

# RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina  
Especializada en tópicos de Comunicación.



Número 11, Año 3, Julio-Septiembre 1998

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

## Internet y televisión fútbol y telenovelas

Por: [Claudia Benassini Félix](#)

### INTRODUCCIÓN

- [1.- Sobre las características de Internet](#)
  - [2.- Internet e investigación de televisión](#)
  - [3.- Televisión e Internet en la investigación sobre el entretenimiento: Fútbol y telenovelas](#)
  - [4.- El manejo de la información proveniente de Internet: una propuesta](#)
  - [5.- Conclusiones preliminares](#)
- [Notas](#)
- [Materiales Consultados](#)

### INTRODUCCIÓN

Aproximadamente en la década de 1930 se inician en Estados Unidos los primeros estudios sobre los efectos de la comunicación en las audiencias receptoras (1). La mayoría de estos trabajos se caracterizó por estar enmarcados en la teoría de la aguja hipodérmica y las variantes que durante las tres décadas siguientes intentaron superarla. A casi cuarenta años de que comenzaran a explorarse otras alternativas que contribuyesen a la explicación de la recepción del mensaje, quizás habría que hacerle justicia a la también llamada teoría de la bala mágica, argumentando que en 1930 empezaba a conformarse la audiencia de los medios masivos de comunicación, cuyo momento culminante sobrevendría a lo largo de las décadas de 1950 y de 1960; la sociedad era mucho menos compleja que la actual y los contenidos de los medios, particularmente la televisión, se prestaban para estas interpretaciones.

Otro argumento remite a las dificultades para acceder a la información empírica, particularmente vía encuestas. Cabe recordar que esta técnica se consideraba entonces como el más importante instrumento para la comprobación de hipótesis, aunque su elevado costo y los problemas para codificación de los datos dificultaban mucho el quehacer de los investigadores. Por otra parte ^ y a pesar de los giros teóricos que han

intentado explorar otras alternativas -, a la fecha subyacen ciertos vestigios hipodérmicos, particularmente en el entretenimiento, ámbito en el que crece y se desarrolla el actual paradigma de usos y efectos (Rubin, 1997), que se basa en el supuesto de que los medios puedan hacer con nosotros mucho más de lo que suponemos. Como otras propuestas teóricas, destaca la importancia de la televisión como objeto de estudio.

Sin embargo, desde los inicios de la década que estamos viviendo y en plena época de globalización, la teoría de la aguja hipodérmica ha amenazado nuevamente con sentar sus reales. Son muchos los investigadores que han cedido a la tentación de hablar de la globalización cultural y/o de las presuntas implicaciones socioculturales de la oferta televisiva que se extiende actualmente a buena parte del mundo. Haciendo también justicia a las inquietudes de estos investigadores, habría que añadir que esta limitación es producto de un problema en el enfoque y la perspectiva desde la que se visualiza el problema. Es decir, en la actualidad algunos colegas manifiestan cierta tendencia a inferir los efectos de la exposición a la comunicación en parte por el crecimiento desmedido de las audiencias y en parte porque no cuentan con datos utilizables como punto de partida para construir un argumento.

En efecto; son pocos los estudios que desde una óptica similar se han emprendido en diversas partes del mundo y en los que se busque contribuir significativamente al conocimiento de los fenómenos de recepción televisiva en diversos puntos del globo. La carencia de este tipo de estudios se debe en parte al costo y en parte a la falta de consenso entre los investigadores de diversas regiones o bien, a las diferencias entre tiempos dedicados a esta actividad. El problema se recrudece si tomamos en cuenta que en algunos casos este tipo de trabajos no considera las diferencias socioculturales del globo. En el mejor de los casos, cada cual interpretará sus propios datos, dejando del lado el análisis intercultural. Las conclusiones mostrarán el asombro y la incredulidad ante el hecho de que en México, Venezuela, Filipinas e Indonesia, Marimar, su protagonista, ha tenido un éxito rotundo.

