
La contribución de internet en el desarrollo y expansión de la economía digital

Octavio Islas*

Fernando Gutiérrez Cortés**

Los autores califican a Internet como un *medio de comunicación inteligente* y establecen en el presente trabajo que la Supercarretera de la Información es un valioso colaborador en el desarrollo y expansión de la economía digital... el futuro es ahora e Internet es el partearguas histórico que divide la trayectoria de la comunicación humana.

The authors qualify the Internet as an intelligent mean of communication and establish in this work that the super highway of Information is a valuable colaborator in the development and expansion of the digital economy...the future is now and the Internet es the historic division that separates the trayectoria of human communication.

* Mexicano. Es Doctor por la Universidad La Salle. Coordinador del Proyecto Internet del ITESM, Campus Estado de México. Sus líneas de investigación versan sobre Nuevas Tecnologías de Comunicación con énfasis en Internet.

** Mexicano. Es maestro en Administración de Tecnologías de Información, por la Universidad Virtual del ITESM. Egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación por el ITESM, Campus Estado de México. Ha publicado numerosos artículos sobre tecnologías de información y comunicación.

“Se puede afirmar que la aparición de Internet constituye un parteaguas histórico que divide la comunicación humana, entre antes y después de Internet”.

Ernesto Villanueva

Hoy podemos afirmar que la dramática caída del “Muro de Berlín” por muchas razones representó un parteaguas definitivo en la historia del Siglo XX, pues no sólo resolvió de forma definitiva la llamada “Guerra Fría”, también marcó el inicio de la formidable recuperación económica de los Estados Unidos, la cual indudablemente adquirió una extraordinaria aceleración a partir del llamado “despegue de Internet”, el cual ocurrió en la mayor parte del mundo en el año de 1995.

Durante los primeros años de la década de 1990 prácticamente resultaba impensable la posibilidad de poder realizar algún día operaciones comerciales a través de Internet. Sin embargo, el notable desarrollo de la informática y de las telecomunicaciones, así como la introducción de la World Wide Web —obra del visionario científico Tim Berners Lee-, definitivamente posibilitaron la inmediata explotación comercial de Internet, el complejo medio de comunicación que, sin duda alguna, admite el calificativo de “inteligente”.¹

¹ Véase Fernando Gutiérrez y Octavio Islas: «Understanding the Internet as a media extension», *Mexican Journal of Communication*, Num. 3, Fundación Manual Buendía, July 1997, México. En el referido trabajo expusimos las razones por las cuales nos atrevimos a calificar a Internet como «medio de comunicación inteligente», sustentando el sentido de nuestra afirmación en las siguientes consideraciones: en primer lugar establecimos que las herramientas de comunicaciones que hoy conforman Internet (FTP, IRC, e-mail, WWW, etc.), han favorecido la creación de un «ambiente integrado de prácticas comunicativas», el cual permite asumir y extender las funciones

comunicativas que hoy todavía desempeñan, de forma autónoma, los medios de difusión convencionales. Así Internet, por ejemplo, asume a través de la radio virtual las funciones comunicativas de la radio, extendiendo sus posibilidades y horizontes. En los próximos años la Web TV –complejo híbrido de la televisión e Internet–, transformará la industria de la televisión. Un interesante ejemplo de las profundas repercusiones de Internet sobre el orden informativo internacional lo representa el desarrollo de la tecnología de compresión de sonido llamada «MP3». La calidad de la información sonora de los archivos "MP3" es tan notable, que muchas personas han empezado a copiar archivos MP3 con las melodías de sus grupos favoritos e intérpretes favoritos, en lugar de comprar discos compactos comerciales. Lógicamente la industria discográfica internacional ha empezado a resentir los efectos del exitoso desarrollo de la tecnología "MP3". Véase: <http://www.mp3.com> y <http://www.allmp3.com> Un segundo ejemplo del uso extensivo de Internet lo representa una herramienta de comunicaciones conocida como Net2 Phone, la cual permite sostener, a través de dos computadoras que cuenten con capacidades multimedia, conversaciones en «tiempo real» con personas de cualquier parte del mundo, independientemente de la distancia física que pudiese separarles. Esa herramienta de comunicaciones de Internet asume funciones similares al teléfono, evitándole a los usuarios el realizar los elevados pagos de las tarifas de los servicios de telefonía de larga distancia. Además la comunicación puede establecerse de una computadora hacia un teléfono convencional. En segundo lugar, para afirmar los atributos de "complejo" e "inteligente" que admite Internet, destacamos que uno de los aspectos primordiales que distinguen a Internet de los medios de difusión convencionales, radica en la formidable interactividad que Internet alienta y promueve, cualidad le distingue de la «pasividad dirigida» que estimulan los medios de difusión convencionales sobre sus audiencias. Como atinadamente afirma Chomsky: «(los propietarios de los medios) no desean gente que tome decisiones o participe; quieren una población de consumidores y espectadores políticos pasivos y obedientes; una comunidad tan atomizada y aislada que le resulte imposible reunir sus limitados recursos para convertirse en una fuerza independiente, poderosa que denuncie la concentración de poder». En tercer lugar destacamos que la intensa interactividad de los usuarios de la red de redes, además les permite desempeñar funciones comunicativas que anteriormente representaban indisputables privilegios de la fuente o emisor. A pesar de la pronunciada e irreversible comercialización de la red, muchos de los contenidos y temas tratados indudablemente desbordan los límites de tolerancia que habían impuesto sobre los medios de difusión masiva convencionales sus

