



Qué se dice

7. La clave está en la *desintermediación*

ENTREVISTA A HUGO PARDO KUKLINSKI

POR DAMIÁN FRATICELLI

Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada
Año IV, # 10, Segundo semestre 2013
Buenos Aires ARG | Págs. 96 a 104

96

Hugo Pardo Kuklinski, PhD. Fundador y actual Director general de Outliers School. Fundador de CampusMovil.net (2008-2010). Doctor en Comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona. Investigador del Laboratorio de Medios Interactivos (LMI), Universitat de Barcelona. Visiting Professor HCI Group, Stanford University (2007/2010). Conferencista y consultor internacional en cultura y comunicación digital y en educación. Entre sus publicaciones más recientes destacan “Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo” (2010) y “Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food” (2007). Coproduce digitalismo.com

<http://www.about.me/hugopardokuklinski>

<http://www.digitalismo.com/hugopardokuklinski/>

En *Geekonomía*, vos llamás a este momento de las mediatizaciones “postdigitalismo”, quería que nos contaras cuáles son las características principales para vos de este momento y cuál es el diálogo que ves entre los medios masivos y los “nuevos” medios.

Utilizo postdigitalismo como un término provisional, hasta que venga alguien con mayor autoridad sociológica y lo defina de otra manera. Decimos postdigitalismo porque venimos hace más de veinte años hablando de cultura y comunicación digital. Carlos Scolari montó y juntos trabajamos desde 2004 en el primer Departamento de comunicación digital de Iberoamérica, en la Universitat de Vic, en Barcelona. Entonces, la noción de comunicación digital estaba más nítida en detrimento de otros procesos analógicos, pero en 2013 ¿qué queda afuera de lo digital?, ¿qué proceso comunicacional no está digitalizado? Entonces el concepto digital resulta ambiguo, hay otra tarea, está pasando algo más

radical para analizar. La clave está en la *desintermediación* de los procesos de producción de información y distribución de información. La desintermediación es buena para múltiples cosas. Primero porque reduce el coste final de una transacción informacional, luego porque acelera el intercambio entre el productor y el consumidor. Finalmente genera toda una nueva oleada de emprendedores digitales que inicialmente actúan por fuera del statu quo industrial y aportan una gran dosis de innovación al ecosistema de la comunicación. Si yo soy autor de un libro, antes la única opción que tenía era hacer el libro, ir a una editorial, esperar que me dijeran que sí, y que ellos lo publiquen bajo sus estrictas condiciones. Ahora me junto contigo, hacemos un libro, hacemos una Web, y a la semana que tenemos el libro, lo editamos. Incluso hasta puedo tener la posibilidad de ganar dinero con eso. Las personas se han vuelto productoras de información de una manera muy accesible, muy fácil, más allá del valor de su aporte a la conversación social. Esto es básicamente el gran cambio, y ha afectado mucho a todo lo que yo llamo industria de la comunicación, que es la educación, la industria de los medios, la industria editorial, la industria cultural, las relaciones públicas, la publicidad, la política, etc.

En relación a la educación, que es un área en la que te has especializado, ¿hacia dónde crees que va la educación on-line?

Yo creo que el fenómeno de desintermediación es cada vez más creciente. Creo que la legitimidad de los pedagogos, de los docentes, que siempre fue dada por las instituciones, hoy es horizontal. Incluso, puedes dedicarte a educar o a formar, o al aprendizaje, sin ser legitimado por las instituciones o el Estado. Es una legitimación horizontal, es un gran cambio porque modifica la lógica del aula. Todo espacio es un aula. No sólo para nosotros que venimos de la academia y podemos ser legitimados por redes horizontales sin tener que pasar por el Ministerio de Educación, sino por los propios consumidores de educación. Porqué tener a un profesor que no he elegido, si puedo tener al que yo quiera en algún proceso on-line, presencial o blended. Eso es un gran cambio, pero vienen otros. Yo creo que el espacio arquitectónico va a tener que cambiar, o sea, se tienen que pensar espacios mucho más dinámicos; el aula es un espacio obsoleto, creer que uno se forma en un aula es absurdo. Lo más grave es que todo el proceso pedagógico en la enseñanza formal está pensado en lo que va a pasar en el aula, todo está pensando en lo que vamos a ver en el aula. En eso estamos trabajando con Outliers School.

