

Reseña

Internet: el medio inteligente

Carlos Enrique López C. *

Internet: el medio inteligente. Octavio Islas, Fernando Gutiérrez, compiladores. Investigadores del Proyecto Internet del ITESM-CEM. Compañía Editorial Continental (CECSA), México, DF, 2000.

Durante el año de 1995, en México y en gran parte del mundo se dio una explosión por el uso de Internet. Intensas fueron las campañas, ferias y las notas de prensa en diversos medios de comunicación que hablaban de lo que algunos llegaron a calificar a Internet como la "super carretera de la información".

Desde ese entonces y seis años después, un grupo de investigadores encabezados por el Dr. Octavio Islas se dieron a la tarea de indagar respecto de este nuevo instrumento de comunicación, al que llamaron acertadamente el medio de "comunicación inteligente".

Con el título *Internet: el medio inteligente*, Grupo Editorial Patria-CECSA, junto con el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, combinaron esfuerzos para la edición de este texto, referencia importante para el investigador o usuario medio de la Red.

En su poco más de 300 páginas, el libro integra a 16 autores que ilustran en diversos apartados, las distintas facetas de Internet hoy en día, haciendo especial énfasis de sus características y crecimiento en el caso de México y América Latina.

El lector de dicho texto encontrará que el mismo se divide en distintos ejes temáticos, en los cuáles encontrará elementos enriquecedores sobre la red de redes. El primer eje temático hace alusión a la historia de Internet. En este apartado, Oscar Robles, director general del NIC México, nos muestra datos, cifras y gráficas del crecimiento que ha tenido la red de redes en nuestro país, hace comparaciones con otras naciones y trata de exaltar temas importantes, aborda mitos y especulaciones, y proyecta los puntos necesarios para el desarrollo del comercio electrónico en México.

En este mismo tenor, Octavio Islas Carmona, director del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México ofrece en su escrito, una visión y parte de historia del Internet a partir de su concepción como proyecto militar del Departamento de Defensa de los Estados Unidos. En el mismo caso que Robles, el texto resalta la importante participación de los académicos y las universidades en el crecimiento de Internet a nivel mundial.

Internet, en ese aspecto, se muestra como un producto más académico que como resultado de un proyecto militar. Tal vez esa característica universitaria haya propiciado que la red padezca actualmente una crisis de identidad al tratar de definir su papel o función frente a los grandes corporativos. No por ello, podemos señalar que no es gratuito comprender el por qué del fracaso de diversas empresas "punto com".

La apertura de la academia para compartir su información, sus ideas, proyectos, etc. nos lleva de la mano a descubrir el propósito natural de la red y asimilar a éste sus posibles aplicaciones en otros ámbitos.

Masificar Internet y procurar llevarlo a las más diversas y recónditas comunidades del planeta, implica esfuerzos de todo tipo: técnicos, económicos, sociales, entre otros, pero dicho esfuerzo puede verse opacado si no está definida una estructura y un plan que contenga el objetivo de llevar Internet a todos lados.

Algunos casos que se exponen a la luz en este libro, señalan los esfuerzos llevados a cabo en comunidades del Perú. Ciertamente ya cuenta con la herramienta, pero el habitante de esos sitios, encontrará escasamente información de utilidad a su colectividad.

En el segundo eje temático, *Internet: el medio inteligente* retoma precisamente el tema de los contenidos, y sin ir más lejos, los autores analizan el papel de la prensa escrita transferida a la versión on line.

Angel Bosh de la revista *PC Magazine* contribuye a describir el papel que debieran tener o las características de los periódicos o revistas en línea. Ensayo y detalla sobre algunos diarios españoles, como el caso de *El País*, considerado en el mundo hispano como uno de los rotativos mejor estructurado en su contenido, además de su versión electrónica, misma que contiene elementos por demás interesantes.

