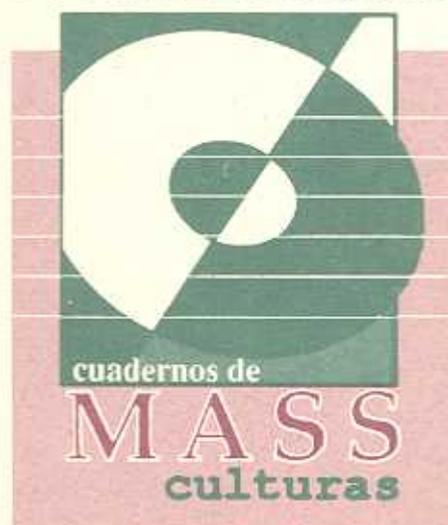


Depto. de Ciencias del Hombre
Universidad Iberoamericana León



Internet como apoyo a la
investigación de la televisión

Claudia Bennasini Félix.

Contenido

5	Presentación. La moneda en el aire: internet como apoyo a la investigación.
7	Internet como apoyo a la investigación de televisión.
7	Introducción.
9	I. Globalización-mundialización.
21	II: Internet e investigación de televisión.
29	III. Reflexiones finales.
31	Notas.
31	Bibliografía.

Presentación. La moneda en el aire: el internet como apoyo a la investigación.

Nuestra época configura un espacio de transformaciones constantes, las identidades que antes se definían por esencias ahistóricas ahora son construcciones a partir de deseos y expectativas variadas y fugaces.

Manifestaciones culturales sometidas al movimiento dinámico del mercado, entre consumo incesante renovado, sorpresa y entretenimiento. Esta gestión de partes, valores, actitudes, usos; como parte de ese proceso de ensamblado nacional y ahora multinacional que es nuestra cultura. La cual es partícipe, de lo que admitimos ahora como una tendencia irreversible la globalización.

La globalización entendida como una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa.

Esta intensificación de relaciones sociales conforma nuestras ciudades, disciplinas, espacios de trabajo; que se conectan con redes mundiales de la economía, las finanzas y las comunicaciones.

El campo de la investigación, como generador de conocimientos, no puede posponer su ingreso al ciberespacio de información. Donde día con día el conocimiento se pone en el escenario mundial. La estrategia es conformar alianzas, interrelaciones que otorguen la posibilidad de tener acceso a una oferta cultural global.

El trabajo de Claudia Benassini nos vuelve observables las ventajas y desventajas del internet. De la super autopista de información como apoyo para la investigación específicamente de la televisión, en el contexto de la globalización de las comunicaciones. En donde, el primer problema se relaciona con la disponibilidad de información.

La idea del trabajo parte con los términos de globalización, mundialización, internet, medios de comunicación. Las nuevas tecnologías y su entender, acceso, disfrute en nuestra sociedad. Rescata la propuesta de Marshall MC. Luhan y la interdependencia electrónica, en la cual el globo terráqueo se ha convertido en una aldea global donde todo el mundo está comprometido con todo el mundo. Es decir, la información nos acerca unos a otros y reduce las dimensiones geográficas. Lo que proporciona la imagen de una gran aula sin muros.

Benassini centra su escrito: 1ero. En la computadora y su producto EL INTERNET.

Instrumento que es útil para representar, comunicar y conocer las formas crecientes de acceso y puesta en escena de la información.

2do. En el uso del internet, sus utilidades, mercado, servidores y gopher, en fin, es una asesoría para disponer de este medio.

Cabe destacar que el trabajo de Claudia Benassini, es uno de los primeros artículos generados a nivel nacional cuyo material sirve, así como pone en la mesa la propuesta de utilizar este medio electrónico como posibilidad abierta para investigar la televisión.

Es así que el internet como apoyo a la investigación de la televisión constituye un recurso importante que proporciona elementos de trascender en conocimientos, contactos, experiencias, interrelaciones. También representa riesgos, primero de que la información a nuestro alcance no cumpla con el rigor científico que caracteriza a la investigación. Segundo que su uso pretenda sustituir el quehacer del investigador caracterizado por la rigurosidad de su trabajo.

La moneda está en el aire, la invitación es a combinar las formas tradicionales de hacer investigación incorporando habilidades que permitan acrecentar nuestras redes sociales y el abánico de posibilidades a través de las tecnologías de información.

Ivonne J. Pérez Wilson
Verano de 1997
León, Guanajuato.

INTERNET COMO APOYO A LA INVESTIGACION DE TELEVISION.

INTRODUCCION

En 1986 comencé mis primeros pasos como investigadora en la temática de la mundialización de la televisión, apoyada en una máquina Olivetti que todavía conservo, en parte porque le tengo mucho cariño –en ella hice mi tesis de Maestría– y en parte porque pienso que la necesitaré para alguna emergencia. Mi primer trabajo sobre la televisión mexicana en Estados Unidos, Televisa obviamente, en concreto, los casos de Univisión y Galavisión. Continué con la expansión del consorcio hacia Europa y el Norte de Africa, hasta que caí en la cuenta de que mis ensayos no pasaban de ser meras descripciones planas de una realidad que yo pensaba conocer.

Sin embargo, la curiosidad por el proceso de mundialización de la televisión –el vicio, dirán algunos–, propició que personalmente me acercara a sus nuevas tecnologías, desde la parabólica hasta la televisión por cable. La investigación sobre el tema gradualmente abrió paso a estas opciones y a las que vendrían más adelante, como la televisión de señal restringida en sus diversas modalidades. Por aquel tiempo –entre 1986 y 1989– las únicas guías para mis investigaciones eran el acceso a la programación vía suscripción o por mediación de algún conocido que me permitía asomarme a Univisión, así como algunos materiales aislados sobre internacionalización de la televisión y revistas de divulgación como *Orbit* y *TV World*.

Cualquier investigador medianamente formado que me vaya siguiendo estará de acuerdo conmigo en que estos materiales en el mejor de los casos producirán ensayos más o menos novedosos, dependiendo de la información disponible y de la oportunidad para publicarlos en alguna revista especializada o de divulgación general. El primer problema me alejó temporalmente del tema, pues de manera creciente se relacionaba con el segundo: cómo producir materiales publicables si la información disponible era cada vez más creciente y limitada.

Por lo tanto, de manera paralela comencé a buscar alternativas teóricas y formas de acceder a los datos para complementar el análisis empírico. Después de mucho buscar, ambos llegaron de manera simultánea y, con ello, la posibilidad de continuar con la temática. Dos situaciones me apoyaron: la primera, el haber encontrado nuevos apoyos teóricos, que me permitieron contextualizar los datos y trascender el ensayo. Me refiero a las propuestas elaboradas por autores sobre quienes hablaré en su momento. La segunda, las nuevas modalidades mediante las cuales uno puede acceder a información sobre temáticas de comunicación internacional, particularmente Internet.

Sin quererlo, esta opción me dio nuevas perspectivas para apoyar mis clases. Con frecuencia, los académicos somos cuestionados por nuestro acercamiento a las todavía llamadas nuevas tecnologías de comunicación. Por una parte, se dice que somos demasiado *teóricos* y, por lo tanto, tenemos poco contacto con la realidad. En contraparte, el reclamo es que a pesar de que en nuestras clases aludimos tanto a las implicaciones socioculturales de las nuevas tecnologías como a la importancia de utilizarlas cotidianamente, lo cierto es que nosotros no recurrimos a ellas ni para apoyar nuestras actividades, ni como vehículos de entretenimiento, ni por simple curiosidad.

Este ensayo constituye una síntesis de parte de los caminos que recorrí para llegar a nuevas formas de análisis y explicación de la realidad. Por lo tanto, pretende cumplir con dos objetivos: el primero, presentar alternativas para acceder a información para quienes se interesan en el estudio de la televisión desde diversas perspectivas. El segundo, compartir la experiencia de un viaje a través de Internet para fines de docencia e investigación. Para cumplirlos, el trabajo consta de tres partes. La primera sintetiza un panorama sobre la globalización y el papel de las comunicaciones en el proceso, particularmente los nuevos medios con énfasis en Internet. La segunda parte se centra en el papel de Internet en la investigación sobre mundialización de la televisión. La tercera parte presenta las conclusiones y las propuestas de investigaciones que de aquí pueden derivarse.

Agradezco la confianza de Héctor Gómez Vargas, colega de la Universidad Iberoamericana plantel León y coordinador de Cuadernos de Mass Culturas, por el interés y el entusiasmo mostrados desde los inicios del proyecto. Asimismo, las partes relativas a Internet no hubieran podido escribirse sin el apoyo de Román González. Dejo para el último lo más importante: la primera versión de este trabajo apareció hace aproximadamente un año en la el segundo número de la revista electrónica *Razón y Palabra*, que desde el Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México dirige Octavio Islas y de la que formo parte del Consejo Editorial. Un agradecimiento a Octavio por darme la oportunidad de compartir la experiencia con él y su equipo de colaboradores, además de compartir puntos de vista y la amistad cotidiana que hace posible la cristalización de este tipo de proyectos.

