

Internet es el futuro

POR RAÚL TREJO DELARBRE

La red de redes gana terreno como medio de servicio e información, sus conectados han crecido geométricamente y los sitios se multiplican. Pero los internautas siguen siendo una minoría, navegan menos y se concentran en menos portales. Internet es el futuro, pero no es un futuro perfecto.

Internet y los medios el 11 de septiembre

El 11 de septiembre de 2001, igual que el mundo entero, la Internet quedó pasmada. Durante varias horas los sitios de noticias más conocidos, todos ellos estadounidenses, fueron colmados por la demanda de información provocada por el ataque a las Torres Gemelas de Nueva York y más tarde el asalto al Pentágono en Washington. Entre las 9 y las 10 de la mañana, hora del este americano, las páginas de CNN.com, NYTimes.com y ABCNews.com eran inaccesibles para la mayoría de los internautas de todo el mundo que buscaban saciar su inagotable necesidad de informaciones. El atentado terrorista fue tan monstruoso y al mismo tiempo tan explicable que centenares de millones de personas querían, si no respuestas, al menos nuevos ecos de la tragedia además de los que ofrecían los medios de comunicación tradicionales. Durante todo el día el acceso a éstas y las páginas de MSNBC.com y USAToday.com entre otras, fue varias veces más lento que en circunstancias regulares. A fin de aligerar el volumen de información digital que sus servidores enviaban a cada usuario esas empresas modificaron sus home pages, simplificando el diseño y limitando la información a unos cuantos titulares y algunas fotografías. La página de entrada de CNN.com que suele pesar 255 kilobytes quedó reducida a 20 kbs. para que más gente pudiera tener acceso a ella(01).

Ese día, en medio de la enorme tragedia en Nueva York y Washington, la Internet manifestó las limitaciones que todavía la atajan y las virtudes que podrá desplegar en el futuro inmediato. Los servidores de las empresas noticiosas no se dieron abasto para enviar información a una cantidad inusitada de internautas, pero decenas de millones sí pudieron conectarse a algunas



de esas páginas. Luego, conforme avanzaron ese y los siguientes días las noticias de la penosa búsqueda de víctimas y la discusión sobre qué podían hacer Estados Unidos y el mundo ante el terrorismo se propagaron a través de millares de páginas en la red de redes.

El 11 de septiembre la Internet y la televisión se ocuparon de la tragedia apoyándose mutuamente. Pocos minutos después de que el primer avión secuestrado se estrellara contra la Torre Norte en Manhattan los principales portales (como MSN.com y Lycos.com) así como los buscadores más concurridos (Yahoo.com, Altavista.com, Google.com) colocaron avisos para que todo aquel que accediera a ellos, si aún no lo sabía, se enterase del siniestro. Entonces se produjo un recorrido de ida y vuelta de la Internet a los medios convencionales. Los administradores de Google.com colocaron el siguiente aviso:

?Si usted está buscando noticias, encontrará la información más actual en la televisión o en la radio. Muchos servicios de noticias en línea no están disponibles debido a la demanda extremadamente alta?.

Google.com copió las portadas de los sitios de *The Washington Post* y la CNN para ofrecerlas a sus usuarios.

La Internet contribuyó, de esa manera, a incrementar la audiencia de las cadenas de televisión. Para enterarnos de los asuntos más recientes o incluso para presenciarlos en directo como ocurrió con los atentados del 11 de septiembre el medio idóneo es la televisión. Para ofrecer información de contexto y espacios de discusión y retroalimentación la red de redes comienza a ser entendida como medio de servicio y no sólo de entretenimiento.

Una encuesta levantada al día siguiente por el Pew Internet and Life American Project confirmó que la gran mayoría de los estadounidenses prefirió la televisión para conocer las secuelas de los atentados. El 81 por ciento obtuvo de la TV la mayor parte de la información acerca de esos acontecimientos. El 11 por ciento atendió preponderantemente a la radio y solamente el 2 por ciento declaró haber preferido la Internet. El 1 por ciento tuvo a los periódicos como fuente principal de información(02). Ese y los siguientes días, en cambio, la participación en foros de discusión en la red aumentó al menos una tercera parte.

