



La industria en la sociedad de la información

Descripción

LA EXISTENCIA de una sociedad más interesada en el conocimiento, dominada por la noticia inmediata, informada hasta detalles a veces innecesarios, desinformada, con cierta frecuencia, de los enfoques claves para entender algunos planos de la verdad, es el punto de partida de este debate sobre la difusión de la información. Se puede afirmar rotundamente que esa sociedad existe, acotada, es verdad, como una realidad parcial en el mundo occidental, pero que alcanza aproximadamente a algo tan significativo como una quinta parte de la población total de nuestro planeta.

EL HUEVO O LA GALLINA

Cuando algún rasgo cultural ha llegado a ser compartido por un grupo humano tan grande, que además posee una enorme capacidad de influir de forma tan notable en el resto, debemos ser muy respetuosos con los juicios que, sobre él, emitamos. Desde la prudencia y apoyándonos en el símil teatral, se puede afirmar:

- Que existen unos actores protagonistas y otros secundarios de esta obra que se titula *Sociedad de la información*.
- Que se dispone de los contenidos que rellenan el guión: la vida y sus múltiples fuentes de datos, los conocimientos científicos, las actividades cotidianas, el comercio, la creación artística e industrial, el medio ambiente y las condiciones de subsistencia, y un largo etcétera.
- Que para que la acción teatral se ponga en marcha, se necesita de un medio que permita la transmisión de los contenidos, la interacción entre los actores, las personas de esta sociedad.

Estos tres elementos, además de un discreto director de la obra y sus ayudantes para las labores de decoración, iluminación, etc., de los que me ocuparé posteriormente, parecen suficientes para comenzar la función.

Mientras que los dos primeros elementos existen, con carácter previo a la aparición de la obra, el tercero, el medio donde debe desarrollarse la acción, debe construirse desde la voluntad de los hombres, pues no está entre los dones de la naturaleza humana la capacidad de comunicarnos, de forma generalizada y universal, entre los distintos habitantes de nuestro planeta.

En términos más técnicos, se necesita la infraestructura que permita la circulación de las informaciones que interrelacionan a los actores a través de los contenidos. Esa infraestructura es de costosa realización, tanto en tiempo como en recursos económicos, que exigen, a su vez, decisiones de inversión que superan de forma notable la capacidad individual de los ciudadanos y que entran de

llo en el ámbito de las competencias de los mecanismos que las sociedades avanzadas se han dado para la mediación: las entidades municipales, regionales o estatales. El desarrollo de las infraestructuras de comunicaciones es, por tanto, uno de esos aspectos que los presupuestos de esas entidades deberían incluir como elementos de actuación regular.

Aclarados los tres elementos y sus orígenes, cabe ahora preguntarse sobre su situación en el tiempo, su posicionamiento relativo. Para que los actores, que ya existen, compartan contenidos que se generan de forma cuasi espontánea con la acción diaria de los humanos, es imprescindible que se creen las infraestructuras, elementos costosos y que llevan más tiempo. Pues bien, para que las infraestructuras sean realidades operativas, se necesita de la industria, ese actor aparentemente alejado del mundo de la información, inmaterial por principio. La actividad industrial permite el desarrollo de la sociedad de la información, mediante la acción callada y escondida de hacer viable el trasiego de los contenidos. Relegada a la misión de herramienta, resulta imprescindible para la eficiencia del proceso.

Tenemos, por lo tanto, una secuencia temporal según la cual, si queremos empujar una potente sociedad informada y con capacidad de informar, deberíamos formular sus objetivos y, con seriedad y responsabilidad presupuestaria, planificar al mismo tiempo el despliegue de las infraestructuras que harán viable el cumplimiento de los objetivos. De esa forma, el debate que el vulgo se plantea sobre qué fue antes, el huevo o la gallina, se puede resolver, para este entorno, con la afirmación rotunda de que es necesario plantearse la sociedad de la información y las infraestructuras que la soportan de forma coetánea, coherente y compartida por los actores financieros, industriales, etc.

EL PROBLEMA DE MODELAR LA MATERIA

Partiendo de que los responsables de la expansión de la sociedad de la información hayan acertado en no descomparar las distintas fases del cronograma anterior, se debe ahora poner claridad en los distintos ritmos de los diferentes procesos. La actividad industrial que permite llenar de equipos y servicios los distintos elementos de la infraestructura imprescindible exige unos plazos para la concepción, diseño, fabricación, instalación y puesta en marcha de las instalaciones, plazos muy superiores a los que se consideran razonables en la satisfacción de la demanda de informaciones. El plazo de difusión de la idea es muy rápido, la generación de la necesidad, casi inmediata, pero no se puede comprimir mucho el tiempo para hacer realidad la prestación del servicio.

