

**Universidad del Salvador**

**Facultad de Ciencias de la Educación y de la  
Comunicación Social**

*Carrera:* **Publicidad**

*Materia:* **Seminario de Investigación**

*Titular:* **Profesor Juan Bautista González Saborido**

*Alumno:* **Victor Aimi**

*Tema:* **Hacia el análisis de un medio de comunicación social interactivo. Sistemas de servicios en línea como medios de comunicación social.**

**Agosto de 1994**



**Services**

## **Agradecimientos**

Al titular de la cátedra, Profesor González Saborido, y a todos los amigos, compañeros de estudio y del trabajo que colaboraron de una manera u otra con esta investigación: Gabriel Curi, Diego Braje, Mariano Bigliani, Leandro Doeyo, Eugenio Beaufrand, Ariel Müller, Alejandro Quintero Palacios, Avo Hadjian.

A la Facultad.

A Microsoft de Argentina.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## ¿Por qué este tema?

Cuatro millones y medio de suscriptores. Un gran volumen de información de actualidad clasificada en secciones. Temas específicos para grupos de interés. La noticia transmitida al instante. Especialistas y la audiencia opinan en vivo. Las ofertas pueden pagarse con tarjeta de crédito y son enviadas a domicilio.

¿Suena a comunicación social? Sin embargo, todas las características mencionadas no corresponden ni a un diario, ni a una revista, ni a una emisora de radio, ni de televisión. Son parte de las prestaciones a las que miles de usuarios acceden todos los días conectando sus computadoras a la línea de teléfono. La mayor de las empresas prestatarias de este tipo de servicio, llamada Compuserve, está establecida en los Estados Unidos y reporta cerca de dos millones de abonados a su "sistema de servicios en línea", como se denomina comunmente. Dos empresas la siguen de cerca en tamaño: una es Prodigy, un emprendimiento de IBM con más de un millón de abonados. En tercer lugar está un nuevo y exitoso emprendimiento llamado America On Line, que ha pasado de quinientos mil a novecientos mil abonados en menos de un año.

Tres aspectos fundamentales caracterizan la prestación de servicios en línea. 1) La empresa prestataria no realiza una transmisión ni reproducción masiva, sino que la información se considera publicada una vez que está a disposición del

usuario, quien accede a ella por sí mismo 2) El usuario -generalmente muy involucrado en la informática- tiene un rol activo, ya que puede enviar mensajes a cualquier otro miembro del sistema 3) El sistema se sostiene en porcentaje mayoritario por la cuota de los abonados. La publicidad tiene un papel secundario e inclusive es condenada cuando interfiere en la rutina de comunicación de los usuarios.

Existen cientos de empresas en todos los países prestando servicios en línea en la actualidad, incluida la Argentina. En los últimos años, la evolución de la informática y la mayor difusión de las tecnologías necesarias han ocasionado un gran crecimiento del área, generando una activa discusión sobre el tema. En especial en los Estados Unidos, donde el gobierno promueve la creación de una red nacional con cableado de gran capacidad para habilitar el paso de un mayor volumen de información que el permitido por las líneas telefónicas. El proyecto, conocido como "la autopista informática" (del inglés Information Highway) interesa a empresas de teléfonos, empresas de TV por cable, de informática y productoras de entretenimiento e información, originando una gran ola de fusiones, adquisiciones y comunicados de prensa por parte de los involucrados.

Los analistas concuerdan en que la mejor expresión en la actualidad de un proyecto semejante es el ubicuo y arcaico sistema de comunicación informática conocido como Internet, una red internacional de computadoras sostenida en base al aporte económico de distintos gobiernos del mundo, cuyo objetivo inicial

fue la discusión e intercambio académico. Hoy Internet es analizado con una mezcla de sorpresa y veneración mientras se espera su colapso por la intensidad del tráfico de información generado por gigantescas oleadas de nuevos usuarios que entran a curiosear en él desde los modernos sistemas comerciales en línea.

