

Recelo o aceptación: ¿Cuál es el futuro del uso de Internet en la Educación, los Medios de Comunicación, el Trabajo y los Servicios?

(To fear or to embrace: what future does use of Internet hold in Education, Mass Media, Work and Services?)

Maxwell, Christine

Vicepresidenta de *Internet Society*. Presidenta de *Chiliad*.

48, Domaine de Cabri.

F-13100 Le Tholonet

christine@chiliad.com

La llegada de la red Internet y de la World Wide Web ha hecho posible que en cinco años una mayor cantidad de información fuera accesible a un mayor número de personas comparando con cualquier otro momento de nuestra historia. Los adelantos en la tecnología de los datos han abrumado con información por igual a individuos y a empresas, dando lugar a una necesidad urgente de desarrollar nuevas herramientas que puedan ayudar a la gente a encontrar inmediatamente lo que busca y a las empresas a transformar datos e información en ventajas para los negocios. En la educación el libro de texto resulta inadecuado en todos los ámbitos para la inmensa tarea de mantenerse informado. En materia de servicios, la necesidad del acceso a la información en el momento preciso y de la función de respuesta directa del módulo de ayuda es lo que puede proporcionar al negocio una verdadera ventaja estratégica si se puede administrar de manera eficaz sus bases de conocimiento internas. El trabajo puede desempeñarse en cualquier lugar y en cualquier momento: vuelve el poder del individuo en su lugar de trabajo. Los medios de información están cogiendo plena ventaja de las nuevas tecnologías - pero ¿Qué significa todo esto para la gente común? ¿Temer o aceptar? ¿Cuál es el punto de vista de la Sociedad Internet? Vivimos en un mundo de creciente complejidad. La red Internet es una herramienta de adquisición de conocimiento sin parangón para cada uno de nosotros. Aprender a gozar de un papel interactivo en el futuro desarrollo de la red Internet, sin importar para que se utilice, nos asegurará a todos y cada uno de nosotros unas ventajas extraordinarias.

Palabras Clave: Internet. Educación. Medios de Comunicación. Trabajo. Servicios.

Bost urteotan, gure historiaren beste edozein areekin alderaturik, Internet eta World Wide Web-en etorrerak informazio kopuru handiago bat pertsona kopuru handiago baten esku izatea ahalbideratu du. Datuen teknologiaren alorlean egindako aurrerape-nek informazioaz bete dituzte bai pertsonak eta bai enpresak ere, eta jendeari nahi duena berehala aurkitzen eta enpresei datuak eta informazioak negoziarako abantaila bihurtzen lagunduko dieten tresna berriak garatzeko premia sortu da. Hezkuntzaren alorrean testuliburu ingurune guztietan desegokia gertatzen da etengabe informatua izateko eginkizun handiaren aurrean. Zerbitzuen alorlean, une egokian informaziorako sarbidea eta laguntza-moduluaren erantzun zuzenaren funtzioak nork bere esku izateko pre-miak benetako abantaila estrategikoa eman diezairoke negozioari, baldin eta barneko ezagupen oinarriak modu eraginkorrez kude-atu ahal badira. Lana nonahi eta noiznahi egin daiteke: itzuli egin da norbanakoaren aginpidea bere lan tokian. Komunikabideek etekin handia ateratzen dizkie teknologia berriei, baina zer esan nahi du guzti horrek jende arruntarentzat? Beldur izan ala onartu? Zein da Internet Gizartearen ikuspuntua? Gero eta mundu konplexuagoan bizi gara. Internet sarea ezagupenak lortzeko tresna eze-rekin ezin konparatuzkoa da gutako bakoitzarentzat. Internet sarearen etorkizuneko garapenean eginkizun elkarrengile batez gozatzen ikasteak, berdin dio zertarako erabiltzen den, gu guztiok eta gutako bakoitzari aparteko abantailak ekarriko dizkigu.