Santa Fé, Ciudad de México, junio de 1997.

I.- GLOBALIZACION-MUNDIALIZACION:-

Diversos autores (Giddens, 1994; Miguel, 1992; Mattelart, 1996; Negroponte, 1996; Trejo, 1996) coinciden al afirmar que la globalización es de carácter económico, con implicaciones socioculturales. Anthony Giddens la define como “la intensificación de las relaciones sociales en todo el mundo por lo que se enlazan lugares lejanos, de tal manera que los acontecimientos locales están configurados por acontecimientos que ocurren a muchos kilómetros de distancia o viceversa. Este es un proceso dialéctico puesto que los acontecimientos locales están configurados por acontecimientos que ocurren a muchos kilómetros de distancia o viceversa. Este es un proceso dialéctico puesto que esos acontecimientos locales pueden moverse en dirección inversa a las distantes relaciones que les dieron forma (Giddens, 1994:68).

Para dar una idea de la complejidad de la globalización, Raúl Trejo la considera como un concepto “descriptivo, cuando se trata de grandes tendencias, pero acaso muy general para abarcar procesos que llegan a ser de marcada complejidad. Hoy en día (...) las fronteras tienden a difuminarse, el conocimiento encuentra nuevos caminos por los cuales desparramarse y los ciudadanos del mundo actual se sienten cada vez más contemporáneos de esta cauda de interrelaciones. Sabemos más cosas con más rapidez. En las sociedades conectadas a los nuevos flujos comunicacionales contamos con más opciones de información y recreación. Pero, como también es palmario, todo ocurre en un contexto de creciente desigualdad” (Trejo, 1996:22). Como se verá en el siguiente apartado, estas condiciones son características de la sociedad digitalizada.

Finalmente, la caracterización de la globalización particularmente como fenómeno económico hace necesario hablar de la importancia de las alianzas, que permitirán que el proceso sea posible al propiciar que se cumplan los objetivos propuestos. En el campo de la comunicación cabe recordar por ejemplo las alianzas que han permitido que la comunicación ocupe un lugar estratégico dentro de los medios de comunicación, particularmente en lo que se refiere a la televisión directa al hogar, cuya introducción en México y otros países latinoamericanos no hubiera sido posible sin la fusión de capitales nacionales e internacionales para llegar a una comunicación transnacional. Las alianzas también son palpables en la industria de la computación, en donde se observa la presencia de consorcios provenientes tanto del campo de la comunicación como de otros sectores.

1.- De la sociedad de masas a la sociedad digitalizada.- La primera mitad del siglo se caracterizó por el ascenso gradual de la sociedad de masas. Pontificada por unos y satanizada por otros, la llamada *era de las multitudes* orientó buena parte de la discusión sobre el quehacer de los medios de comunicación. La superación del debate entre apocalípticos e integrados, como genéricamente se conocieron los representantes de ambas tendencias, permitió el avance en las maneras de aproximarse a las relaciones entre sociedad,

cultura y medios de comunicación (véase por ejemplo Eco, 1965; Wolf, 1987).

1.1.- La sociedad de masas: primeras visualizaciones de la globalización.-

Quizás una de las características esenciales de la sociedad de masas fue el concepto de producción en serie, “con economías basadas en una producción realizada con métodos uniformes y repetitivos, en cualquier espacio y tiempo dado (...) En la era de la información, los medios masivos se volvieron, a un mismo tiempo, más grandes y más pequeños. Nuevas formas de emisión (...) llegaron a audiencias cada vez mayores, ampliando el concepto y la forma de la transmisión. Las revistas especializadas, los videocasetes y los servicios de cable fueron ejemplos de la sectorización, que se dirigieron a grupos demográficos específicos y reducidos. Los medios masivos crecieron y, al mismo tiempo, se achicaron” (Negroponte, 1996:181-182).

En este contexto señalado por Nicholas Negroponte, a finales de la década de 1960 autores como Marshall Mc Luhan y sus colaboradores aventuraron lo que podría suceder ante las nuevas características que comenzaba a asumir la sociedad. Marshall Mc Luhan (1) (1969a:67) visualizó el nuevo panorama como una *interdependencia electrónica*, que recrea el mundo a imagen de una aldea global. “El globo terráqueo se ha convertido, por una parte, en una comunidad instruida y, por otra, debido a la estrechez de las interrelaciones, en una diminuta aldea” (1973:204). Es decir, se trata de un proceso de contracción más que de expansión (1969b:40) como producto de la extensión del sistema nervioso central, en el que todo el mundo está comprometido con todo el mundo (Ibid.:35). Por lo tanto, la perspectiva de Mc Luhan no visualiza el fenómeno como un proceso en expansión –a manera de la economía–, sino como un proceso que conduce a la *implosión*, más que a la *explosión*. Por lo tanto, la información nos acerca unos a otros y reduce las dimensiones del globo.

Asimismo, para Mc Luhan “la aldea no es un sitio donde reinan una paz y una armonía ideales. Todo lo contrario” (1973:361). A pesar de afirmar que el encuentro entre oriente y occidente se produce vía la tecnología, Mc Luhan reconoce la importancia de una percepción distinta. “Comenzamos a darnos cuenta de que otras culturas, indígenas y orientales, se han desarrollado en planos sensoriales muy distintos, porque no sólo cada sentido es un mundo singular, sino que ofrece placeres y dolores singulares” (1971:125). De aquí que, en el mejor de los casos, puede hablarse de una *oferta cultural* global.

Una última consideración sobre la obra de Mc Luhan se relaciona con sus constantes ejemplos sobre las implicaciones de la aldea global en la educación. Antes de que apareciera la imprenta –señala– los jóvenes aprendían escuchando y mirando, es decir, a través de la tradición oral; de esta misma forma aprendían los niños campesinos. La enseñanza se realizaba fuera de las aulas, con excepción de quienes querían hacer una carrera profesional. “Hoy, en nuestras ciudades, la mayor parte de la enseñanza tiene lugar en la escuela. La cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio exceden en gran medida a la cantidad de información comunicada por la instrucción”

y los textos en la escuela” (1968:235–236). En consecuencia, “en la era de la electricidad y la **automación**, el globo se convierte en una comunidad de **continuo aprendizaje**; un solo claustro en el que **todos y cada uno**, sin diferencias de edad, están **comprometidos en un aprendizaje de vida**” (1969b:41) (2). De aquí su alusión a la gigantesca *aula sin muros*.

Por lo tanto, el compromiso con el aprendizaje en la aldea global supone pasar primero por una adaptación al medio y por un conocimiento del lenguaje del mismo para, en un segundo momento, aprovechar las potencialidades educativas de los medios: una empresa que involucra a los educadores de una manera particular. En repetidas ocasiones (1968, 1969b y 1973), Mc Luhan reitera la idea de que los medios generan lenguajes y que es necesario conocerlos para posteriormente realizar comparaciones entre ellos. Todo esto para evitar el equívoco de analizar un medio a partir del lenguaje de otro. Ello permitirá responder a preguntas como ¿es posible acercarse al lenguaje de Internet, por ejemplo, por la vía del lenguaje de la televisión? ¿Tiene Internet un lenguaje propio y en qué consiste?

Como puede observarse, a pesar del excesivo optimismo de Mc Luhan, quien visualizó sólo parcialmente el impacto de la economía en la globalización de las comunicaciones, “la noción de aldea global es una expresión de la globalización de las ideas, patrones y valores socioculturales imaginarios. Puede ser vista como una teoría de la cultura mundial, entendida como cultura de masas, mercado de bienes culturales, universo de signos y símbolos, lenguajes y significados que crean el modo en el que unos y otros se sitúan en el mundo o piensan, imaginan, sienten y actúan” (Ianni, 1996:74). En este sentido, la propuesta Mc Luhaniana de aldea global –misma que algunos consideran como una metáfora– constituye una idea muy cercana del universo que actualmente nos ofrecen las nuevas tecnologías de comunicación.

1.2.– El nuevo panorama: la sociedad digitalizada.– Una de las consecuencias de la globalización, apreciable particularmente desde la óptica de las comunicaciones, es el paso de la sociedad de masas a la sociedad digitalizada. Como ya se indicó en su momento, Mc Luhan visualizó la aldea global en una sociedad de masas. Por lo tanto, es necesario redimensionarlo y ubicarlo en el nuevo panorama de la sociedad, mismo que se caracteriza por ser unipersonal. Todo se hace a pedido y la información está personalizada al máximo. Una suposición muy difundida es que la individualización es la extrapolación de la sectorización: se ve de un grupo grande a uno más pequeño y de ahí a otro más pequeño aún hasta que, por último, el destinatario es un solo individuo (...) Esta línea de razonamiento deja de lado, por completo, la diferencia fundamental entre sectorización y digitalización (Negroponte, 1996:181–182). Es decir, la digitalización incluye datos sobre la persona que determinan el tipo de servicios a recibir en comunidades cada vez más reducidas.

