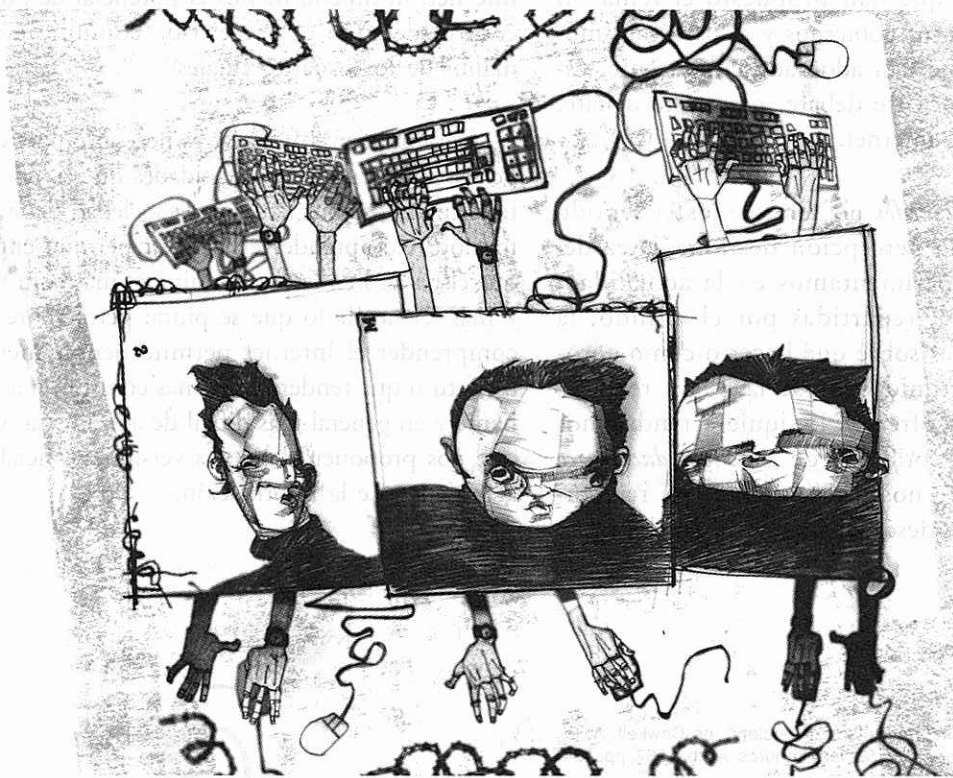


Internet, el espacio que se debe defender:

una consideración sobre su centralidad
para el desarrollo de la comunicación



Considerando a internet

¿Vivimos en una sociedad de la información? La pregunta resulta tan difícil de responder que gastar energía en ella parece innecesario. La mera definición de semejante sociedad les ha tomado a autores importantes de las ciencias sociales muchos volúmenes, y al mismo tiempo elementos objetivos de la realidad, como las cumbres mundiales o los planes nacionales, obligan a considerar el tema con mayor detenimiento.

.....

* Magíster en Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Profesor Asociado del Departamento de Comunicaciones y Jefe de la Oficina de Comunicación Digital de la PUCP. Correo electrónico: evillan@pucp.edu.pe.

Lo interesante es que todo este barullo tiene, por así decirlo, un culpable: la insistencia en que la *sociedad de la información* —que enfrentamos desde múltiples frentes— tiene un origen concreto. No se trata meramente de los importantes estudios de autores como Nora y Minc¹ o de los trabajos académicos, indiscutiblemente influyentes, de Touraine,² Bell³ o Castells,⁴ dado que el sector académico ha sido más bien poco afecto al término⁵ y que el trabajo de los planificadores políticos ha sido poco consistente en el tiempo y tiene cierta disparidad internacional.⁶ No les debemos a los grandes científicos sociales o a los grandes tecnólogos que han propuesto el tema, ni mucho menos a los gobiernos y a los organismos multilaterales que han adoptado el concepto, estar pendientes de este debate, tener este debate. Se lo debemos a internet.

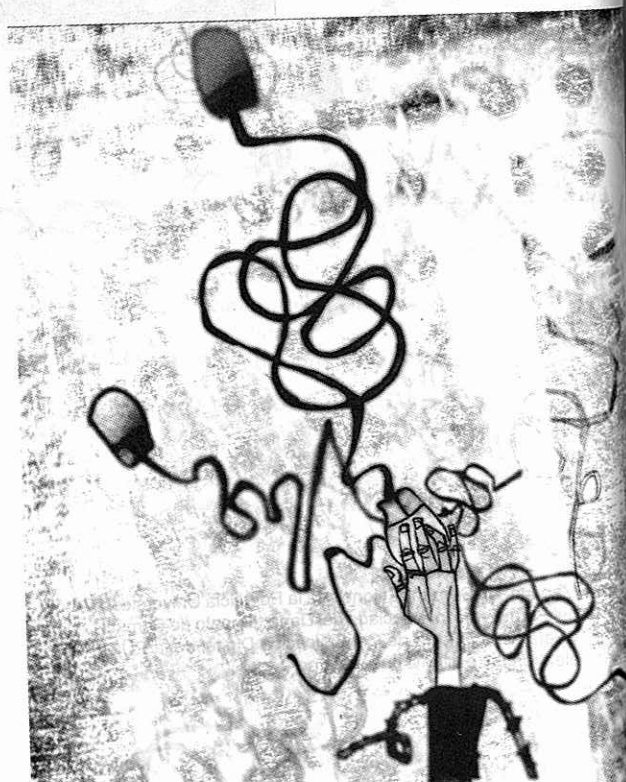
Sin la *red de redes* no tendríamos el sentido de urgencia y la percepción de inmediatez del cambio que experimentamos en la actualidad; tampoco habría, repartidas por el mundo, la cantidad de ideas sobre qué hacer o cómo aprovechar las oportunidades que la nueva realidad tecnológica nos ofrece. Ni siquiera tendríamos la constatación cotidiana de una *sociedad de la información*, que nos ofrece cientos de referencias ineludibles, desde el uso de la arroba hasta el *e-commerce*.