Giltz-Hitzak: Internet. Hezkuntza. Komunikabideak. Lana. Zerbitzuak.

L'arrivée d'un réseau Internet et de la World Wide Web a permis qu'en 5 ans une meilleure quantité d'information soit acces-sible à un plus grand nombre de personnes en comparaison avec n'importe quel autre moment de l'histoire. Les progrès dans la technologie des données ont noyé les individus et les entreprises avec trop d'information si bien qu'il y a eu une nécessité urgen-te de développer de nouveaux outils qui puissent aider les gens à trouver immédiatement ce qu'ils cherchent et aux entreprises à transformer les données et l'information en avantages pour les affaires. Dans l'éducation le manuel résulte inadéquat dans toutes les matières pour l'immense tâche qui est d'être informé à tout moment. En matière de service la nécessité d'accès à l'information au moment précis et la fonction de réponse directe du module d'aide c'est ce qui apporte aux affaires un véritable avantage strate-gique si l'on peut fournir de manière efficace ses bases de connaissance interne. Le travail peut s'exercer dans n'importe quel lieu et à n'importe quel moment: nous voyons revenir le pouvoir de l'individu dans son lieu de travail. Les moyens d'information sont en train de prendre de l'avantage sur les nouvelles technologies mais que signifie tout cela pour les gens? Craindre ou accepter? Quel est le point de vue de la Société Internet? Nous vivons dans un monde de perplexité croissante. Le réseau Internet est un outil d'ac-quisition de connaissance sans comparaison pour chacun de nous. Apprendre à jouir d'un rôle interactif dans le futur développe-ment du réseau Internet, sans faire attention à son utilisation, nous permet à tous et à chacun de nous des avantages extraordinaires.

Mots Clés: Internet. Education. Moyen d'information. Travail. Service.

¿Temor o aceptación? ¿Qué futuro tiene la utilización de la red Internet en la educación, los medios de comunicación, el trabajo y los servicios?

Cita:

“ No hay nada más difícil de manejar, más peligroso para dirigir, o más incierto en su éxito, que tomar la delantera en la enseñanza de un nuevo orden de cosas.”

- Niccolò Machiavelli.

Al entrar en el siglo XXI la industria afronta un cambio cuyas implicaciones no tienen comparación desde la invención del tipo de imprenta. No hay duda que las herramientas interactivas creadas por Internet son a la sociedad de la información lo que esas máquinas fueron a la sociedad industrial. Los extensos y rápidos cambios de la revolución tecnológica amenazan el supuesto de “rutina en los negocios”, y, sin embargo, al mismo tiempo, crean oportunidades de éxito inimaginables en el pasado.

Con la eliminación de las barreras de tiempo, lugar y forma, la tecnología de la información suprime creencias que han existido durante mucho tiempo y crea las bases para nuevos tipos de ventajas para los negocios. Estas ventajas, velocidad, agilidad, fácil acceso y conocimiento, exigen nuevas formas de administración en este ambiente emergente de innovación tecnológica continuada. La elección de las empresas y, desde luego, de la actual opinión pública, no es entre el pasado y un futuro virtual amenazador, sino entre las diferentes conceptos de “virtualidad” y un mayor deseo, perfectamente comprensible, de experimentar con nuevos medios y múltiples formatos. Lo que estamos viendo es el nacimiento de un mercado mundial único y unido.

Prepararse para el éxito en este nuevo mundo va a significar que todo tipo de empresas no sólo deberán reestructurar sus organizaciones, sino que también deberán cambiar sus supuestos más básicos en cuanto a la gestión del conocimiento, al papel del usuario final en su funcionamiento, a todo el proceso de marketing y, sobre todo, al acceso a la información y a su uso por el propio personal de la empresa.