Por otra parte la expansión de Internet ha abierto importantes posibilidades al intercambio de información, particularmente a través del correo electrónico ^ al que incluso puede accederse desde las mismas páginas mediante diversas modalidades -, los grupos de discusión o la firma del libro de visitas de la página correspondiente. A su vez, esto ha propiciado que uno acceda a información de diversa índole y procedente de diversos lugares del mundo: desde los ámbitos familiares para el investigador hasta otros que le resultan novedosos socioculturalmente hablando. Sin duda alguna, en este momento tenemos acceso a una mayor cantidad de datos de Internet, uno puede intercambiar información con investigadores ubicados dentro y fuera del país; también puede establecerse contacto con productores de algunos programas de televisión y con los televidentes ubicados también en diversas partes del mundo.

El problema es cómo se valida y se interpreta la información a la que uno accede, particularmente cuando esta información proviene de contextos socioculturales distintos al nuestro. En suma, las crecientes posibilidades de acceso a Internet exigen cambios en las maneras en que se interpretan los datos. Y de no haber propuestas que conduzcan a modalidades congruentes de investigación, estos datos continuarán siendo exploratorios. Por lo tanto, el reto es trascender los marcos tradicionales y buscar nuevas formas de interpretar la información, sin perder de vista la perspectiva sociocultural. EL resto de este ensayo está dedicado a presentar el problema y algunas propuestas para solucionarlo. Como en otros trabajos sobre el tema, el énfasis se hará en la investigación de televisión.

**1.- Sobre las características de Internet.-** De las características inherentes a la red de redes, de las que se han ocupado diversos autores (Islas; Negroponte, 1996; Trejo, 1997) cabe destacar dos elementos (Betettini y Colombo, 1995), que propician los diversos usos de Internet, entre otros el intercambio de información.

**a)** Tanto en el campo de la difusión ^ distribución como en el de la construcción de signos y símbolos involucrados en los diversos lenguajes y los correspondientes mensajes, la invención fundamental ha sido la transformación de la forma de la señal de su tradicional modelo analógico al digital. „Las variaciones similares de magnitudes diversas (por ejemplo, corriente eléctrica y presión ejercitada por la emisión oral sobre el diafragma del teléfono) han sido sustituidas por sus cuantificaciones numéricas, permitiendo así, por una parte, la transmisión de muchas más señales simultáneamente por el mismo canal y, por la otra, la posibilidad de transportar por el mismo canal, señales no homogéneas entre sí pero convertidas en similares y recíprocamente compatibles, precisamente por su reducción a entidades numéricas% (Betettini y Colombo, 1995:15-16). En suma, entre otras tecnologías, los autores aluden a Internet y sus potencialidades

comunicativas.

**b)** La interactividad como problema importante introducido por la innovación tecnológica.- Como se recordará, los medios tradicionales se caracterizan por la comunicación en un solo sentido. La interactividad es „la imitación de la interacción por parte de un sistema mecánico y electrónico, que contemple como su objetivo principal o colateral también la función de comunicación con un usuario (o entre varios usuarios). Los media interactivos simulan precisa y exclusivamente interacciones comunicativas (...) un diálogo hombre ^ máquina que haga posible la producción de objetos textuales nuevos no completamente previsibles a priori% (Betettini y Colombo, 1995:17). Es decir, la interactividad abre la posibilidad de establecer el diálogo entre dos o más individuos con la mediación de la computadora. Entonces, debe distinguirse de la interacción, proceso que únicamente se lleva a cabo cara a cara.

**2.- Internet e investigación de televisión (2).**- La investigación sobre la industria televisiva en el contexto de la globalización de las comunicaciones ha cobrado creciente interés por parte de la comunidad de investigadores a nivel mundial. Sin embargo, una de sus principales limitaciones radica en la falta de acceso a información empírica sobre el tema. Es decir, la carencia de datos actualizados sobre las maneras en que por ejemplo la 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.

Esta carencia puede subsanarse, al menos en parte aprovechando las posibilidades abiertas por la red de redes. Cabe citar las siguientes:

**a)** Cada día es mayor el número de estaciones de televisión que cuentan con su página de Internet. Como en su momento señalaron Carlos de La Guarda y Fernando Gutiérrez, „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, según es 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 red de redes permite medir el pulso del auditorio y conocer, directamente, las opiniones reales de televidentes.% No en balde es creciente el número de programas ^ incluso de corte popular como Duro y Directo- que cuentan con su dirección electrónica e invitan a los televidentes a entrar en contacto con ellos por este medio. Desde la perspectiva que nos interesa, esta información es aprovechable; por ejemplo, al tomar decisiones con respecto a los contenidos que el investigador debe centrar su atención (3).

