



Los modelos inteligentes de comunicacion

Descripción

Dentro de doscientos años los historiadores dirán que, a comienzos del siglo XXI en España, la ley permitía patentar un cenicero o una agenda, pero no un programa de *software*. El dato es revelador para entender las tendencias dominantes en este tiempo y en nuestro espacio, a pesar de los grandes avances producidos y de la evolución en la comprensión de los fenómenos innovadores. Pero indica sobre todo el desafío que tiene por delante el español y su entorno europeo (con el que comparte legislación) para contribuir a las grandes fuerzas que configurarán el futuro de las nuevas generaciones. Asociar la lengua y la cultura a la nueva dimensión de la comunicación inteligente, determina sus capacidades de influencia y penetración. En definitiva, su liderazgo de futuro. No hacerlo es renunciar a ello. Y esto es algo que no está entre las decisiones de la dirección política del país, ni de su industria.

Pero los cambios de nuestro tiempo se distinguen por su velocidad y profundidad, que se compadecen poco con los reglamentos, procesos legislativos y las vastas burocracias de los viejos países y sus sistemas tradicionales. «El ciberespacio», escribía en el citado libro, «no está solo en los videojuegos, sino que responde a un nuevo entorno global e íntimo en el que el hombre moderno tiene que desenvolverse. Gobernar el ciberespacio no es algo de política galáctica y futurista, sino enfrentarse a una realidad cotidiana de nuevos medios y valores en la sociedad y los individuos». Había nacido lo que ya entonces denominé el *mundo de Kubernésis*, en referencia a la palabra griega utilizada por los autores de la literatura sobre el ciberespacio a comienzos de los años ochenta, y que representa además una forma de pilotar, dirigir y liderar procesos. Es el nuevo entorno de los sistemas inteligentes de comunicación, donde el *hardware* y el *software* son los principales componentes para conectar los seres vivos y los sistemas electrónicos y desarrollar su capacidad operativa.

La legislación actual española considera que en el *software* no hay invención susceptible de ser patentada, y lo prohíbe expresamente (artículo 4 de la ley 11/1986). En su apartado segundo establece las que no se considerarán legalmente invenciones patentables y cita literalmente los programas de ordenadores. Aunque el *software* es eso y algo más. Como consecuencia, esta industria tan decisiva en el desarrollo de las capacidades humanas, profesionales y empresariales, no puede desarrollarse en competencia con otras, y tanto en su producción como en su consumo se tiene que agarrar a las posibilidades de los mercados anglosajones, y especialmente de Estados Unidos. Por ejemplo, hay empresas españolas que están invirtiendo grandes recursos económicos y humanos en el desarrollo de sistemas con inteligencia artificial, que tienen que ir a patentarlos a EE UU.

Pero este mismo caso nos revela hasta qué punto padecemos todavía el dominio de una mentalidad y

modelos antiguos, anteriores a la revolución digital y de la tecnología de las comunicaciones. ¿Por qué el *software* no se considera en España una invención patentable? Porque su contenido no tiene una representación física y al parecer no se considera todavía una aplicación industrial. En España el *software* se registra como propiedad intelectual.

DERECHOS DE AUTOR

Sin embargo, el *software* es la herramienta de mayor capacidad y actividad inventiva, en su propia creación, materialización y desarrollo -especialmente- industrial. Depende, como es natural, del programa de que se trate, pero uno avanzado y competitivo en el mercado implica, cuando menos, investigación, creación e invención, contenidos, producción industrial, diseño, programación y desarrollo de nuevas formas y lenguajes. Yo mismo creé y desarrollé en 1998 un programa de *software* para valorar y medir el impacto de los intangibles, y se desestimó su patente española por las razones hasta ahora expuestas. El programa es único y ha venido aplicándose industrialmente desde entonces, pero legalmente no se considera una invención patentable.

Si los españoles considerados entre los pioneros del mundo de la computación y los ordenadores en los siglos XIX y XX, como Leonardo Torres y Quevedo y José García Santemases, vivieran hoy, no dudarían en reivindicar el valor de estos instrumentos como las nuevas herramientas de la invención y la creación.

El *software* es precisamente el prototipo de lo que representa esa nueva dimensión de la comunicación inteligente. Une de manera operativa la inteligencia natural de sus creadores y usuarios, y la artificial de los sistemas electrónicos. Son programas de comunicación interactiva, y en consecuencia activan y desarrollan el sistema inteligente, expanden las conexiones y el conocimiento, integran el mundo virtual en el mundo real y hacen de lo intangible algo visible.

En su obra *Connected Intelligence*, Derrick de Kerckhove, director del programa McLuhan en la Universidad de Toronto, desarrolla con minuciosidad la vinculación entre interactividad, el hipertexto como nuevo lenguaje de comunicación de Internet, y las conexiones como red del nuevo sistema nervioso social y cultural, con la nueva dimensión del sistema inteligente.

