

Lengua y periodismo en el kiosco electrónico (prensa digital)

Raúl Trejo Delarbre *

The Internet is not the reality; it is a collection of real world's mirrors. There are lies and fakes, and true data and useful information in the net. The electronic journalism that now exists in the Internet and its readers, must to consider that restrictions. Though its origin and development have been in english language, the sites in spanish language have a remarkable growing. The electronic journalism in spanish, include now some hundreds of publications. Moreover, the use of spanish language requires flexibility to accept new technical words but not to lose essential principles in that language.

La Internet no es la realidad, sino una colección de espejos del mundo real. En la red hay mentiras y engaños, lo mismo que datos verídicos e información útil. El periodismo electrónico que ahora se propaga a través de la Internet y sus lectores, tienen que considerar esas limitaciones. Aunque su origen y gran parte de su crecimiento han ocurrido en idioma inglés, los espacios en lengua española tienen un desarrollo significativo. El periodismo electrónico en español incluye ya varios centenares de publicaciones. Además, el empleo del español ha requerido flexibilidad para aceptar nuevos términos técnicos sin que se pierdan principios esenciales de esa lengua.

* Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Dirección electrónica: rtrejo@mpsnet.com.mx

Maravilla y riesgo, la Internet es tan nueva que sigue suscitando los asombros más elementales. Todavía hay quienes suponen que cualquier dato, declaración o historia, por el solo hecho de estar en la red de redes, es auténtico o es cierto.

En noviembre de 1996, el conocido periodista estadounidense Pierre Salinger anunció en París, en donde es corresponsal de una cadena de televisión estadounidense, que el avión 800 de la línea aérea TWA, que meses antes había estallado en el aire, fue alcanzado por un misil. La versión le dio la vuelta al mundo y no pudo ser confirmada. Al parecer, Salinger la había obtenido de una página en Internet, en donde esa especie circulaba desde hacía varias semanas.

Hace tres años, como todos sabemos, comenzó en Chiapas la rebelión del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). En varios sentidos ese movimiento, junto con sus discutibles protagonismos nada indígenas y sí de una ultraizquierda que se pensaba ya superada, ha resultado innovador, especialmente por su intensa capacidad para acceder a los medios de comunicación. A mediados de 1994, un estudiante de un colegio en Pennsylvania colocó en World Wide Web una página con noticias del Ejército Zapatista. Entonces, hubo quienes pensaron que el subcomandante Marcos se comunicaba con sus simpatizantes a través de Internet. No era cierto, entre otros motivos porque si usara un teléfono satelital Marcos sería vulnerable a un ataque aéreo, como le sucedió a un líder político en Chechenia que acabó fulminado mientras hacía una llamada. Pero aunque se ha explicado de diversas maneras que el EZLN no tiene acceso directo a Internet,¹ algunos de quienes han deseado maravillarse ante esa posibilidad extravagante y posmoderna no han querido creerlo. Hace un año, un profesor español que enseña en la Universidad de Berkeley rechazaba, indignado casi, nuestra explicación sobre ese asunto: no quería admitirlo, porque para él la figura idealizada del líder neozapatista estaba indisolublemente asociada a Internet.

1. De este asunto nos ocupamos en nuestro libro *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*, Fundesco (Madrid, 1996) y Diana (México, 1996), pp. 103 y ss.

El año pasado en México el periódico *La Jornada* publicó, con gran despliegue, que había encontrado el domicilio electrónico del ex presidente Carlos Salinas. El autor de una columna especializada en asuntos de la Internet, halló en un directorio de domicilios electrónicos el nombre de Carlos Salinas de Gortari con una dirección falsa, puesta por algún bromista, que había asignado al ex presidente un curioso nombre de usuario: *babaloco*.² Aunque luego ese diario reconoció que el dato podía ser ficticio, no lo desmintió con claridad y muchos de sus lectores lo creyeron. Hoy en México, no pocos comentaristas en la prensa están convencidos de que el ex presidente tenía un *e-mail* con ese domicilio.

También a comienzos de 1996 llegó a México la historia, acuñada en Puerto Rico, de que una extraña criatura mezcla de vampiro y demonio asolaba en las zonas rurales destazando animales domésticos e incluso, atacando a seres humanos. La leyenda no había conmovido a los mexicanos hasta que el noticiero *24 Horas* de Televisa presentó una ilustración tomada de Internet. No se dijo de qué *home page*, ni cuál era su autor, pero como provenía de una fuente tan sofisticada y junto con la propagación que le dio la televisión en cadena nacional, el “Chupacabras” se convirtió en parte destacadísima del imaginario social durante varias semanas.

A comienzos de 1997, como es bien sabido, 39 personas se suicidaron en San Diego a consecuencia de una grotesca

2. Enrique Galván Ochoa, “Internética. Salinas, localizado”, columna en la primera plana de *La Jornada*, 22 de abril de 1996. El nombre descubierto por Galván Ochoa aparecía en el buscador de domicilios electrónicos llamado “who-where” en donde, pocos días más tarde, había varios registros a nombre de “Carlos Salinas de Gortari”. Se trataba de nuevas bromas. Una de ellas, decía: “Esta es una prueba de que la portada de *La Jornada* del 22 de abril de 1996 es muy fácil de provocar”. Para que no quedara duda de la burla, ahora el seudónimo que se le adjudicaba a Salinas era el de “babastodos”. *La Jornada* ya no publicó más sobre ese asunto, en el que había sido víctima —y con ella, muchos de sus lectores— de una broma, precisamente, para bobos. Sin embargo, tampoco admitió que había proporcionado como cierta, una noticia falsa. En éste como en tantos otros casos, hubo quienes creyeron lo que querían creer.

creencia. Al despojarse de sus “contenedores”, que es como denominaban a sus cuerpos, confiaban en alcanzar a una nave espacial que vendría tras el cometa *Hele-Boop* que cruzaría por esta región del cosmos. El suicidio colectivo en Rancho Santa Fe, aparte del horror y la descomposición social que en sí mismo implica, ha sido notorio por el uso que esos miembros del grupo denominado “Puerta del Cielo” hacían de Internet. Por si alguien tenía dudas, allí se demuestra cómo, junto a informaciones y materiales del mayor rigor científico, en la red de redes se propagan las supercherías más extravagantes.

Uno de los grandes riesgos, quizá el mayor, de Internet, es la abundancia de trivialidades, basura y mentiras que circulan por el ciberespacio. Por eso es preciso tomar con reservas, muchas de las informaciones que aparecen allí. En la prensa de todo el mundo e Iberoamérica no es la excepción, todavía se le da carta de credibilidad aun a las informaciones más caprichosas, tan sólo porque aparecen en una página electrónica. Eso ocurriría si a la Internet no se la siguiese viendo con una actitud de mistificadora ignorancia. Con similar posición, docenas de empresas editoriales en nuestros países, igual que en el resto del mundo, han inaugurado sus páginas electrónicas sin saber bien a bien de qué les servirán.

La Internet es tan nueva como medio de comunicación con sus propias singularidades, que la evaluación de sus auténticos usos y alcances sólo puede hacerse de manera provisional. Ni siquiera sabemos cuántos *cibernautas* hay en el mundo (los cálculos varían entre 25 y más de cien millones de personas) y menos aún cuántos de ellos tenemos en los países de lengua castellana. Lo que sí puede documentarse, aunque tampoco hay datos específicos entre otros motivos porque se trata de un panorama que constantemente cambia, es la enorme mayoría de *sitios* diseñados y *leídos* en y desde países anglosajones. El inglés es, sin lugar a dudas, el idioma de Internet. Y así, también indudablemente, seguirá ocurriendo. Por mucho que algunos gobiernos, universidades, publicaciones, empresas de toda índole y ciudadanos a título individual en forma cotidiana abren espacios en Internet con contenidos en nuestro idioma, todos

ellos remiten a *home pages* en inglés. Es más, para saber qué hay en la Internet en castellano, tenemos que acudir a índices, o localizadores, que funcionan en inglés. Resulta inútil y sería un tanto ingenuo quejarnos por esa situación. Simplemente, vale la pena que no la olvidemos entre otros motivos porque no deja de resultar peculiar que hablemos del *web*, los *sites*, los *bytes* y el *e-mail* en un congreso de la lengua española. Así es el mundo, y al menos, así es esa colección de espejos del mundo que tenemos a nuestra disposición, para maravillarnos y servirnos o para turbarnos y quitarnos el tiempo, en la red de redes que es Internet.

*En el amplio ciberespacio,
la prensa en español es casi inexistente*

En esa colección de espejos, la mayoría de los sitios disponibles son para el ocio. Es falso que Internet sea, hoy, un repertorio de espacios que sirvan para la información y la creación. Aunque una de sus singularidades respecto de otros medios de comunicación es su capacidad para la interactividad, en Internet casi todo es contemplación, sobre todo de sitios de entretenimiento. Eso sí, como es bien sabido, hay esparcimiento para todos los gustos.

Al momento en que escribimos estas líneas, la noche del sábado 29 de marzo de 1997, éstos son los temas por los cuales están preguntando los usuarios del localizador *Excite*, uno de los índices más extensos y populares que hay en Internet.

fellatio
clubmed
lilkim
heavens gate
black girls
aicpa
jlscott msn com
teenage abortion

tyra banks
pay and rank
economic interdependence
garden
windows nt security holes
poseidon greek god
nude girlfriends
microsoft memphis

download blood
today

oak technology
fan clubs³

En Internet hay de todo —negocios y espectáculo, aprendizaje y holganza, ideas y tonterías, creatividad y depravación—. También hay espacios para la prensa. El kiosco digital que encontramos en la red de redes se compone de versiones electrónicas de publicaciones cuyo principal mecanismo de distribución está en sus ediciones impresas y, por otro lado, publicaciones que son producidas específicamente para Internet.

