



Digit@li@

Comp@rtir, comp@rtir. Todo es cuestión de comp@rtir

ALEJANDRO GARNICA ANDRADE

Pide el músico y filántropo norteamericano Quincy Jones que imaginemos lo armónico que sería el mundo si cada ser humano, joven o viejo, pudiera ofrecer a los demás al menos un poco de lo que sabe hacer bien.

Por lo pronto Jones, que sabe mucho de mundos armónicos y de dar a los demás, se ha montado a la Internet para extender el ámbito de su fundación a la digitalia. El proyecto naturalmente está enraizado en ayudar a que muchos hagan música, sobre todo los talentos que, como Quincy, tienen que superar obstáculos de pobreza, ambientes sociales disfuncionales o acceso limitado a educación de calidad.¹

Red para ayudar(se)

Buscar información ha dejado de ser la actividad más típica de los internautas. En efecto persiste el concepto popular de Internet como una fuente de consulta y de entretenimiento, pero ahora a lo que más gente dedica más tiempo en línea es a participar en contactos humanos a distancia.²

Hay muchas maneras de nombrar a esta marea colectiva de intercambios. El término que ha cuajado para caracterizarla es “redes sociales”, que engloba a clubes digitales como Facebook, MySpace y muchísimos otros. Como puede verse en la tabla, según lo reporta la consultora especializada Alexa, esos sitios se han ido adueñando de la atención de la población en la digitalia, tanto internacionalmente como en México.

Cientos de miles de personas diariamente dedican buena parte de su tiempo libre a pescar contactos, hacer y rehacer amigos, encontrar gente de su pasado: novias y amigos de la escuela. Antes los novatos en Internet hacían sus pininos entrando a ver los sitios de los periódicos y revistas; ahora van directamente a MySpace y empiezan a buscar amistades.

Compartir experiencias, recuerdos y fotos es común. Actualmente también echarle la mano a otros a superar

1. <http://qjfoundation.org/>

2. IBOPE AGB México. *Anuario 2008-2009. Audiencias y Medios en México*. Febrero, 2009.

dificultades, por ejemplo ante la falta de empleo. Y las redes sociales empiezan a ser inundadas por llamados de ayuda de quien busca trabajo; más aún las redes profesionales como Plaxo o LinkedIn, algunas de las cuales empiezan a fomentar intercambios digitales de experiencias y capacidades.

A esta nueva situación le ha sacado provecho la empresa española Telefónica, para ofrecer una promoción de apoyo a sus clientes desempleados, apoyada con un *spot* de televisión de alto impacto emocional, para mostrar la capacidad de red social que también tiene la telefonía móvil.³

No he encontrado un dato fiable sobre los millones (¿decenas, cientos?) de nuevos emisores públicos que ha propiciado la Red. Se puede plantear la hipótesis que hace unos dos o tres siglos la proporción de emisores era muy baja respecto a la población general; la voz y la presencia pública las tenían solamente los líderes o las autoridades.

Pero ahora, se ha incrementado exponencialmente el número de productores de contenidos. Gente de todo perfil que encuentra motivador, interesante y divertido colocar textos, videos, fotos y demás en los cientos de depósitos que alojan información gratuitamente. El mejor ejemplo es quizás la Wikipedia, la enciclopedia colectiva que acumula ya unos 8 millones de entradas en 10 idiomas, elaboradas voluntaria y anónimamente por la comunidad.

Sin duda puede haber deficiencias en la colectivización de la producción del conocimiento, lo que acarrea que Wikipedia esté prohibida como fuente de consulta en algunas escuelas y universidades. Pero lo cierto es que el impulso de participar en generar depósitos dinámicos de información útil y diversa (la cultura *wiki*) ha contagiado por igual a expertos y científicos que a legos y amateurs.

Ahora el siguiente gran proyecto es aprovechar la gran cantidad de bases de datos que se comparten en la Red. Justamente como un derivado de Wikipedia, varios expertos desarrollaron un proyecto para extraer la información estructurada que incluyen muchas de las colaboraciones de la enciclopedia. La idea es poder hacer uso interactivo de las bases de datos, por ejemplo datos poblacionales, para que no sean solamente un complemento de las fichas documentales, sino que permitan hacer análisis y relación entre los datos.

En la página del depósito⁴ se enuncia que la base de conocimiento colectivo acumula ya 2.6 millones de ítems, incluyendo datos referentes a personas, lugares, álbumes de música, películas y empresas. Su ventaja es que cubre muchos dominios de saber, representa un verdadero acuerdo comunitario, evoluciona automáticamente junto con la Wikipedia y es multilingüe. Así, se permite atender a consultas como: “Ístame todas las ciudades mayores de 1 millón de habitantes en el continente asiático”, o “¿en qué discos ha participado Alan Parsons como ingeniero de sonido?”

Del verbo “podcastear”

Predicando con el ejemplo, Quincy Jones se ha puesto a grabar una serie de testimonios en video que comparte



Otro ejemplo menos informal, y quizá más impactante, es el proyecto de un grupo de estudiantes de la Universidad de Wharton, quienes han montado una red social para acercar a donadores con estudiantes de países subdesarrollados en busca de una beca o el financiamiento para un proyecto académico. La idea de **givology.org** es simplemente ser una red social para gente con conciencia social. Luego de unos 200 casos de éxito, Givology empieza a probar la viabilidad de una alternativa para el tercer sector, más económica y eficiente que las pesadas organizaciones burocráticas de muchos organismos de ayuda social.