Internet es la madre de todas las sociedades de la información, no de las académicas, sino de las políticas y técnicas, de las que hoy por hoy entendemos como tales, y no por cuestiones sólo atribuibles a la tecnología, más bien por el rediseño de las telecomunicaciones, que ha traído consigo la consiguiente expansión, modificación y general alteración de las posibilidades de comunicación y de relaciones sociales y humanas. Salvo por los teléfonos celulares, no hay tecnología comparable en su importancia para la generalización del concepto de sociedad de la información, pero ni siquiera éstos tienen la gran flexibilidad que tiene internet, ni mucho menos el potencial de poner el control de todo el proceso de comunicación en manos de los usuarios finales.

Comprender el internet es necesario para entender las urgencias y las necesidades que se nos plantean cuando se nos habla de la sociedad de la información. Comprender el internet permite entender que el paraíso en la otra esquina es más complicado y más lejano de lo que se pinta; pero, sobre todo, comprender el internet permite pensar mejor en un futuro que tenderá a ser más confuso, más desafiante y en general más difícil de administrar que lo que nos proponen desde las versiones 'oficiales' de la sociedad de la información.

.....

- 1 Minc, Alain, "The Informatisation of Society", en Cawkell, A. E., *Evolution of an Information Society*, Londres, Aslib, 1987, pp. 134-140.
- 2 Touraine, Alain, *La sociedad post-industrial*, Barcelona, Ariel, 1969.
- 3 Bell, Daniel, *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un ejercicio de prognosis social*, Madrid, Alianza, 1976.
- 4 Castells, Manuel, *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Madrid, Alianza, 1989; y Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza, 1997.
- 5 Webster, Frank, "The Information Society Revisited", en Lievwrouw, Leah y Livingstone, Sonia (eds.), *Handbook of New Media*, Nueva York, Sage, 2002, pp. 22-33; y Lyon, David, "From 'Post-Industrialism' to 'Information Society'. A New Social Transformation?", en *Sociology*, vol. 20, No. 4, 1988, pp. 577-588.
- 6 Serrano, Amparo y Crespo, Eduardo, "El discurso de la Unión Europea sobre la sociedad del conocimiento", en *Feis*, 97/02, pp. 189-207; y Stein, Laura y Sinha, Nikhil, "New Global Media and Communication Policy. The Role of the State in The Twenty-First Century", en Lievwrouw, Leah y Livingstone, Sonia (eds.), *Handbook of New Media*, Nueva York, Sage, 2002, pp. 410-431.



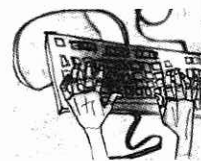
Definiendo a internet

Originaria del ámbito académico y de investigación, internet nunca fue, a pesar de la leyenda urbana que suele repetirse permanentemente, un proyecto militar; fue financiada por una agencia del Ministerio de Defensa de Estados Unidos, pero sin propósitos militares o de defensa.⁷ Como ejercicio y demostración tecnológica, fue una buena forma de conectar a investigadores muy especializados hasta mediados de los años ochenta. En ese momento, se aprovechó una coyuntura favorable para que la idea de internet y su protocolo TCP/IP fueran usados con el propósito de facilitar la comunicación y el intercambio de información de manera masiva en el ámbito académico. Para ello se creó la NSFnet o red de la Fundación Nacional para la Ciencia de Estados Unidos, que subvencionaba el acceso a las universidades de su país. Poco después, los países latinoamericanos comienzan a conectarse desde redes académicas que crean la primera oleada de conectividad. Los primeros actores de la red son los académicos, tanto en el país de origen como en casi cualquier otro lugar donde internet apareció antes de 1995.⁸

La explosión de internet resultó cuando al potencial tecnológico, propio de un protocolo que no requería equipos de una marca específica o redes de telecomunicaciones especializadas, se le añadió la cultura de intercambio de información libre y sin restricciones comerciales, propia de las universidades. Internet existe en su forma actual no sólo gracias a su excelencia tecnológica, sino a las prácticas de comunicación que facilitó.

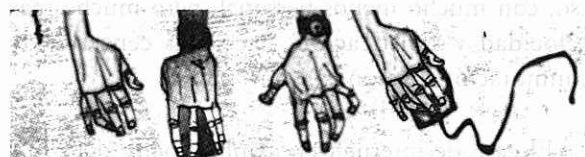
Sin duda alguna, internet debe su tamaño actual, testimonio de un crecimiento impresionante en los últimos ocho años,⁹ al atractivo que ofrece al público en general, pero desde esas prácticas de comunicación orientadas al compartir y a la gratuidad. El *boom* de internet no comienza gracias al comercio electrónico o a las páginas dedicadas a series de televisión, sino cuando los usuarios potenciales fuera del ámbito académico descubren que está llena de contenido gratuito y fácil de reproducir, que cubre casi cualquier actividad humana, desde lo banal hasta lo sublime.¹⁰

Pero es importante recordar que internet no es más que una red de computadores meramente orientada a permitir el flujo de datos entre éstos, y que sin servicios especialmente diseñados para su aprovechamiento por personas no habría significado nada. Internet es el sustrato técnico que permite que los servicios como el correo electrónico o la *world wide web* existan; pero, por contrapartida, sin la web nadie usaría internet. La unión del TCP/IP en el sistema operativo de los computadores y las aplicaciones que usan sus propios protocolos, a disposición de cada uno de los usuarios desde su computador, hacen la red de redes.



