

# Internet: Su impacto y su precio♦

Horacio Salazar Rivera\*

*Las tecnologías de la comunicación, desde los alfabetos hasta las Internet, han estado cambiando la naturaleza de las comunidades durante casi 10 mil años. Sólo que no lo supimos sino hasta hace poco.*

Howard Rheingold

Hubo un tiempo en que la palabra revolución tenía impacto. Hoy, gracias al discurso político pero sobre todo al abuso del término, la palabreja ha perdido los dientes. De modo que no suena impactante decir que, por ejemplo, las diversas encarnaciones de Internet están moviendo una revolución social que casi no tiene precedentes. Llega entonces la tentación de usar palabras más fuertes; de decir, por ejemplo, que ha habido un crecimiento explosivo, que está en marcha un cambio de paradigma, que el crecimiento acelerado del Web –la faceta visual, atractiva, de Internet- está sacudiendo los cimientos de la sociedad.

Todo esto es cierto, y todo suena gastado. Decenas de millones de personas usan la Red cada día para buscar información, entretenimiento, comunidad, reconocimiento, empleos, o

simplemente para charlar, y gracias al aturdimiento que nos ha dado la invasión multimedia, no vemos este simple hecho como algo asombroso.

¿Cómo evaluar entonces el impacto que ha tenido Internet en la sociedad finisecular? Se me ocurre, por lo pronto, decir que en la historia de la humanidad tal vez los únicos eventos comparables sean el nacimiento del lenguaje, el de la agricultura, la invención de la imprenta y la revolución industrial. Cada uno de estos eventos marcó un punto de inflexión en la historia del hombre, potenciando su capacidad colectiva. Internet, la Red de redes, está revolucionando las estructuras a un ritmo muy superior al de los cambios anteriores, y en términos muy reales, nadie sabe hacia dónde conduce esta revolución.

“La era digital –señala un estudio de la Universidad de Maryland- ha creado dramáticos cambios en la interacción personal y social, en los negocios y la economía, en la educación y el gobierno”.

Otra vez es cierto, y otra vez suena gastado. Porque aunque hace diez años Internet era dominio de un puñado de académicos y tecnónerds, el ser partícipes de estos dramáticos cambios nos hace perder la perspectiva. En este sentido, conviene hacer un repaso de cuáles han sido los cambios principales fomentados, alentados o empujados por la avalancha llamada Internet. Tal es la idea de este artículo.

El punto nodal de todo está en la digitalización, es decir, el acto de convertir información en bits que ahora podemos manipular de mil modos para distribuirla globalmente. El hombre, sin duda un animal político como decía Aristóteles, es también por definición un animal simbólico, y los símbolos



♦ De la revista CIENCIA UANL Vol.II, No. 4.

\* Periodista científico.

no son otra cosa que información codificada. Pero antes de que esto se eleve a las nubes de la abstracción, pasemos mejor al ejercicio de repasar lo que está ocurriendo.

Gracias a la red, basta una computadora (cada vez más barata) y una línea telefónica para que, desde cualquier rincón del planeta (que tenga la infraestructura adecuada, claro), nos enlancemos a una oferta masiva de productos, servicios, datos, opiniones. Vía Internet podemos hacer amigos, acercarnos con gente que comparte nuestra visión del mundo, comprar desde libros hasta acciones, vender nuestro trabajo en todo el planeta, aprender al ritmo que permita nuestra neurona, alinearnos frente a la pantalla y el teclado, competir, jugar, trabajar y, en suma, insertarnos en ese paradigma que se denomina “la vida en la red”.

Aunque los optimistas dicen que la explosión de la Red, o más específicamente del Web (o el Word Wide Web) se ha debido al interés de la gente por formar comunidades virtuales, el hecho es que detrás de este crecimiento está, como siempre, la motivación económica. Internet significa, literalmente, la oportunidad de cambiar el mercado propio por un mercado global, y esta oportunidad es la lámpara que ha atraído a millones de mariposas. Ya no basta ganar-ganar, como dicen los expertos en negociación: ahora hay que hacerlo a nivel global.

¿De qué tamaño es el mercado? Las cifras son volátiles, pero por mencionar algunos datillos específicos del mercado más próximo a nuestros corazoncitos, en México, en 1999 había unos 2.8 millones de usuarios de Internet, y de acuerdo con un reporte de la consultora IDC, se esperaba que a fines de 1999 el universo latinoamericano de usuarios de la Red llegara a más de 8.5 millones. Son pocos frente a los 6 mil millones de humanos que abarrotamos el planeta, apenas un 0.14 por

ciento, pero debemos ver esta cifra en perspectiva. Para empezar, en 1998 el dato era de 5.73 millones de usuarios, de modo que el crecimiento fue de 49 por ciento. Nada mal. IDC preveía que para el 2000 sería más de 40 millones de usuarios de habla hispana en Estados Unidos de Norteamérica, España y América Latina.

