido la apertura de las fronteras en su totalidad para poder inmiscuirnos en la era de la globalidad.

En lo social, los objetivos de esta administración se exponen en la mejora de los niveles de educación y bienestar de los mexicanos - como el seguro popular - en la equidad e igualdad de oportunidades, en el impulso a la educación para el desarrollo de las capacidades personales y de la iniciativa individual y colectiva, entre muchos otros temas que engloban el Plan Nacional de Desarrollo.

Mientras eso se lleva a cabo y a la par de nuestro tiempo, el desarrollo tecnológico avanza a pasos agigantados y se hace presente en la cotidianidad a través de un sin fin de herramientas de trabajo e información que se incorpora en todas las áreas del saber. Sobre esta evolución a la que nos referimos, en el siguiente capítulo hacemos un recorrido por el interesante mundo de Internet.



## 2. ¿QUÉ ES INTERNET?

*Al final, utilizas Internet cuando lo necesitas. Es como cuando empiezas a ir al supermercado, que compras todas las ofertas y después ya sabes que tienes que comprar una lata de atún y un bote de suavizante.*

*Joaquín Oristrell<sup>1</sup>  
Guionista y director de cine español*

Definir a Internet más allá de lo que técnicamente se conoce de ella como una Red mundial de Redes de computadoras que permite a éstas comunicarse de forma directa y transparente, compartiendo información y servicios a lo largo de la mayor parte del mundo, sería limitar el potencial de esta herramienta y retroceder el tiempo sin su existencia, ya que al hablar de Internet nos referimos a un mundo nuevo que no sólo abre su telón en al ámbito de la informática sino que en su esencia virtual se incorpora como un órgano vital que por su complejidad y bondades, se define como una Aldea Global como lo refiere McLuhan.

El impacto de esta tecnología y la adaptación de las sociedades a ella, está revolucionando las costumbres y actividades de las personas alrededor del mundo. La aparición de la computadora y el acceso a Internet que en sus inicios se utilizó para realizar investigaciones académicas y experimentales, es ya como un electrodoméstico de primera necesidad.

Las sociedades y las economías - unas más rápido que otras - han incorporado en sus actividades cotidianas el uso de la tecnología a través de diversas herramientas.

La Red de Redes como se le conoce a Internet es una de ellas, la cual nos permite viajar a lugares remotos, comunicarnos simultáneamente con personas de otros países, buscar y obtener la información de manera casi instantánea, reducir distancias, costos, tiempos y encontrar una nueva forma de interacción con las personas y con las sociedades de diferentes continentes y economías.

---

<sup>1</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.proverbia.net](http://www.proverbia.net) 25/03/05.

Debido a la importancia que tienen los medios electrónicos en la vida cotidiana, a continuación abordamos los principales desarrollos tecnológicos de Internet, y hacemos un breve recorrido por algunos de los servicios que ofrece la Red que van desde el surgimiento de los cibercafés, el asalto a la información por parte de los hackers y los virus informáticos, hasta llegar a conocer las transformaciones socioculturales.

## **2.1 EL INICIO DE LA INTERNET Y LOS AVANCES TECNOLÓGICOS**

Lo que surgió como una necesidad en el cuerpo militar de los Estados Unidos para eficientar la comunicación durante la Segunda Guerra Mundial, y lo que posteriormente se concibió como herramienta de trabajo conocida como el Net Working, (una Red desde la cual cualquier persona puede acceder a la información desde cualquier lugar) fueron los inicios de lo que hoy conocemos como la Red de Redes, es decir Internet.

Como resultado de lo que se gestó, la Fundación Nacional de la Ciencia (NSF por sus siglas en inglés) y la Agencia de Proyectos Avanzados de Investigaciones (ARPA, por sus siglas en inglés) fueron las dos asociaciones interesadas en los temas tecnológicos de acelerado desarrollo.

Posteriormente el proyecto inicial basado en una estrategia militar, se convirtió en un experimento entre las universidades para compartir conocimientos y recursos. De esta manera, la universidad de Massachusetts y California comenzaron a realizar experimentos de lo que resultó la conexión de un ordenador a través de una línea telefónica conmutada de baja velocidad.

Como consecuencia de esto, más universidades como la de Santa Bárbara y la de UTA se incorporaron y utilizaron nodos de interconexión que les permitieron extender la Internet y crear una Red jamás antes construida, lo que sentó las bases tecnológicas de lo que posteriormente fueron los nuevos desarrollos y las nuevas aplicaciones de la Internet a finales de 1969; en ese mismo año, la preocupación de la interconexión centralizada que pudiera ser destruida en cualquier momento, fue una de las principales consideraciones de las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos.

Ante dicha problemática, se crearon paquetes de ayuda para los protocolos de comunicación que en poco tiempo contribuyeron a hacer la Red más robusta y como consecuencia creció la demanda de las empresas por conectarse a la Red de Arpanet que contó con una Red extensa que permitió conectar a más host.<sup>2</sup>

Simultáneamente, los avances tecnológicos que se desarrollaron para la transmisión de datos se reflejaron en el año de 1971 cuando apareció el software básico de envío, recepción y almacenamiento de correos electrónicos.

Sin embargo, otra problemática que surgió como resultado de las crecientes Redes alrededor del mundo y por la utilización de protocolos de comunicación con estándares diferentes, fue la falta de comunicación entre sí, lo cual fue resuelto por Vinton Cerf a quien se le conoce como el padre de Internet y Bob Kahn,<sup>3</sup> quienes lanzaron el Protocolo para Intercomunicación de Redes por Paquetes que consistió en un nuevo protocolo conocido como TCP (Transmision Control Protocol) estándar aceptado para la conexión a Internet.

El protocolo de transmisión TCP se perfeccionó y en 1981, dicho enlace se mejoró quedando el protocolo Transfer Control Protocol / Internet Protocol TCP/IP que es la

---

<sup>2</sup> Host (*sistema anfitrión*, sistema principal / albergar, *hospedar*) Ordenador que, mediante la utilización de los protocolos TCP/IP, permite a los usuarios comunicarse con otros sistemas anfitriones de una red. Los usuarios se comunican utilizando programas de aplicación, tales como el correo electrónico, Telnet, WWW y FTP. La acepción verbal (*to host*) describe el hecho de almacenar algún tipo de información en un servidor ajeno. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 24/02/05.

<sup>3</sup> Cerf Vinton en la década de los 70, comenzó a trabajar con Robert E. Kahn, en los protocolos informáticos TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol), que permitirían conectar los ordenadores entre sí, con independencia del tipo de conexión -estaciones de radios, satélites y líneas telefónicas- para la red militar ARPANET. Hoy en día Cerf centra su trabajo en la creación de una red interplanetaria denominada "InterPlanetNet", que pretende extender Internet al espacio exterior. Además, compagina sus investigaciones para la NASA con el cargo de vicepresidente de Internet Architecture and Technology de la WorldCom Corporation. Kahn Robert ha desarrollado el concepto de infraestructura de objeto digital como elemento intermedio clave de la infraestructura de Información Nacional. Esta noción proporciona un marco para la operabilidad entre sistemas de información heterogéneos y se utiliza en diversas aplicaciones. En 1997, Kahn recibió, junto a Cerf, la Medalla Nacional de Tecnología de manos del entonces presidente del Gobierno estadounidense, Bill Clinton. En la recepción, el científico ironizó sobre el hecho de que, hasta finales de 1970, él llevaba en su bolsillo el nombre de todas los ordenadores que estaban conectados a través del protocolo que habían creado. Fuente y Fecha de Consulta [www.el-mundo.es](http://www.el-mundo.es) 28/02/05.

abreviatura de Redes interconectadas. En tanto, durante esa misma década comenzó a crecer el interés de las empresas como Apple Computer, Commodore y Tand, por colaborar con Microsoft debido a que los programas de aplicaciones integradas les permitieron utilizar un lenguaje de programación básico para los microprocesadores 8086.

En 1983 ARPANET se separó de la Red Militar con la que se originó, de modo que ya sin fines militares se puede considerar a ese año, como el inicio de Internet debido a que más empresas se conectaron a la Red que poco a poco se fue comercializando hasta ofrecer en el mercado las computadoras personales con software de fácil manejo, como el procesador de textos de Microsoft Word, Excel, Works, entre otros.

A finales de los ochenta, también apareció el virus informático<sup>4</sup> y con ello los hackers, crackers<sup>5</sup> y para 1990 Internet se extendió en los Estados Unidos de manera vertiginosa a tal grado que se saturaron las líneas de conexión.

La magnitud y las dimensiones con las que se extendió la Red, nadie se las imaginó y en poco tiempo una aportación de Tim Berners<sup>6</sup> creó la plataforma de la World Wide Web (www) que permitió el intercambio de mensajes por correo electrónico y el

---

<sup>4</sup> Virus (virus) Programa que se duplica a sí mismo en un sistema informático incorporándose a otros programas que son utilizados por varios sistemas. Estos programas pueden causar problemas de diversa gravedad en los sistemas que los almacenan. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 24/05/05.

<sup>5</sup> Hacker (pirata) Una persona que goza alcanzando un conocimiento profundo sobre el funcionamiento interno de un sistema, de un ordenador o de una red de ordenadores. Este término se suele utilizar indebidamente como peyorativo, cuando en este último sentido sería más correcto utilizar el término "*cracker*". Cracker (*intruso*, revienta sistemas, saboteador) Un *cracker* es una persona que intenta acceder a un sistema informático sin autorización. Estas personas tienen a menudo malas intenciones, en contraste con los *hackers*, y pueden disponer de muchos medios para introducirse en un sistema. phracker (fonopirata) Pirata informático especializado en utilizar las redes telefónicas para acceder a sistemas ajenos o a menudo solamente para evitar pagar las facturas telefónicas. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 24/02/05.

<sup>6</sup> Tim Berners-Lee -un científico británico del Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN)- decidido a desarrollar un método eficiente y rápido para intercambiar datos entre la comunidad científica. Para ello, combinó dos tecnologías ya existentes (el hipertexto y el protocolo de comunicaciones de Internet), creando un nuevo modelo de acceso a la información intuitivo e igualitario. Las famosas tres W han hecho posible que aprender a utilizar la Red sea algo al alcance de cualquiera. Actualmente, Tim Berners Lee está al frente del World Wide Web Consortium, la organización que coordina estándares y añade nuevas funcionalidades a la Web. Por encima de todo, sigue promoviendo su visión de la www como una fuerza que incentive el cambio social y la creatividad del individuo. La revista *Time* lo escogió como una de las 100 personalidades más importantes del siglo XX. Fuente y Fecha de Consulta [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es) 28/02/05.

intercambio de archivos para enviar mensajes, paralelamente a la evolución del software que de la misma manera se desarrolló cada vez más hasta llegar al protocolo de transmisión de hipertexto, http.<sup>7</sup>

En 1993 ya se tenían referencias del primer servidor web en español y en 1994 se liberaron algunas de las restricciones de uso comercial para la Red; sin embargo, 1999 se consideró el año del “boom” de Internet comercial lo cual no sólo significó un avance tecnológico, sino un fenómeno tecnológico que cambió las estructuras económicas, políticas, sociales y culturales de todo el mundo.

Para reforzar lo anterior, enseguida se presentan las cifras del auge de Internet de 1999 hasta el 2001, fecha en la que casi se triplicó la conexión e servidores a nivel mundial.

<b>Servidores web en México y en el mundo, 1999-2001</b>		
<b>AÑO</b>	<b>MEXICO A/</b>	<b>EN EL MUNDO B/</b>
<b>1999</b>	<b>14,968</b>	<b>8,972,063</b>
<b>2000</b>	<b>20,345</b>	<b>9,231,584</b>
<b>2001</b>	<b>52,896</b>	<b>26,386,934</b>
<b>a/</b>	<b>Para 1999, cifras a agosto; para 2000 y 2001, a febrero.</b>	
<b>b/</b>	<b>Para 1999, cifras a diciembre; para 2000 y 2001, a enero.</b>	

A pesar de que el aumento de la conectividad de servidores web<sup>8</sup> en el planeta se reflejó de manera considerable, en México no fue significativo ya que aunque comparamos cifras globales con locales, nuestra conexión en el 2001 representó menos de la cuarta parte, por lo que deducimos que en esos años, Internet comenzó a gestarse.

Para contrarrestar lo anterior, en el siguiente capítulo presentamos un breve recorrido del desarrollo de Internet en México y hacemos uso de tablas estadísticas con la finalidad de dar a conocer datos reales sobre los usos y costumbres en la Red.

---

<sup>7</sup> HyperText Transfer Protocol - HTTP (Protocolo de Transferencia de Hipertexto) Protocolo usado para la transferencia de documentos WWW. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 24/02/05.

<sup>8</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.netcraft.com/surveys](http://www.netcraft.com/surveys) Julio 2002. 15/03/04.

## 2.2 LA INTERNET EN MÉXICO

La World Wide Web (www) llegó a México a principios de 1970 por el interés de diversas instituciones académicas como el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Monterrey (ITESEM) que en ese año se conectó por medio de una línea telefónica analógica de 4 hilos a 9600 bits por segundo a Bitnet (EDUCOM) y a la Universidad de Texas (UTSA), en San Antonio.

Por su parte, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en 1970, de la misma forma se enlazó a Bitnet (EDUCOM) a través del ITESEM y a la Red vía satélite por medio del satélite Morelos II en conjunto con el Centro Nacional de Investigación Atmosférica de Boulder en Colorado, siendo el segundo nodo de Internet en México.

Una vez que ambas instituciones se conectaron, comenzaron a hacer experimentos entre ellas utilizando líneas privadas analógicas de 9600 con la velocidad suficiente para transferir archivos desde un acceso remoto. Debido al éxito de las conexiones, poco a poco se incorporaron otras instituciones entre las que destacan: la Universidad de Chapingo en el Estado de México, el Laboratorio Nacional de Informática Avanzada de Jalapa, Veracruz, el Centro de Investigación de Química Aplicada de Saltillo, al servidor del ITESEM, por mencionar sólo algunas instituciones y organismos.

En febrero de 1989, México logró establecer finalmente su primer enlace con Internet, convirtiéndose así en el primer país de América Latina en haberse conectado a la Red por la National Science Foundation (NSF por sus siglas en inglés) anticipándose incluso a naciones europeas y de otros continentes.<sup>9</sup>

A la par, surgió RED-MEX un organismo formado por la academia donde se discutieron las políticas, los estatutos y procedimientos de la Red de comunicación de datos de México. Asimismo, en 1992 apareció MEXNET, la cual es una asociación civil que agrupa a las instituciones académicas que promueven el desarrollo de Internet en México y reúne a representantes legales de cada institución de diversos lugares del

---

<sup>9</sup> Islas Octavio, Gutiérrez Fernando, *Internet: El Medio Inteligente*, Ed. Compañía Editorial Continental, México, 2001, Pág. 5.

país. Para 1993, el Consejo Nacional para la Ciencia y Tecnología (CONACYT) y el Instituto Tecnológico Autónomo de México, (ITAM) se conectaron a Internet mediante un satélite que llevó la señal al Centro Nacional de Investigaciones Atmosféricas (CNIA) y en poco tiempo, la UNAM se estableció como el primer Network Access Point (NAP).

En ese mismo año, se contó con diversos servidores, algunos de ellos desaparecieron y para 1994 surge la Red Tecnológica Nacional (RTN) integrada por MEXNET y CONACYT y a partir de ese entonces México abrió el mercado de las comunicaciones comercializando no sólo con instituciones sino con empresas una nueva era que está transformando los hábitos y las costumbres de la gente, que más que un cambio tecnológico, representa un fenómeno social.

En 1995 el Centro de Información de Redes de México (NIC México) nació y fue la empresa encargada de coordinar y administrar los dominios de Internet asignados al país y con tal responsabilidad asignó el dominio para México como “.mx” y con este dominio se declararon en ese año 180 dominios con el .com.mx, 12 con el .gob.mx, 20 con el .net.mx, 13 con el org.mx y a 101 con el mx.<sup>10</sup> En ese mismo año, México ocupó la posición No. 31 a nivel mundial en base al número de host registrados y el segundo lugar en Latinoamérica, después de Brasil.

De esta manera el número de servidores World Wide Web creció 160% entre 1994 y 1995, y para diciembre de 1996 los dominios .mx eran 2,618”.<sup>11</sup> “Un año después, en 1997 existieron más de 150 ISP’s<sup>12</sup>, ubicados en los principales centros urbanos como en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Laredo, Saltillo, Oaxaca, entre otros”.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> NIC-México Fuente y Fecha de Consulta [www.nic.mx](http://www.nic.mx) 24/02/05.

<sup>11</sup> Fuente y Fecha de consulta [www.isocmex.org.mx/historia.html](http://www.isocmex.org.mx/historia.html) 07/03/04.

<sup>12</sup> ISP Internet Service Provider -- ISP (Proveedor de Servicios Internet) Organización, habitualmente con ánimo de lucro, que además de dar acceso a Internet a personas físicas y/o jurídicas, les ofrece una serie de servicios (por ejemplo, hospedaje de páginas web, consultoría de diseño e implantación de webs e Intranets, etc). Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 15/04/05.

<sup>13</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.interware.com.mx](http://www.interware.com.mx) 07/03/04.

En nuestros días, el incremento de dominios registrados es considerable por lo que a continuación mostramos las tablas representativas bajo en dominio mx en México agrupados por subdominio tomando como fuente de información la página NIC México.<sup>14</sup>

En las siguientes tablas se aprecia el crecimiento que han tenido los diferentes tipos de dominios en México.

<b>.ORG.MX</b>		
<b>Año</b>	<b>Nombres de dominio registrados</b>	<b>Crecimiento (%)</b>
1989	0	N/A
1991	0	N/A
1992	0	N/A
1994	0	N/A
1995	13	N/A
1996	142	992.31
1997	389	173.94
1998	622	59.9
1999	1,221	96.3
2000	2,399	96.48
2001	2,759	15.01
2002	3,085	11.82
2003	3,148	2.04
2004	4,370	38.82
2005	4,516	3.34

<b>.COM.MX</b>		
<b>Año</b>	<b>Nombres de dominio registrados</b>	<b>Crecimiento (%)</b>
1989	0	N/A
1991	0	N/A
1992	1	N/A
1994	5	400
1995	180	3,500.00
1996	2,286	1,170.00
1997	6,043	164.35
1998	10,661	76.42
1999	25,026	134.74
2000	56,769	126.84
2001	61,496	8.33
2002	66,545	8.21
2003	74,885	12.53
2004	100,353	34.01
2005	101,786	1.43

<sup>14</sup> Idem pág. 24.



<b>.MX</b>		
<b>Año</b>	<b>Nombres de dominio registrados</b>	<b>Crecimiento (%)</b>
1989	1	N/A
1991	1	0
1992	?	N/A
1994	44	N/A
1995	101	129.55
1996	179	77.23
1997	188	5.03
1998	189	0.53
1999	177	-6.35
2000	177	0
2001	177	0
2002	172	-2.82
2003	172	0
2004	173	0.58
2005	173	0

<b>.EDU.MX</b>		
<b>Año</b>	<b>Nombres de dominio registrados</b>	<b>Crecimiento (%)</b>
1989	0	N/A
1991	0	N/A
1992	0	N/A
1994	0	N/A
1995	0	N/A
1996	13	N/A
1997	168	1,192.31
1998	359	113.69
1999	557	55.15
2000	855	53.5
2001	1,245	45.61
2002	1,692	35.9
2003	2,114	24.94
2004	2,580	22.04
2005	2,612	1.24

<b>.NET.MX</b>		
<b>Año</b>	<b>Nombres de dominio registrados</b>	<b>Crecimiento (%)</b>
1989	0	N/A
1991	0	N/A
1992	0	N/A
1994	0	N/A
1995	20	N/A
1996	143	615
1997	262	83.22
1998	395	50.76
1999	639	61.77
2000	761	19.09
2001	662	-13.01
2002	621	-6.19
2003	557	-10.31
2004	509	-8.62
2005	509	0

Como se observa en las gráficas, el dominio .com.mx es el que cuenta con un mayor número de registros quizás por la relación del .mx con México y por la conectividad comercial ya que bajo este esquema se encuentran organismos públicos y privados, instituciones financieras, sindicatos, asociaciones y el gobierno, entre otros. Dentro de este último rubro, cabe mencionar que como compromiso para acercar a la población mexicana a la información y al conocimiento de las tecnologías de información, el 1° de diciembre del 2000 se anunció la puesta en marcha del portal nacional e-México como un proyecto para acercar a las diversas entidades y dependencias públicas para ampliar los servicios básicos de salud, educación, gobierno, ciencia, tecnología e industria.

Para ello, se crearon los Centros Comunitarios Digitales en la República Mexicana en cada uno de los municipios del país así como en las 16 Delegaciones Políticas del Distrito Federal, a través de 7,200 Centros Comunitarios Digitales<sup>15</sup> activados.

Estos centros, se ubican en lugares públicos, de fácil y libre acceso para la población de las localidades aledañas como lo son escuelas, bibliotecas, centros de salud, centros de desarrollo social, plazas comunitarias, municipios, oficinas de correos y telégrafos.

El portal e-México es un portal con diseño sencillo dividido en secciones como ¿Qué es México?, Foros e-México, Conoce E-México, Efemérides, Clima, Encuesta, Registro, Comunidades, Estados y Municipios, Ligas de Salud, Aprendizaje y Economía, Noticias, Sitios de interés, entre otras opciones que ayudan a que las comunidades más remotas se conecten entre sí con el resto del país y con el mundo entero ya que esta iniciativa está al alcance de toda la población.

---

35 Fuente y Fecha de Consulta [www.e-mexico.gob.mx](http://www.e-mexico.gob.mx) 24/02/05.

No obstante éstas acciones de gobierno, aunadas al incremento en el número de usuarios<sup>16</sup> de Internet en nuestro país, no representan la creación de una cultura hacia el buen uso de la información que se encuentra en la Red, menos aún si no se cumplen las necesidades básicas de la población de escasos recursos.

<b>Usuarios de Internet en México, 2000-2002</b>			
<b>(Miles)</b>	<b>Total</b>	<b>En el hogar</b>	<b>Fuera del hogar</b>
<b>Año</b>			
<b>2000</b>	<b>5 058</b>	<b>3 136</b>	<b>1 922</b>
<b>2001</b>	<b>7 047</b>	<b>4 095</b>	<b>2 952</b>
<b>2002</b>	<b>10 765</b>	<b>5 933</b>	<b>4 832</b>

Para sustentar lo anterior, la utilización de la Red a través de la diversidad de servicios que ofrece, tienden más hacia el uso del correo electrónico y el chat, que hacia la búsqueda del conocimiento en otras áreas tal y como se muestra en lo sucesivo en donde incluso la amplia variedad en los servicios y la facilidad con que se navega en la Red hacen de ella un mundo infinito de nuevas posibilidades y no sólo un medio de comunicación.

---

<sup>16</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx) Encuesta sobre Disponibilidad y Uso de Tecnología de Información en los Hogares 2002. (Población de 6 años y mayor) 24/02/05.

## 2.3 SERVICIOS DE INFORMACIÓN AL NAVEGAR EN LA RED

Se le llama protocolo de Red o protocolo de comunicación al conjunto de reglas que controlan la secuencia de mensajes que ocurren durante una comunicación entre entidades que forman una Red.<sup>17</sup>

La Red de Redes como se le conoce a la Internet, ofrece un sin fin de información y de servicios que satisfacen la demanda de diversas necesidades a nivel mundial dentro de las cuales destacan el uso del correo electrónico, los MP3<sup>18</sup>, las videoconferencias, los chats, el comercio electrónico entre otras muchas opciones. Sin embargo, pese a la basta información que proporciona la Red, el correo electrónico seguido de la consulta o investigación en línea tiene mayor uso sin dejar atrás el chat, los temas de educación y entretenimiento.<sup>19</sup>

Principales usos de Internet, 2001		
Concepto	Absolutos	Relativos
Total	16 338 695	100
Correo Electrónico	4 226 298	25.9
Consulta o Investigación en Línea	4 173 144	25.5
Chat	2 844 475	17.4
Educación	2 304 668	14.1
Entretenimiento	2 069 771	12.7
Software	308 829	1.9
Vídeo Conferencias	245 036	1.5
Otros	97 889	0.6
No sabe	68 585	0.4

<sup>17</sup> Fuente y Fecha de Consulta es.wikipedia.org 20/04/05.

<sup>18</sup>MPEG-1 Audio Layer-3 -- MP3 (Estrato de Audio 3 de MPEG-1) Método de grabación y reproducción digital de audio que permite una buena calidad de sonido, teniendo los ficheros obtenidos un tamaño razonable. Su rápida popularización a través de Internet ha causado grave preocupación a las empresas del ramo y a los organismos encargados de la protección de los derechos de autor. Fuente y Fecha de Consulta www.ati.es 24/02/05.

<sup>19</sup> Fuente y Fecha de Consulta www.inegi.gob.mx 02/02/05.

Por lo anterior, queda claro que Internet es un espacio infinito donde podemos encontrar todo, desde la historia de un país, una receta de cocina, museos, servicios de noticias, educación a distancia, etc., y lo más interesante es que podemos viajar simultáneamente a cualquier parte del mundo con tan sólo clickear las páginas o links.

Sin embargo, más allá de la búsqueda de la información, Internet genera una nueva manera de ver al mundo y sobre esa perspectiva. A continuación se describen algunos de los principales rubros que desde nuestro punto de vista forman parte esencial de la nueva cultura electrónica.

### **2.3.1 LOS CIBERCAFÉS**

En México, el creciente interés de la población por conectarse a la Red va en aumento pese a las condiciones, económicas, políticas, sociales y culturales que nos aquejan como país en vías de desarrollo. Hoy en día, el acceder a la Red no ha sido una limitante pues la mayoría de los hogares urbanos de la República Mexicana, cuentan por lo menos con una computadora personal;<sup>20</sup> aunado al “boom” de los Café Internet que son establecimientos que en un inicio se localizaron en zonas céntricas de casi todos los estados del país y en el propio centro de la República llegando poco a poco a las colonias populares y lugares remotos.

La expansión de los Café Internet se debe principalmente a la falta de conexión en los hogares, ya que como se muestra en la tabla A, la adquisición de computadoras para el hogar se posicionó en el 2001 con 39.6 por ciento comparado con el 2004 que representó el 28.8 por ciento. Aunado a lo anterior, la tabla B nos muestra que la línea telefónica como conexión a Internet en los hogares permaneció como la mejor opción pero una de las principales razones por las que la gente no tiene Internet, es por falta de recursos económicos como se presenta en la tabla C; de lo cual se deduce que de acuerdo a las cifras hasta el 2004, el 49.2 por ciento de la población no tuvo acceso a Internet.

---

<sup>20</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx) INEGI. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2004. 25/02/05

**TABLA A**

Hogares con computadora por tiempo de compra, 2001, 2002 y 2004						
Tiempo de compra	2001		2002		2004 a	
	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento
Hogares con computadora	2 743 749	100	3 742 824	100	4 744 184	100
Hasta un año	984 588	35.9	1 462 916	39.1	1 318 578	27.8
Más de 1 hasta 2 años	1 085 926	39.6	1 271 289	34	1 365 596	28.8
Más de 2 hasta 4 años	465 615	17	742 099	19.8	1 159 282	24.4
Más de 4 años	189 353	6.9	264 837	7.1	890 464	18.8
No especificado	18 267	0.7	1 683	NS	10 264	0.2

**TABLA B**

Hogares con Internet según medio de conexión, 2001, 2002 y 2004						
Medio de conexión	2001		2002		2004 a	
	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento
Hogares con conexión a Internet	1 440 399	100	1 833 504	100	2 301 720	100
Línea telefónica	1 371 532	95.2	1 681 590	91.7	1 781 866	77.4
Cable	68 867	4.8	102 244	5.6	251 845	10.9
Línea telefónica dedicada	ND	ND	ND	ND	220 902	9.6
Radiofrecuencia	ND	ND	ND	ND	19 029	0.8
No especificado	0	0	49 670	2.7	28 078	1.2

**TABLA C HOGARES CON COMPUTADORA SIN CONEXIÓN A INTERNET.<sup>21</sup>**

Principales razones	2001		2002		2004 a	
	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento
Hogares con computadora sin conexión a Internet	1 303 350	100	1 862 318	100	2 439 556	100
Falta de recursos económicos	ND	ND	956 194	51.3	1 201 371	49.2
Falta de interés	ND	ND	494 528	26.6	720 426	29.5
Equipo insuficiente	ND	ND	314 051	16.9	190 944	7.8
Otra	ND	ND	97 545	5.2	326 815	13.4

Ante las cifras de conexiones, los café Internet han proliferado ya que como su nombre lo indica, los Café Internet brindan en la mayoría de los establecimientos, el servicio de cafetería, donde el cliente se conecta durante horas, lo cual ha transformado la forma de interactuar de la sociedad entre los principales usos de Internet<sup>22</sup> de la gente que accede desde cualquier punto de conexión a la Red se encuentran:

<sup>21</sup> Idem pág. 48.

