



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[junio de 2000]

## Algunas cuestiones sobre el uso de Internet para los próximos años

**María Teresa Sandoval Martín** ©

Universidad de La Laguna

<mailto:mtsando@ull.es>

Cuando se le pregunta a un ciberusuario por el uso que le da a Internet o para qué le sirve la red, su respuesta puede englobarse en uno de los siguientes conceptos: fuente de información, entretenimiento o consumo. La mayoría de las veces las tres actividades se entremezclan; como cuando el usuario adquiere un juego de la red a través de una operación de comercio electrónico o accede a la actualidad informativa a través de un periódico digital donde también puede concursar o comprar un libro. Estos tres ingredientes son la base sobre la que se sostiene todo lo que circula por la red de redes. Si tratáramos de englobar estos tres aspectos en uno sólo, vemos que, a través de Internet, el ciberusuario obtiene algún tipo de beneficio.

En estos momentos se conectan a través de la red más de 275 millones de personas (1), existen más de mil millones de páginas web y su crecimiento en el país que la vio crecer, Estados Unidos, es 15 veces más rápido que la economía de esta superpotencia (2). Estos éxitos no hacen más que señalar que los pasos seguidos en el uso de la red hasta el momento han sido los acertados y que han beneficiado a la sociedad en su conjunto y a los individuos en particular, basta sólo recordar que cada año se envían siete billones de mensajes de correo e. (3).

Este continuo crecimiento de la red hace pensar que los usos que se han venido haciendo hasta el momento de Internet por los navegantes no sufrirán grandes transformaciones, al menos en su concepción básica, porque sus contenidos (información, entretenimiento y productos de consumo) seguirán siendo las claves del éxito del nuevo medio. Es decir, aquello que preste un servicio al usuario o que le proporcione un producto seguirá teniendo cabida en la red. Pero lo que difícilmente logra hacer Internet es cambiar los hábitos de los individuos, es decir, si una persona no suele comprar novelas, por el hecho de que pueda comprarlas desde su casa a través de la red y de que se le invite a ello desde numerosas páginas de contenidos no quiere decir que vaya ahora a adquirir esos productos (4). Menos aún se puede esperar que la persona poco habituada a la lectura se "baje" de la red un libro en su edición electrónica. Un ejemplo representativo de esto es el hecho de que en los estudios que se han realizado sobre los usuarios de los periódicos electrónicos se ha observado que la mayoría de los lectores de los periódicos en línea lo son también de la edición impresa. Es decir, Internet puede afianzar los usos y hábitos de consumo de una persona pero le cuesta conseguir que éstos se den por primera vez a través del nuevo entorno.

Aún así, la red a través de la publicidad (de los "banners") puede acercarle al consumidor aquello que más atracción pueda despertarle. Esto se debe a que cada vez se va mejorando el conocimiento del perfil del usuario de un determinado sitio, pudiendo la publicidad mostrar aquellos anuncios que estén relacionados con los gustos del cibernauta, invitándole así a consumir los productos o a visitar los espacios que se muestran.

Partiendo de esta base trataremos de entrever cuáles son los usos hacia los que tenderán los navegantes y también las empresas en los próximos años en relación con la red de redes. Para ello, en primer lugar hay que recordar que el soporte a través del cual se puede interactuar en Internet ya no es solamente el ordenador personal, porque a él se han sumado ya la telefonía móvil de tecnología WAP, la televisión digital, teléfonos fijos, agendas electrónicas, relojes de mano, etcétera.

Como señala Vinton Cerf (P. F. de L., 2000), uno de los "padres" de la red: "la información viaja en paquetes por Internet y puede ir sobre cualquier cosa, por el teléfono, por la radio, por la televisión...". Sin embargo, a pesar del incremento de soportes sigue existiendo el problema del cuello de botella que representa el acceso a la telefonía local [el llamado bucle local del

abonado], del que dice que "hay que liberalizarlo, para que cualquiera pueda acceder a él y competir con otros". Para este especialista, el cable y la radio también son un monopolio y habría que "liberalizarlo todo para permitir que la competencia tenga lugar, independientemente del medio". Aunque hay detractores de esta teoría, como la FCC, comisión que regula las telecomunicaciones en Estados Unidos; no cabe duda de que el desarrollo de Internet, al menos en Europa, pasa por un abaratamiento del coste de la conexión. La Unión Europea ha tomado conciencia de ello y ha diseñado a través de la Comisión Europea un proyecto de plan de acción al que ha bautizado como "eEuropa 2002. Una sociedad de la información para todos", entre cuyos objetivos se encuentra el abaratamiento del acceso a Internet (5).