No existe un índice completo, ni suficientemente confiable, de la prensa electrónica —menos aún lo hay de las publicaciones “en línea” en idioma español—. Uno de los sitios que proporcionan acceso a una mayor cantidad de revistas es el *Electronic Newsstand*, o *enews*,⁴ en donde hay enlaces a más de dos mil revistas de todo el mundo, aunque en especial de los Estados Unidos. La asiduidad de quienes se acercan a estas publicaciones, nos permite saber cuáles son algunas de las preferencias predominantes de quienes leen prensa digital. En diciembre de 1996, las 20 publicaciones más consultadas entre las que forman el catálogo de *enews* fueron, en orden de preferencia, las siguientes:

1. Yellow Silk
2. Discover
3. Business Week
4. The New Republic
5. The New Yorker
6. Economist
7. Playboy
8. National Business Employment Weekly
9. Guitar Player
10. Spin
11. Forbes

3. La guía Magellan presenta una selección al azar, que se renueva cada 20 segundos, de los temas que en ese momento están buscando los usuarios del índice *Excite*: <http://voyeur.mckinley.com/voyeur.cgi>
4. <http://www.enews.com>

12. Chrysler Power
13. Civilization
14. Saturday Night
15. Foreign Policy
16. Journal of Commerce
17. Kiplinger's
18. Management Review
19. Internet World
20. Healthy Kids

Fuente: "The Twenty Most Popular Titles on Enews", *Electronic Newsstand, enews*, december, 1996.

La publicación que encabeza este repertorio es una revista de contenido erótico; le siguen una de divulgación científica, un semanario de negocios y dos revistas de contenido político y cultural. Entre las 20 más leídas hay de todo: partituras para guitarra, automóviles y finanzas, espectáculos y ofertas de empleo, sexo y salud infantil. ¿Qué, de todo el acervo de *enews*, está escrito en español? A fines de marzo de 1996, hurgamos en el directorio de ese sitio electrónico para buscar publicaciones en nuestra lengua entre las más de dos mil revistas a las cuales allí hay acceso. El "directorio-monstruo", como se le anuncia, está organizado por orden alfabético. En los títulos de las varias docenas de publicaciones que comienzan con "A" no hay una sola palabra en español, pero en la siguiente letra hallamos el *Bienvenido Magazine* que, sin embargo, está escrito en inglés: se trata de una revista para inducir al turismo a Puerto Rico. En el índice de *enews* hay publicaciones en primer lugar en inglés, pero también en alemán, árabe, francés, hebreo, italiano, japonés, latín, portugués y ruso. No obstante, la prensa en español no existe en ese importante índice. Avanzando en él, encontramos *Hispanic on Line*, que es una revista mensual de la comunidad latina en los Estados Unidos y que entre otros atractivos ofrece una conversación interactiva con el cantante Julio Iglesias; sin embargo, los textos son todos en inglés. Mucho más adelante hallamos la revista *Saludos Hispanos*, que contiene información sobre

carreras y educación universitarias, pero también en inglés. Entre las dos mil revistas compiladas en ese kiosco electrónico hay publicaciones sobre ciencia política, computación, espectáculos, electrónica, finanzas, fotografía, gastronomía, golf, literatura, música, religiones, salud, sexo y sexualidad, viajes y viviendas, entre muchos otros temas. Pero ni una sola de esas más de dos mil revistas, está en español.

Constatar la limitada presencia, a veces incluso inexistencia de la prensa en español en la red de redes, puede ser un tanto masoquista pero también engañoso. Como todos sabemos, igual que muchas otras expresiones del desarrollo tecnológico, Internet ha sido creada, desarrollada y utilizada, fundamentalmente en idioma inglés. Los cibernautas de todo el mundo encontraron que la mayoría de los sitios en la red de redes funcionan en esa lengua y así la han seguido propagando. Desde ese punto de vista, sólo con fingido candor o con una suerte de fundamentalismo lingüístico, podemos asombrarnos de la escasa presencia de sitios en español.

Pero esa débil cuota de páginas en nuestra lengua en la red de redes, también puede ser considerada como expresión de las dificultades que hay en nuestros países tanto para el acceso a la comunicación en Internet, como para la propagación de nuestras culturas en ese medio. Desde luego, hoy en día en la *world wide web* que algunos prefieren denominar la "telaraña mundial" de Internet, existen millares de páginas en español (a comienzos de 1997 en México, por ejemplo, tenemos unos dos mil sitios diferentes en ese espacio audiovisual de Internet). Una cantidad importante de todas ellas ha sido colocada por empresas editoriales que buscan propagar por ese nuevo espacio los contenidos que de cualquier manera editarían con los tradicionales recursos impresos, y algunas pocas son revistas que sólo circulan en el ciberespacio. A la fecha, no existen índices específicos, que a la vez sean amplios y actualizados, de la producción periodística en español en Internet. Los índices disponibles reúnen a todo tipo de publicaciones y están elaborados con criterios que se consideran pertinentes para la mayor parte de los actuales usuarios de la red de redes, que son

anglosajones. Todavía ahora, quizá 80% de los cibernautas en todo el mundo, son estadounidenses y canadienses. Así que no es de extrañar que los catálogos de páginas electrónicas estén diseñados según las preferencias de esos usuarios.

Internet es una extraordinaria fuente de información, aunque, como señalamos antes, también de distorsión y confusión. El material allí disponible es tan abundante que casi siempre resulta abrumador. Por eso, especialmente en materia de noticias, cada vez prospera más la “personalización” de índices y localizadores para que el usuario reciba en su computadora informaciones y otros materiales periodísticos clasificados de acuerdo con sus intereses más específicos. El “periódico personal”, que con diversos formatos puede diseñarse ahora, tiene la ventaja de que en él aparecerán materiales sobre temas determinados, aunque con la enorme limitación de que restringimos la información a los asuntos que hemos señalado como atractivos para nosotros.

El último grito de la moda cibernáutica son los servicios de “entrega” de información específica que buscan, seleccionan, organizan y nos muestran materiales noticiosos de muy diversas fuentes a través de un *software* especial. Cada uno de esos servicios (la mayoría de manera gratuita) ofrece la consulta de los temas que nos interesan en las publicaciones y bases de datos periodísticos más relevantes en Internet. ¿Cuántos de esos servicios y en qué medida, incluyen entre sus fuentes de información al periodismo electrónico en idioma español?

La revista *PC Magazine*, sin duda la de mayor circulación en el mundo de las computadoras, publicó una selección de los *localizadores* de noticias ahora disponibles para Internet. Algunos de ellos comienzan a funcionar apenas nos conectamos con la red de redes y cada vez que se localiza un material afín a los intereses que hemos indicado, la información aparece en algún sitio de nuestra pantalla. Otros ofrecen noticias continuas, otros más despliegan su selección cuando abrimos una ventana específica. Allí pueden mostrarse, según nuestros gustos, noticias locales e internacionales, pronósticos del clima, comentarios políticos, asuntos deportivos o de casi cualquier

índole. *PC Magazine* seleccionó a once de estos servicios como los más accesibles y completos, y nosotros los visitamos uno por uno en busca de prensa en español.⁵ Todos ellos toman a diversos periódicos, revistas y medios con presencia en Internet, como fuentes informativas para sus usuarios. Entre esas fuentes hay diarios y revistas, agencias de noticias, servicios de comunicación, estaciones de radio y televisión, cuya información en todos los casos ya se encuentra en Internet.

La utilidad de tales servicios radica en la compilación que de ese amplio y creciente universo hacen esos localizadores. Por ejemplo, la *Air Media Live Internet Broadcast Network* busca información en las fuentes primarias, que aparecen mencionadas de la siguiente manera: CNN, Reuters, Reuters-Variety, UPI, Knight-Ridder, America On Line, Movie Link, AFP, Ziff Davis, ITAR-TASS, Freese-News Weather, I-Golf, Quote. Com, World Entertainment News, Travelgram, Lottery World, Psychic Advice On Line, Yoyodyne. Ninguna de esa veintena de fuentes informativas suele recoger noticias de los países de habla hispana. En un catálogo de fuentes secundarias, se incluye a Interpress Service que suele incluir noticias de América Latina y a una agencia llamada South America Business Information. El servicio Psychic Advices, que ofrece horóscopos en línea, tiene más relevancia que las agencias con noticias de los países de habla hispana.

After Dark Online ofrece búsquedas en el archivo electrónico del *USA Today* entre otras fuentes, pero ninguna de ellas en español. Lo mismo ocurre con *AlphaConnect StockVue* que se especializa en información financiera, *BackWeb* que acude al *Jesuralem Post* y *The Wall Street Journal*; *Castanet Tuner* que entre otros servicios proporciona canales de discusión de noticias e *IBM News Ticker*. El paquete de entrega de *In-Box Direct*, patrocinado por la empresa Netscape, recopila

5. David Lidsky (1997) "The Web Delivers", *PC Magazine*, vol. 16, núm. 4, february 18. Los servicios seleccionados en ese informe son: *After Dark Online*, *Air Media Live Internet Broadcast Network*, *AlphaConnect StockVue*, *BackWeb*, *Castanet Tuner*, *IBMNews Ticker*, *In-Box Direct*, *Intermind Communicator*, *My Yahoo! News Ticker*, *Net delivery* y *The PointCast Network*.

noticias en las páginas de *The New York Times*, *USA Today*, *Mercury Mail*, *Sports Illustrated* y *People Daily*, entre otras publicaciones electrónicas, y tiene la singularidad de acudir a varios diarios y revistas no estadounidenses: *Australian Financial*, *Elle International*, *Rheinische Post On Line*, *The Daily Mirror*, *Financial Times Review* y *Mondadori On Line*. Entre ellos, se incluye una publicación, por fin, española: *Correo Expansión Directo*, especializado en finanzas. Nada más.