Todos los cambios que he mencionado precisan una nueva manera de entender tanto los ingresos como los costos, y una confirmación de la importancia del control de calidad y de que sea conocida la marca comercial. Las empresas también necesitan luchar con el hecho de que repentinamente la libertad comercial parece haberse convertido en un nuevo “derecho del hombre”. El otro cambio fundamental es la aparición del poder del individuo como productor y consumidor, capaz de autopromocionarse en Internet, por lo que aumenta el poder de todos los individuos, a través de la interacción en la red.

Organizaciones a tener en cuenta:

Varias organizaciones merecen ser distinguidas por sus inmejorables esfuerzos por promocionar el bien público utilizando Internet. Pienso sobre todo en la Internet Society. La misión de esta sociedad apolítica, no gubernamental e internacional, es el mantenimiento del carácter abierto de Internet por el bien de sus actuales y futuros usuarios. Para mí, es tan importante que los “ciudadanos de la red” sean miembros de la Internet Society como lo es apoyar los principios en los que

se basa la fundación de las Naciones Unidas. La dirección de la Internet Society es: <http://www.isoc.org>

La Electronic Frontier Foundation (<http://www.eff.org>) merece una mención especial por sus continuados esfuerzos por ayudar a civilizar el ciberespacio y a la vez asegurarse de que no nos encontremos por un lado con el caos y por el otro con la tiranía.

Internet Society (<http://www.isoc.org>), esta asociación internacional, no gubernamental y apolítica (a cuyo consejo pertenezco por elección), merece apoyo incondicional por parte de todas aquellas personas que utilizan Internet hoy en día. Fundada por uno de los padres de Internet, Vinton Cerf, esta asociación está dejándose sentir mucho más de lo que correspondería a una asociación de 7.000 miembros. La función de Internet Society es mantener el carácter abierto de Internet por el bien de sus actuales y futuros usuarios.

Al convertirse Internet en una parte cada vez más importante del entramado de la vida cotidiana, la gente encuentra cada vez más valioso el reunirse y discutir cuestiones de Internet que van de lo técnico a lo político, a lo social y lo económico, y además compartir sus experiencias en el uso diario de Internet. Esta es una de las razones principales por las que Internet Society está alentando la formación de grupos en Internet.

Estos grupos ofrecen a los internautas la oportunidad de involucrarse más directamente en los asuntos de la Internet Society y estar mejor informados sobre asuntos locales o nacionales de interés para los miembros de la asociación. Un ejemplo de un tema en particular, de interés en todo el mundo, es el comercio electrónico de Internet. Hay una gran necesidad de discutir y desarrollar el marco jurídico que facilitarán la aplicación de este comercio en un entorno global.

Vamos ahora a examinar diferentes áreas de industria y cómo están afectadas por Internet.

***PUBLICACION**

Las diferentes áreas de la industria de la publicación están siendo afectadas por este cambio tecnológico a diferentes velocidades y en diferentes grados. En el mercado de consumo general el libro no está muerto, ¡de ninguna manera!. Y tampoco la primacía de las librerías como el mejor canal de venta de productos con gran contenido. Obviamente, algunos tipos de trabajos de referencia como las enciclopedias sólo podrán ser publicados en un futuro en formato electrónico, sobre todo cuando los editores en este mercado vean la gran oportunidad de expansión de la marca y tengan nuevas ideas de fuentes de ingresos que añadir a las antiguas. La llave del éxito en este área es que los editores se concentren en medir el valor que añade un nuevo concepto a sus clientes en vez de ser únicamente dirigidos por el mucho ruido y pocas nueces de la nueva tecnología, para conseguir el éxito tiene que haber menos apariencia y más sustancia. Los editores de publicaciones de consumidores también necesitan asimilar rápidamente la idea de que el control de contenido de algunos productos puede estar en manos de sus clientes. También necesitan tener en cuenta el impacto de el pago por uso y cuota de alquiler, puesto que estas formas de pagos posiblemente se convertirán en características de la nueva generación de las publicaciones de consumidores en un futuro próximo.