Hoy en la cultura popular la comunicación inteligente se asocia a la modernización y desarrollo de la educación y calidad de vida. Por eso se utilizan los conceptos de *aula inteligente*, *tarjetas inteligentes*, *edificios inteligentes*, *cámaras inteligentes*. Por otro lado, esto significa que se ha hecho realidad lo que aventuró hace dos siglos Samuel Morse, quien no veía razón alguna para que la electricidad no fuera una energía de transmisión de inteligencia. Si esto resulta revelador para ver cómo los modelos culturales y de comunicación lingüística tienen que adaptarse a una nueva realidad vinculada a la innovación y la técnica, lo es más si apreciamos cómo todo ello afecta al conjunto de nuestras actividades y organizaciones, y a cada una de ellas. Empezando por el mismo potencial de nuestro sistema inteligente, y en consecuencia en nuestra capacidad perceptiva y de desarrollo mediante el análisis y la toma de decisiones.

No sólo se trata de entender y valorar este cambio, sino además de avanzar en lo que representa la diferencia entre medios y plataformas de comunicación, y las nuevas multiplataformas de modelos inteligentes de comunicación, que permiten a su vez el mayor desarrollo de una inteligencia versátil -y no reducida a la especialidad-.

Por su propio ámbito y naturaleza, los medios, sistemas y plataformas de comunicación son unidades limitadas. Internet, la prensa, la televisión o los teléfonos móviles están limitados por sus capacidades, por mucho que éstas sean cada vez muy superiores. Si un sistema inteligente, personal u organizativo dispone de una plataforma de comunicación, está limitado a ella, y así sucesivamente en función de las que vaya sumando. Por eso las industrias de estos sectores tratan de desarrollar entornos propios para cautivar y atrapar al usuario en su red.

Pero si ese sistema inteligente opera como una multiplataforma de comunicación que engloba en un mismo espacio sistemas, variables, y aplicaciones de uso combinado en diferentes medios, y contenidos integrados de información, formación y gestión, la persona dispone de una fuente de conocimiento y desarrollo de sus actividades muy superior. «Hemos llegado a un punto en el que virtualmente es posible desarrollar cualquier cosa que se quiera hacer en el mundo de las comunicaciones», decía ya en 1983 Arthur C. Clarke. Desde entonces se han multiplicado por millones las capacidades y potencial de los instrumentos de comunicación, y los nuevos componentes son de carácter nanoelectrónico. La comunicación tiene un potencial ilimitado por su dimensión global que combina su capacidad como fuente primaria de conocimiento, y la convergencia y multiplicación de medios y sistemas, con una nueva relación del espacio-tiempo. Con la particularidad de que la persona puede desarrollar sus actividades en un entorno que ella misma puede configurar.

Las empresas e instituciones españolas se han distinguido en la última década por su fortaleza y capacidad de expansión y penetración en los mercados exteriores. Ser portadores de estos modelos de comunicación inteligente les permitirá un mayor nivel competitivo. Las personas y usuarios de habla española en todo el mundo disponen de esos modelos y sistemas de origen anglosajón. Si esas mismas personas y usuarios no los tienen en el ámbito de su lengua y cultura, éstas pierden fuerza y potencial (y por tanto influencia y oportunidades) en su desarrollo. En definitiva, se trata de hacer realidad una visión global de nuestro entorno.

LO ESPAÑOL, EJE DEL DESARROLLO GLOBAL

En 1995 el entonces presidente de la República francesa, François Mitterrand, pronunció uno de sus últimos discursos públicos en la Asamblea de Estrasburgo. Advirtió a sus nacionales, no sólo con sus palabras sino también con su tono, que el español se había convertido en la segunda lengua del mundo occidental, lo que consideraba un desafío para la cultura y la influencia francesa.

Pocos años después, una mañana, los ingenieros y controladores de la NASA daban los buenos días en español a uno de los astronautas que viajaba entonces en la estación espacial. La emisión era retransmitida en directo por las grandes cadenas de televisión de todo el mundo. Pedro Duque se convirtió desde entonces en uno de los astronautas más populares. Tanto Duque como otro astronauta de origen español, Miguel López Alegría, divulgan cada día lo que representa la dimensión espacial para el desarrollo de nuestra vida cotidiana.

A punto de lanzarse un nuevo satélite de comunicaciones Hispasat para potenciar el sistema español, y con la infanta Cristina como primera dama del grupo español, López Alegría nos relató en Cabo Cañaveral la experiencia de quien percibe una nueva dimensión de la realidad humana en su espacio, conocimientos y recursos. La exploración espacial ha trasladado su dimensión a la vida cotidiana. Bastaría un apagón en el sistema mundial de satélites de comunicaciones para que dejara de funcionar la mayor parte de nuestra actividad planetaria. Los teléfonos móviles, las tarjetas de crédito,

las comunicaciones empresariales, los canales de televisión, etc. El hombre y nuestra sociedad han pasado a depender de las comunicaciones y el desarrollo espacial.

Dependemos de la comunicación y sus modelos inteligentes son los que están marcando el signo del porvenir. Algo vital para una lengua y cultura universales como el español. Fue la réplica de Cervantes a Shakespeare: para ser hay que contar.

Fecha de creación

30/03/2001

Autor

Antxon Sarasqueta

Nuevarevista.net