Por las razones antes citadas, la industria debe conocer con la máxima antelación posible las planificaciones de los gestores que están convencidos de que es imprescindible expandir la sociedad de la información. Esta necesidad resulta especialmente sensible cuando se concreta en las labores del diseño de nuevos equipos o servicios que permitan a las industrias del sector aportar soluciones avanzadas que aseguren su posición competitiva en los mercados mundiales. Más sencillo es limitar la actividad industrial a las labores de fabricación, compra o integración de productos de terceros, con el único fin de asegurar la operación de la infraestructura. Lo que se gana en disponibilidad se pierde para la industria participante en oportunidades de generar productos, riqueza; en definitiva, capacidad de actuar.

Tenemos, por lo tanto, dos niveles de compromiso temporal: el que nos lleva a adelantar las infraestructuras para hacer posible la función, y aquél que nos sugiere anticipar, más si cabe, la labor de concepción de las necesidades para que los industriales puedan concebir las mejores soluciones para las exigencias del guión.

Traducido a la realidad de nuestro territorio y nuestros ciudadanos, los responsables de la expansión de la sociedad de la información deberían, además de incentivar —mediante la promoción cercana a los usuarios finales— las ventajas de la sociedad informada, formular con anticipación las planificaciones que permiten el despliegue de infraestructuras, con aportaciones innovadoras de las industrias cercanas que obtendrán, de esa forma, ventajas competitivas en el contexto mundial e interconectado en el que nos movemos.

LA ECUACIÓN EXPECTATIVAS-REALIDADES

La facilidad con que se difunden en el mundo actual las ventajas de una sociedad informada es notable. Muchas personas que no han utilizado nunca un ordenador conocen sus posibilidades. El cine y la televisión han acercado escenarios futuros. Están, por lo tanto, creadas las necesidades y las expectativas, elementos necesarios para que el despliegue de nuevas oportunidades se haga realidad.

Cuando estos potenciales usuarios de esa sociedad informada deseen convertirse en protagonistas deberán poseer las soluciones acordes con las expectativas, salvo que se quiera fomentar procesos de frustración. Este riesgo puede ser muy peligroso, si no se tienen en cuenta las necesidades de infraestructuras necesarias con la anticipación suficiente.

En el caso español, donde el desarrollo de la sociedad informada está seriamente retrasado en relación con los países de nuestro entorno cultural, la ecuación expectativas- realidades se ha saldado, hasta el presente, con muy graves déficits y elevados niveles de frustración. La calidad de las redes que permite la conexión Internet para los usuarios privados, excluidos los grandes grupos, que han instrumentado soluciones propietarias, ha sido muy cuestionable, planificada con una cortedad de aspiraciones, limitada por los problemas de la competencia de la liberalización, cortapisada en el fondo por intereses no-generales. Todo ello ha llevado a que se convierta en el ejemplo de cómo no se deben hacer las cosas cuando uno quiere adelantarse a los acontecimientos.

Situaciones como la caída de *Infovía Plus*, los costes de las llamadas fallidas, los tiempos de respuesta de la red, la atención prestada a los usuarios en los casos de reclamación, son elementos desalentadores de un modelo de crecimiento de la sociedad de la información que desgraciadamente se pueden repetir si, de cara a los nuevos retos, no se tiene más en cuenta la necesaria coordinación entre industrias, prestadores de servicios y usuarios.

LA INDUSTRIA COMO RECEPTOR DE INFLUJOS

Hasta ahora he tratado de explicar la necesidad de anticiparse en las planificaciones para que la industria pueda cooperar, de forma positiva, en el despliegue de la sociedad de la información a través de su participación en las infraestructuras. Merece la pena detenerse ahora en el relevante papel de la sociedad de la información en el desarrollo de la propia actividad industrial.

Dos son los enfoques que, de forma inmediata, asoman bajo esa perspectiva: los cambios en las

técnicas de gestión y organización de las industrias y los nuevos mercados.

En lo que se refiere a los cambios en las técnicas de gestión y organización, hay que señalar que las empresas han vivido, históricamente, orientadas hacia la protección obsesiva de sus rasgos y modelos de gestión. Con la instalación de la red de redes, los referentes organizativos se alteran: los gestores deben poseer nuevas habilidades, los viejos paradigmas se caen y las oportunidades se multiplican. Resulta muy relevante el cambio cultural que se exige a los nuevos gestores industriales, como consecuencia del hecho de disponer de una ventana de entrada en muy distintos y profundos focos de información, mostrados de una forma y a una velocidad impensable hace bien poco tiempo. ¿Cómo se puede gestionar hoy con eficacia una industria sin tener íntimamente asumidas las ventajas del correo electrónico, la oficina portátil o el acceso a Internet? ¿Se pueden rechazar, bajo cualquier perspectiva, las ventajas de publicidad implícitas a la presencia en el entorno WWW para aquellas empresas que quieren vender algo al exterior?

