Los caminos de la nueva web son escrutables

POR **J. IGNACIO GALLEGO PÉREZ**

La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo
Francis Pisani y Dominique Piotet
Barcelona: Paidós, 2009, 300 p.
ISBN: 978-84-493-2196-2

Que estamos en un momento de cambio, en un punto de inflexión clave para la historia de la comunicación y la tecnología es difícil ponerlo en duda. Citando una frase clave en el libro, «Muy criticada, a veces con argumentos correctos, la Web 2.0 marca un punto de inflexión esencial en la historia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación [TIC]». Todos los días nos encontramos con noticias y novedades referentes a este proceso de transición tan difícil de comprender para la gran mayoría, incluso para los que lo viven desde dentro.

Ordenar todos los pensamientos, esquemas preconcebidos, críticas e innovaciones varias respecto a la Web 2.0 es lo que pretende esta obra escrita por el 'bloguero' especializado en TIC Francis Pisani y el investigador de L'Atelier del BNP, Dominique Piotet.

Un fenómeno capaz de lo mejor y de lo peor

Fundación Telefónica

Telefónica

Nombres como Chris Anderson, David Weinberger, Pierre Lévy, James Surowiecky, Henry Jenkins, Don Tapscott o Tim O'Reilly resultan familiares a aquellos que tratan de estar al día sobre las implicaciones de este proceso que, como destacan los autores de *La alquimia de las multitudes*, genera tantos profetas como detractores. Profetas de un cambio radical, que a veces va más allá y se convierte en una cuestión casi religiosa al defender la libre circulación de información, la importancia de compartir conocimiento o cambiar las normas de propiedad intelectual en pro del desarrollo de estas nuevas herramientas y formas de compartir o crear. Detractores que hablan de una banalización de la cultura y de otorgar una importancia excesiva a la creación *amateur*, lo que provoca una enorme falta de calidad en una gran parte de los contenidos de Internet. Un debate que recuerda las posiciones marcadas por Umberto Eco con los *Apocalípticos e Integrados* de mediados de los años 60 del siglo pasado pero con actores y mundos diferentes. De este debate surge el nombre y el posicionamiento de los autores: de *La alquimia* y la experimentación de la nueva web se pueden obtener resultados apasionantes pero manteniendo ciertas reservas: «El fenómeno, apasionante, estimulante y prometedor, es capaz de lo mejor pero también de lo peor, algo que no debe olvidarse y contra lo que siempre hay que luchar», citando a Pisani y Piotet en su introducción.

Retomando el hilo de la obra, autores como los citados anteriormente han establecido las bases teórico-prácticas sobre los cambios que están produciéndose día a día en los modelos de negocio de las empresas, las formas de comercio, la generación y transmisión de conocimiento, la creación cultural o los medios y formas de comunicación. Así, este texto recopila muchas de estas teorías y las acompaña de herramientas y ejemplos que ilustran el cambio de paradigma; Craiglist, Netvibes, Box, Tweeter, las redes sociales como Facebook o Myspace, los *podcasts* y *blogs*, la Wikipedia o el *software* libre marcan el día a día de los usuarios de la Red.

El usuario se convierte en 'webactor'

Los usuarios pasan a ser llamados 'webactores' por los autores, y es que éstos son la pieza fundamental de este proceso; el usuario comparte y crea contenidos y conocimiento en este nuevo entorno; no se limita a recibir información, como pasaba con la web seminal o con los medios de comunicación tradicionales, en concepto similar al 'prosumidor' de Toffler. Además, los usuarios se relacionan entre ellos y con la información de maneras particulares y nuevas -que no diferentes- gracias a las redes sociales y a las nuevas herramientas.

La participación llevada a su máxima expresión hace que estos 'webactores' puedan generar beneficios económicos, culturales y sociales con sus acciones. Esta alquimia se genera a partir de cinco elementos que dan lugar a múltiples combinaciones: acumular datos, apostar por la diversidad, compilar/sintetizar, poner en relación y deliberar.

Los autores apuestan por estos cinco elementos pero a su vez plantean tres amenazas con las que los actores deben tener un especial cuidado: la calidad, la religiosidad ante la tecnología y la protección de la privacidad. Estos tres elementos se plantean como las amenazas de todo este embrollo colaborativo; y es que la calidad de los productos *amateurs* que se presenta en la

Fundación Telefónica
Telefónica

Red muchas veces es ínfima, pero convendría preguntarse si productos culturales o creativos lanzados al mercado pre-Internet por supuestos profesionales tenían esa 'calidad' que demandan los críticos; y como es defendido por muchos autores, al final el propio usuario se convierte en el mejor filtro. Por otro lado, **no se puede convertir la web y la tecnología en elementos más trascendentes de lo que realmente son**, al fin y al cabo son herramientas y lo importantes son los usos. Finalmente, hay que estar alerta ante el uso que se hace de nuestros datos y creaciones por parte de empresas y gobiernos. Frente a todo esto se demanda educación y competencias ante las nuevas reglas digitales, lo que desde el mundo anglosajón se denominan como *new media literacies*.

La empresa líquida y las nuevas mediaciones

Y ante este panorama ¿qué papel deben tomar los gobiernos y empresas? Se habla de empresa líquida, gestionada con herramientas en la Red, del *crowdsourcing* -o cómo los usuarios se convierten creadores de valor e innovación para las empresas sin remuneración- y del nuevo papel de los derechos de propiedad intelectual.

Lo que se lleva evidenciando en la última década es que la web, inicialmente y en su nueva versión, está cambiando los modelos de negocio del futuro de las empresas en general y muy especialmente, como es destacado en un capítulo de la obra, del sector de la Comunicación, un tanto desbordado ante la innovación continua y el cambio de costumbres de la audiencia. Y **ante todos estos cambios es tremendamente complicado posicionarse, avanzar y cambiar, porque nadie tiene la llave del futuro** y porque es muy difícil abandonar posiciones empresariales asentadas en años de tradición.

En definitiva, una obra escrita desde el valle de la innovación, Silicon Valley, que se convierte en una buena compilación de ideas, teorías y sugerencias ante un presente fascinante y un futuro en el que ya se empieza a hablar de la Web 3.0 o de cómo afectará la normalización de Internet móvil a todos los actores de este nuevo paradigma.

Fundación Telefónica
Telefónica