El depósito planetario de textos y datos

Muchísima gente está materializando el deseo de Quincy Jones y emplea cotidianamente la Internet como mecanismo para ofrecer a otros sus creaciones, ideas y propuestas; a ponerlas en un espacio común, es decir, a comunicarlas.

3. <http://www.anuncios.com/VerPiezas/television/nuevos-anuncios/1033011012501/telefonica.1.html>

4. <http://dbpedia.org/>

gratuitamente, vinculando la página de su fundación con el centro de distribución de contenidos *iTunes Store*. No está solo: semanalmente aumenta la oferta de emisiones a las cuales puede uno suscribirse y descargar en la computadora a costo cero o muy reducido. Hay de todo lo imaginable: clases de yoga, conferencias de científicos, avances y comentarios de películas, programas de autoayuda y capacitación, propaganda política y un muy largo etcétera.

Claro que para “podcastear”⁵ se necesitan más recursos que un simple acceso a Internet: conexión de banda ancha para que las descargas no sean interminables, *software* para recibir las y almacenarlas, el dispositivo portátil para ver los contenidos en todo lugar y hora, etcétera. Pero a cambio de esa inversión se ingresa a un mundo amplísimo de sabiduría compartida y contenidos no conseguibles en otras plataformas.

Sitios concentradores como *OpenCulture* muestran cómo se ha contagiado la voluntad de “podcastear” para compartir masivamente creatividad y cultura. El sitio remite diariamente a decenas de fuentes en las que pueden obtenerse, en forma gratuita, joyas del espíritu humano.⁶ En nuestro país la UNAM se ha sumado a la larga lista de universidades que tienen su “podcasteca” abierta al público general; ahí se pueden obtener paquetes digitales conteniendo conferencias y testimonios, narraciones de libros, conciertos de la OFUNAM.⁷

Un nuevo modo de producción de cultura

Los ejemplos citados pueden verse como casos de aplicación de las potencialidades de Internet; pero también como los primeros signos de un nuevo modelo para generar y difundir productos culturales, que quizá sea disruptivo de convenciones y tradiciones ancestrales.

Por ejemplo el tema de los derechos autorales. En un ambiente en que la norma es colectivizar la creación y diseminación de la cultura, ¿quién detenta la propiedad y quién debe recibir los réditos de la misma? Lo cual también remite al escabroso asunto de la práctica masiva del copiado ilegal: ¿cómo distinguir los productos propositivamente gratuitos y los que sí tienen un costo de recuperación para el autor?

Igualmente hay que reflexionar qué tanto control de los contenidos debe haber y quién lo debe ejercer. Hay ya suficientes casos de mal uso de las redes sociales para intimidar, engañar y atentar contra los usuarios inocentes o bienintencionados. Y al mismo tiempo es sensato que no todo tema puede ser compartido, porque puede representar riesgos de seguridad pública.

Por algo son varios los cuerpos legislativos que se apresuran a discutir reglamentaciones fuertes para la colocación y diseminación en Internet. Aunque la experiencia reciente confirma que la mentalidad legislativa tradicional es anacrónica respecto a la digitalia, en la que no hay territorios ni coberturas legales por su tecnología de distribución intrínseca. Casos de intentos de censura en China o Cuba, por ejemplo, han sido más notorios por sus fallas que por sus aciertos.⁸

Finalmente, conviene advertir que la generación de contenidos para la Red tiende a forzar la compactación y abreviación de los temas. No solamente hay dificultades tecnológicas en transportar paquetes grandes, como un libro completo por ejemplo; también hay una predilección contemporánea hacia lo breve, lo sucinto, lo compacto. Los episodios del *podcast* de Quincy Jones son breves, mucho más que los programas tradicionales de televisión; pero la calidad del contenido no merma.

Los 10 sitios en Internet con mayor tráfico, según Alexa (fines de marzo, 2009)

En todo el mundo	En México
Google Buscador (google.com)	Google México Buscador (google.com.mx)
Yahoo Portal de acceso (yahoo.com)	Windows Live Buscador de Microsoft (live.com)
Youtube Red social para compartir videos (youtube.com)	Youtube Red social para compartir videos (youtube.com)
Live Buscador de Microsoft (live.com)	Microsoft Network (MSN) Portal de acceso (msn.com)
Facebook Red social de usos múltiples (facebook.com)	MetroFlog Condominio de fotoblogs (metroflog.com)
Msn Portal de acceso (msn.com)	Yahoo Portal de acceso (yahoo.com)
Wikipedia Enciclopedia colectiva (wikipedia.org)	Hi5 Red social de usos múltiples (hi5.com)
Blogger Condominio de blogs (blogger.com)	Google Buscador (google.com)
MySpace Red social de usos múltiples (myspace.com)	MercadoLibre Subastas en línea (mercadolibre.com.mx)
Baidu Buscador en China (baidu.com)	Blogger Condominio de blogs (blogger.com)

5. Tomo la castellanización forzada del neologismo “podcasting”, inventado para remedar la transmisión amplia (*broadcasting*) dirigida a desplegarla en un reproductor *iPod*.

6. <http://www.openculture.com/>

7. <http://www.descargacultura.unam.mx/>

8. Ver el artículo *internet censorship* en la Wikipedia.