Hábitos, crecimiento y desigualdades en la red

Pero la Internet no se encuentra tan concurrida todos los días ni sus usuarios la emplean con tal intensidad para buscar informaciones de actualidad. En los países en donde este recurso informático se ha desarrollado más el empleo del correo electrónico es habitual y la consulta de datos, tanto para esparcimiento como para trabajar, se ha vuelto frecuente. En Estados Unidos en agosto de 2000 según un estudio gubernamental, el 80 por ciento de los usuarios de la Internet enviaban y recibían correos electrónicos y el 43,2 por ciento acostumbraba a buscar información en sitios de noticias. El 35,3 por ciento recababa datos para asuntos relacionados

con su trabajo y el 30 por ciento había realizado compras en línea.

Ver gráfico/tabla (01)

En España según otra investigación, publicada en julio de 2001, prácticamente todos los usuarios de Internet lo son antes que nada de correo electrónico, el 82 por ciento consulta noticias y el 45,3 por ciento hace compras y casi el 40 por ciento descarga archivos de audio en formato MP3 (gráfica 2). Las dos encuestas tienen parámetros distintos pero algunos de sus resultados se pueden comparar cotejando las dos tablas adjuntas.

Ver gráfico/tabla (02)

La Red es cada vez más útil como transmisora de noticias de actualidad y fuente de información documental, bibliográfica e institucional. Además nutre el esparcimiento de sus usuarios e incluso se ha constituido en guía para los más distintos espectáculos. No hay, hasta ahora al menos, una disminución significativa de la atención a otros medios por navegar por la Red. Al contrario: las pautas de contemplación fundamentalmente pasiva que singularizan a los espectadores de los medios convencionales se han reproducido entre la mayoría de los usuarios de la Red de redes.

Casi todos ellos, especialmente en el espacio multimedia de la Internet que es la world wide web, se limitan a ser consumidores de datos. Sólo una pequeña porción de internautas aprovecha a la red como espacio para ser ellos mismos propagadores de contenidos propios. Son muchos más quienes miran las páginas web de otros, que aquellos que enriquecen a la red con sus respectivos sitios. Aunque la cantidad de sitios ha crecido muy considerablemente, los usuarios de la red suelen buscar los mismos domicilios.

La abundancia de información que hormiguea por la red de redes se ha convertido en prácticamente inabarcable por sus dimensiones colosales. Los más sofisticados buscadores de contenidos, como Google y Yahoo, apenas alcanzan a rastrear una quinta parte de todo el acervo ¿en donde hay de todo? en la www. La Internet se ha convertido en una sucesión de océanos en donde sólo es posible no extraviarse si se tienen experiencia y brújulas adecuadas.

Hacia la mitad de 2001 existían casi 30 millones de sitios *web*, que no hay que confundir con las páginas en la Red. Un sitio puede estar conformado por una o por varias (incluso millares) de páginas. Si consideramos que ocho años antes, en 1993 apenas existían 130 sitios, que cinco años antes (en 1996) eran 25 mil y que un año antes, en 2000, habían crecido a 17 millones, queda claro el desarrollo intenso y vertiginoso que ha tenido la Internet. La gráfica 3, elaborada con datos del investigador Robert H. Zakon, resulta muy explícita. El despegue de la red de redes ocurre a mediados de 1997 cuando alcanza más de un millón de sitios, se duplica al año siguiente y entre 1997 y 1998 crece dos veces y media. Luego casi se triplica. En cambio el crecimiento entre 2000 y 2001 medido de junio a junio alcanza la tasa más baja en seis años. Las variaciones en el ritmo de desarrollo de sitios web aparece en la gráfica 4. Cada vez hay más sitios, evidentemente, pero el ritmo de su crecimiento tiende a disminuir.