Vos crees que esa interacción entre profesor y alumno se va a dar en otro espacio que no sea el aula.

Exacto, cada vez más en otros espacios y el aula va a ser un espacio marginal, más focalizado en la mentorización y en la conversación. Ahora se está hablando del concepto de flipped classroom, o clase invertida. Los contenidos teóricos en espacios virtuales o mixtos (en un canal *YouTube*, *Vimeo*, vía *HangOut*, *Blackboard*, etc) y aprovechar el espacio de interacción presencial para hablar de cuál es tu problema de aprendizaje. Así trabajamos con el *Design Thinking*, aprendizaje basado en resolución de problemas, donde el aprendizaje teórico integra ese proceso y se adapta a las necesidades específicas de aprendizaje de quién debe crear o resolver algo, de un tinkerer o un DIYer. El aprendizaje teórico se mete en el medio del problema que tú tienes, que puede ser un problema cognitivo, un problema industrial, o un problema de diseño.

Es más individualizado el proceso.

Sí, y yo creo que ahí hay un cambio de procesos y a nivel arquitectónico. La pregunta es ¿cómo haces para que universidades masificadas, burocratizadas, conservadoras y endogámicas cambien en ese sentido? La batalla es tan difícil que la mayoría de procesos innovadores de desintermediación se están dando afuera de las instituciones, incluso con gente como yo que pertenece al mundo académico, pero al ver que no es posible generar cambios internos, diseñamos proyectos por afuera, como en mi caso hice con *CampusMovil.net*, *Imagine Postdigital* en Barcelona u *Outliers School*. Cada vez somos más colegas en esa situación, y estoy pensando en *KaosPilot*, *Knowmads Business School*, *Imagine.cc*, *Institute of Play*, *Singularity University*, *Khan Academy*, *Tinkering School* en San Francisco y otros.

98

Así como cambia la arquitectura en la universidad, ¿vos ves algún tipo de cambio en la relación que existe entre ciudadano y espacio urbano?

Bueno, ahí está la idea de las *smart cities*. Una ciudad es inteligente si mejora la usabilidad de las interacciones físicas, partiendo de la experiencia digital y utilizando tecnologías digitales. Cuando uno piensa qué es una *smart city*, una ciudad inteligente, una de las variables más importantes es que integre el fenómeno de cultura digital a sus procesos analógicos a través del uso inteligente de las TIC y el Big data. Las interacciones en una ciudad son básicamente analógicas. Nosotros venimos de hacer un proceso de *Design Thinking* para el Sistema Público de Bibliotecas de Medellín

en el que analizamos y prototipamos cómo hacer que un espacio analógico, como una biblioteca, integre a sus procesos veinte años de aprendizaje de cultura digital. Te recomiendo ver <http://www.outliersschool.net/planbibliotecasmde/>. Entonces tú dices, ¿qué nos han enseñado más de 20 años de cultura digital para trasladar a un proceso analógico o uno mixto? Empezar a entender que las redes son redes distribuidas, que la ciudad es un espacio para conectar personas, que no necesariamente las personas se tienen que conectar oficialmente en instituciones a partir de la política, sino que a nivel social se conectan para organizar algo y se desconectan cuando el objetivo está cumplido. De esa lógica vienen los movimientos ciudadanos y los *smart-mobs*. O sea pensar a las ciudades como una interfaz donde las personas se conectan pero ya en forma digital, o por lo menos de forma analógica pero con una conceptualización digital, sin estructuras verticales, sin jerarquías preestablecidas. Hoy tú lideras un proceso pero mañana lo lidero yo. Nos juntamos un día y nos organizamos otro, no tenemos que formalizar nada. Esta cosa de buscar modos de legitimidad, como los propios ciudadanos legitiman espacios usando las redes, desde las redes sociales. Ahí está pasando una cosa súper interesante.

Uno puede pensar que un fenómeno clave que vos estás señalando es lo que se suele llamar como *colaboración*, ¿qué desafíos implican para vos poder estudiarla, si pensás en cómo se venía estudiando la relación entre los medios masivos y su público?