Negroponte coincide con otros autores (Mattelart, 1996) en que la sociedad digitalizada se caracteriza por una eliminación de las fronteras geográficas. “De la misma manera que el

hipertexto anula las limitaciones de la página impresa, la era de la postinformación anulará las limitaciones geográficas”. La vida digitalizada nos hará cada vez más independientes del hecho de tener que estar en un lugar específico, en un momento determinado (Asimismo, el concepto de ‘dirección’) “cobrará un nuevo significado, dado que será posible vivir y trabajar en una o varias locaciones geográficas distintas “ (Ibid.:183-184), vía correo electrónico. En este proceso, los medios de comunicación juegan un papel muy importante, sobre todo en términos de simultaneidad en la propagación de ideas e información, punto que se abordará en el siguiente apartado.

2.- Los nuevos medios de comunicación.— Gianfranco Bettetini y Fausto Colombo distinguen entre los medios *tradicionales* (prensa, cine, radio, televisión, grabación de sonido, correo, teléfono) y los *nuevos medios*, distintos a los primeros, particularmente en su configuración cambiante, aunque también, como se verá, relacionados con ellos. Los autores añaden que las nuevas tecnologías inciden en los espacios tradicionales de comunicación. e incluso han modificado el concepto tradicional de privacidad, como en los casos del fax y el teléfono celular (Bettetini y Colombo, 1995:25). De aquí las dificultades de emprender una clasificación que, más allá de la simple taxonomía, contribuya a mediano plazo a la construcción de una teoría sobre la temática. Bettetini y Colombo proponen que dicha clasificación se haga de acuerdo al principal fin de acción y, por tanto, a las características fundamentales de sus modalidades productivas: la representación, la comunicación y el conocimiento (Ibid.:30 y ss).

2.1.- Representación.— Aquí se agrupan los lenguajes, manifestaciones expresivas y equipo técnicamente orientado que tienda a una intervención que reproduzca la realidad de la mejor manera posible. En el caso que nos ocupa, los autores mencionan la televisión de alta definición —cuyo avance se ha frenado en parte por los problemas prácticos que plantea, como el manejo de la banda ancha— y las posibilidades abiertas por la computadora a partir de la construcción sintética de imágenes. Más allá de estas “posibilidades ‘constructivas’ y a pesar de la naturaleza ‘digital’ de su nacimiento y de sus procedimientos de producción, esta imagen tiene a menudo relación con instancias reproductivas y representativas, añadiendo perspectivas y materiales al debate sobre los vínculos entre pensamiento lógico-racional y pensamiento analógico-figurativo. Estos dos universos no son recíprocamente impermeables: al contrario, se pueden reconocer interesantes y útiles puntos de contacto entre el mundo del pensamiento, que podríamos definir como gobernado por reglas digitales (o, en todo caso digitalizables) y el mundo que se estructura sobre bases analógicas. Pero son mundos diversos, no superponibles ni intercambiables recíprocamente en su totalidad” (Bettetini y Colombo, 1995:31).

2.2.- Comunicación.— En este caso se pretende cubrir el intercambio comunicativo, área fundamental para los nuevos medios. Para los autores, una manifestación de interrelación puede acceder al nivel de una verdadera comunicación si responde a ciertas características: a) que el intercambio sea abierto o bidireccional (a veces pluridireccional); b)

que puedan invertirse los papeles de emisor y destinatario; c) una valoración de la actividad participativa del destinatario, incluso en los casos en que cubra el simple papel del receptor; d) atención a los efectos de la acción comunicativa; e) una disponibilidad tendencial la relación de comunicación como una interacción paritaria y, por tanto, como una forma de conversación al menos potencial. Es decir, se plantea el problema de la *interactividad*: “la capacidad del ‘nuevo’ sistema de admitir las exigencias del usuario y satisfacerlas” (Ibid.:34). Se trata, en suma de un aspecto en el que los nuevos medios difieren en gran medida de los tradicionales. Nuevamente ejemplifican con la computadora, la realidad virtual y los equipos multimedia.

2.3.- Conocimiento.— Es decir, las posibilidades abiertas por los nuevos medios para comprender algo, para aprender o para almacenar y reclamar informaciones y, en general, conocimientos. Aquí pueden ubicarse tanto las redes que propician una comunicación a distancia (como el teletexto y el videotel con función de banco de datos) como las que implican una cercanía entre usuario y “sede” de los datos (bancos de datos domésticos, CD-ROM, realidad virtual como recorridos por mundos que se pretende explorar etc. Como puede observarse, este último rubro alude también a los ámbitos de la representación y la comunicación, lo que permite ver la dificultad de esta modalidad Betettini y Colombo, 1995:36).

Como puede observarse, la computadora y sus interconexiones forman parte de los tres rubros considerados por Betettini y Colombo: representación, porque gradualmente Internet ha construido uno propio, aunque a partir del ya existente en los medios icónicos tradicionales. Para percibir estos cambios graduales, basta con ver las modificaciones que van sufriendo ciertas direcciones. Comunicación, por las posibilidades de interactividad abiertas por Internet y sobre las que se reflexionará en los siguientes apartados. Conocimiento, por las formas crecientes de acceso a información.

3.- Internet como ejemplo de los nuevos medios de comunicación.— Han pasado casi tres décadas desde que se inició Internet, primero como una red destinada a enlazar a los militares norteamericanos para el seguimiento de proyectos estratégicos y más adelante como enlace entre instituciones académicas para compartir resultados de investigaciones. Asimismo, las formas de interconexión han evolucionado de ARPANet a lo que conocemos actualmente. Sin embargo, siguen manteniéndose los principios básicos (Hoffman, 1994:3; Trejo, 1996:54 y ss).

a) La red funciona aún cuando fallen muchas computadoras o sus conexiones entre ellas. Por lo tanto, el sistema debía ser una red de redes y no sólo de computadoras. Es decir, sólo una computadora de cada red tenía que conectarse directamente al hardware de ARPANet.

b) No depende de una sola institución; su funcionamiento es producto de cientos de

sistemas de información que confluyen en la “red de redes”. De manera decreciente, se ha mantenido de fondos provenientes del gobierno de Estados Unidos, aunque no es exclusivamente de ese país.

c) Para funcionar en red es necesario tomar en cuenta que se utilizarán computadoras muy distintas entre sí.

d) Capacidad de la red para redirigir la información de modo automático alrededor de las partes que no estuvieran funcionando. De aquí la idea de supercarretera de la información: es decir, capacidad de la red para hacer cambios automáticamente en caso de encontrar rutas bloqueadas.

e) Una creciente diversificación temática y geográfica, que le permite abordar asuntos de la más diversa índole, además de su capacidad para alcanzar diversos puntos del globo.

Por otra parte, a estos principios se suman ciertas dificultades para describir a Internet, mismos que Raúl Trejo (Ibid.:54-55) sintetiza en dos:

1) La heterodoxia en su funcionamiento. No hay nadie que la controle; no depende de un solo gobierno o institución ni depende de un solo eje.

2) La velocidad de su crecimiento y la obsolescencia de la información al respecto. “La des-centralidad con que funciona, junto con la espontaneidad con que es posible que proliferen sus conexiones a la red de redes, hacen de Internet un espacio denso, concurrido y heterogéneo, a la vez que maleable y en constante crecimiento” (Ibid.:55).

Como puede observarse a partir de estas consideraciones, hay una gran dificultad para caracterizar lo que es Internet. En los siguientes apartados se intentará este ejercicio, en la inteligencia de que la información se ha seleccionado pensando en las implicaciones socioculturales del medio, más que en las características tecnológicas del dispositivo.

3.1.- Qué es.- Dicho brevemente, es una red de computadoras que proporciona acceso a gente e información. “Internet es una suerte de frontera ligeramente anárquica y con mucho espacio no reclamado por explorar (...). Existe una increíble cantidad de información gratuita disponible y quizá existirá cien veces más dentro de algunos años. El futuro también traerá una cantidad importante de información en Internet por la que tendrá que pagar. Existen monitores locales en algunas de sus partes...” (Hoffman, 1994:17). Para utilizar Internet se ejecutan varios programas, dependiendo de la información que uno desea: correo, recuperación de archivos, participación en juegos etc. (Hoffman, 1994:X). Inicialmente, la información era accesible tanto gratuitamente como por medio de suscripciones. En la actualidad es muy poca la información que circula gratuitamente; basta ver el número creciente de patrocinadores de páginas, de tal forma que la publicidad que circula a través de la red es posiblemente una de las modalidades de uso que más ha aumentado en los últimos años.