<sup>22</sup> La suma de los parciales no corresponde con el total por ser una pregunta de opción múltiple. Cifras preliminares correspondientes al mes de junio. FUENTE: **INEGI**. Módulo Nacional de Computación 2001. **INEGI**. Encuesta sobre Disponibilidad y Uso de Tecnología de Información en los Hogares 2002. **INEGI**. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2004. NOTA: La suma de los parciales no corresponde con el total por ser una pregunta de opción múltiple. Fuente y Fecha de Consulta [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx) 20/02/05

Población de seis años y más que utiliza Internet por tipo de uso, 2001, 2002 y 2004						
Tipo de uso	2001		2002		2004 a	
	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento	Absolutos	Por ciento
Población de seis años y más que utiliza Internet	7 047 172	100	10 764 715	100	12 945 888	100
Correo Electrónico	4 262 301	60.5	6 155 730	57.2	6 360 562	49.1
Consulta o Investigación en Línea	4 251 094	60.3	6 663 609	61.9	5 942 771	45.9
Chat	2 888 374	41	4 107 260	38.2	4 709 182	36.4
Educación	2 334 371	33.1	2 848 714	26.5	3 753 759	29
Entretenimiento	2 091 799	29.7	1 747 835	16.2	1 821 812	14.1
Software	328 398	4.7	905 216	8.4	1 106 151	8.5
Vídeo Conferencias	247 712	3.5	469 812	4.4	404 236	3.1
Otro	98 419	1.4	176 894	1.6	117 399	0.9
No especificado	72 536	1	56 828	0.5	240 952	1.9

En el caso del Ciber Café, las personas asisten regularmente de manera individual y se encuentran con sus amigos no de forma presencial sino a través del correo electrónico o del chat.

Al respecto, Juan Carlos Jiménez estudiante que asiste al ciber café comenta “Yo, asisto al café Internet para consultar mi correo, leer los periódicos *La Jornada* y *El País* y me tardo alrededor de dos horas. Las páginas que consulto con mayor frecuencia son Terra, Monografías.com, Hotmail y Google. Desde mi punto de vista, no me gusta chatear aunque sí lo he hecho por curiosidad, pero prefiero las conversaciones frente a frente”.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Jiménez, Juan C. estudiante de Psicología de 25 años, entrevista realizada en la Plaza del Carmen, Centro de Coyoacán, México, D.F., 20/03/04.



Las características del café Internet son las mismas de un café agregando sólo los servicios de comunicación conocidos que se componen de una conexión rápida de alta velocidad, las computadoras instaladas con el software necesario que puede ser Windows 98, Windows Milenium o Windows XP, un puerto que permite la intercomunicación entre las máquinas, las impresoras y las conexiones para acceder a la red, un quemador de discos CD, el escáner y los puertos USB, que constituyen los elementos básicos para ofrecer el servicio, aunque cabe la posibilidad de contar con una cámara digital o más herramientas.

Desde el punto de vista económico, los café Internet representan una nueva fuente de empleo y en algunos casos han sido un redituable negocio, ya que los precios de los ciber cafés oscilan entre \$5.00 de 10 a 35 minutos y por más media hora, el costo es de \$10.00 a \$15.00 pesos la hora.<sup>24</sup> En ocasiones existen planes de promoción para clientes frecuentes y los gastos de impresión, escaneo y de almacenamiento de información se cobran por separado y dependen de la cantidad y del tipo de material donde se desee reproducir o guardar la información.

Además de lo anterior, en algunos ciber cafés se cuenta con el personal capacitado que brinda ayuda al cliente para entender el idioma inglés o para operar los equipos. Finalmente, los horarios de servicio van de las 9:00 a.m. a las 8:00 p.m. incluyendo los fines de semana, por lo que asistir a un Café Internet se ha convertido en una nueva modalidad para interactuar con la tecnología y acercarse a la gente.

### **2.3.2 EL CHAT Y LAS COMUNIDADES VIRTUALES**

Otro componente de esta cultura electrónica es el chat que como su nombre lo indica en idioma Inglés significa plática y es un servicio que ofrecen casi todas las páginas en Internet donde encontramos una amplia diversidad de conversaciones que incluyen desde tópicos como amor, casados e infieles, amistad (con opciones de edades y sexo), entretenimiento, humor, juegos hasta los chats o foros donde se intercambian

---

<sup>24</sup> Internet Station, calle Cuauhtémoc 174-A Col. Del Carmen Coyoacán E-mail: i\_netstationcafe@mail.com 20/03/04.

conocimientos, experiencias y sugerencias sobre algún tema de interés dentro del área académica, laboral o de servicio a la comunidad.

El funcionamiento del chat, se basa en seleccionar o crear una “sala” en la cual la persona ingresa al escribir su número de nic<sup>25</sup> con lo que accesa y selecciona los nombres en la mayoría de los casos no reales, de las personas que están conectadas para pulsar el que sea de su interés y así comenzar a “chatear”.

Las características de esta herramienta nos permiten, adjuntar imágenes, archivos, crear animaciones, generar una comunicación mediante íconos que a su vez expresan sentimientos, escuchar música, agregar tapices de fondo, incorporar en una plática a alguien, agregar nuevos contactos o eliminarlos, entre otras muchas opciones que se establecen en tiempo real.

Empero como su nombre lo indica, la utilización del chat es una nueva forma que las personas utilizan para comunicarse y su uso tiene efectos positivos y negativos.

Los puntos a favor son la reducción de la distancia, un servicio barato y el intercambio de ideas y conocimientos con otras culturas. Las desventajas son el individualismo, la mentira y la idealización del ser humano perfecto que oculta la identidad real en la Red.

Pese a lo anterior, lo cierto es que su uso ha proliferado en las últimas décadas y representa un cambio en la manera tradicional de interactuar con la sociedad rompiendo reglas, leyes, ideologías, fronteras y creencias; muestra de lo anterior son los matrimonios, las relaciones sexuales, los noviazgos, y los negocios que se consuman a través del chat.

Del chat, se desprenden las comunidades virtuales que son sitios web preparados para servir a un determinado grupo de personas con intereses comunes que se agregan en las diferentes conversaciones lo cual representa un importante nicho de mercado potencial para las diversas empresas que brindan sus servicios a través de Internet.

---

<sup>25</sup> Network Information Center -- NIC (Centro de Información de la Red) Un NIC ofrece información, asistencia y servicios a los usuarios de la red. Fuente y Fecha de Consulta [www.nic.mx](http://www.nic.mx) 25/02/05.

De hecho, en la gran mayoría de los portales existe una sección de registro como requisito o restricción para acceder a la información de la web que se encarga de captar a nuevos contactos. Como resultado de ello, ha proliferado la existencia de un nuevo núcleo de negocio a través de la comercialización de bases de datos segmentadas que buscan llegar a los contactos claves a través del mail para ofrecer una gran diversidad de productos y servicios.

Esta nueva estrategia de marketing, busca llegar a la persona clave para posicionar su producto o servicio, incluso las empresas de publicidad, de radio, televisión, prensa, entre otros medios, utilizan éstos mecanismos para ser competitivos en la Red y atraer al ciber lector induciéndolo a la compra, con lo que el mail toma su valor al ser el acceso de un sin fin de actividades, principalmente comerciales.

### **2.3.3 EL CORREO ELECTRÓNICO E-MAIL**

El e-mail<sup>26</sup> como se le conoce al correo electrónico, es una forma de mandar información electrónica a través de mensajes<sup>27</sup> donde se adjuntan, cartas, documentos, comunicados, etc, de una computadora a otra, es decir, de un remitente<sup>28</sup> a un

---

<sup>26</sup> E-mail: electronic mail (correl, *correo electrónico*) Aplicación mediante la cual un ordenador puede intercambiar mensajes con otros usuarios de ordenadores (o grupos de usuarios) a través de la Red. El correo electrónico es uno de los usos más populares de Internet. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

<sup>27</sup> El mensaje electrónico es el conjunto de elementos que componen un envío de correo electrónico. Aparte de los elementos visibles al usuario (campos "Subject:", "From:", "To:", "Cc:", "Bcc", cuerpo del mensaje, firma, ficheros anexos, etc.), un mensaje de correo electrónico contiene también elementos ocultos que son necesarios para su correcta transmisión al destinatario a través de la Red. Fuente y Fecha de consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

<sup>28</sup> From: (de, desde) Es una de las líneas que componen la cabecera de un mensaje de correo electrónico y su finalidad es identificar al emisor del mensaje. La etiqueta de la red aconseja que se incluya una identificación suficiente del emisor (nombre y apellido(s) en caso de una persona física y nombre de la organización en caso de una persona jurídica). Esta información es introducida por el usuario en la configuración de su programa de correo electrónico. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

destinatario o destinatarios conectados a diferentes gateways<sup>29</sup> para recibir información de manera instantánea.

El e-mail es un servicio que ofrecen todos los servidores de todas las Redes existentes, algunos son de organizaciones no gubernamentales, otros empresariales, gubernamentales y otros comerciales como el caso de T1msn, Yahoo.com.mx y Terra.com.mx, por mencionar algunos que compiten de manera constante por captar a la mayor parte de usuarios.

Las bondades del correo electrónico se encuentran en su rapidez y en su identidad o sello correspondiente a cada dominio asignado dependiendo el país. De esta manera podemos encontrar correos electrónicos que terminan con de que corresponde a Alemania; .gt que corresponde a Guatemala y así sucesivamente.

El correo electrónico funciona al pasar de una máquina (PC) a otra, al comprobar la comunicación de la dirección del destinatario para entregar el mensaje y se almacena en lo que se denomina Outlook o en el Outlook Express. En el correo electrónico, la información se distribuye de manera individual o de manera masiva;<sup>30</sup> asimismo la utilización del mail reduce el uso del papel y el tiempo en emitir un comunicado ya que como parte del mensaje se pueden adjuntar<sup>31</sup> documentos que son visualizados y revisados en la misma pantalla de la computadora.

---

<sup>29</sup> Gateways (pasarela): Una pasarela es un programa o dispositivo de comunicaciones que transfiere datos entre redes que poseen implementaciones diferentes y son incompatibles entre sí. No debería confundirse con un convertidor de protocolos. Hoy se utiliza el término router (direccionador, encaminador, enrutador) en lugar de la definición original de gateway. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

<sup>30</sup> Cc: (copia) Es una de las líneas que componen la cabecera de un mensaje de correo electrónico y su finalidad es copiar ese mensaje a uno o más destinatarios de dicho mensaje, cuyas identidades, a diferencia de lo que sucede con los incluidos en la línea "Bcc", aparecerán en el mensaje recibido por el destinatario o destinatarios principales. "Cc" es un acrónimo de la frase inglesa "Carbon copy" (copia de papel carbón). Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

<sup>31</sup> Attachment (anexo) Dícese de un fichero o archivo que se envía junto a un mensaje de correo electrónico. El fichero puede contener cualquier objeto digitalizado, es decir, puede contener, texto, gráficos, imágenes fijas o en movimiento, sonido. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

La dirección de correo electrónico,<sup>32</sup> cuenta con un sin fin de funciones que van desde el uso de un alias o sobrenombre con el que podemos identificarnos e identificar a nuestros contactos en nuestro directorio, programar actividades con el uso de la agenda, crear directorios y subdirectorios, enviar mensajes con copia oculta hasta transformar el formato de los escritos que se plasman el formato html a través de los diferentes íconos compuestos por el tipo de letra, tamaño, color, fondo e imágenes así como agregar nuestra identidad a través del uso de una tarjeta de presentación e incluso insertar fondos con panorámicas e imágenes gestuales de diversos íconos que se ofrecen en la Red.

El envío de correo electrónico es de mayor utilidad en las empresas ya que en promedio una persona profesionalista recibe entre 20 y 30 correos diarios 10 de ellos son Junk-mail o Spam que son correos basura no solicitados que regularmente presentan promociones de productos de dudosa procedencia “Actualmente, se calcula que del 30% de los mails (unos 500 millones de mails por día) que se envían, son no solicitados, o sea, spam”.<sup>33</sup>

La solución a esta tendencia de correos basura ha sido la aplicación de filtros para bloquear la información que se recibe ya que si se solicita ser removido, en ocasiones lo único que se logra es confirmar la dirección existente.

Otra tendencia del uso del correo electrónico son los envíos constantes de correos en cadena también conocidos como Hoaxes que son mensajes de bromas o engaños que tienen la característica de distribirse de manera masiva y los cuales persuaden a través de textos como “tendrás 30 años de buena suerte”, “serás un buen amigo” o “te volverás millonario”.

---

<sup>32</sup> La dirección de correo electrónico identifica un lugar virtual de un servidor donde se almacenan los mensajes de correo de una casilla electrónica concreta. Esta casilla puede corresponder a una persona (jperez@e.cl) o a un servicio (info@e.cl). Consta de una parte que identifica al usuario, llamada useríd (identificador de usuario), y otra parte que identifica al ordenador, llamada nombre de dominio (domain name). Una parte está diferenciada de la otra por el carácter @ (arroba). Cuando se envía un mensaje, los nombres de dominio son convertidos en otro tipo de dirección numérica entendible por los nodos de Internet, que se llama dirección IP (IP address). Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

<sup>33</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.rompecadenas.com.ar/spam.htm](http://www.rompecadenas.com.ar/spam.htm) 07/03/04.

De hecho, este tipo de mails se clasifican en: 1. Cadenas de la suerte; 2. Regalos de grandes compañías; y 3. Métodos para hacerse millonario.

Las características para poder identificar un Hoaxes es que éstos no tienen firma, y algunos se “cuelgan” de nombres de grandes compañías y su contenido no corresponde a lo que se puede concebir como creíble, por lo que se sugiere romper las cadenas al no contestar el mensaje.

### **2.3.4 LOS HACKERS DETRÁS DE LOS VIRUS INFORMÁTICOS**

Simultáneamente a los correos Junk, se encuentran la subcultura de los virus informáticos que son programas escritos de manera intencional para instalarse en la computadora sin permiso del usuario a los cuales se les denomina virus porque ataca a los archivos dañando la información existente en la memoria de la PC, así como algunos dispositivos de almacenamiento de la computadora.

Los virus informáticos tienen diferentes objetivos, algunos infectan, otros eliminan, algunos sólo muestran el mensaje y otros se propagan, de hecho el daño del virus informático no depende de que tan grande sea, sino en qué parte del sistema actúe.

El virus nació a finales de los años 60 como pasatiempo de algunos programadores de los laboratorios Bell & AT&T que idearon un juego al que se le denominó *Core War* que consistió en que dos jugadores escribieran un programa llamado organismo, cuyo hábitat fuera la memoria de la computadora con lo que al final de la batalla se borraban todas las funciones del juego en la memoria.

Lo que inició como un juego para “matar” el tiempo libre, hoy se ha convertido en una problemática mundial ya que en la actualidad los virus informáticos se generan y se propagan a diario por personas que tienen un amplio conocimiento del tema a los que se les denomina como Hackers, Crackers o Piratas de Internet quienes por entretenimiento, intereses económicos o incluso experimentales, los propagan.

Las características de los Hackers a raíz de la detención de algunos, son “siempre jóvenes y solteros, suelen llevar gafas por su gran dependencia de la pantalla; son pálidos, por la falta de sol motivada por su reclusión, y obesos, por su asidua ingestión de *fast food* y falta de ejercicio. Y sobre todo, son sujetos asexuados porque han sublimado toda su energía libidinal en su único interés, pues su único placer radica en el *hacking*”.<sup>34</sup>

Ante la creciente proliferación de virus, se han creado organizaciones y productos que desarrollan nuevos mecanismos de defensa que se dedican a encontrar vacunas para contrarrestar el efecto. Dichas empresas como Symantec, Panda, McAfee, ofrecen soluciones y servicios de seguridad para grandes y pequeñas empresas, y para proveedores de servicios, no obstante la mayoría de estas empresas están dirigidas a solucionar problemas del sistema operativo Windows y su importancia radica en la seguridad informática que proveen a la gente, más aún cuando ejercen el comercio electrónico con una actividad redituable.

En nuestro país de acuerdo a los comentarios proporcionados en entrevista por el Dr. Daltaubuit Godas, acerca de la seguridad informática, este es un tema amplio y de reciente incorporación que se puede abordar desde diferentes perspectivas. Una de ellas, es desde el ámbito académico en donde este tema ya se ofrece como materia de Licenciatura y de Maestría o bien como Diplomado a los Ingenieros de Computación, a los Ingenieros en Informática en las principales universidades del país y que desde su incorporación –poco más de cinco años- comenzó a surgir el interés por este rubro.

Otra característica de la seguridad informática, es la tendencia de empresas privadas y de gobierno por capacitar a su personal por lo que contratan el servicio de empresas que se dedican al análisis de seguridad de las cuales cabe mencionar que en la Ciudad de México existen alrededor de 15; en Guadalajara y sobre todo en Monterrey se pronostica que se instalen un mayor número de compañías de este tipo.

---

<sup>34</sup> Gubern Román, *El Eros Electrónico*, Ed. Taurus, México, 2000. Pág. 132.

Otra vertiente, son los servicios de seguridad administrados por terceros de manera remota, lo cual en México no sucede con demasiada frecuencia y finalmente, se encuentran todos los vendedores de antivirus.

En cuanto a la legislación referente a la seguridad informática, Daltaubuit menciona que ya se legisló sobre el uso de la firma digital y sobre autoridades certificadoras, crímenes informáticos lo cual le da acceso a la policía preventiva que tengan una unidad de delitos informáticos, no obstante estas acciones son recientes con lo cual podemos visualizar que falta mucho por hacer, sin embargo en México este tópico ya es una necesidad tanto por los vínculos comerciales que nos enlazan con otros países, como por políticas de países que como Estados Unidos solicitan a sus empleados tener mucho cuidado con la información, teniendo como antecedente los delitos como el de Worldcomm, lo que ha llevado a empresas al estándar ISO 17799; en otras palabras, a modernizarse.

### **2.3.5 EL COMERCIO ELECTRÓNICO E-COMMERCE**

A nivel mundial, las formas tradicionales de comercializar los productos a través de diferentes canales y estrategias está evolucionando con la utilización de las nuevas tecnologías de la información.

El E-Commerce o Comercio electrónico como se le conoce a la actividad de vender y comprar un producto o un servicio a través de la Red es una rutina en las sociedades desarrolladas.

En México como en otros países de América, el uso del comercio electrónico se está incorporando de manera paulatina al mercado ya que los empresarios han aceptado el cambio tecnológico considerándolo como una inversión y una alternativa para el futuro de las empresas mexicanas frente a la globalización. Sin embargo, por parte de los consumidores, dicha actividad aún es lejana porque desconfían de su seguridad.



Otra causa que afecta tanto al propietario como al usuario de esta modalidad, es la inestabilidad económica constante en nuestro país, la falta de liquidez y la corrupción. Lo anterior, se describe en base a la muestra del estudio realizado por la empresa Mund, S.A. de C.V. que muestra que el 87 por ciento de las personas no realizan una compra por Internet mientras que 13 por ciento si lo han hecho, lo cual refleja que en México esta actividad aún no representa un negocio atractivo.<sup>35</sup>

Adicionalmente, en México aún no se tiene una cultura tecnológica y por lo tanto se vive con la incertidumbre de pensar que al incorporar esta nueva tecnología, se reducirá el número de empleados, siendo que si bien algunas actividades desaparecen, otras se transforman o se generan y mientras una empresa esté a la vanguardia, será más competitiva tanto nacional como internacional.

Por lo anterior, podemos decir que las empresas mexicanas están incorporando de manera paulatina el e-commerce a través de promociones gratis que tienen la finalidad de crear una necesidad en el usuario y transformar dicha preferencia en consumo real. En tanto, las características que deberán mostrar las diferentes aplicaciones del e-commerce son la funcionalidad, confidencialidad, credibilidad y discrecionalidad, factores esenciales para realizar el comercio electrónico.

Aunado a esto, por parte del consumidor, éste debe tomar en cuenta la visualización de los precios, la descripción de los productos, la información en el idioma requerido y fotos del artículo, entre otras cualidades con el fin de garantizar una compra efectiva ya que en la mayoría de los casos, los servicios que ofrece el e-commerce aparecen anunciados como links para mostrar un sin fin de servicios que van desde la conexión telefónica hasta servicios bancarios, de entretenimiento, servicios electrodomésticos e informativos, por mencionar algunos.

Para Daltabuit, la estandarización electrónica de los métodos de pago cibernéticos facilitó el control de los ciudadanos por parte de las autoridades de Hacienda o de las grandes instituciones financieras y resultará un negocio redituable para las empresas que certifiquen éstos servicios.

---

<sup>35</sup> Fuente de consulta [www.mund.com](http://www.mund.com) 18/03/04.

En noviembre de 1999 los ministros de telecomunicaciones de la Unión Europea aprobaron un proyecto de ley que da a las firmas digitales en contratos por Internet, la misma validez que sus equivalentes escritos”.<sup>36</sup>

“El rasgo esencial del comercio en el ciber espacio es la conectividad. A diferencia del mercado establecido en un lugar geográfico típico de la era industrial, que se sustentaba en la idea de compradores y vendedores soberanos que se relacionaban en transacciones discretas, cada uno independiente del otro, la economía del ciberespacio agrupa a las empresas en grandes redes de relaciones de interdependencia en cuyo seno comparten actividades e intereses.”<sup>37</sup>

Desde el punto de vista social, las compras a través de Internet sin salir de casa representan un nuevo status de adquisición de los productos donde existen una gran variedad de opciones que van desde electrodomésticos, el supermercado, artículos de uso personal, hasta compras excéntricas como automóviles o mansiones que mediante el uso de la computadora, el manejo del “ratón” y aplicaciones como multimedia, se pueden contemplar como si fueran reales.

---

<sup>36</sup> Cebrián Juan Luis, *La Red*, Ed. Punto de Lectura, 2da, Edición, 2000, Impreso en España, Pág. 186.

<sup>37</sup> Rifkin Jeremi, *La Era del Acceso, La Revolución de la Nueva Economía*, Ed. Paidós, Impreso en España, 2000, Pág. 32

Población que realiza compras online por países seleccionados, 2002		
País	Comercio electrónico	
	Por ciento de la población total	Por ciento de los usuarios de Internet
Alemania	11	16
Argentina	ND	3
Australia	7	14
Belgica	4	10
Canadá	10	16
Dinamarca	14	22
España	2	10
Estados Unidos	19	32
Finlandia	8	14
Francia	7	19
Gran Bretaña	9	23
Hong Kong	4	8
Hungría	ND	3
India	1	4
Indonesia	ND	6
Irlanda	9	19
Italia	3	7
Corea	16	31
Malasia	1	3
<u>México</u>	1	7
Noruega	15	25
Países Bajos	12	20
Singapur	5	9
Taiwan	5	12
Turkia	ND	3

En la gráfica se observan los porcentajes de la población mundial que realiza compras por Internet por países seleccionados en donde México está por debajo de Dinamarca, Estados Unidos, Gran Bretaña, Corea y Noruega.<sup>38</sup> Por otro lado, se hace un proyección hacia el 2006 en donde América Latina está por debajo de Norte América, Asia Pacífico y de Europa Occidental.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Fuente y Fecha de Consulta <http://www.tnsfres.com/GeR2002/home.cfm> 15/03/04.

<sup>39</sup> E-commerce and development report 2002. Fuente y Fecha de Consulta [www.unctad.org/ecommerce](http://www.unctad.org/ecommerce) (julio 2003) 15/03/04.

De la misma manera, la tabla D se refleja que en el 2006 México no estará preparado para ejercer el comercio electrónico como lo hacen países desarrollados, por lo que posiblemente varias organizaciones trabajarán en los próximos años tanto para crear una cultura de los usos de Internet como para proveer a la ciudadanía de las herramientas adecuadas que garanticen el buen uso del e-commerce y en tanto, adicional a este reto, otro de los principales problemas que enfrenta la Red es la pornografía, tema que se retomará en el último apartado de éste capítulo.

**TABLA D**

Pronóstico B2B y B2C para el 2006 por región, 2006					
(Billones de dólares)	B2B		B2C		B2B/B2C
Región	Absolutos	Relativos	Absolutos	Relativos	
Total	12 276	100.1	561	100	21.9
Norte América	7 127	58.1	211	37.5	33.8
Asia/Pacífico	2 460	20	185	33	13.3
Europa Occidental	2 320	18.9	138	24.6	16.8
América Latina	216	1.8	16	2.9	13.5
Europa Oriental	84	0.7	6	1.1	14
África y Medio Oriente	69	0.6	5	0.9	13.8

### 2.3.6 LA PORNOGRAFIA EN INTERNET

Así como en Internet encontramos ventajas y un sin fin de bondades, una debilidad es la pornografía infantil que se representa como una adicción, es decir, un placer que se estimula mediante la exposición de fotografías de cuerpos desnudos lo que se ha convertido en una industria rentable a nivel mundial.

Tal como la pornografía se difunde en los medios fotográficos, vía telefónica, en televisión, en videos o en DVD'S, de la misma manera la pornografía se distribuye en Internet y contrariamente a lo que se puede considerar como una violación a la estabilidad social, es importante distinguir la pornografía en dos niveles, el primero cuando se trata de un placer como entretenimiento para los adultos con criterio de seleccionar sus preferencias y el segundo cuando se habla de la pornografía como explotación y exhibición de cuerpos, como lo es el caso de la pornografía infantil.

De acuerdo a lo anterior, una de las palabras más buscadas en la Red es sex la cual se encuentra casi de manera instantánea y en muchas ocasiones de manera disfrazada. En este sentido, de acuerdo al artículo publicado en la *Revista Forbes* en línea, se estima que el negocio de la pornografía factura entre 10 a 14 billones de dólares al año, siendo como industria, mayor a cualquier liga deportiva (futbol, béisbol) e incluso mayor que Hollywood.

“Los norteamericanos gastaron 4 billones de dólares en alquiler de videos para adultos en el 2002. Sólo durante el mes de abril del 2001, 22.900.000 personas visitaron sitios pornográficos en Internet y el sitio PlayBoy donde se ofrecen ejemplos gratis de las “Playmates” que reciben un promedio diario de 5.000.000 visitas por día y se estima que cada día son inaugurados 266 nuevos sitios de pornografía en Internet”.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Fuente y Fecha de Consulta. [www.forbesonline.com](http://www.forbesonline.com) 10/02/2004.

Antulio Sánchez en su artículo titulado *Diosas Digitales*,<sup>41</sup> hace un recuento del auge de las pasiones y deseos que genera la Red y al respecto inicia recopilando el video juego de *Tomb Raider* que marcó a la protagonista Lara Croft como un mito y un *sex symbol* que modificó los hábitos y las pautas de los amantes del entretenimiento en 1996, pasando por Pamela Anderson, Sarah Jane hasta llegar a Lucy Layton Miss Internet en el 2002 y de manera más reciente a la amada del *Netart* que es Netochka Nezvanova, mujer que sólo existe en el ciberespacio y cuyas características han causado sensación aunado a un sin fin de mercadotecnia que produce ganancias significativas.