El octavo servicio de búsqueda de noticias que revisamos fue *Intermind Communicator* que ofrece 170 “canales” que acuden a otras tantas fuentes de noticias, entre ellas las páginas en Internet de varias estaciones de televisión y radio. Ni una palabra en español. El servicio *Netdelivery* busca en los principales índices de la red, pero no ofrece acceso específico a publicaciones electrónicas. El *True PoinCast Network* tiene 16 “canales”; el de noticias proporciona enlaces a las páginas de Reuters, CNN y otros servicios pero ninguno en español.

Exageración y realidad en las audiencias de la prensa en red

Mención aparte merece el localizador *My Yahoo! News Ticker*, que no tiene enlaces directos a otros servicios de noticias pero cuenta con el enorme banco de datos del índice más popular en Internet, el denominado *Yahoo!*, el cual organiza centenares de miles de páginas electrónicas por países o por temas. Es decir, *My Yahoo!* no ofrece acceso a alguna o varias compañías de noticias en particular sino una búsqueda, posiblemente más lenta que otros, en un universo mucho más amplio.

En la página de sitios “web” regionales (que es como se les denomina a los no estadounidenses), registrados en los índices *Yahoo!*, buscamos los subíndices destinados a países de habla hispana. En cada uno de ellos se mencionan varias categorías (gobierno, economía, cultura, etcétera) y en el rubro

destinado a “noticias y medios” localizamos las páginas específicas de publicaciones impresas y electrónicas. El resultado aparece en el cuadro 1, en el anexo de este artículo. La segunda columna muestra el número de sitios, o páginas electrónicas, que los índices *Yahoo!* atribuyen a cada nación. La tercera, la cantidad de espacios clasificados como de “news & media”, que es desglosada en las cinco siguientes columnas: revistas, periódicos, radio, televisión y otros medios. Estos datos deben ser tomados como indicativos y no del todo puntuales, ya que todos los días surgen algunos y desaparecen otros sitios en Internet. De ellos, el índice que consultamos no necesariamente comprende a todos. El criterio para incluir en el rubro “noticias y medios” a una publicación no siempre es riguroso. Hay revistas latinoamericanas o españolas que no aparecen en esta clasificación y sí en “política” o “cultura”. En el caso de los periódicos casi siempre se trata de diarios con páginas en Internet, pero, eventualmente, son incluidas publicaciones de otra periodicidad. Con el propósito de comparar la situación de la prensa iberoamericana en Internet con la de otros países, añadimos al final del cuadro los datos de algunas otras naciones. No fue posible encontrar cifras completas de la presencia estadounidense, porque no hay índices específicos para todas las páginas de ese origen, excepto las que se refieren a publicaciones de contenido local.

Descontando a las publicaciones en inglés pero registradas en alguno de los países latinoamericanos, tenemos que al momento de esta revisión, el índice *Yahoo!* incluía, en su categoría “news & media”, 67 revistas y 88 periódicos en español. Por supuesto estos datos son parciales porque, insistimos, hay publicaciones que no son registradas por ese índice o que no están clasificadas en el mencionado rubro. De cualquier forma, ese es un universo significativo de la prensa en español en Internet. En total, los mismos índices, sin distinción de idiomas o nacio-

nalidades, reconocen la existencia de 613 revistas y 522 periódicos en la red de redes.⁶

Aunque provisionales, esos datos nos permiten tener un panorama de la presencia de la prensa en español en Internet. En los parámetros que hemos mencionado, las revistas en nuestro idioma constituyen algo menos de 12% de la oferta periodística que en ese género hay en Internet, y de los periódicos en la red, los que se editan en español alcanzan algo menos de 17%.

Hay otros indicadores del periodismo en este idioma. El índice “Medios de comunicación españoles en la red” que mantiene Miguel Angel Monjarás Llorente, enlista, al 10 de marzo de 1997, 23 diarios y semanarios de carácter general y regional, un suplemento, una revista de información general, una agencia de noticias, siete estaciones de radio y TV, cinco medios de información económica, cuatro publicaciones de carácter deportivo, siete de ciencia, cultura, literatura o educación, dos medios de información musical, cinco relacionados con la Internet o la informática y uno más de índole no especificado.⁷ Con un criterio más holgado porque junto a diarios y revistas o magazines incluye boletines, cartas de noticias y otros materiales de diversa índole informativa, un reciente libro especializado en periodismo electrónico registra, hasta mediados de 1996, 110 publicaciones españolas en las redes. La primera de ellas fue *El Temps de Valencia*, surgida en 1994.⁸ Los autores de ese trabajo, consideran que:

En España, pese al retraso que nuestro país suele tener en estos temas, la demora en la aparición de publicaciones en línea no ha sido tan alarmante como cabría sospechar en un primer momento. De hecho, durante los dos últimos años han surgido suce-

6. Además, hay 1 983 páginas electrónicas de estaciones de radio, 6 275 de televisoras y 3 362 consideradas como de “eventos de actualidad”.
7. “Medios de comunicación españoles en la red”: www.dat.etsit.upm.es/~mmonjaras/prensa.html
8. Emy Armañanzas, Javier Díaz Noci y Koldo Meso (1996) *El Periodismo Electrónico. Información y Servicios Multimedia en la Era del Ciberespacio*. Barcelona: Ariel Comunicación, pp. 128, 195 y ss.

sivamente las versiones electrónicas de un elevado número de periódicos y revistas españoles hasta formar un nutrido grupo de medios impresos en Internet.⁹

Por lo que respecta a México, el *México Index*, uno de los índices más completos de los sitios que este país tiene en Internet, incluye, en marzo de 1997, a 54 revistas y 56 periódicos con páginas electrónicas (aunque algunos de ellos no son diarios mexicanos) e incluso en esa relación encontramos varias ausencias.¹⁰

Los anteriores datos son inevitablemente provisionales en vista de la constante apertura de espacios electrónicos de toda índole. Pero de la audiencia que alcanza el periodismo en Internet no se cuenta con acercamientos estadísticos. Eso sí, no pocos editores de páginas en la red padecen la ilusión, ignorante a veces pero en otras ocasiones desvergonzada, de quienes suponen que cada sitio en Internet es visitado por millones de personas.

En la red de redes, como hemos dicho, deambula una cantidad de entre 35 y 60 millones de usuarios.¹¹ Pero eso no significa que cada una de las páginas que son instaladas en la telaraña electrónica atraerá a ese número de lectores.

9. *Ibid.*, p. 195.

10. *México Index*: www.trace-sc.com/index1.html

11. El grupo *Netree's Internet Statistics* (www.netree.com/netbin/Internetstats), con datos del Internet Business Center, estimaba en enero de 1997 que la cantidad de personas deambulando por la red de redes ascendía ya a 102 millones. Sin embargo, es posible pensar que esos datos han sido exagerados, quizá para entusiasmar a los posibles anunciantes en espacios en Internet. Esa fuente deducía, además, que había ya un millón 600 mil espacios en la WWW. Más realista parece el cálculo de la *Internet Data Corporation* (www.idcresearch.com) que el 31 de octubre de 1996 contabilizaba 31 millones 400 mil usuarios. Una información más es la de *Internet Info* (www.webcom.com/walsh/), según la cual para el 27 de septiembre de 1996 había 611 mil 860 dominios, o domicilios en la WWW, registrados ante InterNic, que es la autoridad reguladora de la nomenclatura en Internet. Un compendio de estas informaciones se encuentra en la página de la firma australiana *ad.media*: www.admedia.aust.com

No hay estadísticas completas sobre la cantidad de páginas que ahora existen en la WWW, pero suman centenares de miles.¹² Las más visitadas, son unas cuantas. Las que reciben a más usuarios, suelen ser las páginas de información práctica, o las de entretenimiento. Por ejemplo, la *home page* de “My Virtual Reference Desk”, un servicio de información enciclopédica que recopila datos de seis mil sitios en Internet, recibió 113 mil visitas entre septiembre de 1995 y mayo de 1996, es decir, un promedio de menos de 450 cada día. Se trata de uno de los espacios más frecuentados en la red. Conviene recordar ese dato, para compararlo con la audiencia de algunas páginas de prensa electrónica.

La moda de colocar en la red de redes el contenido de las publicaciones impresas, junto con el enorme caudal de divulgación e interactividad que puede implicar, también causa infatuamientos gratuitos y hasta necios. Con frecuencia algunos editores aseguran que todos los días tienen centenares de miles de lectores, aunque no tengan manera verosímil de comprobarlo. De ser ciertas esas estimaciones jactanciosas, la prensa electrónica estaría desplazando definitivamente a la de carácter impreso y no parece que estemos, al menos todavía, en esa situación.

