



Universidad del Salvador

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



Internet y su influencia en la sociedad contemporánea

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Seminario de Investigación Publicitaria

Cátedra: Juan Bautista González Saborido

Alumno: Jorge Martín Domínguez

11 de diciembre de 2001

Indice

Agradecimientos	5
Introducción.....	8
La investigación	10
Tema.....	10
Definición del problema	11
Formulación de la hipótesis	12
Alcance de la investigación.....	12
Objetivos de la investigación.....	12
1. La comunicación	15
1.1. Antecedentes y evolución de la comunicación social.....	15
1.2. El modelo de la comunicación.....	17
1.3. Características sociales que permitieron el desarrollo de los medios.....	19
2. Los medios de comunicación social	22
2.1. Antecedentes de los medios de comunicación social	22
2.2.1. Los medios gráficos	23
2.2.2. El cine.....	23
2.2.3. La radio	24
2.2.4. La televisión.....	25
2.2.5. Internet.	28
3. Internet.....	33
3.1. Aproximación al concepto de Internet.....	33
3.2. Orígenes de Internet.....	33
3.3. Servicios que brinda Internet.....	37
3.3.1. WWW o páginas web	38
3.3.2. Correo electrónico (e-mail).....	42
3.3.3. Mensajería instantánea.....	43

3.3.4. Conferencia electrónica (chat).....	43
3.3.5. Telefonía basada en Internet.....	44
3.3.6. Videoconferencia.....	44
3.3.7. Foros de discusión y grupos de noticias (newsgroups).....	45
3.3.8. Transferencia de archivos (FTP).....	46
3.3.9. Napster y el formato de música MP3.....	46
4. Internet: el futuro de la comunicación.....	49
4.1. Internet como el futuro de las comunicaciones.....	49
4.2. Internet: de un medio de información a un medio de comunicación social.....	49
4.3. Cómo Internet se ha convertido en un medio de comunicación.....	57
4.4. Internet y la televisión.....	59
4.5. Internet: un medio más invasivo que la TV.....	68
4.6. Internet como MACRO MEDIO de comunicación.....	70
4.6.1. Periódicos y revistas en Internet.....	70
4.6.2. Cine y video digitales.....	71
4.6.3. Radios en línea.....	71
4.6.4. Televisión de alcance mundial.....	72
4.7. Internet como creador de un nuevo lenguaje.....	74
5. Utilidades de Internet.....	78
5.1. Las aplicaciones que nos ofrece Internet.....	78
5.1.1. Medio de comunicación social.....	78
5.1.2. Investigación e intercambio de información.....	79
5.1.3. Entretenimiento.....	81
5.1.4. Educación electrónica (E-learning).....	82
5.1.5. El teletrabajo.....	84
5.1.6. Comercio electrónico (E-commerce).....	85
5.1.7. Publicidad a través de Internet.....	87
5.1.7.1. Ventajas de Internet sobre los demás medios.....	90

6. La evolución de Internet.....	94
6.1. El crecimiento de Internet.....	94
6.2. El proyecto "Internet 2"	95
6.3. Internet en Argentina	97
6.4. Penetración de Internet en Argentina	101
7. La Iglesia y los medios de comunicación.....	104
7.1. La postura de la Iglesia frente a los medios.....	104
7.1.1. El Concilio Vaticano II	106
7.1.2. Documento "Communio et progressio"	108
7.1.3. Documento "Aetatis novae"	108
7.2. La Iglesia frente al fenómeno de Internet.....	109
8. Trabajo de investigación	111
8.1. Acerca de la entrevista.....	111
8.2. Entrevista a la Lic. Roxanna Bassi	112
8.3. Conclusiones de la entrevista.....	116
Conclusiones finales	120
Bibliografía.....	126