Es posible afirmar que Internet es un medio particularmente complejo y sorprendente, pues no solamente ha contribuido a imponer un nuevo orden informativo internacional,² también ha sido empleado para extender significativamente los horizontes de comercialización de productos, servicios y conocimientos en la globalización de las economías, hasta instaurar las bases de un nuevo orden económico internacional, al cual algunos especialistas han convenido designar como “la economía digital.”

La impresionante fortuna que ha logrado acumular en vida el polémico empresario y genial programador Bill Gates, admite en sí misma el carácter de perfecta metáfora del sentido y significado de la emergente economía digital, y de la nueva “racionalidad económica” de nuestros nuevos “tiempos modernos”.

En 1998, las industrias de la informática e Internet de la Unión Americana por primera vez reportaron ingresos superiores a los generados por la poderosa industria de la televisión –por muchos aspectos considerada

propietarios o los concesionarios de esos servicios públicos. Finalmente destacamos la singular pluralidad temática y discursiva de la red de redes, la cual contrasta notablemente con la «unidireccionalidad discursiva» de los medios de difusión convencionales (Herbert Marcuse). Mientras que en los medios convencionales la propiedad generalmente determina los contenidos, en Internet prevalece la apertura, la tolerancia, la diversidad y la universalidad temática. Las palabras de Chomsky proceden de: Noam Chomsky *Secretos, mentiras y democracia. Entrevista a Noam Chomsky por David Barsamian*, Siglo XXI Editores, 1997, México

² Internet definitivamente ha impuesto una nueva y compleja esfera pública, la cual diluye drásticamente las fronteras entre los espacios públicos y privados del hombre contemporáneo (Jürgen Habermas), desatando nuevos y poderosos demonios en la “mente universal”.

como estratégica por el gobierno de Estados Unidos-. Nuevamente en 1999 las industrias de la informática e Internet reportaron ganancias superiores a las generadas por la industria de la televisión. Cabe señalar que la empresa ActivMedia estimó en la cantidad de 180 billones de dólares simplemente las ventas realizadas en línea durante 1999.³

La tendencia parece resultar irreversible. La economía digital inclusive ha introducido e impuesto sus propios indicadores económicos: los llamados índices “wired”, los cuales día a día muestran los impresionantes alcances del poderoso mercado bursátil emergente en los escenarios virtuales. Como ejemplo de la complejidad misma de la economía virtual, simplemente cabe cuestionarnos cuál es el verdadero valor que han alcanzado en los mercados bursátiles las acciones de una empresa como Amazon. En esta ocasión simplemente sólo convenimos señalar que ésta es otra historia.

Respecto a las nuevas reglas que la virtualidad ha impuesto en el desarrollo de las prácticas financieras y comerciales, Stan Davis y Christopher Meyer, investigadores del Ernst & Young Center for Business Innovation de Estados Unidos, han afirmado que son tres los factores que han incidido directamente en el desarrollo de la “economía digital”:

³ Citado por Moira Jacobs: “International E-Business Opportunities and Challenges: A Small Business Perspective”. Ponencia dictada en The 1999 e-Business Opportunities, Challenges, and Winning Strategies. Universidad de Montana en Missoula y The Montana World Trade Center, Estados Unidos, 2-5 de agosto de 1999.

la velocidad, la conectividad y la revalorización de lo intangible.⁴ Las tecnologías de información –así entendemos-, cuando admiten una inteligente aplicación, son susceptibles de operar como efectivos y positivos aceleradores históricos de las sociedades. Las tecnologías definitivamente pueden acelerar el desarrollo histórico de las sociedades –por supuesto también pueden inhibirlo-.