Características técnicas: extremo a extremo, innovación libre, consenso

La cuestión técnica no se agota en la flexibilidad de los protocolos; debe tenerse en cuenta que internet se ha desarrollado a partir del principio de diseño *end-to-end*, o de extremo a extremo. Una comparación entre la red telefónica e internet debería servir para explicar mejor este concepto.



7 Como lo establece el ya clásico trabajo de Hafner y Lyon (Hafner, Katie y Lyon, Matthew, *Where Wizards Stay Up Late. The Origins of the Internet*, Nueva York, Simon & Schuster, 1997; y también Abbate, Janet, *Inventing the Internet*, Cambridge, MIT, 2000), internet es el resultado de una iniciativa de investigación, promovida y acogida por las universidades, con financiamiento del Departamento de Defensa de EE. UU., a través de su agencia de proyectos avanzados de investigación (DARPA).

8 Villanueva, Eduardo, *La experiencia de la internet en el Perú. A diez años de la Red Científica Peruana*, 2000, disponible en: <http://macareo.pucp.edu.pe/evillan/exper.html>

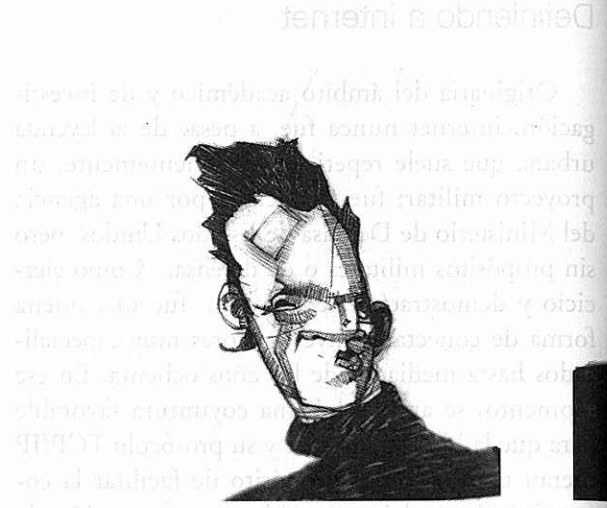
9 Internet pasó de tener alrededor de tres millones de usuarios en 1990 a sesenta millones de usuarios en 1995, aproximadamente, justo antes de su liberalización y apertura al público en general. En la actualidad se calcula un mínimo de 250 millones de usuarios. Ningún cálculo es preciso ni se pueden afirmar cifras salvo por aproximación gruesa, como acota bien Michael Minges (UIT, *Counting the Net. Internet Access Indicators*, 2000, disponible en http://www.isoc.org/inet2000/cdproceedings/8e/8e_1.htm). Se puede consultar la página <http://www.internet.com>, o la página de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (<http://www.itu.int>) para más detalles.

10 En Ed Krol (*The Whole Internet User's Guide and Catalog*, San José, O'Reilly, 1994) se puede encontrar un buen retrato de los tiempos de transición, incluida su lista de recursos que ofrece una variedad para muchos insospechada, creada en universidades y centros de investigación, sin participación comercial alguna.

En la red telefónica, los dispositivos en los extremos de la red, es decir, los equipos terminales de usuarios o teléfonos carecen de capacidad para realizar llamadas o para establecer contacto con servicios y el hecho de levantar el auricular sirve únicamente para que la red identifique que hay un dispositivo esperando atención. Este dispositivo recibe servicio desde una central de conmutación, que es el sitio donde se establece la comunicación, se gestiona el tráfico en general, se encaminan las llamadas y se establece conexión con los servicios portadores de larga distancia o con otras centrales o con otras redes, como las celulares, de ser necesarios.

En una red de estas características, la inteligencia —definida como la capacidad de establecer comunicación entre los usuarios— reside en el centro de la red (las centrales de conmutación telefónica), y los extremos (los teléfonos) carecen de cualquier tipo de inteligencia. Recuérdese a las operadoras telefónicas de antaño, encargadas de conectar físicamente los cables que establecían la comunicación entre dos aparatos: precisamente eso, con mucho menos personal, pero mucha más velocidad y sofisticación, hacen las centrales de conmutación telefónica.

El caso de internet, en cambio, parte del principio opuesto. Si bien existen servidores centrales de nombres de dominio, no hay nada que exija a un computador o a un ruteador el contar con nombres, sólo basta, en principio, saber los números IP del computador al que se quiere llegar para establecer la comunicación. No hay realmente mucha inteligencia, sino un servicio para la comodi-



dad de los usuarios, en el centro de la red, mientras que los dispositivos terminales requieren un grado elevado de recursos para la negociación de los servicios y las conexiones. Esto es, internet tiene la inteligencia en los extremos. De ahí su calificación como una red *end-to-end*.¹¹

Este principio de arquitectura no es trivial. Al definir a internet como una red carente de control en el centro, entonces la innovación —en la forma de nuevos servicios o de nuevos contenidos— puede provenir de cualquiera de los extremos. Esto crea un espacio de comunicación que se puede calificar como un *commons* o espacio comunitario, el cual está libre para que cualquiera que lo use haga con él según su criterio y sus conocimientos.¹² Existe, sin duda, una política de la red que sale de esta arquitectura libertaria, y que definida en el código informático mismo, se convierte en su gran motor de desarrollo.

