Para no perderse en las autopistas de la información

Se equivocan quienes ven tras la expresión «autopista de la información», ciertamente elevada por el marketing americano a categoría de mito, un mundo vacío de contenidos. Es cierto que encierra una buena parte de deseos y expectativas todavía sin cumplir, pero estas autopistas, instrumentos básicos para la creación de la sociedad de la información, se están construyendo sobre bases sólidas. Lo único que falta es saber con certeza quiénes y de qué manera las usarán.

El paso a la sociedad de la información es una realidad que todavía presenta algunos contornos difusos, abiertos a nuevas aportaciones, pero sus avances son incontestables ¿Cómo se ha llegado, o mejor, cómo se está llegando a esta nueva sociedad? Entre otras explicaciones se pueden destacar al menos tres. En primer lugar cabe una referencia al progresivo cumplimiento del paradigma de la globalidad.

Cada vez son más los miembros de esta sociedad de la información que se encuentran interconectados por las mismas redes o que tienen acceso a la misma información.
No es sólo la realidad de una experiencia del mundo vivida de forma global la nota característica de los tiempos que corren.

El segundo paradigma es el de la interactividad. Se va superando poco a poco la fase en la que la información se hacía en un único sentido. Los avances de las tecnologías de la información permiten eliminar las diferencias entre emisor y receptor o entre el centro que crea la información y la persona que la recibe.

Todos pueden formar parte activa en el zoco de la nueva comunicación. Ahora más que nunca los actores de la información se encuentran a ambos lados de la trinchera y por eso la información adquiere no sólo la categoría de elección sino también la de intercambio.

El tercer paradigma, probablemente el más espectacular, se refiere a la incorporación de la imagen a todo tipo de comunicaciones. Apenas se puede entender hoy una comunicación en un solo formato (voz, textos, gráficos…) que no incorpore las imágenes fijas y, sobre todo las imágenes en movimiento. La imagen está ganando a marchas forzadas el símbolo de moneda de cambio de cualquier tipo de información. El apoyo visual es ya el centro de todos los

Fundación Telefónica
Telefónica

desarrollos de la comunicación multimedia.

El asentamiento más o menos rápido de estos paradigmas nos llega envuelto en un marco tecnológico-industrial, económico y político muy especial.
Desde el punto de vista de las tecnologías puede decirse que la sociedad de la información y las redes de telecomunicaciones se vienen construyendo desde hace algún tiempo. Pero ahora ha cobrado un mayor impulso sobre todo por la necesidad de las grandes industrias del sector informático y de telecomunicaciones, que prácticamente marchan unidos, de dar salida a las redes y a los productos que circulan por ellas.

No olvidemos que también la economía necesita de este desarrollo en una etapa de profunda crisis (algunos economistas afirman que vivimos la crisis más grave desde la Segunda Guerra Mundial). Así parece que también lo han entendido los países más ricos de la Tierra, los que integran el grupo del G-7, que han lanzado recientemente un programa conjunto para impulsar la sociedad de la información como remedio a muchos males de la economía.

Se tiene el convencimiento de que el apoyo a estos nuevos proyectos de infraestructuras provocará seguramente un nuevo ciclo de crecimiento económico como mínimo de parecidas características a las que se registraron con el ferrocarril, y las carreteras.

Una tercera dimensión de este nuevo escenario es, ¡cómo no!, de índole político. No en vano se manifiestan crudos juegos de intereses por parte de la Unión Europea (proyectos de Delors, Santer y Bangemann), de Estados Unidos (Clinton, Gore y sus Infraestucturas Globales de Información) y en el Japón, que no se queda a la zaga en estos proyectos. Todos los países avanzados, incluido entre ellos España, están apostando, con diferentes grados de compromiso y eficacia, por planes de desarrollo de las infraestructuras de la información.

Bajo la perspectiva hasta aquí descrita la sociedad de la información se presenta como una encrucijada porque en ella se cifran una serie de esperanzas, pero también se ciernen una serie de amenazas.

Los profetas de la esperanza en la nueva sociedad predicen un hombre nuevo que tendrá a su alcance cantidad de posibilidades que antes no tenía: teletrabajo, teleformación, ocio, relaciones y, en definitiva, la posibilidad de conectarse en el momento que desee con millones de personas sin ningún tipo de barreras ni de espacio ni de tiempo. Se producirá -predicen los técnicos, empresarios y sociólogos- una auténtica revolución individual y social.

Los expertos, ¡ojo!, también analizan algunas amenazas. En primer lugar, y volvemos a citar un tema estrictamente económico, la sociedad de la información no va a ser financiada por los Estados como ha sucedido con otro tipo de infraestructuras. Son los usuarios quienes van a tener que pagar las infraestructuras a través de los servicios que demandan. Lo malo es que muchos de estos servicios que pueden llegar por las autopistas de la información todavía no tienen demanda o, si existe, esa demanda es inapreciable.

En en lado de los nubarrones hay que apuntar además la cuestión de seguridad en estas autopistas (se registran demasiados casos de piratas electrónicos) o, por el contrario, el abuso

Fundación Telefónica
Telefónica

de autoridad electrónica que nos podría llevar a la existencia de algún gran hermano al más puro estilo orwelliano. Sea cual sea la salida que se adopte, todos coinciden en afirmar que el desarrollo de las autopistas ampliará la brecha entre países pobres y países ricos, lo cual no es ninguna buena predicción para las sociedad de la información.

¿A qué viene todo esto? Viene a propósito del libro Autopistas inteligentes, de Julio Linares y Francisco Ortiz Chaparro, que acaba de editar Fundesco (1). Lo dicho hasta aquí no es más que un embrión de todo lo que subyace en esta obra eminentemente explicativa, rigurosa, clara, extraordinariamente pedagógica y muy documentada que, me atrevo a decirlo, debería ser de obligada referencia para profesionales, empresas, estudiantes de cualquiera de las ramas de la comunicación y ciudadanos en general que quieran tener conceptos claros sobre lo que hay debajo de la expresión de moda «autopistas de la información».

La obra está dividida en tres partes. En la primera Linares recoge la experiencia y los resultados de más de cinco años de estudios concretos en nuevas redes y nuevos servicios de comunicación en los laboratorios de Telefónica I+D. Es, sin duda, una contribución sustancial al proceso de creación de una infraestructura nacional de información española compatible, por supuesto, con el contexto europeo y con otros desarrollos mundiales.

En la segunda parte, elaborada por Ortiz Chaparro, se vierten una serie de reflexiones sobre el nuevo modelo de sociedad generada por las autopistas de la información, sobre las repercusiones en el individuo, su forma de relacionarse con los demás y, en general, sobre determinados aspectos positivos de las nuevas autopistas de la información.

No menos interesante resulta la tercera parte, eminentemente documental, en la que se reproducen los textos básicos, las propuestas de diferentes organismos europeos, nacionales e internacionales que sirven de apoyo intelectual y de guía concreta en la construcción de esta sociedad de la información.

(1) Julio LINARES, Francisco ORTIZ, Autopistas inteligentes. Fundesco. Madrid, 1995.

Fundación Telefónica
Telefónica