

Tot i tots, a Internet

Aquest és el crit de guerra amb què els busos d'Internet més implacables defineixen els anys que vindran. Carles Bellver i Jordi Adell varen exposar als Octubre què pot haver-hi de bo i de no tan bo en l'era Internet.

Per les seues venes sura l'èter del ciberespai. Tots dos són investigadors de la comunicació i estan vinculats a la Universitat Jaume I de Castelló, decidida a ser una de les capdavanteres del país en recerca telemàtica. Un és Carles Bellver, programador del servei d'informàtica d'aquest centre, autor de la primera revista de ficció digital de l'estat espanyol (una mena de butlletí *fantacientífic* escrit en hipertext, el llenguatge de les xarxes de comunicació per computadors). L'altre és Jordi Adell, professor de noves tecnologies aplicades a l'educació de la Jaume I. En una ponència conjunta especialment didàctica desglossaren Internet, el sisè continent.

—Podeu explicar de manera senzilla què és Internet?

JORDI ADELL: És l'etiqueta per a denominar una xarxa de xarxes de traspàs de comunicació informàtica, on viatja comunicació i informació. Va ser ideada pels militars americans, durant la guerra freda, que volien experimentar amb la creació d'una xarxa comunicativa sense nòduls centrals, perquè un suposat atac rus no poguera destruir-los la centraleta i tallar les comunicacions. Els investigadors de les universitats ianquis li varen donar l'ús civil que té avui. No és una institució ni una organització. És un mitjà interactiu i bidireccional, que cada vegada consta d'aparells d'accés més senzills d'utilitzar, i, molt probablement, quan hi haja inversions fortes en aquest camp, significarà la desaparició de la dimensió espacial de la informació. Ja tenim accés informatiu en el mateix espai de temps a Burjassot que a Nova York.

—Han llegit el llibre *Neuromàntic de William Gibson, el profeta del ciberpunk, la cibernàutica i els creuers entre bancs de dades d'informació?*

CARLES BELLVER: No el vaig poder acabar.

J. ADELL: L'he llegit un parell de vegades.

—Per què tenia Gibson una visió tan

tenebrosa i pessimista d'un futur comunicatiu informatitzat, de les xarxes virtuals i dels viatges lobotomitzats a través d'Internet?

C. BELLVER: Gibson ni tan sols té correu electrònic ni està connectat a Internet. No té experiència directa sobre el tema.

—Però ell declara que la realitat ha superat la foscor telemàtica de la seua novel·la.

J. ADELL: No crec que *Neuromàntic* estiga escrit des del punt de vista d'allò que després han esdevingut les autopistes de la informació. Crec més aviat que l'autor volia construir una fantasia claustrofòbica molt *heavy* sobre el futur, basant-se en el desenvolupament accelerat d'Internet, que és el mitjà de comunicació que més ràpid creix del món, especialment a l'estat espanyol. *Neuromàntic* forma part del folklore Internet, no és una profecia. Però hi ha una curiositat, que és que autors de fantasia científica d'aquest estil influeixen sobre la realitat. Ja hi ha projectes per a poder "veure" l'interior d'Internet com una metàfora espacial, de manera semblant com la descrivia Gibson. Els ordinadors connectats estaran representats com a estructures espacials, i els blocs d'informació com a figures cilíndriques o políedriques.

C. BELLVER: Sovint s'associa Internet a coses amb què no té res a veure, com és la realitat virtual. Són dues coses distintes, i la gent les barreja, les posa en un mateix sac.

—És possible que en un futur proper la gent passe més temps davant d'Internet que del televisor, com diu l'especialista Nicolas Negroponte?

J. ADELL: Jo ja ho faig.

—Aleshores es parlarà d'addicció cibernàutica, tal com va passar quan va implantar-se l'imperi dels ordinadors o de les consoles de vídeo?

J. ADELL: No ho crec. Sempre hi ha gent que patologitza les relacions personals. També és probable que hi haja gent

que patologitza les relacions a distància a través d'Internet. Com passa amb el telèfon, hi ha gent enganxada al telèfon o que l'utilitza per a objectius enrevessats.

C. BELLVER: Hi ha més semblances entre Internet i el telèfon. Internet significarà una revolució en les comunicacions personals tan potent com va significar el seu dia el fil telefònic. El telèfon va substituir l'escriptura en relació amb aquest tipus de flux comunicatiu, va substituir les cartes, amb les converses epistolars. Però Internet ha tornat a posar al dia el costum d'escriure per a comunicar-se, perquè és allò que escriu l'usuari interactiu el missatge que es comunica mitjançant la xarxa.