Hoy en día, en ningún lugar del mundo es posible apreciar de forma tan clara el desarrollo de la llamada “economía virtual” como en los Estados Unidos. A pesar de la formidable expansión de los llamados “negocios virtuales” y de sus respectivos mercados emergentes, resulta verdaderamente sorprendente el hecho de que el gobierno de la Unión Americana de ninguna manera se haya limitado a la condición de simple espectador pasivo del libre juego de la oferta y la demanda en Internet.

La decidida participación del gobierno de Estados Unidos en realidad ha resultado definitiva en el desarrollo de la economía digital. Éste decididamente ha impulsado importantes iniciativas legales -desde aquellas orientadas a sancionar la pornografía en Internet, las cuales

⁴ Davis y Meyer afirman que, como consecuencia del incremento en la velocidad del mundo de los negocios, las organizaciones competitivas -obligadamente cableadas-, se verán en la necesidad de operar y cambiar frecuentemente su forma de operar en “tiempo real”, si desean ajustarse a las exigencias que de forma más frecuente les impondrá el entorno. La conectividad supone la integración de productos, personas, compañías y naciones (también, por supuesto, como hemos afirmado nosotros en repetidas ocasiones, este proceso supone la integración de los distintos medios de difusión colectiva en Internet). En cuanto a los intangibles, Davis y Meyer afirman que cualquier oferta admite simultáneamente un valor económico tangible e intangible. El sentido del valor intangible crece de forma más acelerada en las sociedades de la información. Al mundo resultante de esas transformaciones los autores lo denominan the BLUR. Véase: DAVIS Stan y MEYER Christopher Meyer (1999): *BLUR The speed of change in the connected economy*, Warner Books, USA.

resultaron un rotundo fracaso-, hasta operar como activo promotor de disposiciones que regulen e impulsar el desarrollo de operaciones de comercio electrónico en la compleja economía estadounidense.⁵

Más importante aún, el gobierno de Estados Unidos además ha diseñado inteligentes estrategias en materia de comercio electrónico, orientadas a estimular el potencial y la capacidad exportadora de las micro, pequeñas y medianas empresas estadounidenses. El Departamento de Comercio de los Estados Unidos, desde tiempo atrás cuenta con una área estratégica dedicada a proporcionar soluciones integrales en materia de comercio electrónico a las micro, pequeñas y medianas empresas estadounidenses.

Para desarrollar la capacidad exportadora de ese importante sector de la economía estadounidense, la mayor parte de las representaciones de los Estados Unidos en el extranjero cuentan con alguna oficina de negocios, las cuales de ninguna manera se limitan a impulsar el desarrollo de prácticas comerciales convencionales, pues fomentan y contribuyen a consumir las operaciones comerciales que a través del comercio electrónico pueden realizar las micro, pequeñas y medianas empresas estadounidenses.

⁵ El término "comercio electrónico" suele utilizarse para designar las operaciones en línea que personas, empresas, organizaciones, e inclusive gobiernos realizan en línea, a través de sitios WWW, tiendas virtuales o portales electrónicos. El comercio en línea de ninguna manera se restringe a las operaciones comerciales que realizan empresas con empresas (business to business), o empresas con consumidores finales (business to consumer). También el comercio electrónico comprende imaginativas formas de trueque entre cibernautas (consumer to consumer); así como transacciones comerciales de empresas con gobiernos (business to government); de gobiernos con ciudadanos (government to citizens) y de gobiernos a gobiernos (government to government).

Moira Jacobs es la funcionaria responsable de proporcionar a las micro, pequeñas y medianas empresas estadounidenses, soluciones integrales en materia de comercio electrónico a través de más de 100 centros de negocios virtuales, los cuales proporcionan una calificada consultoría en materia de Internet como de comercio electrónico.⁶

En el año 2003 seguramente se habrá consumado la fusión de la televisión e Internet, derivándose un complejo medio híbrido, el cual definitivamente podría contribuir a extender el desarrollo del comercio electrónico en el mundo entero. Las posibilidades que acompañarán a ese nuevo medio de comunicación definitivamente retan y seducen nuestra imaginación.

