

Universidad del Salvador

**Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social**

Comunicación Interactiva



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Elaborada por Sebastián Intelisano

Materia: Seminario de Investigación Periodística

Cátedra: Profesor Raul H. Burzaco

Buenos Aires, Agosto de 2001

Indice

- Introducción

- Capítulo 1. Internet y sus inicios
 - o Introducción
 - o Historia de Internet como medio comunicación
 - o Origen y evolución Histórica
 - o ¿Qué es internet?

- Capítulo 2. Empresas
 - o Introducción
 - o Acciones e Iniciativas
 - o Retorno de la inversión
 - o Casos de Estudio

- Capítulo 3. El espacio publicitario en Internet
 - o E-campanas
 - Investigación y asesoramiento
 - Planificación de medios
 - Compra y Negociación
 - Ejecución de campana
 - Monitoreo y control
 - Análisis y Retorno de la Inversión
 - Piezas y/o vehículos publicitarios
 - o Inversión Publicitaria
 - o Inversión Publicitaria por segmento de industria
 - o Predicciones

- Capítulo 4. Medios tradicionales vs Medio Interactivo

- Capítulo 5. Estadísticas
 - o Estadísticas Internacionales
 - o Internet en Argentina
 - Cantidad de usuarios
 - Internet en casa
 - AMBA vs Interior
 - Hábitos según nivel socioeconómico
 - Edades
 - Sexo
 - Perfil
 - Ocupación
 - Expansión

- Hábitos
 - Comercio electrónico
 - Indicadores argentinos
-
- Capítulo 6. Capacitación por internet (e-learning)
 - o Introducción
 - o El entrenamiento por internet entra en escena
 - o Primeros pasos
 - o La educación por internet y su nuevo rol
 - o Mas allá de la empresa
 - o Consejos para la acción
 - o Casos de estudio

 - Capítulo 7. Intranets
 - o Introducción
 - o Usos y ventajas

 - Capítulo 8. Internet móvil
 - o Estadísticas y datos del escenario
 - o Proyección Internacional, en Latinoamérica y en Argentina
 - o Tipos de dispositivos
 - o La nueva generación: Aplicaciones, soluciones, servicios y beneficios.
 - o Argentina hoy

 - Conclusión

 - Bibliografía



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Internet como medio de comunicación ofrece posibilidades que otros medios no permiten. No creo que internet suplante, en un inicio a los demás medios, pero si creo que debería formar parte de todas las acciones de comunicación de las empresas.

Debido a su gran crecimiento comprobado y a su proyección de futuro, Internet se ha convertido desde hace un tiempo en un medio masivo de comunicación social.

Las particularidades que Internet permite en cuanto a su posibilidad y su forma de relacionarse con las personas, es su mayor atractivo, desde el punto de vista de la comunicación corporativa, comunicación interna, marketing y publicidad.

Creo y será el desafío de esta tesis demostrar que las posibilidades que ofrece Internet como medio comunicación, hacen de este un vehículo único, que debería estar presente en toda acción de comunicación empresarial.

A medida que el universo de usuarios crezca, internet superará las barreras actuales de comunicación de nicho, de segmentos socioeconómicos altos.

Este nuevo medio, debido a su penetración, tendrá la posibilidad de llegar al cliente, usuario o consumidor de una forma tan direccionada, segmentada y personal que será esencial que forme parte de toda estrategia de comunicación de cara al consumidor, como así también comunicación interna, con proveedores y socios.

El interés por este tema es claro, ya que me parece por demás atractivo descubrir como progresa y se abre camino un nuevo medio. La TV por cable fue un fenómeno interesante que ya ha alcanzado su curva de crecimiento, pero internet esta en franco ascenso y ofrece alternativas que lo destacan del resto de los medios.

Creo que la gente que esta inmersa en las prácticas de Internet, en tareas tales como crear o difundir mensajes a través de internet, establecer una comunicación interactiva, utilizar internet como herramienta para bajar los costos o reducir los tiempos, estan haciendo la historia de este nuevo medio en nuestro país.

A continuación, enumero algunas de los beneficios de internet como herramienta y medio de comunicación:

Interactividad

Internet es Interactividad; permite la bidireccionalidad de la comunicación, un doble flujo que va del emisor a receptor. Esto proporciona ventajas comunicativas como:

- Inmediatez de respuesta por parte de los usuarios.
- Establecer un dialogo fluido y entrar en contacto directo con diferentes grupos de personas, independientemente de su locación, cultura, etc.

