

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

El internet: Símbolo de la nueva era de la comunicación

Autor: Mayra Yael López Ponce

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



Universidad Vasco de Quiroga

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Proyecto de Tesina: El Internet: símbolo de la nueva era de
la comunicación.**

Alumno: Mayra Yael López Ponce

2
4i 2005
VIO ZAVALA



T1781

Universidad Vasco de Quiroga

La forma en que gule la información para dar a conocer los resultados de mi investigación fue a través de una sencilla y breve explicación de lo que ha sido el surgimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación, bases importantes para su desarrollo, por lo que me decidí separar los principales temas que explican como ha sido esta evolución.

Facultad de Ciencias de la Comunicación

En el primer tema resumo lo que ha sido la evolución de la comunicación e través de la historia, destacando los principales hitos de cada etapa, así como su importancia para darle poder las ideas, como un proceso del ser humano por subsistir y evolucionar.

Proyecto de Tesina: El Internet: símbolo de la nueva era de la comunicación.

En la que el hombre ve la forma de optimizar el tiempo y el esfuerzo, aprovechando éste para el desarrollo de su persona y el intelecto, en este apartado también se habla sobre el desarrollo de la informática, la cual empieza a vislumbrar la era digital, encabezada principalmente por el Internet.

El tercer tema se refiere a la nueva alternativa de la era de la informática, en la que se describe un medio de contacto con todo un mundo de información y comunicación, denominado internet, desde su creación hasta la actualidad, así como sus beneficios a la sociedad.

Alumno: Mayra Yael López Ponce

Finalizado desde el punto de vista de un medio que pone a disposición mas y mejores forma de comunicar, el cuarto tema habla del Internet visto como un canal que trae consigo un mundo de posibilidades que los medios tradicionales no habían podido satisfacer, el Internet es visto como uno de los logros más trascendentales de la era actual, siendo este el máximo exponente de la tecnología surgido el milenio pasado.

Morelia, Michoacán., a 07 de febrero de 2005.

1.- Resumen

Ya reconocido como un medio capaz de transmitir de información, el Internet se expande en nuevas áreas, en este caso se pensará como un medio de comunicación que

La forma en que guíe la información para dar a conocer los resultados de mi investigación fue a través de una sencilla y breve explicación de lo que ha sido el surgimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación, bases importantes para su desarrollo, por lo que traté de separar los principales temas que explican como ha sido esta evolución, exponiendo en ella las diversas formas de pensar de varios importantes estudiosos de la comunicación.

En el primer tema resumo lo que ha sido la evolución de la comunicación e través de la historia, destacando los principales aportes de cada etapa, así como su importancia para darle paso a las nuevas, como un proceso del ser humano por subsistir y evolucionar.

En el segundo tópico enfatizó en la tecnología, como una herramienta capaz de guiar el avance de la comunicación, así como una repuesta en la que el hombre ve la forma de optimizar el tiempo y el esfuerzo, aprovechando esté para el desarrollo de su persona y el intelecto, en este apartado también se habla sobre el desarrollo de la informática, la cual empieza a vislumbrar la era digital, encabezada principalmente por el Internet.

El tercer tema, se refiere a la nueva alternativa de la era de la informática, en la que se descubre un medio capaz de acercar al ser humano y ponerlo en contacto con todo un mundo de información y comunicación, denominado Internet, desde su creación hasta la actualidad, así como sus beneficios a la sociedad.

Analizado desde el punto de vista de un medio que pone a disposición más y mejores forma de comunicar, el cuarto tema habla del Internet visto como un canal que trae consigo un ilimitado numero de servicio, mismos que hasta ahora los medios tradicionales no habían podido satisfacer, el Internet es visto como uno de los logros más trascendentales de la era actual, siendo éste el máximo exponente de la tecnología surgido el milenio pasado.

2. Índice de contenido

Ya reconocido como un nuevo medio de transmisión de información, el Internet incursiona en nuevas áreas, es este caso es pensado como un medio de comunicación que rebasa las capacidades de los anteriores, viendo en este un posible desplazo de la comunicación de masas a través de los medios tradicionales, pues en él se integran todos, incluso se redescubren innovadoras técnicas para mejorar la trasmisión del mensaje.

2.1 La comunicación a través de la historia

El sexto tema explica las ventajas que Internet tiene sobre los demás medios, ventajas que hacen que las mayorías hoy en día prefieran el uso de esta tecnología, pues permite elegir lo que se quiere ver, así como una inmediatez de información sobre cualquier tópico, entre muchas otras, diferencias que han permitido que las industrias de la comunicación se renueve y piense en el futuro de comunicación con más y mejores alternativas para el ser humano.

El último apartado de este documento, describe el papel de los especialistas en la comunicación, quienes tienen el deber de adaptarse a las nuevas formas de comunicación, así como de los receptores, llamados comunicadores sociales, quienes ya no sólo recibirán la información sino ahora tienen la posibilidad de crear su propio mensaje, es decir es una etapa en la que la responsabilidad de emitir información valiosa, así como útil ya no será de unos cuantos, “denominadas industrias de la comunicación”.

2.2 El rol de los Comunicadores Sociales en la Era de la Información

2.3 Conclusión

2.4 Bibliografía

2.- Índice de contenido

□ Introducción.

□ La comunicación a través de la historia.

□ La tecnología, elemento indispensable en el desarrollo de la comunicación.

□ El surgimiento del Internet como canal de información.

□ El principio de un inteligente sistema de comunicación.

□ Los Medios Tradicionales ante la revolución del Internet .

□ Internet y sus diferencias con los medios tradicionales.

□ El rol de los Comunicadores Sociales en la Era de la Información.

□ Conclusiones.

□ Bibliografía

3.- Introducción

a) Justificación:

El propósito de realizar esta investigación es con la intención de vislumbrar el gran paso que a dado la tecnología en pro de la nueva era de la comunicación, es decir a diario nos movemos dentro de un mundo automatizado, en el que las discusiones académicas, los negocios, las relaciones internacionales, así como las actividades humanas más cotidianas están centradas en una revolución por demás significativa, la revolución de la era digital, la cual ha traído consigo una herramienta tan importante y eficaz como lo es “El Internet” un canal de comunicación que ha rediseñado la forma de comunicar.

A lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas y emociones, así como dejar huella de sí mismo, inclusive se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros; La creación, búsqueda y obtención de información son acciones esenciales de la naturaleza humana, tal vez por eso los grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como guía la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación, que en este caso es el “Internet”, objeto de estudio elegido frente a los ya conocidos medios de comunicación tradicional, a los cuales ha dado un nuevo sentido de subsistencia.

Si bien es cierto el Internet es un medio de comunicación relativamente nuevo, sin embargo con un inmenso campo de estudio, por lo que pretendo estudiarlo de forma global, como el conjunto de servicios que comprende la red de información más grande del mundo y que actualmente es tan necesaria para muchas de las actividades que realiza el hombre, así como las aportaciones que este puede hacer al mundo de la comunicación y la sociología, conectando sitios y personas nunca antes imaginados.

b) Planteamiento del problema

Es importante destacar que hoy en día a pesar de los grandes cambios sociales, económicos y políticos que ha sufrido la sociedad, todavía hay quienes se resisten al cambio, a las nuevas tecnologías, así como a la transición de nuevas formas de actuar y pensar, mismas que podrían llevar al ser humano a optimizar los resultados de cualquier quehacer cotidiano, incluso a mejorar las estructuras de cada sociedad, siempre y cuando se sepan aprovechar.

El Internet no ha sido la excepción, pues debido a su complejidad y a su extensa dimensión de servicios, se ha convertido en un objeto de desconfianza para muchos, quienes incluso lo han vislumbrado como un monstruo de información, que en lugar de beneficiar, puede perjudicar todos los logros obtenidos hasta nuestros días, es decir, hay algunos teóricos que piensan que el problema no será por falta de información, sino por exceso de ella, lo cual generará ansiedad, así como incertidumbre por el futuro.

Objetivos particulares:

En otro orden de ideas, este medio incluso ha sido satanizado, pues según algunos teóricos, lo único que ha hecho es desestabilizar las relaciones sociales, aislando al individuo y alejándolo de todo contacto interpersonal directo donde se pueden tomar en consideración indicadores como el lenguaje corporal, el verbal, así como la forma de vestir, que nos transmiten valiosa información sobre el contexto social en el que nos encontramos, incluso el Internet nos puede llevar a una realidad falsa e instalarnos en nuevos universos virtuales donde todo lo que hace nos alejan de la realidad.

Entre otras opiniones, hay quienes ven a este medio como un agresor que pretende desplazar a la industria de los medios de comunicación, atentando así contra los empleos y la forma actual de comunicar, así como la integridad de los mensajes, al no tener un regulador formal que se encargue de preservar el verdadero objetivo y función de los medios de comunicación. Sin embargo estas son solo algunas de las muchas razones que los opositores dan respecto al Internet, por lo que se rehúsan a verlo como una aportación benéfica de la era moderna.

d) Logros y obstáculos en el desarrollo de la investigación

Por tal motivo, esta investigación pretende resolver la interrogante ¿El Internet, es un medio que atenta contra la integridad de las industrias de comunicación actuales o es sólo una plataforma que integra la nueva era de la comunicación?.

c) Objetivos de la investigación

Objetivo general:

- Determinar cuales son los beneficios del Internet sobre los medios de comunicación tradicionales.