Si hay algo que podamos llamar *espíritu de internet*, es precisamente esta característica técnica de libre acceso a la innovación. Las políticas de promoción de acceso a internet suelen incidir en este punto como posibilidad de contar con medios o facilidades para usarlo, pero no necesariamente en la capacidad de *hacer* en la red. Además, lo que hace fascinante a este carácter de espacio común es que no pasa por contar con medios físicos comunes, sino por una capa que está por encima de lo físico. La red física que permite su funcionamiento no es parte suya, y ya se mencionó

11 La definición formal basada en RFC 1958, que es un *Request for Comments*, uno de los documentos oficiales de estándares desarrollados por la comunidad ingenieril de internet, la llamada Internet Engineering Task Force. Las definiciones técnicas y procedimentales son redactadas como RFC y sometidas a un proceso de consulta. Cuando se logra consenso entre los participantes de la IETF que manifiestan su interés, se considera al RFC aprobado y se lo usa como base de trabajo. El proceso garantiza que los estándares sean consensuales y de amplia difusión, pero hace lento el proceso de lidiar con conflictos o problemas técnicos mayores.

12 Una discusión más detallada sobre el concepto de *commons* aplicado a internet nos tiene que remitir al trabajo de Lessig, Lawrence, *The End of Ideas. The Fate of the Commons in a Connected World*, Nueva York, Random House, 2001.



que no tiene características especiales: puede ser la red telefónica local, una red de satélites, una conexión por ondas de radio, o incluso las redes de distribución de electricidad. Por encima de estas redes, las características de la arquitectura de internet hacen posible crear este espacio común en el que nadie es propietario de la red, aunque las redes subyacentes sí tengan dueños, y los aparatos que se conectan a la red también los tengan.

Finalmente, internet es una red sin centro de control, es decir, carente de una organización encargada de controlar el tráfico o la asignación de recursos informáticos, como el ritmo de accesos a un sitio o a otro o la concentración de tráfico a través de una red u otra; por ello, no existen maneras claras para limitar la entrada a contenidos o servicios que no sean del agrado de un actor institucional o nacional, sin negar acceso a servicios completos o incluso a la red misma. Aun en los casos en que tiene algo de centralización, como la gestión de servidores de nombres principales, estos servicios pueden fácilmente ser replicados o reencaminados a nuevos servidores, a fin de que mantengan el estilo descentralizado. Esto, unido a la característica de red extremo-a-extremo, significa que un proveedor de *software*, un proveedor de acceso o un proveedor de contenidos no lo puede controlar técnicamente, y que en principio las innovaciones deben ser recogidas consensuadamente para que sean representativas de la intención de todas las empresas involucradas de implementarlas.

Uniendo estos factores, se puede afirmar que las innovaciones institucionales guardan estrecha relación con las innovaciones técnicas: la regulación de la red es cooperativa, basada en reglas de libre acceso a los organismos de innovación, y con posibilidades de participación incluso para actores individuales. Además, internet también mantiene la idea de descentralización con relación a la gestión de nombres de dominio, que si bien son encargados en algunos casos a un solo organismo, pueden ser distribuidos a lo largo y ancho de la red según sea conveniente, como la gestión actual de los nombres del dominio *.com*, que ejemplifica las políticas desarrolladas por la ICANN, organismo encargado de este fin.¹³

La cultura institucional original de internet debe ser tomada en cuenta también. Previamente a su desarrollo comercial (iniciado en 1995), el proceso estuvo relativamente libre de influencias externas al ámbito académico y de investigación, ámbitos donde los principios de espacio común son la norma; por ello se logró establecer como fundamento de las prácticas de la red tanto la gratuidad del *software* necesario para su uso como la de la información disponible en los servidores.

Estas actitudes comunitarias hacían de internet una red sumamente atractiva para la comunidad académica mientras se mantuvo fuera al público general y a la actividad comercial, su relevancia para fue casi nula, puesto que los operadores de telecomunicaciones y los innovadores comerciales sólo la veían como un experimento técnicamente muy interesante, pero poco significativo para fines comerciales. Es recién cuando se abren las puertas al uso privado y con fines de lucro como se crean las condiciones para que las empresas la aprovechen para desarrollar nuevos negocios; así, la etapa comercial de la red es también la etapa en que se realiza su identificación con la *sociedad de la información* —y previa a la comercialización, la red era vista como una alternativa paralela y hasta opuesta a las industrias mediáticas y de telecomunicaciones—.

.....

13 El sitio web de esta Corporación para los Números y Nombres Asignados de Internet detalla los procesos con bastante cuidado. Véase <http://www.icann.org>

En todo caso, en esos años floreció una visión contracultural de la *nación en el ciberespacio*, opuesta a la concepción comercial de la comunicación, que se expresa en el *ethos* del *software* libre y en las ideas de comunidad virtual como alternativa de socialización más 'sincera' que aquellas creadas por las industrias mediáticas,¹⁴ y que tiene versiones algo excesivas en declaraciones de independencia del ciberespacio,¹⁵ o en la consagración de la comunidad virtual como forma ideal de socialidad.

Estas prácticas permean aún hoy el desarrollo de internet: ningún intento de comercializar *software* ha tenido éxito, ni ha dejado de ser dudoso cuando no imposible el establecer contenidos pagos en la red.¹⁶ Su atractivo original para muchos usuarios fue, desde sus inicios, la diversidad y riqueza del material libremente disponible; por esa razón no ha sido posible comercializar el acceso a la información, porque el público se acercó precisamente por la gratuidad de la información y el mínimo costo para usarla.

Así, el espacio de encuentro de la tecnología digitalizadora y de la nueva industria desregulada que es internet ha aportado sus propias características, las que incluyen las prácticas sociales de los usuarios, lo que a su vez se refleja en las tendencias técnicas y en las prácticas de la industria.

