

**¿Quién en España a estas alturas puede afirmar no haber oído hablar de Internet? Ponga un acceso en su vida, duros a pesetas, la conquista del nuevo mundo en tres actos y otras tantas extravagancias como una malvada bruja, un protagonista llamado "e", el poder de un "click", o una cabina en medio de la nada son tratadas en este artículo. ¡Pasen y vean!**

*Siglo XX cambalache problemático y febril  
E. Santos Discépolo*

## Aires de fin de siglo

“ ¡Terra a la vista!”. Sí. La mente me estaba gastando una broma, ocultándome una “i” en el último mensaje publicitario de la carabela de Navegalia. Y es que parece como si Airtel se hubiera topado con Telefónica al tratar de conquistar el “Nuevo Continente” de Internet. Historia ésta en tres actos, la del redescubrimiento de las Américas surcando el océano internáutico.

Acto I. Prestigioso conquistador decide embarcarse en un gran proyecto. Muchos recursos, grandes esfuerzos y un proyecto, “Terra”, en la mente.

Acto II. Cambio en la dirección de los vientos dominantes. Nuevo rumbo y un destino antes de lo previsto. ¡Terra ha muerto, larga vida a **Olé! Ya.com**! comienzan a llenar el ambiente alegres notas de jazz.

Acto III. ¡Pero, esto no son las Américas! Volvamos a confiar en las estrellas, ajustemos el sextante, un poco de realidad vir-

tual y... ¡**Ale Hop!**, **Olé(.es)** se convierte en Terra(.com). Epílogo. “Se vende Terra”. Multitud de pretendientes. ¿Quién saldrá mayormente beneficiado?

**¡Por fin he encontrado un click en Internet que sirve para algo útil!**

Bromas aparte, demos un repaso a lo que nos está mostrando la Red últimamente.

Como nos prometió el ministro, ¡ya tenemos tarifa plana (ADSL incluido)!, ahora solo queda llegar a un acuerdo en el pequeño matiz del *precio asequible*. Y es que aunque parezca trivial, cada uno entiende una cosa diferente por tal concepto. Así, para Arias Salgado esto son 5.000 pts; para Telefónica 9.300 y para algunos políticos y las cerca de 20.000 personas reunidas en la iniciativa

3000ya.com 3.000 pts (siempre hablando de tarifas mensuales - aparte costes de instalación, claro). Y mientras la Asociación de Internautas dice tenerlo claro y habla de “dumping”, las otras compañías no se ponen de acuerdo al dar una valoración - unas hablan de “marcha atrás” y otras se preparan para repartir *tortazos* a la primera de cambio.

Es seguro que cuando esto salga a la luz la situación habrá dado alguna que otra vuelta de tuerca más, sabremos la respuesta a estas y otras muchas preguntas y quien sabe por donde andaremos. En cuanto a lo del acceso universal, creo que Michael Ende hubiera dicho que “esa es otra historia y debe ser contada en otra ocasión”.

Así las cosas, habrá que esperar a ver que pasa con la prometida llegada de Internet2 a España de la mano de Telefónica.

Por otra parte está lo de los “First Tuesdays” o “primeros martes”, iniciativa copiada de los ingleses (¿cómo no se nos ocurrió a nosotros primero?) y llevada a cabo (que sepamos) en Madrid y Cataluña. Consiste en celebrar un encuentro más o menos informal los primeros martes de cada mes en un local de moda tratando de juntar a emprendedores y empresarios en esto del “difícil arte de Internet”. Es decir, se coge la estructura de un *chat* de la red y se trasladada al “mundo real”. ¿Cuál ha



• Juan J. Sánchez Aguila-Collantes

juan-jose.sanchez-aguila@ree.ericsson.se



sivamente para Internet. En ellos, los internautas pueden intervenir enviando preguntas en tiempo real. Otras cadenas como la MTV, y ante la proliferación de *telenautas* que navegan por Internet a través del aparato de TV (especialmente en los EE.UU.),

Precisamente siguiendo esta misma filosofía, puedo decir que ¡por fin he encontrado un click en Internet que sirve para algo útil! Se trata de *The Hunger Site Home*, un *website* independiente creado para luchar contra el hambre. Así, un simple click sir-

## El 43% de los cibernautas han reducido el tiempo que pasan ante la pequeña pantalla

sido el resultado? Pues que en la primera reunión tan solo hubo un par de intervenciones mientras que el segundo encuentro fue una auténtica torre de Babel. Todo el mundo tenía algo que contar, pero, del mismo modo, no parecían tener del todo claro en que consistía un plan de negocio. Entonces se activó la lista de correo electrónico (la discusión volvía a su lugar original) y se comenzaron a recibir aportaciones tendentes a clarificar temas en esto del capital-riesgo. No obstante, da la impresión de que en España a estas alturas todavía hay poco capital, mucho riesgo y muchas ganas también de salir de copas.

