

Los espacios 2.0, hechos por todos y por nadie, están saturados de primeros planos, de identidades digitales reflejo de las materiales. Y esa saturación, paradójicamente, los convierte en espacios de anonimato. Un anonimato que deslumbra por demasiada exposición.

La Web 2.0 y el anonimato en primera persona

Texto **Margarita Padilla** Hacker¹

Primero fue el ciberespacio, el nuevo hogar de la mente. Luego llegó Internet, dejando fuera un sinfín de conexiones. A Internet le sucedió la Web, arrinconando lo que no empezara por “http”. Y, en esta carrera contra la complejidad, llega la Web 2.0.

A cada vuelta de tuerca se actualiza la pregunta por el quién: ¿Quién es? ¿Quién hace?... Parece que el triunfo de la Web 2.0, con la cesión masiva de datos e informaciones personales que exige, ha acabado con las posibilidades de anonimato. Pero sólo lo parece, porque detrás del “I am what I am” está activa la fuerza de un paradójico anonimato en primera persona.

Mientras el mundo se polarizaba en dos bloques que dividían el planeta, en el Instituto Tecnológico de Massachusetts un reducido grupo de chicos compartía una contracultura propia. Eran los *hackers*; su cultura, la ética *hacker*; su mundo, la comunidad; y su legado, Internet.

Sea el origen de Internet militar o académico, la década de los sesenta estuvo marcada por la hegemonía militar: la Unión Soviética había lanzado el Sputnik, la guerra fría también se libraba en el frente tecnológico y estallaba la guerra del Vietnam. Se hablaba de conspiración tecnológica. Ahí nació la contracultura *hacker*.

Parece un milagro que el imaginario militar no haya trasladado apenas ningún aspecto, ni simbólico ni técnico, a Internet. La contracultura *hacker* levantó un muro forjado de pasión, adicción, superioridad y virtuosismo técnico que impidió que lo militar se filtrara al ciberespacio.

En lugar de asumir la seguridad, los sistemas funcionaban sin contraseña. El acceso a los ordenadores debía ser ilimitado. Toda la información tenía que ser libre. En lugar de asumir la amenaza militar, creaban arte y belleza con las computadoras. En lugar de asumir la autoridad, descentralizaban. Bajo la consigna “manos a la obra”, violaban los límites. El juego y el goce eran inseparables de la innovación y el virtuosismo. Los *hackers* tatuaron esa ética en el ADN de Internet.

Si hoy existe la Web 2.0 y si podemos imaginar desarrollos futuros, es porque Internet es descentralizada, abierta y flexible. Horizontalidad, simetría, ausencia de autoridad central, igualdad de los nodos entre sí e inteligencia en los extremos

no son cualidades intangibles que otorgan a Internet una imagen de marca amable y conveniente. Son características materiales inscritas en su código, en su arquitectura. El dinero puede romper la simetría con el *hardware*, pero el código es libre y está hecho para la libertad.

Junto a un código desterritorializante, los *hackers* inventaron su manera de hacer lo común: la comunidad. El conocimiento debe ser compartido y los desarrollos individuales deben ser devueltos al común. Privatizar el conocimiento es matar la comunidad. La comunidad es garante de la libertad. Como *hacker* en comunidad, eres libre. Del resto, nada que hablar. La comunidad no tiene que convencer al mundo. Es superior, y eso basta. El objetivo de la comunidad es recursivo, ya que también es su precondition: alcanzar la inteligencia social, colectiva, nutrida por aportaciones individuales según una lógica de cooperación.

¿Qué clase de anonimato destilaría la comunidad? Ninguno, pues es un espacio liberado. Y, sin embargo, sostiene y retroalimenta un paradójico individualismo cooperativo que deviene autoría colectiva y enturbia la pregunta por el quién: ¿Quién hizo Internet? ¿Quién hace Internet?

Autoría colectiva no significa anonimato individual. Internet es el caso primigenio de autoría colectiva, no porque no sepamos quién programó cada pedazo de código, sino porque es fruto de un grupo humano que se organiza con voluntad de cooperación: la voluntad *hacker*. Voluntad que da un giro a los referentes colectivos heroicos, pues no siente nostalgia por una comunidad política. La comunidad es cooperación, pero es mucho más que cooperación. Es, sobre todo, subjetividad *hacker*, una intersubjetividad capaz de cuestionar las instituciones, capaz de hacer código para la libertad desafiando al mundo de bloques.