El fenómeno más paradigmático es el de la *Wikipedia*. Un modelo de colaboración horizontal con legitimidad de la propia red, pero con una red tan potente y tan bien estructurada que hace que tú puedas subir una definición y que después de pasar por ciertos procesos de colaboración y edición la definición sea una definición de *Wikipedia*. Otro ejemplo es OpenStreetMap, un wiki de geografía global con más de 1.200.000 usuarios, haciendo mapas desde lo comunitario. Otro es Global Voices, una red internacional de bloggers que traducen, reportan y defienden a los blogs en todo el mundo. Innocentive, Podríamos mencionar decenas de ejemplos. Estoy pensando en el tránsito, en la seguridad, en cómo nos juntamos las personas que tenemos intereses similares, las ciudades que no son inteligentes no lo gestionan bien. El tránsito es quizá un caso más claro. O sea, cómo hacer para generar espacios de colaboración ciudadana con un nivel de usabilidad complejo. Recién llegué ayer aquí a Buenos Aires y me explicaban cómo funciona el Metrobus que está en la 9 de julio que hace un año y medio no estaba. En Bogotá hay un sistema igual que se llama TransMilenio, al final fijate que hay un proceso de construcción de redes,

de hacer redes más ecológicas, más usables, y que mejoran el flujo de información y de personas. Y eso es algo que las ciudades inteligentes están haciendo bien. San Francisco es una buena referencia y Medellín está trabajando bien en ese sentido. Barcelona también a nivel de uso de la bicicleta y transporte público. Cómo mejorar los flujos de información o de personas. Pero aprendiendo de veinte años de cultural digital, habilidades, interfaces, clicks. Cómo hago algo a un click, como voy a un lado con un click, es decir, de la manera más fácil posible. Eso habla de una ciudad inteligente. Siempre son mediaciones, pero hoy son mediaciones diferentes.

Un fenómeno que se está dando aquí es una interacción cada vez más compleja entre hipermedios y medios masivos. No sé si llegaste a verlo, pero aquí hay un programa llamado *Periodismo para todos*, conducido por Lanata, que suele hacer denuncias contra el oficialismo. Hace poco emitió una denuncia contra la presidente, y en el mismo momento que lo hacía, otros programas, como “Bajada de línea”, lo desmentían y lo mismo hacía por *Twitter* la Casa Rosada. Esos tweets se viralizaron produciendo nuevos tweets en respuesta y discusiones entre los ciudadanos y, al día siguiente, fueron retomados por los noticieros y los programas políticos.

100

Esto pasa todo el tiempo. Tú quieres establecer una agenda muy 1.0, digamos, pero es imposible. Me acuerdo el programa de D' Elia, empezando el programa ya te están cambiando el eje de acción, entonces lo que tienes guionado ya no te sirve.

¿Eso pasa en España también?

Hay un programa, *Salvados*, que dan los domingos a la noche, y es también sobre denuncias públicas y corrupción. Tiene una muy interesante estrategia de viralidad en *Twitter*. Se da este fenómeno de dobles pantallas, estás viendo el programa y a la vez conversas en la red, *twitteando*, si estás de acuerdo o no, y hasta incluso hay un fenómeno de transmedia, porque los espectadores se convierten en productores y aportan nuevos datos. Está genial eso y está pasando hace mucho tiempo. Vi algo similar hace ya 6 años en la PBS en EEUU. Son fenómenos de desintermediación. En la era de la televisión era impensable, uno veía y consumía eso y ya está. Ahora hay todo un debate en tiempo real.

Lo que uno observa también es que esa viralización que se produce siempre tiene que pasar por un medio masivo para que se constituya en fenómeno mediático.

Todavía sí, yo creo que eso es un fenómeno muy de América Latina. Argentina es un país muy televisivo, Brasil también. América Latina es todavía una sociedad muy televisada,

pero está cambiando. Sigue siendo una sociedad muy televisada, pero eso va cada vez más a menos porque si te fijas en la gente joven su nivel de consumo televisivo es cada vez más bajo, estamos en una transición. Estoy convencido que esto va a cambiar definitivamente y la agenda pública será multiplataforma y con eje en la red.

¿Lo que decís es que en algún momento se va a acabar el fenómeno mediático compartido por todos?