Sin embargo, la principal preocupación no radica en la existencia de portales de entretenimiento o pornográficos en Internet sino en el contacto que los niños tengan de dicha información siendo Internet un medio que se incorpora cada día más en las escuelas y al que se puede tener acceso no sólo en casa sino en los diversos Café Internet.

Al respecto, las acciones que se llevan a cabo consisten en agregar un mensaje en donde se indica que las imágenes expuestas son exclusivamente para adultos lo cual es bueno, o existen portales que son bajo suscripción, pero falta trabajo consistente no censurado en la aplicación de estas prácticas.

Por todo lo anterior y haciendo un breve resumen de los servicios de la Red, podemos decir que la llamada "autopista" de la información, es un conjunto de miles de Redes informáticas unidas entre sí que conecta a millones de computadoras personales de todo el mundo, lo que ha revolucionado la forma de interactuar de las sociedades.

"La Red se está convirtiendo en la base de creación de riqueza en las economías de todo el mundo. Al igual que los tendidos de energía eléctrica, las carreteras, los puentes y otros servicios constituirán la infraestructura de nuestras viejas economías basadas en la industria y la explotación de los recursos, la Red se está convirtiendo en la infraestructura de una nueva economía del conocimiento."<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Sánchez Antulio, *Diosas Digitales*, en *etcétera* Online Julio 2003. 25/02/05.

<sup>42</sup> Idem pág. 59.

Entretanto, la Internet no tiene un inventor, de la misma manera que tampoco tiene un dueño. En esa arquitectura reticular y descentralizada, que está emparentada con el espíritu libertario y de búsqueda que la ha definido junto a sus implicaciones comerciales, se encuentra en gran medida la genialidad de ese instrumento de comunicación.<sup>43</sup>

Cada vez aumenta más y más el número de usuarios de Internet e incluso, hay quien dice que son unos 25 millones de personas, y hay quienes se aventuran a cifrar esta cantidad en unos 100 millones de usuarios. Pero según la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación AIMC en este momento son 33 millones de internautas europeos y 148 millones en todo el mundo.

La cantidad de servicios que ofrece este sistema es casi innumerable y va desde bibliotecas y clases a distancia, la búsqueda de información, envío y distribución de correspondencia y correo, canales de charlas y foros de todo tipo, videoconferencias, programas y software para la computadora, conferencias telefónicas, envío de mensajes, encuestas, etc.

Por lo anterior, Internet se caracteriza por su descentralización y por su independencia, por lo que es un mecanismo para la libertad de expresión, sin poseer ningún impedimento ni mecanismo de control o presión y las páginas web de los medios de comunicación son muestra de ello así como la actividad periodística que nos nutre día a día de los acontecimientos locales e internacionales con lo que somos copartícipes de nuestra realidad. Referente a lo anterior, a continuación se aborda el periodismo electrónico en México.

---

<sup>43</sup> Trejo Delarbre, Raúl, Correo de Guanajuato, Secc. Sociedad y Poder, 24 de mayo del 2002 en [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx) Fecha de consulta 12/02/2004.

### 3. EL PERIODISMO ELECTRÓNICO EN MÉXICO

*En un Estado verdaderamente libre,  
el pensamiento y la palabra deben ser libres*

**Suetonio**

A no más de una década, el concepto de periodismo electrónico fue inusual en el ambiente periodístico; inclusive al mencionar dicha palabra la imagen recreada era el reflejo de un cuarto grande con un sin fin de botones, tarjetas, pantallas, y lenguajes informáticos difíciles de entender. Ante dicho acontecimiento tecnológico podemos decir que en nuestros días esta concepción ha cambiado de manera importante porque la tecnología se conoce y se utiliza de manera cotidiana, no así el periodista se ha involucrado de manera sustancial en la utilización de la misma.

Por su parte, los medios masivos de comunicación que padecieron el impacto de enfrentar la “oleada” de la nueva tecnología no permanecieron ajenos sino por lo contrario enfrentaron el reto de adaptarse a las recientes novedades con lo que su labor no sólo se limitó a participar como generadores del trabajo periodístico sino que constituyó una pieza clave en la formación del periodista electrónico.

Tanto por la responsabilidad que los periodistas, los medios de comunicación, las instituciones educativas y sociales tienen ante el uso de las recientes tecnologías; en este capítulo como punto de partida definimos el concepto de periodismo electrónico desde la perspectiva del Dr. Raúl Trejo Delarbre<sup>1</sup> y del Dr. Jorge Alberto Lizama Mendoza<sup>2</sup> ambos especialistas en temas del ciberespacio que nos proporcionan sus puntos de vista sobre las habilidades y competencias que el “nuevo periodista” debe cubrir desde el panorama del quehacer periodístico de nuestro país y de nuestro tiempo.

---

<sup>1</sup>Entrevista con el Dr. Raúl Trejo Delarbre concedida en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, Ciudad De la Investigación en Humanidades, con fecha del lunes 13 de septiembre del 2004.

<sup>2</sup> Entrevista con el Dr. Jorge Alberto Lizama Mendoza concedida en la Universidad Latina con fecha del 23 de septiembre del 2004.



A la par, retomamos el rol que las instituciones educativas de nivel superior adoptan en sus programas académicos en el rubro tecnológico para visualizar el compromiso de las escuelas en la formación de los periodistas. La reflexión que se hace, es el reflejo del desarrollo que en el campo laboral tiene el periodista que se enfrenta no sólo a validar la información que recopila en campo sino a verificar que los datos que encuentre en Internet sean válidos además de inmiscuir su criterio ligado a su ética y a su formación profesional.

Aunado a lo anterior, estudiamos la incorporación de la tecnología en los periódicos a través de la creación de las páginas web<sup>3</sup> para presentar un panorama general de las principales y más conocidas páginas de noticias que existen a nivel mundial.

Consecuentemente, hacemos un recorrido por las páginas electrónicas de los principales diarios que circulan en la Ciudad de México para ejemplificar lo que es el periodismo impreso y electrónico, tomando como modelo al periódico *Reforma*.

Esto, nos da la pauta para conocer la estructura organizacional, la línea editorial, entre otros aspectos de *Reforma*, para involucrarnos en la interesante y amplia gama del ejercicio periodístico con el uso de las nuevas tecnologías frente al periodismo impreso.

---

<sup>3</sup> World Wide Web -- WWW, W3 (Telaraña Mundial, Malla Mundial, WWW) Sistema de información distribuido, basado en hipertexto, creado a principios de los años 90 por Tim Berners Lee, investigador en el CERN, Suiza. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/02/05.

### 3.1 EL PERIODISMO ELECTRÓNICO ¿QUÉ ES? ORÍGENES Y DEFINICIÓN

El periodismo electrónico desde un punto de vista técnico apareció en España con el videotex y el teletexto como un método de interactividad que se difundió a través de la televisión y que en poco tiempo se incorporó a algunos periódicos de Francia. El Audiotex, que es la comunicación vía telefónica, es otro componente en el sistema de información basado en una computadora que en un principio se utilizó para publicar las listas de varios servicios telefónicos que permitieron a los lectores llamar para dar a conocer información puntual.

Con la incorporación del fax, se intentó difundir un resumen de prensa; sin embargo, en poco tiempo con la aparición del módem fax, esta práctica desapareció más aún cuando éste fue superado por los adelantos tecnológicos del software, el hardware y la multimedia.

A raíz de este avance, surgió el periodismo electrónico que transformó la manera de realizar el periodismo tradicional por medio de diferentes mecanismos en los que intervienen la conexión telefónica para el acceso a Internet, el soporte de la información por medio del CD, la unidad ZIP, DVD, y las memorias, entre otros alcances.

Hoy, la actividad periodística se ha transformado con el uso de la tecnología y muestra de ello es la incorporación de la Internet en los medios masivos de comunicación que los periodistas no sólo de la prensa escrita, sino también de radio y televisión utilizan de manera cotidiana como herramienta que les permite obtener la información necesaria para realizar su trabajo con una mayor facilidad.

Dicho lo anterior y tomando en cuenta que la materia prima del periodismo es la noticia que surge del acontecimiento inmediato no programado y de la noticia programada, la transformación que el ejercicio informativo tiene en nuestro país se acopla de manera aceptable pero no satisfactoria a las nuevas formas de hacer periodismo a pesar de controversias sociales, económicas y culturales que nos aquejan como país tercermundista.

Por lo anterior, es menester buscar una definición que nos acerque a la concepción del término de periodismo electrónico. Al respecto, Raúl Trejo Delarbre considera que dicha acepción es muy reciente y suele aplicarse a la persona que utiliza los medios digitales de reproducción; particularmente el periodismo en Internet basado en la colocación de páginas web que tratan de replicar los contenidos de los medios convencionales, o bien de ofrecer un contenido original que antaño era exclusivo de la radio y la televisión.

Jorge Lizama coincide con Trejo en que el periodismo electrónico no existe, sino está por constituirse ya que expone que usualmente se tiene la idea que pasar los contenidos normales de las memorias escritas a las digitales, es ser periodista electrónico lo cual no es un concepto aislado sino global que involucra una serie de factores como lo son en primera instancia, generar una nueva ontología en la información que se produce de manera constante en nuestras visiones hipertextuales.

Como segundo punto, Lizama menciona que para definir al periodismo electrónico, debe existir la retroalimentación entre el periodista y el público global de Internet, con lo que se podría hablar de la figura como tal; en tanto, mientras los formatos normales cambien a los electrónicos digitales, no existe el periodismo electrónico sino que está por construirse a partir de abrir el campo del periodismo y saber que el periodista va a tener que cambiar mucho su labor de trabajo actual.

Una definición en línea indica que el periodismo electrónico es “la especialidad del periodismo que se relaciona con las actividades, presencias o formas de comunicar y distribuir la información, llevadas a cabo vía Internet por agentes que conforman el sector de comunicación de masas”.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.pressnetweb.com](http://www.pressnetweb.com) 04/03/04.

De lo anterior, podemos mencionar que ciertamente en nuestro país a diferencia de otros como España, aún no se puede hablar de manera amplia de la actividad del periodismo electrónico no sólo por las deficiencias tecnológicas sino por la complejidad que este término conlleva tanto por la inversión en la infraestructura que los medios de información gastan en equipos, por la inhabilidad de poder manejar la nueva tecnología de reciente incorporación en el mercado, como por la complejidad que esto representa para el profesional de la comunicación y para las instituciones educativas que juegan y deberán desempeñar un papel importante frente a nuevas necesidades de la sociedad.

Debido a la importancia de lo antes descrito, a continuación abordamos las habilidades y las competencias que el profesional de la Comunicación debe adquirir para ser competitivo en el campo laboral y también se identifica el papel que juegan las escuelas de nivel superior en la formación de los profesionales de la Comunicación, lo cual nos permite evaluar el nivel intelectual y laboral para visualizar las principales necesidades y retos que el periodista de nuestro tiempo deberá considerar.

A la par, otro factor interesante que mencionamos, es la ética periodística de donde se desprende la objetividad ligada a la línea editorial o políticas establecidas de la empresa donde el periodista se desenvuelve para conocer sí el esquema de la ética periodística en el medio impreso es igual que en el periodismo electrónico.

Además de lo anterior, describimos el trabajo que el periodista desempeña en un medio impreso y las diferencias que existen en la formación de un periódico electrónico, para dar a conocer los principales cambios que impactan al quehacer periodístico tradicional del periodismo electrónico.

### 3.2 EL PERIODISTA ELECTRÓNICO HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Generalmente, las personas que eligen estudiar la carrera de Ciencias de la Comunicación o Periodismo, tienen una mala concepción de lo que es la currícula. De hecho, la idea de los estudiantes es concluir la carrera para “conducir” el programa de radio o televisión más exitosa del momento; siendo que la variedad de opciones que ofrece el estudio de la comunicación es basto.

Como primer filtro, nos encontramos ante la falta de conocimiento del campo que abarca la comunicación, no obstante cuando el estudiante de periodismo recién egresado comienza a ejercer su profesión de una forma decidida, se enfrenta a un choque de habilidades y competencias puesto que, por un lado las materias de estudio que adquirió en la universidad parecen no tener una relación inmediata y directa con el tipo de trabajo que se comienza a desempeñar, y por el otro, existen una gran cantidad de actividades menores que sólo se consideran y se realizan como tareas cotidianas.

Tanto para el periodista estudiante como para el egresado, existe una realidad diferente entre lo que es la teoría y la práctica del ejercicio periodístico ya que si bien es cierto que las instituciones educativas han incorporado tanto en sus instalaciones la estructura computacional con acceso Internet así como los programas de software básico, no así lo han hecho en todos los programas educativos que en muchas ocasiones no incluyen materias relacionadas con el uso de la tecnología y el conocimiento teórico de éstas.

Al respecto, Jorge Lizama considera que las actitudes y habilidades de un periodista no existen en nuestro país ya que no hay una relación entre las tecnologías que llegan e impactan a la sociedad y la manera análoga para que exista una apropiación tecnológica en donde la sociedad aprenda desde encender una máquina, hasta saber cruzar información, etc.

Al referirse a esta falta de apropiación tecnológica Lizama menciona al autor español Alfons Cornella<sup>5</sup> quien desde su concepción, diferencia a ciudadanos bien informados e informacionalmente hábiles. Para Alfons Cornella los ciudadanos informacionalmente hábiles saben donde encontrar la información, cómo distribuirla y generan nuevos procesos de conocimiento y de crítica a partir de esa información. A través de ese análisis, Lizama considera que el concepto de ciudadano informacionalmente hábil es el perfil ideal que deberían tener los periodistas, lo cual nos permitiría hablar de una sociedad de la información y por ende de un uso inteligente de la misma.

Para Trejo Delarbre, el periodista electrónico debe ser un periodista con una formación como tal e integral ya que en ocasiones tanto el estudiante como los profesores establecen parámetros que limitan la capacidad técnica de comunicar puesto que se basan en saber manejar una grabadora, una cámara o leer la información de un monitor, pero desconocen el saber escribir bien.

Ante tal obstáculo, Trejo Delarbre propone el concepto de *periodista integral* el cual conlleva habilidades variadas que van desde saber buscar la información y en el caso del periodismo moderno, saberla localizar en la red, redactarla, colocar fotografías, subir la información e imágenes a la web, transmitirla, y cita “El hecho de que un periodista desde su lap top esté viendo un incendio y colocando en un sitio de Internet la noticia, nos permite que la noticia se conciba más rápido y de manera más completa” y agrega, “no basta la rapidez para que el periodismo electrónico sea completo sino el valor de la noticia que dependerá en gran medida de la habilidad que el periodista tenga para colocar información, gráficas, ligas con otras páginas, etc”

Lo anterior de acuerdo a Delarbre, cambia las características físicas del trabajo, ya que un periodista pasa más tiempo frente a una computadora que en la calle buscando la información.

---

<sup>5</sup> Alfons Cornella es Fundador y Presidente de Infonomia.com, una iniciativa innovadora de desarrollo de ideas y formación permanente para entender lo que es una empresa en red, dirigida a profesionales dinámicos en lengua española. Dedicado a entender cómo la gestión inteligente de la información en las organizaciones va a representar la diferencia entre las que se adaptan y mejoran y las que sólo glorifican el pasado. Entre sus libros se encuentran, *Hacia la Empresa en la Red, Infonomia; com* y entre sus artículos, *Novelas Digitales e Inmortalidad Virtual, Cultura Informacional es Civismo Internacional, Música Digital: Cambio en los modelos de Negocio, Políticas de Información: esa es la Cuestión, entre otros muchos*. Fuente y Fecha de Consulta [www.quadernsdigitals.net](http://www.quadernsdigitals.net) 06/03/05.

A la par, el académico agrega que de la misma manera el periodista debe saber entender su realidad comenzando por conocer los nombres de los Secretarios de Estado ya que en algunas ocasiones no se tiene la idea de dónde buscar información sobre algún asunto público o bien no se entiende la organización legal del Sistema Político Mexicano y al no saber buscar la información, el periodista está limitado por su propia preparación.

Otro aspecto intrínseco al desarrollo del periodismo electrónico, son las instituciones educativas que a través de sus programas establecen el perfil que tendrá el egresado de la carrera de periodismo. En este rubro, el trabajo en las aulas no corresponde con la realidad porque como afirma Delarbre, las escuelas están reaccionando de manera muy parcial e insuficiente y aunque no se rechaza del todo la inexistencia de instituciones educativas que incorporen la tecnología, su objetivo es más comercial que académico, en beneficio de una formación integral como complemento a la formación convencional, y contradictoriamente, es más barato formar a alguien para que desarrolle una página en Internet que entrenar a alguien para producir un programa de televisión por lo que hace falta una visión para considerar a Internet una opción más que permitiría el ejercicio de un periodismo mucho más barato y de más accesibilidad a la gente.

Bajo este panorama poco propicio en nuestro país, Delarbre comenta que en Europa existen Licenciaturas y Maestrías dedicadas específicamente al periodismo electrónico y aquí, en México ni la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) cuenta con un tronco de formación destinado al periodismo electrónico.

Esta limitación para Jorge Lizama, también tiene que ver con el software que se instala en una computadora debido a que pese al existir una gran variedad de tecnologías en el sistema operativo que van desde Genius, Linux, el sistema operativo Unix, MAC, y Windows, los programas educativos se reducen a Windows que es una de tantas opciones lo cual limita las posibilidades para que la gente utilice otro tipo de plataformas.

Adicionalmente, la Internet también suele acotarse sin saber la multiplicidad de posibilidades de comunicación que se tiene como en los News Groups<sup>6</sup> en donde de manera personal se sube la información y se consulta el correo electrónico; los Metamundos<sup>7</sup>, los Pear to Pear<sup>8</sup>, los BBS<sup>9</sup>, por mencionar solo algunos que ofrecen una amplia gama de posibilidades; no obstante el usuario se limita a la www y al correo electrónico.

Por el impacto que esto representa, Lizama divide a la Internet en dos tipos: la Internet de superficie y la Internet profunda, la primera son todos los motores de búsqueda comerciales que privilegian los contenidos mercadológicos como el caso de Google, T1msn y Yahoo que cubren su información con el 10% de la información que existe en la Red. La Internet profunda representa el 90% de toda la información de la web y a ella se accesa por medio de los News Groups o a través de preguntas cuyas respuestas contienen información que está en la Red.

Sobre la utilización de la Internet superficial y la Internet profunda, Lizama llega a la conclusión de que el principal problema para poder identificar una y otra, es que la

---

<sup>6</sup> News Goups: son también, como las *listas*, medios especializados de comunicación colectiva en la Red. Los *news groups*, o abreviadamente *news*, se llaman en castellano "grupos de noticias" o "grupos de discusión". Normalmente, la participación en ellos es más abierta que en el caso de las listas: no hay que suscribirse para tener acceso a los mensajes que los constituyen; el usuario tampoco tiene que estar suscrito para que le admitan un mensaje. A pesar de su nombre, se ocupan de cualquier tema posible, y no específicamente de novedades o *noticias*. El envío de mensajes se hace mediante correo electrónico (que no va a un destinatario concreto, sino a un ordenador especializado o "servidor de noticias"). El acceso a los grupos suele hacerse mediante programas incluidos en los navegadores o en los programas de correo. Existen también programas específicos para lectura de grupos de noticias. A veces estos grupos de discusión se denominan *foros*, pero convendría especializar esta palabra para los que se desarrollan íntegramente sobre páginas de la Web o Malla Mundial. Fuente y Fecha de Consulta [www.jamillan.com/v-new.htm](http://www.jamillan.com/v-new.htm) 11/10/04.

<sup>7</sup> Metamundos – son ambientes virtuales en tercera dimensión que contienen un sentido de información y de socialización con las personas. Fuente y Fecha de consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 06/03/05.

<sup>8</sup> Pear to Pear (P2P) (entre pares, entre colegas, *entre iguales* ) Comunicación bilateral exclusiva entre dos personas a través de Internet para el intercambio de información en general y de ficheros en particular. *Napster* es un ejemplo de aplicación con este fin. Fuente y Fecha de consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 11/10/04.

<sup>9</sup> Bulletin Board System -- BBS (Tablón de Anuncios Electrónico) Ordenador y programas que habitualmente suministran servicios de mensajería electrónica, archivos de ficheros y cualquier otro servicio y actividad que pueda interesar al operador del BBS. Hoy casi han desaparecido, sustituidos por la WWW. Fuente y Fecha de consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 11/10/04.



gente no cuenta con el grado de apropiación que existe tan valioso en la Red, ya que se limitan al pensar que la Internet es el chat y el correo.

Entre la Internet profunda y la Internet superficial que señala Lizama, el periodista enfrenta el reto de poder distinguir qué información es veraz y cual no, y en este sentido es menester indicar que en nuestro país no existe un organismo que regule la información que se encuentra en Internet y de acuerdo a lo que indica Raúl Trejo, en Internet no hay reglas sino prácticas que son las mismas que existen en el periodismo fuera de línea.

Al respecto, Raúl Trejo reflexiona sobre la abundancia y la exuberancia de la información en la Red de Redes que nos ha llevado a plantear el problema de la veracidad de la información como un problema específico de Internet y no como un problema que presentan los medios en su totalidad por lo que comenta que para validar una información en Internet, las pautas son las mismas que cuando un reportero encuentra la información en la calle.

De esta manera, para Trejo Delarbre la forma de validar la fuente de información es cuando se afianza la información una y otra vez, cuando se buscan muchos recursos no sólo textuales sino presenciales donde se incluyen llamadas telefónicas, investigación de campo, investigación hemerográfica, entre otras órdenes, cuya elaboración depende de la especificidad y complejidad de la noticia.

Raúl Trejo agrega que otro elemento que se relaciona con la validez de la información es la tendencia cultural mitificadora de Internet, al pensar que por el solo hecho de estar conectados a la Red, a cualquier asunto se le da una legitimidad que no necesariamente está fuera de línea. La veracidad que el periodista le da a la Internet, es común a la vida fuera de línea como lo es el trato cara a cara con alguna persona. En ese sentido, los periodistas llegan a tener más confianza en algunas empresas de comunicación que a un "pasquín" que viva de calumniar a la gente como los hay muchos en este país.

Sobre este tema, Lizama considera que legislar Internet es un tema discutido porque usualmente se considera que Internet genera información de tercera o cuarta categoría. Sin embargo, Lizama hace referencia de acuerdo a lo que Thomas Kuhn señala “un investigador debe de tener la capacidad y se le debe dejar tener la capacidad de saber qué información vale y no vale” evidentemente, la persona que busca información necesita estar muy adentrado en el tema u objeto de estudio.

Por lo anterior, Lizama afirma que la responsabilidad de la información que se encuentra en Internet será juicio de cada persona lo cual va ligado a la profesionalidad ya que en Internet existe mucha información valiosa en donde se pueden encontrar páginas interesantes como es.wikipedia.org que es un proyecto donde se afianza la información.

Como conclusión de este rubro, Delarbre considera que pensar en la regulación es algo legítimo pero no tiene una solución práctica ni tampoco se puede, ni se debe crear una institución o mecanismo regulador para la veracidad de lo que se dice en Internet en primer lugar porque no se puede técnicamente y en segundo lugar porque una legislación nacional influiría sobre lo que se colocará en línea desde el propio país.

Así, Trejo Delarbre afirma que la libertad con la que se maneja Internet es una ventaja que proporciona este medio porque cada quien puede decir lo que quiera, aunque sean mentiras, calumnias o información equivocada.

De otra manera, existiría un organismo con enorme capacidad para verificar y certificar; igual que para censurar y castigar, y si bien es cierto que en los medios convencionales hace falta renovar la legislación -no para restringir la libertad de expresión sino por el contrario, para renovar la legislación del sistema de concesiones- esto impediría que muchos que desean tener acceso a la comunicación, la tengan.

En Internet, hoy en día cualquier regulación sería en detrimento de la libertad que existe. Internet es un medio no democrático porque mucha gente en México -por lo menos 9 de cada 10 personas- no tiene acceso a la Red de Redes, por lo que es un medio donde quien tiene acceso, puede decir lo que quiere, elegir lo que le guste y le convenga y la regulación podría limitar esa libertad.

A la par de la validez de la información, se encuentra la ética periodística en Internet que de acuerdo a Delarbre, son las mismas reglas que valen para el periodismo fuera de línea, ajustándolos a la especificidad de este medio en donde es preciso acreditar las fuentes ya que el plagio que existe en el periodismo es de todas las épocas y de todos los medios y en el caso de Internet, es muy sencillo ya que basta tomar un texto o una imagen y pegarla a una página con lo que se tiene un posible abuso, sobre todo si se lucra mercantilmente con ese material.

Las reglas éticas que sigue el periodismo ordinario sirven también para el periodismo en la Red, donde hay que dar crédito a los materiales de otros, hay que reconocer cuando un trabajo se debe a la cooperación de varios y no solo de uno, hay que tener respeto por la vida privada, distinguirla de los asuntos públicos porque, no se vale inventar; todo esto son normas habituales en el periodismo convencional que sirven para constituir una ética actualizada del periodismo en línea, señala Delarbre.

En resumen, podemos decir que los tiempos actuales requieren que tanto el periodismo electrónico como el periodismo tradicional se incorporen a una nueva cultura electrónica que les permita comunicarse desde lugares remotos, acceder a la información de manera inmediata, grabar una conferencia o entrevista en una PDA<sup>10</sup> o en teléfonos celulares, bajar imágenes, grabar audio y al mismo tiempo conectarse a la Red e incluso interconectarse con otros colegas.

---

<sup>10</sup> Personal Digital Assistant -- PDA (Asistente Personal Digital) Ordenador de pequeño tamaño cuya principal función era en principio la de mantener una agenda electrónica, aunque cada vez más se va confundiendo con los ordenadores de mano y de palma. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 06/03/05.

Por lo anterior y aunque parece sencilla la utilización de la tecnología, para el periodista esta actividad será resultado de un proceso de adaptación a las tecnologías contrario al acceso que de ella tienen las nuevas generaciones, sin dejar pasar las limitantes y el rol que juegan las instituciones educativas en la formación de nuevos profesionales de la comunicación en nuestro país.

Ante este panorama, la demanda generada en esta asignatura, la competitividad laboral y la incorporación de la tecnología que abarca desde el cambio de la máquina de escribir por una computadora y la utilización del software especializado para desarrollar la actividad periodística, el profesional de hoy no sólo se enfrenta al reto de conocer los conceptos teóricos del periodismo, sino también a los retos de capacitarse de manera constante para estar habilitado y ser competente en el campo laboral.

Adicionalmente, el desconocimiento del manejo de la tecnología no es el único reto que los periodistas deben enfrentar, pues su competitividad también dependerá de los conocimientos, y la experiencia que el periodista tenga para recolectar información objetiva y de interés para que la logre transmitirla a sus lectores.

En el hacer periodístico en Internet, los hábitos y costumbres no desaparecen sino se transforman para dar cabida a una nueva forma de realizar el trabajo, y es así como se define al periodista electrónico, como una persona que escribe y difunde sus escritos en un site,<sup>11</sup> en donde además de compartir sus palabras con el público se vuelve partícipe cuando le solicitan comentarios o proporciona su correo electrónico para recibir cualquier pregunta o retroalimentación.

Principalmente, es en los medios masivos de comunicación en donde el periodista pone en práctica sus hábitos y sus competencias y se conecta con la realidad no solo local sino mundial. Al respecto, los medios adoptan una figura y un reto al ser generadores de dicho oficio en el que surgen departamentos como el de Desarrollo de Internet o cargos como Director de Internet, Jefe de Sistemas, Director de Tránsito por mencionar

---

<sup>11</sup> Site. Punto de la Red con una dirección única y al que pueden acceder los usuarios para obtener información. Fuente de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 210305.

algunos, en donde recae el peso de mantener actual la información en las diversas páginas de Internet como se muestra a continuación.