La conceptualización de la ética *hacker* se da en los años ochenta, cuando la comunidad ya está desarticulada. La lista de textos de referencia de esos años es enorme: en 1986, The Mentor publica su *Manifiesto Hacker*. Stephen Levy, en 1984, su *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*. Bruce Sterling, en 1992, su *Hacker Crackdown*. El término “ciberespacio” pertenece a esa



La Web 2.0 no tiene una frontera clara, ya que no se trata de una tecnología sino de una actitud. Participación 2.0., inteligencia 2.0., marketing 2.0... Espacios de anonimato que cuando se activan (como la llamada de "¡Pásalo!" del 13-M a través del móvil, en la imagen de portada) tienen gran capacidad de interacción social. Sobre estas líneas y en la página siguiente, capturas de pantalla de diferentes servicios 2.0.

época². En 1984, Richard Stallman funda la Free Software Foundation, contra las restricciones de copia, redistribución y modificación de los programas de ordenador, y por el *software* libre. En 1990, tres grandes de la red, Mitch Kapor, John Gilmore y John Perry Barlow fundan la Electronic Frontier Foundation para defender a los *hackers* caídos en la primera redada policial contra el *underground* informático.

En 1985, con su *Manifiesto para Cyborgs*, la feminista Donna Haraway denuncia la informática de la dominación y celebra la tecnoliberación. En 1990, se celebra en Florencia el primer Hackmeeting. En 1993, en el marco de la campaña "Cincuenta años bastan", surgen en España las primeras infraestructuras telemáticas de carácter social. En 1999, inspirado en la telemática antagonista italiana, se crea sindominio.net para sortear la dependencia de las operadoras y disfrutar de un servidor administrado horizontalmente con *software* libre.

"Underground", Matrix y el "hacking" negro

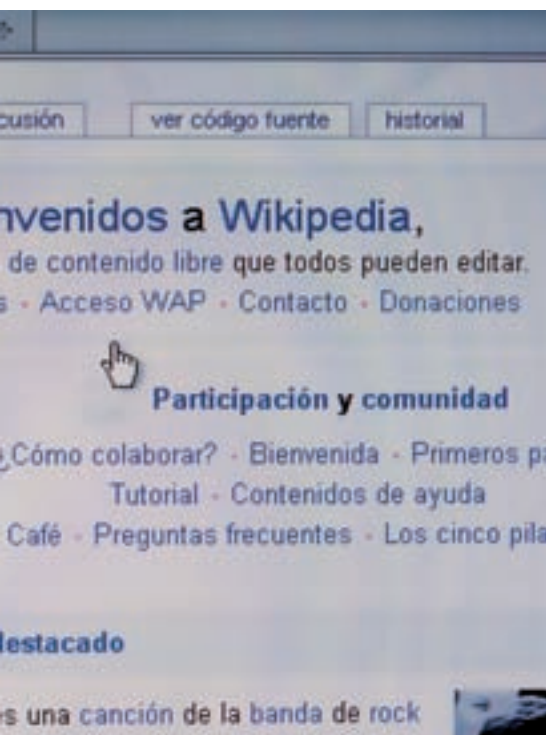
¿Por qué desde el *underground* hasta el *hacktivismo*, pasando por los derechos civiles, todo se activa a una velocidad de vértigo? Porque desde los años ochenta, y en España desde los noventa, las computadoras han salido a la calle ensambladas como PC y son un producto de mercado gracias, en gran medida, a la actividad de los *hackers* del *hardware*, sobre todo en California, que impulsaron proyectos para poner los ordenadores al alcance de los mortales, de donde surgieron empresas como la conocida Apple. Los sueños de los *hackers* del *hardware* abrieron un mercado y, en paralelo, surgió el mercado del *software*, sobre todo videojuegos. Y los virus, la piratería, el *crackeo*. Bill Gates empieza a decir que sus programas se tienen que pagar. El *hacking* se convierte en intrusión y sabotaje. Se publican agujeros de seguridad. Es la época de los *crackers* mediáticos, adolescentes que colapsan sistemas. La época del *underground* y de la criminalización. El Neo de Matrix antes de ser liberado. El *hacking* negro.

El mercado, reticente al principio, se frota las manos imaginando un suculento reparto del pastel. Los grandes consorcios mediáticos intentan convertir la red en un medio tradicional, vertical, dividido entre unos pocos emisores corporativos y una masa de receptores / consumidores pasivos. Es la Internet modelo Portal, la del ocio más banal. Lo intentan,

pero no lo consiguen. El ciclo se salda con la crisis de las "punto.com". Fracasas. No calcularon hasta qué punto Internet es descentralizada, abierta y flexible. No contaron con la voluntad comunitaria.

Mientras la narrativa *ciberpunk* exalta esos chicos instalados en el lado oscuro de las nuevas tecnologías en una atmósfera de control social profundamente pesimista, novísimos movimientos sociales luchan por abrir en la red Zonas Temporalmente Autónomas (ZAT), que encuentran sus correlatos en los centros sociales *okupados* a plena luz del día, en los *reclaim the streets* que convierten el mundo en una fiesta, o en cualquier espacio de relación social no mediada por la coerción. El lado oscuro se salpica de colores y algo hace que entre prácticas de tonos muy dispares, e incluso contrapuestas, se construyan puentes que permitan circular de un lado a otro, haciendo que lo nocturno no sea opuesto a lo diurno, ni viceversa. Hacer juntos cosas diferentes. Extrañas alianzas basadas en afinidades imposibles. Pero las ZAT no son la vanguardia de una masa informe deficitaria de conciencia y de proyecto. El *hacking* oscuro también aporta en esas alianzas, y mucho. Sobre todo, conexión vital con una realidad nueva: la de la posmodernidad.

Posmodernidad significa que el intento de lograr la emancipación de la humanidad ha sido derrotado. Entonces, ¿cómo luchar?, ¿por qué luchar? Desde las esquinas del *punk* se responde a estas preguntas: seguir luchando para nada, pero seguir luchando. Esta resistencia crea posibilidades de vida y aporta una energía que las ZAT visibilizan y retroalimentan. Saberse hijos de la misma derrota permite un afecto entre hermanos que, aunque no comparten los mismos tonos vitales, habitan, sufren y gozan en el mismo mundo desintegrado y ruinoso, donde los recorridos lineales son imposibles, donde el propio yo está fragmentado, y donde la tecnociencia, el ciberespacio, son rincones habitables y relativamente seguros, si estás dispuesto a dejar de ser lo que eres. Ya seas de la tribu, ya seas de la comunidad, el *nik*, el alias, será tu verdadera identidad. En un mundo ruinoso, nada de la vida real merece ser migrado al ciberespacio: edad, sexo, nacionalidad o etnia, todo lo que tenga que ver con la materialidad, es algo a desechar. El anonimato se dota de máscaras, y el ciberespacio se puebla de seres que superan la guerra fronteriza entre máquina y orga-



nismo, que cantan al placer de la confusión de esas fronteras, y que desobedecen las leyes de los gigantes de carne y acero para crear un espacio social global liberado de las tiranías.

Web 2.0, más que una tecnología, una actitud

En la posmodernidad no había hechos, sólo interpretaciones. Pero la caída de las Torres Gemelas dejó a la posmodernidad herida de muerte. El mundo se había globalizado. El 11 de septiembre de 2001 fue un hito en la historia de la publicación abierta. Slashdot, sitio web de publicación abierta, recogía testimonios de miles de personas que ofrecían más y mejor información que los grandes medios. La publicación abierta es sólo una de esas iniciativas de compartición que proliferaron en la época de las “puntocom”. A mediados de los noventa ya eran comunes los foros. En 1999, surgió Napster, un invento de garaje para compartir MP3. Para ese mismo año ya había portales dedicados a proveer de blogs, al estilo de Blogger. En el año 2000, ya se podían usar los RSS para publicar los contenidos web de unos sitios en otros, y las novedades se podían agregar. En 2001, se creó Wikipedia. Después llegaron MySpace (2003), Flickr (2004), YouTube (2005), del.icio.us (2005), Facebook (2006)... muchos de ellos iniciados también como proyectos de garaje. Y Google fue reinventándose al ritmo de este vértigo de contenidos y relaciones, que requería de buscadores capaces de extraer el grano de la paja.

Extraer el grano de la paja exige tener un criterio. Y es aquí donde triunfa el concepto de Web 2.0, propuesto por Tim O'Reilly en 2004³. Como dice su autor, Web 2.0 no tiene una frontera clara, ya que no se trata de una tecnología sino de una actitud: participar en lugar de publicar (blogosfera); confianza radical (Wikipedia); descentralización radical (p2p); prestigio (PageRank); el usuario como colaborador (reseñas de Amazon); marcar con etiquetas, no con taxonomías (Flickr, del.icio.us)... Un núcleo gravitacional que se sintetiza en arquitectura de la participación y aprovechamiento de la inteligencia colectiva. Aunque se autoemparenta con la ética hacker, Web 2.0 es un concepto para emprendedores. No habla de libertad, habla de valor.

¿Qué es participación 2.0? El paradigma de participación es el modelo p2p (*peer to peer*, red de igual a igual): el usuario, si quiere obtener un buen rendimiento, está obligado a com-

partir sus descargas. Es su propio “egoísmo” lo que revaloriza la base de datos. Esta manera de crear valor es mejor que los llamamientos al voluntariado, ya que sólo una minoría de usuarios se tomará la molestia de añadir valor mediante acciones explícitas. O'Reilly tiene muy claro que “una arquitectura es una política”. Y se decanta por una política de creación de valor a pesar de la voluntad: valor como subproducto automático. Una urdimbre de “egoísmos” que funciona.

¿Qué es inteligencia colectiva 2.0? Una capacidad a explotar. Ante la sobredosis informativa, lo más valioso es el tiempo. La inteligencia colectiva es el filtro que permite una economía de la atención: si muchas webs enlazan a una es que esa es interesante (PageRank); si mucha gente marca una dirección web con la misma etiqueta es que ese significado es relevante (del.icio.us). Microdecisiones individuales puestas en red crean cerebros colectivos que “piensan” con más eficiencia que el cerebro individual y permiten ahorrar tiempo. O'Reilly reconoce las comunidades *hacker* como expresiones de inteligencia colectiva. Pero, en su política, no es preciso ser virtuoso para contribuir a esa inteligencia. Así se obtiene valor de los extremos, de lo que no es central, de lo residual. Más valor.

¿Por qué Web 2.0, un concepto de marketing, ha tenido tanta fortuna? La respuesta debe tener en cuenta un mundo globalizado en el que sólo hay una realidad: el mercado. El ciberespacio ya no es un rincón habitable y seguro. Lo virtual refleja lo real. El yo ya no está fragmentado. No hay separación entre lo público y lo privado, entre lo personal y lo profesional. Los amigos son los contactos. El blog es el mejor currículum.

El mundo globalizado vive de las ideas, las produce y las consume. El mensaje es: airea tus ideas; si son buenas, triunfarás. Pero la precariedad, económica y vital, pone en duda esta promesa de éxito. Hay que airear las ideas, sí, pero procurando que produzcan valor para uno mismo y no para agendas ajenas. Los espacios 2.0, hechos por todos y por nadie (blogosfera, MySpace, Twitter, Facebook, YouTube...), proporcionan recursos gratuitos para poner en circulación, en red, las ideas, para que comuniquen entre sí, para que hablen unas con otras, para que no se sequen. Y, sobre todo, contribuyen a que el valor de estas retorne hacia su autor, ya que impiden que las autoridades académicas, mediáticas, políticas o culturales capturen la representación. Los espacios 2.0,



hechos por todos y por nadie, están saturados de primeros planos, de identidades digitales reflejo de las materiales. Y esa saturación de primeros planos, paradójicamente, los convierte en espacios de anonimato, espacios en los que no circula la representación. Un anonimato que deslumbra por demasiada exposición. Un anonimato en primera persona.

Web 2.0 es un concepto para emprendedores. En un mundo globalizado todos somos emprendedores, como mínimo *freelances* de nuestro yo. Ahora bien, el hecho de que todos seamos emprendedores, *freelances* que tienen que airear cualidades, capacidades y saberes... ¿explica todas las prácticas de compartición? Rotundamente no. Muchos bienes inmateriales se comparten sin obtener beneficio. De nuevo la voluntad comunitarista, el goce por la expresividad directa, la alegría del don gratuito, el autorreconocimiento horizontal...