**b)** La consulta de bases de datos que sobre el tema circulan en la red, como Ultimate TV (<http://www.ultimatetv.com/>), Televisión Schedules on the World (<http://www.buttle.com/tv/schedule.html>) y TV Listings (<http://my.excite.com/tv/>). Las tres son representativas de su género, pues proporcionan información actualizada sobre la programación televisiva en prácticamente todo el mundo, ratings de algunos programas particularmente norteamericanos, avances de la nueva programación para la temporada de otoño, noticias actualizadas sobre televisión con colaboradores fijos y reconocidos. Incluye también espacios para la discusión entre ciberteledictos líricos y especializados, según el tema. En este mismo tenor están las bases de datos mediante a las que puede accederse a la televisión europea (<http://www.eurotv.com>) de Medio Oriente (<http://www.orbiTV.com>) y procedente de América Latina(<http://www.mundolatino.org/prensa>). La consulta de estas bases de datos ofrece, entre otras posibilidades, la de orientar al investigador sobre lo que se está transmitiendo en diversas partes del mundo, por ejemplo en materia de teleseries o telenovelas. El riesgo a asumir es que obviamente no todas las estaciones están instaladas.

**c)** La visita a los distintos grupos de discusión, los tableros de anuncios y los libros de visitas de estas páginas especializadas permite que el investigador se dé una idea de dos asuntos que pueden ser de su interés. En primer lugar, la programación y las variantes de la misma son discutidos entre los ciberteledictos. En segundo lugar, la procedencia de la información misma que proporciona información sobre los procesos de circulación y apropiación de los contenidos televisivos por parte de los diversos públicos. Como se verá más adelante ^ y como ya se indicó en la Introducción -, el problema está en la validación de esta información.

**d)** La consulta de páginas especializadas sobre la temática de interés del investigador. Un primer caso lo constituyen las asociaciones de profesionales que dentro y fuera del país agrupan a estudiosos de los fenómenos comunicativos, o agrupaciones que dentro del ciberespacio se han constituido para estos fines

como la Red de Comunicación Compleja, cuya efectividad es más que evidente por los diversos proyectos que aglutina (4). De la misma forma, es creciente el número de académicos especialistas en el tema que nos ocupa que cuentan con su página en la red; esto facilita la comunicación entre pares y, en consecuencia, el intercambio de opiniones. Una segunda posibilidad es visitar páginas especializadas en el tema de interés del investigador; un caso ilustrativo es por género televisivo. Volveremos a este punto en el siguiente apartado.

Como puede observarse, visita a estas y otras direcciones relacionadas con la televisión puede aportar elementos para el análisis y la investigación sobre el tema. Sin embargo, en la mayoría de los casos esta información no sustituye a la que el investigador obtiene como parte de su trabajo cotidiano. Sin embargo, dadas las limitaciones tanto de espacio y tiempo, como de investigaciones realizables entre académicos ubicados en diversas partes del mundo, en la actualidad ^ y como se verá más adelante ^ se ha recurrido a la red como forma de poner en circulación encuestas con finalidades específicas.

**3.- Televisión e Internet en la investigación sobre el entretenimiento: Fútbol y telenovelas.-** Desde principios de la década, la investigación sobre el entretenimiento a través de la televisión ha cobrado un interés creciente. El hecho coincide con la abierta ruptura de las fronteras nacionales y la consecuente transmisión de ciertos contenidos ^ obviamente aquellos que atraigan al televidente ^ en diversas partes del mundo. Obviamente, gran parte de los materiales que trascendieron las barreras nacionales se ubican en el entretenimiento por diversas razones, particularmente ligadas al gusto y a la afición que algunas televidentes desarrollan por diversos géneros. Asimismo, el hecho coincide con la caída del Muro de Berlín y la entrada de la televisión comercial a Europa Oriental. Este hecho podría no tomarse en cuenta si no fuera porque a principios de 1989 se iniciaron en Rusia las transmisiones de La esclava Isaura, telenovela brasileña que desde entonces propició que los televidentes se convirtieran en seguidores del género. El hecho se constata cuando uno visita las páginas correspondientes en Internet y se acerca tanto a las producciones del género que se transmiten en Rusia, como a los comentarios hechos por los visitantes rusos a las páginas especializadas del género.