Destrucción de la barrera física

Esto trae aparejado cambios muy importantes. Aplicaciones en el mundo de los negocios: reuniones que se realizan a través de videoconferencias, creación de ambientes colaborativos de trabajo virtual, etc. Sin ir más lejos, la amistad también se ve afectada de alguna manera. Hasta un tiempo atrás, en gran medida, el círculo de amistades con quien uno comparte intereses comunes y vivencias, estaba dado por la vecindad geográfica. Nuestros amigos son los de la misma ciudad, compañeros de colegio, club, o barrio. Internet ofrece a un costo casi nulo la posibilidad de intercambiar opiniones, mensajes, información y vivencias, y a su vez, logra que podamos compartir nuestros gustos, pasiones e intereses con gente que puede estar geográficamente a miles de kilómetros de distancia, y establecer una muy sólida relación de amistad.

Emisión y alcance de la información

Cualquiera puede tener su propia editorial y hacer conocer su opinión, a todo el mundo. Todos los usuarios de la red son potenciales proveedores de información y pueden acceder a un público que de otra manera sería prohibitivo. Se logra una libertad de expresión muy importante, junto con el desarrollo de la capacidad crítica para decidir qué información tomar, procesar y dar como confiable. Además, dado su alcance mundial, por definición, cuando uno publica información, es posible que cualquiera en cualquier parte del mundo tenga acceso a ella.

Segmentación

En general, la tecnología permite diferentes posibilidades de segmentación de los usuarios por país, día, hora, dominio, sistema operativo, navegador, etc. Por lo cual la comunicación puede ser enviada teniendo en cuenta diferentes parámetros, para que esta llegue sin ruidos y en el momento que nosotros queramos.

Personalización

Mayor segmentación implica mayor personalización de los mensajes, de las creativities y de la comunicación en general, ya que se dispone de más información acerca del receptor. Por lo tanto, al adecuar los mensajes a los distintos públicos se obtienen mejores resultados en términos de efectividad.

Dinamismo y Flexibilidad del medio

Internet permite funcionar bajo la praxis de la prueba-error con bajo costo. Es posible comprobar prácticamente en tiempo real si se ha efectuado la comunicación de manera exitosa.

Bajo costo

Es clave para permitir el desarrollo de Internet, dado que Ud. siempre abona el costo de una llamada local cuando se conecta a Internet. No importa a que información está accediendo, o a qué computadora ubicada en qué parte del mundo Ud. se está conectando, el costo es siempre el mismo.

Acceso mundial

Al estar conectadas computadoras de todo el mundo a la red, le permite acceder a información tan valiosa como diversa. Desde archivos del museo de arte moderno de Nueva York, hasta información de admisión a la Universidad de Barcelona, desde la bolsa de Wall Street hasta el Club Atlético Boca Juniors. Acceso mundial al precio de una llamada local, no hay otro medio que iguale esta característica.

Registracion

Permite dirigir mensajes a perfiles sociodemográficos muy precisos. La registraci3n en un sitio p3blico, intranet, o extranet permite que la informaci3n sea dirigida o espec3fica para una 3nica persona. De esta forma podemos reconocer quien esta de otro lado a la hora de brindar un mensaje o comunicaci3n.

Democratizaci3n en el acceso a la informaci3n

Hoy por hoy, ya no son tan altos los requisitos para poder tener acceso a informaci3n, como s3 lo era unos a3os atr3s. Ahora la informaci3n est3 disponible al alcance casi de cualquiera. Se necesitar3 entonces tiempo para buscar y habilidad para discernir y procesar la informaci3n que uno est3 buscando dentro de esa incre3ble masa de informaci3n disponible. Al hacerse tan p3blicamente disponible los contenidos, se logra una democratizaci3n sin precedentes en la historia de la humanidad. Un chino, un ruso, un japon3s y un argentino tienen acceso (potencialmente) a la misma informaci3n.

Podr3amos seguir enumerando ventajas y beneficios, de la comunicaci3n por medio de esta herramienta, pero creo que ser3a apropiado pasar a extendernos en los diferentes cap3tulos.

Quiero finalizar esta introducci3n haciendo hincapi3 en lo atrapante que result3 la investigaci3n de este tema, en donde muchas veces choque con las aristas de este nuevo medio, que posee mucha explicaci3n fundamentada en la tecnolog3a y en complejos procedimientos t3cnicos, lo cual hicieron que me capacite en cuestiones que se alejan un poco de la ra3z humanista de la carrera, pero que en definitiva eran cruciales para el total compromiso con la hip3tesis planteada.

“...hacer una tesis significa divertirse y la tesis es como el cerdo, en ella todo tiene provecho.” (1) afirma Humberto Eco.

1- Como se hace una tesis”, P3g. 265.

Internet y sus inicios



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

Según el desarrollo de la comunicación en el mundo es importante reconocer como se ha desarrollado y cuales son sus avances técnicos, novedosos y sobre todo de rapidez y eficacia, que es uno de los principales elementos que se deben tomar en cuenta al haber encontrado formas nuevas de comunicación en tiempos cortos y sobre todo en ahorro de nivel económico, por lo que el desarrollo histórico de Internet es en la actualidad una red global de equipos informáticos que se comunican mediante un lenguaje común. Conectarse a este sitio Web se llama conexión. Y es similar al sistema de teléfonos internacional: donde nadie posee ni controla todo el conjunto, pero está conectado de forma que funcione como una gran red.