Sobre todo el prime time, esta idea de sentarnos todos a la misma hora a ver algo. Puede ser con el deporte porque tiene el valor añadido del vivo, también puede ser con programas políticos, pero la construcción de la noticia se da de otra manera totalmente diferente. Incluso el rumor activa lógicas de construcción totalmente diferentes, eso está pasando ya. En *House of Cards*, la serie de Netflix, resulta que una chica, periodista, es amante del político protagonista y que es el jefe del congreso americano, y como son amantes él le da la información. Y ella, en tiempo real o sea mientras él le da la información, va twitteando lo que pasa. Ella dice: "Cuando hablas conmigo hablas con miles." Hace poco estaba en San Pablo dando una charla y hablábamos de eso, el periodista está muy acostumbrado a generar noticias desde cero y a controlarlas, a controlar el flujo de la información, por lo menos a ser quien lidera el flujo de la información. Eso ya desaparece, imposible porque incluso cualquier cosa que tú dispares genera todo un debate. Es fantástico, es muy rico, pero construye la noticia de una manera muy diferente. El periodista hoy debe ser creador y especialmente curador de la conversación social.

101

Ya para cerrar, sobre estos fenómenos de transmediatización no-ficcional, ¿cuáles son las líneas de investigación que te parecen que tendrían que desarrollarse?

Mira, yo no soy un experto en transmedia, no he trabajado en ese campo. A mí un tema que me interesa mucho es los relatos transmedia en la educación, o sea, como podemos construir relatos transmediales superando el aula y el libro, es algo súper interesante y no hay mucha investigación sobre eso. Incluso cuando comenzamos *Outliers School*, con Carlos Scolari y Cristóbal Cobo dijimos "pensemos en construir narraciones transmedia en el aula, o en el espacio de enseñanza". Yo creo que esa es un área de investigación interesante, las narrativas transmedia en la educación formal.

Estos fenómenos que comentás, ¿fomentan la discusión sobre la legitimidad del docente de la misma manera que sucede con la del periodista?

Fíjate que lo interesante es que un buen periodista hoy es quien mantiene vivo el flujo del relato, es quien contesta. Lo mismo tiene que ser la educación, un relato de flujo. Si yo consigo eso en un proceso pedagógico es fantástico, porque en ese flujo es donde se aprende. Si no hay flujo es porque no hay motivación, que es lo que normalmente pasa. Enseño algo en aula en el mismo flujo, les pido un trabajo a los alumnos, el alumno entrega y se pierde el flujo, es una repetición de lo que yo dije, no avanza el proceso creativo. Todo lo que nos interesa socialmente es un flujo, donde uno está todo el tiempo participando. ¿Cómo hacemos para generar en espacios pedagógicos formales donde lo bidireccional se convierta en un flujo, incluso trascendiendo el espacio formal? Ahí yo creo que es súper interesante estudiar pedagogías posibles como traer de las narrativas transmedia a la educación.

También leí que vos planteas que la legitimidad del docente está vinculada a su calidad.

102

Calidad y visibilidad. Yo siempre digo que cambiaron los procesos, antes la transacción informacional no dejaba de ser económica, yo hacía un libro y tú me pagabas, yo enseñaba y la universidad me pagaba. Ahora hay una cosa diferente que tiene que ver con que los procesos económicos en la economía digital son diferentes. La visibilidad me da prestigio y el prestigio me da dinero. Hoy se monetiza el prestigio, no el contenido. Decimos que es muy difícil ganar dinero con el contenido, quizás lo que hay que hacer es dar los contenidos gratis, que esos contenidos te den visibilidad, y luego ganas dinero dando conferencias, montando acciones o haciendo de consultor. Yo creo que también eso llega al docente, si tú consigues en el espacio académico tener una voz propia en la red. Me crucé hace dos días con Alejandro Piscitelli en Bogotá. Alejandro es un referente, una persona visible que viene trabajando hace muchos años en comunicación digital ¿Por qué está en Bogotá? Porque consiguió prestigio, tiene visibilidad que le dio prestigio y le dijeron “mira, te queremos aquí”. En el espacio académico del siglo XX eso no sucedía, excepto para las eminencias, porque muchas veces lo que pasa es que uno, el investigador o académico, no está preparado o no es consciente del trabajo que tiene que hacer de visibilidad. Cuando uno publica, tiene que ser su propio Community Manager. Tiene que pensar cómo hacer que algo que estoy investigando que es

novedoso se mantenga en un flujo conversacional. A través de las redes sociales, de los blogs, publicar libros, informes, hacer infografías, hacer infovisualizaciones, es decir, generar un montón de relatos en paralelo, transmediales. Hoy ya no alcanza el paper. El paper es uno más, pero seguimos con la dinámica de yo investigo, publico un paper y me publican en una revista y ya está.