### **3.3 PRINCIPALES PERIÓDICOS EN MÉXICO QUE INCORPORAN LA WEB A SU SERVICIO.**

La estructura para realizar el periodismo electrónico depende en gran medida de la actualización constante de los equipos y paquetería que sin duda son la material prima para dicho trabajo. En este sentido y bajo la responsabilidad que juegan los medios de comunicación de masas, las estrategias y la planeación que van ligadas a la visión y misión de las empresas periodísticas es de vital importancia para la toma de decisiones en la adquisición de equipo, lo cual de manera intrínseca está apegado a los recursos monetarios de cada medio.

Además de lo anterior, las versiones de software y hardware que surgen día a día y que se generan de manera casi espontánea, a lo mucho y exagerando el uso que se les pronostica, tienen una duración de cinco años, con lo cual para que una empresa sea competitiva, tendrá que contemplar en sus presupuestos la actualización tecnológica que engrane con el proyecto que requiere implementar para alcanzar sus objetivos.

Aunque en los inicios de Internet fueron pocas las empresas periodísticas que contaron con esta tecnología porque el precio de conectividad era relativamente alto, en poco tiempo las empresas no sólo periodísticas sino de otras áreas utilizan esta herramienta con lo que el auge de los sitios web incrementó no sólo para estar a la vanguardia o entrar al e-commerce, sino también para reafirmar y en algunos casos generar una identidad empresarial.

En el caso de los periódicos en Internet, la utilización de la tecnología ha ido más allá de reafirmar una identidad ya que de manera particular cada medio muestra su diseño y su contenido aprovechando los beneficios de Internet, además de proporcionar la información idónea para comercializar productos y servicios tanto de la misma empresa como de otras, a través de los links<sup>12</sup> que vinculan a una página de otra.

Ante esta nueva modalidad de comercialización, los periódicos impresos de antaño y los de nuestros días encuentran su subsistencia a través de los anunciantes. En el caso de los periódicos en Internet, encontramos publicidad semejante a través de vínculos y banners<sup>13</sup> publicitarios que son rentables y atractivos para el “ciber lector”. Otra característica ligada a la conexión es la información al minuto que se ofrece sobre los principales acontecimientos a nivel mundial, nacional y local que a diferencia de la edición impresa, tiene desventajas en cuanto a la oportunidad y la rapidez con que se presenta la noticia.

Desde servicios prácticos como el correo electrónico, la compra de artículos, acceso a cuentas bancarias, la conexión a teléfonos móviles hasta las noticias del día presentadas en boletines que se renuevan periódicamente, es lo que ofrece Internet para satisfacer las demandas de los usuarios que conviven en armonía con sitios web.

Ante esta actividad, algunos visionarios como Jeremy Rifkin<sup>14</sup> aseguran que en un futuro no muy lejano los medios de comunicación no se distinguirán entre escritos, radiofónicos audiovisuales porque estarán presentes en todos los formatos de modo que el público receptor será quien elija el formato que más le convenza y le convenga ya que existen webs en las que cabe la posibilidad de visualizar y leer la información en el formato de texto, pero a la vez, se puede observar un video relacionado con la noticia e incluso escuchar un archivo de audio con las declaraciones del protagonista debido a que la tendencia del internauta es la de personalizar los medios de comunicación de

---

<sup>12</sup> Link (*enlace/enlazar*, liga, puntero, vínculo/vincular) Apuntadores hipertexto que sirven para saltar de una información a otra, o de un servidor a otro, cuando se navega por Internet o bien la acción de realizar dicho salto. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 06/03/05.

<sup>13</sup> Banner (anuncio, *pancarta*) Imagen, gráfico o texto de carácter publicitario, normalmente de pequeño tamaño, que aparece en una página web y que habitualmente enlaza con el sitio web del anunciante. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 06/03/05.

<sup>14</sup> Jeremy Rifkin, *El Siglo de la Biotecnología y El fin del Trabajo*, imparte conferencias sobre ciencia y tecnología así como su impacto en la economía global, la sociedad y el medio ambiente en diversas partes del mundo.

acuerdo a sus necesidades, con lo que los medios ponen a nuestro alcance en Internet un sin fin de opciones.

Desde otro punto de vista y a la par del auge que tiene el periodismo electrónico, se han creado asociaciones y organizaciones a nivel internacional y local entre las que destacan la Agrupación de Periodistas Digitales en Chile, la Asociación de Periodistas Digitales de América Latina, la Asociación de Periodistas de Andalucía, la Asociación Valenciana de Investigadores en Comunicación y Periodismo Digital, Periodistas Sin Fronteras, el grupo de Periodistas Digitales, el National Institut for Computer Assited Reporting de Estados Unidos, Online News Associations y la Asociación de Periodistas en Internet, la Revista Digital del Proyecto Millennium de Ciudad Universitaria México por mencionar algunas que ofrecen información sobre los medios de comunicación y artículos de interés y cursos enfocados al periodismo electrónico lo cual nos habla del auge e interés en los temas de Internet.

Al respecto, éstas características de la noticia impresa y la noticia electrónica son fundamentales para determinar hacia dónde va el periodismo en nuestros días, ya que basta ver los principales diarios a nivel mundial para darnos cuenta que los portales de Internet se perfilan como el camino más corto para acceder a la información de interés.

Entre los principales diarios electrónicos a nivel mundial en la web se encuentran [www.elpais.es](http://www.elpais.es), [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), [online.wsj.com](http://online.wsj.com), [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es), entre otros y en lo que respecta a las agencias informativas, la Primera agencia de Noticias en Español *EFE* que ofrece a sus usuarios un servicio de noticias clasificadas por temas y continentes [www.efe.es](http://www.efe.es). *Europa Press*, [www.europapress.es](http://www.europapress.es) (*EP*) donde el internauta puede consultar tanto noticias como el archivo gráfico e histórico; por su parte, la Agencia *France Press* (*AFP*) [www.afp.fr](http://www.afp.fr) presenta a las delegaciones de todo el mundo, cuenta con cinco versiones de idioma y contiene titulares, reportajes, fotos y enlaces con otros medios de comunicación electrónicos.

*Associated Press* (*AP*) [www.ap.org](http://www.ap.org), con 150 años, es la decana de las agencias de prensa en el mundo y entre sus servicios sobresalen el gran número de medios norteamericanos asociados en régimen de cooperativa.

*Reuters*, [www.reuters.com](http://www.reuters.com) la principal agencia británica de prensa que ha puesto en la red un número reducido de noticias; las de portada, algunos breves, una selección de información de ocio, deportes y diversas fotografías de acontecimientos recientes.

Ligado a las agencias informativas de Internet, también existen buscadores especializados en temas de la prensa como *Digital*, un buscador de noticias en español que recoge una media de 1.000 artículos al día y guarda una hemeroteca de 120.000 noticias desde su creación<sup>15</sup> en el año 2000.

En lo que se refiere a los principales periódicos impresos que circulan en la Ciudad de México, estos diarios, de la misma forma han incorporado su página en Internet y con ello abren una gama de posibilidades para poder interactuar y conocer las necesidades de sus lectores de manera rápida. Al respecto, a continuación se presentan las principales páginas de los diarios que circulan en la Ciudad de México y su porcentaje de interacción en la Red.

Periódico	Página Web	Grado de interactividad
El Economista	<a href="http://www.economista.com.mx">http://www.economista.com.mx</a>	35%
El Financiero	<a href="http://www.elfinanciero.com.mx">http://www.elfinanciero.com.mx</a>	25%
El Sol de México	<a href="http://www.oem.com.mx/oeminfo.htm">http://www.oem.com.mx/oeminfo.htm</a>	5%
El Universal	<a href="http://www.el-universal.com.mx/">http://www.el-universal.com.mx/</a>	60%
Excélsior	<a href="http://www.excelsior.com.mx/">http://www.excelsior.com.mx/</a>	10%
La Crónica de Hoy	<a href="http://www.cronica.com.mx/cronica">http://www.cronica.com.mx/cronica</a>	30%
La Jornada	<a href="http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/">http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/</a>	20%
La Prensa	<a href="http://www.oem.com.mx/oeminfoo.htm">http://www.oem.com.mx/oeminfoo.htm</a>	5%
Novedades	<a href="http://novedades.com.mx/novedad.htm">http://novedades.com.mx/novedad.htm</a>	5%
Reforma	<a href="http://reforma.infosel.com/">http://reforma.infosel.com/</a>	70%

Tabla 1. Porcentaje del *Reforma* con otros periódicos de circulación en el Distrito Federal para conocer el grado de interactividad en su página web.<sup>1</sup>

<sup>15</sup> Guía Práctica de Internet 2000, *Lo Mejor para estar Informado, Buscar y Aprovechar los Recursos de la Red*. Ed. Sol 90, 2000, Pág. 16 y 17.



El interés de conocer por parte de los medios de comunicación la forma de interacción de las personas en Internet, ha hecho que se investiguen de cerca estos efectos. Por ello, el periodismo en nuestros días tiene las características de ser un periodismo competitivo, preocupado por hacer llegar al lector la información que le interesa dejando atrás las condiciones gubernamentales pero respetando al final de cuentas la línea editorial de su medio e incorporando la modernidad en diseño, en contenido, en productos y servicios que busca el lector. De esta manera encontramos periódicos que han permanecido durante muchos años en el mercado como el caso de *El Universal*, *El Excélsior*, *El Sol de México*, *La Prensa*, *Novedades*, *La Jornada*, *UnomásUno* y los especializados como *el Financiero*, *El Economista*, así como los más jóvenes en el ambiente como *El Reforma*, *La Crónica de Hoy* y *Milenio*.

Conjugando los hábitos y costumbres en el uso de Internet a nivel mundial y a nivel local, y la participación de los medios de comunicación, es donde radica la importancia de este apartado debido a que en lo sucesivo veremos sí la sociedad tiene y tendrá un mayor acceso y participación en el uso de Internet y hará de esta herramienta un uso cotidiano.

En este sentido y desde el enfoque de los medios, de acuerdo a lo que cita David Randall, los medios impresos tradicionales como el periódico, pasarán a segundo término lo cual representará un fenómeno social como en sus inicios lo fue la imprenta de Gutemberg. *“La industria periodística del mundo desarrollado ha reaccionado con temor ante estos cambios. Los editores contemplan el panorama y ven nuevos medios alternativos de información y entretenimiento y la caída de la difusión global de los periódicos. Esto tiene tres consecuencias, la pérdida de confianza en la prensa escrita, y en el periodismo que desarrolla (lo que ha derivado en innovaciones como “el periodismo de estilo de vida”), el vértigo de transformaciones casi constantes a que se somete el diseño de algunos periódicos y las enormes cantidades de dinero dedicadas a la investigación sobre “la prensa escrita del futuro”.* <sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Trejo Delarbre, Op. Cit pág. 52

Acerca de la reflexión de David Randall, Jorge Lizama retoma el enfoque de la comunicación alternativa no sólo para el rumbo de las grandes empresas periodísticas sino también para hablar de la denominada prensa marginal, de la cual señala que la comunicación alternativa antes de Internet falló, porque era localizable y burocrática y era uno de los grandes hitos de la izquierda e incluso motivo de los movimientos sociales. Sobre esta limitante, Lizama considera que Internet abrió nuevas opciones de comunicación alternativa, muestra de ello es la página de [www.indymedia.com](http://www.indymedia.com) y *Access for all* que tiene radios en todas partes del mundo que suman alrededor de 123 desde Noruega, Rumania hasta México.

Para Jorge Lizama, la posibilidad que da Internet en comparación a los medios tradicionales que se han vuelto mercantiles e industrializados, es una mayor apertura ya que las oportunidades que brinda son amplias e incluso superan a la prensa tradicional y como ejemplo, se puede citar al periódico *La Jornada* que publica alrededor de 15 mil ejemplares impresos al día y esto comparado con los Hits<sup>17</sup> del primer trimestre del 2005 queda atrás ya que tan sólo en enero del 2005 visitaron el portal 1 millón 946, 647 personas, en febrero esta cantidad aumentó a 2 millones 119, 798 y hasta la primera quincena de marzo la cifra se elevó a 823 millones 600 visitas, en otras palabras *La Jornada* recibe diariamente en promedio 62 mil 795 visitas<sup>18</sup> en Internet tomando en cuenta que el conteo de las visitas se contabiliza a partir de cada diez minutos de navegación por persona.

Lo anterior de acuerdo a Lizama, muestra una revolución en los hábitos de lectura y de consulta de la información de la gente debido a que las personas ya no consultan el medio tradicional a partir de Internet lo cual indica que las fuentes de información alternativa pueden surgir con mayor fuerza. Jorge Lizama hace referencia a la página [www.indymedia.com](http://www.indymedia.com) y Reporteros Sin Fronteras [www.rsf.org](http://www.rsf.org) como ejemplos de cómo

---

<sup>17</sup> Hits (acceso, *impacto*) Término algo confuso porque puede referirse a distintos conceptos, si bien todos ellos referidos al acceso a una página web. Supongamos que una página web tiene algo de texto y 10 gráficos de pequeño tamaño: el navegador tiene que realizar 11 lecturas del servidor web, 1 para la página en sí y 10 para los gráficos. Estadísticamente hay 11 impactos pero desde el punto de vista publicitario solamente hay 1, pues de otra manera sería algo parecido a calcular la circulación de una revista impresa multiplicando los ejemplares de la misma por el número de sus páginas. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 25/03/05.

<sup>18</sup> Entrevista concedida vía telefónica por el Departamento de Desarrollo e Internet de *La Jornada* con fecha del 10/03/05.

utilizar la información de manera inteligente “la inteligencia colectiva” como la denomina Pierre Levin,<sup>19</sup> y agrega que en nuestro país existe una inteligencia colectiva, sin embargo, el problema de esa inteligencia colectiva es que es ortodoxa, es decir, que tiene una tendencia muy marcada hacia la izquierda por lo que el concepto de alternativo se deforma por seguir conservando esas ataduras que le adicionan poco valor.

Sobre este tópico Raúl Trejo Delarbre comenta que Internet es un abanico de oportunidades para los grupos que tienen formas de comunicación rudimentarias y para aquellos que no la tienen, y es también una oportunidad para crear grupos que no existen, se puedan formar sin tener represión en este espacio de comunicación, e independientemente de que no sean grupos conocidos a los que se le denomina como la prensa marginal, algunos de ellos tienen valor ya que aún la prensa más acreditada tiene errores y en algunos casos terribles.

Trejo señala que hay que tener en cuenta que no por el hecho de estar en la Red, una página web se va a consultar; sin embargo, casi siempre existen formas de propaganda fuera de la Red que le indican a la gente qué información está en Internet por lo que la comunicación de estos grupos se destina a comunidades acotadas, a grupos cerrados, a los miembros de un sindicato, a los alumnos de una escuela, a los habitantes de una colonia, etc.

El académico agrega que una de las grandes ventajas y habilidades que implica la Red de Redes radica en la versatilidad, en el costo relativamente bajo y en la facilidad de la colocación de la información que le permite a mucha gente que no tiene la capacitación técnica de tener un espacio para dar a conocer sus puntos de vista y comunicar su información, lo haga; ya que Internet es un recurso que muchos sitios del mundo están

---

<sup>19</sup> Pierre Lévy es filósofo, profesor del Departamento de Hipermedia de la Université Paris-Saint Denis, miembro del Club de Roma y del Consejo Científico de la Revue Virtuelle (revista virtual) del Centro Pompidou en París. Es autor de numerosos libros sobre las implicaciones culturales, cognitivas y sociales de las nuevas tecnologías de la información. Fuente y Fecha de Consulta [www.infoage.ontonet.be](http://www.infoage.ontonet.be) 10/03/05.

aprovechando desde grupos de padres de familia, sindicatos, colonos, partidos políticos hasta países como Estados Unidos que difunde sus campañas políticas con gran presencia en la Red, lo cual en México todavía no se ha hecho presente no tanto por ignorancia sino porque la comunicación convencional sigue siendo mucho más influyente y se le da más peso por lo que no tenemos suficientes páginas de grupos sociales que podrían crecer y diversificarse como un apoyo informático.

En contraste a la comunicación alternativa y a la utilidad que a Internet le dan los grupos de izquierda, de los medios establecidos o comerciales Trejo Delarbre comenta que en la actualidad las empresas acuden a asuntos de entretenimiento para poder vender, y como ejemplo menciona la Boda de los Príncipes de Asturias en donde los españoles se volcaron ante un acontecimiento como la “boda real” lo cual para Trejo, tuvo más importancia mediática que política, en donde diarios como El País y otros, dedicaron su edición a ese acontecimiento, lo cual obedece a información organizacional mediática de grupos como Prisa<sup>20</sup> al que pertenece dicho diario y que agrupa a empresas de discos, canales de televisión, estaciones de radio, editoriales, cantantes, locutores, etc., que privilegian la información de su medio.

Es así como Internet se presenta como una opción para tener otros espacios, otros enfoques, algunos contrapesos donde incluso la crítica seria y documentada que los medios pueden tener, se refleja como un espacio de expresión en donde las observaciones de otros medios y la de los ciudadanos, sirven como un sitio de escrutinio de los medios que deberían proliferar como una forma de contrapeso social delante de los medios, más allá de las reglas que puede establecer o no una legislación.

---

<sup>20</sup> Grupo PRISA es uno de los más importantes que integra una amplia variedad de servicios de comunicación entre los que destacan cadenas de radio, televisión, espectáculos, prensa, editoriales, etc, en España. Fuente y Fecha de Consulta [www.prisa.es](http://www.prisa.es) 10/03/05.

### 3.4 EL PERIODISMO IMPRESO Y ELECTRÓNICO EN EL PERIÓDICO *REFORMA*

En este apartado retomamos la incorporación de la tecnología en el campo periodístico en donde nuestro objeto de estudio es el periódico *Reforma* en su edición impresa y en su versión electrónica. Elegimos dicho diario porque cumple con los estándares y parámetros establecidos para ser considerado como uno de los periódicos modernos por innovar tanto en su contenido y en su diseño dentro del mercado editorial de los diarios que circulan en el Distrito Federal.

Al respecto, abordamos desde el contexto social en el que surge el periódico *Reforma*, la línea editorial, la edición impresa, el surgimiento de [www.reforma.com](http://www.reforma.com) hasta la actualidad, lo cual nos permite conocer cómo este diario interactúa con otros periódicos de la Capital así como el rol que juegan las instituciones públicas y sociales; todo lo anterior nos ejemplifica cómo se ejerce el periodismo electrónico en nuestro país y la tendencia futura del periodismo electrónico.

*Reforma* es un diario joven de tan sólo 12 años de existencia en el mercado editorial del Distrito Federal. *Reforma Corazón de México* como lo indica su página principal es el nombre comercial del diario, y su identidad social es Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V. Dicho consorcio, está conformado por un grupo de empresarios que integran tanto al periódico *Reforma* que circula en la ciudad de México como el periódico El Norte, de Nuevo León, Monterrey y El Mural, de Guadalajara, Jalisco con la particularidad de que cada uno se administra de manera independiente.

El Director del periódico *Reforma* desde 1993 y a la fecha, es Alejandro Junco de la Vega quien inició este nuevo proyecto con una inversión que ascendió a 50 millones de dólares con una planta de 220 periodistas<sup>21</sup> integrados por periodistas, colaboradores, y consejeros editoriales, además de contar con una vinculación informativa, comercial y tecnológica mediante satélite con periodistas líderes de Sudamérica de medios como El Mercurio de Buenos Aires, El Comercio de Lima, El Comercio de Quito, El Tiempo de Bogotá, entre otros.

---

<sup>21</sup> *El Día*, Sección Infraestructura, Pág. 14 Año 1993, día 21 de Noviembre. Fecha de consulta 21/Nov/03.

*Reforma* sale al mercado el 20 de noviembre del 1993 con el número 00 que correspondió a la presentación del diario, mismo que se distribuyó de manera gratuita hasta el primero de diciembre fecha en que se liberó el “embargo informativo” que tenía, motivo por el cual no se pudo comercializar desde su aparición. Las páginas que lo conformaron fueron 80 y sus secciones fueron siete: Información General, Ciudad, Deportes, Cultura y Espectáculos, Moda, Tiempo y Expansión, como suplementos adicionales.

Al día siguiente de su edición comercial, *Reforma* editó una publicación especial en la que su director Alejandro Junco de la Vega le dio la bienvenida a los lectores de este nuevo diario en el que se fijó como objetivo que las páginas del diario reflejarán aquello que es íntimo y fundamental para el conocimiento, sentimientos, efectos y decisiones del mexicano moderno, lo que abrió sus puertas para mostrar lo que el capitalino hace, siente y debate y de esta manera, el decálogo del periódico se expresó de la siguiente manera:

1. Mantener la independencia.
2. Ser buen depositario del derecho ciudadano a estar informado.
3. Ejercer la libertad de expresión indagando y publicando hechos, datos y verdades de interés público.
4. Defender los derechos del ser humano, los valores de la democracia representativa y de la libre iniciativa.
5. Asegurar el acceso de los lectores a las diferentes versiones de un suceso, a las distintas corrientes del pensamiento y opinión de la comunidad.
6. Garantizar el derecho a la réplica objetiva.
7. Abrir los procesos de información del periódico al escrutinio y a la participación activa de consejos editoriales de la comunidad.
8. Respetar el derecho de cada individuo a su privacidad salvo cuando este derecho constituya un obstáculo a la difusión de información de interés público.
9. Diferenciar en forma identificable para los lectores, el material editorial y el publicitario.
10. Corregir errores que hayan sido cometidos en sus ediciones.

Así inició *Reforma*, un diario con formato estándar,<sup>22</sup> con impresión a todo color y con la valiosa particularidad de que todo su proceso es computarizado. En cuanto al diseño, inicialmente estuvo a cargo de Emilio Dehesa y para la elaboración del contenido, entre sus primeros colaboradores se encontraron Alfonso Aguilar Zinser, Andrés Bustamante, Paco Calderón, Miguel Ángel Granados Chapa, José Agustín, Jaime Sánchez Susarrey, Isabel Turrent, Germán Dehesa, Guadalupe Loaeza, Enrique Krauze, Enrique Garay, Carlos Castillo Peraza, entre otros.

El consejo editorial del *Reforma* se conformó de la siguiente manera: Ramón Alberto Garza, Director General Editorial, Arturo Galván C, Director General de Informática, Marco A Torres, Director Adjunto Política, Homero Fernández Director de Operación Internacional, Gerardo Lara Director Comercial, Emilio Dahesa, Subdirector de Diseño, Rodolfo Junco Garza, Director General Comercial, Lázaro Ríos, Director Editorial Enfoque, Luis Ordóñez, Subdirector de Operación informática.<sup>23</sup>

De esta manera *Reforma*, apostó llegar en los primeros seis meses a una circulación de 50 mil ejemplares diarios siendo que para ese entonces, entre los principales periódicos que se difundían en la Ciudad de México se encontraban, *La Jornada*, *El Universal*, *El Financiero*, *Zeta*, *El Día* y *El Unomásuno*, este último, durante ese mismo mes y año celebró su décimo sexto aniversario y al respecto, su director Luis Gutiérrez Rodríguez afirmó “a *Unomásuno*, no le asusta el cambio ni las competencia, los retos de la transición que afrontan, al igual que el país en su conjunto, porque es con sus mejores armas; la calidad informativa, convicción nacionalista y el respeto por la profesión de periodista, con las que vamos a continuar en el mercado”<sup>24</sup> esto en alusión al periódico *Reforma*.

---

<sup>22</sup> Formato Estándar. Es el diario convencional de un periódico con medidas de 58 x 35 cm.

<sup>23</sup> *Reforma*, Año 1 No. 2 Jueves 2 de diciembre de 1993, México, D.F. Pág. 2. Fecha de Consulta 21/11/03.

<sup>24</sup> *Unomásuno*, Sección Política Nacional, 21/Nov/1993, Pág. 9. Fecha de Consulta 21/11/03.

La distribución de *Reforma*, se realizó a través de suscripciones, venta en las principales calles y avenidas de la ciudad de México y en establecimientos comerciales y no mediante la Unión de Voceadores de México ya que hubo un problema de los voceadores por el porcentaje de distribución más ganancias y días de descanso.

En 1993, la meta de *Reforma* fue llegar a 300 mil ejemplares de lectores triple A, por lo que se estableció una alianza estratégica con un grupo de 36 microempresarios de las 36 zonas para llegar al mercado potencial.

Con secciones como *El País y el Mundo, Economía y Finanzas, Ciudad, Cultura, Deporte y gente* y con suplementos semanales como *Interfase, Para estar Mejor, Casa & Dinero, Tiempo, Es Viernes, Vida, Buena Mesa, Siempre Actual, El Ángel Magazine, Enfoque*, entre otras, comenzó la distribución del periódico en la Ciudad de México<sup>25</sup> dentro de un ambiente político turbulento al celebrarse las elecciones para elegir al nuevo presidente de la República.

Algunas de las noticias nacionales más importantes de ese momento fueron la puesta en órbita del satélite Solidaridad I, el apoyo a la Producción Cinematográfica en el Distrito Federal que anunció el Gobierno Federal así como noticias internacionales que comunicaron el lanzamiento del diario electrónico del Washington Post.

En lo monetario, la estabilidad económica creaba una atmósfera de “equilibrio” aunque a la par, brotaron signos que fueron detonantes de la crisis económica de 1994, año en el que inició su mandato Ernesto Zedillo Ponce de León.

Lo referente al avance tecnológico en el periodismo, *Reforma* marcó la pauta hacia la modernidad no sólo por ser un periódico de reciente incorporación al mercado, sino por la innovación en su diseño editorial, sus colores, la fotografía, la distribución de los textos y por el contenido en sus artículos que en comparación con periódicos tradicionales como el *Excélsior* o el *Novedades*, significó una nueva forma de hacer periodismo.

---

<sup>25</sup> El Nacional, Sección Cultura, 17/11/1993, Pág. 25. Fecha de Consulta 21/11/03.



El impacto y la aceptación del diario *Reforma*, se posicionó de manera acelerada en los lectores y de esta manera, *Reforma* es un diario competitivo y como respuesta a dicha aceptación, la transformación de los periódicos en México comenzó a surtir efecto. Sin embargo, podemos decir que dichos cambios a corto plazo, sólo se basaron en la edición impresa y no en la versión electrónica, con lo cual la incorporación de la tecnología en la industria periodística no inició de manera sustancial con el advenimiento de la tecnología, sino por la necesidad de renovar estructuras y líneas editoriales de periódicos de antaño para el contexto actual.

Periódicos tradicionales como *El Universal*, *El Excélsior*, *El Novedades*, *La Jornada*, *El Heraldo de México*, por mencionar sólo algunos se transformaron no sólo en diseño gráfico, sino también en sus artículos, reportajes, en la manera de comercializar el diario y en las estrategias de llegar a los lectores, quienes cada vez exigen información confiable que los acerque a la realidad.

En la actualidad, *Reforma* es un diario posicionado en el mercado editorial y muestra de ello es que en el 2003 mientras se percibió un año complicado para muchos periódicos, *Reforma* dueño de seis publicaciones (*El Norte*, *Reforma*, *Mural*, *Palabra*, *Metro*, y *Señor Futbol*) hizo planes para lanzar un periódico en los Estados Unidos haciendo uso a lo largo de su historia de estrategias comerciales que le permiten ser reconocido a nivel nacional e internacional no sólo por su diseño y su contenido sino también por sus suplementos que aparecen los siete días de la semana.

En el 2003, la venta de ejemplares que *Reforma* tuvo registrada en la Dirección General de Medios Impresos fue de 144 mil 741 de lunes a jueves y sábado, 155 mil 751 los viernes y 148 mil 724 los domingos. No hay datos sobre el tiraje.<sup>26</sup>

En el 2005 el directorio de *Reforma* se conforma por Lázaro Ríos, Director General Editorial, Ricardo Junco Garza, Director General Comercial, Ignacio Mijares, Director General Operaciones, Alejandro Junco de la Vega E. Director de Internet, René Delgado, Director Editorial, Ricardo Elizondo, Director Editorial Adjunto, Enrique

---

<sup>26</sup> Islas Reyes Laura, *Los Diarios. Ahora cuál es el estado de la prensa escrita en revista etcétera* Online, Noviembre 2003. 21/03/05.