Asimismo, el deporte -particularmente el fútbol- ha jugado un papel muy importante en la globalización de la televisión. Ciertamente, sólo cada cuatro años la celebración de los campeonatos mundiales abren la posibilidad de que millones de personas estén atentas al acontecimiento. Sin embargo, de manera creciente el fútbol sudamericano y europeo se han constituido en focos de atracción para innumerables televidentes. El hecho se explica, entre otras razones, por el intercambio de directores técnicos y jugadores en diversas partes del mundo, que da lugar a que un número creciente de televisoras adquieran los derechos de transmisión de los partidos, bajo el supuesto de que se atraerá a los televidentes (5).

Por otra parte todos sabemos que uno de los usos de la televisión y de Internet es el entretenimiento. Este hecho se constata cuando uno consulta la información disponible sobre la programación y sobre las páginas que se ponen a disposición del navegante. Este uso de ambos medios puede verse de manera independiente - cada uno por su cuenta ^ o interrelacionado. Ambos coexisten, aunque el segundo requiere que las temáticas abordadas por la televisión tengan presencia en la red. Algo que, como ya se indicó sucede de manera creciente en la actualidad. Por otra parte, hay multitud de sitios de entretenimiento que circulan a la red y que no tienen relación con la televisión, como hay muchos programas que se transmiten con bastante éxito sin que tampoco tengan relación con Internet.

Sin embargo, los ciberdictos a las telenovelas y el fútbol han encontrado importantes espacios de expresión y de participación a través de la red. Ambos cuentan con un número creciente de páginas administradas tanto por las estaciones de televisión, como por los clubes deportivos como por los aficionados que han encontrado en Internet la posibilidad de compartir sus intereses con seguidores muchas veces ubicados en diversas partes del mundo. A continuación se presentan algunos ejemplos de dichos casos:

**3.1 El fútbol (6).**- El ciberdicto puede recurrir a múltiples posibilidades para visitar infinidad de páginas vinculadas a su deporte favorito. Sin embargo, hay tres páginas especializadas que concentran buen número de direcciones sobre el tema: ISFA (siglas de Internet Soccer Fans Association), la Unión de Clubes Latinoamericanos en Internet y Soccer City. Entre otros servicios el ISFA ofrece a los aficionados la oportunidad de contar con su propia página de fútbol o bien, de ubicar la que ya tienen en esta dirección. En principio, ambas oportunidades permitirán que, una vez ubicadas en una página especializada, se tendrá un mayor número de visitantes. Un siguiente servicio, que no se contrapone a los otros, es la participación en grupos de discusión sobre diversos temas; para ello cuenta con 433 listas de correo. Los interesados en

participar en estos grupos pueden seleccionar a sus equipos favoritos por continente y otras listas, en las que la participación se registra por juegos, novedades y jugadores, entre otras modalidades.

Por su parte, la Unión de Clubes Latinoamericanos en Internet es todavía una organización incipiente de clubes latinoamericanos que cuentan con páginas en la red. A diferencia de la anterior, únicamente cuenta con un listado de 15 páginas elaboradas por ciberaficionados de igual número de clubes. Hay un lazo a cada una de estas páginas y a la dirección electrónica de sus autores. Asimismo, cuenta con acceso a siete índices de búsqueda a través de los que puede accederse a información no sólo sobre fútbol, sino sobre cualquier otro tema.

En suma, recorrer o visitar cualquiera de estas direcciones supone hacer recorridos que, en mayor o menor medida, muestran el creciente interés de directivos y aficionados por estar presentes en la red de redes. De aquí la importancia de recurrir a sus opiniones como fuente de acceso a información relacionada con la temática.