Para mencionar un ejemplo, en marzo de 1996 el diario mexicano *El Universal* abrió su página en la WWW. Siguió así los pasos de diarios como *La Jornada*, *Reforma* y *El Economista* y de la misma manera que algunos de ellos, se valió de los servicios de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), que tiene el proveedor de conexiones a la Internet más grande en el país. Poco después los editores de *El Universal*, no sabemos si por ignorancia o por exagerados, llegaron a ufanarse de haber tenido una cantidad de consultas que sería nueve veces superior a la del “Virtual Reference Desk”, pero

12. Por ejemplo, la compilación de datos del rastreador de Internet denominado *WebCrawler*, ofrecía en abril de 1996 la cifra de 145 mil 166 servidores registrados, aunque cada uno de ellos podía ser “anfitrión” de varias páginas en la red. Otro dato indicaba la existencia de 199 mil 129 domicilios de servidores para esa fecha: www.webcrawler.com/WebCrawler/Special.html

en menos de la cuarta parte del tiempo antes mencionado. Pocas semanas después de haber inaugurado su presencia electrónica, en la primera plana de su edición en papel, ese periódico incluía una nota con el siguiente titular: “Superó el millón de consultas, por medio de Internet, *El Universal*”.¹³ La información se refería a un encuentro que tuvieron, en las instalaciones del diario, los directivos de dicha casa editorial y varios funcionarios de la UNAM, encabezados por el entonces rector, José Sarukhán. El periódico se ufana de que, en menos de dos meses, su edición electrónica había tenido esa millonaria cantidad de consultas.

No es nueva la actitud de un medio de comunicación mexicano para exagerar sus cifras de circulación (en este caso, circulación electrónica) con el fin de impresionar a los despistados. Lo que llamó la atención fue que *El Universal* aprovechara el hecho de haber sido anfitrión de las autoridades centrales de la UNAM y que esa institución académica no hubiese aclarado el evidentemente desmesurado cálculo, del que aparecía como responsable. En Internet existen recursos para medir la afluencia de cibernautas. Hay páginas que tienen contadores, que se actualizan cada vez que un usuario “entra” para mirarla, consultarla o interactuar en ella. La página de *El Universal*, al menos cuando apareció aquella nota, no contaba con ese recurso.

Es casi seguro que el diario mexicano más leído en Internet sea *La Jornada*, entre otros motivos porque su orientación editorial, que a riesgo de esquematizar demasiado puede considerarse como de centro-izquierda, coincide con las simpatías políticas del mundo universitario que todavía tiene presencia importante entre los usuarios de la red de redes. *La Jornada* inauguró su página electrónica en febrero de 1995 y pronto, el exceso en la demanda por parte de lectores en todo el mundo, obligó a colocar un par de “espejos” que reflejan desde otros servidores electrónicos el contenido que ese diario

13. Nota sin firma en la primera plana de *El Universal*, México, 23 de mayo de 1996. Ese diario no volvió a ufanaarse de tener una alta lectura en su edición electrónica.

pone a circular en la red. Dos años después, *La Jornada* informaba que la cantidad de consultas diarias en su página electrónica era ya de 85 mil.¹⁴ Ello no significa que ése sea el promedio de lectores a distancia de ese diario. 85 mil consultas pueden ser el número de accesos a cada uno de los espacios de la edición cotidiana y del archivo en línea de *La Jornada*. Por ejemplo, un lector que: (1) abre la portada, luego se detiene para (2) ampliar una fotografía, pasa (3) al editorial, lee (4, 5 y 6) tres noticias diferentes, consulta (7) la sección de cartas y luego busca en la página de ejemplares anteriores (8) una información de la semana pasada (9), habrá realizado nueve consultas que son contabilizadas de manera separada. Es decir, el dato de 85 mil accesos diarios puede dividirse entre ocho o diez —o más— para saber la cantidad aproximada de lectores que cada día tiene la página electrónica de ese diario.

Aun así, nueve u once mil lectores cada día (o quizá menos, pues el promedio de accesos de cada usuario puede ser mayor) no es una cantidad despreciable lo mismo dentro de los parámetros de consulta que hay en Internet, que en comparación con la circulación real de los diarios en México. La versión en línea del diario estadounidense *The Wall Street Journal* que apareció a fines de 1993, llegó a alcanzar hasta entre 45 mil y 50 mil “entradas” cada día cuando el acceso a su contenido era gratuito. En 1995 comenzó a cobrar una cuota primero de doce dólares mensuales incluyendo la suscripción a la versión impresa de ese periódico y más tarde de 20 dólares anuales sólo por la edición interactiva y sus editores aseguran que en la actualidad atienden a cerca de 30 mil personas al día.¹⁵

En enero de 1997 el diario madrileño *El País*, que apenas en mayo anterior había inaugurado su página en Internet, informaba que en los días laborables, tenía un promedio de 32 mil lectores diarios. *El País* realizó entre los lectores de su página

14. Adriada Malvido, “Cumple dos años *La Jornada* en Internet: 85 mil consultas diarias”, México, 8 de febrero de 1997.
15. Jacqueline Emigh, “First wave of web publishing failures arriving” en *Newsbytes News Network*: www.newsbytes.com (28 de marzo de 1997).

electrónica una encuesta de donde resultó que más de 80% de quienes respondieron, viven en España y 8% en América Latina. Es decir, los consumidores de esa información son cibernautas de lengua española. Puede considerarse que de la misma manera que alcanzan poca presencia en los índices internacionales, las páginas de las publicaciones hispanoamericanas son leídas fundamentalmente por cibernautas de los mismos países en donde son editadas.

Entre los mismos encuestados, la página electrónica más visitada es la de la empresa Microsoft (que, no en balde, ofrece en su página en español una liga directa a la de ese diario) con 6.8% de preferencias y el segundo sitio lo tiene la misma página de *El País*, con 6.2%. Las versiones electrónicas de otros diarios españoles, *ABC* y *El Mundo*, tienen los siguientes sitios con 2.5% y 2.3% de las preferencias según esa encuesta. Como se puede apreciar, los usuarios que prefieren un diario, tienen a las páginas de otros periódicos entre sus favoritas.¹⁶

Incertidumbres y vicisitudes del periodismo en Internet

Si el periodismo en la red es un asunto reciente, todavía lo es más el periodismo en lengua española. Aún no tenemos indagaciones de los resultados y experiencias de esta forma de expresión pero, esencialmente, podemos considerar que comparte las ventajas, incertidumbres y vicisitudes que tienen todas las publicaciones electrónicas.

La rentabilidad financiera del periodismo electrónico sigue siendo, en lo fundamental, una expectativa a mediano plazo. La gran mayoría de las publicaciones electrónicas en español, a semejanza de las que hay en inglés, son de acceso gratuito. Cuando tienen ingresos propios es por la venta de espacios publicitarios que son leídos por los cibernautas que se

16. "El País y Microsoft, las páginas favoritas del 'internauta' español", *El País*. Madrid, 24 de enero de 1997. La encuesta completa puede encontrarse en la página electrónica de ese diario: www.elpais.es

asoman a esas páginas. El financiamiento fundamental de estas páginas corre a cargo de las casas editoriales que, además de la versión en tinta y papel de su periódico o revista, incursionan en la nueva modalidad que significa tener la versión electrónica. El futuro de la publicidad en Internet sigue siendo incierto. Cuando confrontan las expectativas de quienes promueven sus páginas electrónicas con la realidad de audiencias todavía modestas aunque sin duda crecientes, los anunciantes dudan en mantener sus avisos pagados. Además entre los usuarios de Internet sigue existiendo reticencia, por cierto cada vez menor, a admitir los espacios publicitarios a los que algunos consideran como intromisión en la antaño descomercializada red de redes.

Hasta ahora, la utilidad principal de estas páginas en la red de redes ha sido para sus lectores, más que para editores o anunciantes. Los estudiantes mexicanos que hacen posgrados en Europa, ahora pueden leer cotidianamente periódicos de su país. Los españoles que radican en Venezuela, Argentina o México, pueden tener acceso a la prensa madrileña, incluso antes de que los primeros ejemplares lleguen a los kioscos en la Puerta del Sol. Los estudiosos de asuntos latinoamericanos en universidades o centros de investigación estadounidenses cuentan con material de primera mano acudiendo todos los días a docenas de publicaciones en la red. Todos ellos salen ganando, al menos en oportunidad, al tener en sus pantallas los textos e ilustraciones que antes sólo podían conocer varios días después. Pero para los editores de estas revistas y diarios, además del servicio adicional que ofrecen, por lo general con cargo a las finanzas producidas por sus ediciones impresas, la principal y a menudo difusa utilidad es de imagen pública: tener una edición electrónica es una manera de formar parte del periodismo de apariencia más contemporánea, es un recurso para ser, o parecer, modernos.

Una de las características de Internet es la facilidad para poner en circulación ideas y mensajes a costo muy bajo. Es preciso tener algunas destrezas técnicas, pero no hace falta ser diplomado en cibernética para organizar y colocar en línea una

página en el *web*. Tanto así, que hoy circulan por Internet millares de páginas con información que no le importa más que a quienes la colocaron allí: anécdotas, trivia, simplezas y bagatelas de toda índole abundan en la red de redes. Sin embargo, curiosamente, esa facilidad para publicar, que es de alguna suerte un recurso democratizador, ha sido poco aprovechada por los usuarios de lengua española. La gran mayoría de las publicaciones electrónicas que circulan en este idioma, han sido colocadas por empresas que de una u otra manera ya forman parte de la institucionalidad editorial en sus países. A diferencia de lo que ocurre con grupos políticos, estudiantiles y de los más diversos segmentos sociales en los países anglosajones que ponen a circular centenares de publicaciones electrónicas, este recurso es, comparativamente, poco utilizado por cibernautas de habla hispana. Hay muy pocas publicaciones en este idioma que circulen de manera exclusiva en Internet; casi todas son reflejo, copia o síntesis, del periodismo impreso y casi siempre, comercial o institucional.

