

LA EVALUACIÓN POPULAR EN PREMIOS A SITES

Daniel MARTÍ PELLÓN

Universidad de Vigo

Dos motivos de esta comunicación para el congreso en Sevilla de SELICUP (2002):

Como muchos otros colegas en este evento, deseo conocer la opinión de escritores y profesores de humanidades -colegas no habituales aunque compañeros en la universidad- y que, también como casi todos, sienten el impacto de la tecnología digital y recurren en mayor o menor grado a lo que nos ofrece Internet.

El asunto de esta comunicación también es doble:

- Por un lado, me parece necesario revisar el impacto de la industria cultural en la delimitación de los periodos de las culturas históricas. Y es que la renovación y la sustitución de tecnologías, que alcanzan un desarrollo industrial y que participan de modo importante en la producción y distribución de patrimonios anteriores y de nuevos, cuestiona la misma cultura y casi la reduce al consumo lúdico.
- Por otro, comentar una revisión de medio centenar de sitios web seleccionados entre todos los que premian cada año las mejores páginas o los mejores sitios web (me refiero a espacios virtuales contruidos en torno a un dominio en Internet). Entre líneas de sus jurados, de sus criterios de evaluación y de las categorías de sites se puede obtener una imagen de las expectativas de calidad que Internet ofrece de sí misma.

Industria Cultural y Periodos de Culturas

En estos días de convivencia en Sevilla espero poder ampliar a otros aspectos la expresión de mis opiniones sobre los caminos culturales que nos abre la primera red y las que le seguirán.

El foro, el título, así como muchas comunicaciones de este congreso tratan de prácticas culturales. Me sumo a la opinión repetida que insiste en el aprecio y en la buena imagen de muchas de las prácticas culturales tradicionales.

E inmediatamente y al mismo tiempo, coincido de nuevo en que reciben una protección institucional cada vez menor por y con un notable descenso de adeptos y participantes. Lo que puede llevar a que algunas de estas prácticas culturales tradicionales desaparezcan y queden para el recuerdo ocasional y la investigación histórica. Sin ser organicista se puede pensar que así es la historia y la vida de las sociedades. De todas formas, alguna culpa, si se puede hablar de culpa, se le puede echar a la tecnología.

Como marco de mi intervención recordaré algunas apreciaciones bastante comunes sobre la relación de la tecnología con la cultura, de modo similar a como planteo en foros tecnológicos la importancia de las relaciones culturales.

La industrialización de un modo para producir y comunicar objetos culturales no puede acertar siempre con los mejores soportes, vehículos, formatos.... Pero ahí están las tecnologías en torno al libro y, en cuanto industria cultural, ha cambiado nuestro sentido de las culturas nacionales desde bastantes siglos.

Algo similar se ha repetido en relación con los medios de comunicación. A partir de cada uno de los soportes de la comunicación pública, también desde sus respectivas tecnologías de emisión, de recepción y de registro o almacenamiento se ha ido configurando otro sentido de la cultura, en este caso más frecuentemente llamada cultura de masas. El concepto y las manifestaciones de esta cultura de masas recogen parte importante del pensamiento cultural a lo largo de casi todo el siglo XX.

En edades de oro de cada industria cultural, en los periodos de apogeo de una tecnología concreta, se han ido manifestando distintos aspectos de las culturas. En el periodo de dominio de la impresión y la edición, cuando alcanza su máximo desarrollo el cine, en la edad de oro de la prensa, de la radio, de la televisión y el vídeo o de las poderosas aplicaciones recientes del ordenador personal...Cada tecnología representa una nueva ocasión de reabrir el debate en torno a elementos tan importantes en la noción de cultura como la extensión y la divulgación o la calidad y el valor de los productos culturales.

Hoy las características de la tecnología digital en red afectan de nuevo al sentido de una cultura casi instantánea, más globalizada, con menores limitaciones de almacenamiento y de distribución.... Aunque también se habla del impacto de la digitalización, de la globalización en este campo, no está ni mucho menos cerrada la denominación y la realidad de la cultura a la que en este momento nos referimos. Las dificultades que

plantean los nuevos sentidos de la cultura no parecen menores que los contrasentidos señalados a los epítetos de la cultura nacional y la cultura de masas.

La sustitución de soportes en la última Industria Cultural

Paralela, y pocas veces dependiente de la evolución socio-cultural, parece seguir la transformación y la sustitución de las sucesivas tecnologías de la comunicación y de la transmisión de conocimientos. El mapa histórico de las tecnologías se recompone en estos periodos que mencionamos según cada nuevo contrincante técnico delimita un nuevo espacio para la convivencia de las distintas industrias culturales.

La pérdida de la primacía social que detentaba una tecnología informativa y de entretenimiento dominante, no siempre ha mermado a las que funcionaban con éxito hasta ese momento. Hemos vivido sustituciones tecnológicas que han facilitado el crecimiento de la producción y de la recepción en algunos de los dispositivos culturales preexistentes. En otros casos industrias fuertes y consolidadas en soportes y distribuciones precedentes han actuado de promotores o patrocinadores para los nuevos soportes.

Sin olvidar al consumidor; ya que cualquier innovación tecnológica alcanza su desarrollo industrial, con el apoyo más o menos libre que supone cada nueva socialización de una técnica. Esta demanda, más o menos real, es la que en ha incitado un proceso de consumo más acelerado, una obsolescencia más rápida y la consiguiente sustitución del soportes.

Y entre los primeros cometidos para la nueva industria cultural asentada una vieja tarea. Recuperar de los archivos y los recursos propios, traducir y transformar al nuevo soporte el catálogo de productos de las industrias culturales.

Algo de esto proponía, el premio Nóbel José Saramago el pasado 18 de noviembre en Pontevedra en un congreso con ocasión del 30 aniversario de *La saga / fuga de JB* de Gonzalo Torrente Ballester.

Saramago lamenta, a pesar del reconocimiento y difusión de la novela, el desconocimiento en Galicia y fuera, de muchas de la aportaciones de *La saga / fuga de J. B.* a la identidad cultural gallega y a las letras hispánicas en general. Si no le entendí

mal, proponía que el texto fuera trasladado al celuloide - a un soporte audiovisual - para mantener más cerca del público el contenido de esta obra y animar a su lectura.

Me parece que la sugerencia de Saramago tiene indudable interés. Pero en mi opinión, en este foro de conocedores de la novela de Torrente Ballester, se debería haber propuesto algo más. Porque en lo que yo recuerdo de la novela hay un caso ejemplar de construcción hipertextual. Se puede decir que es una lograda hiperficción off line con una ruta de navegación preferente ya editada en papel pero con muchas posibilidades abiertas pendientes de explotar en escenarios textuales y multimedia. Además me parece que muchos de los nueve años que costó esta obra encierran un capítulo nuclear en el debate en torno a las estructuras narrativa de la segunda mitad del s. XX. En mi opinión de profano y lector creo que don Gonzalo manejaba unos fragmentos – casi siempre en colisión - que componen un mosaico de personajes y acciones nucleares directamente relacionados con lo hipertextual en la red y relevantes para un revisión más académica de los caminos y las oportunidades de la arquitectura y la representación de la información en Internet.

A la producción recuperada, restaurada, traducida, adaptada.... al nuevo soporte se suma en este caso la ingente producción propia a la mano de los internautas. Parecen en parte superados aquellos limitados recursos propios de una agenda de escritores reconocidos, de un pequeño grupo de periodistas por empresa informativa o de los costosos equipos de realización de proyectos audiovisuales especiales para las cadenas o la distribución videográfica. Casi cualquiera puede ser proveedor de servicios, independientemente de su interés, a través de la World Wide Web.

Con la lección recordada, de que tampoco en este caso se trata del soporte definitivo, podemos una vez más preguntarnos sobre el valor de los textos antiguos y de la última hiperficción de éxito; sobre la cultura para todos y la que proponen unos pocos; sobre las posibilidades y las indudables limitaciones a las que nos enfrenta el dinámico estadio tecnológico en el que vivimos.

Sobre todo esto y muchas otras cosas podemos tratar mientras navegamos a través de medio centenar de páginas en Internet. ¿Por qué me llaman la atención estas páginas? Porque manifiestan una preocupación por la calidad de los productos alojados en

Internet y a disposición de los usuarios. Creo que son de los mejores sitios de premios desde los que se pretende premiar cada año a los mejores sitios en Internet.

Popularidad y Evaluación en Premios a Páginas Personales

Los buscadores encuentran más de trescientas mil sitios que conceden premios en Internet. Hay bastantes diferencias a la hora de cifrar el número de festivales o certámenes en los que se premian sitios además de otras cosas. Unos directorios dirigen a cien o doscientas organizaciones de premios (DMOZ y VIVÍSIMO, respectivamente), mientras páginas más especializadas recogen índices de casi quinientos festivales de premios para sitios o páginas web (THE AWARDS AWARDS, BEST WORLD WEBSITES, etc.)

Desde es el estado actual de los buscadores, lo que hace destacar un site es el tráfico de unos sitios con respecto a otros más desconocidos o locales. Sin embargo, no siempre indican los buscadores el patrocinio y el apoyo publicitario que muchos pueden recibir desde los portales, los medios de comunicación u otras instituciones.

Si en este nivel se puede hablar de evaluación de sites, ésta sería casi automática, o por lo menos muy automatizada, tal y como la llevan a cabo los motores de búsqueda y las aplicaciones de medición de tráfico y de tiempos de conexión.

Más allá de estos índices automatizados, pero todavía en un orden cuantitativo y general, se puede afirmar que la mayor parte de los premios en la red son particulares, se ocupan principalmente de páginas personales, no ofrecen unos criterios de evaluación publicados o revisados con periodicidad y, que premian preferentemente, en función de votos más o menos libremente emitidos por internautas.

Esta evaluación inicial y más inmediata de la satisfacción de los usuarios se obtiene desde unas votaciones que pueden ser apreciaciones del contenido, conexión con el estilo y las presentaciones gratas, o simple afinidad con los productores o patrocinadores de las páginas.

A pesar de sus limitaciones, este indicador relativo de popularidad también interesa a festivales más reconocidos, de los que figuran en los rankings de mejores premios en Internet. Pero son pocos en este primer mundo de premios web en Internet, los que

incluyen un premio concedido por el público (menos de un 16%, según estimación personal). En estos de premios del público, la opinión popular puede contar como criterio de nominación o de preselección para la posterior evaluación de un jurado, o – en el caso más favorable que ofrecen algunas asociaciones de usuarios de la red- como una tercera parte de la calificación total que finalmente conceden los evaluadores de los sitios web.

En definitiva, la evaluación subjetiva anónima de la calidad de los sites se mide preferentemente en relación a determinadas satisfacciones de uso en la medida en que pueden ser manifestadas. Con todo, mejoran la entidad de los datos de tráfico que se vienen ofreciendo como indicadores comparables a las medidas de audiencia de televisión, de radio o de lectura de medios impresos.

Premios con Categorías Culturales

Una herencia de las academias y de los viejos certámenes de promoción cultural se nota en algunas categorías que agrupan y clasifican los sites para conceder premios a sites similares. Se trata también de otro grupo importante entre los concursos de sites, pero en principio menos numerosos que los anteriores premios a páginas personales (los premios que se organizan en categorías en la actualidad pueden ser 29% del total de premios activos en la red, estimación personal).

Estos certámenes organizados en categorías de sites, ya se componen de jurados especializados principalmente en el diseño, en la programación y en la gestión de sitios en la red. Menos de la mitad de estos premios con categorías publican sus criterios de evaluación.

Por orden de frecuencia, las categorías que incluyen más de la mitad de estos premios son: sitios web corporativos, de medios de comunicación, categorías publicitarias y de comercio electrónico. Entre un 50 y un 25% de las organizaciones incluyen además categorías relativas al ocio, a la educación, al arte y la cultura (en ocasiones como arte en la red) y como categorías menos frecuentes: las páginas personales, de género o páginas raras o sorprendentes.

Es bastante justificado que nos encontremos viejas categorías culturales entre importantes premios generales. Así las recogen los SXSW, ONE CLUB,

CYBERLIONS, IP TOP, CLIO, N. Y. FESTIVAL, WEB AWARDS o los FAVOURITE. Aunque no tengo constancia empírica, supongo que en muchos de los festivales nacionales, como en España los AUI, CLUB DE CREATIVOS, RATÓN o LAUS, conservarán similares categorías de sites para premiar las producciones regionales estableciendo la propia cultura como contexto propio y marco de recepción.

No olvido que la red extiende las zonas idiomáticas más allá de las fronteras territoriales geográficas. Pero de acuerdo con las posibilidades de la red los sitios con dominio propio pueden ofrecer un conocimiento para ser compartido con el objetivo de crear y desarrollar sociedades y comunidades. Esto afecta a nuevas dimensiones que también son materia de la investigación cultural. En principio, alcanzar un nivel de comunidad supone un grado más perfecto de comunicación y de participación en el conocimiento que el popularidad -a veces simple populismo- que puede indicar la audiencia o el tráfico de visitas.

Junto a la comunicación institucional -y añadida a ésta- se han generado y generan una masa de páginas personales, foros y comunidades, delimitadas por idiomas y por preferencias temáticas que ilustran con espectros mucho más variados, las imágenes de viejas instituciones culturales que simplemente se han colgado en la red por mor de los tiempos que corren. Además, la orientación de la creatividad y la iniciativa personal con la intención de consolidar sociedades existentes o de construir y desarrollar comunidades virtuales corresponde a uno de los rasgos ideal de la potencialidad de Internet y en definitiva también radica en la esencia de la comunicación y la cultura.

Desde su lanzamiento, se espera que la industria del site rompa el frente de la financiación y del espacio escasos para una afirmación cultural que revele prácticas minoritarias o alternativas antes invisibles. Cabe esperar, por tanto, que desde los festivales web regionales, como desde los certámenes generales con categorías culturales escriba un nuevo capítulo de la dialéctica tensión tradición – renovación cultural.

El contencioso se mantiene dentro de los órdenes de la industria cultural en cuanto los sites de nuevo cuño deben sostenerse por la conexión de usuarios, la publicidad o el patrocinio. La popularidad es una exigencia para la supervivencia. Y la supervivencia una exigencia para consolidar la popularidad, entre otros, a través de los méritos y los

premios recibidos, que son además formas de comunicación patrocinada o directamente de publicidad pagada.

A la vista del resultado financiero de estos proyectos en la red se podrá conocer si a largo plazo mantienen sus contenidos accesibles a todos los públicos o si por el contrario pasan a modalidades de micropago, suscripción, ... cuando no salgan los números para mantenerse en abierto. Con todo ello, el incierto destino de la cultura no es menos previsible a pesar de y contando con los avances tecnológicos.

Otra consecuencia muy invocada es el mestizaje, contexto inmediato en el mosaico cultural de Internet. Para los defensores de la identidad cultural desde raíces étnicas, religiosas o largas tradiciones históricas, la oportunidad se vuelve cada día más amenaza. Pero no todavía encuentro criterios suficientes para evaluar lo que aporta la extensión y multiplicidad de la diferencia o la homogeneización de usos, contenidos y estilos derivadas de la globalización y universalización de lo tecnológico.

La Perspectiva de la Calidad en Los Premios

Quería también contar como evaluación popular, ponderada, si se quiere la que llevan a cabo los jurados profesionales o especializados de los grandes certámenes de websites. En este caso se trata de una popularidad estimada, interpretada a partir de la inspección de la funcionalidad del sitio y de la evaluación de la usabilidad que ofrecen unas páginas a sus navegantes. Los sitios de factura menos artesanal, realizan antes de su publicación unos tests parecidos a los juicios que luego reciben al presentarse a premios.

Casi la totalidad de los premios web reconocidos internacionalmente nombran e identifican su jurado. Y, en general, la evaluación de los procesos de diseño y construcción del site por su parte, representa una garantía calidad en esos criterios para el sitio premiado. Pero como comentaba antes para estos evaluadores profesionales su experiencia como creadores y sobre todo como usuarios, manifiesta una rica experiencia de las tendencias en los usos, las aplicaciones y la innovación en Internet.

Entre los premios concedidos por jurados expertos, aproximadamente la mitad de los premios generales más reconocidos mantiene publicados sus criterios de evaluación, y con mayor o menor frecuencia los revisa.

Destacan como criterios preferentes de juicio en los expertos los criterios de diseño web (siempre presentes), los criterios tecnológicos, la evaluación del contenido y de la estructura o navegabilidad que ofrece el sitio.

La accesibilidad, la usabilidad y la interactividad son mencionadas aunque todavía no es habitual que se especifiquen a través de ítems o de parámetros claros y aplicables. Ni siquiera en las páginas más reconocidas, esas que siempre se repiten en las relaciones de primeras organizaciones de premios a sitios web.