**3.2 La telenovela (7).**- Inicialmente, acceder a información sobre el tema a través de Internet, era posible solamente visitando las páginas de algunas televisoras que cuentan con datos al respecto o bien, visitando las páginas de espectáculos de los periódicos que se encuentran en Internet. A partir de 1996, diversos aficionados al género han abierto espacios dedicados a éste y cuentan con un número creciente de visitantes. En mayor o menor medida, la mayoría de estas páginas proporciona información sobre las telenovelas de mayor éxito que han circulado por todo el mundo: sus estrellas, anécdotas, ligas con artículos de interés para el visitante, etc. Quizá la más completa es la que se ofrece en Yolette Nicholson en Rincón Latino (<http://www.rinconlatino.com>), quien cuenta con un promedio de mil visitantes semanales y cien mensajes diarios colocados en su pizarra pública. Asimismo, es creciente el número de visitantes que acceden a su página y que participan en su pizarra pública como en su libro de visitantes.

**3.3 La participación de los ciberaficionados en ambos espacios.**- A primera vista, es creciente e importante la participación entusiasta de los usuarios que visitan las páginas. Sin embargo, hay una diferencia importante en la modalidad de la participación. Mientras el fútbol se ha convertido en un ámbito de expresión que ha derivado en la proliferación de cientos de páginas de ciberaficionados ^ con objetivos e información similares ^ en la telenovela los sitios son más reducidos aunque más abundantes en la participación e foros de discusión, tableros de avisos y firma de libro de visitantes.

No obstante, revisar estos materiales proporciona un primer acercamiento al impacto sociocultural de ambos géneros. En ambos casos el ciberteledicto expresará libremente su punto de vista con respecto a los temas que son de su interés o llaman su atención. Llama también la atención el hecho de que las páginas en cuestión se constituyen en verdaderos puntos de encuentro de visitantes que proceden de diversas partes del mundo, desde Rusia y Chipre hasta Israel e Indonesia, pasando por Estados Unidos, México, Argentina y España, por citar algunos ejemplos.

Esta diversidad sociocultural fue la motivación que me hizo practicar una encuesta a cada uno de estos grupos de aficionados. Las muestras de solidaridad y la rapidez de las respuestas me hicieron pensar sobre la validez de la información y el impacto del fútbol y la telenovela en diferentes contextos socioculturales. A primera vista, los resultados de ambas encuestas me permitieron constatar un criterio puramente comercial y que otro ya se había verificado de antemano: la libertad y la rapidez con que circula la información a través de Internet, además de las facilidades de acceso.

Más allá de estas consideraciones, llamó mi atención que Luis Mc Skimming recurriera a la red para poner en circulación una encuesta cuyos resultados utilizará para la elaboración de su tesis doctoral. Entré en contacto con ella vía correo electrónico y me comentó que seguía instrucciones de su asesor, además de que el mismo instrumento se aplicaría a otro tipo de sujetos con residencia en Estados Unidos. En suma, la información obtenida a través de Internet puede utilizarse con algunas reservas, pues al final su constatación no es tan fácil dadas las distancias a las que se ha aludido en este trabajo.

**4.- El manejo de la información proveniente de Internet: una propuesta.**- El ejemplo de Lois Mc Skimming es sólo uno de los muchos que empiezan por a cundir en investigación y no sólo en el entretenimiento. Por lo tanto, los datos recabados a través de la red de redes pueden ser organizados e interpretados en función de los criterios que se sugieren a continuación:

**a)** La contextualización de los datos en un determinado marco teórico, que puede construirse a partir de diversas variantes, vinculadas a la comunicación intercultural y/o a las implicaciones socioculturales de Internet y el fenómeno en cuestión, en este caso, el fútbol y las telenovelas.

**b)** La selección de los informantes a partir de los criterios más rigurosos que el puro azar, pues este criterio únicamente permite acercamientos de carácter exploratorio a los fenómenos comunicativos. Estos criterios pueden estar en función de la participación del ciberteledicto en los sitios de su preferencia, en su ubicación geográfica y el contexto sociocultural en lo que al informante refiere.

**c)** Posiblemente, el más importante de los criterios se refiere a las maneras en las que uno descompone y recompone la información obtenida a partir de Internet. De acuerdo con Ricki Goldman ^ Segall este proceso como producto de proceso multimedia sugiere la posibilidad de proceder etnográficamente: venciendo el etnocentrismo ^ la evaluación de otras culturas a partir de la propia ^ y contextualizando los datos en la cultura en la que se originan. Ciertamente, si Thalía tiene éxito en Rusia y en Indonesia habrá que considerar ambos contextos así como la competencia entre los ciberteledictos en lo que se refiere a telenovelas: sus preferencias y aquello que rechazan adquieren la misma importancia en el momento de la evaluación.

