
LA LENGUA ESPAÑOLA Y LA CULTURA EN ESPAÑOL EN INTERNET.

APROXIMACIÓN A SU ESTUDIO

FRANCISCO GONZÁLEZ CUETO
ANA MORENO SANTAMARÍA

Centro Virtual Cervantes. *Instituto Cervantes*

CASI POR NORMA, LA MAYOR PARTE DE LAS APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA RELACIÓN ENTRE INTERNET Y LA LENGUA Y LA CULTURA EN ESPAÑOL PARTEN DE AVERIGUACIONES, DIGAMOS, VOLUMÉTRICAS: INDAGACIONES SOBRE LA

125

cantidad de páginas en lengua española almacenadas en índices y buscadores, número de usuarios que las visitan, etcétera. Si bien esta imprescindible metodología proporciona resultados muy interesantes —y a menudo pesimistas, todo hay que decirlo—, no obstante hay que señalar que conviene tomarlos más bien como señales indiciarias de una situación que no alcanzan a reflejar de manera completa.

La razón es que este tipo de aproximación *volumétrica* opera desde dos presu-

puestos: que Internet equivale a la World Wide Web y que Internet se mide por lo que se encuentra en ella.

El gran invento de Tim Berners-Lee en el CERN, la World Wide Web (1) (es decir, el conjunto de todas las páginas hipertextuales, con textos, imágenes y sonidos, que solemos visitar con nuestros navegadores), es el mayor responsable de la vertiginosa universalización de la red en la segunda mitad de la década de los noventa; en la imaginación de gran parte del público, Internet es una vasta reunión

de páginas WEB. Sin embargo, esta apreciación intuitiva está muy lejos de corresponderse con la realidad: se estima que casi el 70% de la información que circula por Internet lo hace por el correo electrónico, las listas de distribución, los foros, etc (2).

Internet es utilizada para hacer transferencias de archivos por FTP; la usan los servidores de correo POP y SMTP, los de noticias y juegos en línea; sirve de canal para charlas y mensajería instantánea, sistemas de compartimiento de archivos,

pecto, se puede decir que la Internet en español, hoy, no supone *un valor significativo* que añadir a los vehículos tradicionales de cultura en papel impreso.

Los contenidos culturales en nuestra lengua son escasos en la red. Dejando a un lado honrosísimas excepciones (empresas privadas e iniciativas públicas tan meritorias como pioneras en sus respectivos campos), aquéllos a menudo quedan en manos de aficionados llenos de encomiable entusiasmo, pero a quienes no incumbe trabajar con esa *calidad* (profesionalidad intelectual, digamos) que forma parte de esta segunda definición de cultura con que venimos operando al hablar de los contenidos.

FACTORES Y CAUSAS DE LA ESCASEZ DE CONTENIDOS DE LA RED

La razón principal de la escasez de contenidos culturales es ampliamente compartida. La ausencia —o quizá mejor, la presencia— de contenidos es hoy un problema. De Internet, en todos los terrenos y en todas las lenguas.

Gran parte del espíritu original de Internet y de su fulgurante éxito ha consistido en la libre distribución e intercambio de conocimiento, incluso del código de los programas que usa. Internet nunca ha admitido el control o la censura de los contenidos. Cualquier máquina conectada a la red sólo había de cumplir unos requisitos estrictamente técnicos. Una vez en Internet, cada persona ha sido responsable exclusivamente de sus máquinas y de sus propios contenidos. Se trata, aún hoy, de un sistema de comunicación abierto, interactivo, de talante liberal.

Ahora bien, a principios de los años noventa se hicieron evidentes varias cosas: que la red no se utilizaba para los fines que se había creado; que tenía unas dimensiones inconcebibles en sus comienzos; que la red estaba cambiando, tecnológica y sociológicamente. Con la creación de la WWW, y su protocolo HTTP, lo que en realidad estaba haciendo Tim Berners-Lee era sentar las bases para lo que pronto sería una eclosión; eran los momentos en los que a Internet se le daba, con gran opti-



mismo, el nombre de «Autopista de la información» y otros similares. En aquellos primeros noventa se eliminaron los impedimentos para el uso comercial de la red.

El mundo real entró en Internet e Internet entró en contacto con el mundo real. Concebir, desarrollar y transmitir contenidos de calidad es una tarea que consume muchos recursos, técnicos y humanos; implica dedicación y esfuerzo mantenidos por parte de profesionales cualificados. La propiedad intelectual es un bien de muy difícil protección, y sobre los contenidos culturales por la red apenas se puede ejercer otra, ya que no existe el objeto físico: ni siquiera es posible compilarlos, como se hace con el código de un programa informático. ¿Cómo compensar esa inversión?

La solución más obvia es la de cobrar por el servicio. Sin embargo, se puede decir de modo general que las empresas no han resuelto —hasta hoy— la transición de la oferta gratuita al pago por los contenidos.

Las empresas deben ganarse a unos usuarios que se ven compelidos a pagar por algo que hasta aquí era gratis y que, además, en el fondo no se considera un bien; o no, al menos, un bien que merezca ser comprado. Personas que no tienen ningún inconveniente en comprar información o conocimiento en soporte físico (por ejemplo, una revista impresa), recha-

zan pagar por el mismo contenido en versión electrónica (la edición en la red de esa revista, que puede ofrecer interesantes servicios añadidos: buscador, hemeroteca, gráficos interactivos...).

El otro gran problema es el modo de pago. Los clientes desconfían profundamente de las transacciones electrónicas por la red; se duda entre el pago por el uso puntual de un servicio o el pago por suscripción; se duda en la utilización de tarjeta de crédito o de un intermediario de pago... (13) Durante los años felices de la *nueva economía* se creyó que la respuesta se encontraba en la publicidad o en la cotización de los valores tecnológicos en bolsa, pero tras el desplome de estos últimos las empresas de Internet se están viendo abocadas a dar beneficios o a echar el cierre (14).

Si esto reza de forma general para Internet y para todo suministrador de contenidos a través de la red, el problema en el caso de la cultura en español es distinto. Al menos, cuantitativamente. Por poner un solo ejemplo: el primer día que la Enciclopedia Británica permitió el acceso gratuito a parte de su contenido, se alcanzaron los doce millones de conexiones (15); un caso equiparable es, hoy por hoy, aún inalcanzable para los medios hispánicos. A pesar de todos los problemas que hemos venido apuntando, los contenidos culturales que la red suministra a un anglohablante (por no citar otras lenguas europeas) están largamente por delante de los españoles.

UN PROBLEMA DE INFRAESTRUCTURA

El origen de nuestra diferencia es, antes que nada, de orden industrial. Los contenidos culturales —como hemos dicho, ese conocimiento de calidad que se da en el ámbito del arte, la literatura, la reflexión y el pensamiento crítico— son, por definición, de tipo superestructural, y necesitan asentarse sobre una capa bien establecida de infraestructura compleja.

Como señala N. K. Hayles (16), el desarrollo se va construyendo sobre capas sucesivas de infraestructura: por encima

de la red eléctrica se tendió el siglo pasado la red telefónica, y sobre ésta, la red de Internet; cuando una capa se halla suficientemente asentada, se diluye nuestra percepción de su relevancia. Según Alfons Cornella (17), «una vez las capas de electricidad, telefonía e Internet están activas, y son infraestructura básica, emerge la siguiente capa de desarrollo. Y hoy, la capa que se está construyendo es, como podéis imaginar, la de la información. (...) Una sociedad en la que lo que genera valor es la explotación inteligente de la información. Y quien no disponga de la infraestructura de las capas anteriores no tiene cartas en el juego. Creo que es así de duro...»

En nuestro caso —y esto vale tanto para España como para los países de la América de habla española—, aún no hemos llegado a la fase de asentamiento de Internet como infraestructura. Por decirlo así, aún la *vemos*; aún no la damos por supuesta. Internet viene desarrollándose en lengua inglesa desde 1969 en los Estados Unidos; para los países del ámbito hispánico, es aún una novedad de, a lo sumo, diez años. Las primeras oleadas de incorporados a la red en nuestra lengua fueron los precursores, casi todos de formación científica y técnica. Más adelante llegó a la red el usuario urbano joven, atraído por la novedad; hoy día los intereses del internauta muestran el perfil enunciado en el cuadro 1 (18).

En efecto, los gustos no difieren llamativamente de unos países a otros. Y en ninguna tabla figuran como necesidad primaria los contenidos culturales. Precisamente por eso, las cantidades totales de usuarios y la calidad de la infraestructura son factores fundamentales: habida cuenta de que los generadores y destinatarios de los contenidos culturales de calidad son siempre en cualquier parte —por más que cualitativamente importantes— un porcentaje menor, se precisan cifras sólidas de conexión y acceso para que el peso de aquellos sea algo más que anecdótico.

