



La web 2.0: quizá se trate de simple y poderosa comunicación humana

Las organizaciones nacieron en parte como una forma de reducir los costes de transacción en que se incurría si las partes en contacto no formaban parte de la misma entidad. Ronald Coase lo explicó en *The Nature of the Firm*^[1]. Rafael Echeverría en *La Empresa Emergente*^[2] argumenta por qué es fundamental la coordinación entre individuos. Dice que no se trata tanto de conseguir óptimos locales sino que la clave está en esa multitud de momentos en que las personas deben ponerse en contacto entre sí.

Como seres sociales que somos, las personas necesitamos comunicarnos e interactuar con las demás. Hablamos, nos miramos, callamos, intervenimos. Disponemos de un amplísimo repertorio de capacidades para coordinarnos. Otra cosa es que queramos hacerlo.

Las tecnologías de la información y la comunicación avanzan deprisa. Eudald Carbonell afirma que la socialización que está provocando la telefonía móvil supera nuestra capacidad de comprensión. Los humanos necesitamos tiempo para asumir toda esta invasión tecnológica. En realidad siempre hemos convivido con ella, pero ahora se ha desbocado y nada parece predecir que su ritmo evolutivo vaya a decrecer. Y la palabra clave no es tecnología, no. La palabra clave es **comunicación**. Las tecnologías no son interesantes en sí mismas, lo son según para qué las estemos usando.

Las organizaciones definieron con el paso del tiempo perímetros de seguridad. A través de diverso armamento clasificador: áreas, procesos, departamentos, niveles salariales, zonas geográficas, perfiles de usuario o verjas alrededor del espacio físico. Las organizaciones consiguieron construir un mundo en el que la separación dentro/fuera, la diferenciación exclusiva que diría Ulrich Beck^[3], las dotaba de seguridad. Por eso sufren con la socialización de las tecnologías. La abominable –para ciertos negocios– tecnología del p2p (peer to peer, de igual a igual) socava su arquitectura. Tú y yo compartimos plano de relación, somos iguales. Tú no estás en un sitio y yo en otro; tú no estás en una categoría y yo en la otra. Tú y yo estamos en el mismo plano.

En realidad no tiene que ver con el uso de unas u otras tecnologías. La organización cruje con la extensión del uso de las tecnologías de información y comunicación. La brecha digital se abre no ya entre ricos y pobres (que también puede ocurrir) sino entre gente competente digitalmente y gente que no lo es. Y en los consejos de dirección de muchas organizaciones habitan personas con insuficiente competencia digital. Lo decimos con la convicción de que tienen gran margen de mejora. Sólo necesitan quererlo. ¿Lo quieren?



Internet puede ser una amenaza. Así de sencillo. ¿Por qué? Porque representa una oscura habitación donde apenas es posible entenderse. Allí habitan miles de contenidos desperdigados por baldas sin ningún orden ni concierto. Allí habitan herramientas y más herramientas que se regeneran a cada instante y que desarbolan cualquier intento racional de comprenderlas. En esa habitación objetos, personas, basura y miles de elementos indefinibles ocupan un espacio que crece sin cesar. El espacio, de la mano de la nanotecnología, crece con el tiempo: más en menos espacio. Incomprensible para quienes aprendieron a través de una gestión de cuellos de botella y de máximo aprovechamiento del espacio físico.

Las organizaciones de hoy no pueden sino volverse cada vez más líquidas. La literatura de gestión se llena de páginas en torno a la retención del talento. Pero la esencia del talento es fluir, es acudir al encuentro de sus iguales. El talento necesita interactuar con talento. Una política intervencionista sólo provocará malestar. “No me entienden”. El talento dirá que “no le entienden”.

La web 2.0 es asunto fundamentalmente social. No tanto de empresas ni de instituciones ni de poderes constituidos. Es cuestión de poderes constituyentes. Por la vía de la participación, por la vía de compartir con semejantes, las aplicaciones de la web 2.0 parecen cobrar una inusitada vida pública. Transparentarse, exponerse, aceptar con naturalidad la reputación online, todo eso forma parte del juego. Porque en parte es jugar, es sentirse persona cómoda con la prueba controlada, es sentirse cómoda en la experimentación activa.



Las organizaciones saben que sus personas son su principal activo. Se ha repetido hasta la saciedad. Pero nunca antes las personas habían tenido tanto poder individualmente. Precaución, inteligencia, tranquilidad. No hay que sumarse a la fiesta de la web 2.0 porque sí. Necesitamos sentido crítico, ojos abiertos y, sobre todo, saber de qué estamos hablando. Necesitamos que las personas aprendan a medida que actúan. Tienen que aprender a ser precavidas, a tener un sexto sentido en Internet. Porque Internet también magnifica la sociedad de consumo. Zygmunt Bauman nos previene de esta "reificación" de la persona, sujeto y objeto de consumo^[4].

La minería de datos da miedo. Las organizaciones pueden bucear en nuestros fragmentos digitales. Google es el intermediario para recomponer nuestra identidad de dominio público. Así que hay que construir nuevas reglas de respeto mutuo. Las personas tienen (pueden tener) más poder mientras que las organizaciones siguen buscando personas comprometidas con sus proyectos de empresa. Terreno complicado el de la fragmentación del yo en la sociedad postmoderna porque hace crujir las estructuras organizativas, que ahora ya no sirven para esta vida líquida en la que navegamos. La información, como omnipresente materia prima de las organizaciones actuales, fluye cuesta abajo y se redistribuye a sí misma a velocidades de vértigo. La digitalización provoca que los costes de distribución tiendan a cero.

¿Cómo debe, por tanto, encarar una empresa su vida en la web social? La mejor noticia es que sólo podrá hacerlo asumiendo, por fin, que no dispone de trabajadores ni de empleados. Allí hay **personas**, que con su conocimiento (compartido) generan eficiencia y competitividad.

Pero esto, simple de decir, es tremendamente complejo de poner en práctica. Porque surgen fantasmas desde las dos partes: las personas son reticentes a abandonar su rol de trabajadoras y están alerta para no ser engañadas por valores, misiones y visiones que quieren actuar sobre su parte emocional. Por el contrario, la organización ve cómo su perímetro de seguridad se resquebraja porque la información se cuela por cualquier rendija. Da igual que quieras tapar un agujero: tienes tantos como personas trabajan contigo.

Así que volvemos al principio: las organizaciones son personas. Pero ahora pueden coordinarse cada vez mejor (nos acordamos de Rafael Echeverría) sin grandes estructuras por detrás. Eso sí, las personas necesitan educación y necesitan aprender a construir su vida, también, en Internet. De forma consciente y activa. La web 2.0 no es tecnología. Es, sobre todo, una forma de extender y potenciar nuestras capacidades de comunicación. Así de simple.

[1] COASE, Ronald H. (1937). "The Nature of the Firm". Readings in Price Theory. Homewood, IL, Irwin. New Series, V: 331-351.

[2] ECHEVERRÍA, R. (2003). La empresa emergente: la confianza y los desafíos de la transformación. Buenos Aires: Granica.

[3] BECK, U. (1998). ¿Qué es la globalización?. Falacias del globalismo, respuestas a la globalización, Barcelona: Paidós.

[4] BAUMAN, Z. (2007): Vida de consumo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Julen Iturbe-Ormaetxe, consultor artesano