Objetivos particulares:

- Enfatizar la utilidad de éste medio como integrador de los demás.
- Establecer el uso del Internet como un objeto de optimización en los procesos comunicativos.
- Reconocer las limitantes del Internet frente al resto de los medios de comunicación.
- Determinar cual es el quehacer del comunicador frente a la nueva era de la información.

d) Logros y obstáculos en el desarrollo de la investigación

Es un poco difícil hablar de logros obtenidos en un investigación documental de este género, pues debido a su corta dimensión así como el formato, no permiten ahondar mucho más en ciertos puntos relevantes que han permitido concebir lo que hoy conocemos como Internet, mismos que tal vez me desviarían de el verdadero objetivo. Sin embargo creo que el hecho de realizar un compendio de diversos autores, así como grandes estudiosos de las ciencias de la comunicación si me han permitido retomar muchos conceptos que por la misma cotidianidad de las actividades en un trabajo llegan a olvidarse como profesional de la comunicación.

Creo que no se trata de descubrir el hilo negro de la comunicación e innovar con mis ideas, sólo hice una recopilación de las ideas más valiosas que encontré en los documentos, mismas que ejemplifican mi pensar respecto a este maravilloso medio, así como de mi expectación hacía un canal de comunicación tan importante como lo ha sido el Internet, medio con el que he vivido por lo menos la mitad de mi vida y que me permite ver como el destino de la comunicación ha tomado nuevos rubros, permitiéndome conocer realidades que de otra manera tal vez nunca hubiera siquiera imaginado.

No voy a negar también, que me resultó difícil encontrar información, pues al ser un tema relativamente nuevo, no existe mucho material capaz de sustentar lo que digo en este documento, pues son pocos los autores que han hablado del Internet como medio, incluso algunos todavía no lo reconocen como tal y otros sólo se remontan a hablar de sus orígenes y los beneficios que ha traído sin profundizar mucho en lo que podría ser un elemento potenciador de las relaciones sociales, así como de las estructuras de una sociedad más y mejor informada, capaz de mejorar la forma de vida de los individuos.

El Internet: símbolo de la nueva era de la comunicación

□ La comunicación a través de la historia

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la renovación en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta y uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Dicho avance de la humanidad ha sido explicado por varios autores como etapas, en especial me enfocaré en José Luis Cordeiro, quien en su libro “El Combate Educativo del Siglo” resume de forma sencilla la evolución de la humanidad en tres breves etapas, las cuales determina como “Revoluciones”.

La primera fue la Revolución Agrícola, a partir del año 8000 a.C. cuando el hombre inventa la agricultura e inicia una nueva forma de vida: deja de ser nómada, abandona su etapa primitiva, comienza a formar comunidades estables y aparecen las primeras ciudades. El hombre hace de la agricultura su principal forma de sustento y, con ella, aparece también la ganadería y un poco después el comercio. La necesidad de contar obliga a la invención de los números, los cuales evolucionan hasta dar origen a la escritura (cuneiforme y jeroglífica). Hacia el año 1000 a.C. los fenicios inventan el alfabeto, un conjunto de grafías que permite la representación de sonidos. Destacando de esta época la escritura como su principal aportación.

En segundo lugar le siguió la Revolución Industrial, que precisamente marca su inicio a partir de la invención de la imprenta de Johannes Gutenberg en los años 1400 d.C. Con la imprenta se inicia una nueva etapa caracterizada por la masificación del conocimiento, debido a que crece el número de personas con acceso a la información escrita. Además comienzan a plasmarse los nuevos conocimientos teóricos y surgen nuevos desarrollos tecnológicos: la máquina sumadora, el reloj mecánico, la máquina de coser, entre otros. En esta etapa también surgen importantes descubrimientos en biología, electricidad, química, medicina; todos con posibilidades de perdurar y darse a conocer gracias a la imprenta: El segundo gran paso tecnológico del hombre en la evolución de su proceso comunicativo.

La tercera revolución, es la denominada Revolución de la Inteligencia en los años 1800 d.C. Cordeiro explica que esta última revolución se centra en el ser humano, en su capacidad de comunicarse y transformarse, y que la riqueza ya no estará determinada por el dinero y por las posesiones materiales sino por el conocimiento.

Más allá de las visiones que muchos analistas tengan sobre la era postmoderna, ciertamente el hombre en la actualidad protagoniza una cuarta revolución: La Revolución de la Información, una etapa de cambios rápidos y constantes que se inició con los grandes pasos de la computación y la informática, mismos que generaron diversas opiniones entre ellas el anticipado hecho en 1980 por los investigadores que encabezaba Petere Schwartz en cuanto a que "Los próximos 20 años las nuevas tecnologías electrónicas generarían más cambios que todas las tecnologías anteriores juntas", (Ferrer 1997:132) pues en este último siglo la comunicación avanzó más que todos los logros acumulados durante el propio el milenio, aseguran los expertos.

La revolución de la información de Cordeiro es análoga a la denominada Tercera Ola de Alvin Toffler o a la Aldea Global de Mc Luhan. Para Cordeiro (1998:50) "...independientemente del nombre, estamos viviendo la más grande revolución que haya conocido la humanidad hasta el momento...".

- La tecnología, elemento indispensable en el desarrollo de la comunicación.

Sin duda, las capacidades que el hombre posee hoy para comunicarse parecen ser insuperables. No obstante la humanidad sigue evolucionando y mientras él exista, su búsqueda por vivir y comunicarse más y mejor no se detendrá.

Como ya hemos observado en estos renglones, la evolución de la tecnología siempre ha significado un avance en los procesos de comunicación humana y, por supuesto, ambos elementos relacionados (Tecnología y Comunicación) han soportado uno a uno los escalones de la evolución natural de nuestra especie. Esa búsqueda del hombre por mejorar su forma de vida es lo que ha empujado la emergencia constante de nuevas y mejores tecnologías. Así mismo, cada avance en el proceso comunicativo, acompañado de evolución tecnológica, permiten que existan hoy definiciones como las de Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento, ambos referidos a una era mundial donde aparentemente las posibilidades de comunicación humana ya son ilimitadas, donde la transmisión y transferencia de información se desarrolla en cantidades infinitas, desde cualquier rincón del mundo y con una rapidez increíble en otros tiempos.

La tecnología es justamente el medio que ha permitido responder cada vez mejor a las necesidades humanas facilitando y simplificando procesos. (Cordeiro 1998:54) expresa al respecto que "...la tecnología es la que precisamente ayuda al progreso de la humanidad.

Gracias a la tecnología avanzamos más y tenemos más tiempo para nosotros mismos. Cada revolución tecnológica provoca transformaciones fundamentales que conllevan al mejoramiento de la vida de los seres humanos." La computación y la informática son apenas un ejemplo de las capacidades inventivas de la humanidad dirigidas en estos tiempos urbanos a simplificar las actividades del hombre.

Pero ¿De qué se la tecnología? Etimológicamente, Tecnología significa "Ley o tratado de la técnica" se compone de los términos techne (Técnica) y logos (Ley o Tratado).

Según Mc Anany, (Citado por Canga Larequi, 1988:28) la Tecnología es: "El resultado de una aplicación racional de principios científicos y de ingeniería a la invención y la manufactura de una herramienta destinada a lograr ciertas tareas específicas.". La Tecnología es la técnica que emplea el conocimiento científico para controlar, transformar o crear determinados objetos o procesos. Se refiere a conocimiento científico aplicado con la intención de mejorar rutinas concretas.

Ahora bien, la tecnología es entonces un instrumento encaminado a obtener resultados prácticos y concretos en el campo determinado en el cual se aplica. Pablos (2001:20) afirma que "En todo caso, lo que encontramos es que las tecnologías modernizan el proceso, pero mantienen el producto. Éste es el gran principio de las nuevas tecnologías, entender que sólo son piezas para aligerar un procedimiento, para obtener el mismo resultado con mayores facilidades, tal vez con menor esfuerzo humano..." .

De estos dos conceptos (Tecnología y Comunicación) es como surge un nuevo concepto que define a la nueva era de la comunicación, "Tecnologías de la Información y Comunicación", (TIC's) que no son más que los instrumentos, procesos y soportes que están destinados a optimizar la comunicación humana en nuestros días.

Dentro de las TIC's encontramos a medios de comunicación, como; la prensa, el cine, la radio, la tv, entre otros adelantos significativos, que sin ser medios de comunicación de masas, son vitales en el proceso, como los satélites, la computación, la informática el celular, entre otros.

Por otra parte, la creatividad humana es tan poderosa e infinita que la tecnología no sólo logra responder a la satisfacción de las necesidades del hombre, sino que inclusive ha llegado a empujar a la humanidad a crearse nuevas necesidades. Con la tecnología surgen nuevas formas de comercio y de trabajo. Las tecnologías de información y comunicación, como creación del hombre, logran superarse y mejorarse a sí mismas. Bajo tales premisas, los medios de comunicación son algo así como un apéndice de las tecnologías de

información que responden a nuevas necesidades de comunicación humana, suponen nuevas formas de transmitir y recibir información, permiten nuevas formas de trabajo.

Además, como todos los adelantos tecnológicos que se han dado hasta ahora, son puntos de referencia en la historia de la evolución humana

A esta revolución de información motivada por los avances acelerados de la tecnología, así como de los avances de la informática y la computación es a la que hoy conocemos como la era digital, encabezada principalmente por el Internet, medio que ya algunos estudiosos de la materia vislumbraban, entre ellos Bernard Berelson y Douglas Waples en 1946, quienes de manera futurista anunciaron "... el surgimiento de una nueva ciencia de la comunicación que profundizaría tanto el estudio de los símbolos en su funcionalidad social, como las técnicas científicas, algunas procedentes de las matemáticas y las leyes físicas".