Las instituciones siguen funcionando de esa manera y te evalúan de esa manera.

103

Está bien, pero lo que está empezando a pasar es que hay una legitimación paralela, que incluso funciona mucho mejor, que es la de tu propia comunidad de interés. Tu currículum es lo que estás creando e innovando hoy y la visibilidad que eso te está dando. En parte pasa eso, he venido viajando por todo Iberoamérica por esa legitimidad que he intentado conseguir, y eso es algo que yo creo que va a ir pasando mucho más. Quienes aprendan a manejarse en red en una lógica “glocal”, como dice Castells, global y local, tendrán muchas más posibilidades. En *Geekonomía*, escribí un capítulo sobre la economía de la comunicación científica, de los journals. Eso era muy de siglo XIX y siglo XX, y funcionaba bien, pero hoy no tiene sentido, incluso está cambiando de manera radical. Mira lo que está haciendo el Reino Unido, a los investigadores que investigan con fondos públicos los obligan a que publiquen en editoriales que tienen acceso público gratis. Eso está muy bien, porque las editoriales científicas son cuatro oligopolios y manejan el ochenta por ciento del mercado mundial. Es un escándalo. Normalmente trabajas en una universidad, la universidad te paga para que investigues, pero los resultados que obtienes se los quedan esas editoriales. Entonces tienes que pagarles a esas editoriales para tener acceso a resultados de investigación que han obtenido tal vez investigadores de tu propia universidad. La universidad paga dos veces, al investigador y a la editorial. Entonces lo que está haciendo el Reino Unido está muy bien, pero también es cierto que genera mucho más ruido, mucha más información, entonces, ¿cómo hago yo para destacar en ese flujo enorme de información? Con Cristóbal Cobo hicimos en el 2007 *Planeta Web 2.0*, fue el primer libro que hablaba en español sobre el tema de la web social. Yo en ese momento estaba trabajando en Stanford, en Estados Unidos y vi que había que publicar un libro sobre el tema porque era un fenómeno que iba a explotar, fue incluso antes de que se expandiera *Facebook*. “¿Qué hacemos?”, nos preguntamos, “¿Lo escribimos y vamos a una editorial?”. No, eso no porque iba a demorar un año, y no íbamos a poder ser los primeros en hablar del tema. Conclusión, hicimos el libro,

le pusimos el sello de donde él trabajaba, que era FLACSO y yo el de la Universitat de Vic, y lo publicamos en abierto. El libro tuvo un éxito enorme, no ganamos un euro, pero ganamos mucha visibilidad. El esfuerzo hoy es doble, antes era: investigo e intento que me publiquen, ahora no tengo que esperar que un journal me legitime. Es cierto que aún el Ministerio de Educación le da mucha importancia a los journal, pero eso cambiará, va a llegar un momento en que se va a empezar a valorar la visibilidad, es una consecuencia lógica del desarrollo que está teniendo el ecosistema de la comunicación científica.

¿Sobre qué tema estás trabajando actualmente?

Bueno, yo dirijo un proyecto que es *Outliers School*. La Escuela de los Fuera de Serie ofrece acciones presenciales, virtuales e híbridas, bajo una metodología del *Design Thinking* sobre temas de educación, cultura digital y comunicación digital. Somos un equipo de ocho personas. Además estoy escribiendo mi nuevo libro que saldrá en el primer semestre de 2014. El tema es qué nos han enseñado treinta años de cultura digital y aún no hemos aprendido.

104

¿Un libro para que nos recomiendes?

Un libro que me fascinó y lo leí hace como un año en Estados Unidos es *The Start-up of you* de Reid Hoffman, el dueño de *LinkedIn*. En castellano se llama *El dueño eres tú*. Me encantó, no tiene que ver con comunicación, tiene que ver con cómo nos empezamos a ver las personas como *start-ups* de *Silicon Valley*, en el sentido de ser muchos más radicales en las decisiones profesionales que tomamos, equivocarnos mucho, rápido y barato, y un montón de fenómenos que tienen que ver con la lógica de los *start-up* en *Internet*, pero que las personas a veces no hacemos. Es un libro que a mí me ha inspirado mucho incluso en mis decisiones profesionales, y que recomiendo a todo el mundo, me parece un libro genial. Sobre todo para la academia. Creo que los estudiantes necesitan cambiar un poco el chip y pensarse como *start-ups*, para moverse mejor profesionalmente.