Por tal motivo la mayor parte de los especialistas en materia de comercio electrónico coincide en señalar que en el año 2003 las ventas que se realizarán a través de Internet alcanzarán cifras de trillones de dólares. ActivMedia –por ejemplo-, estima que en el año 2003 se realizarán ventas por 1.3 trillones de dólares.⁷ En cambio la firma Forester Research considera que ese mismo año las ventas por Internet ascenderán a 3.2 trillones de dólares.

⁶ De acuerdo a declaraciones de Moira Jacobs, un total de 427,000 pequeños negocios de Estados Unidos iniciaron operaciones comerciales en línea en el periodo comprendido entre abril de 1998 y abril de 1999. Moira Jacobs: "International E-Business Opportunities and Challenges: A Small Business Perspective". Ponencia presentada en The 1999 e-Business Opportunities, Challenges, and Winning Strategies. Universidad de Montana en Missoula y The Montana World Trade Center, Estados Unidos, 2-5 de agosto de 1999.

⁷ Moira Jacobs: *op. cit.*

2. Apuntes preliminares sobre el desarrollo del comercio electrónico en México y una **escueta mirada hacia América Latina.**

A pesar del progresivo incremento que a partir de 1996 han registrado los dominios “.com.mx”, y del considerable número de portales y negocios en línea que iniciaron operaciones comerciales durante 1999 -sosteniendo cuantiosas pérdidas la inmensa mayoría-, el desarrollo del comercio electrónico en México todavía admite ser considerado como incipiente. Simplemente cabe destacar que, conforme a los datos que arrojó una investigación realizada por la firma Select IDC, en 1999 sólo el 20 por ciento de los usuarios de Internet en México realizó compras en línea.⁸

Respecto al número de usuarios de Internet en México, NUA Internet Surveys consigna las siguientes cifras:

Fecha	Empresa responsable de la investigación	Total de usuarios de Internet en México
Septiembre de 1999	VISA	900,000
Abril de 1999	LLAVÍN	600,000
Diciembre de 1998	IDC	713,000
Diciembre de 1998	MORI de México	504,900
Noviembre de 1997	CommerceNet Research	370,000

Fuente: NUA Internet Surveys ⁹

⁸ <http://www.nic.mx/esta/survey.html>

⁹ <http://www.nua.ie/surveys>

Actualmente el número de usuarios de Internet en México –abril de 2000-, se estima en poco más de 2 millones de usuarios., aunque en 1999 las simpáticas declaraciones de un importante directivo de StarMedia de México, ubicaban en 8 millones el número de usuarios de Internet en México.

Respecto al desarrollo del comercio electrónico en América Latina, la firma Boston Consulting Group estimó que el 88 por ciento de las ventas en línea que se realizaron en América Latina durante 1999 se efectuaron en Brasil, país que concentra al 45 por ciento de los cibernautas de la región.¹⁰

Conforme a información disponible sobre el número de “hosts” bajo cada TLD (genéricos como el .com, .net y .org y nacionales como “.mx”, “.fr”, “.ar”, los cuales se conocen como ccTLDs), en julio de 1999 México ocupó el vigésimo lugar mundial, con un total de 224,239 hosts. En cambio a Brasil correspondió la décimo cuarta posición, con un total de 310,138 hosts. Argentina mantuvo el tercer lugar de la región, reportando un total de 101,833 hosts. El primer lugar de los países hispanoparlantes correspondió a España, con un total de 302,457 hosts.¹¹

¹⁰ Moira Jacobs: *op. cit.*

¹¹ <http://www.nua.ie/surveys>

3. ¿En qué medida el gobierno del presidente Ernesto Zedillo es responsable del desordenado e incipiente desarrollo del **comercio electrónico en México?** **¿Qué puede hacerse al respecto?**

El tema de Internet en realidad muy poco ha importado a la presente administración.¹² ¿Qué podría esperarse entonces en materia de comercio electrónico?

A punto de concluir su último año de gobierno, la administración del presidente Ernesto Zedillo se ha mostrado incapaz de poder articular una estrategia definida en materia de comercio electrónico, susceptible de responder a la oportunidad de estimular la capacidad exportadora de nuestras micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales generan la mayor parte de empleos en el país. También al cuarto para las doce pretende legislarse al vapor en materia de comercio electrónico.