Precursos del futuro

Los editores en el sentido más amplio de la palabra deben pensar sobre lo siguiente:

* Los productos hechos a medida para mercados más y más pequeños con el fin de cubrir la demanda en el mercado profesional de la información especializada, pueden ser integrados sin problemas a los sistemas internos de las compañías.

* La venta de productos fragmentados, de licencias de sitio Web y la tarifa combinada.

* La copia única que se está convirtiendo cada vez más en una parte importante de los negocios de publicación.

* La creciente publicación de contenido en las redes.

* La convivencia permanente con las copias, el cambio del punto de vista referente a los derechos electrónicos y la importancia de los derechos subsidiarios.

Re: EDUCACION

En la mayoría de los países hoy en día, hay una conexión definitiva entre la necesidad de elevar los niveles educativos. El método para hacerlo es aumentar el acceso a la tecnología educativa. Aún así, muchos de los proyectos iniciados hasta ahora carecen de credibilidad y de una visión global. Están basados sobre la simple premisa de que el tener ordenadores en las clases significa progreso en la educativo, lo que está bastante lejos de ser el caso.

Consideren los ejemplos siguientes:

En Alemania un programa llamado Schulen ans Netz (Escuelas en la Red) ha sido solemnemente lanzado por el ministro de tecnología de la nación, Juergen Ruetters. Su intención es conectar a la red 10,000 escuelas en tres años. El gobierno invertirá unos 23 millones de marcos alemanes (14 millones de dólares) mientras que Deutsche Telekom, AOL, Microsoft y Novell ofrecerán cuentas gratis y software. Aún así, tan gran financiación será sólo suficiente para que cada escuela pueda conseguir un Pentium PC y un paquete informático de acceso. Únicamente un 20 por ciento del dinero se destinará a pagar la enseñanza de los profesores.

Pese a todas las inversiones y promesas los mayores desafíos son raramente considerados en la mayoría de estos proyectos: hacer desaparecer el desconocimiento tecnológico de muchos profesores y desarrollar nuevos modelos de pedagogía y guía que incluyan Internet. A menudo los profesores temen arreglárselas con cosas en las que niños y estudiantes son más diestros, como los ordenadores. Una reciente encuesta realizada por Keele University en el Reino Unido el año pasado apuntó al hecho de que tres cuartas partes de los profesores británicos raramente utilizan el ordenador en sus lecciones. Muchos de ellos se encuentran más a gusto con lápiz y bolígrafo e incluso rehusan pensar en Internet como una herramienta para mejorar y modernizar la enseñanza.

En su excelente artículo sobre "European Politicians' New Mantra: Wiring up Schools to the Internet", Bruno Guissani dice:

"Las reacciones tecnofóbicas van desde el conservador "si no tienes que aprender a conducir un coche en la escuela, ¿porqué debe enseñarte la escuela a viajar por la autopista de la comunicación?" hasta el más de izquierdas y más elitista "prefiero ayudar a los niños a conseguir ideas originales y una mente crítica en vez de tenerles jugando con un ordenador."0

Dejemos contestar al padre Roberto Buss. Es jesuita y con 84 años el más conocido especialista italiano de St. Thomas. Escribió:

"¿No considerarían inmoral no informar a los niños y jóvenes que tienen Internet a su disposición cuando entren en el mercado de trabajo?"

* EJEMPLOS DE ORGANIZACIONES DE VENTA AL POR MENOR

He pensado que sería útil citar algunos ejemplos de compañías que ya han conseguido convertir en un éxito la integración total en Internet de su forma de hacer negocios con un gran éxito financiero.

Estas compañías tienen historias de éxito al por menor en Internet. Sus ingresos son de millones de dólares. Su éxito se basa sobre todo en idear el modo de que los usuarios vuelvan a por más, y pensar en como conseguir tanto el interés de sus clientes como la información acerca de su cliente base. Terminan por expandirse de manera mucho más amplia que si estuvieran simplemente en sus propios sitios Webs o unidos con otros sitios Webs.

