

HUGO PARDO KUKLINSKI /

GEEKONOMIA

Un radar para producir en el *postdigitalismo*



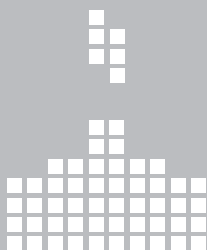
COL·LECCIÓ
TRANSMEDIA
XXI



GEEKONOMÍA

Un radar para producir
en el *postdigitalismo*

Hugo Pardo Kuklinski



Índice

Introducción a la Col·lecció Transmedia XXI

Producir contra la invisibilidad

Por Antonio Bartolomé Pina **07**

Prólogo. Pensando lo “post”, en espera del “pre”

Por Carlos A. Scolari **15**

Capítulo 0

Bienvenidos al *postdigitalismo* **19**

Capítulo 1

Sobre *buzzwords* y conceptos marco de la geekonomía **37**

Capítulo 2

Un estudio de caso de nuevas formas de intermediación:
los *open access journals* **61**

Capítulo 3

La geografía cambiante del planeta Web 2.0:
transformación narcisista e identidad única **73**

Capítulo 4

La crisis de la universidad iberoamericana en el *postdigitalismo*:
liderazgo social o marca blanca **109**

Capítulo 5

El dulce discurso de la I+D+I.
Entornos significativos o voluntarismo **157**

Bibliografía **180**

Capítulo 0

**Bienvenidos al
*postdigitalismo***

“Anything that is in the world when you’re born is normal and ordinary and is just a natural part of the way the world works. Anything that’s invented between when you’re fifteen and thirty-five is new and exciting and revolutionary and you can probably get a career in it. Anything invented after you’re thirty-five is against the natural order of things.”

ADAMS, DOUGLAS (2002). *THE SALMON OF DOUBT: HITCHHIKING THE GALAXY ONE LAST TIME*

Se le atribuye a Alan Key la cita *“technology is technology only for people who are born before it was invented”*. Castells (1996) decía que “la tecnología es sociedad y ésta no puede ser comprendida o representada sin sus herramientas técnicas”. En este sentido, todos los avances tecnológicos de la historia fueron relevantes a nivel de evolución social. Sin embargo, hablar de una revolución tecnológica cuando se hace referencia a las TIC suena presuntuoso y ubica injustamente el aludido ecosistema industrial en el centro del universo de las innovaciones. Dicho guión no sorprende, porque el progreso ha devenido siempre de la mano de un discurso presente-céntrico y utópico sobre el futuro. Pero desde la edad de piedra se podrían mencionar decenas de tecnologías significativas en cada siglo y todas fueron relevantes para el desarrollo humano. La agricultura en Asia, la civilización hidráulica, el hierro, la ingeniería civil en China y Roma antes de Cristo, la invención de los tipos móviles, la arquitectura medieval, la revolución industrial, etc. Y qué decir de las transformaciones de los siglos XIX y XX, empezando por la aviación civil y la electricidad. Seidensticker (2006) afirma que el ser humano sobreestima la importancia de los nuevos inventos y desestima los inventos con los que vivió toda la vida. Nos comportamos como niños ante el nuevo juguete y olvidamos el que nos seducía un año antes. Siempre estamos fascinados con el nuevo artilugio tecnológico. Por esto, las personas que nacieron antes de que una tecnología se torne popular y ubicua, la consideran realmente como tal y observan su faceta transformadora. Pero quienes nacen a posteriori de que una tecnología se convierta en masiva y social, la ven como un fruto del orden natural de las cosas. Se trata de una forma distorsio-

nada de ver la relevancia de la innovación. En ese sentido, Headrick (2009) hace una cronología precisa de la evolución tecnológica y su repercusión social, reafirmando la importancia de todas y cada una de ellas. Veamos un ejemplo. La ramificación social y económica de la democratización de la electricidad a fines del siglo XIX ha sido totalmente disruptiva. Alteró el ritmo de vida de las personas y de las comunicaciones humanas y afectó decisivamente la economía industrial. Según Carr (2008) la electricidad creó el confort del hogar, propició el crecimiento de la clase media, la expansión de la educación pública y la cultura de masas, así como el movimiento de la población desde las ciudades a los suburbios. ¿Qué tecnología fue más relevante en términos de influencia social: la electricidad o las TIC? No tiene valor discutirlo en términos dicotómicos y absolutos. ¿Por qué entonces creer que el *digitalismo* de la segunda mitad del siglo XX es la más revolucionaria de las transformaciones? ¿Por qué pensar que, como Terceiro y Matías (2001) definieron con optimismo, se trata de una fase diferente al capitalismo? Piscitelli (2009) provoca diciendo que el capitalismo es creativo, inteligente, estético y relacional y se demuestra con la evolución de las TIC. Además de estas cualidades, también es adaptativo. Y son precisamente las empresas e instituciones capitalistas las que redefinieron el *digitalismo* haciéndolo omnipresente. En consecuencia, es hora de empezar a reconsiderar la economía digital como economía a secas y dar un paso terminológico hacia el futuro.