Un segundo análisis de la prensa en Internet, lo desarrolla Gerardo Albarrán de Alba, coordinador general de proyectos Especiales del semanario *Proceso* y director del sitio [Sala de Prensa](#). En su escrito, Albarrán toma a 13 diarios editados en la Ciudad de México y a través de una mecánica de asignar un determinado valor a distintos requisitos que medirían la interactividad de cada uno de estos periódicos en línea, arroja resultados interesantes dentro del contexto en el que público lector y los reporteros de los rotativos estudiados guardan nulo contacto en aras de existir una retroalimentación de ambas partes para enriquecer el trabajo periodístico de éstos últimos.

Alejandro Vázquez Vela, de grupo MVS, resalta en su espacio los diversos movimientos corporativos de empresas del tamaño de America On Line y Time Warner. El análisis que presenta en sus líneas Vázquez Vela, destaca, entre varios aspectos, la convergencia de la televisión con Internet. Se muestran cifras por demás representativas para los casos expuestos donde la participación del público, la competencia y los distintos experimentos por crear o transmitir vídeo por Internet se ha hecho una tarea no sencilla.

La fugacidad de los contenidos, las cifras que muestran los números de usuarios que visitan sitios con transmisión de vídeo o los comentarios o notas de varios noticieros que desacreditan a la Internet es parte de lo que se encontrará en este texto.

Dentro de este mismo eje, Gabriel Sosa Plata, especialista e investigador en materia radiofónica, expone en su obra una radiografía de las emisoras mexicanas que usan a Internet como plataforma de transmisión de su programación radial.

El documento exhibe números y cuadros comparativos y expone cómo diversos instrumentos originados en la industria de las nuevas tecnologías de la información podrían, en un momento dado, desplazar la función de la radio, en su formato comercial.

Sin lugar a duda, se perfila a la radio como un agente que ha contribuido como un cohesionador de una cultura a nivel regional, pero ¿qué hacer con un medio que se combina a otro con características distintas? Los ejemplos son claros y la referencia y la tendencia de esa nueva radio por Internet es la inevitable transformación de su formato, más interactivo, más abierto y expuesto al rompimiento de estructuras como el anonimato de la voz.

Las cámaras digitales o webcams, rompen el esquema de una radio visible solamente para los oídos.

Eduardo Scheffler expone brevemente cómo una industria que se antoja ajena o escasamente permeada por la red ha modificado estructuras de lo que podríamos definir como nueva era del cine digital.

La posibilidad y capacidad de realizar buenas cintas, con historias bien formuladas, con nuevos temas, se hace realidad para esos productores quienes pueden filmar y editar sus obras con un equipo digital de fácil adquisición. El proceso no queda ahí, Internet ha jugado un papel importante en la difusión de esas películas, lo que ha creado fenómenos dignos de análisis mercadológico.

Cintas como el Proyecto Bruja de Blair y Guerra de las Galaxias, entre otros, han sido ejemplo de la forma en que el cineasta puede crear un clima de expectación para el público interesado en estos filmes: la posibilidad de ver adelantos de estas obras y agregar el trabajo ya en las salas cinematográficas, donde en sus páginas se puede consultar la cartelera, reservar o comprar tus boletos en línea.

El siguiente capítulo, correspondiente a Perla Oliva Rodríguez, hace énfasis en una de las posibles aplicaciones de Internet: el acceso a bases de datos audiovisuales. Ciertamente, algunos consideran a Internet como el enlace a importantes bases de datos de universidades, centros de investigación o empresas dedicadas a la investigación en cualquier campo. Ante la posibilidad de acceder a material audiovisual (gracias a los nuevos formatos de compresión de vídeo y pensando en la posibilidad de mejoramiento del ancho de banda), este recurso suena excelente para aquellos que se dedican a la investigación documental o para cualquier otro tipo de investigador que considere importante rescatar algún material con esas características y, por supuesto, para quienes se dedican a la producción de programas para televisión o cine, jefes de producción, reporteros o editores de noticias, entre otros.

Dentro del tercer eje temático, Abraham Nosnik propone en su texto un concepto que engloba una reflexión en torno a lo que él llama, la comunicación productiva.