Ejemplos:

*PC Flowers: <http://www.pcflowers.com> Esta compañía es un floristería al por menor pero sin tiendas tradicionales. Utiliza la información tecnológica para crear relaciones interactivas con sus clientes en todo el mundo. Los clientes pueden interaccionar con el Web de PC Flowers para diseñar sus propios ramos y tarjetas de felicitación. Con la información reunida, PC Flowers puede recordar a los clientes conectados cuando un día especial se acerca y sugerir obsequios. Este nuevo método de comercio virtual permite a PC Flowers aumentar su número de nuevos clientes, crear nuevos mercados y abrir nuevos canales de información interactiva.

Virtual Vineyards: <http://www.virtualvin.com> Esta compañía vende vino en todo el mundo. Ha tenido mucho éxito al añadir la opción de compra de obsequios con la compra del vino y al iniciar muchas otras ideas de venta con gran resultado.

AMAZON BOOKS:

<http://www.amazon.com>

Este es un ejemplo óptimo de una compañía de venta de libros que ha tomado muy en serio la revolución de Internet y ha ideado cómo controlar el mercado de ventas de libro en red en un plazo de tiempo de dos años.

LEONARDO

Un buen ejemplo de un diario tradicional por suscripción que ahora tiene una importante y complementaria vida conectada a la red, es LEONARDO, publicado por MIT Press (<http://www-mitpress.mit.edu/Leonardo>). el sitio Web francés en: <http://www.cyberworkers.com/LEONARDO> celebra su 30º aniversario de publicación. Su periódico impreso está considerado como el más importante en arte, ciencia y tecnología. Pero es en el mundo conectado donde LEONARDO nuevamente va a hacer un nombre para sí mismo como El Observatorio principal del desarrollo de las artes y tecnologías. Leonardo Online tiene un almanaque electrónico basado en la suscripción conocido como LEA, que contiene Leonardo Digital Reviews y muchas otras áreas fascinantes en su sitio Web. Para conseguir un índice completo de lo que se puede encontrar en el observatorio LEONARDO, mirar en la siguiente dirección de Internet: <http://cyberworkers.com/Leonardo/OLATS/sous-menu/leonardo.shtml>

OPEN BOOK SYSTEMS (OBS)

<http://www.obs-us.com>

Esta compañía editora es un buen ejemplo de una gran distribución de una publicación de libros en la red, (ver Open Book Systems en: <http://www.obs-us.com>). Laura Fillmore, presidente de OBS, ha escrito mucho acerca de las nuevas maneras de publicar en Internet, y muchos de sus artículos se pueden encontrar en su sitio Web.

MAXIMOV ONLINE

<http://www.maximov.com>

Este es un ejemplo interesante de el valor añadido a las noticias mediante la unión con contenidos de contacto de gran valor, provenientes de Rusia y sus nuevos estados independientes.

PRONTOMAIL

<http://www.prontomail.com>

Email libre - un excelente servicio que permite a todo el mundo enviar y recibir Emails sobre cualquier ordenador a través de la red, sin pagar. También es muy útil para los jóvenes.

MEDSCAPE

<http://www.medscape.com>

Medscape es el principal servicio en la red, interactivo y multidisciplinar para médicos y consumidores. Provee con un sistema de confianza para un contenido de confianza; acceso a expertos médicos, y una innovadora entrega de contenido médico conectada a la red.

Cualquiera que sea el tipo de compañías editoras que estén involucradas, el camino hacia una flexibilidad interna es siempre más acuciante. Cuánto más rápidamente puedan reorganizarse las compañías en estructuras verticales orientadas hacia el mercado y crear más equipos de funcionamiento transversal que se enfoquen en productos específicos y/o mercados, mejor podrá competir en esta era de nuevos medios de edición y el gran impacto de Internet.