La interactividad es otra de las particularidades de la Internet que aparece poco en la prensa electrónica en castellano. A diferencia de numerosas revistas y diarios cuyos espacios de discusión se encuentran entre los segmentos más visitados en sus versiones electrónicas, la prensa latinoamericana y española en línea emplean escasamente ese recurso. La posibilidad de opinar sobre los temas que aparecen en cada edición electrónica es poco aprovechada, quizá porque los usuarios de lengua española tienen menos afición por ese tipo de participación. Podemos aventurar incluso, que los cibernautas en español son más contemplativos que aquéllos que se comunican en inglés, o en otros idiomas. Los sitios de discusión en nuestra lengua, por ejemplo en los foros Usenet, son muy pocos aunque con mayor propensión a los textos largos, con vehementes parrafadas, a diferencia del estilo conciso, más con interjecciones que con ideas, que prevalece en las discusiones electrónicas en idioma inglés.

Ese es un estilo, por cierto, simplificador del discurso y de la arquitectura lógica de la escritura tradicional. Cuando se sus-

tituyen los razonamientos en extenso por las frases breves, a menudo acrónimos o con interjecciones o símbolos ortográficos para expresar estados de ánimo, se abrevian también las ideas. En la WWW, una de las publicaciones que ha abierto foros para sus lectores es el diario español *El País*.

La prensa en español en Internet suele ser repetición, o síntesis, de las ediciones impresas. En el mismo formato o en alguna adaptación para las pantallas de computadora, las noticias, los comentarios y fotografías y viñetas de la prensa en papel y tinta, son utilizadas para que circulen por la red. Hasta donde sabemos, aún no hay ediciones completas que se renueven específicamente para los lectores en Internet.

En el periodismo electrónico estadounidense ya comienza a manifestarse alguna rivalidad, todavía incipiente, entre las ediciones tradicionales y las versiones para la red de redes. En marzo de 1997, el periódico *The Dallas Morning News* decidió publicar en su versión para Internet una noticia exclusiva, antes de que apareciera en la edición impresa. La confesión de Timothy McVeigh, acusado de la trágica explosión en un edificio en Oklahoma en abril de 1995 y que era una noticia muy atractiva para los estadounidenses, apareció en la página de ese diario en Internet y pudo ser reproducida en muchos otros medios, de tal suerte que ya era conocida cuando el *Dallas Morning* la imprimió para sus lectores tradicionales. Al parecer, la redacción del diario quiso adelantarse a un posible veto judicial gestionado por los abogados de McVeigh.¹⁷

Ese episodio marca nuevas tendencias en el periodismo electrónico. Por un lado, la prensa dispone de un recurso adicional, que al menos hipotéticamente la pone a salvo de interdictos legales; las publicaciones electrónicas pueden actuar así como coberturas, o coartadas, de sus hermanas en el periodismo impreso. En segundo lugar, la prensa escrita compite, aunque sea de esa manera indirecta y en un nuevo espacio, con los medios electrónicos; en opinión de un especialista en estos

17. Juan Antonio Gallont, "Se 'roba' su propia exclusiva *The Dallas Morning News*" en *Reforma*, México, 10 de marzo de 1997. El domicilio del *Dallas Morning News* es: www.dallas-news.com

asuntos: “durante unas horas, un periódico ha podido acabar con el privilegio del cual gozan otros medios como la radio y la televisión: el de la inmediatez... es una verdadera revolución tecnológica”.¹⁸ Y en tercer término, el periodismo en línea comienza a tener sus propios ritmos: habrá publicaciones electrónicas que se mimeticen con la inminencia frenética que suele caracterizar a la televisión y la radio, buscando y haciendo circular noticias a raudales, en tanto que algunas otras prefieran el relativo sosiego que en comparación con los medios electrónicos puede tener el periodismo impreso en donde es importante dar a conocer un acontecimiento, pero también lo es ponerlo en contexto, documentarlo, explicarlo. Entre la competencia por la novedad y la búsqueda de la reflexión, el periodismo electrónico tendrá que encontrar sus propios parámetros.

El de los derechos de autor es un tema sin solución que deambula por toda la red de redes. En el caso de las páginas personales en el *web* hay pocos reclamos si alguien copia un archivo, pero para periódicos y revistas que son muy celosos del *copyright* en sus ediciones impresas, la presencia en Internet se ha vuelto una fuente de fugas y plagios casi incontrolable. La legislación internacional y nacional sobre derechos de autor en la red de redes, aún es incipiente. Las reuniones internacionales dedicadas a discutir este asunto sólo han concluido en que el análisis de esa cuestión debe proseguir. Por una parte, es difícil establecer qué materiales están protegidos legalmente y cuáles no, cuando se trasladan del periodismo impreso a la circulación en las redes, a menos que se trate de textos o imágenes cuya reserva legal haya sido realizada de manera específica (y aún así, no siempre está claro que la reserva legal incluya a los materiales digitalizados para su circulación electrónica).¹⁹ En segundo lugar, es imposible impedir que un

18. Francis Pisani, “Los periódicos y la Web” en *Reforma*, México, 17 de marzo de 1997.

19. En México, la nueva Ley Federal del Derecho de Autor, promulgada el 24 de diciembre de 1996, protege a los programas de computación y las bases de datos.

usuario copie un texto o un archivo gráfico, que lo mismo puede guardar para su atesoramiento personal que para reproducirlo en otro sitio, incluso en la Internet misma. En tercer término, aunque esto sea más subjetivo, en la red de redes ha existido una suerte de comunitarismo solidario que, más allá de ideologías, ha defendido el libre flujo de ideas y el intercambio más flexible de documentos electrónicos e incluso la propagación de programas de cómputo gratuitos.

Una de las revistas en línea más visitadas y expropiadas, es la conocida *Playboy*. Aunque el acceso a sus páginas está cada vez más restringido a quienes se suscriben a ellas (y mediante una cuota reciben una contraseña para entrar a la edición electrónica), la reproducción de fotografías de las justamente célebres conejitas ya tiene preocupada a la empresa de Mr. Hugh Hefner. Esas ilustraciones, lo mismo son copiadas para servir como “papel tapiz” en las pantallas de millares de computadoras personales, que como atracción en otras páginas electrónicas, muchas de las cuales venden material de contenido sexual. Eileen Kent, vicepresidente de Nuevos Medios de Playboy, ha anunciado que se estudian varias medidas para imprimir una “marca digital” en esas fotografías para que cuando sean utilizadas sin autorización su empresa pueda entablar demandas legales.²⁰

El debate al respecto, sigue abierto. A fines de 1996, uno de los miembros de la presidencia de la conferencia de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en Ginebra, el finés Jukka Liedes, explicaba ese confuso panorama en los siguientes términos:

¿Quién es el responsable de una infracción (en Internet)?, ¿el que pidió a otro que apretara el botón?, ¿o el propietario del establecimiento donde el botón fue apretado? Internet es un

20. Steve Outing, “Playboy asume posicao intermediaria quanto a protecao de direitos autorais”, columna reproducida en “Parem as maquinas”, espacio en la página electrónica del sistema brasileño *Universo On Line*: www.oul.com.br/internet

fenómeno global y tenemos que definirlo. No hay una legislación global. Sólo podemos llegar a acuerdos que proporcionen soluciones nacionales.²¹

Para seguir con las interrogantes, ¿cuál es el futuro de la prensa en Internet? También a ese respecto se desgranar y polarizan las opiniones. Hay nostálgicos de la tinta y el papel que aseguran que el ritmo de la escritura y la lectura, la cadencia de la publicación impresa, la costumbre y el costo de los diarios y revistas, hacen imprescindibles a las publicaciones impresas. Nada es equiparable, dicen, al placer de leer el diario durante el desayuno o a la facilidad de doblarlo para traerlo bajo el brazo en el metro. Sin embargo, ya hay quienes desayunan delante de su *laptop* conectada a Internet y ahora es técnicamente posible (aunque sea con riesgo de nuestra integridad personal delante de posibles asaltantes) andar por la calle con una computadora pequeña conectada a un teléfono celular. Por su parte, los defensores del periodismo electrónico aseguran que allí está el futuro de la prensa, que la escasez de papel hará indispensables a los recursos de información digitales y que las hemerotecas serán más accesibles por módem y además, menos polvosas.

Una opinión singular por su controvertida personalidad, pero que reproduce el estado de ánimo triunfalista que los editores de prensa electrónica quieren tener respecto del periodismo tradicional, ha sido manifestada por Larry Flynt, el creador de la revista pornográfica *Hustler* y sobre cuya biografía el cineasta Milos Forman hizo una reciente y discutida película. En 1995 comenzó a aparecer en Internet *Hustler Online* y ya hay quienes piensan que sustituirá a su hermana mayor impresa. Flynt considera:

La circulación de todas las revistas ha declinado en los pasados 10 años. Por otra parte, *Hustler Online* creció a un ritmo del 500 por ciento el año pasado. ¿Por qué ocurre eso? Creo que es

21. "Crece la polémica mundial sobre los derechos de autor en Internet", *El País*, Madrid, 13 de diciembre de 1996.

la comodidad y privacidad que la Internet ofrece. Para obtener una copia de *Hustler* debes ir a comprarla al puesto de revistas o suscribirte, pero si tienes una computadora a tu alcance, puedes tener acceso a la revista y leerla ahí mismo. Creo que las revistas seguirán existiendo, pero el futuro está en la Internet.²²

El periodismo impreso y el que se propaga de manera electrónica tienen, cada uno, singularidades. Quizá más que competir entre sí, puedan complementarse.