Consecuencias prácticas: Napster y el spam

El corolario de la capacidad inherente del diseño extremo-a-extremo de promover la innovación

.....

14 Rheingold, Howard, *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*, Barcelona, Gedisa, 1996.

15 Barlow, John Perry, *La declaración de independencia del ciberespacio de una persona*, 1996, disponible en <http://macareo.pucp.edu.pe/evillan/barlow.htm>

16 Esta observación es válida para los contenidos dirigidos al público en general, puesto que buena parte de la industria de las bases de datos documentales o factuales, por citar un caso, cobra dinero para ofrecer acceso a sus servicios. Ciertamente, esto es resultado de la existencia previa de un mercado de bases de datos de consulta pagada que simplemente optó por trasladarse a internet, antes que a la creación de un mercado nuevo.

17 Berners-Lee, Tim, *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*, Madrid, Siglo XXI, 2000; y Hobbes Zakon, Robert, *Hobbes' Internet Timeline v5.6, o Hobbes' Internet Timeline, the Definitive Internet History*, disponible en <http://www.isoc.org/guest/zakon/Internet/History/HIT.html>.

es que con un poco de iniciativa y algo de conocimiento es posible convertir la creatividad en un nuevo servicio o una nueva manera de expresarse. Las innovaciones más importantes de internet en los últimos quince años no sólo han provenido de ámbitos no comerciales, sino que incluso han sido iniciativas individuales. La *world wide web* se debe a la imaginación de una sola persona, Tim Berners-Lee;¹⁷ asimismo, Napster, y con él toda la tecnología P2P, fue creado por iniciativa de un estudiante retirado de programación, Shawn Fanning, que alteró por completo el modelo de funcionamiento de internet y de la computación en red en general casi sin darse cuenta. Si se añade Linux, la versión de libre acceso del sistema operativo Unix, desarrollada por el estudiante finlandés Linus Torvalds, a la ecuación innovadora, tenemos un tercer caso de creatividad individual capaz de cambiar el mundo.

Pero la misma permeabilidad de internet al cambio y a la innovación lo hacen inestable. La cuestión de la inestabilidad no es banal, puesto que lo que ha sucedido es el aprovechamiento de un sistema tecnológico sumamente complejo y maduro con fines muy distintos a los originales. La capacidad de la tecnología ha sido reimaginada por muchos actores, y en especial por las industrias de contenido y de telecomunicaciones, pero la tecnología no ha dejado de lado su carácter carente de vocación comercial, y tendiente a la colaboración, y los usuarios sofisticados de internet han mantenido en su socialidad las costumbres y la moral acomercial. Finalmente, la disposición técnica a acoger sus innovaciones propias ha motivado que las respuestas anticomerciales logren medrar con mucho éxito, ahí donde se esperaba que predominaran modelos de negocios orientados al lucro.

La inestabilidad nace en el conflicto de un espacio creado con fines opuestos a los que se han tratado de consagrar en los últimos años, espacio que además cuenta con los mecanismos para fomentar la inestabilidad. Por ejemplo, más allá del tema de la propiedad intelectual, los beneficios que Napster trajo para millones de amantes de la música son indiscutibles: puso al alcance de aquellos que jamás habría podido pagarlas miles de canciones, desde

muy populares hasta muy raras; pero al mismo tiempo, el descalabro de la industria mundial de la música, que ha perdido 20% de sus ventas en apenas tres años, puede contar entre sus causas a la bonanza de la copia libre que trajo Napster.¹⁸

Realmente es imposible saber qué pasará con la música en internet. Si las tendencias se mantienen, tal vez el período de Napster y sus sucesores sea visto como un pasado arcaico, al que nunca volveremos, mientras la realidad toma el color de restricciones interminables y de persecución judicial para aquel que no pueda probar que cada canción que escucha fue legalmente adquirida. Tal vez alguna idea, inspirada por la tienda de música iTunes de Apple, pueda recuperar para el mundo comercial la distribución de canciones por la red.

Otro ejemplo: el correo electrónico, que nadie niega, es una herramienta de comunicación espléndida se ha visto casi desbordado por el *spam* o mensajes de correo masivo no solicitado. Táctica legítima según algunos, cuando menos abuso de confianza según otros, el *spam* es una molestia gigantesca para cualquier usuario de correo electrónico, que ve invadida su casilla todos los días por la más variada colección de avisos o de publicidad engañosa (directamente obscena o criminal), y que en general disminuye el encanto de la comunicación casi simultánea que ofrece el correo electrónico.

La situación es resultado de la potencia de la red, que permite capturar información tal como direcciones de correo electrónico de manera amplia y agresiva; pero también de la naturaleza flexible y poco controlada de internet, dado que el grueso de los problemas proviene de la falta de previsión de los usuarios, que dejan puertas abiertas que los *spammers* aprovechan a voluntad.¹⁹ En la misma red y el mismo servicio que hizo atractivo para miles el usar internet, el abuso de algunos pocos ha causado desazón e incomodidad.

No se trata de iniciar una retahíla de quejas acerca de todo lo malo que ha traído internet; los beneficios son superiores a los problemas. Sin embargo, la visión excesivamente positiva de lo que significa es tan exagerada como aquella que sólo ve

los problemas e inconvenientes. Lo más importante es comprender que en la base de esto que puede llamarse *sociedad de la información* está una tecnología radicalmente distinta a todas las anteriores, cuya riqueza reside en buena medida en su inestabilidad, en su falta de caminos únicos y rutas ineludibles; pero, sobre todo, en su vocación a resistirse al dominio comercial y al control tecnológico por un conjunto de operadores.