Conclusiones

Quisiera dejarles con estos pensamientos finales sobre la importancia de la Colaboración en el contexto de Internet. Creo que para darse cuenta del potencial de Internet se necesita sin lugar a dudas que la gente colabore, que comparta y no tenga temor a perder poder personal o un trabajo al compartir información. De hecho, lo opuesto es cierto. En nuestro mundo actual conectado a la red aquellos que se unen para compartir recursos y conocimientos, tendrán más posibilidades de cambiar sufriendo menos stress y tendrán más éxito en sus esfuerzos dentro y fuera de la red.

En su "Phenomenon of Man", Pierre Teilhard de Chardin, escribió:

"El hombre no es el centro del universo sino la flecha que indica el camino hacia la unificación final del mundo desde el punto de vista de la vida." (Traduc.)

Internet hace el camino mucho más accesible y visible desde dimensiones múltiples de lo que nunca ha sido. Los mercados globales se unifican a una velocidad de vértigo. Los negocios se están uniendo en consorcios impensables en

años anteriores. El nuevo mundo, "local" y "global", que está apareciendo al principio del siglo XXI es tal que posee frutos únicos para todos y cada uno de nosotros. Debemos tener el valor de probarlo y la fortaleza de realizar cualquier sacrificio que sea necesario para que Internet pueda ser lo más accesible posible para todos y cuanto antes. Internet es mi mundo; Internet es nuestro mundo también, su conocimiento está en todas partes. Basta con pedirlo.

Copyright, 11 de Noviembre de 1997, Christine Maxwell. Ninguna parte de este artículo puede copiarse o ser reproducida sin el permiso escrito del autor. [maxwell@chiliad.com]

Referencias

- "Digital Mantras: The Languages of Abstract and Virtual Worlds" por Steven R. Holtzman MIT Press, 1994.
- "Hidden Order: How adaptation builds complexity" por John H. Holland, Helix Books, Addison Wesley, 1995.
- "Internet Dreams: Archetypes, Myths and Metaphors" por Mark Stefik, MIT Press, 1996
- "Phenomenon of Man", Teilhard de Chardin, Pierre, rev.ed. 1965
- "The Prince", Niccolo Machiavelli, Editado por Skinner & Price, CUP, 1988

Artículos

- "The Changing Social Roles of Documents", Parte I: por Marti A. Hearst. Research in Support of Digital Libraries, en Xerox PARC D-LIB Magazine, Mayo 1996
- "Cyberspace the Newest Indexing Frontier" Por Christine Maxwell, Key Words, Jul/Ago 1995 Vol 3/No3 Presentado en la American Society for Indexers Meeting, Montreal, Junio 1995.
- "Digital Salon" LEONARDO Vol 29 Número 5 (1996) Número Especial ([http://www -mitpress.mit.edu/Leonardo/isast/journal/journal.html](http://www-mitpress.mit.edu/Leonardo/isast/journal/journal.html))
- Internet: L'extase et L'effroi:"Le monde Diplomatique, Número Especial, Noviembre, 1996
- "Maximov Companion to who governs the Russian Federation", Maximov Publications, Vol 2 No. 1, 1996 (<http://www.maximov.com>) [Provee continuamente con información política y económica actualizada y contactos relativos a la Confederación Rusa.]
- "The Organizational Impact of Publishing in the new media." VistaComputer Services,1995
- "The social life of documents" por John Seely Brown y Paul Duguid-introducción de Esther Dyson, First Monday, Vol.1 No.1 - 6 de Mayo de 1996 (<http://www.firstmonday.dk/>)
- "European Politicians' New Mantra: Wiring up Schools to the Internet" Por Bruno Guissani eurobytes@nytimes.com
- "A Penny for Your Thoughts: Copyright into "Cogniright"" por Laura Fillmore. Presidente, Open Book Systems (OBS) (<http://www.obs-us.com/obs/english/papers/cogni.htm>)
- "Meme Machinery 101: The Evolution of a University Press Marketplace" por Laura Fillmore. Presidente, Open Book Systems (OBS) (<http://www.obs-us.com/obs/english/papers/mememach.htm>)