La tendencia hacia la conformación de una cultura global interconectada, denominada Cibercultura, tiene su principal soporte propagador en Internet, especialmente a través de la Web, mediante la cual todo usuario puede comunicarse con muchos otros y establecer enlaces, mediante links, con diversos documentos, creando un potencial para el surgimiento de un grupo de valores compartidos globalmente. De modo que la Web actúa como mecanismo de refuerzo y de extensión de ideas que se transmiten socialmente a nivel informal y de persona a persona en un espacio global. (Beckett; Gillenwater et al, 2000: 59)

Hoy en día la definición que he recibido este medio de información según Bill Gates, (Fulvio Ferrar 1997:141) "Es un conjunto de computadoras conectadas entre sí, que utilizan protocolos estándar o descriptores de tecnologías para intercambiar información". Internet es un inteligente medio de comunicación que, entre sus múltiples ventajas, es capaz de integrar y armonizar algunas de las funciones que hoy en día se realizan separadamente en redes muy bien conocidas.

Definitivamente el fenómeno que logró revolucionar al mundo y que aún tienen mucho por descubrir es la denominada TeleRed Global, conocida como "Internet" la cual ha revolucionado y mejorado muchos procesos vitales de todos los países del mundo en

□ El surgimiento del Internet como medio de comunicación.

En México, los primeros antecedentes significativos de Internet parten del año de 1989, cuando el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey se enlazó a la gran red mundial de la información a través de la Universidad de Texas en San Antonio, sin embargo en el mundo sus orígenes se remontan a los años setenta, época en la que este medio sirvió de apoyo a los servicios de inteligencia del gobierno de Estados Unidos, así como una red de intercambio de investigación académica para las universidades.

Inmediatamente después del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, se enlazaron a Internet las siguientes instituciones: Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad de Las Américas, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Universidad de Guadalajara, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, y la Secretaría de Educación Pública.

Como también ocurrió en la Unión Americana, en nuestro país las principales instituciones de educación superior fueron las primeras en enlazarse a Internet, pero es hasta “1993 cuando se convirtió en la red de redes abierta a todo el mundo”, denominada por el *New York Times* como “La primera ventana al ciberespacio”. (Briggs y Burke 2001:343)

Hoy en día la definición que ha recibido este medio de información según Bill Gates, (Eulalio Ferrer 1997:141) “Es un conjunto de computadoras conectadas entre sí, que utilizan protocolos estándar o descripciones de tecnologías para intercambiar información”. Internet es un inteligente medio de comunicación que, entre sus múltiples ventajas, es capaz de integrar y asimilar algunas de las funciones que hoy en día desempeñan separadamente los medios masivos convencionales”.

Definitivamente el fenómeno que logró revolucionar al mundo y que aún tienen mucho por descubrir es la denominada Telaraña Global, conocida como “Internet” la cual ha cambiado y mejorado diversos procesos, además de haber logrado unir al mundo en

cuanto a su capacidad de conexión y fácil acceso, hoy en día representa sin duda una oportunidad para nuevas creaciones. Al respecto, Bill Gates, (Cordeiro, 1998:58) asegura que "La nueva tecnología ofrecerá a las personas un nuevo medio de expresión. La autopista de la información abrirá oportunidades artísticas y científicas jamás soñadas a una nueva generación de genios."

Se reconoce además que Internet ha logrado imponerse con mayor rapidez en comparación con la forma como lo hicieron en su momento la escritura y la imprenta. También, la Web está acompañada de un ritmo de cambios acelerado y, aparentemente, sin interrupciones, de tal modo, que sus alcances son también ilimitados, hoy en día quien no se incorpora a la red no está actualizado.

El fenómeno Internet destaca particularmente porque se trata de un instrumento que facilita a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información, a un costo relativamente bajo, sobre cualquier índole y proveniente de cualquier rincón del mundo. Será por esta razón entonces que se escucha hablar de una Sociedad de la Información, un conglomerado humano que parece tener ahora toda la información que desee a su alcance.

En este sentido, (Flores y Arruti 2001:27) señalan que "En los albores de las nuevas comunicaciones digitales, la sociedad se convierte realmente en una pequeña aldea. El concepto de distancia, de lejanía, no tiene razón de ser en esta nueva sociedad. El medio Internet nos permite acercarnos en cuestión de ^{milisegundos} nano segundos o micro segundos a sitios y lugares virtuales y recabar información que antes sólo se lograba con gran esfuerzo. Internet crece cada vez más y el mundo analógico se hace cada vez más pequeño, convirtiéndose en una aldea digital, en una sociedad informatizada."

En síntesis, la nueva etapa de la historia humana que se caracteriza por términos como informático, digital, electrónico, virtual, computarizado; tiene como protagonista a la Web: una Red de redes (La mayor red de ordenadores del mundo) a libre disposición que todo individuo que por supuesto, cuente con los instrumentos mínimos necesarios para estar conectado.

En la vida se entiende que Internet realmente es un medio de comunicación, se trata de un fenómeno que ha revolucionado la comunicación humana. Son las características peculiares de este fenómeno lo que hacen de esta etapa histórica una verdadera revolución. Y aunque, como toda invención, tiene tantos defensores como detractores, ha logrado imponerse inclusive en las tareas más cotidianas. (Son numerosas las personas que utilizan el Correo Electrónico a diario, para comunicarse con familiares y amigos, así como para enviar informaciones sobre negocios).

Ahora bien, como la Red es una infraestructura que sin duda ofrece espacio hasta para los más simples recovecos de la vida, los medios de comunicación social no escapan a formar parte de ese ambiente de "infinita globalidad". Inclusive, desde la Sociología y la Comunicología se establecen hace ya un tiempo las relaciones de Internet con los Medios de Comunicación Social. Para algunos, Internet puede ser, tal vez, un nuevo medio de comunicación, con una capacidad y potencia inigualables; pero para otros, los más cercanos al mundo periodístico, la Web es mucho más que un medio de comunicación, es un gran soporte para los medios masivos tradicionales y ofrece para ellos diversas oportunidades y desafíos.

Tomando en consideración que se trata de un instrumento que permite el envío y recepción de información, podría decirse con cierta ligereza que la Web no es más que un nuevo medio de comunicación y que su capacidad de conectar a tantos seres humanos a la vez la convierte en un medio de comunicación de masas. Al respecto, (Ferrero 2001:1) dice que: "Internet es sin duda un medio de comunicación, pero no es un medio de comunicación de masas tal y como lo entendemos ahora. Lo que diferencia Internet es que es un medio integrador de los otros medios y con capacidad para crear una interacción y una personalización de contenidos desconocida hasta ahora. No es un medio de comunicación de masas porque para ello haría falta una masa de receptores que recibieran el mismo contenido, así como un mensaje que llegara de manera simultánea, y así no funciona el Internet."

En tal sentido, se entiende que Internet realmente es un medio de comunicación, se trata de un nuevo canal de comunicación, y como lo señala Ferrero puede tratarse del medio de comunicación más potente que se haya conocido hasta estos días.

La diferencia está a la vista, cuando se habla de Medios de Comunicación de Masas, se hace referencia a instrumentos que permiten la emisión de un mismo mensaje, al mismo tiempo, a una gran cantidad de personas; Internet, por su parte, es mucho más que eso, porque ciertamente un mismo mensaje puede enviarse al mismo tiempo a una gran cantidad de personas, pero no todas las personas sabrán de él al mismo tiempo, si se trata de un email cada quien leerá el mensaje al revisar su bandeja de correos y cada persona tendrá en sus manos la decisión de leerlo o no. Así también, los contenidos de un Sitio Web están al alcance de todos, pero cada individuo puede buscar entre toda la información que se le ofrezca sólo la que le resulte interesante.

La gran diferencia de Internet es que si bien es de alcance masivo, (sin duda el medio de mayor alcance masivo en cuanto a espacio territorial) es totalmente personalizado y permite una interacción entre emisores y receptores jamás experimentada anteriormente. (Ferrero 2001:01) afirma en tal sentido que "La mayoría concibe Internet como un metamedio o, mejor dicho, un supramedio. Es una especie de gran contenedor en el que caben todos los medios que hemos conocido hasta ahora. Internet no sería entonces un medio sino solo el canal: como el aire por el cual circulan todas las ondas."

Por su parte, Pablos, (2001:258) dice que "Internet, la red de redes, no es un medio de información en el sentido de "massmedia" sino un medio de comunicación, en el concepto de vía de comunicación, una red, valga la metáfora, pero sólo como metáfora, de carreteras, calles y autopistas digitales, que llevan a los usuarios (hace que éstos puedan acceder) desde sus monitores de trabajo hasta los bancos de datos abiertos y a la espera de la visita de los cibernautas."

Internet es entonces un nuevo canal de comunicación que resalta, además, porque permite en su particular ambiente la combinación de todos los demás medios. En la red

están la escritura y la fotografía de la prensa, las imágenes en video de la televisión y el sonido de la radio, sumados a la interacción y personalización de mensajes. La red, más que un medio de comunicación, es un soporte (con enormes capacidades, vale decir) para todos los medios de comunicación que el hombre ha utilizado hasta ahora; sus características permiten la combinación de todo, es a partir de estas aseveraciones que se justifica la denominación de la Web como un supramedio, un metamedio.

Conforme a las conclusiones de una investigación realizada por “The AMD Global Consumer Advisory Board” (GCAB), en la cual se analizó el desarrollo de Internet en los Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Italia, Corea, Japón y México, a pesar de que Internet ha registrado un desarrollo exponencial desde hace 10 años –en 1993 el número estimado de usuarios de Internet apenas rebasaba el millón y en septiembre de 2002 el número de cibernautas ascendía a poco más de 600 millones–, actualmente sólo el 10 por ciento de la población mundial emplea Internet. El 90 por ciento de los usuarios de Internet se concentran en naciones desarrolladas, y la tercera parte de los usuarios de Internet en naciones desarrolladas vive en los Estados Unidos.