El commons de internet y el caos de los medios

Discutir el ya mencionado *commons* sirve para recordar que internet basa su poder en el hecho de que nadie lo controla y que cualquiera puede intervenir, creativamente o no. Una red como es internet permite que aparezcan nuevos servicios, no obstante, también que se reorienten los ya existentes, como puede decirse que está pasando con el negocio telefónico: lentamente, el uso de la conexión por protocolo IP ingresa al mercado de las llamadas convencionales y abre la puerta a un negocio telefónico completamente distinto, donde el tráfico sea ilimitado y gratuito, pero con el requisito previo de estar conectado a internet para poder usarlo. Para aquellos que se conectan a la red por módem, la paradoja es aparente: llamar por teléfono para entrar a una red que nos permite llamar por teléfono.

El desafío más importante que aparece en el horizonte no tiene que ver entonces con la diversidad técnica, sino de contenidos y expresión. Internet ha creado un espacio donde muchas innovaciones, como el ya mencionado Napster y sus derivados y herederos, permiten nuevas formas de expresión o de consumo de contenidos. El problema es que

.....

18 Boehlert, Eric, "Music Industry in the Pits! Record Sales are Down, no One's Seeing Concerts, No One Advertising on Radio and the Stars are Revolting!", en *Salon*, disponible en http://archive.salon.com/ent/music/feature/2001/12/19/music_industry/

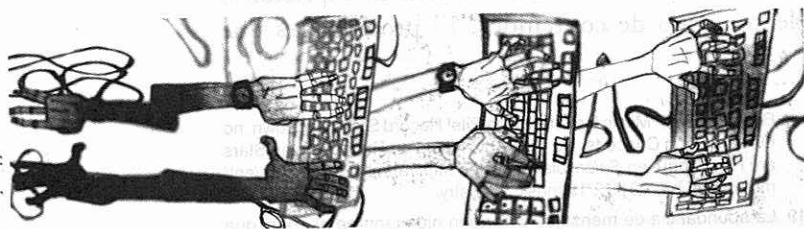
19 La abundancia de mensajes de origen nigeriano en el *spam* que llega a nuestras casillas es una expresión de esta potencia: según investigaciones periodísticas, al menos desde mediados de la década de 1980 se registran casos de fraudes enviados por correo convencional desde Nigeria al Reino Unido, con un carácter y estilo muy parecidos a los actualmente prevalentes (Seenan, Gerard, "Nigerian Scam Leads to Thurso Pharmacy", en *Guardian Weekly*, 25-31 de diciembre, 2003, p. 8). Internet nos permite ser objetos de estafa, privilegio que los artistas del engaño nigerianos reservaban hasta hace poco a su ex metrópoli.

estas nuevas formas no necesariamente responden a una lógica coherente con el interés de los propietarios de esos contenidos.

Napster provocó una crisis en el modelo de la industria musical que se definió en la década de 1950 y que tuvo como ápice la década pasada. Hacia 1998, internet iba a ser el mecanismo preferido por dicha industria para vendernos discos, controlados en todos sus aspectos por los pocos actores transnacionales que dominan el negocio desde hace un buen tiempo.²⁰ De pronto, Napster acaba con el paraíso de consumo: nos convertimos todos en piratas.

La reacción ante este escenario fue, inicialmente, incredulidad, y luego un intento claro, que continua hasta el día de hoy, por impedir que el modelo propuesto por Napster tenga un mínimo de futuro. No es meramente la cuestión de pagar o no por la música, sino, más importante, la cuestión de quién controla el cuándo, el cómo y el dónde de cada canción que circula por el mundo. Cada consumidor que usó ese viejo Napster²¹ puede prescindir de esperar una reedición de un viejo disco o de una antología inusualmente cara para canciones tan antiguas, o de simplemente depender de un ejecutivo con ideas sobre cómo optimizar su flujo de caja. Cada consumidor decide qué consumir, cuándo, cómo y dónde.

La pérdida de control, ésa es la consecuencia más importante de Napster. Y la respuesta de la industria ha sido intentar recuperar el control, cerrando a internet a la innovación radical.



20 Sony Columbia, EMI (parte de Time Warner), WEA, Bertelsmann/BMG y Vivendi Universal.

21 Aclaremos que Napster en la actualidad es un sistema de compra de canciones previo pago, similar al iTunes o al Real Rhapsody. Lo más parecido al viejo Napster es KaZaa, que incluye también videos y otros formatos, pero que no tiene ni la masa crítica ni la presencia cotidiana que tuvo alguna vez Napster.

La imprevisibilidad como precio para el salto adelante

Vorsprung durch Technik quiere decir "adelanto gracias a la técnica". Es el lema del fabricante alemán de automóviles Audi, y también una vieja consigna modernista. La tecnología nos permite brincar, pasar por encima las limitaciones de nuestro aquí y nuestro ahora, y nos enseña que el futuro se puede reinventar gracias a nuestra imaginación y creatividad.

No hay tecnología tan merecedora de este calificativo como internet. No ha habido, desde que la imprenta se desarrolló en la Europa del siglo XV, tal facilidad para recoger una técnica y aprovecharla de múltiples maneras. En la base de su estructura, internet permite que todos y cada uno de nosotros pueda dar un salto adelante. Los casos mencionados sirven como ejemplos poderosos de otros cientos de ideas que han sido el producto de unos pocos, pero que han cambiado la vida de muchos.