Enlazada en distintos modelos, la comunicación productiva conduce a una mayor interacción entre los agentes participantes. En esta interacción, se designan tres niveles o lógicas de proceso: información, retroalimentación e innovación. El papel que juega Internet en este aspecto, se muestra como una herramienta más que "está sujeta e influye en fuerza sociales como creativas del ser humano, y beneficia y perjudica el tipo de convivencia y ambientes en donde este tipo de tecnologías se insertan".

Claudia Benassini, investigadora del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, señala en el texto "Formación de comunidades virtuales a través de la televisión" cómo éste y los demás medios de comunicación han transitado por procesos en los cuales se crearon lenguajes propios de cada uno y su ambientación dentro de los hogares. Este metalenguaje, creado a partir de referencias propias de cada medio, crea con el tiempo vínculos estrechos entre diversas comunidades y el medio en torno a eventos con características propias, como lo es el fútbol o las telenovelas.

Los públicos que se sienten identificados con estos programas, de alguna forma crean un tipo de comunidad, cuyos miembros se ven identificados con el programa. A estos le agregamos la versatilidad que tiene Internet, medio propicio para la creación de este tipo de comunidades, como ya sucede actualmente con varias empresas de televisión o programas que colocan a la par de su transmisión al aire, páginas con encuestas, chats, concursos, promociones...

Javier Esteinou, investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, describe en su texto al Estado como agente promotor de cambios dentro de la sociedad. Para alcanzar ese propósito, puede valerse de herramientas como Internet, instrumento que permitirá la ampliación y extensión del Estado como organización ampliada, capaz de resolver problemas que incorporen procesos ya conocidos.

Ernesto Villanueva, investigador de la UIA, rescata en su participación la realidad que existe al evidenciar diferencias entre quienes saben usar las tecnologías de la información y quienes no. Punto medular en el documento es el relacionado a la regulación de Internet dentro de un marco normativo. Lo cierto es que el texto de este especialista en Derecho de la Información invita a la reflexión y a examinar más las características de este medio de comunicación antes de emprender cualquier iniciativa que pretenda someter a la red al marco jurídico.

Mario de la Garza, profesor y asesor en materia de marketing digital, da excelentes recomendaciones para aquellos que desean explorar las diversas posibilidades que tiene el comercio electrónico y sus distintas modalidades del llamado "e-business". De la Garza hace énfasis en concentrar los esfuerzos que se hagan en este campo hacia el cliente o consumidor final. En ese mismo tenor, Fernando Gutiérrez, en su texto titulado "Comprensión de la economía digital", hace hincapié en diversas aplicaciones y características de este nuevo modelo.

Finalmente, en lo que representa el último eje temático, Jesús Vázquez, de Banco de México, e Isaac Rudomín, del ITESM CEM, tocan dos puntos cardinales de la red. En el primer texto, Vázquez coloca el dedo en la llaga y habla de las cuestiones de seguridad en las diversas redes de comunicación interna, servidores y de aquellas máquinas que realizan transferencias de fondos electrónicamente. El punto en particular es sobre el riesgo que puede existir si todas las empresas u organizaciones no toman medidas que permitan poner a salvo sus redes y la información de sus máquinas, ante la eminente posibilidad de ataques externos. Y por otro lado, Rudomín nos habla del proyecto "Internet 2", su objetivo, su alcance y lo que se está desarrollándose actualmente en México en conjunto con varias universidades.

Internet: el medio inteligente es una rica fuente de datos y referencias hacia las propias fuentes de investigación que usaron los colaboradores. Su lectura es sencilla y no implica un necesario conocimiento de tecnicismo o jerga especializada. Su amplitud y su estructura permite a quien lo lee seleccionar temas de interés.

De alguna forma, consideramos que este libro, el primero de la colección "Cibercultura" editada por Patria, resultará de interés y como bibliografía básica para quien se interese en investigar en este terreno.

* **Carlos Enrique López C.** es investigador del Proyecto Internet del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México. Esta es su primera colaboración para **Sala de Prensa**.