

2.0 ERA DIGITAL — ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ Y JUAN FREIRE

POR GUILLERMO RIVERO

32 tendencias de cambio es una obra que mira hacia la siguiente década. Por sobre la incertidumbre, el análisis de las tendencias; por sobre la fantasía, la reflexión. Nuestros autores indagan cómo la tecnología cambia nuestro mundo.

¿Cómo es escribir del futuro sin predecirlo?

JF: De hecho, buena parte del futuro ya está codificándose en el presente, casi siempre en los márgenes y fuera de la atención masiva. Una tendencia no es más que uno de esos procesos periféricos con capacidad para convertirse en algo emergente en un futuro próximo y transformar una parte importante de nuestra realidad.

Ahora, los gobiernos y las instituciones enfrentan momentos de reflexión ante lo que significa el poder real de un mundo 2.0, la creación de una ciudadanía participativa y crítica. ¿Qué significan estos cambios de participación en términos de ciudadanías locales y mundiales, para los individuos y los gobiernos?

AGR: Hace poco leía cómo Gap tuvo que dar marcha atrás en su idea de cambiar su logotipo; a través de las redes sociales, sus consumidores rechazaron la idea. Pepsi hizo lo contrario: movilizó el talento de sus consumidores en un gran experimento colectivo de creación y validación de la nueva marca. Las dos experiencias reflejan, desde ángulos muy diferentes, el poder de las redes en la esfera comercial y en el ámbito de la reputación de marca. Lamentablemente, en la política formal no existe todavía la capacidad de escucha y reconocimiento a la expresión cívica que se canaliza en las redes sociales; aunque los partidos intentan colonizar las redes y convertirlas en nuevas trincheras ideológicas. Además, la simplificación y reduccionismo con el que se acercan a las redes, en especial durante los periodos electorales, se materializa con una actitud instrumental excesivamente descarada que choca con la libertad, autonomía y transversalidad

propias de la cultura de las redes sociales. Los partidos quieren “utilizar” las redes, pero ignoran o evitan su carácter transformador. La política 2.0 no es tecnología; es renovación de las maneras de comunicarnos, organizarnos y crear talento o valor.

¿Cuáles son las implicaciones éticas que debemos observar en cuanto a desarrollos tecnológicos que van desde dispositivos móviles que dan acceso a grandes volúmenes de información, hasta implantes *neuro-enhancements* o tecnológicos que potencian nuestras capacidades?

JF: Estamos hablando de dos desarrollos diferentes aunque complementarios: la producción y acceso a grandes volúmenes de información desde todo tipo de dispositivos, y la integración de estos elementos en nuestro propio cuerpo. En ambos casos, el derecho a la privacidad, para seguir vigente, debe ser repensado por completo. Hoy en día ya son viables los sistemas de información ubicua y constante que harían posibles las peores distopías de control ciudadano por parte de gobiernos o empresas. Los implantes corporales llevan al extremo ese riesgo. Ya no sólo es posible controlar la vida de una persona a partir de sus trazas; sería viable (en un futuro hipotético) manipular su memoria o sus sentimientos. Pero al mismo tiempo no parece posible, respetuoso con la libertad individual, prohibir estas prácticas, por lo que deberemos contar con una arquitectura legal que asegure que las decisiones queden siempre en manos de la persona que decide libremente convertirse en una especie de *semi-cyborg*.



Imágenes: Cortesía Antoni Gutiérrez-Rubí y Juan Freire.

LOS AUTORES, POR ELLOS MISMOS

Antoni Gutiérrez-Rubí

Soy asesor de comunicación y consultor político. Dirijo una consultora de comunicación estratégica desde hace más de 25 años, con la que presto servicios a empresas, administraciones y organizaciones sociales y políticas. Desarrollo mi trabajo en España y en Centroamérica, donde soy asesor de presidentes y responsables ministeriales. Además soy profesor de los másters de comunicación de diversas universidades españolas y escribo habitualmente para distintos diarios. He escrito *Políticas*, *Mujeres protagonistas de un poder diferenciado*, *Lecciones de Brawn GP*, *Las diez claves empresariales para competir con éxito*, *Micropolítica*. *Ideas para cambiar la comunicación política* y, junto a Juan Freire: *32 Tendencias de cambio* (2010-2020).

www.gutierrez-rubi.es

Juan Freire

Soy doctor en Biología y profesor titular de la Universidad de A Coruña (UDC). Estoy a cargo de la cátedra de Economía Digital de EOI Escuela de Organización Industrial (Madrid). Escribo artículos en revistas científicas internacionales y he dirigido numerosos proyectos de I+D. También he participado en la creación de dos iniciativas empresariales de tipo *spin-off*. Soy *fellow* de e-Cultura, empresa dedicada a la gestión cultural, desarrollo territorial y procesos creativos, y socio director de Laboratorio de Tendencias. Desarrollo proyectos y consultoría con empresas, administraciones públicas y ONG sobre sustentabilidad y gestión ambiental y sobre los papeles de la innovación, la estrategia, la tecnología y la cultura digital en redes sociales y organizaciones, especialmente en universidades, empresas y ciudades.

www.juanfreire.net

“Una tendencia no es más que uno de esos procesos o patrones periféricos con capacidad para convertirse en algo emergente en un futuro próximo y transformar una parte importante de nuestra realidad.”

”**¿Qué sucede con el mundo que no entiende términos como *Cloud Computing* o *geotagging*? ¿Cómo es el futuro de ese mundo?**

JF: La tecnología ha dejado de ser un tema de expertos. La alfabetización ahora incluye necesariamente competencias digitales, que incluyen tanto aspectos instrumentales (como saber lo que es el *geotagging* y, sobre todo, saber *geoetiquetar*), como sociales y comunicativos. El html es un nuevo idioma que debemos conocer, al menos en sus aspectos básicos. Aquellos que no lo comprendan, deberán manejar estas competencias “tecnológicas”, o tendrán muy limitada su capacidad relacional y comunicativa.

¿Cómo imaginas los nuevos modelos de negocio, como *freemium*, aplicados al mundo del arte o la arquitectura?

JF: Me imagino que serán similares a cómo surgen estos modelos en otros trabajadores simbólicos y cognitivos. Buena parte de estos nuevos modelos están aún inventándose o poniéndose a prueba, pero ya existen algunas tendencias bastante claras. La estrategia basada en la protección y comercialización de la propiedad de objetos o la propiedad intelectual es cada vez menos rentable



La tecnología ha dejado de ser un tema de expertos. La alfabetización debe incluir, necesariamente, competencias digitales, que incluyen tanto aspectos instrumentales (como saber lo que es el *geotagging* y, sobre todo, saber *geoetiquetar*), como sociales y comunicativos.”



y difícil de defender, dado que el diseño de la tecnología impone nuevas reglas de juego. Generar una identidad y una reputación es un elemento esencial (aunque no suficiente) que obtienes cuando liberas conocimiento y estableces redes. Sobre estas bases parece posible rentabilizar ciertas partes de nuestro trabajo y conocimiento, pero sólo si mantenemos otras que no generen un beneficio directo. Específicamente, en el arte y la arquitectura, el objeto —el producto final— pierde relevancia en favor del proceso. En este modelo, la actividad del artista y el arquitecto se transforma, pues deben trabajar con el usuario (y no sólo para el usuario).

En muchos casos, las barreras para el nacimiento de nuevos modelos colocan a las “viejas” instituciones (los museos que trabajan con artistas o las organizaciones que contratan a arquitectos, por ejemplo) en una posición donde generan premisas ya obsoletas.

Cuéntanos sobre los esquemas de colaboración que imaginas surgirán por parte de las empresas y cómo ves esto aplicado al mundo de la arquitectura o el arte.

JF: Existe cada vez más evidencia de que la innovación es esencialmente un proceso colaborativo basado en la apropiación de tecnologías y la remezcla de conocimientos previos. Por tanto, las empresas deben saber crear o conectarse con ecosistemas de innovación, formados por redes de agentes que establezcan vínculos informales y funcionen con criterios de reputación y meritocracia (próximo a las comunidades de software libre). Proteger mi conocimiento, no insertarme en redes que no controlo, no dialogar con mi entorno fueron buenas ideas en el pasado, pero son pésimas estrategias en la actualidad.

Arte y arquitectura sufren o disfrutan de esta transición. Pasamos de un mundo del genio individual y de la obra como producto final. a otro en que la creación es colabora-

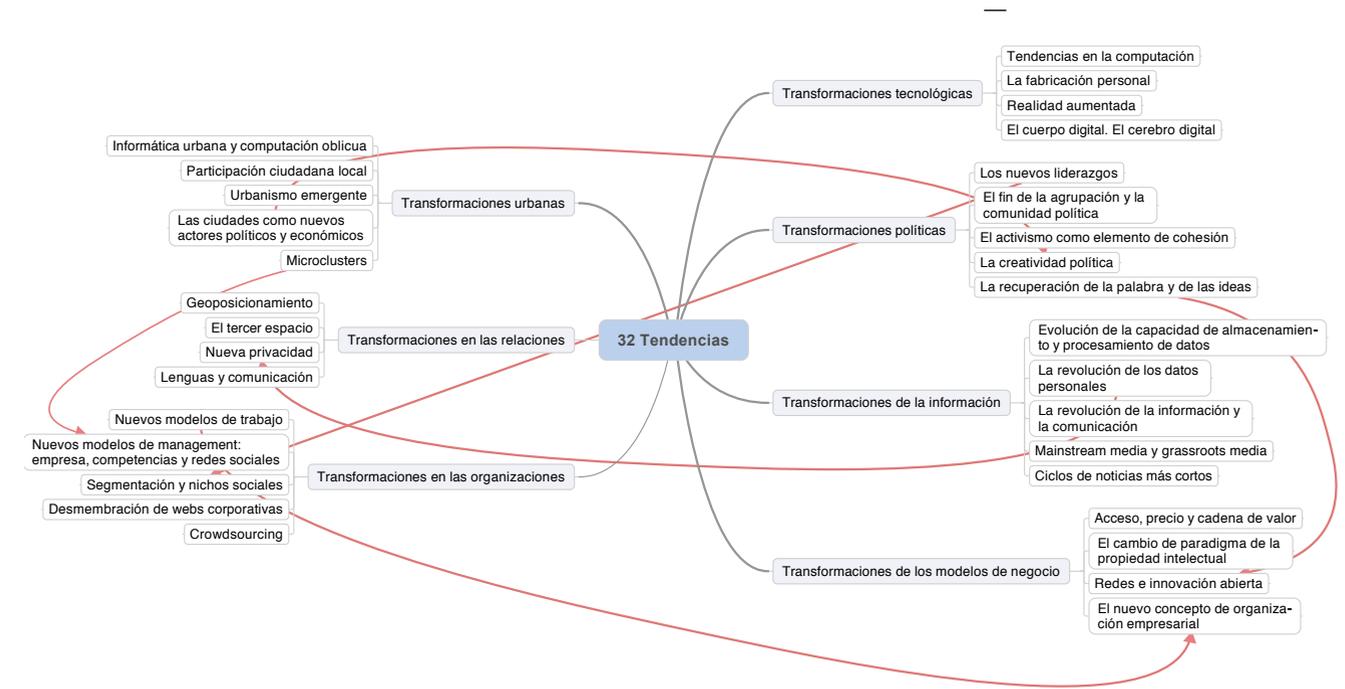
tiva, y debemos prestar tanta o más atención al proceso que al producto. Y esto forzosamente modifica las estrategias de desarrollo de proyectos e incluso la propia naturaleza de las obras que incorporan valores generados por la comunidad que colabora en su desarrollo (los usuarios, otros profesionales, los comisarios), incluso en cuestiones estéticas.

Tu futuro radical habla sobre el desmembramiento de webs corporativas. ¿Compartes la idea de la muerte de la web junto con Chris Anderson?

AGR: Lo que muere es lo que no está en beta permanente, en construcción, en movimiento, en flujo. La nueva dinámica de la sociedad-red no reproduce los esquemas de poder de la realidad 1.0. El nuevo poder no tiene que ver con el tamaño, la fuerza, la organización o los recursos, sino con las ideas, la creatividad, la conectividad, la viralidad y la reputación. Todas estas nuevas tendencias hacen obsoletos los modelos estáticos, fijos, duros, que reprodu-

Anderson se basa en cifras que dicen que el tráfico en internet ha decrecido. La información que genera sí es consultada, pero no propiamente utilizando internet, sino que ahora se hace mediante iPods y teléfonos móviles.

Geotagging y geoetiquetar. La posibilidad de anexas datos, sobre todo geográficos, como coordenadas, a las imágenes, videos e incluso sonidos, que subimos —desde cámaras, teléfonos, etcétera— a la red, promete ser una herramienta que hará posible compartir miradas casi microscópicas sobre sitios específicos. Imagina por un momento observar la textura de un árbol milenario en África o un *graffiti* increíble que se encuentra escondido en un callejón. Además es posible encontrar tantos datos como el *geotaggeador* nos quiera dar.



Tomado de 32 Tendencias de cambio.

cen en formato digital un supuesto privilegio o estatus personal u organizativo. Lo que muere son los dinosaurios digitales, lo que nace y crece es una nueva ecología digital llena de matices y de registros en constante movimiento.



Proteger el conocimiento, no insertarnos en redes que no controlamos, no dialogar con nuestro entorno fueron buenas ideas en el pasado, pero son pésimas estrategias en la actualidad.



Platicanos un poco del urbanismo emergente que señalan estas tendencias de cambio. ¿Cómo es la ciudad de tu futuro radical?

JF: Aunque sea una simplificación, podemos dibujar los dos extremos: la ciudad Minority Report, donde el Estado tiene una capacidad casi absoluta de control tecnológico de la población, o el “urbanismo emergente” en el que los ciudadanos empoderados por la tecnología

son capaces de coordinarse para desarrollar proyectos propios que afecten al espacio urbano (diseño y funcionamiento de los espacios públicos, creación de infraestructuras e infoestructuras, etcétera). La solución no está en la tecnología, sino en la capacidad de la ciudadanía para desarrollar sus competencias digitales y defender activamente una arquitectura legal favorecedora de la emancipación y el empoderamiento, y no del control y la dependencia.

Hablemos sobre la identidad del individuo, el dilema que surge entre los métodos de identificación sobre dónde nacimos y lo que está en nuestro pasaporte, contra lo que realmente somos en internet.

AGR: Nuestra identidad personal será nuestro rastro digital. Lo que dejamos y lo que otros dejan de nosotros. Ambos configurarán nuestra reputación, la auténtica referencia métrica de valor en la sociedad digital. Es fantástico. No es importante quiénes somos, sino lo que significamos en términos de reputación y audiencia. Somos lo que la comunidad global, en un

BREVIARIO DE TÉRMINOS DIGITALES

Freemium. Es un modelo de negocios en el que se ofrece un paquete de servicios gratuitos, generalmente apoyados por publicidad, más la posibilidad de que los usuarios paguen por paquetes que ofrecen mayores ventajas.

La muerte de la web. En agosto de 2010, en la revista *Wired*, Chris Anderson —editor en jefe de la publicación— auguró la muerte de la *web* en un artículo titulado “The Web is Dead. Long Live the Internet”. A grandes rasgos, Anderson prevé que las redes sociales, el hábito de usar aplicaciones de comunicación generadas desde la internet, pero independientes de ésta, y el uso de soportes como teléfonos móviles, iPods y iPads que permiten la transmisión de información y la obtención de servicios, terminarán a corto plazo con la red de redes.

“

El nuevo poder no tiene que ver con el tamaño, la fuerza, la organización o los recursos. Sino con las ideas, la creatividad, la conectividad, la viralidad, y la reputación.

”

ejercicio de meritocracia absoluto, nos otorga.

Olvídense del *currículum vitae* y preocupense por el *digital vitae*. Pasaremos del pasaporte o del tradicional DNI (Documento Nacional de Identidad) a una nueva PDI (*Personal Digital Identity*) que no necesitará carnés ni documentos.

¿Qué sucede cuando un buscador no ve nada de una persona, no existe?

AGR: Existe el silencio digital, que es información también.

JF: En el plano personal, cada uno diseña su identidad combinando silencios y trazas.

¿Qué es lo que más te emociona sobre los próximos diez años?

AGR: Estoy convencido de que la revolución digital será, en términos históricos, un gran avance para la humanidad. África, por ejemplo, puede aspirar al futuro del siglo XXI sin pasar por el XIX. Que el valor determinante del futuro sea la información y la comunicación, supone un cambio absoluto en la configuración social. Tengo una gran esperanza, no exenta de dificultades y riesgos, en el potencial liberador de la tecnología. Esto me emociona.

JF: Me motiva la posibilidad de que los ciudadanos seamos capaces de jugar un papel más activo en la construcción de nuestra sociedad.

La acción colectiva casi siempre ha sido reactiva, se ha situado a la contra. Ahora estamos ensayando estrategias proactivas: no sólo protestamos por lo que consideramos errores de nuestros gobernantes; somos capaces de modo autónomo de trabajar de modo constructivo en proyectos.

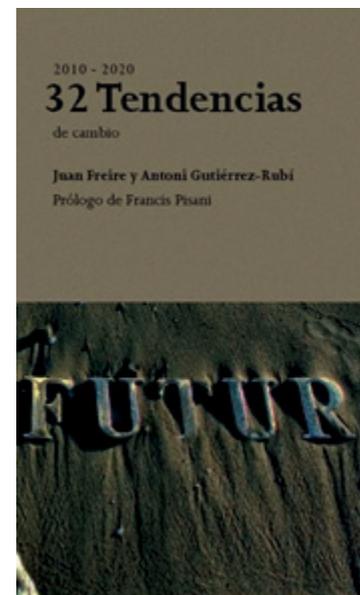
¿Existe algo que realmente les dé miedo? ¿Algún futuro apocalíptico-hollywoodense? Piensen por ejemplo en sucesos como el 11 de septiembre, donde lo ocurrido no había sido imaginado, y las repercusiones aún menos. En el caso de algún desarrollo tecnológico o alguna de estas tendencias, ¿cuál sería su futuro más alarmante?

AGR: La independencia de las redes o la internet de “dos velocidades”. Si perdemos la libertad en la red, el futuro puede ser muy sombrío y amenazador. Confío en la capacidad de defensa de la “multitud”, en su fuerza organizada desde la no jerarquía. En definitiva, cuando el valor fundamental de las compañías es el valor intangible de su marca más que el de sus activos, productos o servicios, la posibilidad de que la ciudadanía digital pueda defenderse de los excesos o las tentaciones monopolísticas es muy potente.

32 TENDENCIAS DE CAMBIO (2010-2020), DE JUAN FREIRE Y ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ

Este libro es un brillante intento por clarificar un mundo que cambia a una velocidad dictaminada por los avances tecnológicos. Los autores contemplan un panorama actual e infieren los efectos que éste tendrá en la sociedad. El libro, de distribución gratuita, hace pensar en un mundo donde la información se valora menos. Sin embargo, está tan bien escrito y, por consecuencia, ha sido tan bien recibido, que representa un fiel proceso de adquisición de reputación en línea para volverse una presencia relevante en el mundo de las tecnologías de la información. Han surgido nuevas dinámicas sociales, los cambios de lugares y fechas de nacimiento se transforman en avatares y cuentas de correo electrónico. A veces damos por sentado lo cotidiano que es llevar la *Wikipedia* en el bolsillo; no obstante, las implicaciones éticas de tener acceso a la información son relevantes y los autores evidencian las tendencias que estos cambios llegarán a tener. El libro es acertado para aquellos que quieran información sobre ciertos términos tecnológicos, pero también es valorado por expertos en el tema.

www.gutierrez-rubi.es



BlackBerry® Torch Telcel



Con sistema operativo BlackBerry® 6

Pantalla Touch Screen
Teclado Qwerty
Ágil Intuitivo Amigable

En un Plan Más por Menos Internet Ilimitado

Exclusivo de Telcel

telcel
M.R.