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Agradecimientos

Con la entrega de este trabajo, termina una etapa de mi vida. Un título universitario significa para mí, antes que nada, un premio al esfuerzo de cinco años de estudio; significa dejar de ser un estudiante y comenzar a ser un profesional; significa una gran responsabilidad; significa haber logrado un difícil objetivo; significa, desde ya, haber ganado algo. Este objetivo hubiera sido imposible de alcanzar sin el apoyo incondicional de mis dos tías (Ana María y Carmen) y mi mamá, quienes siempre me brindaron su apoyo anímico, moral y económico. Siempre estuvieron conmigo, apostando a mi crecimiento, y depositaron en mí toda la confianza. Creo no haberlas defraudado. Sin ellas, sinceramente, no hubiera podido llegar hasta aquí. Gracias.

Y en segundo lugar, quiero hacerles llegar mi profundo agradecimiento a todas aquellas otras personas que me acompañaron, a mis seres queridos, por el constante estímulo y aliento, a mis amigos, a mi tutor, y a todos los que colaboraron directa e indirectamente en la elaboración de esta tesina.

A todos ellos, muchísimas gracias, y espero que disfruten de la lectura de estas páginas, tanto como yo he disfrutado de su escritura.

Martín Domínguez.

Diciembre de 2001.

INTRODUCCION



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

“Estoy convencido que lo que hoy ocurre con los canales electrónicos, con Internet y con el e-business, va a provocar grandes transformaciones en el negocio y en la sociedad misma. La primera es el acceso masivo a la información, y esto es muy democrático, porque brinda un enorme poder al individuo, porque el individuo que conoce cómo utilizar la tecnología, y cómo acceder a la información, puede tener acceso a todo, y eso es un cambio enorme”.

Irving W. Berger

Consultor norteamericano de la empresa IBM.

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

Ya estamos recorriendo el siglo veintiuno. Si miramos “sólo” cien años hacia atrás veremos que el mundo ha sufrido transformaciones de todo tipo: económicas, políticas, religiosas, socioculturales y comunicacionales. La comunicación entre los hombres continúa evolucionando, y los cambios son cada vez más rápidos. Tales cambios tienen que ver con la naturaleza misma del hombre, quien desde sus inicios ha buscado la forma de perfeccionar la comunicación.

Años atrás, cuando se hablaba de “la sociedad”, pensábamos en una sociedad en particular, con rasgos definidos, ubicada en un espacio determinado. Hoy, “la sociedad” es el mundo mismo. El mundo se ha globalizado, las distancias se han acortado, el hombre está hiper-comunicado. Aunque una persona no pueda trasladarse físicamente hacia el lugar en donde se encuentra su interlocutor, sí lo puede hacer su voz, su escritura, su imagen y sus palabras a través de algún medio de comunicación. Una compañía de celulares logró sintetizar este hecho con su slogan de campaña: *“Cuando llega tu voz, llegás vos”*.

No es objetivo de esta tesis abrir juicios de valor acerca de la despersonalización de la que son acusados los medios de comunicación en la manera de comunicarse de la gente. Tampoco reabriré la polémica sobre los perjuicios posibles que puede acarrear el exceso de comunicación. Será mi intención, sin embargo, tomar a Internet como el último y más revolucionario canal de comunicación creado por el hombre, y tratar de vislumbrar los cambios socioculturales que está generando

dentro de la sociedad, y también dentro de los restantes medios de comunicación social también.

No es tarea fácil, ni pretendo abarcar al tema de manera total, ya que resulta muy difícil estudiar un medio de comunicación en constante desarrollo, que cuenta con pocos años de vida, y que muestra un horizonte lleno de posibilidades de todo tipo.

Creo ver en Internet un medio de comunicación capaz de revolucionar las comunicaciones sociales en un futuro muy próximo, que debe ser respetado y utilizado con un sentido de responsabilidad.