Quintana, Director Editorial Negocios, Gerardo Lara, Director Comercial, Miguel González, Director de Circulación, Héctor Guardado, Director de Producción, Homero Fernández, Director de Operación Editorial, Roberto Zamarripa, Subdirector Editorial, Ernesto López Robles, Subdirector Editorial y Luis Cantú, Subdirector de Operación Informática.

En la edición impresa, sus secciones semanales son *Nacional, Internacional, Negocios, Ciudad, Cultura, Deportes, Gente, Avisos de Ocasión, Empresa y Negocios, Estado de México, Esquelas y Condolencias*; y los suplementos que se editan durante la semana son *Interfas@, Buena Mesa, Moda, Viernes Social, Sociales, Automotriz, de Viaje, El Angel, Club, Primera Fila, Enfoque, Magazine, Gente Chiquita, Señor Futbol*, y ediciones como *Su Salud y Entremuros* que se edita de manera mensual, *La Novia*, y *Universitarios*, que es bimestral; aunque cabe mencionar que algunas de las secciones permanecen desde la creación de Reforma, otras sea han creado de acuerdo a las necesidades de nuestro entorno como *Señor Futbol*.

Las tarifas que se manejan en la edición impresa de *Reforma* son relativas ya que dependen del tamaño del anuncio, la colocación, si es blanco y negro o selección de color, la sección, si se imprime entre semana o fines de semana. En el caso de *Interfase* que ofrece toda la información sobre las tecnologías de la computación e informática, las tarifas van de \$168,048 por una plana con medidas de 54 cm X 8 columnas a color si se contrata de martes a sábado y de \$191,808 con las mismas características si se contrata del domingo para lunes.<sup>27</sup>

Sobre la tendencia en la información que maneja cada medio, podemos decir que en nuestro país existen dos líneas marcadas para definir el enfoque editorial de un periódico -la línea editorial de derecha y la línea editorial de izquierda-.

La primera, se relaciona con la tendencia de hablar y estar a favor de las acciones que realiza el gobierno y de ser pasivos ante los acontecimientos. La segunda, es el ejercicio de la crítica y el profundizar en temas que no son claros para la opinión pública.

---

<sup>27</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.reforma.com](http://www.reforma.com) 25/03/05.

De hecho, podemos decir que los periódicos *La Jornada* y *El País*, representan a los diarios de izquierda mientras que *El Universal*, *El Excelsior* y *la Crónica*, por mencionar algunos, se les asocia como de derecha. En el caso del periódico *Reforma* que desde sus inicios, marcó su línea editorial como “independiente” y con la cual ganó lectores, se le puede ubicar como de derecha porque congrega a un grupo de empresarios conservadores.

Para contrarrestar lo anterior, el periódico *Reforma* fue uno de los primeros diarios en hacer uso de las encuestas y de mostrar en sus páginas los resultados de la opinión de la gente, con lo que su tendencia hacia algún tema en concreto se perfiló en los resultados de los acontecimientos del “ambiente” y no en base a tendencias políticas, partidistas, sociales o comerciales.

Otra característica importante del periódico *Reforma* es su innovación que a través del tiempo ha incorporado en el medio impreso como el correo electrónico en los artículos de los periodistas y colaboradores del diario, la invitación a pláticas vía chat, la consulta de videos, fotografías, animaciones, etc., con lo que estableció un acercamiento inmediato con los lectores y marcó ciertas pautas de lo que en poco tiempo *Reforma* presentó como periodismo en línea que difiere de las características del periodismo impreso ya que mientras en la producción del periodismo impreso existe un horario de cierre -aunque este se posponga por una noticia de última hora-, en el periodismo electrónico no se establece con tal prioridad ya que si bien se respetan las reglas de trabajo, existe una mayor flexibilidad en el medio electrónico para actualizar la información en el caso de una noticia inesperada.

La distribución de la noticia impresa se realiza a diario en horarios de madrugada a través de voceadores que distribuyen la información en las calles y en establecimientos de toda el área metropolitana. Por el contrario, el periodismo electrónico se actualiza periódicamente durante las 24 horas y muestra la información actual incluso la que no aparece en el medio impreso recién distribuido.

El consumo de la información impresa por la información electrónica, ha transformado la forma leer de la gente, ya que si bien el lector solía realizar un hábito como lo es leer el periódico en la casa durante el desayuno o en la oficina “hojeando” el periódico, ahora el “lector electrónico”, tiene la posibilidad de encender su computadora, se conecta a Internet y busca el periódico de su preferencia o varios a la vez y consulta las diversas noticias con sólo dar un clic al botón del “ratón”, lo que representa la inmediatez de la información en tiempo real.

Aunado a esto, otro factor que se relaciona con la inmediatez, es la retroalimentación casi instantánea con la fuente periodística y los periodistas quienes ofrecen tanto en la edición impresa como en la electrónica su correo electrónico al público. En el caso del periódico *Reforma* que en sus inicios se visualizó como un proyecto a largo plazo, la creación de una página web se limitó a lo que el Washington Post informó al mencionar que ya no era necesario ir al puesto de periódicos ya que en vez de hojear el diario en la mesa de la cocina, los habitantes de Washington podrían sentarse frente a la computadora y conectarse por horas con las terminales post.

No obstante, en 1990 antes de que el periódico *Reforma* saliera al mercado, y viviendo la expansión acelerada de la tecnología de la información, no sólo las grandes empresas televisoras y de radio mexicanas utilizaron a principios de ese año la tecnología de Internet a través de su página web sino también los periódicos para ofrecer sus productos y servicios de una manera atractiva con la apertura comercial del software interactivo “multimedia”.<sup>28</sup>

Con multimedia, los diarios utilizaron las nuevas tecnologías para realizar diseño gráfico en los portales a la par de buscar proveedores de servicios que les permitieron contar con una plataforma de conexión estable que cubriera los propósitos informativos aunado a las ventajas de escritura no secuencial es decir, acomodar el texto de manera

---

<sup>28</sup> Multimedia. Información digitalizada que combina texto, gráficos, imagen fija y en movimiento, así como sonido. Fuente y Fecha de consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 21/03/05.

deseada como lo ofrece el hipertexto<sup>29</sup> y que vuelve funcional y atractivo a los medios periodísticos. Así, es como se transforma el periodismo electrónico en México y con ello se desprenden una serie de características que lo diferencian del periodismo impreso.

En el caso del periódico *Reforma*, de acuerdo al registro que aparece en la página Web, el diario electrónico aparece en el año 2000 y como medida de seguridad para los artículos, *Reforma* tiene la siguiente leyenda “Derechos Reservados 2001 Consorcio Interamericano de Comunicación, S. A. de C. V. Todos los Derechos Reservados”<sup>30</sup> como una manera de protección para el uso o plagio de la información.

En su estructura, el mapa de sitio del periódico *Reforma* se conforma por la sección: noticias la cual a su vez integra *Noticias Internacionales, Nacionales, Ciudad, Justicia, Estado de México, Estados, Negocios, Encuestas, Deportes, Gente, Cultura, Ciencia, Clima, Reforma Impreso y Aviso de Ocasión*. A la par, existen dentro del portal, secciones especiales como *Cineguía, Buena Mesa, Moda, De Viaje, Mujeres, Hogar y Salud*. Adicionalmente, los suplementos también son otra característica de este diario puesto que abordan diferentes temas especializados que se publican durante los días

---

<sup>29</sup> Hipertexto: Concepto y término inventado por Ted Nelson en 1969. Nelson, un famoso visionario de la informática, investigó durante 25 años las posibilidades de interacción entre las computadoras y la literatura. El concepto alude a un tipo de texto que no posee la linealidad del texto escrito y que permite realizar conexiones creativas (enlaces), entre las distintas partes del mismo o con otros textos. El hipertexto es una forma diferente de organizar información y permite al usuario definir su propio patrón de lectura. Bajo ese concepto nació el lenguaje HTML y la WWW. Fuente y Fecha de Consulta [www.hermosillovirtual.com](http://www.hermosillovirtual.com) 21/03/05.

<sup>30</sup> Todos los materiales contenidos en este Sitio (Incluyendo, pero no limitado a, texto, logotipos, contenido, fotografías, audio y video) están protegidos por las leyes de Derechos de Autor y demás Leyes relativas Internacionales y de los Estados Unidos Mexicanos. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos deportivos, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de este servicio sin la autorización previa por escrito de Consorcio Interamericano de Comunicación, S. A. de C. V. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. Usted no podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material. *Reforma.com* no autoriza el uso de "frames", Logos o gráficos. Generalmente usted no requiere solicitar permiso para utilizar una Liga de hipertexto solo si esta liga lo lleva a *Reforma.com* en una ventana separada, y donde el URL de *Reforma.com* sea claramente visible. Para cualquier asunto relacionado con este Aviso, por favor contacte a nuestro Departamento Legal. Grupo *Reforma* / Departamento Legal At'n: Lic. Eugenio Herrera Terrazas Washington 629, Ote. Monterrey, NL. México 64000 Fax: + 52 (8) 318-8485 mail: [augenioh@elnorte.com](mailto:augenioh@elnorte.com). Fuente y Fecha de Consulta [www.reforma.com](http://www.reforma.com) 21/03/05.

de la semana y fines de semana entre los que se encuentran *Automotriz, Interfase, Magazine, Enfoque, El Ángel, Gente Chiquita, Señor Futbol, Primera Fila, Universitarios*; y de opinión como editoriales y cartones. La opción de la información es diversa ya que también podemos encontrar desde secciones sociales como *Club* sin faltar el área comercial donde se encuentran los avisos de ocasión, contratación de publicidad y suscripciones.

Adicionalmente, dentro de la guía del Ángel se encuentra una sección de servicios que se compone de *Bolsa de Trabajo, Entretenimiento con Cineguía, Reventón, Restaurantes, Museos, Ferias y Expos, Parques y Zoológicos, y Centros Comerciales. En lo que respecta a la sección de Ciudad, existen Mapas de Calles, directorios, Hoteles, Autos Nuevos, nuevamente Aviso de ocasión, Recetarios, y servicios en línea* que se ofrecen para la palm y en el e-mail, entre otros servicios de comunicación con el medio, cartas a reforma.com, aviso legal y ayuda, además de contar con servicios y direcciones de trámites, teléfonos de emergencia, calculadoras y claves de larga distancia.

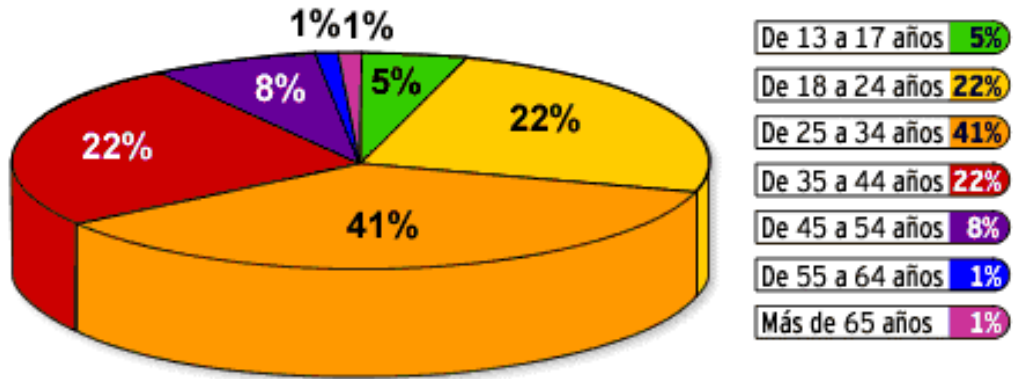
El perfil del lector electrónico que agrupa el periódico *Reforma* de acuerdo a los datos que aparecen en su portal, es un lector que cuenta con una computadora en su casa u oficina, tiene conexión a Internet, es estudiante o profesional y le interesa estar atento sobre los acontecimientos nacionales e internacionales, y su poder adquisitivo es estable ya que pertenece a la clase media y media alta y en contraste el uso de Internet para compras online es aún bajo.<sup>31</sup>

Enseguida se presentan las siguientes gráficas por edad y por porcentaje de usuarios que consultan *Reforma* a través de Internet en México.

---

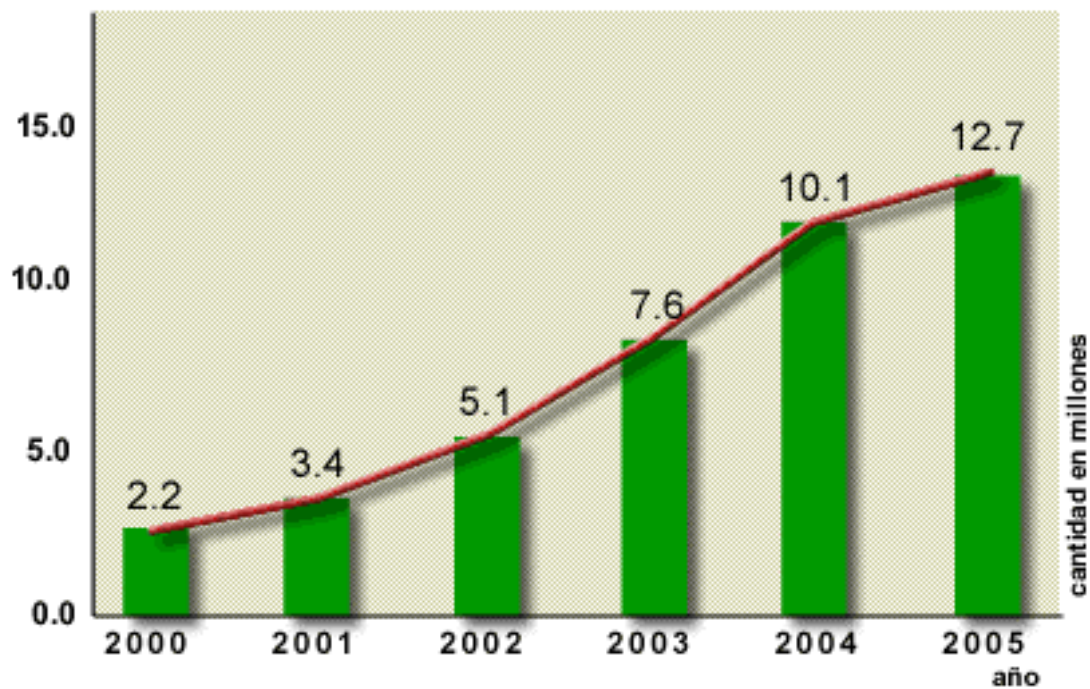
<sup>31</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.reforma.com](http://www.reforma.com) MEDIAMETRIX marzo 2000 y AMIPC noviembre 2000. 25/03/05.

## Audiencia por edad

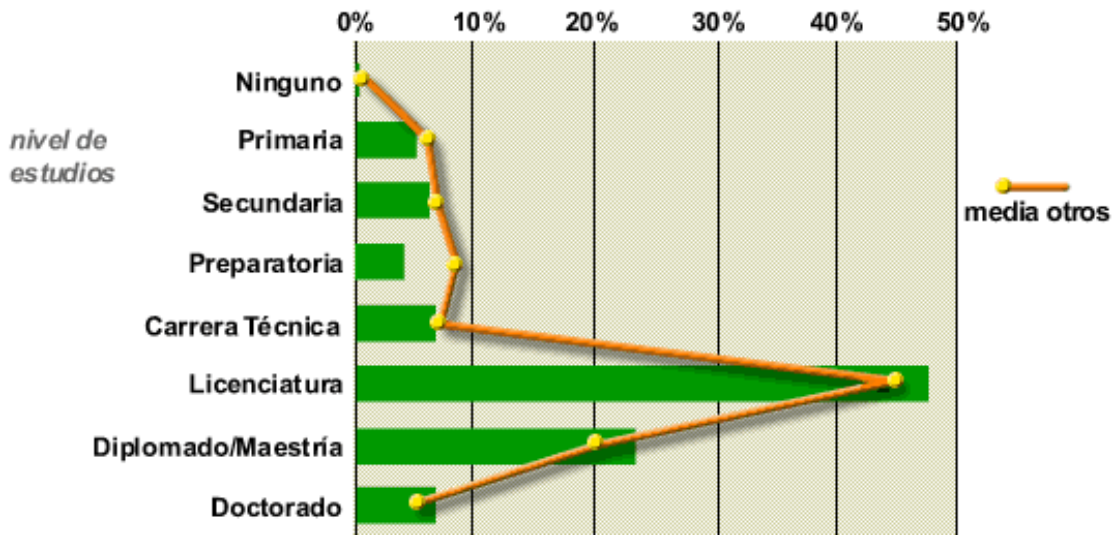


El 85 % de los usuarios de Grupo Reforma tiene entre 18 y 45 años de edad

## Usuarios de Internet en México

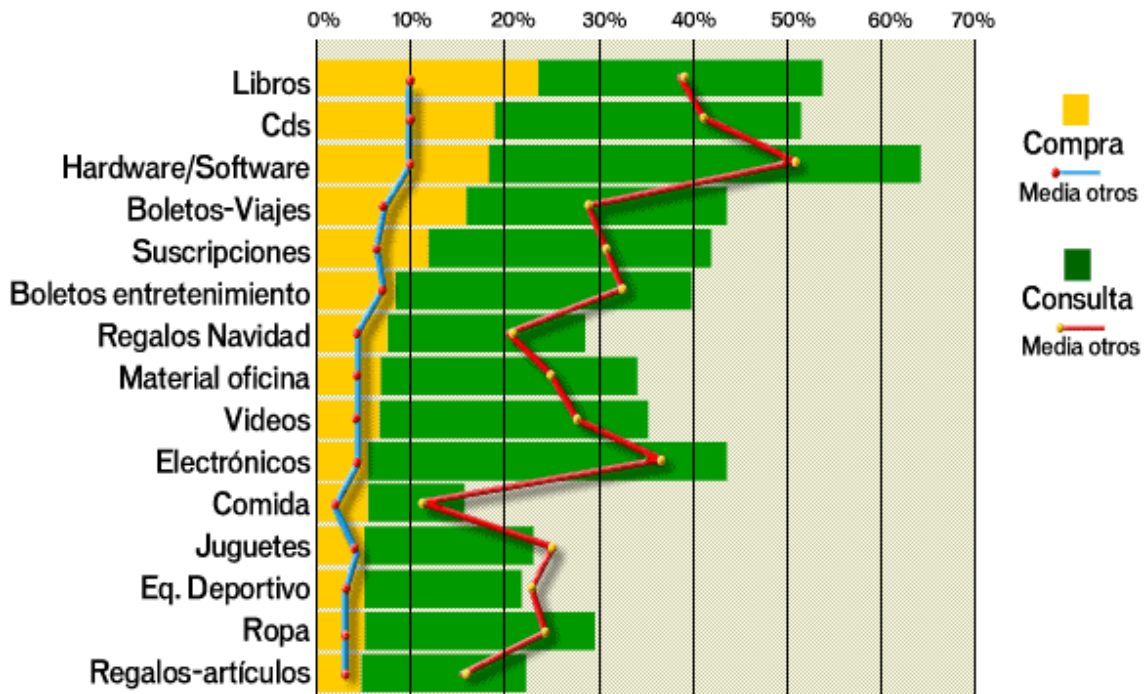


## Nivel Socioeconómico-Poder Compra



## Nivel de Compras

Consultas vs. Compras (3 últimos meses)





El site<sup>32</sup> que alberga al periódico *Reforma* es Infosel cuya operación se encuentra en Monterrey, Nuevo León y desde hace 5 años se dedican a proporcionar las herramientas e información necesaria para quienes buscan aprovechar las oportunidades de los mercados financieros.

Infosel nace como parte del consorcio Editora El Sol que publica los periódicos *El Norte de Monterrey* y *Reforma* de la ciudad de México, con más de 70 años de experiencia en la industria de la información y como parte de una estrategia del proceso de la globalización.

A la fecha, la suscripción trimestral a *reforma.com* es de \$450.00 con lo que se tiene acceso a *reforma.com*, a *elnorte.com*, *mural.com* y a *palabra.com* además de acceder a los archivos históricos de *Reforma* de más de 10 años y consultar el *reforma.com* desde la palm.

Como promoción o estrategia para recibir tanto el periódico impreso y navegar en el site, la suscripción trimestral tiene un costo de \$580.00 que incluye todos los beneficios de la edición electrónica más la suscripción al club del diario con lo que en el primer año ininterrumpido se otorga un 10 por ciento de descuento en la suscripción, 25% de descuento en la publicación de eventos sociales, 20% en avisos de ocasión, entre otros como la invitación a eventos especiales y promoción de diversas artículos. Adicionalmente, el lector puede seleccionar la opción de suscripción que más le convenga ya que existe la suscripción semanal, de suplementos, la edición diaria, que incluye los fines de semana y puede elegir inscribirse tanto a la edición impresa como a la edición electrónica, en esta última, al lector se le otorga un password que consta de alrededor de 8 dígitos con lo que el ciber lector puede acceder a información.

---

<sup>32</sup> Sitio Web (Web Site): Colección de archivos creados para Internet (páginas, gráficos, multimedia) sobre un mismo tema. Se puede acceder a un sitio Web a través de su directorio o URL que llevará a su Home page, desde donde se puede llegar a las demás páginas o archivos en un sitio. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 18/04/05.

La manera de publicitarse en el *Reforma Online*, es a través de banners que van desde el banner patrocinio que tiene medidas de 120 x 90 pixeles y que se coloca en la esquina superior derecha de la página, se encuentra en todas las secciones y se vende por mes, -durante este tiempo ningún otro anunciante saldrá en este espacio- por ejemplo si se decide patrocinar la sección de Nacional, el banner aparecerá dentro de toda la sección y el precio dependerá de la misma.

El Sky Crapper mide 120 x 600 pixeles, se encuentra en todas las secciones y se vende por millar de impresión, en este caso la publicidad abarca todas las secciones del sitio. Es decir 100,000 impresiones (100 millares) se distribuyen en el tiempo que el cliente lo requiera, por ejemplo si se decide gastar estas 100,000 impresiones en 2 semanas, cada día saldría en 6,666 veces lo que representa un posicionamiento efectivo para una campaña; y para que ésta tenga la suficiente presencia, el tiempo de duración se contempla de dos a tres semanas.

Al respecto, se nos comenta que muchos clientes optan por tener una mezcla de los dos tipos de publicidad para tener mayor presencia que depende del impacto que se quiera tener. Asimismo, cualquier contratación incluye el diseño de los banners y los cambios del mismo, así como el monitoreo de la campaña, dentro del cual se despliega información como el número de impresiones y la cantidad de clicks y se pueden alternar varios banners al mismo tiempo, y cada uno con liga a la página de Internet.<sup>33</sup>

Para finalizar este capítulo y ejemplificar una noticia del periódico impreso y electrónico, a continuación, retomamos las citas de Lizy Navarro Zamora quien en su estudio sobre *Los Medios Mexicanos en Línea a diez años del primer sitio mediático de Internet*<sup>34</sup> llega a la conclusión de que en cuanto a la actualización, la interactividad, el contenido y el lenguaje, que son la parte esencial para ofrecer el periodismo en línea como tal, El Universal Online y el Reforma.com son los diarios electrónicos que lo representan.

---

<sup>33</sup> Báez López Alejandra, Publicista Reforma.com Solicitud de información vía electrónica 31/03/05.

<sup>34</sup> Navarro, Lizy, *Los periódicos on line*, Editorial Universitaria Potosina, México, 2002. Pág. 32.

#### 4. MARCO TEORICO, LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA POR MIGUEL RODRIGO ALSINA Y LOS TRES ELEMENTOS DEL MENSAJE COMUNICATIVO

*Solo cabe progresar cuando se piensa en grande,  
sólo es posible avanzar cuando se mira lejos*

*José Ortega y Gasset*

Adicional a la estructura y a la incorporación de la tecnología que los medios de comunicación llevan a cabo, una pieza clave, es la organización interna de los procesos administrativos y de producción que se rigen por políticas empresariales para determinar el rumbo de las acciones encaminadas hacia una mejora constante que satisfaga las necesidades del mercado.

En los medios de comunicación, esta filosofía no es ajena y se incorpora mediante los acontecimientos cotidianos y las actividades noticiosas. Al respecto, con el fin de presentar un panorama que nos permita conocer la totalidad de la estructura noticiosa, estudiaremos la teoría de la Agenda Setting que sugiere Miguel Rodrigo Alsina.<sup>1</sup>

La teoría que enmarca la propuesta de Alsina se adapta al estudio de esta investigación sobre la noticia impresa y la noticia electrónica ya que abarca las tres fases de la construcción de la noticia (la producción, la circulación y el consumo) que de acuerdo al trabajo del autor, nos permitirá construir nuestra realidad social.

La teoría de la construcción de la noticia se seleccionó porque fundamenta sus bases epistemológicas en la semiótica que actualmente se plantea como sociosemiótica misma que no se puede separar del estudio sociológico.

---

<sup>1</sup> Miquel.Rodrigo@uab.es, es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona. Catedrático de Teoría de la Comunicación. Investigador en el Research Center for Language and Semiotic Studies (Universidad de Indiana). Ha impartido docencia en distintas universidades españolas y extranjeras. Ha publicado seis monografías y más de ochenta artículos en libros y artículos en revistas especializadas nacionales e internacionales. Las líneas de investigación actuales son las teorías de la comunicación y la comunicación intercultural. Fuente y Fecha de Consulta [www.ccc-web.uab.es](http://www.ccc-web.uab.es) 25/03/05.

Asimismo, la importancia de utilizar esta teoría, es porque a diferencia de propuestas como el funcionalismo o el marxismo que se enfocan al estudio de los efectos en el mensaje, la construcción de la noticia nos permitirá estudiar los tres factores del proceso comunicativo E-M-R y “feedback” que es el factor mediante el cual se retroalimentan los propietarios de los medios de comunicación quienes a través de dicha información toman decisiones para emitir en el público lo que Alsina denomina Agenda Setting, que es la generación estratégica de las noticias guiadas por los medios de acuerdo a su línea editorial e interés económico. “Los mass media no tienen el poder de transmitir a la gente cómo deben de pensar o actuar, pero lo que sí consiguen es imponer al público lo que han de pensar”.<sup>2</sup>

Sobre estas anotaciones, a continuación, definimos cada uno de los factores del proceso comunicativo lo cual nos permite conocer el alcance de cada rubro para tomarlo como referencia en nuestro ejercicio demostrativo de la noticia impresa y electrónica del periódico Reforma.

#### **4.1 CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA**

El primer paso que Alsina plantea es la construcción o la producción de la noticia en donde los propietarios de los medios de comunicación cuentan con una estructura dentro de las instituciones públicas y privadas que les permite tener un reconocimiento social e interactuar con los diversos sectores de donde obtienen la información para la elaboración de la noticia.

En este sentido, Alsina diferencia el acontecimiento y la noticia de lo que considera que un acontecimiento es aquel hecho social que irrumpe en el contexto social sin previsión. En tanto, la noticia es una representación social de la realidad cotidiana que se produce instantáneamente y que manifiesta la construcción de un mundo posible.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Rodrigo Alsina Miguel, *La Construcción de la Noticia*, Ed. Paidós Comunicación, España, 1989. Págs. 81-84.

Sobre este planteamiento, el rol de la Agenda Setting es relevante en la medida en que durante la producción de la noticia, los propietarios de los medios realizan una tematización futura sobre las noticias que venderán durante un periodo determinado con lo cual planean estrategias que les permitirán interesar al lector y hacer rentable su producto.

Al realizar el ejercicio periodístico de una manera rentable a partir de obtener una ganancia para que exista un crecimiento, Alsina pone en duda la veracidad de las noticias que los medios de comunicación presentan como realidad al plantear que cada medio establece su política editorial; simultáneamente, la percepción individual de la realidad es diferente y por ende, la percepción de cada medio y de cada periodista que labora para éstos también corresponderá al interés de los propietarios.