Es decir, en opinión de Goldmann, los datos obtenidos vía multimedia deben ayudar a medir el significado para construir lo que Clifford Geertz denomina „descripciones e interpretaciones densas%. Para ello sugiere ocho formas (Goldmann, 1996:71), de las cuales yo selecciono las primeras cinco dados los objetivos de este trabajo:

**a)** Construir grupos similares (agrupar). Yo añadiría que este proceso puede apoyarse en los criterios tradicionales de estratificación utilizados para codificación e interpretación de una encuesta tradicional.

**b)** Hacer la descripción más densa con comentarios. En este proceso ubico el papel de la teoría a la que deben remitirse los datos producto de la encuesta, a la vez que permite la estratificación y la contextualización sociocultural. De aquí la importancia de trascender los materiales sobre nuevas tecnologías y referirse a otros que permitan una interpretación más adecuada de los datos, como los ya referidos sobre usos de Internet, impacto de las nuevas tecnologías, estudios socioculturales e interculturales, etc.

**c)** Establecer relaciones entre atributos. Desde mi punto de vista esta forma es producto de las dos primeras, en la medida en que permite hacer cortes entre los distintos niveles que conforman la muestra: por edad, nivel educativo, nacionalidad, marco de referencia sociocultural, etc.

**d)** Potenciar el significado dando importancia a los atributos. Nuevamente resulta insuficiente saber que las estrellas de las telenovelas cosecha éxitos en distintas partes del mundo. Es necesario hacer hincapié en algunos aspectos que a primera vista tienen poca importancia como el doblaje o la narración de una persona, mismas que modifican las condiciones de recepción del género.

**e)** Añadir perspectivas y „puntos de vista%, es decir, triangular. Añado que esta forma es producto de la potenciación del significado y su confrontación con la teoría. A final de cuentas, la explicación sobre por qué producciones manufacturadas para contextos socioculturales distintos tienen éxito en otros que inicialmente no fueron tomados en cuenta para la producción de su género.

Dos cosas para finalizar con este apartado. En primer lugar, estas formas de construcción y descripción por niveles suponen múltiples posibilidades de combinación, desde quedarse en la primera hasta desarrollar las cinco. Ambas posibilidades ^ y otras que se derivan de las combinaciones de formas ^ estarán en función de los objetivos de la investigación y de la información de la que finalmente se disponga para descomposición y recomposición de la información. Finalmente y como reza el apartado, se trata de una propuesta cuyas posibilidades y maduración apenas comienzo a poner en práctica. De aquí mi interés en socializarla y en escuchar opiniones al respecto. De cualquier forma, la propuesta en principio abre posibilidades de interpretación sociocultural de una realidad que aparentemente es homogénea y que, en consecuencia, derriba las perspectivas hipodérmicas. A final de cuentas, este proceso de homogeneización es lo más sencillo. Creo que es necesario encontrar explicaciones más creativas y acordes con los marcos de referencia socioculturales bajo los cuales se recibe e interpreta el mensaje.

## 5.- Conclusiones preliminares.

- a) Es útil recurrir a Internet como apoyo a la investigación de televisión. Sin embargo, deben estar claros los objetivos del trabajo y al menos el tipo de páginas que se desea consultar. La navegación al azar es justificable para otros motivos ^ como el puro entretenimiento -, no para la investigación.
- b) De manera creciente los investigadores recurren a información procedente de la red de redes. Es decir, comienzan a quedar atrás los tiempos en que se cuestionaba la información obtenida de la red, o simplemente no se le reconocía validez. Incluso, a comenzado una sana discusión sobre las diversas posibilidades de citar los directorios consultados en la realización de una investigación. De la misma forma, es importante legitimar la información proporcionada por los ciberteledictos que visitan las páginas de interés particular para el estudio de los fenómenos comunicativos.
- c) Con respecto a los temas que nos han ocupado es necesario precisar algunas diferencias. El fútbol es un deporte que se practica desde hace más de un siglo en diversas partes del mundo y que, dado su éxito , se transmite por televisión. Sin embargo, cabría preguntarse qué sería del fútbol sin la televisión, ya que el medio le ha conferido parte de espectacularidad que le caracteriza actualmente. La telenovela, por su parte, es un producto neto del género. Ambos se dieron a conocer a través de la televisión y se han encontrado en Internet un cúmulo de posibilidades de expresión. Sin embargo, las diferencias de participación en ambos casos deben tomarse más bien como exploratorias y no como algo contundente que a mediano plazo caiga en el estereotipo.
- d) Por último, este trabajo ha intentado complementar otros que he realizado sobre el apoyo que los investigadores podemos tener consultando Internet. En este caso me he centrado en la información proveniente de los visitantes de las páginas que son de nuestro interés por la temática que ocupan. Espero haya quedado lo suficientemente clara la importancia de legitimar el acceso a la información por esta vía, así como la necesidad de emprender estrategias teórico-metodológicas que hagan posible dicha legitimación. Viéndolo así, se trata de un primer paso para la discusión sobre las comunidades virtuales, misma que en este momento a comenzado a formar parte de la agenda de los estudiosos de la red de redes.

### Notas

- (1) unas décadas más tarde, esta propuesta enmarcaría las primeras investigaciones sobre los efectos en México y otros países latinoamericanos.
- (2) Parte de esta información se presentó en Benassini (1997)
- (3) Uno de los supuestos más importantes que rigen la investigación sobre los contenidos televisivos - y que se hace extensiva a otros medios- es que su selección debe orientarse por su popularidad entre las audiencias, particularmente en el caso del entretenimiento, pues la televisión pública, la educativa y la cultural se rigen por estos criterios.
- (4) La Red de Comunicación Compleja agrupa a un número creciente de investigadores bajo diversos objetivos. La página registra una constante actividad, característica de la comunidad que interactúa a través de ella.
- (5) Por ejemplo, durante las temporadas en que Hugo Sánchez jugó para el Atlético de Madrid, la afición mexicana comenzó a seguir su desempeño, a la vez que creció el número de adeptos mexicanos a ese equipo español. Buena parte de estos adeptos se cambiaron junto con Hugo al Real Madrid, equipo que a la fecha ha visto muy mermado el número de seguidores mexicanos, toda vez que Sánchez dejó el equipo hace ya varios años.
- (6) Parte de la información que se consigna en este apartado se tomó de Benassini (1998)
- (7) Parte de la información consignada en este apartado se utilizó como material de apoyo para una ponencia que sobre el tema se presentará en el encuentro organizado por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) a celebrarse en Brasil en el mes de septiembre.

## Materiales Consultados

BENASSINI, Claudia., (1997)., *Internet como apoyo a la investigación de televisión*, México, Cuadernos de Mass Culturas., Universidad Iberoamericana Platel León. También puede encontrarse como libro especial en Razón y Palabra.

-----., (1998)., *Ciberhinchas, ciberaficionados, cibertifosi: Internet como nuevo espacio de expresión futbolera.*, a publicarse en el próximo número de la revista Contexto de la Universidad de Lima

BETTINI, Gianfranco y Fausto COLOMBO., (1995)., *Las nuevas tecnologías de la Comunicación.*, Barcelona., Ed. Paidós

GOLDMAN-SEGALL, Ricki., *La deconstrucción del mito de Humpty Dumpty: juntar las piezas para crear significado cultural.*, en Edwar Barrett y Marie Redmond (comp)., "Medios contextuales en la práctica cultural"., Barcelona., Ed. Paidós.

GUTIÉRREZ, Fernando y Carlos DE LA GUARDIA., *La industria televisiva en el universo de Internet.*, en "Razón y Palabra # 1"., <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/Anterior.htm>.

NEGROPONTE, Nicholas., (1996)., *Ser Digital.*, México., Ed. Océano.

RUBIN, Alan M., *Usos y efectos de los media: una perspectiva de usos y gratificación.*, en BRYANT, Jennings y Zillman, Dolf (eds)., "Los efectos de los medios de comunicación"., 1997., Barcelona., Ed. Paidós.

TREJO, Raúl., (1996)., *La nueva alfombra mágica.*, México., Ed. Diana.



---

**[Regreso al índice de esta edición](#)**

---