Esta variedad, esta flexibilidad, trae consigo inestabilidad. No todo lo que venga vendrá de los serios y bien intencionados laboratorios de Microsoft o de los sesudos análisis de los especialistas nacionales en sociedad de la información. El próximo gran cambio lo puede estar cocinando un grupo reducido de innovadores que realmente no saben hacia dónde nos llevará su salto. Perder de vista esta fundamental inestabilidad, es desconocer toda la riqueza que internet nos ofrece, y finalmente es renunciar a que la sociedad que viene, sea o no de la información, pueda ser hecha confusa pero brillantemente, también desde la creatividad de innovadores individuales en cualquier lugar del mundo.

La lección inmediata de la cuestión Napster precisamente es que la imprevisibilidad sólo puede ser respondida con creatividad. Apple logró minimizar la importancia de los sistemas de intercambio de archivos después de Napster mediante su iTunes Store; triunfo para esta empresa, fracaso para la industria, que ve cómo el modelo se desvanece ante sus ojos. ¿Cuántos más sufrirán la consecuencia de la imprevisibilidad de la innovación de internet?

El espacio para el caos, sitio para la creación, también para nosotros

La respuesta ante el caos ha sido impedir que se propague. Las industrias musicales y del entretenimiento tratan de poner restricciones legales, técnicas y políticas a la posibilidad de que un consumidor utilice el más mínimo pedazo de contenido de una manera distinta a la que las empresas hayan decidido de antemano. Variedad de mecanismos técnicos, diseñados para impedir que una persona pueda, por ejemplo, copiar una canción de un CD de música a un computador, buscan que el control no se pierda. Tecnológicamente no hay muchas cosas que se puedan hacer para impedir que el contenido de un CD o de un DVD, que yace en formato digital en el soporte óptico, pueda ser leído de una forma u otra y grabado en un formato de libre acceso y puesto en internet. Entonces la respuesta es legal.

Amarrar a los usuarios a través de cambios en la legislación de derechos de autor y de propiedad intelectual, según la cual nada que no esté explícitamente permitido puede hacerse; engarzar el respeto irrestricto a las normas del país editor de contenidos, bajo los términos más favorables a las empresas propietarias, en tratados internacionales; acabar con el concepto de *uso justo*, que permite que bibliotecas públicas y universitarias, por ejemplo, puedan comprar un ejemplar para ser leído por muchos. En pocas palabras, crear un marco legislativo que haga que internet, que técnicamente no tiene límites, sea poco más que un canal de ventas autorizado por los grandes conglomerados mediáticos. ¿Ésa es la sociedad de la información que queremos? ¿Un enorme marasmo de conexiones de alta velocidad al servicio exclusivo de la distribución del último *hit* de quienquiera que sea el intrascendente de moda? ¿La más completa disponibilidad, en cualquier lugar y a cualquier hora, de la información más cara y controlada del mundo?

Renegar del caos que es internet, es negar su esencia. Renunciar al potencial creativo que dicho caos ofrece implicaría perder completamente la oportunidad que ofrece, y esto es válido para todos, pero especialmente para los países de Latinoamérica. En

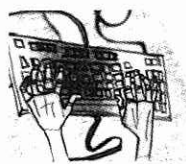
nuestra región, la oportunidad de crear alternativas de comunicación y de contenidos reside en internet. Más que en los medios tradicionales, básicamente dominados por conglomerados mediáticos, en internet es posible encontrar todavía espacios para iniciar con relativo poco costo y abundante creatividad iniciativas interesantes, democratizadoras. En países que como los nuestros tratan de establecer políticas para “promover la sociedad de la información”, es casi irresponsable permitir que todo se reduzca a conectividad, a equipamiento y a infraestructuras, y que las posibilidades reales de comunicarnos más y mejor sean limitadas por la cerrada y ciega defensa de posiciones asumidas sin visión crítica ni perspectiva nacional.

Reclamar a internet como un bien público²² es sin duda pertinente, pero parcial. Buena parte de la discusión sin resolverse de la reciente Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI) giró alrededor de su futura administración, con claros bandos a favor y en contra de una ‘estatalización’ de dicha gestión. La tradición no gubernamental de la red ha permitido crear una entelequia como el ICANN, que resulta demasiado alejado de las necesidades de los usuarios, pero al mismo tiempo fácil presa de los intereses empresariales. La propuesta de muchos países ha sido que internet sea entregada en administración a las Naciones Unidas, una forma de volverla un sistema bajo gestión estatal. Irresoluble, esta discusión ha sido enviada a la segunda parte de la Cumbre, en Túnez, en 2005.²³



22 Trejo Delarbre, Raúl, “La internet como bien público”, en *Diálogos de la comunicación*, No. 67, septiembre, 2003, pp. 29-40.

23 Declaration of Principles. Building the Information Society, a Global Challenge in the New Millennium”, en WSIS Executive Secretariat, *Report of the Geneva Phase of the World Summit on the Information Society*, capítulo 1, sección A; p. 8, puntos 49 a 50; y “Plan of Action”, en WSIS Executive Secretariat, *Report of the Geneva Phase of the World Summit on the Information Society*, capítulo 1, sección B; pp. 17-19, punto 13.



Pero realmente, ¿podríamos esperar una mejor gestión de internet si la convertimos en ese tipo de bien público? El problema no parece residir tanto en el ente burocrático que la gobierne como en el mandato que éste reciba. Mantener el espíritu de gestión abierta y la naturaleza extremo-a-extremo no está necesariamente en ninguna de las agendas, ni en la privada ni en la pública, por razones muy distintas. Para los primeros, el extremo-a-extremo abre la puerta a las futuras innovaciones desequilibrantes, lo que no hace feliz a nadie que quiera usar internet para vendernos contenidos. Para los segundos, la posibilidad de guiar el desarrollo futuro de internet, para que permita mayor control, del tipo que sea, es conveniente y necesaria; digamos que una iniciativa para detener el tráfico de pornografía infantil podría ser más exitosa si se tiene un organismo de gestión centralizado y bajo las presiones políticas de los Estados.