Usar el mercado contra el mercado

Las prácticas de puesta en común que no se explican por el paradigma 2.0 abren dos opciones. O bien hay realidades que quedan fuera del mundo globalizado y no todo es mercado, o bien, si todo es mercado, la propia idea de mercado debe reformularse porque, afectado por todo lo que antes estaba fuera y ahora está dentro, el mercado toma más dimensiones que la mercantil. Estas dos opciones no son excluyentes, pero de cada una se deducen estrategias distintas. La primera tratará de visibilizar las fronteras entre el dentro y el fuera, vaciar el dentro, vigorizar el fuera y construir un discurso crítico. La segunda tratará de utilizar el mercado contra el mercado. La primera es más conocida, más nítida, y ha elaborado su propio discurso. La segunda es ambigua, dubitativa, interrogativa. Por eso merece la pena detenerse en ella.

Utilizar el mercado contra el mercado puede ser el actual uso masivo del correo de Gmail, reapropiándose de un recurso privatizado. Según esta visión, los servicios Google son un gasto más que una inversión. Además, lo social, con sus escasos medios, no podría satisfacer una demanda de recursos telemáticos que crece exponencialmente. Por tanto, el balance es positivo a favor de la sociedad, dejando a un lado el hecho de que el *software* no es libre y que no hay control sobre los datos personales. Esta visión afirma que todavía no hay un modelo de negocio definido para los servicios 2.0, y quizás nunca lo haya. ¿No se hundieron las "punto.com" por el comportamiento de los usuarios? Tal vez ese comportamiento impida consolidar modelos de negocio antisociales. Para eso está la inteligencia colectiva.

La licencia GPL, promovida por la Free Software Foundation para el *software* libre, podría ser otra forma de utilizar el mercado contra el mercado. Y qué decir de las licencias Creative Commons. Esas licencias son una manera de usar el *copyright* contra el *copyright*. Y, en vista de cómo se están endureciendo las leyes de propiedad intelectual, de una manera bastante incisiva.

La utilización del mercado contra el mercado no se ceñiría sólo a la Red. El "top manta" abre un mercado peligroso para el mercado, a juzgar por la desproporcionada dureza del Código Penal, que condena con penas de prisión efectiva a decenas de personas por la mera exposición en la calle de unos CD piratas.

Usar el mercado contra el mercado conlleva una fuerte carga de anonimato. Anónimos, en tanto que indistintos,

“La licencia GPL, las licencias Creative Commons, el ‘top manta’... Distintas maneras de usar el mercado contra el mercado que conllevan una fuerte carga de anonimato”.

gente cualquiera pululando bajo los focos, primeros planos quemados por tanta luz. Espacios de anonimato que, cuando se activan, tienen gran capacidad de interpelación social y pueden rebosar los contenedores virtuales irrumpiendo y afectando la vida y la política del mundo real, como ha ocurrido en las autoconvocatorias del Prestige, del 13-M, de la V de Vivienda, de los botellones... Pero también tropiezan con límites.

En primer lugar carecen de un lenguaje propio. El vocabulario que se maneja, tanto desde la empresa como desde lo cultural o lo social, es el del marketing 2.0, que reduce todas las prácticas de cooperación a producción de valor mercantil. En segundo lugar, las arquitecturas para la participación provocan hartazgo, sin que se dibujen líneas que demarquen territorios autodeterminados para modular esa participación. En tercer lugar, el ciberespacio se va configurando como un espacio de comunicación, conversacional, en el que lo importante es lo que se dice. Reapropiarse de las tecnologías se ha convertido en reapropiarse de los recursos (YouTube, Blogspot... como recurso). El *software* como servicio aplasta el “házte lo tú mismo”, tan importante en la ética *hacker*. Se abre camino un peligroso olvido de la importancia de la tecnología en sí misma, ya que lo social no puede estar separado de lo técnico. Se olvida la importancia del código y de que este sea libre.