Si aceptamos que Internet, efectivamente, representa la columna vertebral de la “sociedad de la información y el conocimiento”, la asignatura pendiente es procurar la efectiva masificación del “medio inteligente”, con el propósito de que amplias capas de la sociedad disfruten de los beneficios que supone la “sociedad de la información”. Hoy los beneficios que implica la llamada “sociedad de la información y el conocimiento” representan el privilegio de una selecta minoría. Además, debemos tener presente que a partir del 11 de septiembre de 2001, el gobierno de los Estados Unidos fincó su economía en los negocios de la guerra y el petróleo. Desde entonces, el tránsito a la “sociedad de la información” quedó en suspenso.

□ El principio de un inteligente sistema de comunicación

Es este momento de la tecnología a los que Marshall McLuhan denominó la aldea global en los años sesenta, apoyado del planteamiento de que (Ferrer 1997:133) “Por vez primera los seres humanos de todo el globo, mediante las informaciones que tienen unos de los otros y las respuestas que se dan, se han constituido en una comunidad mundial que está unida por los conocimientos y los peligros que comparten”

En los primeros años de la década de 1960, Marshall McLuhan, estudioso de la comunicación, empleó en su libro “La comprensión de los medios como las extensiones del hombre” un conjunto de metáforas para referirse a los usos sociales de los medios de comunicación de masas.

La radio -por ejemplo-, mereció del célebre comunicólogo canadiense el calificativo de "tambor tribal". McLuhan afirmaba que este singular medio de difusión masiva despertaba en su auditorio una profunda sensación de adscripción comunitaria.

Con respecto a la televisión, el célebre comunicólogo canadiense aceptó un calificativo propuesto por Edith Efron: "gigante tímido". Este le pareció adecuado para referirse al medio que, sin lugar a dudas, se ha erigido como uno de los principales articuladores de sentido en las sociedades contemporáneas. El impacto de este medio masivo de comunicación, en ya varias generaciones, permite referirse a una "edad de la televisión".

Por supuesto que McLuhan no consideró a Internet en su brillante estudio sobre las pautas culturales que los medios de comunicación introducen en la sociedad. Esta situación lógicamente se debe a que el advenimiento de Internet fue relativamente posterior a la primera edición de “La comprensión de los medios como las extensiones del hombre” (1964). Sin embargo, considerando sus amplios atributos, es muy probable que McLuhan hubiese calificado a Internet como "el medio inteligente".

Licklider postuló cuatro condiciones para evaluar si verdaderamente las computadoras realizan una significativa contribución al desarrollo de la comunicación humana. Esas condiciones son:

- Que la misma comunicación se defina y exprese como un proceso de creación interactivo.
- Que los tiempos de respuesta sean cortos para facilitar así una "conversación" libre y fluida entre los actores participantes.
- Que la red global se encuentre formada por redes regionales independientes más pequeñas.
- Que se formen comunidades virtuales a partir de la afinidad personal y los intereses comunes de los usuarios de las redes.

Internet cumple perfectamente con cada una de las condiciones establecidas por Licklider en consecuencia, debe ser entendido como un inteligente medio de comunicación, derivado de la plena integración de las computadoras y las telecomunicaciones.

Al reflexionar sobre las útiles funciones sociales que Internet es capaz de desempeñar, es necesario proceder con una necesaria cautela, ya que con una relativa facilidad podrían exagerarse las cualidades de este medio de comunicación.

Es interesante señalar que ésta no es la primera ocasión en la que el advenimiento de un medio de comunicación genera tan alentadoras expectativas entre la comunidad científica.

Cabe mencionar que en algunas épocas se pensó que el telégrafo sería capaz de eliminar las guerras, o que la televisión traería consigo la democracia de los pueblos, elevando los niveles educativos del gran auditorio.

La forma en la hemos llegado a utilizar las distintas tecnologías -incluso muchas veces desaprovechando sus enormes ventajas, nos obliga a tener presente que, a pesar de sus

evidentes cualidades, el uso de Internet podría apartarse con relativa facilidad del sendero de la comunicación eminentemente propositiva.

Por otra parte, también podemos esperar que el desarrollo de Internet introduzca favorables cambios sobre los actuales patrones de información. Como medio de comunicación, Internet presenta algunas características únicas como, la total interactividad y su formidable capacidad de transmisión, la cual permite que cualquier usuario de la gran red de redes tenga acceso a la condición de auténtico emisor masivo. No es descabellado afirmar que por medio de Internet, finalmente podría hacerse una realidad el sueño de acceder a una auténtica "aldea global".

Parte del gran éxito que ha alcanzado Internet a nivel mundial, se debe a que este inteligente medio de comunicación llena un importante hueco en la estructura de los medios de comunicación convencionales. El investigador nipón Tetsuro Tomita afirma que parece existir un patrón en la manera en que los métodos tradicionales de comunicación son utilizados para alcanzar a sus audiencias.

Las cartas, los telegramas y la conversación, por ejemplo, alcanzan una audiencia pequeña, en un lapso de tiempo que comprende de un instante a varios días. En cambio, los medios masivos de comunicación alcanzan enormes audiencias en cantidades de tiempo que van desde instantes hasta meses.

Existe un rango intermedio el de las audiencias que comprenden de 10 hasta 10,000 personas, las cuales, a pesar de sus dimensiones, tampoco resultan lo suficientemente grandes para que los medios de difusión masiva se ocupen de ellas. Este hueco precisamente se encuentra en proceso de ser llenado por Internet y otras formas de comunicación mediada por computadoras.

Las distintas herramientas de Internet atienden preferencialmente a las audiencias de dimensiones que podrían considerarse como medianas, permitiendo que los usuarios desarrollen un estrecho contacto. De esa manera, al compartir determinados pasatiempos o

mostrar afinidad por ciertas áreas de interés en común, Internet puede llenar el importante espacio que relativamente dejaban abandonado los medios de comunicación convencionales.

Es importante destacar que Internet además introduce nuevas pautas de convivencia e integración, desplazando a un segundo término algunas de las difíciles fronteras psicológicas y sociales que se han establecido entre grupos de personas de distintos niveles sociales, económicos o educativos en todo el mundo.

Por medio de sus computadoras y, en base a compartir determinado tipo de intereses, los usuarios de Internet pueden relacionarse a través de activos grupos de discusión e intercambio de información, sin considerar siquiera la situación social, educativa o geográfica de las personas que interactúan entre sí.

Otra relevante contribución de Internet se desprende de su formidable capacidad para estimular el desarrollo de instancias autónomas y descentralizadas de información. Cualquier usuario de Internet puede expresar sus puntos de vista sobre algún tópico en particular; e incluso puede orientar su actividad en la red a la tarea de diseminar sus ideas entre otros usuarios, evitando la agobiante mediación de instituciones u organizaciones que pudieran mostrarse dispuestas a censurarlo como en cualquier otro medio de comunicación.

Podría afirmarse que todo usuario de Internet dispone de las condiciones necesarias para desarrollar su propia "prensa". Ese tipo de privilegios convierten a Internet en un medio sumamente atractivo para sus usuarios. A diferencia de los medios de comunicación masiva, el usuario de Internet se constituye como un auténtico emisor.

Con el paso del tiempo, esa situación podría definitivamente mermar el poder y la credibilidad de algunas instituciones y medios de comunicación, los cuales han logrado mantener un efectivo control sobre la producción del conocimiento y la circulación misma de la información. En estos momentos es necesario preguntarse si Internet podría ser capaz

de introducir positivos cambios sobre los modelos informativos que se practican hoy en día en nuestras sociedades.

Para poder considerar si es posible lograr positivas transformaciones, resulta indispensable explorar algunos de los recursos creativos de Internet. Esto únicamente puede lograrse mediante el análisis de las principales limitaciones de la red, así como las de las comunicaciones mediadas por computadoras en general.

Por otra parte, es importante destacar que existen obvias limitaciones cuando lo comparamos con el contacto interpersonal directo. En este último, indicadores como el lenguaje corporal, el dialecto y la forma de vestir nos transmiten valiosa información sobre el contexto social en el que nos encontramos.

A partir de esas limitaciones, los críticos de la nueva era aseguran que las personas que utilizan este tipo de tecnologías tienden a ser sumamente individualistas; o bien, desadaptados sociales que encuentran más sencillo convivir con un monitor que con otras personas. La tecnología de las computadoras nos instalan en nuevos universos virtuales que nos alejan de la realidad, convirtiéndose en un ambiente artificial después de todo.

Este tipo de razonamientos también nutre el desarrollo de posiciones francamente radicales, las cuales llegan a sugerir el público rechazo a las tecnologías asociadas a la era digital, al amparo de argumentos tan huecos como los que insisten en el supuesto de que solo las personas anti-sociales hacen uso de ellas. Si bien una gran cantidad de críticas, incorporan preocupaciones francamente válidas, el estereotipo que se ha establecido sobre el supuesto perfil del "cibernauta" cada vez se aleja más de la realidad.

A medida que Internet ha ido creciendo, un mayor número de las personas que podrían ser designadas como "normales" se han integrado a la red. La posibilidad de realizar negocios, buscar información en las regiones más apartadas del planeta; o bien, tener acceso a novedosas formas de entretenimiento son razones lo suficientemente poderosas como para explicarnos por qué el ciudadano común busca hoy en día la mejor manera de

enlazarse a Internet. Incluso podría afirmarse que, para el mejor desempeño en las actividades de muchos profesionistas, tener acceso a Internet se ha convertido en una especie de requisito.

Los académicos e investigadores forman parte de uno de los sectores más dinámicos de Internet. Hoy en día, en cualquier área o disciplina del conocimiento humano, investigadores de todo el mundo dan a conocer los resultados de su trabajo a través de la red, o consultan los trabajos realizados por otros colegas.

