

ANDALUCÍA



CONVERSACIONES EN ANDALUCÍA

LUIS RULL MUÑOZ

Sociólogo, coorganizador de Evento Blog España –2.500 asistentes en la quinta edición celebrada en Sevilla hace un mes–, lucha desde su empresa, Mecus, para evangelizar a las empresas en cómo internet y el software libre les puede mejorar la productividad

«Los empresarios jóvenes no están en los círculos cerrados del poder de Andalucía»

BERTA GONZÁLEZ DE VEGA

Es pequeño, con cara de niño, a pesar de las gafas, y, sin embargo, es uno de los más adultos en estudiar las redes sociales, desde antes de que fueran sinónimo de aplicaciones de internet. Del mundo académico aprendió habilidades que más tarde aplicó en beneficio de su empresa, Mecus y de su inmensa curiosidad personal. No es un nativo digital, pero yo sí que me siento inmigrante digital a su lado. Es de esas personas que hablan desde Sevilla, pero podrían hacerlo desde cualquier parte del mundo, quizás por ser hijo de una estirpe de profesores de universidad que se ha movido, que cultivado amistades foráneas, que, como dice en la entrevista, le han incluido una visión crítica de la vida.

Pregunta.—Acabamos de conocer los resultados de PISA. Marc Prensky, la persona que acuñó el término nativo digital, decía el otro día

«Los políticos están en twitter para hacer propaganda no para cambiar sus ideas»

«Creíamos que la innovación vendría de todo el mundo y sigue viniendo de California»

en Madrid que la enseñanza no ha cambiado al ritmo que necesita por las nuevas tecnologías. Que le parece una tontería, por ejemplo, las horas dedicadas a la caligrafía...

Respuesta.—Pues habrá que enseñar a escribir en menos horas ¿no? Hay, al menos, tres nuevos desafíos en la educación: el primero es que los alumnos aprendan, además de los conocimientos básicos –leer, escribir, álgebra, historia–, las nuevas habilidades necesarias para desenvolverse en un mundo globalizado –economía, estadística, nociones de programación, geopolítica...–. El segundo es desarrollar un espíritu crítico ante la inmensa cantidad de información que hay disponible: aprender a saber por qué dice lo que dice esa fuente y transformarla en conocimiento. El último es crear interés por aprender en los chicos y que se mantenga toda su vida. Las nuevas tecnologías pueden ayudar a resolver esos desafíos, pero son herra-



CARLOS MÁRQUEZ

mientas huecas sin un objetivo claro y sin un maestro que guíe.

P.—En Evento Blog España (EBE), Marc Vidal presentó un libro contra la cultura del subsidio. ¿Hay algún caso muy exitoso de *start up* tecnológica apoyada por las instituciones?

R.—Seguro que sí, pero se oculta muy bien.

P.—¿Cómo surgió EBE?

R.—Los que luego hemos sido los organizadores (José Luis Antúnez, Benito Castro y yo) nos encontramos en la presentación de un libro del primero. Éramos unos entusiastas de los blogs y pensamos en montar algo en Sevilla, traer a gente a la que admirábamos y aprender de ellos directamente en el cara a cara. Nos dimos cuenta en la primera edi-

ción que la gente que vino quería hacer lo mismo pero entre ellos, los asistentes y ahora intentamos conjugar que puedan aprender algo de la gente que traemos además de lo que aprendan en sus reuniones informales en paralelo, porque existe un 'off EBE'.

P.—Y así llevan ya cinco ediciones por las que han pasado gente que no era tan importante cuando vinieron aquí y ahora son la bomba.

R.—Pasó con el fundador de Twitter y con el de WordPress. Cuando vino el de Twitter a Sevilla apenas tenía unos pocos miles de usuarios en España. En la primera edición vino el de WordPress, Matt Mullenweg, que ahora es responsable del 8.5% de la toda la web. Era un chico muy pro-

metedor y ahora es el gran adalid del software libre, de una internet abierta generada por WordPress y herramientas parecidas. También tuvimos al fundador de Friendfeed, que lo compró Facebook y del que ahora es su director técnico. Todo cambia a una velocidad de vértigo, nadie creía que Facebook iba a tener una explosión tan rápida o que WordPress fuera capaz de hacer lo que ha hecho con un modelo de trabajo mixto comunidad de desarrolladores / trabajadores asalariados. Sin embargo, hace años la promesa era que las innovaciones iban a venir de todas partes del mundo y siguen viniendo de California.

P.—¿Por qué?

R.—Pensábamos que los pocos in-

versores de semilla –en start ups– iban a confiar en los emprendedores hasta llegar a un punto crítico para que el ecosistema se mantuviera y no ha pasado a esa rapidez. Desde lo público se llevan proyectando supuestos ecosistemas de innovación y tecnológicos desde 1992, pero no acaban de cuajar. A lo mejor es que no puedes crear un verdadero ecosistema en un invernadero. El resultado es que la gente de talento en España tiene bastantes dificultades para desarrollar sus proyectos.

P.—¿Cómo da el salto de la sociología académica a internet?

R.—En la Universidad yo analizaba las redes sociales no virtuales cuando empezaron a surgir las emergentes con las nuevas herramientas de comunicación. Para mí, el campo de la investigación académica es muy lento, puesto que la buena ciencia requiere mucho rigor, además las dosis de energía adicional para la buro-

«El empresario sigue sin estar bien visto, por eso se utiliza tanto emprendedor»

«No tuve la energía para aguantar el rigor de la investigación académica»

cracia y la política universitaria que no tenía. De todas formas, mi experiencia en la Olavide y en la Universidad de Essex me permitió enfocar la parte de la empresa de una manera diferente y, además, a una edad buena. Cuando eres jovencito, no tienes nada que perder y eres osado, por eso en internet hay gente tan joven que hace cosas tan buenas. De todas formas, tuve la suerte de tener unos primeros socios muy buenos, con experiencia empresarial, que me enseñaron mucho. El enfoque académico me obliga a no dar por ciertas determinadas afirmaciones, mucha gente habla sin datos empíricos. Sobre el alcance social de internet se sabe, en realidad, muy poco.

P.—Sin datos, me da la sensación de que cada vez más gente vive para un blog o para facebook...

R.—Puede haber gente que sí. Los usos exhibicionistas de algo, por propia definición, son los que más se ven pero no tenemos ni idea de có-