El ancho mundo de la red (Web o WWW) proporciona una interfaz gráfica por la que es fácil desplazarse para buscar documentos en Internet. Estos documentos, así como los vínculos entre ellos, componen una red de información, contenidos y servicios. Estos nos servirán y ayudarán a establecer una mejor opción en la comunicación y determinar los campos de acción y así poder establecerlos llevando a cabo nuestra propia satisfacción en la investigación, entretenimiento, trabajo, etc.

Por eso, más adelante podemos determinar algunos de los medios y elementos que son necesarios para poder incrementar medios de información en las investigaciones y así entender, contactar y llevar a cabo una buena experiencia de navegación.

Internet es un recurso sofisticado, por su estructura y por su manejo, pero a su vez, es el recurso utilizado por las empresas para mantener una mejor comunicación con sus clientes, proveedores, socios y en el mismo mercado; en las escuelas también es el medio en el que se les proporciona a los estudiantes información de investigación en temas específicos y sobre todo de comunicación con otros estudiantes mediante el uso del correo electrónico.

Internet es una de las palabras más nombradas en los últimos tiempos por quienes se aproximan a la tecnología o a la informática. Internet reúne un gran conjunto de denotaciones y connotaciones, de acuerdo, a los grupos de usuarios, y a los servicios cambiantes y en continua evolución. Con más de 200 millones de usuarios en todo el mundo, Internet se ha convertido en el medio de comunicación más extendido en toda la historia de la humanidad.

Constituye una fuente de recursos de información y conocimientos compartidos a escala mundial. Es también, la vía de comunicación que permite establecer la cooperación y colaboración entre gran número de comunidades y grupos de interés por temas específicos, distribuidos por todo el planeta.

Es posible encontrar toda clase de software para una gran variedad de computadoras y sistemas operativos, pueden consultarse los catálogos de las bibliotecas más importantes del mundo, acceder a bases de datos con los temas más diversos y transferir copias de los documentos encontrados, es posible visualizar y copiar archivos de imágenes con fotografías de todo tipo o reproducciones de cuadros, pueden hacerse cosas como conversar a tiempo real dos personas, separadas por miles de kilómetros de distancia, pueden comunicarse a través de Internet escribiendo en la computadora. En un futuro cercano, con el ingreso de la banda ancha, también podremos ver material audiovisual de buena calidad.

Cómo Internet esta cambiando la forma de comunicarnos (la mensajería) en forma electrónica dejando atrás el uso de medios como el fax y el teléfono.

La forma de hacer publicidad como una competencia electrónica.

Los grandes cambios que surgen en los negocios o empresas con la llegada de Internet, ya que todas están buscando de ser más rentable y competitiva al menor costo.

La educación con los nuevos esquemas de enseñanzas (Aulas, Bibliotecas y Librerías virtuales) con oportunidades de seguir estudios.

La gran variedad de servicios a los que se puede aplicar esta herramienta.

Indagar los efectos en los comportamientos de las personas.

Historia del internet como medio de Comunicación

Un Nuevo Medio De Comunicación

Según dicen algunos expertos, Internet es actualmente un preludio de lo que serán las autopistas de la información en un futuro no muy lejano. Internet es una red de redes, es decir, está formada por numerosas redes esparcidas por todo el mundo, y ofrece sus servicios a una gran cantidad (y creciente) de usuarios.

Internet dio sus primeros pasos en Estados Unidos, a finales de los años 60 (durante la guerra fría). Por aquel entonces, el Departamento de Defensa había desarrollado una red, ARPAnet, cuya misión era mantener la comunicación en caso de guerra. Arpanet fue desarrollada como una red de investigación militar y sustituía a otra red anterior que obedecía a un modelo centralizado y que era, a ojos de los dirigentes del Pentágono, altamente insegura: en caso de guerra, una sola bomba podría destruir toda su infraestructura de comunicaciones.

Una red se caracteriza por la posibilidad de compartir diferentes tipos de recursos. Además, todas las computadoras integradas son independientes, es decir, uno puede desaparecer, otro nuevo puede entrar, pero todo ello no afecta en modo alguno al funcionamiento de la red. Otro hecho a destacar es el de que la comunicación se produzca en todas direcciones, con lo que cualquier usuario se puede conectar con cualquier otro en cualquier parte de la red.

A medida que pasaba el tiempo, Arpanet crecía y crecía en computadoras conectadas y, a comienzos de los 80 aparecen numerosas redes. Aquello era un gigantesco banco de datos en el que resultaba muy difícil encontrar lo que se necesitaba y había demasiados formatos incompatibles. Así nació Internet, que unificó lo que antes era un "telaraña" de pequeñas redes y, lo que es más importante, introdujo las herramientas necesarias para su manejo, creándose diferentes programas de acceso.