Mediante publicaciones electrónicas, foros de discusión y a través de las múltiples herramientas de consulta con que cuenta Internet, los investigadores de distintos países paulatinamente han establecido una estrecha comunicación inmediata entre sí, propiciándose una efectiva colaboración por medio del productivo intercambio de opiniones e información.

A través de Internet y sin siquiera moverse más allá de su computadora, cualquier investigador puede consultar las amplias bases de datos que se encuentran concentradas en las bibliotecas de reconocidas universidades del mundo. Además, el usuario que ya dispone de un mínimo de conocimientos sobre navegación en Internet, fácilmente puede remitirse a la información que proporcionan algunas agencias gubernamentales, librerías electrónicas y centros de investigación.

Ese tipo de consultas evidentemente representan un considerable ahorro de tiempo y de recursos para el investigador. La información que hace algunos años prácticamente resultaba inaccesible, hoy en día, en cuestión de segundos, la puede obtener cualquier persona que cuente con una computadora enlazada a Internet. En consecuencia, Internet sí admite el calificativo de "medio inteligente".

Un inteligente sistema integrado de información, comunicaciones y entretenimiento vía Internet, se perfila decisivamente para desarrollar en un futuro próximo, lo que hoy en día hacen por separado los medios de comunicación masiva convencionales.

En Internet las empresas de prensa, radio y televisión, apenas comienzan a descubrir un nuevo espacio de acción, un área nueva que les permite adaptarse, pero que definitivamente exige una nueva forma de hacer las cosas. Como ya se ha dicho, cada uno de los medios de comunicación que el hombre ha conocido hasta ahora tiene su espacio en la Web.

Ahora, bien incluso a pesar de ser los mismos medios, estos han encontrado una forma distinta de trasmisión, pues ya no solo se limitan a ser copias fieles del medio subido a la red, sino medios que a la par con la tecnología de este medio han incrementado sus servicios, incluso han abierto foros para su audiencia que permiten tener más referencias de toda la información que presentan.

La denominada revolución tecnológica y de información que tiene en Internet a su máxima representación, ofrece por supuesto nuevas formas de acción y mercado para los medios de comunicación tradicionales, los cuales tienen, al menos, dos grandes oportunidades en él: pueden aprovechar la Red para la interacción con nuevos mercados y para expandir sus formas de comunicación con la audiencia o, ir más allá, incorporarse al "ciberespacio" con un sitio propio, con características adaptadas al nuevo entorno comunicativo que le permitan imponerse como un nuevo medio en la Red. Porque al fin y al cabo, tal como lo señala Pablos (2001:236) "...Internet es un medio de comunicación lo mismo que lo es un quiosco de prensa o las calles de la malla urbana que utilizamos para acceder al punto donde expenden el diario cada mañana." Es sencillamente la vía que se utiliza para llegar a otros medios de comunicación: El metamedio.

Pero, por supuesto, en este ciberespacio, los medios tradicionales tienen que ser distintos. Al respecto, López (2001:1) afirma que "En ese escenario que se dibuja en el horizonte convivirán los medios tradicionales -prensa, radio y televisión- y los nuevos medios en red -todo lo que ha aparecido en Internet y todo lo que surgirá en ese entorno-." Esto significa que un periódico, una estación de radio y un canal de televisión, al colocarse en línea deben asumir una nueva posición, porque se trata de otro soporte, con características peculiarmente propias, que ofrece a cada medio de comunicación nuevas oportunidades y que exige, por tanto, nuevas formas.

2 Los Medios Tradicionales ante la revolución del Internet

Para entender por qué los medios tradicionales deben responder a nuevas formas en la Red, es necesario demostrar que ciertamente se trata de un nuevo formato o soporte. En este sentido, es conveniente observar cuáles son esas características propias que hacen del metamedio un espacio distinto, en el cual los medios tradicionales deben comportarse diferente.

La industria editorial frente a Internet?

Debido a la Rigidez de sus procesos de producción, hasta hace poco la circulación de los medios impresos estaba restringida a zonas geográficas específicas. Sin embargo, hoy en día, gracias a Internet, la industria editorial se encuentra en condiciones de acceder a una audiencia potencial de miles de millones de usuarios en todo el mundo.

Internet rápidamente ha empezado a modificar los sistemas de producción empleados en la industria editorial. Uno de los efectos inmediatos más positivos de los cambios que se han derivado de la incorporación de Internet a los procesos electrónicos de producción editorial, radica en que este medio de comunicación reduce significativamente el uso de papel.

Los diarios o las revistas que pretenden llegar a una mayor audiencia, ya no se ven en la necesidad de tener que incrementar su tiraje, tan solo tienen que colocar su información en un servidor WWW para poder acceder a una audiencia mundial.

Radio y televisión

Algunas emisoras de radio y televisión también han empezado a aprovechar Internet como una especie de medio de comunicación complementario. En consecuencia, rápidamente han aparecido diversos espacios en la WWW, los cuales propician un estimulante diálogo entre los profesionales del medio y sus respectivas audiencias.



□ Los Medios Tradicionales ante la revolución del Internet.

Como ya determinamos anteriormente, Internet es un inteligente medio de comunicación que, entre sus múltiples ventajas, es capaz de integrar y asimilar algunas de las funciones que hoy en día desempeñan separadamente los medios masivos convencionales, por lo que es importante destacar cual han sido estas funciones.

La industria editorial frente a Internet.

Debido a la lógica de sus procesos de producción, hasta hace poco tiempo la circulación de los medios impresos solía restringirse a zonas geográficas sumamente específicas. Sin embargo, hoy en día, gracias a Internet, la industria editorial se encuentra en condiciones de acceder a una audiencia potencial de miles de millones de usuarios en todo el mundo.

Internet rápidamente ha empezado a modificar los sistemas de producción empleados en la industria editorial. Uno de los efectos inmediatos más positivos de los cambios que se han derivado de la incorporación de Internet a los procesos electrónicos de producción editorial, radica en que este medio de comunicación reduce significativamente el uso de papel.

Los diarios o las revistas que pretenden llegar a una mayor audiencia, ya no se ven en la necesidad de tener que incrementar su tiraje, tan solo tienen que colocar su información en un servidor WWW para poder acceder a una audiencia mundial.

Radio y televisión.

Algunas emisoras de radio y televisión también han empezado a aprovechar Internet como una especie de medio de comunicación complementario. En consecuencia, rápidamente han aparecido atractivos espacios en la WWW, los cuales propician un estimulante diálogo entre los profesionales del medio y sus respectivas audiencias.

Bajo la óptica de emplear Internet como un medio complementario, la herramienta de comunicación más popular es el correo electrónico, aunque es importante mencionar que algunas estaciones también han impulsado el desarrollo de grupos de discusión, en los cuales el auditorio comenta entre sí distintas series de radio o televisión.

Sin embargo, el uso que ha observado Internet en la industria de la radio y la televisión, por supuesto que no se limita a una serie de aplicaciones complementarias a las funciones que normalmente desempeñan esos medios.

Las aplicaciones de Internet como un medio "autónomo" nos demuestran que la llamada "red de redes", inclusive es capaz de asimilar e integrar las funciones de información y entretenimiento que actualmente desempeñan por separado los medios de comunicación convencionales.

Uno de los usos extensivos de Internet más interesantes lo representa la llamada "radio virtual". Sobre esta atractiva modalidad, vale la pena destacar que son ya gran número de emisoras las que podemos escuchar en la red y mejor aún estaciones de cualquier parte del mundo, que no sólo nos permiten conocer otros formatos, sino ampliar nuestra cultura y acceder a nuevas ideas que permitan mejorar nuestros sistemas de transmisión.

□ Internet y sus diferencias con los medios tradicionales

Las razones por las cuales se concibe a la Red como el representante de esta revolución y nueva etapa de la humanidad se fundamentan justamente en las características únicas que posee la Web como un potente canal para las comunicaciones. Precisamente, desde el punto de vista comunicacional, en relación con los medios de comunicación tradicionales, Internet ofrece diversas ventajas. En este sentido, (Díaz 2002:08), afirma que "Cabe decir que Internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e

interactiva, características ausentes en el caso de los medios informativos convencionales..."

Díaz establece, por ejemplo, algunas comparaciones entre el medio impreso (El Periódico) y el medio informativo que se soporta en la red. En este aspecto resalta que en los sitios de Internet las noticias se consignan en varios intervalos distintos, es como leer el periódico pero en tiempo real, actualizado cada vez que sucede algo nuevo, sin límites en la extensión del texto informativo (cosa que no ocurre con el impreso que está sujeto a la disponibilidad de papel) y por qué no, acompañado no sólo de fotografías sino de imágenes en video y grabaciones de sonido con las declaraciones de las fuentes oficiales. En la red, todos los recursos de comunicación pueden mostrarse fácilmente integrados.

El acceso a un medio digital, por encontrarse en un soporte universal, es posible en mayores proporciones que en los medios convencionales. Un medio tradicional con soporte en la Web logra llegar a públicos en cualquier parte del mundo, hecho que no le resulta posible con su soporte convencional (sea un impreso, un canal de TV o una estación de radio).

La inmediatez que muchos aplauden en la radio es igualada e incluso algunas veces superada en la Web. Al respecto Díaz (2000:11) dice que "Una de las ventajas más importantes es que las noticias llegan más pronto por Internet que con el periódico impreso, ya que su canal de transmisión es la red mundial y el hecho de contar con un agente material permanente -la computadora- ahorra tiempos de transporte y riesgos de incomunicación que sí enfrenta el medio impreso." Igualmente, la información en la red es oportuna, está al alcance y disponible inmediatamente y puede ser actualizada cuantas veces sea necesario.