Obviamente —dice R. U. Sirius, cofundador de la revista *Mundo 2000* especializada en asuntos de cibercultura— los medios interactivos despliegan capacidades que no tienen los medios impresos. En la medida en que este campo se vuelve más intuitivo, se democratiza el intercambio de imágenes, video y sonido. Con el texto inteligente, la Red es potencialmente el mejor sitio para investigar. Es un gran lugar para los foros públicos. Sin embargo, las presentaciones de cuerpos de texto complejos, creativos y substanciales, son preferibles de manera impresa. Mucha gente no lee con gusto los textos más largos en la Red.

Más dura con el periodismo tradicional, es la opinión de David Talbot, editor de una de las revistas electrónicas más relevantes, *Slate* (La Pizarra) patrocinada por Microsoft:

La Red ha producido sólo un puñado de buenas publicaciones nuevas en los dos años recientes. Al mismo tiempo, el mundo impreso no sólo no ha producido ninguna nueva publicación de calidad en los años recientes, así que me parece que el momento creativo de la edición ahora se encuentra en línea. Ninguna publicación impresa surgida recientemente, puede competir con *Salon*, *Slate*, *HotWired* o *Feed*. No sólo esas publicaciones en la Red desarrollan una gran escritura, sino que además

22. "Larry Flynt, the most controversial man that nobody really knows", *Hustler Online*: www.hustler.com/interview/default.html. La entrevista, en traducción de María Cristina Rosas González, apareció con el título "Larry Flynt, el hombre de la prensa desmesurada", en el número 220, del 17 de abril de 1997, del semanario etcétera: www.caligrafia.com/caligraf/etcetera

burbujean con la retroalimentación de los lectores que no es posible excepto en las limitadas páginas de las cartas al editor.²³

Mutaciones, desfiguraciones o adaptabilidad del idioma español en la red de redes

La prensa digital en español se enfrenta a varias limitaciones. Algunas son consecuencia de la todavía escasa propagación de las redes de información electrónica en muchos de nuestros países. En 1994, México tenía 2.2 computadoras personales por cada 100 habitantes y Chile 3.1, en comparación con las 17.5 de Canadá o, la tasa más alta, 29.5 en Estados Unidos.²⁴ Además, como es de esperarse, sólo los segmentos de la sociedad con mayor capacidad económica tienen acceso frecuente a los recursos informáticos.

También en México, en 1994 sólo 5.6% de la población urbana manifestaba que sabe usar una computadora. Únicamente en 3.29% de los hogares mexicanos había al menos una computadora personal. De los hogares en donde había computadora, 84.8% recibían un ingreso superior a ocho salarios mínimos, que es el estrato en donde se ubica 15% de las familias mexicanas con mayores ingresos.²⁵ En otras palabras, los mexi-

23. "Print vs. the web", *Time digital*, suplemento de *Time*. New York, march 17, 1997.
24. Poder Ejecutivo Federal, *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. Programa de Desarrollo Informático*. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, México, 1996, p. 52. El documento lleva el pie de imprenta de la SHyCP aunque fue preparado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
25. En 1994, según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 640 mil 222 hogares mexicanos —de un total de 19 millones 440 mil 278— tenían computadora personal. De esa cantidad, 542 mil 660 eran hogares con ingresos de más de ocho salarios mínimos. Datos elaborados a partir del *Programa Nacional de Desarrollo Informático*, *op. cit.*, pp. 129-132.

canos que saben emplear esta herramienta informática siguen siendo pocos y el acceso a la computación es privilegio de las familias con más recursos.

Todo ello es muy obvio, pero no deja de ser útil documentarlo y precisar los límites del acervo en términos de destrezas y equipos informáticos que hay en cada país. Así que cuando hablamos de periodismo electrónico en naciones como las que son mayoría en el mundo de habla hispana, es preciso no olvidar que nos referimos sólo a sectores pequeños dentro de nuestras heterogéneas y polarizadas sociedades. Si las tasas de lectura de la prensa impresa son bajas, más lo serán los porcentajes de la población con acceso a publicaciones en Internet.

Otra dificultad para este periodismo, se encuentra en la lengua en la que es pensado, escrito y publicado. Al difundir contenidos en nuestro idioma, esta prensa digital permite que los usuarios, que tienen al español como su lengua principal o única, tengan puntos de referencia aprehensibles, en los cuales puedan reconocerse e incluso nutrir su bagaje cultural. Pero en un medio en donde la lengua preponderante es otra, los espacios en español pueden convertirse en una suerte de *ghettos* distanciados de los sitios más concurridos en Internet.

Como quiera que sea, la lengua española no permanece ajena al desarrollo tecnológico ni a la necesidad de identificar nuevos recursos y conceptos con términos también actuales. De manera similar a como sucede en otras áreas del desarrollo tecnológico, pero quizá con mayor propagación en vista de que sus usuarios suelen tener acceso a los medios de comunicación, la informática ha requerido de palabras que no siempre encajan con la ortodoxia lingüística. De ello también hay amplia documentación y expresiones en la red de redes.

Desde hace varias décadas, sobre todo en la zona fronteriza entre México y Estados Unidos en donde la migración significa, entre tantas otras consecuencias, una heterodoxa fusión de culturas e idiomas, se conoce y ha evolucionado una simbiosis idiomática conocida como *espanglish*. Pero ahora, además, existe un *ciberespanglish* formado por centenares de términos que se utilizan en computación. La profesora de ori-

gen peruano Yolanda M. Rivas, ha desarrollado un programa de investigación en el Laboratorio de Tecnologías en Comunicación Avanzada de la Universidad de Texas en Austin, y mantiene sobre ese tema una bien documentada página en Internet.²⁶ Allí se incluye un diccionario del CyberSpanglish que da cuenta de esas nuevas realidades.

Hay palabras que, de manera oficial o no, ya forman parte del vocabulario común en nuestras sociedades. Términos como *fax*, *módem*, *tóner*, *laptop*, *hardware* e *Internet*, suelen ser aceptados sin demasiado azoro. De algunos de ellos se derivan verbos que suenan algo más extravagantes pero que no tienen sustituto satisfactorio como *faxear*. Hay palabras que en algunas de nuestras naciones comienzan a ser de uso común, en tanto que en otras son rechazadas. Al *mouse* en España se obstinan en seguirle diciendo *ratón*; pero hemos leído a escritores de esa nacionalidad escribiendo con toda comodidad *downlondear* para expresar la acción de “bajar” un archivo de Internet. El autor de este artículo publicó el año pasado, en España, un libro sobre la red de redes. La única sugerencia de estilo en la cual nuestros editores en Madrid fueron inflexibles fue en la conminación para que todas las veces que habíamos escrito *computadora*, apareciera *ordenador* (lo cual, a su vez, trajo algún problema de compatibilidad cuando se publicó la edición mexicana de ese mismo libro).

El diccionario de la profesora Rivas incluye términos que al parecer ya son de uso frecuente entre los latinos que residen en Estados Unidos, como *emailear* (que es enviar un correo electrónico), *backupear* (hacer un archivo de respaldo), *browser* (la acción de buscar, rastrear u hojear), *efetepear* (que es la recuperación de un archivo en el sistema FTP, o File Transfer Protocol). En numerosas ocasiones hemos escuchado, sobre todo entre usuarios frecuentes de computadoras —o, perdón, ordenadores— la palabra *resetear* que describe aunque insuficientemente la acción de apagar y encender una máquina, o

26. “CyberSpanglish WebSite”: www.actlab.utexas.edu/~seagull/spanglish.html

escanear que en el mencionado sitio en la red se traduce como “explorar”, “barrer”, “analizar” o “escudriñar”, verbos todos ellos deficientes para describir la digitalización de una información gráfica a través de un escáner. Hay términos intraducibles como *shareware*, que se aplica a los programas de cómputo disponibles en la red o en copias en disco que se distribuyen sin costo, para compartir y que el diccionario del CyberSpanglish explica como “soporte lógico de dominio público”.

La profesora Rivas considera que

la dimensión de la evolución del idioma español en las comunidades latinas ha sido ignorada, tanto por miedo como por descuido. Continuando la perpetuación de la dependencia tecnológica respecto de las naciones del primer mundo, los hablantes del español ahora están adoptando palabras en su vocabulario cotidiano, cuando interactúan con o cuando hablan de las computadoras.

Se trata de una mutación idiomática que además es ubicua, pues puede ocurrir en todas partes.

Hoy, las dimensiones de esta evolución alcanzan grandes implicaciones en tanto estas máquinas comienzan a formar parte de una matriz de información, gente e identidades. Más que nunca antes, los latinos se comunican a través de las distancias, reuniéndose en un medio que antes había sido concebido como “herramienta de trabajo”. En este nuevo espacio, los latinos han reconocido que la pureza de su lenguaje puede ser considerada como una segunda prioridad en vista de las limitaciones que implica cuando tienen que hablar de la “tecnología de habla inglesa”. Empleando a las “palabras” como herramientas de interacción, las comunidades latinas, inconscientemente, han enfrentado el desafío de revolucionar la vieja pureza de las reglas y tradiciones de su lenguaje, estableciendo nuevos paradigmas para la perpetuación de su identidad en la era de la información. Es decir, el cyberspanglish no es sólo un signo de la evolución del lenguaje, sino de su gente que se enlaza a través de un nuevo medio: la computadora.²⁷

Las consecuencias culturales de esas transformaciones quizá todavía están por ser evaluadas, pero los cambios en el lenguaje son tan drásticos que hay quienes dice: *voy a emailarlo ahorita; zoomea para verlo más grande; necesito re-butear la computadora otra vez*. Desde luego,

para algunos, el cambio desafía la pureza de las culturas. Otros lo acogen como una evolución necesaria, una manera de participación que tiene que ser comunicada. La Internet y su *lingua franca*, el inglés, ha llegado a las comunidades de habla hispana en línea y las dos culturas han llegado a ser más entretrejidadas. Esta transformación podría ser comparada con otros hitos que han modelado a otros idiomas: la invasión árabe-berbera en Iberia, que les dio a los hablantes del español las palabras árabes que usan a la manera latina; o la conquista normanda, que le dio al inglés tantas palabras para usar en un lenguaje germánico. Como el español y el inglés, los ciberlatinos están tomando prestados, pero están empleando términos en su propia, única manera española.²⁸

Como es de esperarse, esa flexibilidad para considerar que las modificaciones que la terminología técnica impone en el habla frecuente en español son signos de progreso, es considerada herética por otros analistas. Las posiciones interpretativas y el diccionario de la profesora Rivas han propiciado quejas de quienes consideran que ella,

se atreve a defender algunos usos que a ningún hispanoparlante con un mínimo de sensibilidad idiomática pueden parecerle aceptables, como traducir "exit" por "hacer un exit" cuando en español eso es "salir", o el horrible "printear" en lugar de "imprimir" como equivalente al inglés "print", o "deletear", de "delete", por "borrar". Pretender que verbos tan españoles como salir, borra o imprimir dejen de usarse sólo por estas relacionados con una computadora es, en mi opinión, actuar contra la unidad y corrección del idioma.

28. Yolanda M. Rivas (1996) "Hablas CyberSpanglish? You might find that you already do!", en *Hispanic on Line*, april: www.hisp.com/apr96/tesoros/index.html

El lingüista Alberto Gómez Font, autor del anterior comentario, considera que si se aceptan cambios como los que ha recopilado Rivas, veremos declaraciones como la siguiente: “Querido Jesús: ya que hemos decidido emailearnos, te envío un archivo para que lo downloadees a tu ordenador. Lo he encontrado surfeando en el Web, cliqueando de site en site. Lo puedes pasar a un floppy o printearlo, y si no te interesa salvarlo lo deleteas...”²⁹

La directora de la revista *Apuntes*, especializada en temas de traducción al español, Leticia Molinero, dice sobre la página de Rivas en la red de redes: “Esa postura de defensa del spanglish se basa no sólo en una crasa ignorancia de las posibilidades del español, sino en una actitud fáctica y servil ante el idioma inglés”.³⁰

Pero más allá de las indignaciones catárticas, es difícil ofrecer soluciones a esa evidente distorsión del idioma. Se trata de una tendencia imposible de frenar, pues el español se encuentra en interacción con otras lenguas, especialmente el inglés. A lo mucho, se puede propiciar un ritmo de simbiosis menos acelerado y, claro, hace falta acuñar a veces, o reconocer en otras, los términos necesarios para describir acciones antes inexistentes y que ahora son cotidianas en el uso de la informática. Como ejemplo de las posturas testimoniales ante estos cambios en el lenguaje, está la propuesta del señor Jorge Tamayo, director de la editorial Enigma de Barquisimeto, Venezuela, recogida por el ya citado Gómez Font y que considera necesario que haya algún organismo que

de una vez por todas ejerza su mandato y le ordene al ordenador aceptar el más castizo nombre de computadora, o viceversa; que deje las ristras para los ajos (en la cocina) y utilice cadena para los caracteres del lenguaje binario de la computación, o viceversa. En síntesis, un Cervantes que al fin logre llegar a

29. Alberto Gómez Font (1997) “Un nuevo lenguaje técnico: el español en Internet”, Ponencia al III Coloquio Lenguaje y Comunicación en Caracas, Venezuela, febrero. Bajado de la página del idioma español: www.webcom.com/rsoca/index.html

30. *Ibid.*

América a través de Internet para definir el vocabulario fundamental de informática castellana.³¹

Pero no parece que el idioma español vaya a ser organizado y menos actualizado, de esa manera. Como toda lengua viva, está abierto a las más diversas influencias. Lo que ocurre con la interdependencia que ya había del español con otras lenguas y con nuevos usos, ahora tiene lugar en un medio de propagación universal e inmediata. El desliz, la adaptación o el neologismo que aparecen en Internet, tienen una circulación potencialmente mayor a la que antes alcanzaban otras formas de diseminación de nuevos vocablos.

En Internet no existen trabas para decir las mayores tonterías. Lo que sí hay, son espacios dedicados a la discusión y reflexión de los cambios, así como a la presencia y vigencia de la lengua española. Divagando por las redes durante la preparación de este texto, encontramos listas de correo como la denominada "spanglish list", en donde a diario se discuten estos asuntos.³²

En el *web*, o la telaraña como preferirán llamarle los adversarios del pragmatismo lingüístico, hay sitios que reivindican el uso y el estudio del castellano, como *La página del idioma español* que es mantenida desde Río de Janeiro por el periodista uruguayo Ricardo Soca.³³ Se trata, como dice de su autor, de un intento para "contribuir a la preservación, unidad y pureza de nuestra lengua. Busca sumarse así a otras iniciativas que apuntan a abrir en la Internet nuevos y más amplios espacios a la comunidad de 400 millones de hispanopar-

31. *Ibid.*

32. Las listas de correo en Internet funcionan por suscripción. Los usuarios intercambian mensajes que reciben directamente en su buzón de correo electrónico, pero para participar es necesario ser aceptado por el administrador de la lista. La "spanglish list" recibe solicitudes en el domicilio: spanglish@eunet.es. Además, una relación de los mensajes insertados en esa lista puede encontrarse, en la world wide web, en: www.eunet.es/listserv/spanglish

33. La página del idioma español: www.webcom.com/rsoca/index.html y también: www.iis.com.br/~rsoca/index.html

lantes”. La página ofrece un índice de publicaciones electrónicas de América Latina y España, una selección de diccionarios digitales, un espacio para debates entre traductores, ligas a novedades y páginas literarias en la red y a cursos de español, así como una relación de foros de discusión sobre estos temas, entre otros espacios.

En la red hay varias páginas sobre el uso del español, en especial de y para periodistas. Recientemente se abrió el foro “Periodismo”, de discusión sobre el uso de la prensa en esta lengua.³⁴ Por otra parte, existen sitios como el denominado “Español urgente”,³⁵ en donde la agencia EFE, “con el propósito principal de aportar criterios que eviten la dispersión lingüística y la invasión indiscriminada de neologismos”, ofrece consultas y un vademécum con aclaraciones sobre nombres y palabras difíciles pero de uso frecuente en los medios. En compendios como éste, suelen aparecer ejemplos de las dificultades para uniformar el uso del idioma español en nuestros países.

La agencia EFE incluye, en su glosario, términos que pueden ser equívocos. Es el caso de una palabra que en México llega a tener un significado impensable en otros países y de la cual, el vademécum del *Español urgente* que puede ser consultado en Internet, se ocupa de la siguiente manera:

Coger. Recibida una carta de México en la que se nos advertía sobre la inconveniencia de usar el verbo *coger* en las noticias de la Agencia EFE sin tener en cuenta su significado en algunos países de Hispanoamérica, creemos oportuna la siguiente aclaración:

No podemos aconsejar a todos los delegados y corresponsales de la Agencia EFE en Hispanoamérica que dejen de usar el verbo *coger*, cuando para la mayor parte de ellos no es malsonante. Lo lógico es que los receptores de las noticias de EFE sepan que nuestra agencia es española, y que por lo tanto hay palabras con

34. La lista de correos recibe suscripciones en: listserv@listserv.rediris.es; en la WWW hay un archivo con los textos que han circulado en dicha lista: chico.rediris.es/archives/periodismo.html

35. *Español urgente*: www.efe.es

distintos usos en sus países y en el nuestro. A los receptores corresponde cambiar lo que pueda resultar chocante en su país, antes de publicarlo en sus periódicos o de transmitirlo por sus cadenas de radio o televisión.³⁶

La precisión de los redactores de EFE es representativa de la altanería con que frecuentemente, desde la llamada madre patria, se establecen criterios para el uso de la lengua que todos compartimos. El español de España no es sino uno de los varios que se hablan en el mundo, aunque por supuesto los giros en los significados de las palabras que se propagan en cada país o en cada región, no permiten que en la difusión de las noticias existan versiones *idiomáticamente correctas*. La irradiación de los medios de comunicación más modernos y ahora especialmente Internet, quizá propicie una homogeneización en el español de uso corriente en nuestros países. Con ello perderemos originalidad, diversidad y vivacidad. Pero, quizá, gracias a esa uniformidad algunos cables de la agencia EFE dejen de causar incomodidad en otros países de lengua hispana.

La lid por la "ñ" y las posibilidades del periodismo electrónico en español

La Internet es un medio de y para el idioma inglés. Ello no cancela la posibilidad de que existan espacios en otras lenguas ni el mérito de los que, como hemos visto, ya hay en la red de redes dedicados al español. Pero, incluso para encontrarlos, es preciso hacer nuestras búsquedas en inglés.

Quizá el índice más ambicioso que hay ahora en Internet sea el denominado *Altavista*, que no sólo busca entre los nombres de las páginas en la red, sino que además hurga dentro de ellas. En ese índice, a fines de marzo de 1997 intentamos un ejercicio muy sencillo, a través de la página electrónica del CNET, uno de los sitios con mayor información sobre Internet,

36. *Vademécum*: www.efe.es/vademecum/index.html

especialmente acerca de novedades tecnológicas,³⁷ le pedimos al localizador de Altavista que buscara todas las referencias para la palabra *español*. El resultado fue harto significativo: cero hallazgos. Pero cuando solicitamos la búsqueda de la palabra *spanish* los resultados fueron abrumadores: había 659 mil 204 sitios en los que destacaba ese vocablo. Luego, si quitábamos la “eñe” para escribir español, se nos informaba de 258 mil 300 sitios en Internet con esa palabra. Lo que ocurría, era que la liga a la página desde la cual hicimos la búsqueda no tenía el software adecuado para descifrar la letra “ñ”. Pero ya en una indagación directamente en la página de *Altavista*, encontramos que hay 88 mil 5 sitios con la palabra *español*, con todo y “ñ”. Allí mismo, el término *castellano* aparece en 40 mil 980 casos. De todos esos sitios, el que ese índice pone en primer lugar, por considerarlo más relevante, es la página web con el currículum de una especialista en computación en Florida, llamada Roslyn Castellano. El segundo es una compilación de periódicos en idioma español.

La cibernética, en algunas de sus expresiones más específicas, está reñida con el español. La falta, hasta hace no mucho tiempo, de teclados sin “ñ” en nuestros países era una expresión de esa apropiación sin adaptación que solemos hacer de las nuevas tecnologías.

Pero además, a esas tecnologías y a quienes deciden respecto de ellas, les llegamos a endosar culpas que no son necesariamente tuyas, en la distorsión y simplificación de nuestro idioma. En 1996 fueron célebres las pifias que aparecieron en el diccionario de sinónimos del procesador de palabras Word de Microsoft. Varios usuarios encontraron que el término *indígena* era equiparado a las palabras “salvaje”, “antropófago”, “caníbal” o “beduino”, entre otras. Entre los sinónimos de *mujer* estaban “hembra”, “señorita”, “venus”, “criada” o “doncella” pero en cambio, para la palabra *persona* uno de los sinónimos era “hombre” y para nada se mencionaba allí a

37. CNET es un proyecto conjunto de varias empresas de comunicaciones para ofrecer información sobre los vínculos entre la Internet y la televisión: www.cnet.com

las mujeres. *Homosexual* era equiparado con “invertido”, “maricón” o “desviado”, y *lesbiana*, con “pervertida” y “viciosa” entre otros presuntos sinónimos. Y así por el estilo.

El pequeño escándalo que se desató a mediados de 1996 primero en España y luego al menos en México, fue un tanto repentino porque los procesadores de palabras de Microsoft hacía varios años que incluían equivalencias de tal sexismo y dogmatismo y que se sepa, nadie había reclamado. Además, las mismas acepciones se encuentran en diversos diccionarios de sinónimos, que desde tiempo atrás venían circulando y lo siguen haciendo, sin que sus editores hayan sido emplazados a revisar las expresiones desatinadas. No faltaron quienes, en una reacción autodefensiva pero un tanto candorosa, acusaron a la mencionada empresa fabricante de software de querer imponer criterios anglosajones, pero al mismo tiempo machistas y segregacionistas, en sus diccionarios para usuarios en lengua española. La verdad, es que éstas eran acepciones publicadas desde mucho tiempo atrás por varios de los diccionarios convencionales de mayor uso en nuestro idioma.³⁸ Microsoft se disculpó, consultó a especialistas en varios países de habla hispana y puso a circular una nueva versión, gratuita para quienes tuvieran la anterior, de su diccionario de sinónimos.³⁹

Internet es un espacio que la prensa en español no puede, no debería desperdiciar. Si el periodismo electrónico sustituirá o no a la prensa en papel y tinta, es algo que, en realidad, no nos tocará presenciar. Todavía hay suficiente carencia de computadoras, módems, conexiones telefónicas y servidores

38. Tenemos a la mano el *Gran Diccionario de Sinónimos, Voces Afines e Incorrecciones* de Fernando Corripio, publicado en las Ediciones B de Grupo Editorial Z (de Barcelona) en México en marzo de 1991 y cuya primera edición es de junio de 1989. Al parecer el diccionario de sinónimos de Word y otros procesadores en español (como Works) de Microsoft fue calcado de esa obra. Así que las acepciones políticamente incorrectas o, de plano, discriminatorias, ignorantes u ofensivas, ya transitaban por nuestras bibliotecas antes de que fuesen atribuidas a esa corporación de programas de cómputo.
39. Armando Neira, “Microsoft pide perdón por sus sinónimos”, *El País*, Madrid, 24 de junio de 1996.

de redes para que, durante varias décadas, la información y el pensamiento por escrito y a través de los procedimientos tradicionales sigan manteniéndose. Pero no por ello es justificable que se descuide la expansión de la red de redes, que a las publicaciones que ya existen impresas en papel les permite aumentar su presencia y que ofrece la opción de ensayar nuevas formas de comunicación periodística.

La preponderancia del idioma inglés tampoco debiera amilanar al periodismo en español, aunque es un hecho que no podemos ignorar. El periodismo en la red de redes no es ni la panacea democratizadora ni el pozo de confusiones que sus paladines o sus detractores más encarnizados afirman. Es un recurso, de importancia creciente, en el que hay que saber estar, antes de estar sin ton ni son. Allí como en la prensa escrita, caben informaciones y calumnias, reflexiones lo mismo que infundios. Y eso sucede en todos los idiomas.

La Internet lo mismo que el idioma son instrumentos para comunicarnos. Si queremos que sean eficientes tenemos que admitir sus cambios, sin que esa transformación necesaria sea perturbación que haga inoperantes o inaccesibles a estos instrumentos. Podemos analizar o desentrañar, instruir o enseñar, de la misma manera que es factible causar perjuicio o daño y decir falsedades o patrañas, con eñe o sin ella.

ANEXO

CUADRO 1

Páginas electrónicas de noticias y medios en español
(América Latina y España) y otros países,
registradas en los índices *Yahoo!* de Internet
(marzo de 1997)¹

País	Número de sitios	Páginas de noticias y medios	Revistas	Periódicos	Radio	TV	Otros ²
Argentina	753	38	16	8	3	6	5
Bolivia	69	9	0	8	0	0	1
Chile	333	8	3	4	0	0	1
Colombia	216	15	3	5	5	0	2
Costa Rica	428	7	2	5	0	0	0
Cuba	72	3	0	0	0	0	3
República Dominicana	125	4	2	2	0	0	0
España	2420	63	22	18	9	4	10
El Salvador	48	2	2	0	0	0	0
Guatemala	72	2	1	1	0	0	0
Honduras	61	4	0	3	1	0	0
México	1716	48 ³	7	19	8	2	12 ⁴
Nicaragua	46	4	1	0	0	0	3
Panamá	88	5	0	3	0	0	2
Paraguay	24	0 ⁵	0	0	0	0	0
Perú	212	32	3	5	1	1	22 ⁶
Puerto Rico	n.d.	5	4 ⁷	1	0	0	0
Uruguay	101	7	0	4	2	1	0
Venezuela	222	11	4	2	2	2	1
Totales	7006	267	70 ⁸	88	31	16	62
Otros países							
Alemania	4368	173	72	22	15	41	23
Brasil	2843	72	25	6	19	13	9
Canadá	36308	468	89	39	185	66	89
Francia	2408	75	32	5	12	12	14
Italia	4670	168	89	22	35	8	14
Japón	2011	80	33	7	9	11	20
Reino Unido	26414	803	64	47	143	457	92

Notas:

- Estos datos fueron elaborados a partir de los índices *Yahoo!* registrados el 26 de marzo de 1997. Como es evidente, hay países de América Latina que no están incluidos. Ello se debe a que no aparecen en tales índices: www.yahoo.com

2. Aquí incluimos a todas las páginas electrónicas de medios que no están expresamente clasificadas como revistas, periódicos, radio o televisión. Entre ellos se encuentran agencias de noticias, servicios de procesamiento de información, índices de medios e incluso diarios o revistas que los índices *Yahoo!* no mencionan dentro de esos rubros específicos.
3. Otro catálogo disponible en la red, el *México Index*, registra en la misma fecha de esta revisión, 54 revistas y 56 periódicos mexicanos con páginas en Internet —aunque algunos de los diarios incluidos son publicaciones de otros países que incluyen noticias sobre México—.
4. De esos doce sitios, cuatro corresponden a periódicos diarios y otro más a una revista, aunque en el índice *Yahoo!* están clasificados fuera de esos rubros.
5. *Yahoo!* no menciona sitios paraguayos de medios de comunicación o noticias. Sin embargo, el índice Ascinsa-Paraguaynet registra un periódico diario y, al menos, una revista de esa nacionalidad.
6. *Yahoo!* incluye en algunos casos el rubro “current events”, para remitir a páginas en las que se mencionan asuntos de actualidad en donde se menciona a un país específico, aunque se trate de sitios de otras nacionalidades. En este caso, las 22 páginas que hemos incluido en “otros” se refieren al secuestro en la embajada japonesa en Lima, pero todas esas ligas llevan a fuentes de información no peruanas.
7. Puerto Rico está registrado como un estado más de la Unión Americana y por eso no hay datos específicos del número de páginas electrónicas originadas allí. De las cuatro revistas electrónicas incluidas en este índice, sólo una está en español.
8. Descontando las tres revistas puertorriqueñas en inglés, tenemos 67 en español.