Es cierto que todavía hay gestores que rechazan estas herramientas, con la falta de perspectiva que ello implica. Se trata sólo de un problema temporal con fecha de jubilación, pero que sin duda está afectando negativamente. Para resolver la cuestión, las empresas deben ocupar un lugar avanzado en la formación de sus equipos humanos y en el equipamiento de sus instalaciones informáticas. En el caso de las PYMES españolas, el camino es todavía largo y los retos que plantea muchos.

Un segundo enfoque que altera la razón más íntima de las empresas industriales, resultado de la sociedad de la información, es el que afecta a la composición de los mercados de oferta. Las industrias fabricantes de equipos para el mundo *telemático* se caracterizaban por su alto grado de tecnificación y una cartera de clientes relativamente reducida, fruto de la acotada demanda que suponía un mundo de usuarios limitado por la extensión de las redes. Con la universalización de Internet y la aparición de un mundo con millones de usuarios, el principal reto que se ofrece a las empresas, sobre todo a las PYMES que quieran participar en el reparto de las inmensas oportunidades generadas, es la necesidad de cambiar de perspectiva sobre el mercado de destino, inventar el canal de distribución, redefinir sus procesos de producción, etc.

Ese mundo de la sociedad informada hace posible la aparición de múltiples oportunidades para las empresas con capacidad de innovar, algo que al mismo tiempo genera nuevas dificultades, pues hace desaparecer barreras de protección que antes justificaban la existencia de empresas de carácter local, de bajo valor añadido en producto, pero cualificada prestación de servicios. Hoy en día se pueden facilitar prestaciones de ingeniería, telemantenimiento, ayudas a la configuración, realización de proyectos, etc. sin necesidad de desplazar personal, a costes muy competitivos, basados en estructuras centralizadas de altísimo rendimiento.

LA PYME ANTE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

A estas alturas de la exposición, cabe suponer que se comparten las necesidades de anticipación para el suministro de las soluciones industriales y que se conocen los influjos que del desarrollo de la sociedad informada se derivan para las empresas fabricantes. Merece la pena terminar esta reflexión con una parada en el mundo de las oportunidades y retos que tienen planteadas las PYMES.

La incorporación de sistemas de información a los entornos industriales es una necesidad reciente. Las soluciones que se ofrecen desde el segmento de oferta están orientadas hacia las grandes corporaciones, a precios que no se ajustan a las calidades recibidas ni están al alcance de las

economías de las menos poderosas. Por lo tanto, existe una falta de oferta adecuada, que debe ser rellenada por la iniciativa de empresas de *software* que entiendan el problema y la necesidad del segmento PYMES de no quedar descolgado de la sociedad de la información.

La existencia de soluciones que integren Internet, comercio electrónico, gestión de subcontratistas, servicios de asistencias remotas, etc. es una necesidad que se hace más patente cuando los operadores de telecomunicaciones declaran estar plenamente orientados al servicio a las empresas y, por lo tanto, al segmento que representa el 90% del mundo de referencia, las PYMES.

No sé cómo se debe resolver esta importante falta de oferta, pero parece conveniente apoyar este tipo de actividad desde los organismos que se encargan de incentivar los productos emergentes.

Existen también otros planos en los que la sociedad de la información influye. Algunos que cabe adelantar son:

- 1 • La importancia creciente de la imagen corporativa y la utilización de los medios disponibles para difundir los logros, las innovaciones y las ofertas a los mercados.
- 2 • Los cambios en los soportes documentales de los productos, manuales de usuario, informaciones técnicas, etc.
- 3 • El incremento de las oportunidades de cooperación entre empresas, con independencia de la situación geográfica, para ofrecer soluciones integradas de alto valor añadido.
- 4 • La posibilidad del teletrabajo como elemento superador de las restricciones de espacio, empleo cualificado, etc.
- 5 • La reducción de costes indirectos y la mejora de los costes de los servicios que se derivan de la liberalización del mundo de las comunicaciones.
- 6 • Las posibilidades de la formación continua y la mejora del proceso de desarrollo profesional, que permite el acceso a los conocimientos antes reducidos a los entornos más reservados de las grandes corporaciones.
- 7 • La cooperación con el mundo universitario, abierto desde las redes del conocimiento, a la participación con la empresa en nuevas aventuras de investigación y desarrollo.

La industria, ese elemento que ha permitido el desarrollo de la sociedad del bienestar característica del siglo que termina, no ha cumplido, contra lo que auguran algunos, su ciclo protagonista. Por el contrario, sigue siendo una pieza clave que asegura —eso sí, ahora desde una apasionante colaboración con el nuevo mundo de los servicios, y desde esa nueva sociedad de la información— el que las empresas puedan seguir manteniendo e incrementando el ritmo de mejora de productividad de las últimas décadas. De esa forma será posible la expansión de las condiciones de vida del mundo desarrollado al resto de las áreas de un planeta en el que todavía hay, a pesar de las luces, demasiadas sombras.

Fecha de creación

29/04/1999

Autor

Francisco Marín