Otra peculiaridad es la simultaneidad, porque quien accede a Internet puede consultar varios sitios a la vez y hacer su libre monitoreo sobre ellos. Esta posibilidad en radio y televisión es aún inexistente, pues todavía no es posible sintonizar más de un canal de TV, o una señal de radio, a la vez.

Las peculiaridades de Internet son tan infinitas como sus capacidades, además que sería una osadía afirmar que de la Red ya se ha descubierto y se ha dicho todo. Ahora bien, es cierto que diversas características le diferencian de los medios de comunicación tradicionales, pero la particularidad más notoria y reconocida es la Interactividad: Los medios tradicionales son unidireccionales, el mensaje que transmiten es recibido por el público y allí termina el proceso (sólo existen casos aislados de algún lector, oyente o televidente que establezca comunicación posterior) En todo caso, la comunicación en los medios tradicionales apenas llega a ser bidireccional. En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser utilizado igualmente por emisor y receptor.

Además, se distingue porque el usuario es quien decide cuándo, cómo y dónde acceder. Es un canal personalizado porque ofrece la posibilidad a cada usuario de recibir y escoger lo que desea y le interesa, entre una gama enorme de posibilidades. Una peculiaridad en concordancia con la esencia humana de ser libres.

A groso modo, se pueden identificar algunas peculiaridades que hacen a Internet un fenómeno en cuanto a comunicación: Interactivo, universal, simultáneo, inmediato, integrador, libre, actualizable y personalizado, elementos que los medios tradicionales no han podido reunir de manera aislada.

A partir de todas las afirmaciones precedentes, parece que Internet se convierte en el espacio ideal para las comunicaciones del futuro y que los medios tradicionales salen perdiendo. Tal vez al inicio de la revolución que aún significa la red de la comunicación social pudo verse dominada por confusiones y temores. Sin embargo, hasta ahora la aparición de una nueva forma o tecnología de comunicación no ha significado la desaparición de lo ya existente. Inclusive, ya está dicho que los medios tradicionales se reconstituyen con Internet, porque están obligados a revisarse y potenciar sus ventajas y características únicas.

distinto para los medios "online"? En el nuevo formato en línea, los medios están obligados a ser diferentes. En medio de la confusión y del temor muchos pensaron en mudarse a la red, abandonar sus soportes tradicionales para incorporarse a lo que se calificó casi como una panacea. Luego, algunos identificaron más bien en Internet un canal de promoción y reafirmación que les permitiría captar nuevos mercados y ampliar su cobertura geográfica; es así como hoy los grandes periódicos, las grandes cadenas de radio y televisión, e incluso medios más pequeños, cuentan con un sitio en Internet.

Ahora, cabe decir, que Internet es un soporte que así como ofrece innumerables ventajas exige peculiares condiciones. Esto supone que quienes desde un medio de comunicación tradicional se conforman con ver en Internet un simple instrumento de promoción, o un canal de transmisión para mayor cobertura, pierden dinero y tiempo. Porque los denominados medios paralelos (prensa, radio o televisión en línea) son precisamente otros medios, soportados en los tradicionales pero con características propias por demás potenciales que, bien aprovechadas, garantizan rentabilidad y competitividad.

Tomando como base una afirmación hecha anteriormente, la cual señala que Internet es el soporte de nuevos medios de comunicación, no puede consentirse que los medios tradicionales expongan una copia de sí mismos en la Web. Porque la Red, por ser un metamedio, posee características singulares que requieren que las formas y contenidos a exponer en ella se adapten a sus peculiaridades, sobre todo para que resulte provechoso.

Aparte, es importante recalcar que cada medio de comunicación no ha traído consigo los lineamientos o acciones ideales para la transmisión de mensajes a través de él. Cada medio tradicional se fue redescubriendo paulatinamente en su proceso evolutivo hasta tomar forma. Al respecto, (Zamora 2001:01) señala que "En sus inicios cada nuevo medio de comunicación ha imitado patrones anteriores. La radio hubo de renunciar a la mera lectura de noticias de los periódicos y buscar nuevas reglas de escritura. La televisión, que en un principio se definió como una 'radio con imágenes', descubrió su propio camino." Es decir, si cada medio reconoció en su formato su propio estilo, ¿Por qué tiene que ser

distinto para los medios "online"? En el nuevo formato en línea, los medios están obligados a ser diferentes.

Un medio paralelo, nombre que recibe la versión "online" de un medio tradicional, debe entonces poseer características propias y; si bien es cierto que estará apoyado en otro medio de comunicación en soporte convencional, y que debe identificarse de algún modo con éste; debe tener la capacidad de sustentarse por sí mismo. De más está decir que será mucho más fácil posicionar un sitio Web cuando se respalde de un medio de comunicación tradicional y viceversa. Sin embargo, en este espacio, es pues oportuno intentar hacer un esbozo de lo que podrían ser las características mínimas de un medio de comunicación "online":

Uso ilimitado de los recursos: Sea una estación de radio, un periódico o un canal de televisión, no debe limitarse a hacer uso sólo de los recursos que maneja en su soporte convencional. Si ya está dicho que Internet da para todo, la exposición de un mensaje en el sitio Web de un periódico no puede limitarse a texto y fotografías, y en la radio no puede ser sólo audio. En la Web, se combinan fácilmente texto, fotos, audio y video.

La interactividad como elemento clave: Internet es un canal bidireccional, por tanto, el medio de comunicación tradicional, en la Web, debe dejar de lado su visión de medio masivo. Ciertamente su mensaje llega a una gran masa, pero cada persona que accede a un sitio Web lo hace de forma individual, única e irrepetible.

El servicio personalizado: Un medio en Internet debe ofrecer a cada quien la posibilidad de ver, escuchar, leer y recibir sólo los mensajes que desee. En Internet, el medio tiene la capacidad de conocer los gustos de cada integrante de su público y complacerlo debidamente.

El lenguaje: La redacción para prensa, radio y televisión es distinta, en la red también debe serlo. Igualmente la narrativa que utiliza un locutor de radio no es igual a la de un presentador de TV. Así, la narrativa y redacción en la Web debe ser activa, fácil de

leer y con apoyo gráfico porque los cibernautas entran a buscar, a observar y por último, a leer.

Información constantemente actualizable: En la red la información no tiene porqué permanecer 24 horas como si se tratase de un periódico, o hasta una nueva emisión como si fuese una estación de radio o un canal de TV. En Internet, todo se cuenta al instante de suceder y los pormenores se agregan según se van presentando.

Aprovechar los límites de tiempo y espacio: Porque la cantidad de "páginas" (mejor hablar de 'pantallas') en un sitio Web no depende de la disponibilidad de papel y el contenido no está supeditado a márgenes de tiempo. En Internet, los temas pueden tratarse con mayor profundidad porque no están sujetos a las limitaciones físicas de los medios tradicionales.

Son diversas las potencialidades que existen para los medios "online". Es resaltante que no se establecen diferencias en cuanto a cómo debe presentarse un periódico, la radio o un canal de televisión en línea, pero es que sencillamente Internet es un formato que permite combinarlo todo y sería absurdo hacer distinciones. En la Red, el periódico, el canal de TV y la estación de radio son Sitios Web, con características comunicativas y de servicio peculiares que le distinguen de otros sitios, pero jamás copiadas al carbón desde su formato tradicional.

Sería además una osadía pretender que las anteriores son las únicas herramientas válidas para que un medio de comunicación convencional se incorpore a la Red. Las afirmaciones precedentes no son más que un inocente acercamiento, porque ya está dicho: Internet da para todo y para todos.

Por otra parte, las herramientas y nociones que trae consigo la denominada revolución de la información no sólo han generado cambios en la forma de transmisión de mensajes para los medios de comunicación tradicionales, que gracias a las tecnologías emergentes han mejorado sus procesos de producción y transmisión, sino que han impuesto

también nuevos modos en la práctica gerencial. Actualmente se escucha hablar de términos como Gerencia de Información y del Conocimiento, Comercio Electrónico, Capital Intelectual, Sistemas de Información, etc. Todas estas nociones, ya instaladas en la gerencia contemporánea, también tienen su impacto y aplicación dentro de las empresas de medios de comunicación masiva.

En esta época, las empresas están a cargo de llevar a su vez, a cabo de reestructurar los nuevos patrones a seguir en esta nueva era, pues ya no es lo mismo explotar un medio tradicional, que aquel que tiene un ilimitado número de recursos, por tal razón es necesario analizar cual será el papel del comunicador en esta revolución de comunicación, así como el de los esportadores, quienes en esta media también jugarán un importante papel dentro de este nuevo medio, debido a su facilidad de interacción, ya no solo seremos receptores, sino emisores al mismo tiempo.

Es preciso enfatizar además que la revolución en la que se desenvuelve el hombre contemporáneo se caracteriza porque todo aquel que tenga acceso a la red de redes (Internet) tiene a su alcance enormes cantidades de información inabarcables. Así, como el avance tecnológico no se limita solo a la Red, las sociedades de cualquier país de un hemisferio pueden recibir en vivo y directo, mientras los hechos suceden, información sobre algún acontecimiento que se desarrolle en cualquier rincón de la otra mitad del planeta. Un ejemplo de ello fue cuando se tuvo noticias en Venezuela sobre el atentado a los torres gemelas del World Trade Center, así viaja la información en estos días, en tiempo real. Ahora bien, no solo se trata de información que viaja en tiempo real, sino de grandes dimensiones de información viajando en tiempo real.