El incremento de los soportes a través de los cuales es posible recibir y producir contenidos para la World Wide Web conlleva que operen diferentes tecnologías y lenguajes. Además, se produce una variación en el tamaño de las ventanas de visualización, lo que influye notablemente en la recepción y percepción del contenido. De ahí que, para las pantallas más pequeñas se facilite una información resumida y escueta, sin imágenes, para facilitar la lectura al usuario, así como la transmisión. En el caso de los teléfonos móviles, con la tecnología WAP, la información que se ofrece gira en torno a breves boletines de noticias, sobre todo de economía, o bien mapas o planos de ciudades e información de lugares de ocio y restaurantes.

Los contenidos han sido desarrollados atendiendo a los perfiles de las personas que se espera utilicen más esta tecnología, entre los que destacan tanto los ejecutivos como la gente joven. De esta forma, vemos cómo la red se va adaptando a los usos de sus más fieles navegantes. Sin aportar nada nuevo en cuanto a contenidos, lo que hace es ofrecer unos productos de forma inmediata y accesible desde cualquier lugar. Con la posibilidad de tener Internet a través de la televisión, el cambio es menor, puesto que hasta el momento los contenidos son los mismos y no se ha tenido que crear un nuevo lenguaje informático como ha ocurrido con los móviles.

### **La fiabilidad de la información y la tecnología**

Uno de los inconvenientes que está presentando la red para muchos usuarios es la falta de credibilidad o de fiabilidad de los contenidos que circulan por la misma; en este sentido, cabe esperar que sea el cibernauta el que a través de las elecciones que realice al visitar aquellos sitios webs que ofrecen informaciones veraces, contrastables y, en la medida de lo posible, imparciales y objetivas sea el que marque el camino a las empresas. En este sentido, el hecho de que los periódicos electrónicos se encuentren entre los lugares más visitados de la red indica que el internauta, a pesar de contar con otros sitios como los portales, en los que se le ofrece información de actualidad, prefiere el medio periodístico porque le da mayores garantías. A medida que los proveedores de contenido vayan introduciendo en sus plantillas a periodistas y desarrollen un tratamiento de la información desde una óptica periodística, el navegante irá dándole más credibilidad a estos lugares. No obstante, la credibilidad también viene dada por la mancheta o la marca del medio, de ahí que los portales tiendan a reproducir las noticias de agencias, sobre todo flashes de última hora o de otros medios ya consagrados que gozan de prestigio.

Con todo, se observa nuevamente que la fiabilidad y la credibilidad en la red está asociada a lo ya conocido, la marca, la mancheta, el prestigio de una empresa, es ya una garantía para el ciberusuario, al que lo nuevo le cuesta más aceptarlo a menos de que esté respaldado por una empresa de renombre. Este es el caso del portal Terra, cuyo éxito ha sido notable, gracias en gran parte a que se trata de una filial de Telefónica, lo que ya ofrece unas garantías de seriedad al usuario.

Pero en el campo de la tecnología el problema es aún más grave, porque los ataques masivos de virus, gusanos y otros mutantes son los que más perjudican al uso de la red, ya que, como apunta el profesor Ribagorda (2000), "las tecnologías afectadas por los mismos, informática y telecomunicaciones han devenido en la base de las sociedades actuales, que dependen críticamente de ellas". Por ello, es obvio que se requieren ya "garantías de que la información y sus tecnologías son fiables". Esto conlleva una extensiva aplicación de las actuales técnicas de seguridad y el desarrollo de otras nuevas, así como una labor de concienciación social que alerte de los riesgos del uso negligente de estas tecnologías.

### **Educar para la tecnología**

Los crecientes ataques cibernéticos a los que está siendo sometida la red y que afectan cada vez a un mayor número de usuarios (6) suponen una seria advertencia ante peores augurios, que hace necesario que la sociedad tome conciencia de que esta tecnología lleva aparejados riesgos que aconsejan ser cautelosos en su uso. Arturo Ribagorda (2000), catedrático de Informática de la Universidad Carlos III de Madrid, aconseja que el cibernauta tome las siguientes precauciones en la red:

- no abrir mensajes de desconocidos o con asuntos sospechosos,
- realizar copias periódicas de seguridad,
- no compartir las contraseñas o claves personales,
- no descargar programas informáticos desde fuentes no fiables, así como
- no cifrar mensajes conteniendo datos sensibles.

Para Antonio Vaquero (2000), catedrático de la Facultad de Informática de la Universidad Complutense, resulta inevitable el tener que asumir riesgos con posibles efectos perniciosos, ya que "hay una creciente corriente informática centrada en el llamado "software" libre, que está creando una conciencia clara de las dependencias peligrosas".