Ver gráfico/tabla (03)



Ver gráfico/tabla (04)

La Internet es más grande y sus navegantes aprovechan de ella recursos de índole muy variada, pero aún constituyen una porción pequeña de la población mundial. El acceso a este recurso informático se ha convertido en su principal limitación no sólo desde la perspectiva de los intereses de cada nación sino, también, para el desarrollo de la red como opción mercantil. La debacle de las llamadas empresas punto com entre las cuales muchas hicieron severos ajustes o cerraron a partir del año 2000, se debe fundamentalmente a la sobrevaloración que muchos de sus promotores habían hecho de la Internet. Se llegó a pensar que bastaba colocar un sitio en la red para que llovieran las compras y las inversiones. En la mayoría de los casos no ha ocurrido así porque los mecanismos de transacción comercial tradicionales no han sido sustituidos por los de carácter electrónico y, también, debido a que los usuarios de la Internet no son tantos como se había esperado.

De todos modos suman un número respetable. Se estima que al finalizar 2001 habrá casi 500 millones de personas que tienen acceso regular a la Internet en todo el mundo(03). Son muchos, pero apenas constituyen el 8 por ciento de la población mundial. Medidos de acuerdo con la cantidad de anfitriones o *hosts* (es decir, aparatos de cómputo conectados a la Internet) la gráfica 5 muestra la evolución que ha tenido el acceso a la red de redes en una decena de países.

La concentración de las desigualdades económicas y sociales se traduce en mayores dificultades para el acceso a la red de redes. De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano el año 2000 la cantidad de *hosts* por cada mil habitantes era de 0,4 en los países árabes, 0,6 en Asia Oriental y el Pacífico, 0,6 en Asia Meridional y 0,1 en el África Subsahariana.

En América Latina y el Caribe esa proporción era de 5,6 y en Europa Oriental y la CEI de 4,7 anfitriones de Internet por cada millar de personas. En los países de alto ingreso de la OCDE esa tasa era de 96,9(04).

No hay que tener dotes proféticas para decir que en el futuro esas tendencias se mantendrán en lo fundamental, aunque a largo plazo el acceso a la Internet vaya siendo cada vez más amplio. Hay quienes estiman que en 2005 los usuarios de la red de redes serán mil millones, lo cual significaría un aumento del 100 por ciento en cuatro años. Entre 1995 y 2000 la cantidad de anfitriones de Internet creció de 1,7 a 15,1 por cada mil habitantes en el mundo(05). La población en línea, según evaluaciones que parecen fiables, creció de 50 millones en 1996 a 117 en 1998, 391 en 2000 y llegará a 490 al finalizar 2001(06). Es decir, el número de internautas en el planeta se incrementó casi mil por ciento en ese lustro.

La gráfica 6 compara el crecimiento de los usuarios de la Internet en el mundo con el incremento en el número de sitios. En 1996 teníamos un sitio por cada 198 usuarios. En 1997 esa relación era de 62,7 a uno. En 1998, un sitio por cada 48,5 internautas. Al año siguiente 39,7 usuarios de la Red por cada sitio, en promedio. En 2000 la relación fue de 22,84 por cada sitio. En 2001, contamos con 16,72 usuarios por cada sitio en la Internet. (La comparación es ligeramente forzada porque los datos de sitios web son de junio de cada año y los de usuarios

reflejan las estimaciones totales al final de cada año, pero muestran un panorama significativo).

Ver gráfico/tabla (06)

Saturación y confusión. Los internautas están fatigados

Esas correlaciones parecieran indicar que cada vez tenemos una red más representativa de los intereses, la diversidad y las singularidades de sus usuarios. Eso es cierto solamente en parte. Cada vez más personas colocan su información en la Internet aunque sigan constituyendo un porcentaje modesto del conjunto de consumidores de ese medio. Sin embargo los sitios más visitados son unos cuantos en comparación con la descomunal cuantía de opciones que ofrece la Internet. Los usuarios de la red, al menos en Estados Unidos, visitan cada vez menos sitios web. El espíritu de exploración que animaba a quienes se sumergían en ella en los primeros años de la Internet, ha venido decantando en la consulta rutinaria a los mismos domicilios. En 2000 el 60 por ciento de los usuarios de la red en ese país se asomaba a más de 20 sitios al mes. Un año después la cantidad de sitios visitados se ha reducido a casi la mitad(07).