Por otra parte, existen otros argumentos que vale la pena destacar para confirmar la vivencia de una gran revolución en el área de tecnologías de información y comunicación. El Correo Electrónico y las opciones de Chat son otras innovaciones (ya no tan nuevas) que facilitan la comunicación humana. Cualquier agente de negocios en Venezuela, por ejemplo, con acceso a Internet y correo electrónico, puede comunicarse sin mayores inconvenientes con otro agente de negocios en cualquier parte del mundo que también cuente con acceso a la Red y una cuenta de correo electrónico. El mensaje no tardará más que segundos en ser depositado en el buzón del destinatario, luego de haber sido enviado.

El Rol de los Comunicadores Sociales en la Era de la Información

Es importante destacar que así como los medios de comunicación están cambiando en su formato, quienes están a cargo de ellos a su vez deben de reestructurar los nuevos patrones a seguir en esta nueva era, pues no es lo mismo explotar un medio tradicional, que aquel que tiene un ilimitado número de recursos, por tal razón es necesario analizar cual será el papel del comunicador en esta revolución de información, así como el de los espectadores, quienes en este medio también jugamos un importante papel dentro de este nuevo medio, debido a su facilidad de interacción, ya no sólo seremos receptores, sino emisores al mismo tiempo.

Es preciso entonces reiterar que la revolución en la que se desenvuelve el hombre contemporáneo se caracteriza porque todo aquel que tenga acceso a la red de redes (Internet) tiene a su alcance cúmulos de información innumerables. Así, como el avance tecnológico no se limita sólo a la Red, las sociedades de cualquier país de un hemisferio pueden recibir en vivo y directo, mientras los hechos suceden, información sobre algún acontecimiento que se desarrolle en cualquier rincón de la otra mitad del planeta. Un ejemplo de ello fue cuando se tuvo noticias en Venezuela sobre el atentado a los torres gemelas del World Trade Center, Así viaja la información en estos días, en tiempo real. Ahora bien, no sólo se trata de información que viaja en tiempo real, sino de grandes dimensiones de información viajando en tiempo real.

Por otra parte, existen otros argumentos que vale la pena destacar para confirmar la vivencia de una real revolución en el área de tecnologías de información y comunicación. El Correo Electrónico y las opciones de Chat son otras innovaciones (ya no tan nuevas) que facilitan la comunicación humana: Cualquier agente de negocios en Venezuela, por ejemplo, con acceso a Internet y correo electrónico, puede comunicarse sin mayores inconvenientes con otro agente de negocios en cualquier parte del mundo que también cuente con acceso a la Red y una cuenta de correo electrónico. El mensaje no tardará más que segundos en ser depositado en el buzón del destinatario, luego de haber sido enviado.

Más allá de eso, ambos individuos podrían incluso conversar a través de la Red, del mismo modo como pueden hacerlo a través de la vía telefónica. Con una opción de Chat, conversarían utilizando el teclado de sus ordenadores, o tomarían los micrófonos y audífonos y conversarían, o activarían sus cámaras Web para hacer contacto visual.

El hombre. Toda la exposición anterior resulta ya un hecho común para muchos mortales y se trata apenas de una breve muestra de lo que hoy las tecnologías de información le permiten al hombre.

Así, en medio del show tecnológico se habla pues de la ya citada Sociedad de la Información y de una Era de la Información, una etapa donde entra en juego otra noción ya no tan nueva ni poco discutida: La Globalización. Ante la aplicación de la tecnología en casi todas las actividades del hombre, se presenta un cambio en la civilización, una nueva estructura social con grandes y numerosas facilidades para la interacción humana, se producen nuevas costumbres comunicativas, disminuyen las distancias entre países y se crea un amplio escenario para el intercambio cultural y comercial. Desaparecen las fronteras y surge una sociedad universal, la pronosticada Aldea Global de McLuhan.

Además, todo parece indicar que el fenómeno de la globalidad apenas comienza. (Pablos 2001:27) dice en este sentido que "A lo largo de la actual aceleración tecnológica, la aldea global avanzada por McLuhan será cada vez más una aldehuela cósmica, la Tierra será cada vez más un pañuelo, como asegura el viejo dicho popular de siempre, antes de que el canadiense lo tradujera hábilmente al mundo de la comunicación y acertara plenamente con ello"

En este mundo cada vez más pequeño y ataviado de información que viene y va, los medios de comunicación social y sus profesionales tienen reivindicada su tarea. Porque si bien es cierto que esta globalización permite mayor intercambio y convergencia entre las sociedades, es un modelo que afecta a todos los involucrados; y aunque los conflictos que emergen en esta Sociedad de Información son predominantemente de carácter económico, no se escapa al surgimiento de conflictos de poder, étnicos, religiosos y culturales. En el

nuevo contexto, ante el aumento de información, parece que en vez de fomentarse la igualdad de condiciones y conocimientos, se contribuye a incrementar las diferencias entre los status.

Entonces, toda esta utópica revolución de información tiene un aspecto de cuidado: El hombre y la mujer del nuevo milenio son aparentemente más libres porque acceden a mayor información, pero se presenta al respecto un conflicto: Habrá una sociedad privilegiada con gran acceso a los sistemas de información, (esa sociedad de la información que lejos de corresponder a la integración de las civilizaciones coloca el poder en manos de un mínimo sector beneficiado que podrá dominar al resto) y colectividades con un cúmulo de información en sus manos que tal vez no sepan cómo procesar ni manejar.

Ciertamente, tampoco se ahonda en ningún tema novedoso cuando se hace referencia a expresiones como "la brecha digital", porque en Internet sí existe una brecha, esa que existe entre quienes tienen acceso y quienes no. Ahora, sin embargo, existe la esperanza de hacer con el tiempo que esa distancia entre unos y otros disminuya, hasta que la mayoría humana pueda considerarse, en algún momento de su quehacer cotidiano, cibernauta.

Pero también está dicho que esta nueva etapa apenas comienza, que son diversos e infinitos aún los debates que pueden darse a su alrededor. En un espacio un poco más optimista, donde realmente se aspire a la democratización del conocimiento, es justo en el cual los grandes creadores de contenidos (comunicadores sociales y medios de comunicación) tienen relevante participación e influencia. Al fin y al cabo se trata, según filósofos, comunicólogos y sociólogos, de un sector que supera la acción de las tradicionales máquinas de coacción (familia, escuela, iglesia).

Los comunicadores sociales y con ellos los medios por tanto, deben reivindicar su deber y compromiso como orientadores, formadores, instructores, guías y constructores de civilizaciones. Tienen en sus manos la oportunidad de asumir el desafío de realmente "globalizar" la información y el conocimiento, para que todos esos beneficios que enmarca

esta nueva etapa de la historia humana realmente logren llegar a las grandes mayorías del planeta.

En la aldea global de hoy los comunicadores sociales son como siempre los puentes que unen, los intermediarios que permiten recolectar y transmitir mensajes, particularmente en este mundo en el que la información parece serlo casi todo.

En la red: El comunicador social es el creador de contenidos, como ya se ha dicho también, Internet es un canal de comunicación de dimensiones impresionantes que da para todo. Sería difícil determinar aquí con exactitud la cantidad de sitios Web que existen actualmente y si se trata de negocios o servicios que nacieron en la red, o que se trasladaron del ambiente cotidiano al ciberespacio, (aunque éste último sea tal vez también muy cotidiano para muchos por estos días) o que mantienen su espacio de mercado tradicional y ahora ocupan también un lugar en la Web.

En fin, gran parte del mundo empresarial ya está instalada en Internet. Si bien es cierto que todavía existe un grupo mayoritario de la humanidad excluido, en el mundo de los negocios es desde donde se ocupa con mayor propiedad el ciberespacio. Los medios de comunicación, como un sector del mundo de los negocios, también están instalados en buena porción en Internet. En síntesis, el asunto es que Internet presenta desde su origen la característica de universalidad -que aparenta decir que en ese ciberespacio caben todos- y aunque faltan muchos por entrar, el número de sitios Web que existen hoy es difícil de precisar para cualquier mortal.

Ahora bien, también se establece una relación directa entre Internet y los conceptos de Revolución, Sociedad de la Información y el Conocimiento. Esto es, porque Internet permite un flujo jamás pensado de información, es un lugar donde sobran datos e información. Cabe preguntar: ¿Quiénes se encargan de organizar los datos, de procesar y colocar en red la información al servicio del usuario y de generar los contenidos que se publican en la Web?

La respuesta suena simple, si Internet da para todo, todos pueden suministrar datos, ofrecer información y elaborar contenidos para ofrecerlos en la Red. Sin embargo, desde el punto de vista periodístico la situación es más compleja -pero más que una amenaza se trata de una gran oportunidad- porque en los demás canales (medios) de comunicación que se conocen, son precisamente los comunicadores quienes tienen el deber y la responsabilidad de buscar los datos, procesar la información y elaborar el contenido que será expuesto a los usuarios.

En este sentido, (Sandoval 2001:02) comenta que "para escribir sobre un tema no hace falta ser periodista, pero, en cambio, para escribir en un medio de comunicación sí; entonces, si consideramos a la red de redes como un entorno de comunicación, ¿por qué no están los periodistas redactando o incluso diseñando las páginas de administraciones públicas, entidades, universidades, grandes empresas, museos, etcétera que circulan por la red?"

Ante tal interrogante es bueno destacar que la ausencia de comunicadores sociales en Internet parece ir cediendo en los últimos años debido a las importantes discusiones que han ido surgiendo al respecto; porque los periodistas y comunicadores no están en la Red no porque nadie les haya llamado, sino porque además de ser poco tomados en cuenta, los profesionales de la comunicación social en su mayoría aún observan el ciberespacio con recelo. Para beneficio de todos, estas discusiones ya están abiertas en las escuelas de comunicación en el mundo, pero es un debate que apenas inicia, como sucede con la mayoría de los debates que se refieren a Internet.

