

Web 2.0: ¿Redes sociales vs. inteligencia colectiva?

*Alfonso Esparza**

A veinte años de la creación de la www es oportuno un balance del desarrollo y estado actual del concepto Web 2.0 que emergió como una plataforma ideario para impulsar la ciberciudadanización y garantizar el ejercicio de las capacidades y derechos de los usuarios, a fin de propiciar el desarrollo de la inteligencia colectiva como base de la sociedad del conocimiento.

La actual masificación de las llamadas redes sociales plantea interrogantes del grado de cumplimiento de esos principios y las implicaciones de la creciente popularidad de comunidades en línea en servicios privados como Facebook y Twitter. El debate sobre si se preservan o restringen la libertad y los derechos de información es apremiante, como también lo es el delineamiento de la discusión sobre la privacidad de los datos personales y la propiedad intelectual en un medio de agresivo darwinismo digital corporativo, con modelos de negocio basados en los intangibles de información y tiempo en una territorialidad virtual.

PALABRAS CLAVE: Web 2.0, redes sociales, inteligencia colectiva, Internet, comunidades virtuales.

*Director de Urbe01-M3gaNeura, egresado de Ciencias de la Comunicación, UAM-x. Ixcateopan 245-1, Col. Santa Cruz Atoyac, Tel. 04455 2267 2004 [urbe01@gmail.com].

**La Encuesta en Hogares sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información reveló que a mayo de 2010, en el país 38.9 millones de personas son usuarios de una computadora y 32.8 millones tiene acceso a Internet. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía informó que los usuarios de Internet registraron un aumento de 20.6% respecto a 2009. En México existen 8.44 millones de hogares equipados con computadora, lo que representa 29.8% del total de hogares en el país y significa un crecimiento de 13.2% con relación a 2009. En cuanto a conectividad, informó que 6.3 millones de hogares cuentan con conexión a Internet, lo cual representa 22.2% del total en México e implica un crecimiento de 22.9% respecto de 2009 (Inegi, 2011).

ESTE BREVE ANÁLISIS parte de una reflexión antropológica basada en el concepto de ‘la sociedad del conocimiento’ como un incipiente modelo en construcción donde las sociedades contemporáneas tienden a organizarse por sus saberes y conocimientos de experiencia existencial —más que profesional—, su capacidad para compartirlos y aprender del conocimiento único de los otros, es decir, ya no tanto por sus identidades tradicionales afianzadas en la identidad de sus lazos familiares, la tierra en que se nace y crece y las habilidades avaladas institucionalmente.

El acelerado avance tecnológico es un eje transversal indiscutible que atraviesa este desplazamiento del conocimiento simbólico, de los medios a la sustancia de la potencialidad de la inteligencia colectiva, sin importar si proviene de un indigente o ministro, pero que paradójicamente en un plano histórico representa un lento tránsito hacia una era posmedia.

En pocos años el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha aumentado en forma exponencial el acceso a una información cada vez más diversificada, personalizada y que en principio facilita la colaboración con herramientas progresivamente flexibles. Sin embargo, algunos filósofos de la ciencia consideran que el correo electrónico, el navegador, la computadora y el “ratón” forman parte de la “Edad Media de la era digital”. El científico del Instituto Tecnológico de Massachusetts, Michael Dertouzos, advirtió hace catorce años la tendencia a las aplicaciones “unitalla” que se diseñan para ser usadas por todos, en lugar de herramientas compartidas destinadas específicamente para funciones humanas reales. La manera de realizarlo —dice— es a través de grupos de interés común que llegan a acuerdos sobre convenciones compartidas, de modo tan simple como puede ser la estandarización de las formas electrónicas para comprar y vender bienes o para canalizar información.

De las redes telemáticas a las comunidades virtuales

Desde que el vocablo Internet se hizo “oficial” en 1983, sólo pasaron siete años para la mítica historia de Tim Berners-Lee en la que, en diciembre de 1990, con algunos conceptos generados décadas atrás y algunos adelantos en la informática, pudo ensamblar las piezas para el nacimiento de la World Wide Web (www): lenguaje HTML, protocolo HTTP y el sistema de localización URL. Pocos años antes —en 1985— se había fundado The WELL, la primera comunidad virtual en el mundo. Pronto coincidirían estas coordenadas.

El siguiente paso en el desarrollo de las TIC debió transitar primero por el estallido de la “burbuja” de la economía “punto com” en el otoño de 2001, inflación especulativa de las posibilidades de una tecnología en el escenario económico de un capitalismo tardío urgido de reproducirse. El rebote después de la debacle edifica una “nueva economía”, con el acceso cada vez más amplio a las telecomunicaciones, un mercado multimillonario hecho posible por la convergencia tecnológica (2) donde los principales valores intangibles son: información + tiempo.

Las grandes compañías de redes sociales —transnacionales por excelencia— aceleran sus procesos

mediante la captación masiva de usuarios “en línea”, en “todos lados” y “en tiempo real”, algo posible con la proliferación de teléfonos celulares y dispositivos de banda ancha de tercera generación, que hacen de la computadora un objeto en gran medida prescindible para conectarse incluso en varias redes sociales simultáneamente.

¿Dónde quedó la www?

En los años siguientes a la aceptación de la www como uno de los productos más atractivos de Internet, la filosofía de su creador se ha mantenido vigente, incluso como un marco ético en su sentido social abierto, que es consensuado en cuanto a usos recomendados y estándares en el organismo fundado y presidido por el propio Berners-Lee, la World Wide Web Consortium (W3C), y a pesar de las embestidas del gran capital trasnacional —en particular los fabricantes de hardware, software, telefónicas, cableras y por supuesto la industria del entretenimiento—, el ciberespacio sigue siendo público.

En un paso más en esa dirección se acuña en 2004 el concepto Web 2.0 —del uso de Internet centrado en el individuo— para integrar un ideario que podría traducirse no sólo en su masificación, sino en una modificación radical del esquema de los medios masivos convencionales, en un proceso secular de ciudadanía del ciberespacio. Su principal promotor, Tim O’Reilly, propone: 1) asumir la www como plataforma de inteligencia colectiva; 2) poner fin al ciclo de las actualizaciones de versiones del software; 3) impulsar los modelos de programación ligera y la ética de la simplicidad; 4) el software libre no limitado a un sólo dispositivo; y 5) las experiencias enriquecedoras de los usuarios.

Con su lanzamiento se desplegó una creciente variedad de herramientas flexibles en una feroz competencia por el usuario que potenciaron su popularidad en el término ‘redes sociales’ de servicios mundialmente populares, como Wikipedia, YouTube, Flickr, WordPress, Blogger, Myspace, Facebook y Twitter, entre otros. Juan José Lozano, en *Redes sociales, una nueva forma de comunicación*, describe:

Todas estas redes sociales se basan en la “teoría de seis grados de separación” que quiere probar que cualquier usuario en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de 5 intermediarios [...] Dada esta teoría, las redes sociales tienen un componente viral muy importante, donde cada integrante de la red puede sugerir/invitar a sus contactos a ser parte de esa red, incrementando el grado de proximidad [Lozano, 2009].

Muros vs. URLs

En un extenso artículo para la *Scientific American*, en diciembre de 2010, el propio Tim Berners-Lee critica severamente que los servicios como Google y Facebook minen con una velocidad impresionante el desarrollo libre y abierto de la www. Empero, para los futurólogos esta coyuntura es un paso muy preliminar hacia formas más autenticadas y valiosas en la construcción del conocimiento distribuido y la inteligencia colectiva, más allá del medio y la máquina, prevalece el debate que se remonta hasta los orígenes de la computadora personal, sus sistemas operativos y la fabricación y uso de software: propiedad privada o colectiva de la información y el conocimiento que entraña de suyo una revolución económica en ciernes. La reflexión del creador de la www alerta sobre el efecto mariposa de las decisiones que se tomen hoy, porque pueden llevar a los conocimientos y experiencias creados dentro de los muros y murallas de las ‘redes sociales’ o públicamente en los URLs de sitios web, provistos con las herramientas que realmente dan sentido de colaboración a una comunidad.

En un enfoque antropológico, Pierre Lévy plantea que:

A nivel de la sociedad se está consolidando un nuevo modo de producción del conocimiento denominado por Gibbons como socialmente distribuido, donde la identificación de los problemas y la investigación dedicada a solucionarlos se hace a través de una compleja interacción entre especialistas, usuarios y otros actores organizados en redes de colaboración [Lévi, 2004].

El desarrollo de los servicios informáticos de ‘redes sociales’ se condensó en un modelo de negocio basado en el conocimiento de los usuarios y la apropiación de sus contenidos para crear un mundo virtual estandarizado y con alto potencial de consumo.

Estas redes se constituyen en un enorme reservorio de información personal de individuos conectados, la cual es procesada y etiquetada por los propios usuarios en un ambiente altamente estandarizado que alienta el anonimato y facilita la manipulación psicológica basada en un ciberprestigio, que puede ser diseñado y modelado para lograr efectos propagandísticos, llegando incluso al infundio propalado como verdad y la charlatanería.

Los empresarios de las TIC, fabricantes de su propio culto, ponen sello de propiedad intelectual e industrial al trabajo colectivo en herramientas informáticas muy costosas e ineficientes. Esta nueva generación impulsa modelos monopólicos en una ecología de negocios sumamente agresiva. Ya no tienen que invertir mucho en investigación y desarrollo cuando pueden atraer o comprar el conocimiento, el desarrollo y el producto —como la actual situación de Myspace, la cual está al borde de la quiebra y puede ser comprada, sea para reinventarla o desaparecerla, cuando hace un par de años era el medio idóneo para “medir” la popularidad en línea de grupos de música independiente.

La docilidad con que los usuarios de Facebook documentan sus vidas con lujo de detalle fotográfico en bases de datos minuciosamente etiquetadas, con nombres, gustos, edades, grupos, preferencias, hábitos, puede definir la política de una empresa, convirtiendo las bases de datos en una valiosa mercancía de intangibles agregados. La empresa decide unilateralmente la manera en que se consulta, publica y organiza la información, hay cambios importantes donde los usuarios no tienen opinión; como generalmente no se leen los reglamentos ni los contenidos, pueden ser filtrados o censurados, transfiriéndose automáticamente la propiedad intelectual a un sistema cerrado y privado.

En la desterritorialización y la comunicación en tiempo real de los mundos virtuales, con escenarios fluidos de nomadismo simbólico permanente, se recrea en el medio una identidad individual y colectiva despersonalizada, en el simulacro de una comunidad donde la participación física se ve suplantada por una serie de funciones y roles potenciados por el anonimato en un ambiente fetichizado, altamente viral y cautivo. Sus elementos esenciales cumplen características de una adicción basada en comportamiento condicionado con flujos incesantes pero efímeros de estímulos y símbolos canalizados principalmente al comportamiento y al consumo emocional.

Ante este panorama es estratégico que en las economías emergentes se impulse decididamente los principios éticos de los estándares abiertos y libres para el desarrollo de todo tipo de plataformas, particularmente aquellas orientadas al usuario final de las TIC, en forma de políticas públicas en dos órdenes: 1) la formación de recursos humanos con perfil de desarrolladores de herramientas basadas en web para la administración de contenidos, y 2) la apropiación de las herramientas disponibles en el ciberespacio para crear modos de comunicación propios, cimentados en la cultura local, que garanticen sobre todo el derecho de acceso a la información como elemento fundamental de una sociedad basada en el conocimiento.

Referencias

Berners-Lee, T. (2010), “Long Live the Web: A Call for Continued Open Standards and Neutrality” en *Scientific American Magazine*. Disponible en: <http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=long-live-the-web>

Cobo, C. y H. Pardo (2007), *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios Fast food*. México, Flacso.

Inegi (2011), “En México 38.9 millones de personas usan computadora y 32.8 millones internet” en *Notioax. Servicio Digital de Noticias*. Disponible en:

<http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=19007>

Lévy, P. (2004), *Inteligencia colectiva*. Washington, Organización Panamericana de la Salud.

Lozano, J. (2009), “Redes sociales, una nueva forma de comunicación” en *Sociedad de la Información, Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*. Fundación Telefónica. Disponible en:

<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009101611280001>