3.2.- Tipo de información que ofrece a los usuarios.— “El tipo de información (...) disponible incluye documentos del gobierno, datos científicos, listas de aficionados a algún pasatiempo, publicidad personal y de negocios, bases de datos” etc. (Hoffman, 1994: IX). Por lo tanto, el servicio es utilizado por una amplia variedad de personas para comunicaciones internas, oficiales, académicas (negocios e y educativos), además de que ofrece diversas opciones para usuarios individuales con propósitos sociales, de interés general y grupos de entretenimiento, los más activos. Puede utilizarse para diversos tipos de comunicación (Hoffman, 1994:X):

- a) Intercambio de notas sociales breves.
- b) Obtención de noticias de última hora de todo el mundo.
- c) Realización de operaciones de negocios.
- d) Colaboración en investigación científica.
- e) Intercambio de información con otras personas que tengan intereses similares.
- f) Transferencia de archivos.

3.3.- Usos de Internet.— De acuerdo con Raúl Trejo (1996:66), un número importante de mensajes circula diariamente a través de Internet. Sin embargo, lo que se desarrolla es el mercado y no el conocimiento. “Desde luego, la Superautopista de la Información (SAI) tiene utilidades muy variadas y si hay quienes piensan en incorporar mensajes publicitarios dentro de ella es porque cuentan con un público atento, creciente y sobre todo fiel” (Ibid.:68). Trejo destaca once grandes áreas en el uso de la SAI, aunque para fines de este trabajo cabe destacar los siguientes:

1) El entretenimiento, considerado como uno de los usos principales. Es frecuente apreciar la proliferación de sitios relacionados con medios de comunicación, música, juegos y grupos de discusión de diversa índole. Incluso, su crecimiento puede constatarse en el hecho de que en los índices de búsqueda ya se encuentran clasificados los sitios de entretenimiento. Es previsible que su expansión continuará, dadas las posibilidades abiertas por la tecnología, que favorece la transmisión de información por audio, video y discos compactos. “Ya se han realizado conciertos de rock que pueden recibirse a través del módem. Pronto será posible solicitar películas enteras y ya hay archivos con datos del cine, incluyendo lo más reciente. Se ha vuelto costumbre la difusión, antes de sus estrenos comerciales, de *stills* y audio de las películas previstas para ser más taquilleras. La red de redes, en este sentido, se ha vuelto una más de las extensiones del *marketing* hollywoodense” (Ibid.:69).

2) Educativo, que puede verse bajo dos modalidades: la posibilidad de consultar información en enciclopedias, bancos de datos, diccionarios e intercambio de información con usuarios-ubicados en distintos lugares del planeta. La segunda modalidad es la impartición de enseñanza escolarizada a través de la red. “Se trata de una variedad de

opciones que va desde conferencias a distancia, a semejanza de las que se transmiten por televisión pero con la posibilidad de interactividad a través de la red computacional, hasta la impartición de cursos completos por correo electrónico y otros afluentes de las redes, con modalidades que pueden incluir el examen a cargo de un profesor que se encuentra en un extremo de la red" (Ibid.:71).

Esta última modalidad comienza a ponerse en práctica en México, particularmente en los casos del Tecnológico de Monterrey, que va de la teleconferencia a la Universidad Virtual, y la Universidad Nacional Autónoma de México, que ha comenzado a ofrecer cursos de actualización docente vía correo electrónico. Trejo señala que el principal obstáculo para que este uso se vuelva generalizado es de carácter financiero, pues es necesario dotar a las instituciones educativas de suficientes líneas telefónicas en los salones de clase, además de la dotación de equipos de cómputo a los profesores y de sus respectivas cuentas de correo electrónico.

3) Académicos, considerando que el origen de Internet está precisamente en la investigación académica. En este caso nuevamente puede hablarse de dos modalidades. La primera, la consulta electrónica a bancos de datos especializados o de divulgación general. La segunda, el intercambio de información con colegas sobre una determinada temática, lo que ha significado una revolución en la forma de hacer investigación. Dada la relación de este uso con la temática que nos ocupa, estos conceptos se ampliarán en el apartado correspondiente.

4) Correo electrónico, mismo que, por su instantaneidad y su bajo precio, justifica la incorporación de las empresas a la red de redes. Estas características han modificado las formas de acceder e intercambiar información tanto entre comunidades reducidas como entre crecientes grupos de interés. En pocas palabras, se trata de un sistema electrónico de información directa. Es fácil de contestar, aun cuando los interlocutores no se conozcan, a través de la dirección. En principio, el correo electrónico se diseñó para permitir la comunicación entre dos personas por medio de computadoras. Actualmente se ha complejizado a tal grado que puede utilizarse para enviar (Comer, 1995:143):

- * Un mismo mensaje a muchas personas.
- * Un mensaje que incluya texto, voz, video o gráficos.
- * Un mensaje a un usuario en una red fuera de Internet.
- * Un mensaje a quien conteste a un programa de computadora.

En función de lo anterior, el correo electrónico ha reemplazado al postal, por lo que se ha constituido en una nueva forma de organizar actividades cotidianas. No sólo implica la transferencia de información a alta velocidad; también permite que un grupo participe en una discusión. Incluso, en este momento pueden enviarse y recibirse mensajes por audio (Comer, 1995:14 y ss).

En consecuencia, el correo electrónico abre enormes posibilidades al trabajo en red. Sin embargo, también tiene sus desventajas. “De la misma manera que las líneas telefónicas se descomponen, se cruzan entre sí e incluso pueden ser intervenidas, en las redes del ciberespacio –que, antes que nada dependen de la telefonía para que sus señales sean conducidas– también existen anomalías. Mensajes que llegan cortados o sin remitente claro, confusiones en los *servidores* que alimentan a las redes, tráfico intenso que propicia congestiones y, por así decirlo, colisiones entre los navegantes del ciberespacio, así como intromisiones de diversa índole, forman parte de los problemas cotidianos que no le quitan su gran utilidad al correo electrónico, pero sí la matizan” (Trejo, 1996.:76). De aquí siguen una serie de recomendaciones, como enviar los documentos en clave para que no sean leídos por cualquiera; no enviar correo de deshecho o no insertar mensajes comerciales en los grupos de noticias, entre otros.

5) Comunidades de discusión, también conocido como grupos de discusión, foros, clubes, grupos de noticias o tableros electrónicos de boletines. Entre otras, cabe citar las siguientes modalidades:

- **Listas de distribución de correo:** También conocida como grupo de correo o grupos de suscriptores. Se trata de un listado de personas interesadas en un tema específico, que desean recibir información al respecto. Puede abarcar temas tan amplios o estrechos, de acuerdo a las necesidades del usuario. Es decir, permite que el individuo participe en uno o varios grupos de discusión y en las discusiones con los otros miembros del grupo. Esta modalidad tiene un uso creciente, dado que su utilidad va desde el simple entretenimiento hasta la relación con la actividad del usuario.

- **Servicio de boletín electrónico, o noticias en red:** Permite al usuario participar en uno o varios grupos de discusión y en las discusiones con los otros miembros del grupo. Abre posibilidades a la participación en diversos grupos de discusión, cada uno enfocado a un tema específico. De acuerdo con Douglas Comer, el boletín electrónico cumple la misma función que el tablero de boletines en la vida diaria: colocar noticias que otros puedan leer. El mismo autor añade otras posibilidades (Comer, 1995:197–198).

- Seleccionar uno o más grupos de discusión de su interés.
- Hacer revisiones periódicas para determinar si han aparecido nuevos artículos en la discusión, si los hay leer algunos o todos.
- Enviar una nota al grupo de discusión para que otros la lean.
- Enviar una nota como respuesta a lo que alguien haya escrito sobre algún tema.

- **Artículos de Usenet:** Constituyen una de las mejores formas de mantenerse informado sobre algún tema en particular y uno de los pilares de Internet. Permiten un mejor intercambio de conversaciones las listas de distribución de correo. Todos los comentarios de una persona se envían a todos los integrantes del grupo de interés. Los

usuarios pueden responderlos o no, dependiendo de sus intereses. Obviamente, las temáticas son de distintos tipos y van desde la obtención de información hasta la actualización y el entretenimiento.