Este crecimiento es particularmente visible en México. Por citar un ejemplo, el número de dominios registrados creció casi un 100 por ciento entre enero y julio de 1999. En julio del 96, hace apenas cuatro años, había 20,253 dominios registrados. Un año después ya eran 35,238. En el 98 eran 83,949, y en julio de 1999 eran ya 224,239.

Junto con el crecimiento de los dominios registrados, debe considerarse que los usuarios de Internet tienden a contarse entre la porción más educada de la sociedad, que en general es también la más opulenta y por tanto la más susceptible de consumir...

El baile de los números marea. Otro reporte de IDC dice que tan sólo en Estados Unidos, las compras de productos en línea, que en 1997 fueron de 4,300 millones de dólares, llegarán a más de 54,000 millones de dólares en el 2002. Un análisis de Forrester Research apuntaba que en 1999 se venderían en línea bienes y servicios por un valor de 20,200 millones de dólares, y su pronóstico para el 2004 es que el tamaño del pastel rebasará los 184,000 millones de dólares. Y todo esto es sólo en el mercado de Estados Unidos.

Pero no pongamos la carreta delante del caballo. Los datos anteriores evidencian el florecimiento de algo llamado comercio electrónico, inexistente hace diez años. Hoy día se intercambian vía Internet millones de dólares a través de mecanismos como la compra en línea, las inversiones en línea y la banca electrónica.



En una fecha tan remota (en términos de Internet) como 1996, la firma Coopers & Lybrand reportó que en el mes previo a su sondeo, al menos 15 por ciento de los encuestados habían hecho una compra en línea. Al año siguiente, la cifra había crecido al 40 por ciento, y sin duda hoy día es muy superior

¿Funcionan las compras en línea? Sí, con los mismos inconvenientes que las compras en carne y hueso: es fácil perderse y dejar en ceros la tarjeta. Yo mismo, lo confieso, tuve mi racha de ojos brillosos y adquirí una cantidad nada despreciable de libros en línea, la mayoría en Amazon.com, pero algunos en sitios tan remotos (físicamente) como Francia y Alemania.

Hoy día es posible, incluso fácil, comprar un auto vía Internet. Se puede también participar en subastas virtuales y adquirir toda clase de bienes a precios de ganga. Es posible, invertir en fondos, adquirir acciones, y muchos bancos ofrecen ya desde consulta de saldos hasta pago de servicios y transferencia de dinero. Se pueden comprar boletos para el teatro, suscripciones a revistas y hasta, si así se quiere, acceso a sitios electrónicos *non sanctos*. Y el comercio en línea seguirá creciendo, gracias a razones como la seguridad, el precio, el servicio, la

información, la comodidad. Razones nada despreciables, por cierto.

El crecimiento apuntado en el comercio electrónico, por explosivo que parezca, es relativamente moderado y sin duda sería mayor si no existieran algunos obstáculos, siendo el principal de ellos la seguridad en las transacciones. Nadie quiere, claro, que algún vivillo le birlle el número de tarjeta para gastar a sus anchas, pero este obstáculo está desapareciendo con rapidez gracias a diferentes tecnologías.

Otros obstáculos de relevancia menor son las dificultades de acceso (si ando en la calle no puedo comprar en línea), la distancia conceptual entre un bien y su imagen en pantalla, las dudas sobre calidad, la relativa falta de variedad de bienes, etcétera. Pero nada de esto es insuperable y la marabunta de vendedores que se apresura a instalarse en línea (en México, un 87.3 por ciento de los dominios registrados son .com) evidencia que los problemas son menores que las ventajas.

Internet es un medio fabuloso para quien venda algo, y las razones son muchas: se puede poner mucha información al alcance del cliente potencial, la “tienda” está abierta las 24 horas de todos los días, la publicidad es relativamente barata, no es necesario tener un inmenso almacén (Amazon.com es prueba de ello: es una librería con millones de títulos pero sin una bodega real, física), tampoco se necesitan cientos de empleados para atender al comprador. En fin, que es una especie de paraíso a condición de que se entiendan sus reglas.

Otra revolución provocada por Internet tiene que ver con la política. Fenómenos como el del subcomandante Marcos, o como el escándalo Clinton-Lewinsky, no hubieran tenido tanto impacto ni hubieran causado tanto ruido en la era anterior a Internet.