Las fuentes periodísticas, también son otro factor importante a considerar ya que de acuerdo a su actividad, su clasificación y diversidad pueden funcionar de una manera en la que su acceso puede ser habitual, de intervención o bien de acceso directo cuando existen vínculos, semejanzas e intereses comunes. En nuestro país, las fuentes de información se dividen de manera representativa en fuentes de gobierno que involucran a todas las dependencias y fuentes del sector privado o particulares, sin dejar atrás a las organizaciones, sindicatos, asociaciones y a la opinión pública.

La generación de la noticia que se origina en las diversas fuentes, se administra de acuerdo a la magnitud o hechos primarios, a la cercanía y a las repercusiones del acontecimiento o noticias y del “gran” acontecimiento, se desprenden hechos secundarios que se relacionan con la noticia principal.

Bajo este preámbulo, el periodista juega un rol interesante porque tiene que valorizar la información que se desprende del hecho secundario para lograr llegar a lo más cercano y certero del hecho real teniendo como parámetro que el periodista es imparcial a la información que le proporciona la fuente o que el comunicado sea prácticamente la noticia en donde no cabe análisis de la información lo que va de la mano no sólo con los intereses o ética del periodista y sus relaciones con otros colegas del ramo sino con las relaciones que mantiene el medio con las fuentes y con sus competidores.

La organización informativa, es otra característica clave en la producción de la noticia que va de la mano con los objetivos, misión y visión del medio de comunicación en la medida en que mientras para algunos empresarios lo más importante será la innovación tecnológica para estar a la vanguardia, para otros, lo será la credibilidad del medio, el equilibrio, el aumento en sus lectores e incluso el apego a ciertas características de cultura o tradición.

Al respecto, Bechelloni, considera tres principios de lógica productiva: 1) la lógica de la cultura de masa (mass logic); 2) la lógica del periodismo de actualidad (newsmaking) y; 3) la lógica del servicio.<sup>4</sup>

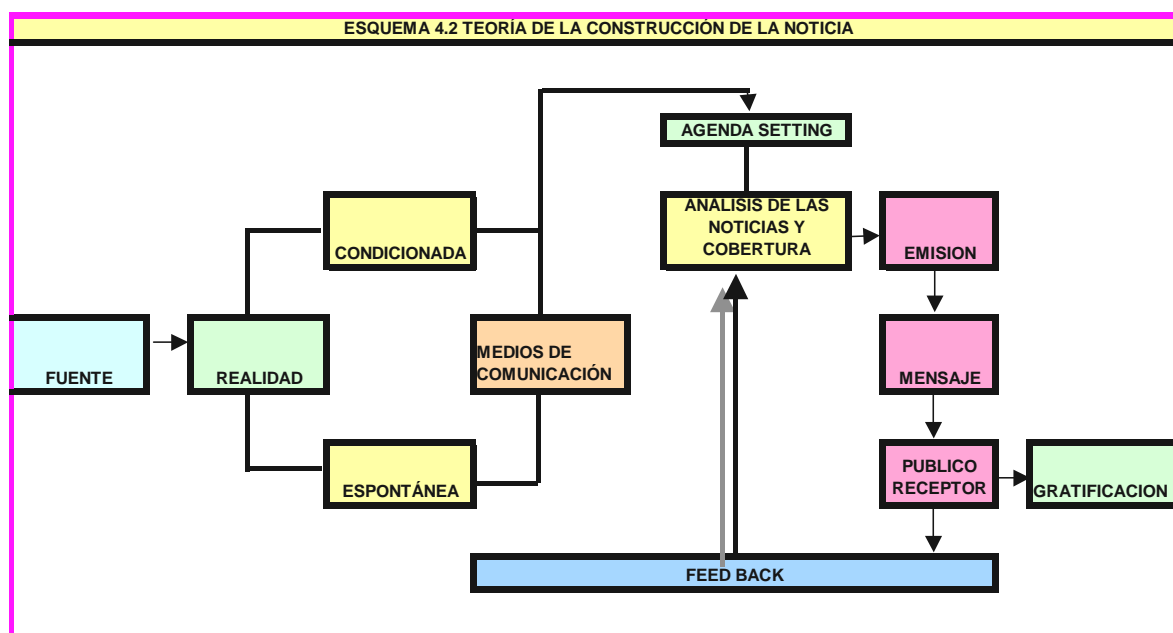
Con lo anterior, Bechelloni pretende satisfacer las necesidades de la masa con información de interés para la misma con lo que se genera una producción teniendo en cuenta el sistema capitalista que influye en la mayor parte de los países de occidente aunado al prestigio que entre más sea y exista, habrá mayor aceptación del medio.

En la organización interna, las exigencias técnicas, de recursos humanos, la socialización, la comunicación y las reglas y disposiciones claras de los superiores para los subordinados son elementos clave para el trabajo eficaz. Adicionalmente, la competencia entre organizaciones y trabajadores de distintos medios permiten que cada vez se acerquen a la realidad social.

---

<sup>4</sup> Giovanni Bechelloni es profesor y periodista. Docente en la Facultad de Ciencias Políticas Cesare Alfieri de 'Sociología de los procesos culturales y comunicativos así como de diversos cursos de postgrado relacionados con la comunicación y la cultura. Fue director del Instituto de Sociología "Gino Germani" de la Universidad de Nápoles (1982-84). Es presidente de Hypercampo, fundación para el estudio de la comunicación y de los medios. Coordinador del proyecto europeo sobre la industria audiovisual 'Eurofiction'. Fuente y Fecha de Consulta [www.infoamerica.org](http://www.infoamerica.org) 25/03/05.

En cuanto a la esquemización de la construcción de la noticia, esta se hará en el apartado 4.2 que referencia al análisis de acuerdo al marco teórico que propone Alsina.



#### 4.1.2 LA CIRCULACIÓN DE LA NOTICIA

Los diversos canales de comunicación mediante los cuales los medios difunden su información, evoluciona y se adapta a las nuevas tecnologías para presentar la noticia con los parámetros que exige el mercado de la comunicación de masas.

Sin embargo, además de la importancia de estar a la vanguardia, la emisión de la noticia cumple con una función interna que se interrelaciona con las bases estructurales, el tipo de medio informativo y el contexto exterior actual de cada institución informativa no sólo para prospectar el alcance del mensaje sino también para valorarlo de acuerdo a los objetivos planteados por cada organismo.

En este contexto, la televisión, el cine, el teatro, la publicidad y la prensa nacional y local, Alsina los define como canales de comunicación estrepitosa y a los rituales, mercancías y objetos artesanales, fiestas y ceremonias rituales, modas y formas de vestir, comportamientos asociativos, entre otros, los denomina como medios de comunicación discreta con lo que plantea que cada canal de comunicación cumple con una función social e institucional.

De modo tal que, la emisión de las noticias se convierte en un asunto complejo al relacionarse con un sistema social, económico y político, del cual Alsina hace una diferencia entre sistemas políticos poco diferenciados que son los que obedecen a una línea que está apegada al gobierno, los sistemas polarizados cuya relación es contrapuesta y los sistemas diferenciados o complejos que son la competencia entre los medios y el aparato político. Ante esta interrelación, el contexto social es relevante en la medida en que intervienen aspectos culturales, preferencias de grupo e individuales a los que se adaptan los propietarios de los medios.

Paralelamente, la comercialización, principal fuente de ingresos de los periódicos no sólo por la cantidad de suscriptores sino por los anunciantes, de la misma manera se adaptan a las nuevas opciones del mercado y es así como encontramos en nuestros días el comercio electrónico a través de la página web de los periódicos y en algunas ocasiones una mezcla de publicidad que se muestra tanto en la edición impresa como en la edición electrónica con diferentes alcances que atrapan la atención del lector y lo



incitan al consumo de determinado producto o servicio a corto plazo con lo que se satisface la oferta y la demanda.

La aceptación del periódico como un producto que se consume, refleja una serie de parámetros establecidos previos y durante la emisión del mensaje, en donde la inmediatez, la relevancia, la repetición, el tiempo de exhibición al que esté expuesto el lector y las audiencias clasificadas, influirán en gran medida en la decisión de compra de los consumidores.

Como ejemplo de lo anterior, se diferencian dos tipos de audiencia dentro de la que encontramos a la audiencia primaria que se caracteriza por ser clientes potenciales y con poder de decisión, mientras que la audiencia secundaria se refiere a la comunicación interpersonal que de manera indirecta influye en la opinión de un tercero lo cual denota la necesidad constante en las empresas periodísticas por detectar y reafirmar su identidad para transformarse de manera constante en la búsqueda del *status quo* de su medio.

Dentro de ese aparente equilibrio de renovación constante, al emitir sus mensajes, los medios ocultan el propósito de la difusión del mismo que no es perceptible al público con lo que los medios se presentan como meros transmisores.

#### **4.1.3 EL CONSUMO DE LA NOTICIA**

A continuación, estudiamos el tercer elemento del proceso comunicativo que es el consumo de la noticia el cual, contrario a otras teorías de comunicación de masas que se consideran lineales porque concluyen en el estudio del consumo por parte de la audiencia, para Alsina, es el punto de partida de donde emergen una serie de líneas de investigación que son fundamentales debido a que permiten evaluar, planear, estudiar y actuar, en base a los resultados obtenidos.

Como punto de partida, nos centramos en los años veinte cuando el poder de los medios era dominante y las teorías de comunicación se enfocaron a estudiar el impacto social de los mensajes.

Al respecto, a la audiencia se le caracterizó como amorfa y pasiva, sin capacidad de discernir sobre sus opiniones y como resultado del mismo contexto de transformación - de dejar atrás a una sociedad individual y conservadora y pasar a una cultura industrial, de división del trabajo- se incorporaron también los medios de información.

Otro antecedente, se ubica al término de la Segunda Guerra Mundial cuando los estudios psicológicos mostraron la inteligencia de los soldados de guerra a través de exámenes con lo que se ubica a los primeros estudios de publicidad y propaganda para estudiar al público con lo que se desarrollaron varias teorías como la de Pavlov de estímulo-respuesta, donde el principal objetivo fue la respuesta de la masa ante los mensajes.

De esta manera, teorías de antaño que se ocuparon de estudiar los efectos de la masa en los años cuarenta, evolucionaron para enfocarse a los estudios de grupo con la aparición de la televisión que homogenizó los comportamientos, aunque se detectó que cada grupo era diferente y por ende, sus preferencias; con ello, se estableció una serie de categorías sociales que diferenció el poder y penetración de los líderes de opinión.

De ambos estudios, se determinó que los individuos no son pasivos ni se pueden generalizar sus preferencias por pertenecer a un grupo con lo que comienza a surgir la teoría de los usos y las gratificaciones que se basa en que los individuos hacen uso de los medios de acuerdo a sus preferencias lo cual marca la pauta de lo que plantea Alsina como la teoría de la construcción del temario *Agenda Setting* que rompe con los estudios tradicionales al establecer que cada individuo consume la información que se le presenta no como un ente pasivo o masificado, sino por un interés particular de acuerdo a su doxa.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Doxa: Término griego que se suele traducir por "opinión" y con el que nos referimos a aquel tipo de conocimiento que no nos ofrece certeza absoluta, y que no podría ser, pues, más que una creencia razonable, un conocimiento "aparente" de la realidad. En este sentido parecen utilizarlo tanto Parménides, al distinguir la "vía de la verdad" de la "vía de la opinión", como Platón, al distinguir, también contraponiéndolas, la "doxa" de la "episteme", es decir, el conocimiento aparente, (el conocimiento de la realidad sensible), del verdadero conocimiento, (el conocimiento de la verdadera realidad, de las Ideas). son los hábitos, las costumbres y las preferencias de cada individuo con lo que interactúa en su medio. Fuente y Fecha de Consulta. [www.webdianoia.com/glosario/main.php](http://www.webdianoia.com/glosario/main.php) 20/04/05.

Para ejemplificar lo anterior por parte del consumidor, Alsina en su obra nos proporciona un ejemplo de una persona que enciende su televisor un domingo por la mañana para sintonizar el fútbol, (lo cual es una de sus preferencias) al concluir esta emisión, el mismo individuo que vio el “partido”, sintoniza las repeticiones del juego en donde verá las mismas imágenes de lo que fue el “juego”. Sin embargo, ahí no concluye el consumo, sino que el mismo individuo al llegar al siguiente día a su oficina, compra el periódico y comienza a compartir con sus compañeros afines la información que consumió lo cual más allá ser aficionado al deporte de balón pie, obtiene lo que Alsina describe como *Gratificación*.

Por su parte, los propietarios de los medios de comunicación actúan en la construcción del temario al realizar una mezcla para analizar los principales temas que han sido enfatizados como importantes para ellos y para el público con lo que se establece una relación intrínseca pero a la vez un grado de poco riesgo para conocer la respuesta de los individuos acorde a las herramientas y a los canales bajo los cuales se emitió el mensaje.

Al respecto, se deben considerar tres elementos que van desde la naturaleza tecnológica de cada medio; la duración y la manera de presentarlo, la proximidad, la espectacularidad, hasta la credibilidad la cual es subjetiva en la medida en que mientras para una persona algo es importante o creíble, para la otra no lo es.

En resumen, la teoría de la construcción del temario, proporciona otra alternativa moderna para el estudio de comunicación de masas en donde los medios no tienen el poder absoluto de influir. De la misma manera, es una teoría integradora que muestra nuestra realidad actual.

Además de lo anterior, comparte una multiplicidad de variables como la percepción que es diferente de persona a persona, la duración de exposición de cada persona a los medios, las preferencias individuales, entre otras. Sin embargo, a pesar de estos detalles, los individuos tienen la necesidad de sentirse vivos, de saber que existen y una manera de enfatizar su presencia es a través de la difusión de noticias para enterarlos de lo que acontece a su alrededor.

Para tratar de resolver lo anterior, Alsina sugiere realizar 4 tipos de estudios que corresponden a:

1. Efectos de una pluralidad para asuntos de una pluralidad.
2. Pluralidad de temas para un análisis individual
3. Efecto de un tema en grupo.
4. Efecto de un tema en concreto en un lector individual.

Para fines de nuestro estudio, en lo sucesivo nos enfocaremos al efecto de un tema en concreto en un lector individual y retomaremos una noticia de interés local del periódico *Reforma* en su edición impresa y electrónica.

## 4.2 ANÁLISIS DE LA NOTICIA DE ACUERDO A LA TEORIA DE ALSINA EN LA EDICIÓN IMPRESA Y ELECTRÓNICA DE *REFORMA*

Dentro de la identidad y valores del periódico *Reforma*, un icono relevante es su propio nombre y la imagen del Ángel de la Independencia que no sólo hace referencia a un símbolo de la historia en México ubicada en una de las principales avenidas de la Ciudad de México sino que denota un sin fin de significados que van desde uno de los periodos de la historia de México, el cambio de estatutos hacia la modernidad, la utilización del color verde de la bandera de México adicional a la que se presenta en su edición impresa del lado derecho superior misma que hace referencia a la nacionalidad, la posición del Ángel que con una mano hacia arriba indica la dirección, el camino hacia un avance y la participación de las mujeres en la unificación de poderes, además de otras características con las que *Reforma* se presenta en la vida cotidiana de los ciudadanos y de la misma manera como interactúa con la estructura política, económica y social en nuestro país.

En base a dichos parámetros de identidad y siendo su principal labor del *Reforma* informar, desde el año 2000 y de manera reciente, uno de los temas que han causado “ruido” en el ambiente social, político y económico de nuestro país, ha sido el desafuero de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y su gobierno denominado “populista” frente a las elecciones presidenciales del 2006.

Por lo anterior y debido a la complejidad de problemas y tareas que surgen en una de las más grandes y principales ciudades del mundo como es la Capital que cuenta con una población de 8,605,239 millones de habitantes,<sup>6</sup> surge la figura del Jefe de Gobierno quien es el encargado de administrar la Ciudad de México.

Al respecto y para un mejor control del territorio local, el Distrito Federal se divide en la actualidad en 16 delegaciones políticas conocidas como Coyoacán, Tlalpan, Álvaro Obregón, Cuajimalpa de Morelos, Milpa Alta, Xochimilco, Benito Juárez, Venustiano Carranza, Miguel Hidalgo, Tláhuac, Cuauhtémoc, Iztapalapa, Azcapotzalco, Magdalena Contreras, Iztacalco y Gustavo A. Madero.

---

<sup>6</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx) XII Censo de Población y Vivienda 2000. 25/03/05.

Sin embargo, la figura del Jefe de Gobierno, no es reciente ya que desde tiempos remotos existió el Regente y presidente como en 1821 con Agustín de Iturbide. Tiempo después, se creó el Ayuntamiento de la Ciudad de México con la figura del Alcalde y en 1848 se designó el título de Gobernador del Distrito Federal. No obstante, no fue sino hasta 1928, que a la administración del Distrito Federal se le denominó como Departamento del Distrito Federal y de manera reciente, en 1993, se le acuñó el nombre de El Gobierno del Distrito Federal.

En 1997 el proceso tradicional para elegir al representante del gobierno local cambió tanto en la forma jurídica como en el sistema de elección a través del dictamen que aprobó la Tercera Asamblea del Distrito Federal en su calidad de Primera Asamblea Legislativa<sup>7</sup> que estableció la creación de un proceso democrático en el cual el aspirante a gobernar el Distrito Federal no fuese elegido por el Ejecutivo, sino a través de las urnas con la participación ciudadana.

Con tal esquema, Cuauhtémoc Cárdenas precandidato a la Gobernatura de Michoacán en 1973, Presidente del PRD en 1990 y candidato a la Presidencia de la República en las elecciones 1994 por mencionar algunos de sus cargos públicos, ganó las urnas en 1997 y ocupó el cargo de Jefe de Gobierno capitalino que marcó la pauta de la alternancia política rumbo a las elecciones del 2000 en las que de la misma manera Cárdenas se postuló y para cumplir con el tiempo estipulado que marca la Constitución abandonó la función en 1999 y designó a Rosario Robles quien fue la primera mujer en ocupar esa responsabilidad y quien continuó con los compromisos adquiridos por Cárdenas en pro de la metrópoli.

La gestión de Rosario Robles se caracterizó por la difusión constante en los medios masivos de comunicación para dar a conocer los hechos del gobierno, lo cual de la misma manera sirvió para reforzar la figura del Jefe de Gobierno del Distrito Federal lo que trascendió y se posicionó de manera importante en las preferencias de la gente.

---

<sup>7</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.df.gob.mx/ciudad/historia/10.html](http://www.df.gob.mx/ciudad/historia/10.html) 27/09/04.

Al concluir la administración de Rosario Robles y después de que los votos de las elecciones del año 2000 le favorecieron al tabasqueño Andrés Manuel López Obrador AMLO, para gobernar el Distrito Federal del 2000-2005, inició su trabajo con una labor que de manera paulatina lo posicionó en las primeras páginas de los periódicos de México por sus acciones encaminadas al beneficio de los capitalinos.

De esa manera, es como al trabajo y a los discursos que realiza AMLO se le ha denominado como “populista” ya que a través de sus acciones enfocadas a ayudar a los más “necesitados” posicionó su imagen en el primer lugar de aceptación entre los ciudadanos aunado a la difusión de publicidad y propaganda que nos hace recordar su eslogan *México La Ciudad de la Esperanza*.

Enseguida tres ejemplos de las acciones emprendidas por AMLO:

“El jefe de gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, entregó 11 mil 123 tarjetas de la Pensión Alimentaria para adultos mayores de 70 años de la Ciudad de México y resaltó que con dicha entrega se alcanza la cobertura de 350 mil ancianos beneficiados, lo que representa una inversión de 7 millones 430 mil 164 pesos”.<sup>8</sup>

“Se otorgarán 15 mil créditos para la ampliación de vivienda en lotes familiares de las delegaciones Álvaro Obregón, Azcapotzalco, Coyoacán, Cuajimalpa, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Iztapalapa, Magdalena Contreras, Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan y Xochimilco, con el propósito de optimizar el uso del suelo e impedir que siga creciendo la mancha urbana en las delegaciones donde se recargan los mantos acuíferos y se produce el oxígeno para la ciudad”.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Boletín 205 Dirección General de Comunicación Social, Domingo, 22 de febrero de 2004.

<sup>9</sup> Acuerdo No. 3 del Jefe de Gobierno sobre la política Habitacional, Miércoles 17 de Enero de 2001 Fuente y Fecha de Consulta [www.df.gob.mx](http://www.df.gob.mx) 25/11/2004.

“...con un costo total de mil 100 millones de pesos y una longitud de 5 mil 300 metros, el Distribuidor Zaragoza es parte del Corredor Vial Metropolitano que conectará el norte, desde Ciudad Azteca en el municipio de Ecatepec, hasta el sur del Distrito Federal, en la delegación Xochimilco a lo largo de 35 kilómetros de vía rápida paralela a la Calzada de Tlalpan y Avenida Insurgentes con una inversión de mil 300 millones de pesos”.<sup>10</sup>

De acuerdo a los comunicados expuestos, podemos decir que no sólo la despensa a los adultos mayores, los préstamos para construir una vivienda “digna”, el apoyo a madres solteras a través de programas de actualización de conocimientos, la restauración del Centro Histórico, la construcción de los distribuidores viales, el apoyo a niños de escuelas oficiales de nivel básico con útiles escolares, conciertos masivos en el Zócalo, promociones turísticas que impulsan la vista extranjera en el corazón de la ciudad, entre otros muchos otros beneficios, han sido detonante para que AMLO en los dos primeros años gobierno, haya ganado simpatizantes y carisma del público de todas las edades lo cual se refleja en las estadísticas que en un inicio lo colocaron en el primer lugar de preferencia para las elecciones presidenciales hacia el 2006.

Cabe destacar que aunque al inicio de su carrera política AMLO fue militante del PRI y posteriormente se unió a las filas del Frente Democrático Nacional (FDN) con el que se lanzó como candidato al gobierno de Tabasco, AMLO hizo frente al PRI y al aparato de gobierno que por más de 70 años dirigió el rumbo del país y de la misma manera lo hizo con el PAN cuando asumió su administración, con lo que se enfrentó a posiciones encontradas, ataques y críticas de las cuales hasta hace pocos meses salió “ilesa”.

No fue sino hasta el primer trimestre del 2004, cuando una “ola” de “video escándalos” llamados así por ser grabaciones en video de algunos miembros de su equipo de trabajo, fueron captados en actos de corrupción. Dichos videos se transmitieron por el canal 2 de Televisa en el programa “El Mañanero” que conducía Víctor Trujillo “Brozo” en los cuales se evidenció primero a Gustavo Ponce, ex Secretario de Finanzas del Distrito Federal, acusado con Carlos Ahumada por el delito de fraude por 31 millones de pesos de la Administración Pública del Gobierno Local.

---

<sup>10</sup> Boletín No. 1062, Jueves 30 de octubre de 2003. Fuente y Fecha de Consulta [www.df.gob.mx](http://www.df.gob.mx) 25/10/04.

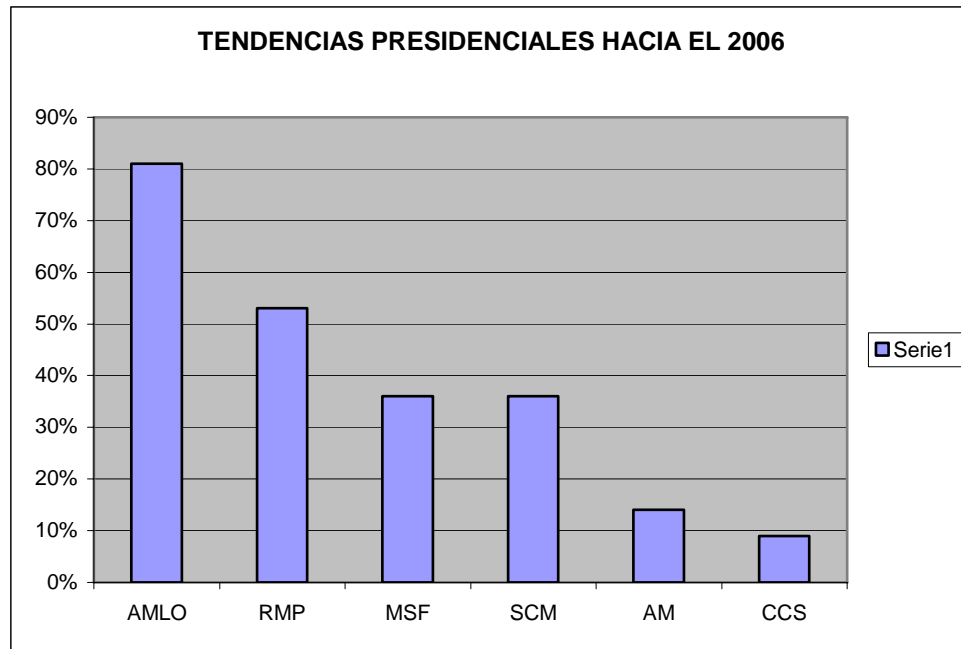


La segunda evidencia fue de René Bejarano a través de un video en el que un individuo con el rostro oculto y dinero en mano, posteriormente se identificó como Carlos Ahumada Kurt propietario de la constructora Quart. La tercer evidencia, se captó a través de video, a Carlos Imaz Gispert Delegado en Tlalpan recibiendo 350 mil pesos de manos también de Carlos Ahumada. A partir de ese hecho, se dieron a conocer una serie de actos de corrupción, que vulneran la democracia en el país.

Personajes como Diego Fernández de Cevallos, senador del PAN, José Luis Valles López, Delegado del Centro de Investigación y Seguridad Nacional (Cisen) en el Distrito Federal, se vieron involucrados en los acontecimientos ya que se murmuró que ambos políticos sostuvieron una reunión con Ahumada Kurtz antes de que se mostraran de manera pública los videos referidos.

En este mismo ambiente, el resto de los partidos políticos comenzaron a generar noticia y de esta manera candidatos como Roberto Madrazo Pintado (RMP) del Partido Revolucionario Institucional (PRI), y Marta Sahagún de Fox (MSF) por mencionar algunos, comenzaron de manera “indirecta” su carrera hacía la Presidencia.

Con los videos mostrados en televisión, la popularidad de AMLO se redujo de manera sustancial con lo cual sufrió un retroceso de 6 puntos de acuerdo a los datos de la encuesta realizada por el periódico *Reforma* entre el 14 y el 16 de mayo del 2004, a 1,515 mexicanos adultos en sus viviendas con un margen de error de +/- 2.5% en donde lo más sobresaliente son los siguientes porcentajes que se muestran en la tabla que precisamente publicó *Reforma* con fecha del 15 de junio del 2004.



Por lo anterior, podemos contextualizar que el ambiente donde se originó el destape de los candidatos fue durante el segundo trimestre del 2004 cuando los videoescándalos, y las acciones encaminadas a trabajar por la Ciudad de México por parte AMLO fueron el complemento idóneo que originó las bases de la atmósfera que se vivirá en las elecciones del 2006.

Es importante mencionar que mientras se distraía la atención con los videos, el proceso de desafuero del Jefe capitalino que inició en noviembre del 2000 juzgado por expropiar el predio conocido como *El Encino* cuyo propietario demandó amparo contra dicha acción, siguió su curso y haciendo un ejercicio de la noticia impresa y electrónica del periódico *Reforma* sobre este hecho, así apareció la información que de manera reciente mantiene la atención de los capitalinos.

Principales titulares sobre el desafuero de AMLO en la edición impresa de Reforma en página principal.