Por fin se estrenó en España "The Blair Witch Project" o "El proyecto de la Bruja de Blair", bajo el lema: "ADVERTENCIA: ¡Esta no es una película convencional!" ¡Por supuesto que no lo es! Se trata del producto que ha utilizado Internet como herramienta de marketing de la forma más ingeniosa. Y ¡vaya forma de recaudar! No me extrañaría que Daniel Myrick y Eduardo Sánchez, sus autores, se vieran obligados a cambiar de medio, fichados por alguna innovadora "e-mpresa" (con perdón). Me he permitido dar una monumental patada al diccionario,

empleando el horrendo término anterior como excusa para introducir la iniciativa de una compañía americana de sw. Bajo el nombre de "La sociedad para la preservación de las otras 25 letras del abecedario", la empresa en cuestión pretende frenar el abusivo empleo de términos que, como el anterior, comienzan con la "e" tratando de crear una identificación con el medio electrónico. Tal y como están las cosas, no me extrañaría ver dentro de nada a Bill Gates, reciente paladín de los buenos usos lingüísticos comprándoles la causa.

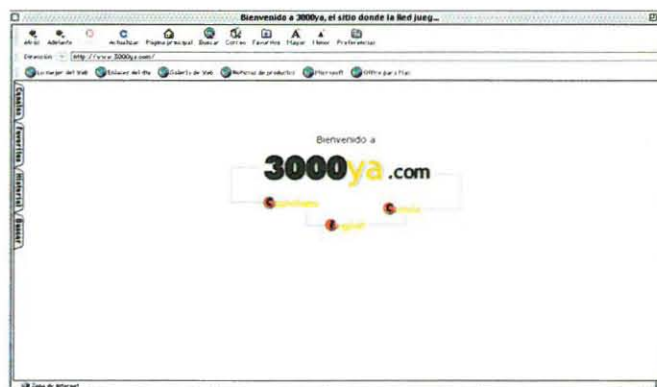
Y hablando de los medios, según un estudio de America OnLine, parece ser que el 43% de los internautas han reducido el tiempo que pasan ante la *pequeña pantalla* (habrá que ir pensando en cambiar este término, pues hoy por hoy, más parece aplicar a un PC que a un televisor). Ante ello, las grandes cadenas televisivas ven que no les basta la Red como herramienta de promoción, sino que esta ha de ir adquiriendo protagonismo (por lo que pudiera pasar). Así, la cadena americana ABC ha sido una de las pioneras, emitiendo a través de su página *web*, programas informativos diseñados exclu-

están dirigiendo sus esfuerzos a integrar ambos medios, coordinándolos de forma que el espectador pueda "construirse su propio programa".

Y es que todos somos cada vez más participes de la obsesión por el click que tienen las empresas que está llevando a cambiar modelos de negocio y literalmente regalar dinero (pues los ingresos ya se espera que procedan de otras vías). Y si no que se lo digan a la cadena CBS que ha decidido lanzar una lotería para premiar a los visitantes de su nuevo portal. 30 millones de dólares en efectivo, que esperen recobrar cuando los inversores de capital-riesgo (esto ya es América) inviertan en la empresa.

ve para que los patrocinadores del *sited* donen una pequeña cantidad de alimentos para los países más pobres a través del Programa Mundial de Alimentación de las Naciones Unidas. Al mismo tiempo el *website* nos recuerda de forma gráfica en un mapamundi que se va tiñendo de negro, que cada 3.6 segundos se produce en el mundo un fallecimiento por hambre.

