

CHRIS ANDERSON, DIRECTOR JEFE DE LA REVISTA WIRED Y AUTOR DE 'THE LONG TAIL'

“Publicar en ‘Creative Commons’ no es igual de adecuado para todo el mundo”

Wired Magazine es una de las publicaciones con más repercusión internacional en el ámbito de las tecnologías. Su director jefe, Chris Anderson, es además el autor del ensayo *The Long Tail (La larga cola)*, en el que pronostica una inminente revolución mercantil donde las superventas discográficas y editoriales serán igualadas por los millones de pequeñas compras electrónicas de productos minoritarios a través de portales web como Amazon o iTunes. En 2009 Anderson sacará a la luz un nuevo libro, *Free*, en el que analiza cómo las empresas obtienen ingresos al mismo tiempo que ofrecen gratis sus artículos. Elegido como una de las 100 personas más influyentes del mundo por una popular revista norteamericana, Chris Anderson inauguró ayer el II Foro Internacional de Contenidos Digitales FICOD 2008.

Ismael Codesal/ SINC

24/11/2008 15:05 CEST



Chris Anderson. FOTO: Chris Krug.

¿Cómo es el funcionamiento interno de la revista ‘Wired’ y cómo organiza toda la producción de noticias?

Tenemos alrededor de cuarenta personas trabajando para nosotros. La mitad de ellos se ocupa del contenido escrito y la otra mitad de los trabajos visuales como la fotografía o el diseño de la revista. Concretamente, contamos sólo con dos redactores en la plantilla porque la mayoría aquí somos los editores, y luego el resto es *freelance*. Todo esto sólo en cuanto a *Wired Magazine*, la revista, porque la edición en internet tiene su propio funcionamiento con otro editor, aunque luego los contenidos de ambas publicaciones están estrechamente relacionados: en la web aparecen adaptados todos los contenidos de la revista, además de vídeos y anuncios que no están en la edición impresa.

Vender pequeñas cantidades de millones de productos alcanzará a los beneficios producidos por los superventas. Cuando esto se cumpla, ¿qué ocurrirá con los grandes éxitos?

Lo que es seguro es que se va a acabar el monopolio de los superventas porque la gente en nuestra sociedad, a diferencia con la del siglo XX, se da cuenta de que los éxitos en las librerías o en las tiendas de discos no es lo único del mercado, y quieren más. Pero esto no significa el fin de los "hits", sino que creo que siempre habrá un equilibrio entre éstos y los productos minoritarios. Sin embargo, todo dependerá del mercado y todavía es muy pronto para predecir lo que va a suceder en el futuro.

Pero, ¿no podría ocurrir también que Amazon o iTunes, que son las empresas digitales más exitosas que cubren hoy estos pequeños nichos comerciales, acaben convirtiéndose en nuevos monopolios y retornemos al mismo estado?

Por supuesto existe el paradójico riesgo de que varias de estas aplicaciones sean la nueva cabeza de la popularidad y se conviertan por sí mismas en "hits". No obstante, creo que todavía es muy precipitado valorar qué ocurrirá, pues éste es un fenómeno cuyo resultado ya averiguaremos dentro de diez años más o menos.

Nos fijamos mucho en el cliente, la venta y la distribución pero, ¿qué beneficio sacan de esto los productores?

Este sistema ofrece la variedad de elección para el consumidor y un nuevo

campo de negocio para las empresas. Sin embargo, el interés principal de los productores no es producir dinero directamente sino captar un mayor número de audiencia para ser reconocido. Todo autor quiere ser escuchado, visto o leído porque quiere ser apreciado por el público y tener una reputación, como ocurre en muchas otras facetas de la vida. A veces esto se traduce en dinero y otras veces no, pero ya disponen de un nuevo y efectivo medio para tener una audiencia.

Los internautas pueden descargarse gratis el nuevo álbum de la banda 'Radiohead' desde su propia página web. ¿Puede ser este sistema exitoso para todas las bandas? ¿No sería arriesgado para las más pequeñas, con menos recursos?

El significado del éxito depende de cada uno. Para unos será que te conozcan y para otros ganar dinero. Hay muchas maneras de obtener beneficios con tu banda, y vender música es hoy probablemente la opción más pequeña. La mayor preferencia es lo que hacen la mayoría de las bandas: darte a conocer en sitios como *MySpace*, dejar que la gente descargue gratis tres o cuatro canciones tuyas y luego recuperar ese dinero en los conciertos. Pero cuando un grupo es joven, el riesgo no es que ganes poco dinero sino que no te escuchen. Uno monta su banda para pasárselo bien, porque es una actividad creativa, para conocer a chicas... pero nadie espera hacer dinero con ello sino tener audiencia y que la gente baile con tu música o que venga a tus conciertos. Por eso se ofrece música gratuita, como *Radiohead*: para ser escuchado.

¿Cuál es su opinión sobre las publicaciones en libre acceso?

Soy un admirador al *open access* en el campo de la investigación. Yo mismo fui científico y creo que es la mejor manera de compartir tus datos. Aunque a veces una revista por sí misma no puede decidir hacerse open access, pues depende de su cultura, la idea del open access es muy relevante para la ciencia en general y es necesario para que las informaciones se reconstruyan. Por ejemplo, *Plos* está teniendo tal éxito que hace evidente que el acceso libre funciona. Implica más trabajo por el "peer review" pero creo que es el camino correcto para seguir.

***Wikipedia* es uno de los productos libres más populares en la actualidad.**

¿Qué opina sobre este portal, sobre la cultura libre y también sobre la licencia *Creative Commons*?

Yo uso *Creative Commons* en todo lo que escribo en *Wired*, en mis libros o en mis blogs. Creo que es fantástico y confío en el hecho de dejar libre mi creación sin restricciones, lo cual también considero que no es igual de adecuado para todo el mundo. Servir a la cultura libre es bueno para mí y para mucha gente pero cada uno debe decidir por sí mismo. A mí me gusta porque es la mejor manera para extender mis ideas a una mayor audiencia. Otra cosa es saber convertir estas ideas en dinero y celebridad, lo cual es parte de mi trabajo, y no todo el mundo puede hacerlo.

En un número de *Wired* defendió la energía nuclear como la alternativa más efectiva y limpia del mundo actual para hacer frente al cambio climático, sacrificando ese pequeño riesgo de fuga radiactiva. ¿Cómo cree que reaccionaron sus lectores?

Hay una combinación de gente que piensa que el cambio climático es un mal mayor que la energía nuclear y otra gente que cree que es más grave la existencia de residuos nucleares. No se sabe cuál es el peor caso, pues nada es perfecto, pero creo que se debería desarrollar la energía nuclear porque los riesgos de usarla son menores que si no la usamos. Digo esto porque debemos utilizar todas las energías no contaminantes y la nuclear es una de ellas.

Copyright: **Creative Commons**

TAGS

OPEN ACCESS |

Creative Commons 4.0

You can copy, distribute and transform the contents of SINC. [Read the conditions of our license](#)