La visión de McLuhan hace cuarenta y seis años en *Understanding Media* era precisa. Todas las tecnologías son extensiones del hombre. Y las TIC son una extensión de nuestro acotado universo físico que nos limita a estar en un lugar y en un solo momento. McLuhan afirmaba que los medios crean nuevos patrones sociales que reestructuran las percepciones. Más allá de los contenidos del medio, éstos tienen sus propios efectos en la percepción humana y la reconfiguran. Ése es el principal *mensaje* del medio. Bajo esta lógica, McLuhan demandaba una equidistancia entre el análisis del medio y el de los contenidos del medio. Esa demanda recorre todo este libro haciendo foco en la reconversión mediática más que en sus contenidos, y entendiendo los medios como sinónimo de *mediadores*. En ese contexto, la universidad es un medio. Y por eso dedicaré un capítulo a ella. La innovación también funciona como mediadora

entre el mercado y los consumidores. El *digitalismo* ha creado patrones sociales de acceso a la información que han reconfigurado la gestión del conocimiento afectando a: las instituciones educativas; el rol de los distribuidores e intermediarios en la economía, especialmente en la industria cultural; la comunicación de uno a muchos en los medios masivos; una Internet que pasó de ser un portal de información a un medio de comunicación *bottom-up*, la investigación y comunicación científica; etc. Estos patrones ya se han integrado definitivamente en una sociedad que avanza hacia otra nueva evolución tecnológica que denomino provisoriamente *postdigitalismo*.

A través de este trabajo, intento escapar al lugar común del discurso de la revolución tecnológica y sus generalizaciones y centrarme en las fases evolutivas cada vez más cortas y focalizadas y en el nuevo argot que busca su espacio en el ecosistema semántico. En este sentido el principal término que se ve afectado por esta constante evolución es precisamente el *digitalismo*. Aunque se trate de un concepto inexistente en el mundo científico anglosajón, ha resultado más útil en la economía, en la sociología y en la prensa. Se puede rastrear su origen en 1948, con la publicación de un trabajo esencial en el desarrollo de las ciencias de la información: el artículo “A Mathematical Theory of Communication”, de Claude Shannon. Ese nuevo enfoque sobre los flujos de información como un valor objetivo y medible de una serie de *bits* (dígitos binarios), creó una clara diferenciación entre la información analógica y la digital. El trabajo de Shannon mostraba que la información se podía medir como un flujo a través de su digitalización. Esto suponía un paso adelante en la medición de la comunicación humana y de la información generada en la naturaleza. La codificación digital hizo más eficiente el procesamiento de la información, suprimiendo el ruido. La teoría de Shannon fue el punto de partida de gran parte de la transformación tecnológica de la segunda mitad del siglo xx. En el mismo año, el libro de Norbert Wiener *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine* (1948), también contribuyó a ampliar las fronteras de lo digital hacia campos de conocimiento que el trabajo de Shannon no incluía. Los conceptos de información y de cibernética englobaron nuevas y amplias disciplinas como las ciencias de la información, la computación, la sistémica y nuestras ciencias de la comunicación, entre otras influencias.

Por defecto memético, el concepto de *digital* se hizo sinónimo de *electrónico*, pero la teoría de Shannon no hacía ese paralelismo. En su trabajo, *digital* era sinónimo de *discreto* o *entero*. En tanto, *analógico* se igualaba a *continuo*. Por ejemplo, el alfabeto es digital del mismo modo que lo era el telégrafo de Gauss y Weber creado en 1833. La medida de información de un libro impreso con sus cien páginas es un producto discreto y sin ambigüedades, o sea, *digital*. Algo similar sucede con un periódico impreso. Entonces, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de la digitalización de la prensa? En ese caso, no se hace referencia al flujo de información medible que existe en las páginas de un periódico, sino a parte del proceso técnico de elaboración del hardware, o sea el proceso de impresión en rotativa. Actualmente, la palabra *digital* se ha tornado muy confusa porque quienes la utilizan no acostumbran a hacer diferencia entre los flujos de información y las tecnologías utilizadas. Muchas veces se abusa de ella o se utiliza incorrectamente. El proceso tradicional de impresión a tinta es analógico, pero la información de un libro impreso es digital. El mundo real es analógico. Pero la economía de la información está totalmente digitalizada. Es evidente que el término *digital* ha perdido capacidad de categorización. Cultura digital, sociedad digital, brecha digital son ideas que todos comprendemos pero que irradian imprecisión desde dos aspectos: a) por demasiado genéricas e inclusivas; b) porque priorizan la inclusión de las TIC en el proceso productivo y se olvidan del origen del término y su referencia directa a los flujos de Shannon.

¿Qué significa hablar de economía digital en 2010? El adjetivo digital ha funcionado en los últimos veinte años como un sinónimo de TIC, como una metáfora de superación tecnológica y con un significado cultural que todos entienden pero que no es muy preciso. Con ánimo de ordenar la confusión, Luca Mari (2000) propone que se acote el término analógico al campo de las leyes de la física y el término digital al campo de las leyes de la información. Así, el panorama se aclara un poco más, pero en cualquier caso no nos libera de la responsabilidad de hablar de un nuevo ciclo *postdigital*.

Piscitelli (2009) afirma que hasta la irrupción de las TIC e Internet vivíamos en un tiempo cíclico hiperlento que era sinónimo de seguridad. Para Piscitelli, este comienzo de siglo es un momento

tecnológico que conduce a la indeterminación, a la contingencia radical y a la inseguridad crónica. Considero que esa turbulencia hace fascinante el análisis del presente y muy compleja su captura en conceptos e ideas fuerza perdurables. Mientras todos los que trabajábamos en el entorno de las TIC nos sentíamos cómodos hablando de la dicotomía *analógico-digital*, lo *digital* se convirtió en la norma y el *digitalismo* abarcó todo el discurso tecnológico. Capriotti (2009) distingue entre dos velocidades en el fenómeno de Internet. Por un lado, los avances tecnológicos, que van introduciendo novedades y herramientas con un ritmo muy alto. Por otro, los cambios sociológicos de aceptación y utilización de esos avances y nuevas herramientas por parte de las personas, que es gradual y mucho más lento. En los últimos años, se ha impuesto la categoría de comunicación digital, como artilugio diferenciador para enfatizar *lo nuevo*. La sociedad está aún aprendiendo a utilizar las infraestructuras digitales. La academia analiza y enseña el *digitalismo*. Pero como ya he señalado, los procesos industriales de la economía de la información son ahora exclusivamente digitales y el término irradia ambigüedad. Si todos los flujos de información generados en el espacio de las TIC son *digitales*, ¿por qué aún se hace énfasis en tal condición?

Con vocación de meme pero a sabiendas de cierta precariedad conceptual, quizá sea hora de inaugurar la segunda década del siglo XXI dando la bienvenida al *postdigitalismo*. La economía *postdigital* se define por la ubicuidad de los flujos digitales en las transacciones informacionales. Pero antes de ser objeto de cuestión por apresurarme a definir una nueva fase de la sociedad red que con precisión analizó Manuel Castells (1996), énfasis en la observación de Csikszentmihalyi (1996) cuando decía que “en las ciencias sociales las afirmaciones no suelen ser ni verdaderas ni falsas; tan sólo declaran superioridad estadística de una hipótesis sobre otra”. Somos actores exclusivos de nuestro tiempo y debemos ser precisos en definirlo, sin pesadas herencias conceptuales del pasado. En 1881 Thomas Edison viajó a París para mostrar su red eléctrica a la *International Exposition of Electricity*. ¿Se imaginan una exposición sobre la electricidad en la segunda mitad del siglo XX? De la misma manera que los congresos sobre Internet se multiplicaron en los últimos quince años desde la invención de la *World Wide Web*, hoy pierden fuerza

por inconsistentes y demasiado vagos temáticamente hablando. En la economía de la información del siglo XXI todos los flujos son digitales y suceden en Internet. En consecuencia, no habrá una cultura digital, ni tecnologías digitales. Que este texto sirva para alertar al lector sobre este cambio. Todas las conversaciones que se divulgan desde estas páginas ponen énfasis en describir parte de las precondiciones que son punto de partida de esta nueva fase que, reitero, provisionalmente denomino *postdigitalismo*.

VIVIR EN LA GEEKONOMÍA. LOS MEDIADORES DEL SIGLO XXI

El rol de los geeks en la economía no es nuevo. Su actuación más espectacular fue a partir de la década de 1980 en Estados Unidos reconfigurando su macroeconomía de la mano de las TIC. Los geeks fueron los actores principales en la construcción de la sociedad digital y continuarán brillando en el *postdigitalismo*. Aptos técnicamente, se trata de una élite que está rediseñando nuestra percepción del mundo desde hace cuatro décadas. Suelen ser también los más relevantes *early adopters* de la mayoría de tecnologías y sus principales *beta testers*. Ellos configuran el mundo en el que viven según sus necesidades. Como se explicó en la definición de *postdigitalismo*, hasta la irrupción de la Teoría Matemática de la Información, estos actores sociales estaban condenados al ostracismo, porque su conocimiento no era relevante para la vida de la mayoría de los mortales. A posteriori, cuando la computación evolucionó hacia su masificación, los geeks comenzaron a adoptar un decisivo rol tecno-social. Hace cuarenta años, era muy difícil volverse un programador porque no había suficiente hardware disponible y el que había era muy costoso de utilizar y no estaba accesible a cualquier estudiante para practicar el método de ensayo y error. Su uso estaba limitado a muy pocos científicos e ingenieros. Pero hoy, son los geeks quienes a su modo rediseñan la economía convirtiéndola en geekonomía. A su vez son ellos quienes configuran los formatos de nuestras relaciones personales. Desde la irrupción de Internet y la computación personal, los geeks son los nuevos escribas del mundo, capaces de crear los instrumentos que utilizan, o apropiarse de manera especial de los ya creados. Ellos configuran y la sociedad consume. Al comienzo del nuevo siglo, son los geeks quienes están al frente del

capitalismo. La geekonomía se hace fuerte en la construcción de las redes, y su clase social dominante, la netocracia, ocupa los lugares más relevantes en la economía globalizada, desplazando a políticos y burócratas.

En tanto el poder es diseñado desde la construcción de significado en la opinión pública, el rol de la netocracia es central en la sociedad de la información. En su excelente tratado sociológico sobre la comunicación y el poder, Castells (2009) considera que el poder no es un atributo, sino una relación que se construye en los procesos comunicacionales y en la mente de los individuos. Por eso es tan importante el rol de mediación de geeks y netócratas como influenciadores. Castells afirma: “el poder se basa en el control de la comunicación y la información. Ya sea el macropoder del Estado y de los grupos de comunicación o el micropoder de todo tipo de organizaciones. (...) El poder depende del control de la comunicación. El contrapoder de romper dicho control”. Para Castells, el Estado es sólo un nodo más —uno importante— de la red social. Pero este nodo se solapa con otros de igual o mayor relevancia para la construcción de las relaciones de poder dentro del imaginario social. En ese sentido, el nodo institucional ha perdido jerarquía en detrimento de las múltiples redes ciudadanas, muchas de ellas globales, conformadas por los netócratas en función de sus intereses. Lo más relevante es la capacidad de reconfiguración de estas redes, en función de las necesidades de sus constructores. Según Castells: “las redes están programadas y pueden autoconfigurarse en una búsqueda interminable de disposiciones de red más eficientes”. Lo más relevante del trabajo de Castells sobre la comunicación y el poder es su explicación de por qué las redes institucionales eran las dominantes hasta la irrupción de las TIC. Otras redes eran ineficaces y lentas para crear nuevos nodos. El surgimiento de las TIC expandió todas las potencialidades de las redes no burocráticas y modificó el panorama del poder, sobre todo a partir de la década de 1990 con la masificación de Internet: “La superioridad histórica de las organizaciones verticales jerárquicas sobre las redes horizontales se debe a que las organizaciones sociales en red tenían límites materiales que vencer, fundamentalmente en relación con la tecnología disponible. La fuerza de las redes radica en su flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de autorreconfiguración. (...) Las estructuras verticales

pequeñas eran más eficientes como red en la era preelectrónica de comunicación.”

En su famoso artículo “Spacewar” (*Rolling Stone Magazine*, diciembre de 1972), el ultra-geek Stewart Brand vaticinaba que las personas utilizarían sus computadoras para escapar del control de los planificadores de la sociedad y liberarlos de sus roles predeterminados y de la rutina. En la línea tecnoutópica del posterior y mítico anuncio del lanzamiento del Macintosh en 1984, Brand daba un enorme valor al rol social de los ordenadores y las TIC en la liberación de los ciudadanos del aparato del Estado. Y algo de esto sucedió, aunque con matices y una mayor complejidad que el discurso optimista de la era pre-Internet. Una nueva clase socioeconómica comenzaría a ocupar su espacio modificando la relación del acceso y la distribución de la información entre los ciudadanos y sus instituciones. Esta clase fue la netocracia.

La netocracia tiene a su servicio redes de eficiencias muy dispares. Como programadores de las redes, no tienen en cuenta la configuración institucional ni las fronteras de los Estados-naciones, afectando aún más el poder de las burocracias y la política. Geeks y netócratas (muchas veces son lo mismo) constituyen la élite tecnocognitiva que ocupa los espacios de poder digital (Soderqvist y Bard, 2003), que el sistema democrático (políticos y administradores) no alcanza por una cuestión de incapacidad y de una pobre formación técnica. En este sentido, Xavier Roig (2008) se pregunta cuántos empleados de las administraciones públicas se dedican a velar por el bienestar y la libertad de los ciudadanos y no por sus intereses corporativos o por el de los partidos políticos que les han colocado en esa función. Roig cuestiona el excesivo protagonismo que la administración pública está adquiriendo en las democracias del Estado de bienestar. Además, ni el sistema de premios y castigos ni las inclemencias del mercado afectan a dicha burocracia, mientras sí lo hacen con los emprendedores y los trabajadores del sector privado. La consecuencia de esta incompetencia que describe Roig hace que sean los netócratas quienes construyen el verdadero discurso público y presionan a los representantes de la democracia, otorgándoles o quitándoles espacio conforme a sus intereses. Son los dueños de las redes y las grandes empresas de tecnología

y comunicación. Mayoritariamente los nuevos intermediarios y no todas las corporaciones mediáticas del siglo XX: *gatekeepers*, propietarios de medios e intermediarios de la cultura digital, dueños de empresas tecnológicas, creadores y administradores de redes privadas y públicas, emprendedores de compañías 2.0, etc. Los mediadores del siglo XXI. Según Benkler (2006), la transformación viene dada por el paso de una esfera pública dominada por los medios masivos a una esfera pública en red arbitrada por los ciudadanos. La netocracia es una clase pragmática y sus partidarios no pretenden involucrarse en estructuras políticas, porque no necesitan de esta lógica para construir poder. Como ya señalé, ellos diseñan plataformas a su medida y adaptadas a sus fines. Los netócratas trabajan en la geekonomía contribuyendo con sus redes a la creación de un caos espontáneo emergente que infravalora aún más a la democracia representativa y a sus burócratas. En esa lucha de poder “las burocracias son reticentes a utilizar tecnología en red que suponga compartir sus prácticas y pueda poner en peligro su capacidad para conservar el control sobre sus atribuciones” (Castells, 2009). Pero en la geekonomía, el poder no lo tiene quien gobierna las instituciones o los países, sino quien domina la relación entre las redes y tiene mayor capacidad para reconfigurar una red dada y adaptarla con flexibilidad a sus intereses. Por último, un rasgo de poder esencial de la netocracia es el control de los nodos más grandes o *hubs* y la capacidad de no depender de otros nodos más pequeños.

Al margen del sistema político tradicional, estas redes netocráticas poseen estrategias muy variadas. Una de ellas es el formato de la arquitectura y administración de las redes, que condicionan su funcionamiento. Otra es el diseño de la Web social que gestiona la conversación social al margen de los canales institucionales. Una tercera estrategia es el ciberactivismo. Ugarte (2008) lo define como una acción “que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del boca a boca y multiplicado por los medios de comunicación y la publicación electrónica personal”. Es una acción más de lo que Rheingold (2002) denominó multitudes inteligentes. Lo más relevante de los netócratas es que se han infiltrado definitivamente en las estructuras creadas por la burocracia para gestionar

el aparato del Estado. Ugarte (2008) agrega que “todos somos potencialmente ciberactivistas (...) estamos tan acostumbrados a vivir en redes de poder descentralizadas, que confundimos la organización de la representación con la organización de la acción colectiva. La perversión de la descentralización ha llegado a tal punto que la democracia se ha convertido en un sinónimo de elección de representantes, es decir de nodos filtro”.

La diferencia de productividad y eficiencia entre las redes netocráticas en la geekonomía y las redes democráticas de la economía industrial es hoy transparente, pero no siempre fue así. Después de décadas de promesas, el *e-government* ha resultado en un estado poco evolucionado de las redes tecnológicas. Por su altísimo coste y la necesidad de ser utilizadas con la mayor productividad posible, las computadoras de la fase *mainstream* eran institucionales y pertenecían a los gobiernos. Por eso, mediante sus recursos financieros públicos, las instituciones del Estado han tenido la oportunidad de actuar haciendo frente al poder de los primeros netócratas. Sin embargo, la administración electrónica ha resultado en costosas plataformas de comunicación vertical, de escaso valor social y poco orientadas a la participación ciudadana. Pero los comienzos del *e-government* fueron más alentadores. En 1989 en Santa Mónica, California, se creó PEN, el primer boletín electrónico con sala de chat de una administración pública local en el mundo (Losh, 2009), un temprano intento de construir una ciudad digital, anterior incluso a la famosa experiencia de Amsterdam. Veinte años después, desde 1989 al *Team Obama* (FastCompany designó así a la campaña presidencial de Barack Obama en la Web social; según la revista, el *Team Obama* fue la empresa más innovadora de 2008), la conversación de la esfera pública gubernamental ha sido transformada, pero no por vocación de la propia administración, sino por cuenta y obra de los emprendedores web, los diseñadores de interfaces y los programadores, o sea por parte de la netocracia. Estos actores transversales y ajenos a la lógica del gobierno de turno, aportaron un carácter menos burocrático a dicha reconfiguración y, una vez más, trasladaron parte del poder público a la sociedad civil y a las empresas. Se trató de una señal de las profundas limitaciones que las administraciones públicas tuvieron para adaptarse a la sociedad de la información y la incapacidad de sus recursos humanos para crear valor comunita-

rio en la gestión de la información pública. Si bien es cierto que en los tiempos pre-*Netscape* investigadores y universidades compartían la Red con los gestores públicos, estos últimos se han quedado rezagados como desarrolladores y han cedido el protagonismo a la iniciativa privada, conformando la geekonomía. Una de las mayores virtudes de Internet es el *empowerment* y la posibilidad de ofrecer una coordinación pública descentralizada. Sin embargo, la pseudo-interactividad de las plataformas web gubernamentales dificulta la innovación de prácticas sociales de carácter público, como veremos en el capítulo 5 con los modélicos ejemplos de innovación social colaborativa dirigida por entidades privadas en Estados Unidos.

Me atrae la idea de un sistema operativo cultural que mejore tanto la participación ciudadana como la de los grupos creados con fines específicos. Este sistema ha logrado influir notoriamente en la retórica del discurso tecnológico cotidiano a través del rol de la netocracia, pero ha tenido escasa influencia en las instituciones del Estado. El caso es que fue la netocracia de la mano de los geeks, y no las instituciones, la que definió la retórica digital y las convenciones de sus géneros, como el uso de las redes distribuidas o el hipertexto. Esta organización de la cosa pública no es un asunto menor. Desde siempre, gobiernos y medios organizaron la información de manera centralizada y la distribuyeron acorde con sus intereses. Pero uno de los grandes cambios que aporta Internet es la descentralización de la información pública. La propia constitución técnica de la Red facilita que los ciudadanos se organicen sin tutelas políticas. Cada vez más la innovación social requiere de redes bien diseñadas y neutrales que favorezcan la solución de problemas de forma más eficiente que la que proponen las instituciones verticales tradicionales. Los costes decrecientes del alojamiento en la *nube*, el acceso a Internet ubicuo, el abaratamiento de los dispositivos y la masificación del consumo de las redes sociales harán posible un *total recall system* en las instituciones. Aún no se puede precisar si este sistema de reconfiguración permanente contribuirá a quebrar la espiral de ineficiencia a la que nos tienen acostumbradas ciertas organizaciones. Este debate se presenta en varios pasajes del libro a través de los mediadores que iré analizando de forma diferenciada en cada capítulo.

AL INTERIOR DE “GEEKONOMÍA. UN RADAR PARA PRODUCIR EN EL POSTDIGITALISMO”

Una vez definidos geekonomía y *postdigitalismo*, los dos términos que de forma transversal recorren todo este trabajo, puedo introducirlos en los contenidos del libro.

En el capítulo 1 se trabaja sobre un componente común de la economía de Internet: la reconfiguración de viejos formatos, la aparición de nuevas lógicas narrativas, industriales y legales, así como la existencia de nuevos paradigmas relacionales. En esta primera parte, el guión gira sobre tres ejes: 1) profundiza en términos como *copyleft* y piratería y en sus teorías complementarias. En estos párrafos se cuestiona el discurso oficial de los intermediarios y los distribuidores culturales del siglo XX que se empeñan en criminalizar a una gran parte de los usuarios de la Red sólo para mantener el control de una industria que solía operar bajo la filosofía de la escasez; 2) enfatiza sobre la creciente relevancia del *cloud computing*, el espacio virtual remoto donde se alojan los datos en la Red y cómo su trascendencia modificará las prácticas industriales de gestión de la información y el consumo y acceso a los datos de los ciudadanos; 3) convoca a la construcción de esferas personales de identidad en la Red bajo una comunicación distribuida, para evitar el riesgo de caer en la invisibilidad.

Las ideas clave del primer eje son: *Creative Commons*, crisis de los *gatekeepers*, criminalización de los usuarios, innovación en la intermediación, *peer to peer* ilegal versus *streaming* legal, gratuidad y pago como modelos de negocio complementarios, filosofía del remix, cultura DIY, ética hacker, *empowerment*, socialismo digital y *transmedia storytelling*. Los conceptos clave alrededor del texto sobre el *cloud computing* son: memoria digital, megaservidores, externalización de las TIC, ahorro de costes en infraestructuras, foco en el negocio central y economía de las intenciones. Finalmente, las palabras clave en torno a las *me-spheres* son: egocasting, mercado como conversaciones, invisibilidad, falsa escasez, estrategia distribuida y conectividad a través de nichos.

El capítulo 2 es un estudio de caso que hace un zoom en el presente de las revistas científicas y cuestiona el *statu quo* papirocén-

trico de las editoriales profesionales. El panorama diferente en la geekonomía es que *journals* científicos más desintermediación derivan en *open access journals*, un nuevo formato de la comunicación científica que, sin afectar la imprescindible revisión entre pares, no daña de forma tan pronunciada a los recursos financieros de las universidades y permite privilegiar la calidad de los textos y los autores sobre el prestigio de las publicaciones. Este breve capítulo funciona como un conector entre la crisis del rol de la intermediación mediática tradicional del capítulo 1 y el presente de la Web social y sus plataformas colaborativas analizados en el capítulo 3. También se puede enlazar directamente con el capítulo 4, donde se observa la situación de la universidad y sus actores en esta primera década del siglo XXI. Los conceptos clave del capítulo 2 son: *Science Commons*, reputación del texto y no de la revista, gratuidad de acceso y diversidad nacional de los investigadores.

En el capítulo 3 se analiza la cambiante geografía del planeta Web 2.0 haciendo foco en el presente de la escritura colaborativa en Internet, su faceta identitaria y sus nuevas potencialidades de negocio. También se deconstruyen algunas aplicaciones exitosas. Por último, me sumo a la polémica sobre la crisis del formato blog. La Web social está en constante evolución y sus características no son las mismas que las descritas junto a Cristóbal Cobo a finales de 2007. Por eso, este capítulo se puede leer como un *bonus track* a la lectura de *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*.

Las nociones del capítulo 3 se dividen según sus secciones. En la introducción, los conceptos centrales son: arquitectura de plataformas distribuidas, *open source*, mobile web 2.0, narcisismo en la Web, atención/reciprocidad y *groundswell*. En el fragmento sobre Google las ideas clave son: *Googlejuice*, era *post-desktop*, monopolio meritocrático y colonización de la nube. Cuando se habla de Facebook y Twitter, los ejes argumentales son: consumo *snack*, identidades reales, comunidades de intereses, medio dominante de socialización, anonimato/transparencia, digitalización de la identidad, lazos sociales débiles, ciberencuentro *glocal* y tecnologías invisibles. Las ideas fuerza en torno al fenómeno de Craigslist son: filosofía ácrata, ilusión comunitaria posthippie y pragmatismo. Por último, en el análisis de la crisis de los blogs, los conceptos centrales son:

e-magazines, saturación y penetración en el *mainstream*, adjunción preferencial, *splogs*, dinámica de charlatanería, redes sociales generalistas y microblogging.

El capítulo 4 es el más extenso del libro y el que más conforme me ha dejado. Escribir sobre la universidad iberoamericana y sus protagonistas era una tarea pendiente que me debía hace mucho tiempo y me tomé el gusto de hacerlo de forma metódica y ordenada en este trabajo. La decisiva influencia de las TIC en la gestión del conocimiento universitario y en todas sus prácticas ubica a estas instituciones en el *postdigitalismo* y las obliga a adoptar una posición hacia el liderazgo social o a permanecer intactas como marcas blancas distribuidoras de títulos oficiales. Profesores, alumnos y administradores tienen el mismo peso de la responsabilidad en esa transformación. No se trata de creer que son los estudiantes de esta primera década del siglo XXI un sector tecnológicamente avanzado al que hay que seguir a ciegas y al cual los demás actores deberíamos adaptarnos.

Las nociones clave en la introducción sobre las universidades del siglo XXI son: marcas blancas, crisis de interfaces y métodos de aprendizaje, perpetuación del poder preconcebido, proletarianización de la docencia, fin del monopolio de la acreditación, rotura del vínculo entre los usuarios y la institución, *OpenCourseWare*, equilibrio entre gratuidad y escasez, *edupunk*, desintermediación, aprendizaje profundo y universidad-hotel versus universidad-laboratorio. En el párrafo sobre los nativos digitales, las palabras clave son: *millennials*, mito de la productividad, signos de un tiempo, *smart spots*, dispersión a través del *multitasking*, comunitarismo autista e *information literacy*. En el texto en el que se analiza el rol de los estudiantes, las ideas centrales son: *connective knowledge*, aprender a olvidar, currículum en la Red, identidades mosaico, intertextualidad, aprendizaje autodidacta, colateral y durante toda la vida, *blended learning*, combate a la cultura de la queja, conocimiento volátil, tolerancia a la ambigüedad y nomadismo. En cuanto a los profesores, los conceptos clave son: tutorización frente a divulgación de contenidos, conocimiento construido y no recibido, nuevos modelos mentales, evitar los motivadores arbitrarios, trabajo en beta, lucha contra la entropía, polialfabetización, producción contra la invisibilidad, rotura de territorios preconcebidos, meritocracia sin endogamia, educación estudiante-

céntrica y *funky research*. Por último, en el subcapítulo dedicado a las aplicaciones de educación abierta, las palabras clave son: intérpretes y sintetizadores, *e-competencias*, apertura de plataformas, megacampus y laboratorios.

El capítulo 5 conecta con el anterior y profundiza en el discurso público de la investigación más desarrollo más innovación tecnológica (I+D+I) y compara dos ecosistemas disímiles, Silicon Valley como un entorno significativo que sirve de referencia mundial, y España como un entorno voluntarista, que –a pesar de no poseer una posición degradada a nivel mundial en cuanto a la I+D+I– requiere de un esfuerzo mayor de sus actores estratégicos para no perder competitividad.

Los ejes para analizar Silicon Valley son: innovación dirigida por los usuarios, *changemakers*, cultura del riesgo empresarial, olas de innovación, desagregación de empresas, valoración del fracaso, investigación de élite, captación mundial de recursos humanos, trabajadores fundadores, reconstrucción y rediseño permanente e inyección de capital riesgo. Las ideas clave para analizar la I+D+I en España son: voluntarismo, escaso esfuerzo financiero público-privado, ausencia de la banca privada en el capital riesgo, baja inversión educativa, especulación financiera, pocos doctores en el tejido empresarial y precarias recompensas institucionales.

Para simplificar su lectura y hacerla más amena, la producción textual de este libro estará acompañada con contenidos multimedia, infografías, una oferta de lecturas básicas accesible en forma gratuita en la red, las nociones centrales de cada capítulo, un *delicious.com/geekonomia* con los principales enlaces externos, entre otros complementos. Todos estos contenidos extras se producen con el objetivo de que los lectores y la comunidad docente puedan utilizar este trabajo con fines pedagógicos. El uso docente es uno de los objetivos principales de *Transmedia XXI*, la nueva colección que lanza Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona junto al Laboratori de Mitjans Interactius (LMI). El trabajo introductorio de esta nueva colección es precisamente este *Geekonomía*.

Me gusta reseñar libros. Lo hago habitualmente en digitalismo.com, el blog que hacemos con Carlos Scolari desde 2005. Si tuviera que reseñar mi propio trabajo diría que este libro no se preocupa demasiado por las definiciones hegemónicas. En *Geekonomía* me inclino por un pensamiento divergente, paradójico, flexible. No existe un único argumento. Es como un libro de breves ensayos de diferentes autores, pero con una historia central que permite recorrerlo en forma hipertextual. Su principal vocación es dar pistas e incitar al lector a realizar nuevas lecturas y aprender o repensar algunas nociones de la economía de Internet. Como un *early observant*, quiero compartir una gran cantidad de lecturas que hice en el último semestre y dar pistas para que cada uno de vosotros pueda ampliar estas lecturas en función de sus intereses. Espero poder cumplir con ese objetivo.

¡Gracias por estar inmerso en estas páginas!

Hugo Pardo Kuklinski

Entre Palo Alto y Barcelona
Agosto a diciembre de 2009

Recursos extras

El uso docente es uno de los objetivos principales de este libro y de la Col·lecció Transmedia XXI. Por esto se han creado varios recursos, enlaces útiles y resúmenes de capítulos para que el lector pueda interactuar con las líneas argumentales que se proponen.

Marcadores de Geekonomía en línea:

<http://delicious.com/geekonomia>

Canal Geekonomía en YouTube:

www.youtube.com/user/Geekonomia

Ideas principales y recursos en la Web al final de cada capítulo.

blog:

www.digitalismo.com

Hugo Pardo Kuklinski en Twitter:

http://twitter.com/Hugo_pardo

Hugo Pardo Kuklinski en Facebook:

www.facebook.com/people/Hugo-Pardo-Kuklinski/622651888

Skype:

[callto:hugo.pardo](skype:callto:hugo.pardo)

e-mail:

hugo.pardo@lmi.ub.es