•••••
VÍAS DE EVOLUCIÓN

Este panorama sugiere un par de caminos de progreso que parecen concitar el

España	Europa	Estados Unidos
1 Portales	1 Portales	1 Portales
2 Servicios	2 ISP	2 Servicios
3 Corporativas	3 Servicios	3 Ocio
4 Ocio	4 Corporativos	4 Comercio
5 ISP	5 Ocio	5 Corporativas
6 XXX Adultos	6 Comercio	6 Directivos
7 Noticias	7 Negoc/Finan	7 ISP
8 Buscadores	8 XXX Adultos	8 Buscadores
9 Aplicaciones	9 Noticias	9 Noticias
10 Neg/Finan	10 Buscadores	10 Neg/Finan

acuerdo común de los expertos. En primer lugar, es imprescindible que continúe a buen ritmo la construcción de la infraestructura (redes de banda ancha, coste reducido de la conexión, universalización del PC...) (19).

Se entiende que todo este proceso será conducido esencialmente por la sociedad civil; a cargo de las Administraciones Públicas quedará la tarea de allanar política y legislativamente el camino. Y dado que las empresas llamadas a desempeñar un papel en la creación y transmisión de contenidos culturales habrán de aguardar a la llegada de ese tiempo de consolidación (20), parece claro que a las Administraciones Públicas les cabe contribuir también mediante la creación directa de contenidos culturales de calidad en lengua castellana, tales como bibliotecas electrónicas de textos completos, ediciones de autores clásicos, librerías académicas virtuales, bancos de tesis doctorales... (21). Iniciativas en la línea de las emprendidas por la Universidad de Alicante con la Biblioteca Virtual Cervantes (22); o el mismo Instituto Cervantes, con el Centro Virtual (23) o la OESI (24).

Nada nuevo, por otro lado: se trata de materiales cuya creación y cuidado suelen quedar —y nos referimos ahora al mundo fuera de Internet— generalmente a expensas del Estado.

•••••
NOTAS

- (1) World Wide Web Consortium (1992).
- (2) Fernández Hermana, Luis Ángel (2001).
- (3) Telefónica (2001). Parte I: usuarios.

- (4) Asociación de Usuarios de Internet (AUI) (2000).
- (5) Asociación de Usuarios de Internet (AUI) (2001).
- (6) Baquía (2001).
- (7) *E-scriba.com* (1999). <<http://www.escriba.com/>> [Consulta: enero de 2002].
- (8) *Cacerolazo.com* (2001). <<http://www.cacerolazo.com/cacerolazo/>> [Consulta: enero de 2002].
- (9) *El Cacerolazo!* [2001]. <<http://www.elcacerolazo.org/>> [Consulta: enero de 2002].
- (10) Díaz Nosty, Bernardo (2001).
- (11) «Aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad». Tylor, Edward Burnett (1977).
- (12) Bueno, Gustavo [1997].
- (13) A pesar de estas dificultades, es posible intentar un estudio estadístico. Véase el inteligente abordaje del problema a cargo de Daniel Pimienta y Benoît Lamey. Pimienta, Daniel; Lamey, Benoît (2001).
- (14) Por supuesto, no se trata de un problema privativo de los contenidos culturales en la red. Precisamente para dar solución a este tipo de problemas han nacido iniciativas como la de la web semántica. Un aproximación a esta idea puede comenzar por: Berners-Lee, Tim; Hendler, James; Lassila, Ora. (2001).
- (15) Cornella, Alfons (2002).
- (16) Prieto, Miriam; Serrano, Alicia (2000).
- (17) Marcos Marín, Francisco A. (2000).
- (18) Hayles, Katherine (2000).
- (19) Cornella, Alfons (1999).
- (20) Telefónica (2001). Op. Cit. Parte I: contenidos.
- (21) Ibid. Parte II: perspectivas.
- (22) Queremos insistir de nuevo en que ésta es la descripción de un panorama general. Ello no obsta para la existencia de diversas iniciativas privadas o públicas llenas de mérito, cuya mención pormenorizada sería aquí prolija. Valga, por poner un solo ejemplo, el estupendo trabajo de la enciclopedia en línea Enciclonet. *Enciclonet*. (2001) <<http://www.enciclonet.com>> [Consulta: enero de 2002].