En el plano empresarial esta situación se agrava, comentando este experto que "resulta suicida la ausencia de un plan de seguridad que, tras enunciar las reglas que rijan la protección de la información y designar un responsable de la misma, comprenda procedimientos detallados de seguridad, imponga la realización de un plan de contingencia, obligue a la ejecución de análisis de riesgos, diseñe un plan de formación y concienciación, etcétera". Para Vaquero (2000), la mejor prevención o el arma más importante es el conocimiento y, en segundo lugar, la prudencia. A lo que añade que también habrá que asumir los riesgos: "La enorme potencialidad de Internet no dejará de ser usada con fines egoístas, contrarios a los intereses comunitarios (riesgos duros), o meramente destructivos, más aparatosos e instantáneos, como los virus (riesgos blandos)".

Manuel Castells, asimismo, también recuerda que, "hay y habrá un Internet bueno y otro malo, porque no es una tecnología sino una forma de organización de la vida en la sociedad" (en Rivière, 2000).

Parece lógico pensar que esta concienciación social por la que abogan los expertos debería de ir acompañada de una formación al respecto desde las escuelas, donde los alumnos tomen contacto con el daño que se puede hacer a través de la red, puedan tomar precauciones y se les avise de los ataques a la privacidad que se llevan a cabo en la World Wide Web con fines consumistas sin el consentimiento ni conocimiento por los ciberusuarios. Sólo así podremos combatir el sometimiento que produce la dependencia tecnológica unida a la incultura informática. Por tanto, habrá que proporcionar las herramientas para que la sociedad aprenda a usar la tecnología, ya que, como dice Esther Dyson, a la que han llegado a llamar "la pitonisa de Internet", y que es presidenta de la Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) (7), "El individuo elige hacer lo que hace con ella. Es una decisión personal"; pero para poder elegir habrá que conocer primero.

### **Hacia la comunicación virtual**

De todos los pronósticos sobre Internet a los que se ha podido tener acceso para la realización de este artículo, probablemente el que más fascinación pueda producir a cualquier ciberusuario es el de Esther Dyson. Cuando se le pregunta a Dyson por el futuro de la red, ésta comienza diciendo algo que parece evidente pero lo enlaza con otro asunto que hasta puede llegar a producir cierto escalofrío: "El futuro de Internet son las conexiones inalámbricas. Están a la vuelta de la esquina. Pero creo sobre todo que será la convergencia entre el mundo virtual y el mundo real (...) Poco a poco vamos a poner más datos físicos que acerquen la tecnología a su entorno" (8).

Manuel Castells está en la misma línea y afirma que Internet camina hacia lo virtual, a lo que, a su vez, considera como una "nueva realidad". Al leer esto no podemos más que recordar películas como "Matrix" o como tantas otras en las que el ser humano es reproducido en entornos donde no está físicamente presente pero que gracias a la información que tiene el ordenador de este individuo consigue que representarlo virtualmente en otros lugares. Quizás todavía para esto falte un poco de tiempo, pero de lo que no cabe duda es que dentro de no mucho nuestra casa será un cúmulo de aparatos que hablan y se entienden entre sí.

Pero para que esto se produzca, como apunta Dyson, recordándonos la dependencia entre privacidad y seguridad, "debemos poner más datos personales para tener acceso a esa información y confirmar quiénes somos. La dificultad reside en mantener el equilibrio entre una buena seguridad y una buena libertad, éste va a ser nuestro próximo reto". La fiabilidad y la seguridad están íntimamente relacionadas y tienen una importancia crucial en el desarrollo futuro de Internet, porque, como señala Vinton Cerf (2000), "según confiamos más y más en la red, podemos permitirnos menos el que falle o que sea violado por "hackers" o virus".

### **La cultura, el uso menos explotado de la red**

En este momento, de lo que más se habla en todo el mundo en relación con Internet es del desarrollo del comercio electrónico, conocido por su término anglosajón "E-Commerce": uso de la red para el intercambio de productos, capitales, etcétera. Pero, mientras Internet se vuelve cada día más comercial, la presencia de contenidos culturales no parece incrementarse considerablemente. Sin embargo, algunos especialistas se muestran optimistas con el uso de Internet con respecto a la cultura. Para Manuel Castells (en Rivière, 2000), aunque los españoles tradicionalmente han sido más consumidores que productores, opina que es una actitud pasada: "Veo emerger una España innovadora, con capacidad cultural para aprovechar las oportunidades culturales de Internet". No obstante, reitera que para que esto se produzca es necesario que se rompa el monopolio de Telefónica, su red de servicios de acceso y el sistema de tarifas.