Ninguno de los escenarios parece especialmente agradable. En el primero, el camino que se debe seguir es la comercialización más agitada y rápida posible, en que se acojan técnicamente soluciones a problemas como el uso del P2P para obtener contenidos protegidos por propiedad intelectual, más allá de la posibilidad de arrastrar todo el diseño del P2P con estas restricciones. El segundo caso, no en vano promovido desde China, permitiría desarrollar herramientas tecnológicas que, con el mismo fervor que detiene la pornografía infantil, detendrían la discusión política incómoda. En ambos casos, tendríamos un escenario de franco deterioro de lo logrado hasta ahora. Tendríamos una *sociedad de la información* que apenas usaría el nombre como pretexto para la expansión del consumo y el recorte de opciones que podrían servir para plantear alternativas intelectuales, políticas o económicas al diseño globalizador actual. Es decir, el cambio no valdría la pena, y perderíamos una oportunidad de comunicarnos siquiera de manera distinta a la que predomina en la actualidad.

Por ello, y dicho con otras palabras, el fomento del caos es urgente. Impedir que internet se cierre a la creatividad y que la sociedad de la información se trate de meros cables y negocios que los aprovechen es tarea de aquellos que piensan la comunicación

como expansión de las capacidades de los individuos y las comunidades. Ante la inevitabilidad del avance de internet, es urgente impedir que la transformación institucional y legal la convierta en un cascarón sin valor. Y para los latinoamericanos, que contamos con una amplia zona idiomática y cultural común, sus virtudes son sin duda un argumento para promover en el caos de la creación desde los extremos, el diálogo que fortalezca y haga viable una opción de comunicación desde nosotros, para nosotros. Todos nosotros.

Bibliografía

- Abbate, Janet, *Inventing the Internet*, Cambridge, MIT, 2000.
- Barlow, John Perry, *La declaración de independencia del ciberespacio de una persona*, 1996, disponible en <http://macareo.pucp.edu.pe/evillan/barlow.htm>
- Bell, Daniel, *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un ejercicio de prognosis social*, Madrid, Alianza, 1976.
- Berners-Lee, Tim, *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*, Madrid, Siglo XXI, 2000.
- Boehlert, Eric, "Music Industry in the Pits! Record Sales are Down, no One's Seeing Concerts, No One Advertising on Radio and the Stars are Revolting!", en *Salon*, disponible en http://archive.salon.com/ent/music/feature/2001/12/19/music_industry/
- Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza, 1997.
- _____, *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Madrid, Alianza, 1989.
- "Declaration of Principles. Building the Information Society, a Global Challenge in the New Millennium", en WSIS Executive Secretariat, *Report of the Geneva Phase of the World Summit on the Information Society*, capítulo 1, sección A; p. 8, puntos 49 a 50.
- Hafner, Katie y Lyon, Matthew, *Where Wizards Stay Up Late. The Origins of the Internet*, Nueva York, Simon & Schuster, 1997.
- Hobbes Zakon, Robert, *Hobbes' Internet Timeline v5.6, o Hobbes' Internet Timeline, the Definitive Internet History*, disponible en <http://www.isoc.org/guest/zakon/Internet/History/HIT.html>
- Krol, Ed, *The Whole Internet User's Guide and Catalog*, San José, O'Reilly, 1994.
- Lessig, Lawrence, *The End of Ideas. The Fate of the Commons in a Connected World*, Nueva York, Random House, 2001.

- Lyon, David, "From 'Post-Industrialism' to 'Information Society'. A New Social Transformation?", en *Sociology*, vol. 20, No. 4, 1988, pp. 577-588.
- Minc, Alain, "The Informatisation of Society", en Cawkell, A. E., *Evolution of an Information Society*, Londres, Aslib, 1987, pp. 134-140.
- Minges, Michael, UIT, *Counting the Net. Internet Access Indicators*, 2000, disponible en http://www.isoc.org/inet2000/cdproceedings/8e/8e_1.htm
- "Plan of Action", en WSIS Executive Secretariat, *Report of the Geneva Phase of the World Summit on the Information Society*, capítulo 1, sección B; pp. 17-19, punto 13.
- Rheingold, Howard, *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*, Barcelona, Gedisa, 1996.
- Seenan, Gerard, "Nigerian Scam Leads to Thurso Pharmacy", en *Guardian Weekly*, 25-31 de diciembre, 2003.
- Serrano, Amparo y Crespo, Eduardo, "El discurso de la Unión Europea sobre la sociedad del conocimiento", en *Reis*, 97/02, pp. 189-207.
- Stein, Laura y Sinha, Nikhil, "New Global Media and Communication Policy. The Role of the State in The Twenty-First Century", en Lievwrouv, Leah y Livingstone, Sonia (edits.), *Handbook of New Media*, Nueva York, Sage, 2002, pp. 410-431.
- Touraine, Alain, *La sociedad post-industrial*, Barcelona, Ariel, 1969.
- Trejo Delarbre, Raúl, "La internet como bien público", en *Diálogos de la comunicación*, No. 67, septiembre, 2003, pp. 29-40.
- Villanueva, Eduardo, *La experiencia de la internet en el Perú. A diez años de la Red Científica Peruana*, 2000, disponible en: <http://macareo.pucp.edu.pe/evillan/exper.html>
- Webster, Frank, "The Information Society Revisited", en Lievwrouv, Leah y Livingstone, Sonia (edits.), *Handbook of New Media*, Nueva York, Sage, 2002, pp. 22-33.