Prácticamente todas las páginas de Internet abren espacios de este tipo, en los que se busca polemizar sobre diversas temáticas. Sin embargo, dos cosas deben tomarse en cuenta. La primera, la importancia de que la información que circula por estas vías esté actualizada; esto puede constatarse en la mayoría de las páginas, pues señalan la última fecha en fue actualizada la información contenida en esas páginas. La segunda observación se relaciona con las reglas bajo las que uno participa en estos grupos. “En Internet, pero sobre todo en las redes privadas, hay normas de conducta que los usuarios deben acatar a riesgo de, si no lo hacen, ser expulsados del foro o incluso de la red entera –*flameados*, se les llama a quienes reciben este drástico castigo–. Las reglas a observar son simples: respetar a los demás, no insultar y, en las redes más conservadoras, no referirse a asuntos de tono subido, por ejemplo, la descripción de experiencias sexuales” (Trejo, 1996:82). En los grupos de discusión sobre temas especializados, cabe añadir que los participantes deben conocer la temática y tener cierto nivel para abordarla; de no reunir estos requisitos, corren el riesgo de la expulsión.

6) Prensa en línea; navegar por Internet muestra que es creciente el número de periódicos que cuentan con su página en la red. Incluso, se ha incrementado el número de sitios que sistematizan esta información para el usuario de acuerdo a diversos criterios. “Sin embargo, la presencia de la prensa en la red no dejaba de ser simbólica, más para ganar o consolidar un perfil de modernización que en busca de sustituir al papel por el módem. Cuando una publicación entra a Internet, gana lectores adicionales, pero también puede perder a los que solían comprar la edición en papel y tinta. Si el diario o la revista se encuentran en un servicio comercial, como Compuserve o América On Line, sus editores pueden esperar alguna remuneración económica, pero siempre muy pequeña, a menos que vendan sus servicios en paquete” (Ibid., 1996:89).

Para fines de este ensayo, el contar con un número creciente de periódicos en la red permite acceder a información sobre la temática de nuestro interés, misma que puede trascender las fronteras geográficas. Por ejemplo, es factible encontrar información sobre la televisión mexicana en países latinoamericanos vía periódicos y revistas que circulan en Internet. Asimismo, parte de las páginas que sistematizan los periódicos y revistas por país –como *Mundo Latino*– también proporcionan información sobre radio y televisión.

3.3.– Cómo enlazarse.– “Internet está abierta para cualquiera que pueda usar una computadora y un módem y que pueda llamar y conectarse a una computadora que esté en Internet. En muchas universidades y compañías, toda la red local está entrelazada con Internet. Sin embargo, la gran mayoría de las personas entra a ella desde sus propias computadoras a través de módems” (Hoffman, 1994:XI). Actualmente, “cualquier cosa

conectada a la red principal puede considerarse parte de Internet. Mientras una sola computadora en un país esté conectada a otra computadora conectada a la red principal, ese país tiene acceso. Sólo es cuestión de tiempo antes de que otras computadoras en ese país puedan enlazarse a través de la primera, o de conexiones adicionales. Mientras existan más conexiones, es más probable que todos los usuarios en ese país puedan entrar a Internet con mayor frecuencia” (Hoffman, 1994:9-10). Asimismo, tecnológicamente existen diversas modalidades de enlazarse (Véase Hoffman, 1994:11 y ss).

3.4.- Métodos para obtener información.- Como ya se indicó en su momento, en Internet la información tiene muchas formas, es decir, los usuarios buscan diferentes tipos de información. Hoffman (1994:20 y ss) señala cinco tipos principales, para los que deben utilizarse cinco tipos de comandos. Cada uno tiene resultados diferentes, además de que para utilizarlos es necesario contar con los programas correspondientes:

3.4.5.- FTP: “Una de las características más populares de Internet es su habilidad para utilizar archivos de otras computadoras. Esta característica, por sí sola, fue una de las principales razones por la cual Internet creció tan rápido en los últimos años. Grupos de investigadores de todo el mundo podían compartir datos con sólo ponerlos en una computadora y después obtenerlos individualmente en sus computadoras cuando quisieran” (Hoffman, 1994:120). En suma, FTP (siglas de *File Transfer Protocol*) es un programa que permite el enlace a las computadoras donde se ubican los archivos de información disponibles para cualquier persona en Internet. Este programa permite también revisar lo disponible y copiar los archivos de una computadora remota a la personal. A pesar de las dificultades para utilizarlo, es uno de los pocos métodos disponibles para tener acceso a archivos específicos.

3.4.6.- Gopher y servidores WWW: Las limitaciones de FTP han abierto el desarrollo de nuevas tecnologías para buscar y revisar archivos. Las dos más comunes son Gopher y WWW, aunque podrían reemplazarse más adelante. Ambas producen el mismo resultado que FTP: obtienen los archivos con la información requerida, aunque son más fáciles de manejar por novatos e incluso por usuarios avanzados. De acuerdo con Douglas Comer (1995:189), los servicios de rastreo:

- Localizan computadoras remotas que contengan información de interés.
- Muestran información de una computadora a otra de manera interactiva.
- Leen descripciones de archivos almacenados en una computadora remota.
- Recuperan o imprimen una copia de la información seleccionada.
- Sugieren una referencia encontrada en una computadora remota sobre información relacionada y que se encuentra almacenada en otra computadora remota.

De acuerdo con el mismo autor, el servicio Gopher de rastreo proporciona acceso a la

información en muchos lugares de Internet. "Gopher resulta especialmente popular entre los novatos y los usuarios no especializados porque es intuitivo y fácil de usar. De hecho, una persona puede utilizar Gopher luego de unos minutos de capacitación (...) Al seleccionar la opción de un menú, el usuario puede recuperar información o encontrar otro menú" (Comer, 1994:191-192).

Por su parte, WWW (siglas de World Wide Web) constituye un servicio avanzado de rastreo de información que "en lugar de contar con menús separados del resto de la información, los menús están incorporados directamente al texto. Al incorporar los menús al texto, la selección se vuelve más fácil pues la prosa circundante, forma el contexto de un tema" (Comer, 1995:208); es decir, se trata de los lazos (*links*, en inglés), que resaltan la información básica para atraer la atención del lector, por lo que la selección de su interés puede ser más rápida y fácil. La incorporación de menús de temas seleccionables en el texto se le llama *hipertexto*, cuyo poder "radica" en que combina la generalidad y la referencia instantánea (cada documento puede contener texto e incorporar menús de temas que apuntan a otros documentos). El usuario puede elegir entre leer el documento completo, detenerse en cualquier momento para seleccionar una palabra que lo conduzca a un nuevo documento o regresar a un documento previo y continuar leyendo" (Comer, 1995: 211).

Como se indicó en su momento World Wide Web es considerado como el índice de índices: la forma más completa de acceder a información. Sin embargo, existen otros índices que también permiten acceder a la información que se solicita: Yahoo, Lycos, Alta Vista, Excite etc. Todos pueden coincidir en la información que se proporciona con respecto a ciertas temáticas, a la vez que pueden diferir en este mismo sentido. Es decir, no todos cuentan con la misma información, por lo que se hace necesario tener una idea precisa de lo que se va a solicitar. Asimismo, todos los índices difieren en la forma de sistematizar la información disponible para el usuario.

II.- INTERNET E INVESTIGACION DE TELEVISION.-

La investigación sobre la industria televisiva en el contexto de la globalización de las comunicaciones ha ido cobrando un interés creciente por parte de la comunidad de investigadores a nivel nacional e internacional. Sin embargo, una de sus principales limitaciones se relaciona con las posibilidades de acceder a información sobre el tema: al ya de por sí importante problema, mismo que se subraya aunque no se abordará en este ensayo, de no contar con biblio/hemerografía actualizada sobre el tema se suma el, de no disponer de datos empíricos e igualmente actualizados que muestren por ejemplo las maneras en que las alianzas económicas se han realizado y vienen funcionando, o la expansión de determinados contenidos televisivos en contextos socioculturales diferentes a aquel en el que fueron concebidos y producidos.

El primer problema se relaciona con disponibilidad de información en bibliotecas, hemerotecas e incluso librerías; por lo tanto, no tiene solución al menos a mediano plazo. Sin embargo, cabe señalar que hay un número creciente de publicaciones especializadas en comunicación disponibles en Internet, como *TELOS* o *zer*; además de revistas electrónicas sobre la temática como *Razón y palabra*. Asimismo, hay también sitios en la red especializados en el tema a los que puede accederse consultando los diversos índices. Este hecho constituye tan sólo una manifestación de que el trabajo académico se ha revolucionado por la presencia de Internet, tal como ya se destacó.

Por lo que se refiere a la disponibilidad de datos empíricos y actualizados que apoyen la investigación sobre televisión, existen numerosas bases de datos sobre televisión en Internet. El hecho permite constatar que día con día aumenta el número de estaciones que cuentan con una página en Internet. Como señalan Carlos de La Guardia y Fernando Gutiérrez en el artículo que sobre el tema apareció en *Razón y Palabra*, la presencia de estaciones y cadenas de televisión en Internet va más allá de presentar su ideario, credo corporativo, programación, o a sus artistas. La interacción con la audiencia parece ser una de las ventajas más interesantes. A través de Internet, las televisoras pueden realizar sondeos de opinión o investigaciones de marketing sobre la aceptación de sus programas en un par de días y por un costo mínimo. La gran red de redes permite medir el pulso del auditorio y conocer, directamente, las opiniones reales de televidentes". Esta información también puede aprovecharse para la investigación sobre distintas temáticas relacionadas con la televisión.