Otro *website* dedicado a los más necesitados es NetAid, desarrollo conjunto de KPMG y Cisco que forma parte del Proyecto Mundial contra la Pobreza y que permite hacer donaciones y obtener información sobre la situación social de los países más necesitados. Su presentación se produjo mediante la organiza-



## Direcciones de interés

3000ya.com  
ABC  
Blair Witch Project  
CBS  
FAO  
First Tuesday  
La sociedad para la preservación de las otras 25 letras del abecedario  
MTV  
Net Aid  
ONGLine  
Teléfono de Mojave  
Terra  
The Hunger Site Home

[www.3000ya.com](http://www.3000ya.com)  
[abc.go.com](http://abc.go.com)  
[www.blairwitch.com](http://www.blairwitch.com)  
[www.cbs.com](http://www.cbs.com)  
[www.fao.org](http://www.fao.org)  
[www.firsttuesday.co.uk](http://www.firsttuesday.co.uk)  
[www.persistence.com/e-nough/index.html](http://www.persistence.com/e-nough/index.html)  
[www.mtv.com](http://www.mtv.com)  
[www.netaid.org](http://www.netaid.org)  
[www.gtcc.ssr.upm.es/solired](http://www.gtcc.ssr.upm.es/solired)  
[www.cardhouse.com/g/moj/mojave.htm](http://www.cardhouse.com/g/moj/mojave.htm)  
[www.terra.com](http://www.terra.com)  
[www.thehungersite.com](http://www.thehungersite.com)

ción de tres macroconciertos en Nueva York, Londres y Ginebra, que por supuesto fueron retransmitidos a través de Internet con la ayuda de 1.500 servidores distribuidos por todo el planeta.

Ya puestos, tampoco podíamos dejar de citar aquí la iniciativa ONGLine de nuestro compañero Julio Carazo que ofrece asistencia a las ONGs en consultas técnicas. Las preguntas son contestadas por profesionales voluntarios, ¡ánimense!. Cambiando de tercio, me siento tentado a hablar del MP3, pero tal y como están las cosas, no me atrevo, no vaya a ser que sin darme cuenta vaya a incurrir en la violación de los derechos de autor. Yes que por fin, el Congreso de los Estados Unidos ha aprobado la llamada Ley de Prevención de Ciberpiratería de Marcas que prohíbe registrar una dirección de Internet "que se aproveche, sea idéntica o confusamente similar a la de una marca registrada" (incluyendo en este concepto los nombres propios) con el propósito de revenderla. La ley afecta a los dominios .com, .net y .org y contempla multas de hasta 100.000 dólares y penas de cárcel si hay reincidencia. En este aspecto curiosamente España ha llevado la delante-

ra a los americanos, pues en el caso del dominio .es gestionado por el ES-NIC (dependiente del CSID) se hace bastante difícil, desde hace ya tiempo, "secuestrar" un nombre de dominio debido a los trámites de rigor, que hacen necesario justificar alguna vinculación con el dominio que se pretende registrar.

Y para finalizar, una curiosidad. ¿Se acuerdan del polémico primer anuncio de Retevisión? Sí,

## ¿Se acuerdan del polémico primer anuncio de Retevisión? Sí, aquel con José Luis López Vázquez saliendo de la cabina en la mitad de la nada

aquel con José Luis López Vázquez saliendo de la cabina en la mitad de la nada. ¿Se imaginan por un momento que aquel escenario existiese de verdad? No, no se trata de ninguna broma. Sí que existe. El escenario es el desierto de Mojave en los Estados Unidos y la "cabina" fue descubierta en un mapa por alguien, que intrigado por su ubicación se montó en un jeep y se fue a buscarla. Y allí estaba. Fue instalada des-



pues de la II Guerra Mundial como apoyo a una explotación minera. Esta cesó sus actividades en los 60, pero el teléfono aún sigue allí, en medio 35.000 kilómetros cuadrados de desierto.

Pero ustedes me preguntarán y con razón, ¿a que viene ahora todo esto? Pues aquí es don-

so en estos tiempos en los que la telefonía móvil está haciendo descender el uso de los teléfonos públicos que una cabina se convierta en objeto de culto. ¿Acabaremos viéndolas en los museos?.

Por cierto, ¿Les interesa conocer el número? ¿Sí? Pues ahí lo tienen: 760-733 99 69 (no olviden el prefijo internacional correspondiente ¡y por supuesto el de su operadora preferida!). Ya saben, cuando no tengan nada que hacer, ahí tienen algo con lo que entretenerse y si están de suerte y no les comunica, sepan que con una alta probabilidad tendrán a un internauta empedernido al otro lado de la línea.

¿Qué podíamos esperar? Al fin y al cabo, Internet no es sino una hija más de ese siglo XX que cantar a Santos Discépolo en su conocido tan-

**Juan José Sánchez  
Águila-Collantes**

• Ingeniero de Telecomunicación por la UPM  
--En la actualidad trabaja en Ericsson España, S.A.