El impacto político de la Red es tan inmenso como el comercial. Por principio de cuentas, los enlaces vía Internet permiten crear sociedades transculturales, transfronterizas, más allá del alcance directo de los gobiernos. Y el hecho de que literalmente cualquier usuario puede crear su presencia en la Red ofrece la proverbial caja de jabón para todos.

Los efectos políticos de Internet abarcan desde el nivel local hasta el planetario. Nunca antes un ciudadano había tenido a su alcance la posibilidad de ser escuchado a la par con el poderoso. Los grupos de presión, los cabilderos, ya no sólo tienen ubicación geográfica o sectorial; ahora también existen comunidades de interés con gran capacidad de presión. El resultado de todo esto es un complejo proceso de descentralización en el que han ganado voz y respeto toda clase de grupos, desde mujeres hasta agricultores, desde protectores de animales hasta organizaciones de homosexuales. Todo esto se relaciona, por supuesto, con una tercera clase de efectos, quizás los más importantes: los sociales.

“Internet –señala el reporte ya citado de la Universidad de Maryland- está cambiando el modo en que nos comunicamos, haciendo que la sociedad repiense sus valores tradicionales, y obligando a los educadores y a los políticos no capacitados en tecnología a escribir reglas para un nuevo mundo en el que sus hijos los dominarán”.

Internet ofrece a cada individuo mayores oportunidades, en la medida en que le ofrece más información que procesar. Obviamente el aprovechamiento dependerá de la capacidad de procesamiento del individuo y por tanto de su educación. Pero las oportunidades están ahí.

Por principio de cuentas, el hecho de pasar cada vez más horas ante el teclado significa menos tiempo dedicado a la interacción de carne y hueso, lo cual cambia literalmente el marco mental de las

personas. Cambia también los patrones de consumo y los hábitos.

Algunos han predicho, como suele ocurrir de manera periódica, que las aplicaciones multimedia aislarán a la gente y acabarán con la palabra impresa. Pero la explosión de Internet ha potenciado incluso los negocios sociales (por ejemplo, los lugares de entretenimiento siguen surgiendo como hongos) y la venta de libros (además de Amazon.com, en el último año ha crecido a pasos de gigante Barnes & Noble, por ejemplo).

El correo electrónico, todavía la aplicación más usada de Internet, seguirá alterando nuestro modo de vida. Es más barato que el teléfono, permite intercambiar información más variada (documentos, imágenes, sonidos y hasta películas), es instantáneo (o casi), puede consultarse a placer o ignorarse al gusto. Y por supuesto también es aprovechado por los comerciantes y por algunos desocupados para invadir nuestras vidas con información irrelevante, ofertas, intrusos electrónicos y más.

Uno de los creadores del servicio gráfico Knight Ridder recuerda que, hace unos cuantos años, cuando introdujo el concepto de infografías (gráficos informativos autosuficientes), los diseñadores le hacían muecas, argumentando que no podían hacer su trabajo con esas cosas feas llamadas computadores. Más recientemente, le tocó escuchar el comentario de un diseñador que, con un suspiro, se preguntó cómo podría hacer su trabajo sin computadoras.

Así está pasando con una porción considerable de los trabajos, que implican sobre todo procesamiento de información. Las computadoras e Internet permiten a la persona trabajar mejor y más rápido, además de estar cambiando la naturaleza de muchos de los trabajos, todo a través del intercambio de más y más información.

Esto no necesariamente es bueno, por supuesto. Dado que por otro lado los medios visuales tienden a fomentar los lapsos cortos de atención, y dado que estamos bombardeados por toda clase de estímulos, el exceso de información puede producir –y produce- una sobrecarga. El diario San José Mercury News habla de la era del “hiperestrés digital” y en una entrevista con Wired, Steve Jobs manifestó una buena dosis de escepticismo: “Vivimos en una economía de la información, pero no creo que vivamos en una sociedad de la información. La gente está pensando menos que antes. Esto se debe sobre todo a la televisión. La gente está leyendo menos y ciertamente está pensando menos. Así que no preveo más gente usando el Web para obtener más información. Ya tenemos sobrecarga de información. Sin importar cuanta información puede producir el Web, la mayor parte de la gente obtiene mucha más información de la que puede asimilar”.

¿Qué más está cambiando Internet en la esfera social? Las relaciones entre padres e hijos. Las nuevas generaciones están absorbiendo las capacidades de la Red a un ritmo que muchos adultos no pueden seguir, de modo que muchos analistas ven una nueva brecha generacional, basada no tanto en la diferencia de años como en la diferencia de actitudes y destrezas con relación al mundo digital, globalizado, de hoy día. Una estadística de 1999 dice que en Estados Unidos, un 27 por ciento de las personas menores de 18 años usa Internet; entre las mayores de 18 años, el uso es en 19.3 por ciento de las personas.