Finalmente, estaría la altísima concentración, cercana al monopolio. La gestión de estos espacios comunicativos está en manos privadas. Ello permite, como ya ha ocurrido, que los estados negocien con estos servicios los términos de acceso o uso en determinadas zonas geográficas o circunstancias sociales o políticas. La concentración permite el apagón.


La telemática antagonista no es ajena al fenómeno 2.0. Indymedia –red de publicación abierta para el periodismo ciudadano creada en 1999 con *software* libre como parte del movimiento antiglobalización contra la cumbre de la OMC en Seattle– señala un punto de inflexión. Los continuos ataques provocadores han minado estos sitios de publicación abierta. Sin embargo, es posible mantener la publicación abierta sin que los contenidos basura constituyan una amenaza. La potencia de la publicación abierta está en la base de muchos servicios 2.0, tales como YouTube, por ejemplo. ¿Qué es lo que hace que YouTube, MySpace o Flickr sean inmunes a las provocaciones? Estos sitios también albergan contenidos basura, ¡y muchos! Pero consiguen que esto no mengue su valor. Ahora bien, para conseguir esta inmunidad tienen que hacerse anónimos, ser de todos y de nadie, algo que no está en los planes de Indymedia.

Los espacios alternativos que proveen servicios telemáticos se han visto desbordados. No han podido crecer al ritmo de la demanda. El conocimiento que garantiza estos servicios no se

ha diseminado a la velocidad necesaria. Visto por el otro lado, los colectivos políticos o sociales no han apostado por disponer de proyectos telemáticos autónomos. En resumen, el boom 2.0 descoloca al hacktivismo político.

Anonimato en primera persona: egoísmo y cooperación

La Web 2.0 proclama que la gente sigue automáticamente las reglas de su propio “egoísmo” si se le proporciona un tablero suficientemente intuitivo. Pero el egoísmo no lo explica todo. En época de precariedad económica y vital, el anonimato en primera persona encuentra una manera de contribuir a un común sin que ello contradiga la gestión del yo. Una vía de coexistencia entre cooperar y competir, para que el individualismo no sea la única experiencia. Subsistir, pero no a codazo limpio. Cooperar y a la vez competir, en los mismos espacios, con el mismo *password*. Porque competencia y cooperación se alimentan mutuamente y no pueden separarse con nitidez.

Pero este equilibrio entre competencia y cooperación es inestable y frágil. Las alianzas entre *hackers*, ZAT, *underground*, activistas de los derechos digitales y contribuidores al procomún que se forjaron en los años noventa se han desvanecido y la iniciativa parece estar en el lado de las empresas. El mayor defensor del anonimato en primera persona está resultando ser el marketing neoliberal 2.0, que le ofrece cuidados y espacios en los que florecer, a cambio de intentar hacerse con el valor y el poder que estos espacios de anonimato producen. Pero el marketing neoliberal puede cambiar de rumbo y cerrar, cooptar o aplastar esos espacios. En tales circunstancias, es urgente pensar de qué está hecho ese anonimato para hablar y reconectar con él, reformular estrategias que le den autonomía y valor, conceptualizarlo con palabras que le sean propias, activarlo, hacerle pensar, llevarlo a los límites... La arquitectura de Internet es descentralizada y las prácticas 2.0 no son sólidas e irreversibles. Son maleables, modificables, son de todos y de nadie, pueden empoderarse, pueden cambiar. El yo anónimo, que somos todos y cada cual, sigue teniendo la fuerza del anonimato. Una fuerza colectiva que será más potente cuanto más elabore cómo, dónde y con quién se aplica. 

Notas

- 1 La autora explica que aprendió GNU/Linux y los usos de las nuevas tecnologías en centros sociales *okupados*, algo que en la universidad nunca le enseñaron. Desde entonces no ha dejado de indagar la relación entre acción política, transformación social y nuevas tecnologías.
- 2 El ciberespacio es una alucinación consensual, una representación gráfica de la complejidad inimaginable de la información. A esta matriz de complejidad se puede acceder mediante la consola del ordenador, pero también mediante implantes, electrodos o, simplemente, proyectando la existencia dentro del ciberespacio, conectando directamente con la mente.
- 3 El concepto está explicado por su autor en el documento “Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del *software*”, disponible en Internet <http://oreilly.com/webz/archive/what-is-web-2.0.html>.