<u>VIERNES</u>	<u>LUNES</u>	<u>MARTES</u>	<u>MIÉRCOLES</u>	<u>JUEVES</u>	<u>VIERNES</u>	
<u>1° DE ABRIL</u>	<u>4 ABRIL</u>	<u>5 DE ABRIL</u>	<u>6 DE ABRIL</u>	<u>7 DE ABRIL</u>	<u>8 DE ABRIL</u>	
<b>C A B E Z A S R E F O R M A</b>						
Inclinan por desafuero	votos el desafuero	Es una Canallada.- Cárdenas	Inquieta Desafuero	Sellan San Lázaro y El día que viene	Desafuero Anunciado Dice AMLO adiós	Después del desafuero

Cabe mencionar que aunque en la sección de Ciudad y Metrópoli aparece mayor información sobre este rubro, en la página principal se hace uso de la *Agenda Setting* a través de la programación, clasificación y tematización de esta noticia.

Por ejemplo, el día de 1° de abril,<sup>11</sup> la noticia del desafuero de AMLO se anunció pero no como noticia principal, de hecho, solo ocupó ¼ del tabloide sin fotos y la nota principal la ocupó el estado de salud del Papa Juan Pablo II, el lunes 4 de abril AMLO apareció en una fotografía dándole la mano a Cuauhtémoc Cárdenas en un espacio de 10 X 10 adicional a una columna de media página.

Para el miércoles 6 de abril, un día antes de la sesión en la Cámara de Diputados, *Reforma* ocupó poco más de la mitad de su página para abordar el tema del desafuero y mostró al público parte de su misma programación interna ya que presentó una agenda detallada por hora titulada *El día que viene* y en la que se acercó el futuro político de AMLO como se detalla a continuación:

<sup>11</sup> La fecha que hacemos referencia corresponde al 2005.

<b>8:00</b>	<b>Concentración en el Zócalo convocada por AMLO y el PRD</b>
<b>9:30</b>	<b>AMLO habla ante la multitud congregada.</b>
<b>10:00</b>	<b>Inicia sesión en el pleno de la Cámara de Diputados.</b>
<b>10:05</b>	<b>El presidente de la Cámara instala el Jurado de Procedencia.</b>
<b>10:10</b>	<b>Resumen del dictamen de la Sesión Instructora y Postura del PRD.</b>
<b>12:40</b>	<b>La PGR sustenta su acusación.</b>
<b>13:10</b>	<b>AMLO expone su defensa.</b>
<b>13:40</b>	<b>Réplicas de PGR y AMLO cada uno con un límite de 15 minutos.</b>
<b>14:10</b>	<b>Salen del salón AMLO y el Ministerio Público.</b>
<b>14:15</b>	<b>Hablan 6 oradores a favor y 6 en contra.</b>
<b>16:15</b>	<b>Posible nueva ronda de oradores y de diputados.</b>
<b>17:10</b>	<b>El pleno tiene 10 minutos para votar a favor o en contra.</b>

De la tabla anterior y pese a los votos negativos que recibió AMLO por parte de los Diputados, lo interesante en nuestro análisis es que este tipo de indicadores nos permiten visualizar las estrategias y la anticipación de la que hacen uso los medios, ya que este tipo de ejercicios son diarios para programar las actividades y así obtener información de primera mano, cuando no es una noticia imprevista.

El jueves 7 de abril, *Reforma* presentó como nota principal el desafuero de AMLO con una cabeza que indicó “Dice AMLO adiós” y que ocupó, casi la página completa entre texto, fotos y un resumen cronológico (característica de este diario) de todo lo que ha sido y representa el proceso de desafuero, desde el 2000 hasta el 2005 con lo que elementos de la noticia como la proximidad o cercanía, inmediatez, etc, se le adjudicaron a esta nota pese a la nota de la visita al Vaticano del Presidente de los Estados Unidos, George W. Bush, su esposa Laura, los Ex Presidentes George Bush y Bill Clinton y la Secretaria de Estado, Condoleeza Rice, quienes despidieron al Papa, Juan Pablo II.

En la versión electrónica, la información principal, se coloca generalmente del lado izquierdo del monitor y siempre va acompañada de imágenes o fotogalería que cambian casi cada minuto y en la cual existe la posibilidad de ampliar la foto a través de la aplicación del zoom. Debajo de la noticia principal se encuentran noticias locales, información deportiva, sondeos de encuestas con preguntas cerradas, horóscopos, así como frases del día.

Cabe mencionar que la información con la que se presentará la edición impresa, es con la que inicia la actualización de la página web, no obstante ésta tiene una rotación por hora y es mucho más activa de 9 a.m. a las 8 p.m. a menos que surja una noticia relevante en donde no importe la hora.

En el caso del ejemplo que nos ocupa, podemos decir que siguiendo la nota del mismo miércoles 6 de abril, conforme se cumplían los horarios y las actividades, se encontró la información en Internet; de lo que se deduce, la inmediatez de la información en tiempo real. De hecho, en la edición impresa apareció un recuadro que indicó *minuto a minuto, siga las transmisiones en vivo del juicio de desafuero desde San Lázaro reforma.com*; y otros que previeron los congestionamientos e informaron *díganos a donde va, y nosotros le enviaremos por mail su ruta ideal reforma.com*.

La insistencia de proporcionar un buen servicio a los lectores va ligado a incitarlos hacia el uso de los medios electrónicos e incluso la oferta de navegar es atractiva ya que al ver la nota de AMLO, se mostraron temas relacionados que están vinculados y que se vuelven de interés en la medida en que hay opciones como radio por Internet, chat, Reforma en Vivo, Galería de Fotos, entre otros servicios.

Por ejemplo, la nota del jueves 7 de abril, en la edición de Internet se presentaron escenas desde el Zócalo y San Lázaro con animación de los detalles del proceso contra AMLO. Es importante mencionar que a esta información sólo se accesa si el lector es suscriptor de reforma.com, al respecto, la puesta en marcha de la *Agenda Setting* se realizó como se describe a continuación.

1. Al inicio de la sesión se mostró publicidad en flash que anunció la tecnología IP de la empresa Vox.
2. De la misma en flash, se presentó el proceso de desafuero de AMLO con 360 votos a favor, 127 en contra, 2 abstenciones y 10 ausencias. Cabe destacar que de la misma manera se recrea el resumen por hora previsto en la agenda de la edición impresa del día 6 de abril, pero con mayor detalle ya que se monitoreó y se subió la información en tiempo real.

5:00 a.m.	<b>Simpatizantes de AMLO comienzan a reunirse en el Zócalo capitalino.</b>
9:50 a.m.	<b>AMLO da un mensaje a los 120 mil seguidores congregados en la plancha central del país en el que establece que el desafuero obedece a las órdenes de Carlos Salinas “Los quiero desafortunadamente”, dice en las últimas frases de su discurso sus escuchas. Su intervención dura aproximadamente 45 minutos.</b>
10:15 a.m.	<b>Mientras AMLO habla en el Zócalo, se comienza a leer el dictamen de desafuero contra el aún Jefe de Gobierno.</b>
12:50 p.m.	<b>El tabasqueño llega a la Cámara de Diputados.</b>
14:45 p.m.	<b>Carlos Vega Memije, el funcionario de la PGR encargado de presentar los argumentos de esa instancia para desafuero a AMLO, comienza su participación en el pleno.</b>
15:15 p.m.	<b>AMLO habla ante los diputados en donde acusa a Vicente Fox y al titular de la Suprema Corte Mariano Azuela, de fraguar el proceso de desafuero en su contra.</b>
19:20 p.m.	<b>Finaliza la discusión en la Cámara de Diputados después de seis participaciones a favor y seis en contra del desafuero de parte de los diputados, además de diversas intervenciones de los legisladores para rectificar hechos y para alusiones personales.</b>
19:30 p.m.	<b>Después de nueve horas y quince minutos, los diputados votan en mayoría por el desafuero de AMLO.</b>

Además de lo anterior, la animación de este proceso, muestra íconos en la parte inferior como *Concentrador de Interactivos* que muestra los gráficos de todas las secciones para que se elija alguna opción al navegar, *Paseos Virtuales* a través de las noticias nacionales, internacionales o las secciones especiales, *Test Interactivos*, y *Test* sobre algún tema en específico. Otro apartado es el titulado, *Nos Interesa su Opinión* en el que al dar “click” nos manda de manera inmediata a los mails de los contactos que nos pueden resolver cualquier duda.

Semejante al link de *nos Interesa su Opinión*, existe la “pestaña” de *Envía este Gráfico*, que despliega la caja de Outlook Express en el que se adjunta el vínculo de la página con la información electrónica que recomendamos.

Finalmente, se presenta la opción Grupo Reforma Créditos que presenta una cortinilla institucional del periódico *Reforma* y de sus ediciones electrónicas [elnorte.com](http://elnorte.com), [reforma.com](http://reforma.com), [mural.com](http://mural.com) y [palabra.com](http://palabra.com) así como los derechos reservados del año 2005.

Al navegar por la noticia electrónica [reforma.com](http://reforma.com) observamos que tanto en la edición impresa y en la edición electrónica, *Reforma* mantiene la particularidad en su diseño mediante el uso de detalles gráficos ya que en el recuadro en flash, de manera meticulosa aparece información como los 141 votos del PAN, 206 del PRI, 8 del PVEM, y del partido Independiente 1, de quienes votaron en contra de AMLO. 11 del PRI, 1 del PAN, 96 del PRD, 8 del PVEM, 6 del PT y 5 de Convergencia, con 2 abstenciones del PRI e Independiente.

Asimismo, se presentó un gráfico de la Cámara de Diputados seccionada por colores partidistas de acuerdo a las asignaciones de lugares para los diferentes partidos políticos y una representación del lugar que ocupó AMLO y la PGR desde el cual dio su discurso. Finalmente, en la parte superior del lado derecho adicional al banner publicitario de la ventana en Flash, se encontró un recuadro de Menú mediante el cual se accesa a más información del rubro como: *Queda AMLO sin Fuero, Escenarios, El A, B, C, del Desafuero, Día a Día, la Ley de AMLO, Historia del caso y el Lector Opina*.<sup>12</sup>

Del análisis anterior, podemos deducir que la cobertura de la noticia en el *reforma.com* se realizó con más penetración y fondo que en la edición matutina impresa del día 6 de abril lo que nos lleva a pensar que *Reforma* cuenta con las herramientas y con el personal suficiente y capacitado en áreas de diseño gráfico quienes hacen posible esta interacción del ciber lector para facilitar la lectura desde la ambientación o recreación de la noticia.

---

<sup>12</sup> ¿Qué sigue para AMLO?, Sección Nacional en [reforma.com](http://reforma.com) del 06/04/05. Fecha de Consulta, 08/04/05.

En suma, *Reforma* se posiciona como uno de los diarios locales competitivos en el mundo global y se vuelve indicador frente a los grandes retos que enfrenta la industria editorial en el mundo y en nuestro país que se enfrenta no solo a los recursos monetarios sino con la idiosincrasia de la gente que en México tiene una cultura arraigada del alcance y el uso de los medios.

Al respecto en el último capítulo de esta investigación, recopilamos la opinión de expertos en el tema de Internet quienes nos proporcionan su visión sobre el impacto del periódico digital en la sociedad mexicana.



## 5. EJERCICIO PROSPECTIVO

*El futuro tiene muchos nombres. Para los débiles es lo inalcanzable.*

*Para los temerosos, lo desconocido.*

*Para los valientes, es la oportunidad.*

*Víctor Hugo, Novelista Francés*

Uno de los principales obstáculos que limitan el desarrollo de México, es la falta de una planeación a largo plazo que nos permita visualizar el rumbo ideal de la nación en la que deseamos vivir debido a que desde el proyecto del Gobierno Federal hasta las acciones inmediatistas que como ciudadanos llevamos a cabo para resolver problemas simples como el caso de la corrupción, lleva a nuestro país a minimizar problemáticas graves como un acto cotidiano.

La idea de tomar el pasado como referencia para mejorar el presente y construir un mejor futuro es una buena base para la planeación no sólo desde el punto de vista económico, político, social o cultural sino también individual. Sin embargo, la prospectiva que no es más que una metodología moderna y liberal que nos permite buscar nuevas alternativas para el futuro, parte del futuro imaginándolo y no del presente o del pasado.

Es así como la prospectiva se encarga de brindar alternativas futuras e integrar aspectos cuantitativos y cualitativos, además, tiene una particularidad de acción pro activa y creativa y no pasiva, y retoma al futuro cercano como la etapa de construcción para el futuro lejano para generar visiones alternativas de futuros deseados y factibles.

Por lo anterior, en este último capítulo hacemos uso de la prospectiva y de sus diversos escenarios para visualizar el contexto tecnológico y social de México en el futuro tomando como base y antecedente los capítulos anteriores que más allá de exponer y evidenciar problemáticas que aquejan a nuestra sociedad y a las instituciones, asociaciones, medios de comunicación y al gobierno, propone nuevas alternativas de desarrollo que nos permitirán trabajar con anticipación para prever y mejorar la calidad de vida tanto de la sociedad, los medios y el trabajo de los profesionales de la comunicación. Es así, que a continuación mencionaremos los diversos escenarios desde nuestro punto de vista y concluiremos con los valiosos comentarios de nuestros especialistas en temas de Internet.

## **5.1 ESCENARIO DESEABLE**

Tomando como base una proyección de cinco años, la sociedad mexicana que ha demostrado una participación en los asuntos de carácter político y social, será no solo participativa sino pro activa es decir, se involucrará de manera directa en temas de interés general. Para ello, hará uso de la Internet no sólo desde su oficina, si no también desde su hogar, ya que incluso las amas de casa harán de esta tecnología una herramienta cotidiana como si este fuese un utensilio de cocina de primera necesidad.

El gobierno por su parte, instalará kioscos electrónicos gratuitos o a muy bajo costo a través de pago de tarjetas por toda la ciudad desde los cuales la gente podrá consultar sus correos y trabajar; la oficina como la conocemos hoy en día, será sustituida por la oficina virtual en la cual se concentrará la gente que no pueda trabajar desde su casa, creando un ambiente de intercambio heterogéneo e interesante de conocimientos ya que se encontrarán desde doctores, periodistas, mecánicos, etc.

Surgirán nuevos empleos a raíz de las nuevas tecnologías y la gente estará tecnológicamente capacitada para asumir nuevos cargos y autoemplearse lo cual se verá reflejado en la inmediatez con la que se resolverán trámites de los servicios públicos.

El efecto de la globalización y el uso de la tecnología acercará a nuestro país para realizar tareas laborales de alto desempeño, lo cual representarán una fuente de trabajo competitiva incluso sin que esto represente mudarse a otra ciudad. Las decisiones políticas dejarán de ser asunto de una Cámara y de unos cuantos porque se diversificará la toma de decisiones entre ciudadanos capaces y acreditados para emitir un voto a favor no sólo del país hacia el exterior sino en beneficio de la sociedad a través de los medios electrónicos con lo que la gente tendrá la suficiente madurez para utilizar a Internet no solo como un medio de comunicación sino como un medio por el que se gobierne de manera eficaz.

En lo social, los robots estarán presentes en actividades cotidianas sin que esto represente un distanciamiento en las familias porque contrariamente, la gente contará con suficiente tiempo para poder diversificar sus actividades.

Las campañas políticas se realizarán a través de Internet y el Instituto Federal Electoral (IFE), contará con la infraestructura correcta que le permitirá al ciudadano, realizar su voto de manera libre, secreta asegurando la confidencialidad de la información.

Asimismo, la comercialización de los productos y servicios de las empresas grandes y pequeñas aumentará a través del uso de Internet por lo que los costos en la compra de productos será competitivo lo que representará un beneficio para la sociedad.

Los logros de la medicina y el intercambio de conocimientos con especialistas de diversos países llega a los hogares mexicanos para prevenir las enfermedades a través de consultas cibernéticas. Por su parte, la radio, la televisión y la prensa escrita se escuchan, se ven y se leen en Internet donde los anunciantes comercializan sus productos.

### 5.1.2 ESCENARIO REAL

La imagen de México hacia el exterior no es positiva por un sin fin de problemáticas que nos aquejan como país tercermundista y por nuestra historia que se desarrolla bajo un escenario del nulo ejercicio de la democracia. La delincuencia, los secuestros, la corrupción, la contaminación, el desempleo, la sobrepoblación, las pocas oportunidades para los profesionales y la gran cantidad de productos importados y los pocos exportados, generan un panorama gris en donde lo más importante es la manera de subsistir en una jungla.

En el ámbito tecnológico nuestro presente, nos indica que estamos a más de diez años de retraso en el uso de las tecnologías en nuestro país y esto se debe en parte a la carencia de programas educativos, a proyectos reales de desarrollo y a factores económicos que como primera instancia cubren las necesidades básicas de alimentación.

Contradictoriamente, por parte del Gobierno Federal se nos presentan cifras de ocupación que contrastan con las estadísticas que anuncia el INEGI. “el presidente Fox ayer<sup>1</sup> presumió que ahora sí el empleo en México reporta una "cifra histórica", aunque sólo sea en la primera quincena de marzo donde se generaron 46 mil 635 nuevos empleos; con lo que se alcanza una cifra histórica de 12 millones 635 mil empleos, que es el más alto índice en la historia del país”. Pese a esta contradicción de tabulaciones, quizás ahí radique el principal problema que se conjuga con la manipulación de los números que comúnmente se presentan disfrazados y que reducen la credibilidad y la transparencia de la información que nos impide “mañosamente” ver nuestra realidad.

---

<sup>1</sup> Sánchez Vega Fernando, *México S.A. Cifras históricas sólo para Fox* en la Jornada Online Sección Economía 30/03/2005. Fecha de consulta 06/04/05.

**Población ocupada según sexo, 1991-2004**

Año	Total	Hombres	Mujeres
1991	30 534 083	21 256 913	9 277 170
1993	32 832 680	22 748 037	10 084 643
1995	34 422 202	23 199 715	11 222 487
1996	35 469 053	23 951 191	11 517 862
1997	37 573 726	24 835 115	12 738 611
1998	38 658 762	25 620 381	13 038 381
1999	38 953 337	25 900 410	13 052 927
2000	39 502 155	26 011 240	13 490 915
2001	39 385 505	25 992 774	13 392 731
2002	40 301 994	26 383 158	13 918 836
2003	40 633 197	26 716 673	13 916 524
2004	42 306 063	27 357 076	14 948 987
FUENTE:	INEGI-STPS. <i>Encuesta Nacional de Empleo.</i>		

Si dicha confusión se deduce de la fuerza de trabajo que es uno de los engranes para que el país sea competitivo y para que se haga uso de la tecnología, entonces qué más existirá detrás del telón del huésped de Los Pinos. En relación a este punto, los políticos están más preocupados por las elecciones del 2006 y por elegir a sus candidatos que por poner en marcha el proyecto de Nación y solucionar problemáticas diarias.

En lo que respecta al rol de la sociedad mexicana, sabe de la existencia de los medios electrónicos, desea hacer uso de ellos pero aún no se explota el potencial del ciberespacio para que llegue a la mayoría de la población. Estamos aprendiendo a utilizar esta herramienta y existe una brecha significativa entre las personas que utilizan esta Red y las que ni siquiera han tenido algún acercamiento.

En algunas universidades privadas como en el Tecnológico de Monterrey de la Ciudad de México se han puesto en marcha programas a través de cursos o diplomados sobre el uso de ésta tecnología sin que esto se amplíe en todas las universidades públicas y el efecto que esto conlleva es que mentes jóvenes de estudiantes egresados migren a otros países para buscar oportunidades de empleo que no se generan en el país.

En resumen, podemos decir que en México el uso de Internet se está gestando de manera rápida sin que esto signifique una buena apropiación de la información, se está reaccionando de manera muy lenta y no se visualiza a corto plazo un cambio radical en lo que involucra a las tecnologías de la información.

### **5.1.3 ESCENARIO CATASTRÓFICO**

De manera breve, consideramos que el peor de los escenarios que podría presentarse en nuestro país a mediano plazo, es la incertidumbre del ambiente político de México rumbo a las elecciones presidenciales del 2006 ya que los síntomas no presentan un panorama viable para que exista un camino pacífico.

En caso de que AMLO no profile para la presidencia, existirían manifestaciones violentas que alejarían la estabilidad económica y por ende la inversión extranjera. En caso de que el ambiente le favorezca al tabasqueño cabría la posibilidad de que se viviera un ambiente político turbulento como el de 1994 en donde la figura popular de AMLO fuera susceptible de algún atentado.

Al respecto, la información que produzcan los medios de comunicación será intensa y uno de los distractores para que la sociedad mexicana permanezca ajena a estos hechos, será el mundial de Alemania 2006. En caso de que ganara las elecciones algún candidato del PRI, tendría una la gran responsabilidad de iniciar una reestructuración para obtener nuevamente credibilidad del pueblo. Como última opción quedaría el PAN ya que el cambio que tanto prometió Fox no se reflejó y quedaría el en antecedente de los mexicanos aunque el partido blanqui azul haría todo lo posible para permanecer en el poder.

En el marco de todo este ambiente poco propicio, el uso de la tecnología de Internet se limitaría, ya que proyectos como el E-México y Enciclomedia por mencionar sólo algunos, dependerían de los recursos económicos del gobierno y sólo aquellos que son de carácter educativo o empresarial, seguirían funcionando, todo ello por ende, traería como consecuencia un retraso significativo en el desarrollo de las tecnologías.

En el caso de los medios masivos de comunicación y en particular de Internet el panorama se prevé estático de acuerdo a la opinión de nuestros especialistas a través del ejercicio denominado Mini Delphi que se desprende de la prospectiva y que tiene la finalidad de obtener información relevante a través de la consulta sobre un tema determinado lo cual de acuerdo a la prospectiva nos da herramientas para planear el futuro, anticiparnos ya que es praxis de largo alcance que conecta el corto, el mediano y el largo plazo.

## **5.2 EJERCIO MINI DELPHI.**

Desde una perspectiva mundial y general Jerome C. Glenn<sup>2</sup> autor del libro *El Estado del Futuro 2004* considera que han existido cambios acelerados en los últimos 25 años, y viendo hacia el futuro desde diversas perspectivas Jerome comenta que la gente se clonará así misma, la extensión de la vida se alargará por los estudios tan avanzados del DNA con lo que incluso se migrará a nuevas formas de vida, el surgimiento de nuevas enfermedades se atenderán con una mayor rapidez y existirá un poder de elección basto en todo tipo de mercados en donde la India y China llevarán el rumbo de la economía global.

El autor considera que si bien existen escenarios positivos, también hay escenarios negativos que se deben convertir en nuevos retos en donde la prospectiva para anticipar el futuro jugará un gran papel. Una de las oportunidades serán el autoempleo ya que no se ha tomado ventaja de esta posibilidad. Para ello los nodos<sup>3</sup> o Redes, y el cruce de la información, son el inicio de esta sinergia y formarán parte del concepto de la globalización.

---

<sup>2</sup> Jerome C. Glenn es Director Ejecutivo del Proyecto Millenium American Council University of United Nations, tiene 25 años de experiencia en investigaciones sobre el futuro en organizaciones internacionales, gobierno e industria privada y es consultor independiente del Banco Mundial, la UNESCO, el gobierno de Canadá, entre otros organismos.

<sup>3</sup> Nodo: Dispositivo direccionable conectado a una red de ordenadores. Fuente y Fecha de Consulta [www.ati.es](http://www.ati.es) 07/04/05.

En cuanto a los recursos naturales, estos se consumen más, los glaciares se están derritiendo, el agua es controlada por dos países y el crecimiento de la población aumenta contradictoriamente ya que la tasa de natalidad disminuirá considerablemente porque la población envejecerá.

Las amenazas por Internet serán el flujo de información que se encuentre en la Red y el uso o la manipulación que se le de; por lo que los sistemas de monitoreo global con software especializado ayudará en mucho a mejorar esta situación para generar una conciencia colectiva en donde se unificarán los sentimientos para comprender la cultura de cada país.

No obstante estos desarrollos, el uso de la tecnología se deberá manejar con nuevas ideas donde quizás el siguiente paso de la Internet sea el resurgimiento de una nueva conciencia o inteligencia colectiva.<sup>4</sup>

En lo que se refiere a nuestro país y a los medios de comunicación, en concreto al impacto del periódico digital en la sociedad mexicana a 3 ó 6 años, la Doctora Guillermina Baena, considera que el problema de la prensa todavía iría a un plazo más largo que el previsto porque no hay gente preparada para ello y agrega que algunos egresados de la carrera de Comunicación tendrán que derivar en una especialización o la carrera contemplarlo, porque reafirma que éste cambio será un proceso más largo de tres o seis años para que la prensa digital esté en funciones y adiciona que la prensa digital será inevitable, porque el papel se está agotando y no durará más de cuarenta años.

---

<sup>4</sup> Videoconferencia y presentación del libro *El Estado del Futuro 2004* del autor Jerome C. Glenn presidido por el Dr. Fernando Pérez Correa Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Comentaristas, Dr. Axel Didrikson, Director del Nodo México, Educación Ciencia y Tecnología, Red Eye Proyecto Millenium AC/UNU, Director del Centro de Estudios sobre la Universidad UNAM, Dr. Carlos Sirvent Gutiérrez, Coordinador del Centro de estudios Políticos Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, moderadora, Dra. Guillermina Baena Paz, Profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Sala Isabel y Ricardo Pozas Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. 18/03/05 11:00 HRS (hora México) y enlace con la Universidad de Sonora, Universidad Pedagógica del Salvador, Sistema de Cómputo de la UNAM, Santo Domingo en República Dominicana y Argentina.



Baena reitera que para migrar hacia la prensa digital, dependerá también de la mentalidad de la gente y de su actitud frente a lo digital lo cual no es fácil, por lo que el proceso será lento y finaliza comentándonos que una prensa digital es multimedia, que permite el juego de la radio, el video, la parte escrita, la oral y las mil y una posibilidades de la imagen, además de ser un espacio ilimitado.<sup>5</sup>

Por su parte, en entrevista con Antulio Sánchez,<sup>6</sup> comenta que hoy en día todo es tiempo real, tenemos no solo instrumentos que nos permiten estar a gran distancia sino que nos permiten contrastar las fuentes a una velocidad impresionante.

Adicionalmente, Antulio, considera que el futuro del periodismo impreso frente al periodismo electrónico es de convergencia, porque no sabe en qué tiempo se dará pero siempre tenderá a desaparecer, como ya sucede con varias cosas que se vuelven exclusivamente electrónicas. Al respecto, el autor del libro *La Era de los Efectos de Internet* visualiza a Internet a cinco años con mucha más multimedia, con una red en la cual se recibirán ya películas en casa, con un medio vinculado mucho al entretenimiento, como una gran máquina de diversión, pero también con un medio con enorme poder para generar noticias y para abrir camino a nuevas opciones informativas, no obstante, todas las bondades y virtudes de Internet solo serán aprovechadas por sectores reducidos.

Para Enrique Daltabuit el impacto del periódico digital en la sociedad mexicana ya inició con la transmisión electrónica de contenido que se está dando a nivel editorial y a nivel personal como en el caso del periódico *Reforma* o *La Jornada* en línea. No obstante dicho cambio, no se reflejará de manera representativa en el periódico impreso al igual que los libros por sus características diferentes porque es más placentero leer una editorial en el medio impreso que en pantalla donde se hace uso de resúmenes.

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida vía mail por la Dra. Guillermina Maria Eugenia Baena Paz, Directora del Nodo México del Millenium Proyect de la ONU [www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx), Coordinadora del Seminarios de Estudios Prospectivos Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM 05/04/05.

<sup>6</sup> Entrevista a Antulio Sánchez vía electrónica el 20 de octubre del 2004.

El investigador asegura que aunque ya existe más allá de nivel de prototipo, a nivel de prueba beta lo que se le llama papel digital que son rollos de plástico manejables que funcionan como pantallas que se conectan a la televisión y en las cuales se visualiza la imagen, esto no tendrá un efecto práctico a menos que el periódico ofrezca la actualización de la información en tiempo real desde dicha pantalla.