Internet Index - Compilado a diciembre de 1993 por Win Treese (treese.crl.dec.com)

Crecimiento anual del tráfico en Estados Unidos: 997%  
Crecimiento anual del tráfico internacional: 341.634%  
Tiempo promedio entre nuevas redes de usuarios conectándose a Internet:  
10 minutos  
Número de artículos periodísticos sobre Internet publicados en diarios y revistas durante los primeros nueve meses de 1993: más de 2.300  
Número de cafés conectados a Internet en San Francisco: 18  
Costo por 4 minutos de conexión a Internet en esos cafés: \$025  
Fecha del primer mensaje de un jefe de estado por Internet: 2 de marzo de 1993 (enviado por Bill Clinton, presidente de los Estados Unidos)  
Fecha en la cual se publicó el primer cuento de Stephen King por Internet antes que en un libro: 19 de septiembre de 1993  
Fecha luego de la cual más de la mitad de las redes registradas fueron comerciales: agosto de 1991  
Número de servidores Internet en Noruega por cada 1.000 habitantes: 5  
En Estados Unidos: 4  
Número de servidores Internet en julio de 1993: 1.776.000  
Tiempo ida y vuelta para un mensaje desde las oficinas centrales de Digital en Estados Unidos hasta mcmvax.macmurdo.gov en la base McMurdo, en la Antártida: 640 milisegundos  
Número de conexiones atravesadas: 18  
Número de artículos publicados en el foro Usenet en un día típico en febrero de 1993: 350.000  
Número de megabytes publicados: 44  
Número de usuarios publicando: 80.000  
Número de lugares representados: 25.000  
Número de inmobiliarias de Silicon Valley cuya publicidad incluye direcciones de correo Internet: 1  
Número de países que pueden accederse por correo electrónico: aprox. 137  
Número de países que no pueden accederse por correo electrónico: aprox. 99  
Número de países en Internet: 60  
Tiempo que tardan en publicarse en Internet las decisiones de la Suprema Corte de Justicia de los Estados Unidos: menos de 24 horas  
Fecha en que se transmitió simultáneamente por Internet el primer programa de radio: 21 de mayo de 1993  
Porcentaje de los 100 BBS más importantes de Estados Unidos conectados a Internet: 21

La madeja de proyectos y experimentos que permitirán la evolución de Internet en una nueva red de uso masivo está todavía lejos de permitir algún análisis que supere el nivel de conjetura. Sin embargo, la informática como sistema de comunicación tiene en la actualidad aplicaciones concretas entre las cuales se destaca por su

magnitud social y comercial el caso de los sistemas de servicios en línea. La comprensión de esta nueva forma de intercambio desde el punto de vista de la comunicación social se vuelve más y más atractiva a medida que el futuro de los medios parece unirse definitivamente con la informática.

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>1. LOS SISTEMAS DE SERVICIOS EN LÍNEA.....</b>	<b>10</b>
A. BBS: LA HISTORIA DE LOS SERVICIOS EN LÍNEA.....	11
B. FORMA ACTUAL DE LOS SERVICIOS EN LÍNEA.....	13
<i>I. Servicios de Comunicaciones</i> .....	14
<i>II. Servicios de Noticias</i> .....	16
<i>III. Servicios de Compras</i> .....	17
<i>IV. Servicios de Referencia</i> .....	18
C. CÓMO FUNCIONAN LOS SERVICIOS EN LÍNEA .....	19
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>23</b>
A. LA FUNCIÓN DEL EMISOR EN UN MEDIO DE COMUNICACIÓN INTERACTIVO .....	25
<i>La necesidad de autoregulación</i> .....	28
B. COMPRENSIÓN DE LAS PECULIARIDADES DEL VEHÍCULO .....	30
C. IMPORTANCIA DE LA FUENTE .....	33
D. EL PÚBLICO DE LOS SERVICIOS EN LÍNEA .....	35
E. PARA UN ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	38
<b>3. TRABAJO DE CAMPO .....</b>	<b>40</b>
A. CÓMO APROVECHAR LA IMPORTANCIA DE LA FUENTE EN LA COMUNICACIÓN EN LÍNEA .....	42
B. ESTRUCTURACIÓN DEL CONTENIDO DE ACUERDO A PARÁMETROS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL .....	44
C. MODIFICACIÓN DE LA FUNCIÓN EMISORA PARA UNA MEJOR ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE LA AUDIENCIA .....	47
D. PREPARACIÓN PARA EL TRABAJO CON MAYORES CANTIDADES DE PÚBLICO .....	50
E. SIMPLIFICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL MEDIO POR EL PÚBLICO .....	53
F. MUESTRA DE LA ENCUESTA A AUDIENCIA DE DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	55
G. PREGUNTAS UTILIZADAS EN LA ENTREVISTA A USUARIOS DE SERVICIOS EN LÍNEA.....	57

**CONCLUSIONES..... 59**

**BIBLIOGRAFÍA..... 63**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR