

# Enrique Dans

Profesor de Sistemas de Información

Imagen PostScript  
ite2.eps

## “La Web 2.0 nos sitúa en un entorno en el que todos podemos decir algo”



Aprender a moverse en un entorno de bidireccionalidad, en el que todos podemos decir algo y tener voz, como el que crea la Web 2.0, es algo determinante para las empresas. Así se lo explicó Enrique Dans, profesor de Sistemas de Información en el Instituto de Empresa, al interesado público que asistió en ITE Caixa Galicia a su conferencia sobre “Cómo hacer negocios en la Web 2.0”. Convencido de que esta herramienta está marcando una “revolución” en en que se relacionan las personas, similar a la que llevó a Barack Obama a la Presidencia de los Estados Unidos, el profesor Dans explicó que en este entorno surge un nuevo paradigma de hacer negocios.

**¿En qué medida la aparición de Internet ha supuesto una revolución similar a la aparición de la imprenta o de la radio?**

Internet es el primer medio de comunicación verdaderamente bidireccional por diseño, y esa bidireccionalidad provoca muchísimos cambios en una sociedad que no está acostumbrada a ella. La rapidísima adopción de Internet ha tenido dos fases: una primera en la que la mayor parte de los usuarios se limitaban a hacer clic y leer contenidos como si fuera una televisión con infinitos canales, y una segunda en la que el desarrollo de herramientas de publicación sencillas han permitido que, ade-

más, los usuarios creen y publiquen sus propios contenidos. Y es en ese sentido donde realmente Internet se convierte en diferente, en el momento en que puede servir para que cualquier usuario no se limite al papel de receptor, sino que se convierta además en un emisor de contenidos.

**¿Qué impacto ha tenido esta herramienta en la sociedad en general y en el mundo de la empresa en particular?**

El de protagonizar un auténtico cambio en la ecuación comunicativa. Cuando antes un usuario era un mero consumidor de la información que producían los medios, ahora se convierte en un creador, en alguien cuya opinión puede ser escuchada, como si tuviese su propio periódico, su propia radio o su propia televisión. De repente, las empresas o los medios se encuentran con que cualquiera puede producir contenidos, publicar su opinión, dar su opinión sobre un producto o atraer una audiencia determinada. Las empresas y los medios no son capaces de adaptarse a una sociedad que súbitamente se convierte en participativa, ni a la hiperabundancia de contenidos que se produce cuando todos creamos. Las empresas de contenidos pierden el monopolio que tenían sobre la producción y distribución, y esto genera una situación completamente nueva, una sociedad distinta.

**“Pasamos de una ‘economía de la escasez’ en los contenidos a una ‘economía de la abundancia’ en la que todos producimos contenidos de manera incesante”**

**¿Generalmente saben las empresas aprovechar las posibilidades que les ofrecen las nuevas tecnologías?**

No. En general, las empresas piensan en la tecnología como en un medio para hacer las mismas cosas, pero más rápidas o más baratas, con un nivel de eficiencia mayor. Pero la tecnología permite también hacer cosas completamente diferentes: hacer participar a los clientes en los procesos de la empresa, evaluar sus opiniones, hacerles llegar nuestros mensajes e información de maneras innovadoras, o en general, apalancar nuestras actividades de maneras completamente creativas en la tecnología. En muy pocos años hemos pasado de usar ordenadores como herramientas de productividad, de usar procesos de textos, hojas de cálculo o herramientas de productividad en general, a tener la mayor parte del tiempo delante de la nariz programas como navegadores, gestores de correo o mensajerías instantáneas, convirtiendo el ordenador en una herramienta de comunicación. Y a pesar de la magnitud de este cambio, la mayor parte de las empresas no han llegado a entenderlo, y siguen tratando la inversión en tecnología con una óptica completamente limitada.

**¿Qué papel pueden desempeñar las nuevas tecnologías ante una crisis eco-**



**nómica como la que estamos viviendo?**

El de convertirse en un factor disruptivo. Las empresas que son capaces de usar la tecnología como una fuente de disrupción pueden aprovechar ventajas radicales, que les permiten conectar con sus mercados y clientes, y alcanzar crecimientos mucho más rápidos que los de sus comparables. Ante una crisis como ésta, las empresas no pueden limitarse a pensar en la tecnología como forma de hacer lo mismo de siempre pero más rápido, sino que deben intentar replantear muchas de las cosas que hacían de manera inmutable desde hace años.

**¿En qué medida han sido responsables de esta situación?**

En ninguna. Esta crisis no nace en el patio de atrás de las tecnologías, sino en el de los financieros. Un sector financiero que se ha querido presentar como un entorno donde el dinero aparecía misteriosamente debajo de las piedras y cre-

cía en las copas de los árboles de manera inexplicable –o demasiado compleja para ser explicada– de formas sospechosamente parecidas a como surgió la crisis de las puntocom a finales de los 90. La tecnología, en este caso, está aquí para intentar arreglar la papeleta, con nuevas maneras de hacer las cosas, más eficientes e imaginativas. A nadie le gusta la crisis, pero es un momento bueno para incentivar las nuevas ideas.

**¿Cree que el sistema educativo sigue el ritmo que marcan las nuevas tecnologías?**

El sistema educativo en este momento resulta patético, ridículo, centrado en métodos memorísticos y de aprehensión de un conocimiento que de manera invariable se encuentra a golpe de un clic. En su lugar, los profesores deben enseñar a manejar ideas, conceptos, conocimientos, y a destilarlos en trabajos que aporten valor sobre ello. En lugar de valorar el proceso de encontrar el cono-

cimiento, que hoy es algo que puede hacer cualquiera, centrarse en hacer cosas con él, cualificarlo, elaborarlo, utilizarlo, etc. de manera que los alumnos aprendan a ser una parte activa en su elaboración y proceso. Si algo está necesitado de una fuerte redefinición en el momento que vivimos es precisamente el mundo de la educación.

#### ¿Y la legislación?

La ley no es capaz de evolucionar a la velocidad con la que la tecnología define nuevas situaciones. Esto requiere legisladores que sean capaces de entender la tecnología y de derivar legislación de situaciones comparables, anteriores al desarrollo de una tecnología determinada, pero que respondan a los mismos esquemas. Por el momento, los sistemas basados en el derecho anglosajón se han demostrado mucho más eficientes que los derivados del derecho romano-germánico a la hora de actuar como un control sin ejercer un efecto restrictivo sobre la innovación.

#### ¿Existen en España profesionales capacitados para sacar el máximo rendimiento a estas herramientas?

En España existe una notable falta de programadores entendidos como personas capaces de traducir ideas en código. Esos programadores que en sitios como Silicon Valley se convierten en las estrellas de un proyecto, en una de las personas más importantes del mismo, que suelen tener participación accionarial en el mismo para evitar su fuga, y que trabajan en equipos pequeños, dos o tres programadores y un diseñador, responsables de la totalidad del proyecto. Ese perfil es casi imposible de encontrar en un país en el que los profesores de las escuelas técnicas se dedican a convencer a los alumnos para que se alejen de

## “No podemos hablar de cómo los negocios utilizan la Web 2.0, sino de cómo la Web 2.0 transforma los negocios”

la programación, porque la consideran un trabajo de baja cualificación. Los programadores de ese tipo, en realidad, tienen en sus manos las llaves del futuro.

#### En ITE Caixa Galicia pronunció una conferencia sobre “Cómo hacer negocios en la web 2.0. ¿Qué significa este nuevo término?

El término no es nuevo, en realidad empieza ya a resultar demasiado antiguo en un entorno que se ha especializado en fabricar etiquetas a la misma velocidad a la que las quema. Se refiere al paso de una web unidireccional, como la que vivíamos en los 90, de una “economía de la escasez” en los contenidos, a una web completamente bidireccional, a una “economía de la abundancia” en la que todos producimos contenidos de manera incesante. Aprender a moverse en este entorno en el que todos podemos decir algo, tener voz, es algo determinante para las empresas.

#### ¿Qué ventajas puede ofrecer para hacer negocios?

Se trata de algo mucho más amplio que todo eso. No podemos hablar de cómo los negocios utilizan la Web 2.0, sino de cómo la Web 2.0 transforma los negocios, de la misma manera que el nuevo

presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, se dio cuenta de que no podía simplemente utilizar la red como arma electoral, sino que ésta iba a cambiar la manera de hacer política, y fue esa revelación la que le llevó a la Presidencia. Las empresas que aprendan a gestionar la transformación que la Web 2.0 supone en sus negocios serán las que serán capaces de apalancarse en la tecnología.

#### ¿Supone un alto coste para las empresas?

No es un problema de coste. Las tecnologías implicadas en la bidireccionalidad son sumamente sencillas y accesibles. Es más un problema de mentalidad, de entender cómo cambian los negocios cuando son sometidos a la bidireccionalidad. No es una transformación sencilla, redefine muchos de los factores fundamentales que hemos conocido en la forma de hacer negocio, pero es algo que acabará afectando a todas las empresas, porque responde a un cambio fundamental en el entorno.