Antonio Vaquero (2000), catedrático de Informática, opina que gracias a la red ha aumentado la cultura de la sociedad llegando a afirmar que no le cabe ninguna duda de que "lo que más está contribuyendo a elevar la cultura (informática y general) de la sociedad es Internet".

Que Internet se use sobre todo para el intercambio de mensajes y documentos y que los periódicos estén entre los sitios más visitados no significa que a la red se le esté dando un uso cultural. Sorprende, en este sentido, que el nuevo programa de la Unión Europea "eEuropa" no haya dictado ninguna acción para fomentar la cultura a través de la red, lo único que dice que

podría tener alguna relación es que la UE quiere fomentar el "suministro adecuado de contenidos digitales para Internet" (eEuropa, 2000: 3). Ello hace que tendamos a cuestionarnos quién estará detrás de la redacción de esos informes, si es que se presupone que todo estado o grupo de países debería de fomentar la cultura de la sociedad a la que representa, y máxime cuando todos hablan con tanta firmeza de la sociedad del conocimiento. Quizás sea necesario recordar que, en la sociedad del conocimiento cohabitan tanto el conocimiento, como la información, como la tecnología y no sólo los dos últimos apartados. Todo ello no hace sino recordarnos que en el mundo actual lo que manda es la economía y, mientras la cultura no venda, ésta no será interesante para los actuales dueños de la red.

## Notas

- (1) Las previsiones para 2002 son de 490 millones y para 2005 de 720. Citado en El País Semanal (14 de mayo de 2000).
- (2) Esto ha sido constatado por un estudio realizado por la Universidad de Tejas sobre el crecimiento de 3.000 empresas cuyos ingresos proceden total o parcialmente de Internet. Citado por Javier Valenzuela, El País, 7 de junio de 2000.
- (3) El País Semanal. "Internet, a corazón abierto". Número 1.233. Domingo 14 de mayo de 2000.
- (4) A través de los llamados "Associates", Amazon inserta enlaces a su página en numerosos sitios de la red. El "Associate" de Amazon lo que hace es facilitar información sobre libros relacionados con el tema del que trate la página, favoreciendo la compra a través de Amazon. Amazon a cambio le ofrece un porcentaje de las ventas al "Associate".
- (5) El documento oficial de este proyecto está fechado en Bruselas el 24 de mayo de 2000.
- (6) En 1999 el virus Melissa contaminó en pocos días a 1.200.000 equipos, con unas pérdidas estimadas de 400 millones de dólares. En mayo de 2000 el virus "I love you" infectó en un día 3.000.000 ordenadores en el mundo, con unas pérdidas en torno a 1.000 millones de dólares. Citado por Arturo Ribagorda, El País, 14 de mayo de 2000.
- (7) La ICANN fue creada en 1998 por el gobierno norteamericano para tratar de crear un nuevo sistema en la explotación de los registros de los dominios de la red, ya que hasta esa fecha la compañía privada Network Solutions era la que poseía el monopolio del registro de Internet de todas las direcciones terminadas en .com, .net, .org.
- (8) El País, 4 de junio de 2000.

## BIBLIOGRAFÍA

- eEuropa 2002. Una sociedad de la información para todos (2000). Comisión de la Unión Europea. Bruselas. Documento oficial fechado el 24 de mayo de 2000.
- RIBAGORDA GARNACHO, ARTURO: "Sociedad y tecnología". El País, domingo 14 de mayo de 2000.
- VAQUERO, ANTONIO: "Sobre virus y otros riesgos". El País, domingo 14 de mayo de 2000.
- P. F. DE L. "No creo que tengamos una nueva economía", entrevista a Vinton Cerf. El País, domingo 28 de mayo de 2000.
- PIQUER, ISABEL. "Esther Dyson, la pitonisa de Internet". El País, domingo 4 de junio de 2000.
- El País Semanal. "Internet, a corazón abierto". Número 1.233, domingo 14 de mayo de 2000.
- RIVIÉRE, MARGARITA. "Manuel Castells. El maestro de la aldea global". El País Semanal. Número 1.222, domingo 27 de febrero de 2000.
- VALENZUELA, JAVIER. El País, miércoles 7 de junio de 2000.

### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Sandoval Martín, María Teresa (2000): Algunas cuestiones sobre el uso de Internet para los próximos años. Revista Latina de Comunicación Social, 31. Recuperado el x de xxxx de 200x de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/z31jl/88sandoval.htm>