Por otra parte, los poderosos empresarios de la red se encuentran más preocupados por establecer "portales" —cada día aparece uno nuevo—, que por incorporar el tema del comercio electrónico en la discusión de

¹² En 1995, a pesar de la creciente importancia que adquiría Internet en el mundo entero, en materia de educación, información y comercio —solo por mencionar algunos aspectos— la administración del Presidente Ernesto Zedillo ni siquiera consideró la necesidad de elaborar estrategia alguna en materia de Internet. Basta referir que el "Programa de Desarrollo Informático", elaborado por la "Academia Nacional de la Informática" y derivado del "Plan Nacional de Desarrollo", no sólo no contemplaba ninguna estrategia concreta por parte del Estado en materia de Internet. Como si se tratase de alguna palabra prohibida, el referido documento ni siquiera consignó el término "Internet". Véase: <http://www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/informatica.html>

iniciativas orientadas hacia un mejor desarrollo nacional—definitivamente les conviene, más no parecen entenderlo-.

Entre tanto, el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) ha pretendido erigirse en México como la institución que definitivamente impulsará el desarrollo del comercio electrónico en México, pretendiendo ofrecer, a través de su portal, un espacio para aquellas empresas mexicanas que ya disponen de una sobrada capacidad exportadora. Los funcionarios públicos todavía parecen no entender la supra territorialidad de Internet...

Las soluciones que ofrece Bancomext realmente se limitan a la renta de espacios promocionales en su portal, y además se restringen a las empresas mexicanas que ya disponen de una demostrada capacidad exportadora. ¿Realmente creen que a estas empresas les interesará promocionar sus productos, servicios y conocimientos a través del portal de Bancomext cuando pueden desarrollar uno propio o rentar espacio suficiente en espacios WWW mucho más atractivos?

En realidad la mejor alternativa para garantizar el efectivo y ordenado desarrollo del comercio electrónico radica en educar. Desafortunadamente esa necesidad parecen no entenderla el gobierno ni la mayor parte de los empresarios mexicanos que han incursionado en Internet, pretendiendo realizar fortunas instantáneas.

Las profundas transformaciones que impondrá la economía digital, nos obligan a reparar en los posibles beneficios que pondría la economía nacional a la inteligente planeación y el decidido impulso de un programa educativo en materia de Internet y comercio electrónico, orientado a los micro, pequeño y medianos empresarios, para estimular la capacidad exportadora de sus empresas, a semejanza, precisamente, de los esfuerzos realizados en Estados Unidos por el Departamento de Comercio.

El incuestionable éxito del trabajo realizado por Moira Jacobs, radica en que las funciones del complejo aparato que ella administra primordialmente son de carácter educativo.

Mientras que en otras naciones inclusive ya se han adoptado estrategias definidas en materia de comercio electrónico incorporándolas a acciones, a los planes o programas de desarrollo, en México el tema del comercio electrónico ni siquiera ha sido mencionado por los principales candidatos a la Presidencia de la República. La próxima administración tendrá que definir estrategias en materia de Internet y comercio electrónico. De no hacerlo podría sustraerse del rumbo que está observando, a pasos agigantados, la economía mundial.

Definitivamente el mejor acelerador histórico de las sociedades es la educación. En los años venideros tendremos que repensar los alcances del binomio tecnología y educación, elevándolos a una discusión más amplia y compleja: el sentido y el porvenir mismo de nuestras necesidades de desarrollo.

Bibliografía.

DAVIS, Stan y MEYER, Christopher (1999): *Blur, the speed of change in the connected economy*, Ernst & Young Center for Business Innovation, Editorial Warner Books, Estados Unidos.

DERY, Mark (1998): *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo*. Editorial Ciruela, 1998.

FLORES Olea, Víctor y GASPAR de Alba, Rosa Elena (1998): *Internet y la revolución cibernética*, México.

GATES, Bill (1999): *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*, Warner Books, Estados Unidos, 1999.

HARMON Roy L (1996): *Reinventing the Business*, The Free Press, Estados Unidos.

NEGROPONTE, Nicholas (1996): *Ser Digital*, Atlántida Océano, México.

QUEAU, Philipe (1998) *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Editorial Paidós, España.