1.- Navegando por Internet en apoyo a la investigación(3).- Estas afirmaciones pueden ejemplificarse con dos bases de datos que circulan en la red sobre el tema: Ultimate Television (<http://www.utv.net/ultimatetelevision.ntw>), e Internet TV Resource Guide (<http://www.tvnet.com/misc/Resources/>). Ambas proporcionan información creciente sobre temáticas, que pueden apoyar la investigación sobre televisión:

a) Listas de televisoras que cuentan con su página de Internet, organizada por países. En la mayoría de los casos se trata de páginas elaboradas por las mismas empresas, por lo que la información suele ser completa, aunque existen desniveles, pues no todas las televisoras proporcionan los mismos datos. Se trata de una primera aproximación a dichas empresas o corporaciones, que proporciona datos sobre lo que De la Guardia y Gutiérrez llaman “ideario, credo corporativo, programación, y artistas”. Permite un primer trabajo comparativo sobre la industria de la televisión por regiones o programación y también permite constatar los programas que transmiten las televisoras en distintos países. Con ello se tiene una idea de las dimensiones de determinado programa o puede tenerse una primera aproximación por género. Se cuenta con un listado actualizado por género, nombre y página de Internet.

b) Noticias actualizadas sobre televisión, que incluyen columnas con colaboradores fijos y chismes sobre la programación y los artistas. Incluye también entrevistas y direcciones de correo electrónico de productores de programas, artistas y colaboradores de las páginas de Internet. Se trata de un espacio más relacionado con el entretenimiento, aunque pueden tomarse datos que ayuden a conformar un panorama más completo sobre la programación y sus participantes. Asimismo, constituye una forma de participación interactiva usuario–televisora vía correo electrónico, por lo que eventualmente puede ampliarse la información.

c) Ratings de la televisión en Estados Unidos, incluyendo la programación en español, misma que puede ampliarse visitando las páginas de Univisión, Galavisión y Telemundo. El rating de los programas producidos y transmitidos en Estados Unidos incluye datos sobre la televisión por cable. Por lo tanto, también permite un primer trabajo comparativo, así como la toma de decisiones con respecto a la selección de un género televisivo o un determinado programa, para la investigación de su contenido o de las condiciones de recepción del mismo.

d) *TV Chat*, un espacio de discusión entre navegantes. Incluye temas relacionados con la televisión, particularmente sobre programas y géneros, el *Talk show* es el más comentado. La mayoría de los participantes son jóvenes; llama la atención la profusión de temáticas y los escasos llamados de algunas, lo cual da cuenta de la dispersión existente en estos espacios.

e) *UTV Interact*, foros de discusión sobre programas, la industria, bolsa de trabajo y otras temáticas. A diferencia del anterior, en este espacio los participantes deben contar con ciertos requisitos, como conocimiento del tema, o ciertas características para participar en la bolsa de trabajo.

Al respecto, como señalan De la Guardia y Gutiérrez, “es importante destacar que la información contenida en (las) bases de datos constantemente se actualiza, ajustándose, en la

medida de lo posible, a las peticiones que por vía del correo electrónico presentan los usuarios de la red”: Cabe añadir que ambas bases de datos privilegian la información proveniente de Estados Unidos, por lo que alternativamente puede recurrirse a otras opciones como European Satellite TV (http://www.hf-fak.urib_no/smi/ksv/satfaq.html), o European Satellite Web (<http://www.funet.fi/index/esi/>), que incluyen más información sobre Europa:

a) Canales satelitales captables por país y alternativas a utilizar por región e información detallada sobre satélites europeos: canales con información de teletexto sobre satélites.

b) Equipo y bandas de frecuencia, así como explicación a usuarios sobre las frecuencias y potencias a las que pueden acceder por país.

c) Información de canales, sobre todo programación de canales vía satélite, acceso a redes de noticias.

d) Foros y grupos de discusión con las características anteriormente descritas.

e) Las preguntas más formuladas con respecto a la televisión vía satélite.

f) Acceso a periódicos y revistas sobre el tema.

Como puede observarse, el énfasis es en televisión vía satélite. La información no siempre está actualizada, por lo que alternativamente puede recurrirse a Euro TV (<http://www.eurotv.com>) que, a diferencia de las páginas anteriores está escrita en francés e incluye información sobre:

a) Programación en Francia, Gran Bretaña, Alemania, Holanda, Bélgica, Suiza, España, Italia, Portugal y Polonia. La información no es uniforme, pues la actualización de la página depende de los datos proporcionados por cada televisora. Así, España incluye el género. De cualquier manera, funciona más como guía de programación pues hay poca descripción de los contenidos. También incluye un listado de los canales por orden alfabético. El género de los programas se enlaza a otra página de la misma dirección: gente, deportes, música, cultura, negocios, actores, actrices, directores, películas, series, nostalgia, tiempo libre y otros.

b) A pesar de lo anterior, proporciona la dirección de correo electrónico de la mayoría de los programas. Una forma de ponerse en contacto con el público, que también permite obtener información adicional sobre las características de cada programa.

c) Un espacio de crítica realizado por especialistas en la materia, además de que

solicitan críticos que quieran participar en la página. La temática es la programación europea en general o por género y país. Es similar a como se ha desarrollado la crítica en la prensa escrita.

d) Un foro de televisión que incluye preguntas sobre programas, satélites y comentarios sobre Euro TV, así como grupos de discusión con diversas temáticas:

- Medios de comunicación, particularmente radio, televisión y cine: géneros, programas, estaciones y temáticas como la violencia. Como en otros casos de grupos de discusión, las temáticas están muy dispersas; la mayoría tiene muy pocas opiniones. *Expedientes Secretos X* parece ocupar el interés de los participantes. La censura y la droga también constituyen temas de discusión.

- Música popular, sobre todo grupos modernos.
- Los mejores sitios en Internet, a juicio de los autores de la página.

e) Una base de datos que permite la búsqueda de programas sobre horarios, canales, países etc.

Los ejemplos de navegación anteriormente descritos proporcionan una idea de la información a la que uno puede acceder en Internet y su utilidad para apoyar la investigación de televisión. Asimismo, podrá observarse que la información sobre Estados Unidos y Europa es mucho más abundante que la disponible sobre América Latina en las dos primeras bases de datos mencionadas. Por lo tanto, para completar la información sobre la región se sugiere visitar la página sobre Mundo Latino (<http://www.mundolatino.org/prensa/>), misma que incluye también televisión, además de periódicos y revistas, particularmente de Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Paraguay y Venezuela. Las páginas de Mundo Latino permiten acceder también a noticieros televisivos, tanto de los países mencionados como de Uruguay y Argentina. Asimismo, Internet ofrece proporciona un panorama de la televisión en Medio Oriente a través de Orbit TV (<http://www.orbitTV.com>), con datos sobre 31 canales. También hay posibilidades de ver lo que sucede en países como China y Japón, aunque las barreras del idioma –las páginas están construidas en chino y japonés, respectivamente– impiden que se pueda acceder fácilmente a la información.

Por otra parte, la consulta de *ratings* vía Internet en la televisión mundial también es posible. Ciertamente, hay investigadores que presentan resistencia, sobre todo por lo que tiene que ver con las técnicas de medición de los índices de audiencia y con el uso principal que se le da al dato frente a los anunciantes. No obstante, acceder a datos sobre *ratings* de televisión en la página del tema (<http://www.ultimatetv.com/news/nielsen/>), puede apoyar la toma de algunas decisiones en investigación. La página proporciona información actualizada sobre *ratings* de programas en las principales cadenas, la situación de los deportes y de las estaciones de cable en Estados Unidos. También incluye *ratings* de los primeros veinte programas de la televisión en español, también en Estados Unidos.

Hasta aquí los ejemplos de navegación por Internet que permiten acceder a información en páginas de entretenimiento. Sin embargo, también puede considerarse la posibilidad de acceder a bancos de datos nacionales e internacionales sobre la temática. A manera de ejemplo cabe citar los casos del índice *Yahoo* (http://www.yahoo.com/Social_Science/), que contiene 490 referencias sobre televisión. También está la página de la teoría cultural (<http://eng.hss.cmu.edu/theory/>), con más de 200 referencias. Una última sugerencia es visitar la página del Latin American Network Information Center de la Universidad de Texas (<http://info.lanic.utexas.edu/>), que proporciona información por países y áreas temáticas. También pueden visitarse las páginas de organismos especializados en comunicación, como la International Communications Association (<http://icanet.com/index.html>) o Fundesco (<http://www.funesco.es>), que además proporcionan acceso a publicaciones periódicas. Finalmente *Razón y Palabra* (<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/>) es un espacio dentro de la red, en el que pueden encontrarse materiales actualizados sobre televisión e Internet.

2.- Formas de consulta en Internet.— Como afirma Raúl Trejo, es muy útil contar con acceso a bancos de datos nacionales e internacionales. Para ello señala dos posibilidades (Trejo, 1996:73):

a) Recurrir a índices, como Yahoo, Lycos etc., en donde es necesario ser específico para una mayor precisión de los sitios. Con ello se obtiene el dato concreto y se logra un avance en comparación con las búsquedas emprendidas en el material bibliohemerográfico. Sin embargo, el riesgo es que la imaginación, la creatividad y la casualidad en la investigación científica se desplacen ante la rigidez de la búsqueda específica. “El conocimiento, así automatizado, perdería la riqueza que resulta de los procesos de pensamiento y creación que la humanidad ha practicado desde hace centurias. No queremos exagerar el riesgo de perder esa versatilidad, pero sí señalar esa, entre las limitaciones que impone la pesquisa automatizada de datos: es posible que ganemos una extraordinaria cantidad de tiempo en el proceso para tener una información específica, pero la investigación puede volverse entonces un rastreo de datos tan concretos que entonces el conocimiento tendería a reducirse a una suma, si bien cuantiosa, de informaciones friamente acumuladas” (Idem.).

b) La segunda posibilidad es “la búsqueda que resulta de ir expurgando en uno y otro sitio, el *browsing*, como se le dice en el término en inglés que no tiene traducción específica. Con ese método, más lento pero más enriquecedor, el investigador tiene la oportunidad de reeditar la posibilidad del dato *serendipity* (que se perdía en la primera posibilidad). Ese encuentro aleatorio es propiciado, además, por la posibilidad de brincar entre uno y otro sitio, específicamente en la WWW a través de las *ligas* que se establecen para acudir de un documento a otro” (Idem.).

Ciertamente, habría que matizar estas afirmaciones de Trejo, pues los riesgos que advierte

en buena medida dependen de la información que uno solicita y del tipo de investigación a realizar. Por ejemplo, el índice de búsqueda Alta Vista proporciona 971,069 referencias sobre televisión. En aras de la precisión, al solicitar telenovelas el índice localizó 671 búsquedas posibles. Dichas búsquedas pueden agruparse al menos en cinco grupos: materiales de divulgación académica, síntesis de telenovelas en distintos canales y países, páginas de programas de televisión y de estaciones productoras del género, artículos periodísticos e información que no se relaciona con la temática. Un primer ejercicio de búsqueda podría conducir a seleccionar únicamente páginas de estaciones de televisión que programen y/o produzcan telenovelas. Sin embargo, puede accederse a otros materiales de divulgación relacionados con la temática de las telenovelas e incluso en algunos casos puede entrarse en contacto con los autores. Asimismo, siempre habrá la posibilidad de adoptar la segunda opción señalada por Trejo, es decir, el rastreo de información.

En ambos casos hay por lo menos dos tipos de riesgos. El primero, como la descripción de la página es tan superficial, uno puede perder tiempo revisando todo ese material para obtener muy poca información utilizable para una investigación, aunque se tendrá la posibilidad de rastrear información a través del hipertexto. El segundo, también señalado por Trejo “en un terreno que de tan nuevo aún no tiene pautas claras, es que la tentación por incorporar conocimientos a la red, para que sean conocidos por otros colegas, lleve a propagar datos no siempre acuciosamente verificados, u opiniones apresuradas. Para un académico, publicar sus conclusiones en una revista especializada exige un proceso de preparación, a veces injusta y desesperadamente largo, pero que obliga a la reflexión y a la precaución” (Ibid.: 74). Es decir, el nivel de muchos trabajos académicos que uno encuentra en Internet puede dejar mucho que desear. A reserva de ampliar estas afirmaciones en el siguiente apartado, cabe señalar que la información que circula a través de la red de redes constituye un apoyo importante para la investigación, pero de ninguna manera –por lo menos a corto plazo– sustituye el quehacer del investigador, mismo que se caracteriza por el rigor de su trabajo.

Finalmente, una consulta a los principales índices de consulta de Internet además de Alta Vista realizada en junio de 1997, muestra que Deja News incluye 32,898 sitios sobre televisión; Excite 222,737; Infoseek 437,147; Lycos 17,628; Yahoo 428 categorías sobre televisión y 2914 opciones sobre el tema y Web Crawler 37,142. Todos estos índices comparten parte de la información. La decisión de optar por alguno en particular tiene que ver con la diversidad de información y con la utilidad que, en este caso, tiene para la investigación de televisión.

3.- Posibilidades abiertas por Internet a la investigación televisiva.— De los apartados anteriores se desprende que el acceso a Internet puede modificar gradualmente el trabajo del investigador de televisión. Entre las posibilidades de la red en este campo cabe destacar:

a) Su constante actualización, misma que permite acceder a datos sobre la situación que atraviesan las televisoras en otros países. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que dicha información está disponible a todo el que esté conectado a la red, por lo que puede consultarse y utilizarse por un número ilimitado de interesados en el tema y para usos muy diversos. Sin embargo, no por ello resultan desdeñables las opiniones que se obtienen de quienes hacen la televisión en otros países, como productores y guionistas, así como sobre las características de las televisoras cuya programación incluye la que resulta de interés para el investigador. Dentro de la actualización, cabe añadir el hecho de que constantemente las televisoras de distintas partes del mundo están abriendo sus páginas en Internet, lo que permite contar con un número creciente de datos sobre el tema.

b) El aumento de páginas en las que se abren grupos de discusión sobre temas como la violencia a través de la televisión y el interés que despiertan ciertos programas y/o temáticas abordadas por el medio, por ejemplo, abren al menos tres posibilidades: la primera, que el investigador accede a opiniones directas sobre temas que son de su interés. La segunda, si dispone de los medios, que él mismo induzca a debate el o los temas que le interesan. La tercera, el intercambio de opiniones entre investigadores interesados en el o los temas que estamos trabajando, constituye un recurso invaluable para obtener información adicional que permita contextualizar los trabajos; con ello se abre la posibilidad de trascender el ensayo y acumular información sobre diversos temas. Sin embargo, la información proporcionada por los debates constituye un indicador importante sobre la opinión que se tiene sobre tal o cual género televisivo. Pero debe tomarse con reservas, pues de ninguna manera sustituye a los trabajos sobre recepción, mismos que suponen de manera obligatoria el levantamiento de datos entre televidentes.

c) Lo anterior no significa que Internet sea sustituto de la información de primera mano que el investigador debe obtener en su trabajo. Ciertamente, nada es igual a la experiencia del acceso directo a la información que uno requiere, ya sea mediante el recorrido, la observación, el cuestionario y/o la entrevista directa. Esto no siempre es posible en el caso de la investigación sobre televisión internacional, dados los costos que ello implicaría, así como el tiempo que tomaría realizar este trabajo. Sin embargo, los datos que pueden obtenerse a través de Internet constituyen una fuente de información utilizable, particularmente en cierto tipo de investigaciones.

d) Dado el giro que está tomando el fenómeno Internet entre los investigadores, no es aventurado afirmar que a mediano plazo asistiremos a un cambio en la forma en que un trabajo sea coordinado por un investigador y que el contacto entre sus afiliados sea precisamente a través de Internet. Ello ha repercutido en una enorme baja en costos, aunque en detrimento del debate interpersonal, mismo que a la fecha resulta insustituible y estimulante en el trabajo académico.

e) El acceso a diversas publicaciones electrónicas en Internet ha modificado las

condiciones de recepción y consumo de estos materiales. Si antes era caro y problemático acceder a cierto tipo de publicaciones especializadas, en la actualidad esto es posible a través de la red. Un ejemplo en este sentido es la revista *Telos*, editada por Fundesco, que en la actualidad cuenta con un índice de materiales y con los últimos cinco números en Internet. A mediano plazo, la recopilación de estos materiales debe llevar a la constitución de una biblioteca digital sobre televisión. El término “ha sido empleado para definir un gran almacenamiento de información digital accesible a través de las computadoras. Al igual que una biblioteca tradicional, una biblioteca digital sirve como archivo de conocimientos que abarca muchos temas. De la misma manera que un puesto de periódicos, una biblioteca digital proporciona información que cambia rápidamente. Como el teléfono o la televisión, una biblioteca digital ofrece acceso a sucesos en el momento en que ocurren. Dado que la información puede ser almacenada de muchas formas, una biblioteca digital puede contener textos, sonidos, imágenes fijas y en movimiento, así como conversaciones. Además, una biblioteca digital puede acceder información conforme ésta se va desarrollando y la información no necesita grabarse” (Comer, 1995:263). Es deseable que este proyecto pueda llevarse a cabo a mediano plazo, pues, como se ha visto, tanto en bibliotecas, hemerotecas e Internet hay una enorme cantidad de información disponible y dispersa. Un proyecto que podría emprenderse de manera interinstitucional entre investigadores del tema.

f) Finalmente, las posibilidades abiertas por los sistemas de noticias en red, boletines electrónicos etc. permiten que el investigador se mantenga actualizado en las temáticas de su interés.