Desde ese panorama, Daltabuit considera que quizás se pudiera comprar el papel y generar la ruta de la computadora inclusive desde una Pocket PC con una conexión bluetooth<sup>7</sup> de una red local que conecte al papel digital desde donde se visualice la información lo cual no se prevé en 3 ó 5 años ya que considera que la brecha tan grande que existe de nuestro país con otros se basa principalmente en los planes educativos y aporta que desde la escuela los niños deben comenzar a utilizar Internet para culturalizar a los futuros ciber ciudadanos.

Como punto final Daltabuit compara el fenómeno de la Internet con la aparición de la imprenta de Gutemberg que transformó la manera de reproducir los libros con las características de rapidez, aunque en esa época los libros eran caros por lo que se crearon bibliotecas públicas.

---

<sup>7</sup> Bluetooth: Bluetooth es la norma que define un estándar global de comunicación inalámbrica, que posibilita la transmisión de voz y datos entre diferentes equipos mediante un enlace por radiofrecuencia. Los principales objetivos que se pretende conseguir con esta norma son: facilitar las comunicaciones entre equipos móviles y fijos, eliminar cables y conectores entre éstos, ofrecer la posibilidad de crear pequeñas redes inalámbricas y facilitar la sincronización de datos entre nuestros equipos personales. La tecnología Bluetooth comprende *hardware*, *software* y requerimientos de interoperabilidad, por lo que para su desarrollo ha sido necesaria la participación de los principales fabricantes de los sectores de las telecomunicaciones y la informática, tales como: *Ericsson*, *Nokia*, *Toshiba*, *IBM*, *Intel* y otros. Posteriormente se han ido incorporando muchas más compañías, y se prevé que próximamente los hagan también empresas de sectores tan variados como: automatización industrial, maquinaria, ocio y entretenimiento, fabricantes de juguetes, electrodomésticos, etc., con lo que en poco tiempo se nos presentará un panorama de total conectividad de nuestros aparatos tanto en casa como en el trabajo. Fuente y Fecha de Consulta es.wikipedia.org 12/04/05.

Antes de hacer su prospectiva sobre el uso del periódico digital en la sociedad mexicana, Trejo Delarbre apunta que en primer lugar mucha gente ha reaprendido a leer gracias al Internet, a pesar de que los correos electrónicos están formados por abreviaturas más que por palabras completas y expresan más emociones que ideas elaboradas lo que para el autor constituye una reivindicación muy inicial, casi primitiva, de la cultura escrita a diferencia del analfabetismo más generalizado que teníamos sin el uso de este medio.

De esta manera, para Trejo Delarbre en los siguientes años la sociedad seguirá aprendiendo a leer en y para la Internet aunque es importante mencionar que quienes no aprendan sobre todo a buscar información en la Red y a comunicarse aunque sea de manera fundamental por correo electrónico, se van a quedar rezagados ya que hoy día la lectura y aunque sea muy parcial la escritura en Internet son formas de comunicación indispensables.

No habrá cambios en el uso de la Internet en la sociedad mexicana sino que cada vez más se irán formando grupos de periodistas que se están preparando en las universidades y los periodistas son los que tendrán una visión más amplia del mundo aunque no necesariamente sean prácticas más éticas o de visión más afianzada, pero sobre todo, se tendrá un uso más acentuado en las tecnologías pero no mucho más que hoy, afirma Trejo Delarbre.

Para el catedrático, quizás en 15 años sí cambiará el esquema de las tecnologías cuando esté más desarrollada la radio y la televisión digitales que son el nuevo paso en el crecimiento de la asimilación y la apropiación de las nuevas tecnologías que será visto con enorme extrañeza ya que un reportero gráfico que porta su cámara convencional ahora usará cámaras digitales y será muy raro el medio que no equipe a sus reporteros con dicha tecnología capaz de transmitir información de manera inmediata.

No obstante, al panorama de la información que se visualiza a largo plazo, para Trejo influirá en dos posibilidades, la primera en la oportunidad de transmitir información menos abundante pero con más profundidad, es decir, la proliferación del periodismo

de investigación, en otras palabras, que se tenga una deliberación pública más integral no a partir de chismes, retazos y de anécdotas sino de un auténtico entendimiento de los hechos.

El otro escenario, que se presenta como probable, es el de un panorama mediático con mucha más presencia de las empresas de comunicación más poderosas sobre el conjunto de la sociedad y del Estado afianzados fundamentalmente en la propagación de trivialidades, de pequeños asuntos que todos los días se vuelven grandes para perder relevancia a la mañana siguiente. Delarbre concluye diciendo que no tendremos un panorama ni blanco ni negro sino lleno de matices en donde existirán algunos medios respetables y otros con mucha propensión por la espectacularidad,

Sobre la perspectiva de 6 años del periodismo electrónico en México, Jorge Lizama de viva voz, retoma el pensamiento de Dominic Wolton quien divide los tipos de información en cuatro tipos, información y entretenimiento, información mercancía, información periodística e información conocimiento, en donde ésta última es la más importante y la cual implica que la gente produzca información, la comparta y la sepa analizar, lo cual para que se de en México es poco viable porque los servicios mercantiles y de entretenimiento, tienen más auge; de hecho, una Red ágil en finanzas y servicios provee de más puntos en el Banco Mundial.

Lizama comenta que la importancia de las tecnologías juega un papel preponderante ya que que existe un índice a nivel internacional para medir el aprovechamiento social de las tecnologías que se enmarcan en tres niveles; los países que aprovechan íntegramente la tecnología, los países que están en vías de aprovecharlo y los países que no están en vías durante mucho tiempo de aprovecharla.

Los países que ya la aprovechan de manera inteligente las nuevas tecnologías fundamentalmente sólo son dos en el mundo, el país más informatizado que es Finlandia que es el ejemplo del uso de la información y Estados Unidos; esos dos países llevan el liderato en ese sentido. Abajo de esos países, que no la han explotado, pero pueden explotarlo están Alemania, Inglaterra, Francia, y en América Latina Incluso está Brasil, y los países que no se les ve ni siquiera rasgos de que algún día puedan aprovechar esto de manera inteligente, está México.

El periodismo impreso dentro del parámetro de tiempo que se indica, para Lizama se seguirá manteniendo y va a tener siempre su espacio y lo que cambiará será la figura del periodista quien realizará periodismo de fuente abierta, es decir, en donde se conjugará el trabajo de varias personas con lo que los periodistas reconocidos perderán su “poder” al optar por la idea de un cerebro global y la red semántica o sea no cerrada.

Pensando en el futuro Lizama comenta que existirá la clase virtual, la generación del flash, una ciber cultura haciendo los bienes materiales en inmateriales, sustituyendo los átomos por bits. El cuerpo se ha vuelto efímero, tu cuerpo ya no interesa en el sentido que ya no tienen que ir al correo, ya todo lo puedes manejar a través de tu computadora y también cambiando de nociones de tiempo y espacio.

Finalmente, cerramos este capítulo con datos del informe anual del Programa de Naciones Unidas del año 2001 donde el crecimiento y alcance de Internet fue exponencial ya que de 16 millones de usuarios en 1996 se incrementó a más de 400 millones en el 2000, y se espera llegar a mil millones de usuarios en el 2005. En América Latina, el uso de Internet aumenta en más de un 30 por ciento anual, por lo que se prevé que el 12 por ciento de las personas estarán conectadas en el 2005. Sin embargo, pese a este crecimiento, existe una brecha de rezago entre los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y el resto del mundo ya que en Estados Unidos, Hong Kong, Islandia, Noruega y Suecia, Internet llega a más de la mitad de la población y a cerca de un tercio en el resto de las economías.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Fuente y Fecha de Consulta [www.reforma.com](http://www.reforma.com) 10/06/2001.

## CONCLUSIONES

A través del recorrido por los diversos capítulos dimos a conocer un panorama general de la globalidad y su praxis desde nuestra localidad abordando a su vez el interesante mundo de Internet y su relación con los medios masivos de comunicación y el ejercicio periodístico, particularmente desde la perspectiva del periodismo impreso y electrónico tomando como ejemplo al periódico *Reforma* en sus dos versiones.

Por lo anterior y siguiendo con el orden del contenido de esta tesis, deducimos que México está inmerso en la globalidad y la ejerce aunque los países denominados del primer mundo, nos llevan una ventaja considerable debido a que nuestra principal debilidad ha sido la falta de un proyecto de Nación a cara al futuro, y la mala administración de las diversas gestiones.

Esa limitación al consultar las páginas de la historia nos muestra que sexenios como el de José López Portillo caracterizado por el nepotismo, o el de Miguel de la Madrid Hurtado que abrió las puertas al proyecto neoliberal sin hacer caso de las cláusulas, nos volvió más dependientes y destinatarios de decisiones de las cuales no somos partícipes, sin olvidar, la administración de Carlos Salinas de Gortari que pese a su formación y visión de apertura comercial, el país atravesó al final de su sexenio por una crisis económica y política.

A pesar de esas grandes lecciones, la historia parece ser cíclica porque vivimos en una “jungla” de concreto en donde lo más importante en este momento, son las elecciones presidenciales de 2006, y no la problemática social y económica que enfrenta la sociedad. Estos problemas tratan de remediarse con proyectos inmediateistas y superficiales en donde quizás lo más rescatable sea una mayor apertura y participación por parte de la sociedad y los medios sobre los temas cotidianos.

El párrafo anterior ligado al desarrollo tecnológico, se encuentra inmerso en el rezago tecnológico de más de 10 años que enfrenta nuestro país, debido a que mientras naciones como Estados Unidos que en los setenta practicaron la transmisión de datos mediante el uso de protocolos de comunicación y en los ochenta se abrió este campo a la comercialización, en México esta tecnología se incorporó en los setenta como pruebas en universidades cuando los temas centrales se enfocaron a desmitificar lo acontecido en Tlatelolco y a proyectar una imagen positiva de México hacia el extranjero luego de las Olimpiadas del 68.

No obstante lo anterior, y de acuerdo a las cifras de las tablas de NIC México sobre los dominios categorizados, 1996 fue el año de expansión de la Red y de ese periodo en adelante y de manera acelerada, la Internet es un instrumento necesario y una nueva subcultura en la que encontramos el chat, el e-mail, el E-commerce, las comunidades virtuales, formas de expresión mediante íconos, la generación de un nuevo lenguaje, la propagación de los Café Internet, etc., todo ello, como parte de las bondades que ofrece la Red a pesar de los puntos en contra que también se encuentran en ella como la falta de conexión a Internet en los hogares mexicanos principalmente por carencia de recursos monetarios, sin perder de vista la presencia de la pornografía infantil, el narcotráfico, los atentados, los fraudes y la inseguridad que se presentan en el ciberespacio.

Sobre el periodismo electrónico y la actividad del periodista que involucra la formación académica, tomamos los valiosos comentarios de nuestros entrevistados y se deduce lo siguiente:

- A) En nuestro país no existe el periodismo electrónico porque esta actividad no es transferir información de papel a la computadora.
- B) En nuestro país a diferencia de España, no existen Licenciaturas o Maestrías dedicadas al periodismo electrónico, lo cual se deberá evaluar en los programas académicos.

- C) En nuestros días el estudiante de Ciencias de la Comunicación o Periodismo, no cuenta con un *background* de la amplitud de la asignatura lo cual frustra sus expectativas antes de egresar de la carrera.
  
- D) El periodista que se acaba de incorporar al área laboral se enfrenta con un choque de habilidades y competencias limitadas también por su formación profesional por lo una solución es la capacitación constante, la lectura de periódicos, y ampliar su cultura.
  
- E) El periodista no cuenta con el grado de apropiación de las tecnologías para saber cruzar la información y verificar que sus fuentes sean confiables con lo que se volvería un ciudadano informacionalmente hábil.
  
- F) Se propone el concepto de *periodista Integral* para contrarrestar las limitantes del profesional de la comunicación y abrir la diversidad de opciones de hardware y de software en la realización de diversas tareas.

Por parte de la sociedad, ésta de la misma manera, no cuenta con el grado de apropiación de lo que se puede encontrar en Internet y por ende, no puede distinguir la utilización de la Internet profunda y la Internet superficial por lo que su uso se reduce al chat y al e-mail como una simple herramienta de comunicación, de ahorro de distancia y de reducción de costos. Con Internet, la gente ha aprendido a releer en un país con un alto grado de analfabetismo.

No se puede pensar en la regulación de la información que se encuentra en Internet para validar su veracidad porque limitaría la esencia propia de este medio que se presenta como un nuevo foro de expresión en donde grupos minoritarios, la prensa marginal y cualquier asunto se puede expresar sin represión.



En lo que respecta a los mass media, incorporan la tecnología en sus procesos sin embargo, prolifera la mercadotecnia y los temas banales que se vuelven importantes y desaparecen de inmediato; se prevé que este escenario no cambie a mediano plazo y bajo este panorama, los periódicos mexicanos que abordan todo tipo de noticias, se preocupan cada día más por lo que se le ofrecerá al lector y buscan ser competitivos para estar en la preferencia de la gente.

Es así como *Reforma* compete y es uno de los diarios que lider tanto en características de innovación, funcionalidad, credibilidad, compromiso y actualidad como por sus diversas secciones y suplementos adicionales a la página interactiva de *reforma.com*, - aunque es menester notificar que su audiencia se ubica en la clase alta y media siendo sus principales lectores estudiantes y profesionistas.

Por otro lado, de acuerdo al análisis de la noticia impresa y la noticia electrónica del *Reforma* se concreta que:

1. La principal diferencia entre la noticia impresa y electrónica, es la inmediatez en la información y el formato de presentación.
2. La gente prefiere leer un editorial de manera impresa que en pantalla.
3. La actualización de la información en *reforma.com* es casi inmediata.
4. Las dos versiones del periódico tiene un potencial interesante que a futuro les permitirá llegar a otros nichos de mercado.
5. El *Corazón de México* es el periódico más innovador en cuanto a diseño en sus dos versiones.
6. *Reforma* cuenta con una identidad nacionalista.
7. *Reforma* hace uso de las encuestas para polarizar su tendencia hacia algún sector de la sociedad o del Estado.
8. *Reforma* cuenta con la estructura tecnológica y con un equipo de profesionistas que responden a las demandas de los lectores.
9. El precio del diario es competitivo.
10. *Reforma* se distribuye en las principales avenidas y hace uso de campañas de mercadotecnia directa.

De lo anterior aunado a la teoría de la *Agenda Setting* propuesta por Alsina, se engloba que *Reforma* en su contenido, hace uso de dicha programación para tematizar, priorizar, y captar los acontecimientos programados no así por razones obvias con la noticia inesperada lo cual no concluye ahí, puesto capta la respuesta o la retroalimentación de los lectores y del ambiente, de lo cual surgen o resurgen nuevas noticias lineamientos que forman parte de su columna vertebral.

El uso de los tres elementos del mensaje comunicativo se ejemplificaron mediante, el seguimiento que le dimos a la noticia de *El Desafuero de AMLO*, en donde como lectores, se nos presentó todo el proceso y la cobertura minuto a minuto de esta nota con lo que se establece una comunicación directa del medio con sus lectores y viceversa.

Después de este recorrido, llegamos al apartado en el que hacemos uso de la prospectiva y pronosticamos diferentes escenarios de los cuales nos quedamos con una definición de Trejo Delarbre en la que nos indica que el futuro no se ve gris sino lleno de matices dentro de los cuales por supuesto existe la incertidumbre y no deseamos ser extremistas para prever ni panorama de color rosa ni uno gris sino preferimos ser proactivos para generar como profesionistas un panorama más propicio para nuevas generaciones que sea palpable a corto y a mediano plazo y por ende proyectarnos hacia el futuro.

Sobre las opiniones de los expertos sobre *el impacto del periódico digital en la sociedad mexicana*, todos nuestros entrevistados coincidieron en que a tres o seis años no existirá un cambio sustancial en la manera de hacer y de leer el periodismo en nuestra sociedad ya que lo visualizan a más de 15 años porque el principal problema es que la gente no está preparada para ello. Ante tal aplazamiento, el rol de los periodistas será de gran valor para impulsar a la sociedad hacia una inteligencia colectiva.

Finalmente, deseamos que la frase coloquial de *Estamos en México, todo se puede*, cambie nuestra actitud y visión de la vida ya que con esa ideología, nos estamos volcando en una mediocridad profunda que nos impide crecer como seres humanos y por ende, como sociedad. Actuemos, no permanezcamos estáticos a que se terminen nuestros recursos naturales, a que exista la ley del Tali3n, a no tener voz ni voto, a ser los 3ltimos, sino por lo contrario, hagamos uso de la prospectiva para alcanzar nuestros anhelos.

## FUENTES DE CONSULTA

### LIBROS

A. MCGREW D. Held, D. Goldblatt y J. Perraton, Global Transformations, Stanford University Press, Stanford, 1999. Págs. 250.

BENITEZ José Antonio, Los Orígenes del Periodismo en Nuestra América, Editorial. Lumen Humanitas. Argentina 2000. Págs. 190.

BÖHMANN, Karin, Medios de comunicación y sistemas de información en México CONACULTA y las Artes, Alianza Editorial Mexicana, México, 1989. Págs. 256

CANCIOLA Claudio y HERNÁNDEZ Ricardo, Informática en Periodismo, Editorial. Trillas, México, D.F. 1992. Págs. 191.

CANCLINI García Nestor, Culturas Híbridas. Estrategias Para Entrar y Salir de la Modernidad. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Grijalbo, México, 1995. Págs. 280.

CEBRIÁN Juan Luis, La Red, Editorial. Punto de Lectura, 2da, Edición, 2000, Impreso en España. Págs. 260.

DE LA DEHESA Guillermo, Comprender la Globalización, Editorial. Alianza, Madrid, España, 2000. Págs. 368.

ESTEFANÍA Joaquín, Hij@ ¿Qué es la globalización? La Primera Revolución del siglo XXI, Editorial. Santillana, Madrid, España, 2002. Págs. 283.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima, La Responsabilidad de los medios de comunicación, Editorial. Croma – Paidós México, D.F. Reimpresión 2002. Págs. 193.

GUBERN Román, El Eros Electrónico, Editorial. Taurus, México, 2000. Págs. 225.

GUÍA PRÁCTICA DE INTERNET 2000 Lo Mejor para estar Informado, Buscar y Aprovechar los Recursos de la Red. Editorial. Sol 90, 2000, Págs. 70.

ISLAS Octavio, GUTIÉRREZ Fernando, Internet: El Medio Inteligente, Editorial. Compañía Editorial Continental, México, 2001, Págs. 321.

MIKLOS Y TELLO, Planeación Prospectiva, Una Estrategia para Diseñar el Futuro, Centro de Estudios Prospectivos Fundación Javier Barros Sierra, A.C. Editorial. Limusa Noriega Editores México, 2004. Págs. 203.

MOIRÓN Sara, Cómo acercarse al Periodismo, Editorial. CONACULTA, México, D.F. 1994, Págs. 125.

NAVARRO, Lizy, Los periódicos on line, Editorial Universitaria Potosina, México, 2002. Págs. 150.

PAUL Alan, El Sitio de Macondo y el Eje Toronto Buenos Aires, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, D.F. 1993. Págs. 174.

PRIETO CASTILLO Daniel, Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa, Editorial PREMIA, México, D.F. Págs. 181.

RANDALL David, El periodista Universal, Editorial. Siglo XXI Editores, Madrid, España, 1999. Págs. 266.

RIFKIN Jeremi, La Era del Acceso, Editorial. Paidós, Impreso en España, 2000, Págs. 366.

RODRIGO ALSINA Miguel, La Construcción de la Noticia, Editorial. Paidós Comunicación, impreso en España, 1989. Págs. 208.

SARTORI Giovanni Homo videns. La Sociedad Teledirigida, Editorial. Taurus, Madrid 1998. Págs. 159.

THOMPSON John B. Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica Social en la era de la comunicación de masas UAM-X México, 1993. Págs. 352.

THOMPSON John B. Los media y la modernidad, Una teoría de los medios de comunicación, Editorial. Paidós Comunicación, España 1998. Págs. 357.

TREJO DELARBRE Raúl, La Nueva Alfombra Mágica, Usos y mitos de Internet, la red de redes, Editorial. Diana 2da. Impresión 1977, Págs. 276.

TREJO DELARBRE Raúl, La Prensa Marginal, Editorial. El Caballito, México, D.F. 1991, 3ra. Edición. Págs. 173.

VERDUGA VÉLEZ César, Gobernar La Globalización, Historia que comienza, Buenos Aires, República, Argentina Editorial. Distribuidora Lumen SRL, 2000 Págs. 216.

## **ARTÍCULOS**

BARANDA G. Antonio, Vicenteño David y López Yáscara, “Sellan a San Lázaro”, en Reforma, Miércoles 6 de Abril del 2005, Sección A.

BERMEO Adriana, Durán Manuel y Zamora Ricardo, “Preparan al D.F. para el Desafuero”, en Reforma, Lunes 4 de Abril del 2005, Sección B.

BORDON Alejandra y Pavón Carolina, “Dice AMLO Adios”, en Reforma, Jueves 7 de Abril de 2005, Sección A, Nacional y Ciudad. Págs. 6 a 8A y 1 a 3B.

CHÁVEZ LOMELÍ Elba. “Carlos Salinas, Estadista Visionario”, en Revista Impacto, Num. 2336. Diciembre 11 de 1994. Pág. 22.

ESTEINOU MADRID, Javier, “Los medios de comunicación y los terremotos de 1985 en México”, en Revista Mexicana de Comunicación Año: 2 Número: 8, Noviembre-Diciembre de 1989. Pág. 34.

GRANADOS Agustín, “Testigo”, en Revista Impacto, Num. 2336 Diciembre 11 de 1994. Pág. 12.

HERNÁNDEZ Adriana, “Retoman panistas reformas de fuero”, en Reforma, Ciudad y Metrópoli, Viernes 1 de Abril del 2005. Pág. 4B.

MONSIVAÍS, Carlos, “Autopista de la utopía”, en Revista Proceso, No. 13 09/02 de Diciembre 2001, Pág. 10.

PADGETT HUMBERTO, "Toma perredismo Zócalo para mitin", en Reforma, Ciudad y Metrópoli, Miércoles 6 de abril de 2005. Pág. 3B y 4B.

PENSAMIENTO Daniel, Pensamiento, "Anuncia AMLO fecha para retomar Jefatura", en Reforma, Lunes 18 de Abril del 2005, Nacional, Pág. 4A.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1989-1994, en Revista Mexicana de Comunicación Año, 2, No. 9 Enero-Febrero de 1990. Pág. 7.

REDACCIÓN, "Infraestructura" en El Día, 1993 Pág. 14.

REDACCIÓN, "Investigan Fraudes en el D.F. " Sección B. Ciudad y Metrópoli Reforma, México, D.F., Martes 2 de Marzo de 2004.

REDACCIÓN, "Insta López Obrador a Bejarano a que diga todo sobre Aumanda", en La Jornada, jueves 18 de marzo de 2004, Septiembre 23 del 2004. Pág. 39.

REDACCIÓN, "Quedan sin huella apoyos de Quart", en Reforma, Sección Ciudad y Metrópoli, Lunes 8 de marzo del 2004, Sección B.

REDACCIÓN, "Un Video destapa fraude por 30 millones de pesos contra el GDF", en La Jornada, Sección Capital, Martes 2 de marzo del 2004. Pág. 38.

SÁNCHEZ Antulio, "Penurias de Melómanos", Sección, Ciberia, en Revista Etcétera, Septiembre 2004, Núm. 47. Pág. 17.

SÁNCHEZ SUSARREY Jaime, "Perceptiva Foxista", en Letras Libres México, D.F. junio 2003 / Año V. Número 54. Pág. 26.

SEMO Enrique, "Esperanza Crítica", en Revista Proceso, No. 1257, 3 de Diciembre de 2003. Pág. 19.

## ENTREVISTAS

- BAENA Paz, Guillermina María Eugenia, Coordinadora del Seminario de Estudios Prospectivos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 05 de abril del 2005.
- BAEZ López Alejandra, Publicista de *reforma.com*, 31 de abril del 2005.
- DALTABUIT, Godas Enrique, Investigador Titular C de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la UNAM. 21 de febrero del 2005.
- DEPARTAMENTO de Desarrollo de Internet de *La Jornada*, 10 de abril del 2005.
- JIMÉNEZ Juan C, estudiante de Psicología, 27 de marzo del 2004.
- LIZAMA Mendoza Jorge, Docente del Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 23 de septiembre del 2004.
- SÁNCHEZ Antulio, Autor del Libro, *La Era de los Efectos de Internet* y Colaborador de la revista *Etcétera*, 20 de Octubre del 2004.
- TREJO, Delarbre Raúl, Investigador Titular en el Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, 13 de septiembre del 2004.

## CIBERGRAFIA

AGENCIA de Noticias Associated Press [www.ap.org](http://www.ap.org)

AGENCIA de Noticias Europa Press [www.europapress.es](http://www.europapress.es)

AGENCIA de Noticias France Press [www.afp.fr](http://www.afp.fr)

AGENCIA de Noticias Reuters [www.reuters.com](http://www.reuters.com)

ASOCIACIÓN de Técnicos de Informática [www.ati.es](http://www.ati.es)



BANCO Mundial [www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org)

## BUSCADORES

[www.google.com](http://www.google.com) / [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com) / [www.yahoo.com.mx](http://www.yahoo.com.mx) / [www.terra.com.mx](http://www.terra.com.mx)

FONDO Monetario Internacional (FMI) [www.imf.org](http://www.imf.org)

GOBIERNO del Distrito Federal [www.d.f.gob.mx](http://www.d.f.gob.mx)

GRUPO PRISA [www.prisa.es](http://www.prisa.es)

INSTITUTO Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI) [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

NETWORK Information Center (NIC)

PARTIDO Acción Nacional (PAN) [www.pan.org](http://www.pan.org)

PERIÓDICO *El Economista* [www.economista.com.mx](http://www.economista.com.mx)

PERIÓDICO *El Financiero* [www.elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx)

PERIÓDICO *El País* [www.elpais.es](http://www.elpais.es)

PERIÓDICO *El Universal* [www.el-universal.com.mx](http://www.el-universal.com.mx)

PERIÓDICO *Excélsior* [www.excelsior.com.mx](http://www.excelsior.com.mx)

PERIÓDICO *La Crónica* [www.cronica.com.mx/cronica](http://www.cronica.com.mx/cronica)

PERIÓDICO *La Jornada* [www.serpiente.dgsca.unam.mx](http://www.serpiente.dgsca.unam.mx)

PERIÓDICO *Novedades* [www.novedades.com.mx](http://www.novedades.com.mx)

PERIÓDICO *El Mundo* [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)

PERIÓDICO *New York Times* [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

PERIÓDICO *Reforma* [www.reforma.com](http://www.reforma.com)

PERIÓDICO *Wall Street Journal* [www.wsj.com](http://www.wsj.com)

PRESIDENCIA De la República [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx)

REVISTA *Etcétera* [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx)

REVISTA *Forbes* [www.forbesonline.com](http://www.forbesonline.com)

REPORTEROS Sin Fronteras [www.rsf.org](http://www.rsf.org)

PROYECTO e-mexico [www.e-mexico.gob.mx](http://www.e-mexico.gob.mx)

SECRETARÍA de Gobernación [www.zedillo.presidencia.gob.mx](http://www.zedillo.presidencia.gob.mx)

WIKIPEDIA La Enciclopedia Libre [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)

## **OTRAS FUENTES**

BOLETÍN de prensa, “Historia del periódico *Reforma*” Departamento de Relaciones Públicas, 07 de febrero del 2004.

VIDEOCONFERENCIA y presentación del libro *El Estado del Futuro 2004* del autor Jerome C. Glenn presidido por el Dr. Fernando Pérez Correa Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Comentaristas, Dr. Axel Didrikson, Director del Nodo México, Educación Ciencia y Tecnología, Red Eye Proyecto Millenium AC/UNU, Director del Centro de Estudios sobre la Universidad UNAM, Dr. Carlos Sirvent Gutiérrez, Coordinador del Centro de estudios Políticos Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, moderadora, Dra. Guillermina Baena Paz, Profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Sala Isabel y Ricardo Pozas Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. 18 de marzo del 2005.