C. ADELL: Sí, segons estadístiques sembla que, comptant els usuaris d'Internet, no hi ha hagut mai tanta gent esmerçant tant de temps cada dia en l'escriptura, però això tornarà a invertir-se, perquè la tendència en augment és a fer videoconferències, incorporar sons i moviment virtual a les imatges, etcètera.

J. ADELL: El futur comercial d'Internet és sobretot el vídeo a la carta.

—Què vol dir això?

C. BELLVER: Que et botaràs l'intermediari, no caldrà anar al videoclub. Veuràs la pel·lícula que vulgues en el moment que vulgues. Ja s'investiga en la creació d'un electrodomèstic híbrid entre televisió i ordinador que et possibilitarà tenir cinema i televisió a la carta.

—Fascinant.

J. ADELL: No gaire. Què trobem quan anem a un videoclub? Molt de producte de Chuck Norris, però poques pel·lícules de qualitat. Ací això es multiplicarà, primarà el que done diners. Mira, ara no hi ha massa gent interessada en la televisió d'alta definició, veritat? És perquè el que ens interessa de la televisió són els continguts, l'entreteniment dels continguts. Ara estem molt excitats per les possibilitats en el sentit formal d'Internet, però d'aquí a poc això passarà i buscarem l'interès en els continguts. Avui el pro-



Jordi Adell (esquerra) i Carles Bellver: "Aviat ser a Internet serà com fer zapping entre desenes de milers de canals."

blema no és introduir-se en Internet, és fàcil, sinó que algú se senta interessat a connectar amb tu davant de les infinites possibilitats de connexió. Molt prompte serà com fer *zapping* entre desenes de milers de canals. Aleshores, als Estats Units ja es viuen les primeres aliances entre qui té la tecnologia (Apple i altres fabricants d'ordinadors), qui té els canals (grans companyies de comunicació com MCI) i qui té els continguts (productores cinematogràfiques com Columbia i gegants de la informació com Time-Warner).

C. BELLVER: Serà el domini dels més forts, i haurem d'estar preparats per viure un fenomen molt augmentat del que va passar amb el fenomen estatal de les televisions privades, la baixada de qualitat, la competència salvatge, etcètera.

—Ha quedat clar que és imminent la presa de posicions del sector audiovisual davant d'Internet. Però com afectarà això la premsa escrita? Tenia raó un alt directiu de The Economist quan en l'edició de l'any passat d'aquest congrés deia

que Internet no influiria gens en el periodisme en paper?

C. BELLVER: Ha quedat demostrat que no. De moment, els mitjans s'han introduït en Internet per una qüestió d'imatge, perquè "toca". No has de pagar per introduir-te dins d'un diari en Internet, encara que sí per ser usuari de la xarxa en general. Però això anirà canviant amb la consolidació del que ara és una prova. Hi haurà una reconversió fonamental del sector, perquè podrem construir el que s'anomena *daily me*, diari a la carta. Un periòdic digital amb la informació internacional del *Washington Post* i la secció de local d'un mitjà comarcal. Els mitjans xicotets hauran d'oblidar-se d'afusellar les agències de premsa, perquè els usuaris hi tindran accés directe. Això no vol dir que desaparega el suport paper, són serveis paral·lels, ni que els mitjans menys forts s'hagen d'esborrar del mapa, sinó que hauran de remodelar-se. L'*Irish Times* és un periòdic mitjà d'Irlanda que es manté gràcies al consum dels usuaris d'Internet dels Estats Units, que accedei-

xen a buscar les notícies dels seu país a la xarxa. Per altra banda, instruments de comunicació com els CD Room o el fax quedaran obsolets davant de la recerca de dades i transmissió de textos informàtics.

—Què faran les autopistes de la comunicació per afrontar la sobredosi d'usuaris?

J. ADELL: Ampliar-se. Hi ha massa informació i no circula bé. Quan Al Gore, vice-president nord-americà, va crear el concepte d'autopistes informàtiques, ho va fer pensant en unes inversions privades en el sector que anirien creixent. Però ningú no invertirà fins que els empresaris no vegin la possibilitat de guanyar-hi allaus de diners, i això encara no ha arribat.

—El mercat laboral en general també haurà de ser replantejat?

C. BELLVER: És evident. Avui, qui no sap utilitzar un processador de textos ho té malament per trobar feina. Demà, per a no ser marginats laborals, tothom haurà de conèixer els elements bàsics d'Internet. Serà vital.

Joan M. Oleague