Es paradójico: tenemos más sitios en la red pero la gente la recorre menos. Cada vez resulta más difícil hablar de navegantes como en los primeros tiempos de la Internet. Ahora la costumbre es recalar en los lugares ya conocidos, como si los internautas se hubiesen fatigado y ya no conservasen el espíritu de aventura y búsqueda que era considerado como uno de los atractivos de la red.

Pero la Internet llegó no sólo para quedarse, sino para crecer y diversificar su presencia en los más variados órdenes. En el futuro cercano el crecimiento de las personas con acceso a la red seguirá aumentando, particularmente en los países en donde la Internet ha comenzado a acreditarse recientemente. Ese desarrollo seguirá supeditado a intereses fundamentalmente mercantiles en ausencia de políticas nacionales y regionales ¿que sean suficientemente eficaces, y con recursos? para promover el acceso de los ciudadanos a la Internet.

Es previsible que el ritmo de crecimiento de los sitios web sea menor, pero también que una gran cantidad de los accesos de los internautas en todo el mundo sea a las páginas de las mayores corporaciones de la información y el entretenimiento ¿casi todas ellas asociadas a las empresas de medios tradicionales?. Así como el 11 de septiembre de 2001 los espacios más visitados en la red dirigieron a quienes los consultaban a la televisión que ofrecía información más oportuna y masiva, con frecuencia las cadenas televisivas recomiendan a sus espectadores que se asomen a sus respectivos sitios web.

La brecha informática que existe entre las naciones y que escinde a las sociedades también se reproduce dentro de la red de redes. Aquellas empresas y personas con mayores recursos tecnológicos y financieros pueden no sólo colocar, sino difundir, remozar y actualizar sus sitios en la Internet con más ventaja que los negocios pequeños o los ciudadanos comunes.

En el futuro inmediato se mantendrán sin solución satisfactoria varios de los grandes dilemas que enfrenta hoy la Internet. Asuntos como la propiedad y la autoría de la información, la defensa de la privacidad, la existencia de barreras culturales e idiomáticas que forman parte de la complejidad de las sociedades humanas y que en la Internet se reproducen y hacen patentes, serán vistos según la perspectiva de cada interesado en ellos. Tendrá que pasar más tiempo para que establezcamos consensos sobre derechos patrimoniales, respeto a la intimidad y reconocimiento de la diversidad en la Internet.

Aun así la extensión de las redes en nuestras sociedades, su imbricación y complementariedad con otros medios y las posibilidades todavía escasamente exploradas que ofrece para informar, recrear y educar, harán de la Internet no sólo parte del futuro de la comunicación. La red de redes es el futuro y para admitir este diagnóstico es preciso considerar que su desarrollo tecnológico y su disponibilidad (ancho de banda, velocidad de conexiones, capacidad instalada en cada comunidad y hogar, etc.) apenas se están desarrollando. No es un futuro perfecto, ni mucho menos ¿y no nos referimos solamente al tiempo gramatical?. Se trata de un porvenir repleto de contradicciones y que, valgan la obviedad y el gerundio, apenas se están construyendo. Sobre todo, es altamente posible que la formidable capacidad que la Internet ofrece en ilimitados campos de actividad quede circunscrita por la preponderancia de unas cuantas empresas en el desarrollo y la promoción de la Red.

Junto con la brecha digital entre los países y también dentro de muchas naciones, la gran dificultad para usufructuar la Internet será cómo desbrozar entre millones de sitios y miles de millones de páginas la información que mejor nos pueda enterar, cultivar, auxiliar o entretener. Los ordenadores están dejando de servir como instrumentos para organizar la información para convertirse, antes que nada, en proveedores de ella a través de las conexiones digitales. Nuestras sociedades, incluso con respetables índices de acceso a la Internet, siguen padeciendo una suerte de analfabetismo digital: mucha gente se asoma a la Red sólo para cumplir con tareas elementales y rutinarias a semejanza de quienes, disponiendo de una enorme biblioteca, únicamente la utilizan para consultar recetas de cocina y la guía de teléfonos.