Entretanto, (Sandoval 2001:02) adelanta un pronóstico alentador "cuando las empresas hayan montado y organizado su infraestructura tecnológica precisarán de periodistas que llenen sus páginas de contenidos veraces, creíbles y atractivos."

Entonces, reconociendo en el comunicador social a un generador de contenidos por excelencia, es evidente que en la Web (el gran espacio disponible para una cantidad infinita de contenidos) los comunicadores sociales tienen una oportunidad única de expansión.

Indudablemente, con una formación adecuada que amplíe la noción sobre el ciberespacio y sus oportunidades y desafíos, los comunicadores sociales tienen en sus manos los requisitos fundamentales y necesarios para ejercer su profesión en Internet, ya sea como profesionales de contenidos (que ciertamente lo son) o como ciberperiodistas: una nueva disciplina profesional que nace precisamente en la Red, porque si Internet está cambiando los modos de acceso a la información por parte de los usuarios, si ha revolucionado el proceso de comunicación tradicional, si ha generado reformas sustanciales en la economía mundial y en las empresas de comunicación, cómo no podría significar entonces también cambios dentro del perfil del comunicador.

Aparte de todas las afirmaciones anteriores, es bueno añadir que hace ya un tiempo la red dejó de representar algún riesgo para los profesionales del periodismo. Ciertamente en los albores de la discusión que aún protagoniza la red de redes en el mundo, hubo algunos indicios de temor sobre la posible desaparición de los medios tradicionales y de los comunicadores sociales con ellos. Ya anteriormente quedó claro que los medios no tiene porqué desaparecer a partir de la llegada de Internet, porque sencillamente todo nuevo instrumento de comunicación no opaca a los ya existentes, cada adelanto tecnológico ha servido por el contrario para mejorar y complementar lo que ya existe. Así, Internet mejora y complementa a los medios tradicionales y a sus profesionales.

Por otra parte, además de la citada brecha digital que se refiere a las diferencias entre quienes tienen acceso a Internet y los que no, existen otras consideraciones que determinan que no todo aquel que tiene acceso a la Red tiene acceso a la información que busca, a algo relevante o de valor. En este sentido, (Pisani 2002:14) dice que "Todos sabemos que la falta de acceso a la información también es un problema en buena parte de las sociedades del mundo desarrollado. Pero hay algo más preocupante: quienes tienen acceso pocas veces consiguen una información útil y relevante."

Como respuesta a los precedentes señalamientos, cabe decir que el comunicador social es un "buscador" por excelencia de información, por tanto, también tiene en la red el deber de servir al procesamiento y búsqueda de datos e información para la creación de

valiosos contenidos. En fin, destaca aquí de nuevo su misión como puente entre una cantidad inmensa de datos e información y el usuario, al que no sólo puede orientar en su búsqueda sino a quien puede ofrecer con propiedad el contenido preciso que le resulte pertinente.

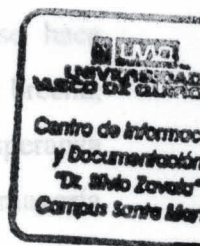
□ Conclusiones

Es importante destacar que aún en nuestros días la red aún tienen mucho por descubrir y que aportar, pues representa un espacio gigantesco de oportunidades para el comunicador social. Los investigadores de oficio ya han hecho su aporte en este sentido y ya existen documentos que determinan con propiedad todas las áreas de Internet dentro de las cuales el comunicador social tiene capacidad de desenvolvimiento.

Internet incide en la comunicación social al ofrecer no sólo una nueva herramienta para facilitar el trabajo de investigación que supone el buen periodismo, porque nos coloca al mundo más cerca, sino también al permitir un nuevo espacio profesional en el cual desenvolverse y al obligar a la profesión a plantearse una nueva visión de formación.

Queda ahora abierto el espacio para la creatividad, propia de los comunicadores sociales, para abrirse por sí mismos las puertas en el ciberespacio, porque si hay algo bien claro es que no se puede trasladar a la red el periodismo de siempre, Internet ya ha impuesto la idea de que las cosas no pueden hacerse ya de la misma manera. Debe ser por eso que se sigue hablando de una Revolución de Información.

Como ya analizamos en el marco de esta investigación, los medios no tiene porqué desaparecer a partir de la llegada de Internet, porque sencillamente todo nuevo instrumento de comunicación no opaca a los ya existentes, cada adelanto tecnológico ha servido por el contrario para mejorar y complementar lo que ya existe. Así, Internet mejora y complementa a los medios tradicionales y a sus profesionales, aspecto que no ha cambiado a lo largo de la historia, pues hemos visto como cada adelanto tecnológico, siempre fue la



base para el siguiente, y el Internet tal vez sólo sea el comienzo de toda una red de información que permita crear una plataforma de comunicación nunca antes imaginada.

Ciertamente, tampoco se ahonda en ningún tema novedoso cuando se hace referencia a expresiones como "la brecha digital", porque en Internet sí existe una brecha, aquella entre quienes tienen acceso y quienes no. Ahora, sin embargo, existe la esperanza de hacer con el tiempo que esa distancia entre unos y otros disminuya, hasta que la mayoría humana pueda considerarse, en algún momento de su quehacer cotidiano, cibernauta en cualquier recóndito lugar.

Mc LUHAN, Marshall. "Comprender los medios de comunicación". Los extensiones del ser humano. Paidós, Buenos Aires, Barcelona, 1964, 1970, 1986.

CANGA, Juan José. "La Prensa y los Nuevos Tecnológicos". Manual de la Redacción Electrónica. Ediciones Deusto S.A. Vizcaya, España, 1998.

CURZORU, José Luis. "Tecnología vs. Venezuela". El Correo Laborante del Estado. Ediciones Cedice, Caracas, Venezuela, 1998.

FLORES Vivas, Jesús y ARRUJÚ, Miguel Alberto. "Ciberperiodismo". Ediciones 2010. Madrid, España, 2001.

NAVARRO Zamora, Lily. "Los Periódicos online": sus Características, sus Periodistas y sus Lectores. Disponible en www.sala.kopernik.org Año III, Vol. 2, Agosto 2001.

PABLOS, José Manuel. "La Red es Nuestra". Ediciones Paidós América, Barcelona, España, 2001.

TOBITA, Tatsuo. "The New Electronic Media and They Place in the Information Market of the Future". en New strategies and perspectives.

□ Referencias

- BRIGGS, Asa y PETER Burke. "De Gutenberg a Internet", Ediciones Santillana, Madrid, 2001.
- FERRER, Eulalio. "Información y Comunicación", Fondo de Cultura Económica, México, 1997.
- Mc LUHAN, Marshall, "Comprender los medios de comunicación" Las extensiones del ser humano, Paidós, Buenos Aires, Barcelona, México, 1996.
- CANGA Larequi, Jesús. "La Prensa y las Nuevas Tecnologías". Manual de la Redacción Electrónica. Ediciones Deusto S.A. Madrid, España. 1988.
- CORDEIRO, José Luis. "Benesuela Vs. Venezuela". El Combate Educativo del Siglo. Ediciones Cedice. Caracas, Venezuela. 1998.
- FLORES Vivar, Jesús y ARRUTI, Miguel Alberto. "Ciberperiodismo". Ediciones 2010. Madrid, España. 2001.
- NAVARRO Zamora, LIZY. "Los Periódicos online": sus Características, sus Periodistas y sus Lectores. Disponible en www.saladeprensa.org Año III. Vol.2. Agosto 2001.
- PABLOS, José Manuel. "La Red es Nuestra". Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, España. 2001.
- TOMITA, Tetsuro: "The New Electronic Media and Their Place in the Information Market of the Future", en Newspapers and Democracy:

Mc LUHAN, Marshall. "La Aldea Global", Editorial Gedisa, Primera Edición, México, 1991.

OROZCO, Guillermo. "Más mediación y audienciación". Macrotendencia en la Sociedad Latinoamericana de fin de Milenio, en Revista Comunicación N° 100. Estudios Venezolanos de Comunicación. Centro Gumila, Caracas, Venezuela, Cuarto Trimestre, 1997.

SANCHEZ Noriega, José L. "Crítica de la Seducción Mediática". Editorial Tecnos, Madrid, España, 1997.

SANDOVAL, María Teresa. Los Periodistas en el entorno digital: Hacia el Periodista Multimedia. Disponible en www.saladeprensa.org Año III. Vol.2. Noviembre 2001.

RAMONET, Ignacio, "chasqui" revista latinoamericana de comunicación, diciembre 2004.

DÍAZ, David. El Medio Digital frente a los "Periódicos Impresos", la Radio y la Televisión. Disponible en: www.ull.es/publicaciones/latina Revista Latina de Comunicación Social. Año III. No. 31. Junio 2000.

FERRERO Barberá, Marta. Internet y los Portales como Nuevo Espacio para los Medios de Comunicación. Disponible en: www.Las5w.com.ar Noviembre 2001.

LÓPEZ, Xosé. Nuevos Medios de Comunicación para Intervenir en la Sociedad Mundializada. Disponible en: www.saladeprensa.org Año III. Vol.2. Mayo 2001

SELECCIONADA
ESPECIALISTAS EN
TRABAJOS PROFESIONALES
OPERACIONES EN
PASTA BLANCA Y PASTA DECOLORADA
MORFOS N°565
ENTRE DOMINGO GILBERTO Y
EMILIO GONZALEZ MTZ.
TEL. 26-1491-11 16-14-87 NO 16-14-38-24

STESIS **SELECCIONADA**

**ESPECIALISTAS EN
TESIS PROFESIONALES**

**ENCUADERNACIONES EN
PASTA DURA Y PASTA DELGADA**

MORELOS N°565

**ENTRE DONATO GUERRA Y
ENRIQUE GONZALEZ MTZ.**

TELS. 36-14-01-34 36-14-83-90 36-14-38-34