

INTERNET

¿para hilar buenas noticias?

RENATO HEVIA, S.J.

Departamento de Comunicación, Bellarmino

Como sucedió con la invención de la imprenta o de la radio, el fenómeno de la computación e *Internet* está marcando un salto cualitativo en el desarrollo de la humanidad. Ya son más de cien millones las personas conectadas a *la red*, intercambiando información, entretención e investigaciones, leyéndose y viéndose mutuamente, sumando energías para una acción más eficaz, protestando juntas, buscando soluciones, potenciando la exploración científica y tecnológica, vendiendo y comprando por millones. "Pero se trata sólo de una *élite*", sentencian en seguida algunos. Sin embargo, es una *élite* que va creciendo rápidamente, a mayor velocidad que la difusión de la televisión o del teléfono.

Creciendo, y cambiando la conducta humana, el comercio, las relaciones entre los países, el valor mismo de las culturas autóctonas. Algunos incluso ven como se desdibujan las naciones-estado al perderse muchas fronteras, físicas e ideológicas; otros empiezan a repensar el valor de las democracias locales en un mundo tan

interdependiente, dominado por una globalización que nadie parece manejar. Unos ven el derrumbe de la moral y los valores, al hacerse imposible la censura; otros aplauden el acceso ilimitado a cualquier fuente, incluso a la alcoba de los famosos. *Internet* y su mundo *orwelliano* de información total y al instante empiezan a cambiar los hábitos de la gente, el uso de su tiempo, sus valoraciones, su eficacia, sus apetitos.

¿Para bien o para mal?

Obviamente, como todo instrumento humano, puede servir para bien o para mal. Porque así como puede servir para unir a la humanidad y ayudarla a superar sus desafíos, también puede contribuir a una mayor desigualdad, favoreciendo el abuso de los más poderosos sobre los más atrasados. Lo fatal sería una actitud iconoclasta, de atacar al nuevo *demonio* por los peligros

que trae; o una actitud servil, de bendecir al nuevo *dios* con todo su séquito de bondades. La actitud sana es la del *discernimiento*, o, como diría san Ignacio, la de usar el instrumento "tanto cuanto"

En *InfoVía* (española) ya se ofrecen teleperiódicos, servicios bancarios, un amplio diccionario español, la guía telefónica, las páginas amarillas, las farmacias de guardia en Madrid, información electoral, telecompras, telejuegos, información deportiva y cultural, nuevas publicaciones, estudios económicos, información hotelera y turística, información de comunidades autónomas, ayuntamientos y colegios profesionales, información hospitalaria e información general sobre las actividades de empresas (*Vía 2000*, publicación de CTC-Chile, julio 1996).

ayuda para lo que queremos.

Es verdad, allí está el sexo, la violencia y el consumismo. Pero también se tejen allí páginas muy positivas. Sólo una de las 3.000 páginas *Web* con que cuenta la Iglesia (<<http://www.acu-adsum.org>>) ofrece toda la información necesaria sobre *El Vaticano* y su servicio informativo, escritos de la Iglesia, incluyendo su diario oficial y sus mejores documentos y encíclicas, información sobre diversas jornadas mundiales cristianas, conferencias episcopales, diócesis del mundo, diccionarios, espiritualidad, etc. O sobre la Iglesia chilena (<www.iglesia.cl>), con información, movimientos, eventos, congregaciones, documentos, celebraciones, etc. ¡Los cristianos debieran haberse puesto a tejer mucho más en esta *red de redes*! ¡Tejer la buena Noticia!

La Iglesia en general ha sido lenta en evangelizar las *modernidades*. Aun hoy, a fines de siglo, su mayor esfuerzo comunicacional se concentra en los boletines, revistas y libros, y algo en radio, descuidando mucho la evangelización del mundo televisivo y electrónico. Si el

Internet llegó y se va quedar. Tengo gran expectativa en la creación de la gente joven, no sólo en la creación de medios, sino también en la implementación de ingeniosos negocios a través de la red (...).

En *Internet* el público es interactivo y no pasivo; sabe muy bien a lo que va y lo que quiere; entonces tendremos una selección de pauta que vendrá del usuario (...).

Internet es una posibilidad enorme para educar a la persona en la elección responsable. En esta biblioteca, donde el niño mira al mundo, se le podrá educar más inmune al consumismo, a la publicidad masiva.

Juan Domingo Marinello,
Escuela de Periodismo, U.C.

Entrevista a Florencio Utreras, director ejecutivo de Reuna

La *Red Universitaria Nacional (Reuna)* es una corporación de derecho privado que agrupa a 19 universidades del país y a la *Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnología (Conicyt)*, para el desarrollo de las redes de información a nivel nacional.

- Más allá de la entretención, *Internet* es una poderosa herramienta de negocios, de comunicación e información, y de trabajo en colaboración, afirma Utreras.

El director de *Reuna* reconoce que en Chile aún no se percibe la relevancia de *Internet* para el desarrollo de una economía globalizada. Los bancos -dice- han empezado a ver su importancia, no así el empresariado más tradicional.

- Actualmente la gente percibe a *Internet* como una página *Web* solamente. ¡Incluso algunos no conocen el correo electrónico! Por eso, en muchas empresas se le encarga su uso al gerente general o al gerente de planificación, o está en algún lugar aislado de la empresa.

-¿Cómo concibe esta "herramienta de negocios", más allá de la publicidad?

- Muchos medios han concebido a la red como un lugar donde publicar una versión disminuida de su periódico o revista, una vitrina, una especie de folleto agrandado de la publicación, como un kiosco... Pero *Internet*, como un elemento multimedial, permite un gran nivel de interactividad con el usuario, que no se ha usado. Esto hace posible enfocar mucho mejor el medio para públicos segmentados.

Para el director de *Reuna*, esto no significa la desaparición de los medios escritos tradicionales, pero sí la llegada de un medio incluso más poderoso que la televisión.

- Como diría *Negroponte*, *Internet* se va a transformar en la plataforma básica de transmisión de bits; todo lo que nosotros transmitimos por los medios de comunicación es transmisible por bits y, por lo tanto, es transmisible por *Internet*...