No menciono el criterio de experiencia global de la navegación y uso de un sitio, ya que en unos festivales es un resumen de todos los criterios y marca de excelencia y en otros foros constituye un tipo especial, el principal, de premio.

Al señalar que aparecen más criterios de diseño que de tecnología, o criterios tecnológicos que de contenido, sólo subrayo la juventud, la formación y los orígenes de la inmensa mayoría de estos jueces profesionales. Sin embargo, y esto no lo puedo probar, tengo la impresión de que el valor absoluto de lo tecnológico, alcanzados determinados estándares, e incluso el valor absoluto del diseño con respecto a la concesión o no de un premio se ve superado en los últimos meses por un creciente interés por el valor significativo de los sitios, y en concreto por la originalidad, la idoneidad, la precisión, ... de los contenidos en el sitio premiado.

A veces, se ha hablado de diseño interactivo, de diseño emotivo, se mencionado la interactividad del contenido. En principio, es lo que podría esperar de realidad virtual en la Red. Sin embargo, no creo que entre esos jurados se dispongan de criterios suficientes para la evaluación de la calidad, si se quiere de la fecundidad, de la relevancia e incluso de la preeminencia del “contenido” (por no calificarlo de nuevo de interactivo). Con esto no niego la valía de los evaluadores, sino que reconozco las limitaciones de un foro que difícilmente puede mirar más allá de sí mismo teniendo en cuenta la cantidad y la extensión de la masa de productos en Internet.

El objetivo de los festivales y las organizaciones de premios se está cumpliendo con la promoción y el impulso de unos estándares de calidad, y esperemos que con el tiempo su impronta y las tendencias que favorece puedan ser más conocidas. A pesar de ello, creo con la calidad no se soluciona la evaluación del capital cultural. Tampoco en Internet.

No debemos olvidar la experiencia de la televisión. En mi opinión, parte importante de la frustración en los apocalípticos, se debe al olvido de la dimensión lúdica de la cultura. Entre los estándares de la evaluación de la calidad se encuentra la satisfacción de los usuarios (que entre otros parámetros afecta a la usabilidad). Ahora bien, si los espacios virtuales de la cultura se olvidan de este aspecto importante de la interacción, terminarán repitiendo el más viejo de los museos y dejarán los puestos de la calidad para proyectos interactivos de más diferentes perspectivas, porque el tiempo del ocio siguen siendo limitado.

Referencia Cultural del Site

Lo popularizado puede convertirse en algo tan degradado como el peor producto de masas, aunque parece que la marea verde de la pornografía va desapareciendo cada vez más de la red.

La calidad de las páginas tiene que ver con el éxito de estilos, animaciones y aplicaciones que dependen del éxito de la renovación del software para el diseño de sitios cada vez más “inteligentes”. Porque las culturas contemporáneas han socializado sentidos más explícitos de la tecnología que indudablemente también tiene que ver con nuestras prácticas y usos cotidianos.

A pesar de las nuevas posibilidades, por ahora y ya veremos en un futuro, la organización y selección de contenidos se hace prioritariamente con criterios de comunicación, de usabilidad del continente, y sólo secundariamente con criterios que evalúan la calidad de lo contenido. La interactividad con el contenido indica interés para un segmento de público (y sugiere comparaciones cuantitativas) pero tampoco mejora por sí misma los criterios dispares que han llevado a las evaluaciones históricas de las culturas.

Casi desde los primeros premios en la red, aparecen imperativos morales inmediata y globalmente extendidos contra la violencia, la pornografía y el racismo, contra la violencia de género, en defensa de la infancia, de los ancianos, de las minorías (subrayados según los distintos matices de las tradiciones religiosas y culturales en cada zona o región). Pero no lo confundamos con cultura ya que estos impedimentos o

puntos descalificantes, en la práctica totalidad de premios, representan los mínimos legales, morales, éticos.

Con una de las tradiciones en el pensamiento cultural coincido en que la cultura, la mejor cultura, no es un mínimo, sino un máximo en la expresión de las posibilidades, también tecnológicas, que se ofrece a nuestras sociedades en nuestro momento.

DANIEL MARTÍ. Universidad de Vigo. dmarti@uvigo.es

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Pontevedra. España