Parte de la brecha se debe a que muchos adultos formaron su personalidad y su capacidad de aprendizaje en un mundo en que las computadoras jugaban un rol menor. En cambio, las nuevas generaciones están aprendiendo en un mundo altamente informatizado, que les permite adoptar

una estructura de aprendizaje más dinámica y variada, y a conformar por tanto una visión del mundo más ágil.

Hablando de educación, Internet es una poderosa herramienta capaz de emparejar las tablas y reducir las desigualdades entre pobres y ricos, a condición de que exista el acceso. Este último sigue marcando la brecha entre países pobres y ricos, y en opinión de muchos, más allá de la riqueza material, seguirá abriéndose un abismo informativo entre naciones, de modo que los países menos afortunados están obligados a subirse a la carreta de Internet si no quieren ver crecer su rezago.

La Red permite versatilizar y profundizar la educación como ninguna otra herramienta de la historia. Permite personalizar la enseñanza, adaptarla a las capacidades del alumno, a su ritmo de aprendizaje. Es por tanto una de las principales palancas para reducir los rezagos, a condición de que el esfuerzo se haga en serio. En México, por ejemplo, la densidad informática es del orden de 4 máquinas por cada 100 personas, y dos interesantes proyectos que buscan aprovechar las capacidades de Internet en el ámbito educativo son la Red Nacional para Videoconferencias en educación (<http://distancia.dgsca.unam.mx/>) y la Red Escolar: (<http://redescolar.ilce.edu.mx>). Ambos proyectos están en marcha y quizás tendrán un efecto importante, a condición –otra vez- de que se ataque



el problema del acceso.

Entre paréntesis, las nuevas opciones de financiamiento para computadoras provistas de una cuenta de acceso han tenido un éxito notable, al punto que Telmex, que ofrece el servicio Prodigy Internet, ha tenido que sumar nuevos proveedores de equipo, de modo que ahora los mexicanos pueden adquirir, a plazos, computadoras Acer, Apple y Compaq para conectarse a la Red. Este es un indicio alentador.

Por supuesto que todos los cambios descritos hasta ahora, y muchos otros que no se incluyen por falta de espacio, no pueden ocurrir sin algunos problemas.

Ya se mencionó, por ejemplo, la alineación que en muchas personas producen las largas horas ante la PC. Para algunos observadores, el Web producirá una generación de ermitaños, encerrados en sí mismos y sólo capaces de socializar a través de un teclado, al margen de la vida comunitaria. Esto puede ser cierto hasta un punto, pero el ejemplo de la comunidad formada por The Well, en California, evidencia lo contrario: Internet puede convertirse en factor de unión y de acercamiento no sólo a través de teclados y monitores, sino del encuentro físico.

Con todo, en efecto existe el riesgo de que por su propia naturaleza abierta, supranacional, la Red produzca muchos problemas sociales de fragmentación, disociación, alejamiento comunitario; hay también el riesgo de que la privacidad desaparezca (algo irónico: gente aislada en su casa y al mismo tiempo desnuda ante el mundo).

Langdon Winner, tecnólogo del Instituto Politécnico Rensselaer, ha advertido –sobre todo en su libro *La ballena y el reactor*- sobre el peligro de proseguir la carrera tecnológica sin una guía, en una especie de sonambulismo. Esta falta de rumbo

también es aplicable a Internet: por su propia naturaleza, por su alcance planetario, la Red difícilmente podrá ser controlada por creadores de políticas o por diseñadores de ideologías. Esto implica una ausencia de sentido que puede tener impactos psicológicos negativos sobre algunas personas.

Hay otros riesgos derivados del uso de Internet, pero francamente, me parece que son mayores los riesgos de no incorporarse a las capacidades y potenciales de una Red tan rica y tan ambivalente. En un sentido, Internet es como el aleph de Borges: un sitio donde está todo el mundo. Y esto tiene implicaciones de todo tipo: significa que está lo mejor de nosotros, pero también lo peor; es una oferta de enriquecimiento, pero también de empobrecimiento de opciones. Es, en definitiva, un producto humano, capaz de acercar al usuario al mundo pero también capaz de aislarlo, de desviarlo, de hacerle olvidar que hay más en la vida que bits y teclas. Es un riesgo, sí, pero también es la oportunidad más colosal de la historia. No aprovechar esta oportunidad por temor a los riesgos, o por temor al fracaso, o por falta de concentración, sería un error de dimensiones históricas. Para bien o para mal, Internet es el futuro, y todo aquel que no quiera o pueda entenderlo, está condenado a vivir en el pasado.