III.-REFLEXIONES FINALES.-

En el último punto del apartado anterior quedaron consignadas las conclusiones sobre la importancia del uso de Internet en la investigación de televisión. Este apartado recoge algunas reflexiones sobre el acceso a Internet en la region latinoamericana, así como algunas posibilidades de trabajos posteriores que pueden llevarse a cabo por los investigadores de la temática. Por lo tanto, más que conclusiones, se pretende sugerir algunas líneas

1.- Sobre el lenguaje del medio.- Marshall Mc Luhan fue el primero en destacar la importancia de acercarse al estudio de los lenguajes que generan los medios de comunicación. Este ámbito se ha desarrollado de manera desigual, de acuerdo a intereses y vertientes de investigación. Así, el cine está más en deuda con la estética de la imagen, mientras que el resto de los medios se ha ligado a la semiótica. A la fecha no se han generado trabajos que den cuenta de las modificaciones que Internet ha introducido en el lenguaje de los medios de comunicación; en palabras de Bettetini, a la forma en que se modifica la intertextualidad por los nuevos medios de comunicación. Un trabajo de este tipo debe incluir la relación que existe entre el lenguaje de Internet y el de otros medios audiovisuales. Una propuesta que queda pendiente para futuros interesados.

2.- Sobre la regionalización.- Los estudiosos de la globalización señalan que el fenómeno no puede entenderse sin su contraparte, la regionalización. Para Giddens “la *transformación local* es parte de la mundialización y de la extensión laboral de las conexiones a través de tiempo y espacio. Así, quien estudie las ciudades actuales en cualquier lugar del mundo, sabe que lo que sucede en un barrio local seguramente ha sido influenciado por otros factores (...) que operan a una distancia indefinida, lejos del barrio en cuestión. El resultado no es necesariamente, ni siquiera corrientemente, un generalizado conjunto de cambios que actúan en dirección uniforme, al contrario, en muchas ocasiones, consiste en tendencias mutuamente opuestas” (Giddens, 1994: 68).

Así, la reflexión sobre los procesos de globalización no debiera permanecer ahí. Tendría que conducirnos a una reflexión sobre lo que sucede a nivel regional y local. Hasta cierto punto Internet, como los otros nuevos medios de comunicación, se ha recibido con excesivo optimismo por parte de la comunidad latinoamericana. Son muchas las estadísticas que dan cuenta del número creciente de usuarios y de sus posibilidades en la educación, el intercambio de bienes, la comunicación o, como en este caso, la investigación.

Sin embargo, el optimismo se empaña cuando nos percatamos de que todavía es muy bajo el número de usuarios a la red, principalmente por razones de tipo económico. El acceso a la red y a toda la tecnología que lo hace posible sigue todavía al alcance de grupos reducidos, particularmente en América Latina, en donde a pesar de que el número de servidores es creciente, todavía no da muestras de constituirse en una tecnología generalizada. Asimismo,

el acceso a Internet constituye una nueva prueba de la desigualdad entre flujos informativos, como en otros tiempos la constatación provino de la televisión.

A pesar de lo anterior, Raúl Trejo señala que en este momento es difícil hablar en términos tradicionales de la brecha norte-sur en el empleo de información electrónica. Los pocos usuarios con acceso a Internet “son contemporáneos del resto del mundo en más de un sentido. Comparten la misma información, al mismo tiempo que otros ciudadanos en países industrializados. Un cibernauta en Buenos Aires, en Santiago de Chile o en Ciudad de Panamá tiene acceso prácticamente al mismo menú de opciones que puede recibir un colega suyo en Sidney, en Miami o en Bonn. Las modernas redes de información, entre otros de sus tantos efectos, tienen el de uniformar a sus usuarios independientemente del sitio donde se encuentren y, al dotarlos de esa señal de identidad, diferenciarlos del resto de las comunidades a las que pertenece cada uno de ellos” (Trejo, 1996:155).

A final de cuentas, este fenómeno nos pone nuevamente frente la globalización. Como señala Negroponte, “la distancia tiene cada vez menos significado en el mundo digitalizado y, de hecho, un usuario de Internet la olvida por completo. En el Internet, la distancia, a menudo, pareciera funcionar a la inversa. Muchas veces obtengo respuestas más rápidas de lugares muy lejanos que de los que están más cerca, porque el cambio de horario permite que se me conteste mientras duermo” (Negroponte, 1996:196). De aquí que, de manera creciente, los usuarios comiencen a percatarse de las horas más indicadas de acceder a internet, lo que a mediano plazo puede modificar los horarios de trabajo, particularmente los de aquellos cuya actividad se relaciona con la red.

3.— Sobre las formas en que Internet ha modificado la comunicación.— Como ya se destacó en su momento, el correo electrónico y el boletín electrónico constituyen ejemplos de cómo se ha modificado la comunicación, tanto en costo como en modalidades de acceso. Este proceso también queda ejemplificado con el apoyo que Internet puede significar para la investigación de televisión. Asimismo, a pesar de las limitaciones señaladas, es un hecho que es creciente el número de usuarios de la red de redes. Sin embargo, quizá por lo reciente de la temática, hay muy poca investigación sobre las condiciones de recepción y navegación de Internet, así como sobre estas formas en que efectivamente se ha modificado la comunicación. El único material que se acerca a la temática es el de Williams, Strover y Grant (1996:617-641), quienes se preocupan más por los impactos humano y social de los nuevos medios que por la tecnología propiamente dicha. Se trata igualmente de un aspecto al que los investigadores tendrán que poner atención, recurriendo tanto a métodos y técnicas tradicionales, como a las posibilidades ofrecidas por Internet.

NOTAS

- (1) La información contenida en esta parte fue trabajada anteriormente, en un artículo sobre la aldea global Mc Luhiana. Véase Benassini, 1996:16 y ss.).
- (2) Las **negritas** son del autor.
- (3) En caso de que las direcciones aquí proporcionadas se hayan modificado, los índices de búsqueda dan la posibilidad de obtener la nueva dirección.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Benassini, Claudia "Tres mitos sobre la aldea global Mc Luhiana", en *Origina*, mayo de 1996, págs. 16 y ss.
- 2.- Bettetini, Gianfranco y Fausto Colombo (1995) *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Edit. Paidós.
- 3.- Carpenter, Edmund y Marshall Mc Luhan (1968) *El aula sin muros*, Barcelona, Edit. Laia.
- 4.- Comer, Douglas E. (1995) *El libro de Internet*, México, Edit. Prentice Hall.
- 5.- Eco, Umberto (1965) *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Barcelona, Edit. Lumen.
- 6.- Hoffman Paul (1994) *Internet, manual de bolsillo*, México, Edit. Mc Graw Hill.
- 7.- Ianni, Octavio (1996) *Teorías de la globalización*, México, Edit. Siglo XXI.
- 8.- Mattelart, Armand (1996) *La comunicación mundo*, México, Edit. Siglo XXI.
- 9.- Mc Luhan, Marshall y Quentin Fiore (1969a) *El medio es el mensaje*, Buenos Aires, Edit. Paidós.
- 10.- Mc Luhan, Marshall (1969b) *Contraexplosión*, Buenos Aires, Edit. Paidós.
- 11.- Negroponte, Nicholas (1996) *Ser digital*, México, Edit. Océano.
- 12.- Stearn, Gerald Emmanuel (1973) *Mc Luhan: caliente & frío*, Buenos Aires, Edit. Sudamericana.

13.– Trejo, Raúl (1996) *La nueva alfombra mágica*, México, Edit. Diana.

14.– Williams, Frederick, Sharon Strower y August E. Grant “Aspectos sociales de las tecnologías de los nuevos medios”, en Bryant, Jennings y Dolf Zillmann (1996) *Los efectos de los medios de comunicación*, Barcelona, Edit. Paidós.

15.– Wolf, Mauro (1987) *La investigación de la comunicación de masas*, Barcelona, Edit. Paidós.

Los Cuadernos de Mass Culturas del Departamento de Ciencias del Hombre fueron impresos en la ciudad de León, Gto., para circulación interna dentro de la Universidad Iberoamericana León. El tiraje de la primera edición fue de 200 ejemplares.