Internet, así como el resto de los medios de comunicación, surgió por la tendencia natural del hombre a comunicarse y a establecer vínculos con sus semejantes. A medida que la población mundial fue aumentando, el hombre debió perfeccionar la manera de mantener esa comunicación, y de sortear las distancias que lo separaban de sus seres queridos, de sus pares. Y, sin dudas, lo logró. La síntesis final del desarrollo mediático ha nacido, y continúa en expansión: Internet.

La investigación

Tema

El tema de esta investigación es Internet y su desarrollo como medio de comunicación social dentro del contexto sociocultural actual, y su integración con los demás medios de comunicación tradicionales (medios gráficos, cine, radio, y televisión). Este trabajo, si bien tiene su foco puesto en la comunicación social, busca llegar a analizar cómo Internet está presente en todas las actividades humanas, desde el entretenimiento hasta los negocios.

La problemática que surge al comenzar a investigar sobre Internet, es la falta de bibliografía especializada en el tema, y esto se debe en buena medida, a que Internet es el medio de aparición más reciente: estamos hablando de un medio que nació hace solamente unos 30 años, pero su gran expansión comercial sucedió a mediados de la década de 1980 en Estados Unidos y Europa, y a mediados de la década de 1990 en nuestro país.

No solamente noto una carencia de bibliografía especializada sobre el tema, sino que la bibliografía encontrada incluye a Internet dentro de las llamadas “nuevas tecnologías”, restándole la importancia que se merece por ser el medio de comunicación que está generando más expectativas en los últimos años. Otro de los problemas es que la bibliografía sobre Internet (especialmente las estadísticas) se desactualiza rápidamente, debido a su constante desarrollo, cambios de tecnologías y nuevos recursos.

Definición del problema

a) Problema principal

- Luego de consultar una vasta bibliografía, detecto una falta de respuesta a muchos puntos concretos acerca del estudio de Internet como nuevo medio de comunicación de social.

b) Problemas secundarios

- La inclusión de Internet dentro de las llamadas “nuevas tecnologías” (televisión por vía satélite, DVD, informática, fibra óptica, etc.), con un enfoque puesto en la transmisión del mensaje y no en los cambios socioculturales que este nuevo medio de comunicación está propiciando.
- Internet es visto generalmente como un canal de transmisión de mensajes y de consultas más que como un medio de comunicación de social.
- Los estudios de los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, cine, radio y televisión) no contemplan los grandes cambios que Internet está ocasionando no solamente en la sociedad, sino también entre los mismos medios de comunicación.

Formulación de la hipótesis

Internet es el medio de comunicación social que está revolucionando las comunicaciones humanas, cambiando la manera de hacer negocios y que más influencia ejercerá sobre los restantes medios de comunicación social durante los años venideros.

Alcance de la investigación

La investigación concentrará la atención de forma general durante el período histórico que va desde el nacimiento de Internet (década de 1960) hasta fines de los '90; y de manera particular se profundizará durante el período comprendido entre los primeros años de la década del '90 hasta principios del año 2001.

Esto se debe a que durante los últimos diez años, Internet abandonó la etapa que podríamos denominar “experimental” para comenzar la etapa de expansión “global”.

Objetivos de la investigación

- Llevar adelante esta investigación, y que la misma sirva de punto de partida para futuros estudios relacionados con el tema;
- dejar demostrado que Internet es un medio de comunicación social, y que su alcance y potencialidad revolucionará a nuestra sociedad contemporánea, y también a los restantes medios de comunicación;
- integrar en este trabajo un cuerpo de conocimientos de los medios de comunicación, buscando comprender mejor por qué aparece Internet en este

momento, y por qué, en un futuro muy cercano, a través de Internet se podrá unificar prácticamente toda la comunicación social;

- explicar por qué Internet, a pesar de ser el blanco preferencial de los estudiosos de los medios de comunicación, es el futuro de la comunicación y supera las falencias de otros medios –especialmente la televisión-;
- determinar hasta qué punto Internet está modificando la manera de hacer negocios.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR