

LA INFORMACION ¿LA MERCANCIA O NO DEL NUEVO MILENIO?

Lic. Mayre Barceló Hidalgo¹

*1. Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”, Vía Blanca
Km.3, Matanzas, Cuba.*

Resumen

Se analizan algunos conceptos relacionados con la Sociedad de la Información, Industria de la Información y Mercado de la Información. Se exponen varias nociones teóricas de la Economía de la Información, y se plantean varias aproximaciones del concepto Valor de la Información. Se esclarecen los factores socio-económicos y políticos que incidieron en la transformación de la información en un producto comerciable; y con ello se determinan las facetas que la convierten en mercancía.

Palabras clave: Sociedad de la Información, Industria de la Información, Mercado de la Información, Economía de la Información, Mercancía

Introducción

La información constituye uno de los principales recursos de la sociedad, debido a la influencia directa que ejerce en el desarrollo de la ciencia y la producción. Es considerada, además, como un medio de apoyo al progreso científico-técnico, un factor económico trascendente y un producto en sí, que puede ser comparado con los recursos de materias primas de un país.

Los especialistas soviéticos Potapov y Shreider expresan al respecto: “la inversión de grandes recursos en el desarrollo de los servicios informativos únicamente se justifican por su influencia directa en el desarrollo de las fuerzas productivas. Más aún: en la sociedad moderna el propio servicio informativo resulta, en cierto sentido, una fuerza productiva que participa directamente en el gasto de trabajo de la producción de artículos industriales o de productos agrícolas”. (Potapov y Shreider, 1984)

Hoy en día el uso de la información crece exponencialmente en virtud de su perfección y flexibilidad extremada. Por medio del tratamiento, almacenamiento, recuperación y transmisión de datos por tecnología digital, la información se convierte en un artículo de venta de primer orden.

En la sociedad contemporánea la gestión empresarial se apoya cada vez más en los recursos informativos de las entidades. Forman parte de estos, el conocimiento privado y público que permiten a las organizaciones operar en una determinada esfera de actividad económica-social, y que en parte, integra su capital humano; las informaciones externas e internas que utilizan las personas vinculadas directamente a la dirección, el control y el procesamiento de la información y el conocimiento; los programas automatizados empleados en dicho procesamiento; las líneas y equipos destinados a la teletransmisión y el teleprocesamiento de la información; los archivos con información de la entidad, así como, otros elementos relacionados con el proceso informacional y del conocimiento.

Los recursos informativos resultan cada vez más costosos, a la vez que se incrementa su valor de uso. Sin embargo, este hecho no siempre es reconocido por las administraciones de las organizaciones, las cuales, influidas quizás por el aspecto material del problema, prestan

mayor atención a las maquinarias, dispositivos y equipos, que a la propia información y al conocimiento que permiten desarrollar los procesos de producción y servicios.

Por tales motivos la presente monografía se enfoca hacia el esclarecimiento de aquellas facetas de la información que la convierten en un producto comerciable y de gran valor en el mundo actual.

Sociedad de la Información, Industria de la Información y Mercado de la Información: conceptualización.

El creciente valor que ha ido adquiriendo la información en los últimos años ha originado un sector de la información dentro de la economía mundial, cuyas actividades motivaron en los años 60 y 70 el nacimiento de la Sociedad de la Información.

Ponjuán define a la Sociedad de la Información como “cualquier conglomerado humano cuyas acciones de supervivencia y desarrollo esté basado predominantemente en un intenso uso, distribución, almacenamiento y creación de recursos de información y conocimientos mediatizados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”. (Ponjuán, 1998)

Dicha autora, citando a Moore, señala además, las características principales que presenta la nueva sociedad:

- ✓ La información se utiliza como recurso económico. Las organizaciones hacen un mayor uso de la información para incrementar su eficiencia, para estimular la innovación y para elevar su eficacia y posición competitiva, con frecuencia mediante mejoras en la calidad de los bienes y servicios que producen.
- ✓ Es posible identificar un mayor uso de la información en el público general. Las personas utilizan la información en forma más intensiva en sus actividades en el rol de consumidores. También utilizan la información como ciudadano para ejercer sus derechos civiles y responsabilidades. Además los sistemas de información que se desarrollan, extenderán el acceso público a la cultura y la educación.
- ✓ Se desarrolla un sector de la información dentro de la economía. La función del sector de la información es satisfacer la demanda general de servicios y facilidades informacionales. Una parte significativa del sector se ocupa de la infraestructura tecnológica: redes de telecomunicaciones y computadoras. También se reconoce la necesidad de desarrollar la industria que genera la información que fluye por las redes: los proveedores de contenidos de información.

Partiendo de esta última declaración, una amplia gama de países están impulsando en forma activa el desarrollo de la llamada Industria de la Información, denominada según Barreto como “todos los segmentos o actividades relacionadas con la producción de recursos de información -procesamiento, organización, almacenamiento y recuperación- que se operan con fines lucrativos o no”.

Por su parte, Zurkowski plantea que la existencia de una Industria de la Información está en virtud de los siguientes elementos: (Zurkowski, 1984)

- Servicios de contenido: bases de datos, servicios de noticias, bibliotecas, índices.
- Paquetes de contenido: revistas, libros, directorios, reportes, periódicos.
- Servicios de facilidades: procesamiento de la información, diseño de sistemas, consultorías de gestión, investigaciones de negocios y de mercado.
- Tecnologías de información: computadoras, equipamiento gráfico e impresión.
- Tecnologías integradoras: módems, tecnologías de facsímil.
- Tecnologías de comunicación: receptores locales (radio, televisión)
- Canales de comunicación: canales cableados y de satélite para la transmisión del mensaje.
- Canales de difusión: redes de radio y televisión, y otros servicios de difusión.

En tanto, Moore la segmenta en tres grupos:

- Industria de contenidos informacionales: abarca a organizaciones tanto del sector público como privado que producen y desarrollan propiedad intelectual. La información producida es vendida a editores, medios de difusión, distribuidores y otras compañías que toman la propiedad intelectual bruta y la procesan en diferentes formas a fin de que pueda ser distribuida y vendida a consumidores de información.
- Industria del suministro de información: abarca la creación y mantenimiento de las redes de comunicación y disseminación de la información.
- Industria de procesamiento de información: se encuentran los productores de hardware y software.

Dicha industria de la información muestra una diversidad de experiencias, encaminadas a crear y mantener un Mercado de la Información, orientado hacia la búsqueda de soluciones que faciliten la correspondencia entre las necesidades de los usuarios y la disponibilidad de productos; los deseos de los consumidores con el trabajo de los productores y la oferta de la información con la demanda.

La Global Alliance of Information Industries Associations, en la pronunciación de la llamada “Declaración de Tokio”, abordó los temas de diplomacia comercial sobre desarrollo sostenible e industria de la información, considerando que el Mercado de la Información:

- Ofrece un mecanismo para hacer corresponder las necesidades de los usuarios con la disponibilidad de productos, los deseos de los consumidores con el trabajo de los productores y la oferta de información con la demanda;
- Supone una cooperación en la que las empresas de informaron y sus clientes colaboran para solucionar tanto la escasez de información como el exceso;
- Genera “soluciones” de información (encontrar información precisa y correcta de forma fiable y rentable) mediante la combinación de los recursos de contenido, comunicaciones, equipos y programas;
- Facilita que el hombre pase de ser informado a ser sujeto de conocimiento y después a la comprensión y al saber.

Economía de la Información: conceptualización

En las postrimerías del siglo XX, Vizcaya Alonso declaraba que “De la misma manera que hasta el surgimiento del capitalismo y la Revolución Industrial el hoy llamado sector primario constituyó el eje central de la estructura económico-social, de la misma manera que con el advenimiento del capitalismo, la industria, sin que por ello desapareciera el sector primario, devino eje central, y de la misma manera que la esfera de los servicios consolidó ya, en plena modernidad la incidencia de la propia agricultura y la industria, la información en los ya marcados comienzos de la era posmoderna, está llamada a constituir el eje central (sin apartar los anteriores) de toda estructura económico-social del futuro inmediato”. (Vizcaya Alonso, 1997)

Con tal acotación la autora vislumbraba lo que en la actualidad se ha denominado Economía de la Información, novedosa terminología para designar un sector emergente que comenzaría a regir los procesos de producción, distribución e intercambio de bienes y servicios en el nuevo milenio.

La Economía de la Información constituye una rama de la microeconomía que estudia tanto el efecto de la información (asimetrías, información perfecta, etc.) sobre el comportamiento agregado, como el comportamiento de los modelos microeconómicos convencionales cuando el bien producido/demandado/intercambiado es un bien informacional.

Verzola, uno de los investigadores del tema, expone que “una economía se convierte en una economía de la información cuando el trabajo relacionado con la información comienza a superar al trabajo relacionado con otros sectores”. (Verzola, 2006)

El autor hace referencia a la preponderancia del sector de la información, entendido como la parte de la economía que se ocupa de la creación, gestión, procesamiento, transmisión, distribución, y empleo de la información. En relación a dicho sector, Porat y Rubin, consideran que éste se divide en un sector primario y en uno secundario. En el primero se ubican todas aquellas entidades o personas que se encargan de la generación y gestión de información; y en el segundo, se encuentran todos aquellos servicios de información creados para las personas y organizaciones que requieren de información para llevar a cabo sus funciones, pero no pertenecen al ámbito informacional. (Porat, Rubin, 1987).

Cornella, por su parte, define a la economía de la información como aquella en la que “existe una industria potente en contenidos, acceso y procesamiento de información”. (Cornella, 1998)

En tanto, Otter y Cortez enuncian que la nueva economía es “el estudio de las relaciones entre los agentes económicos en situaciones en las cuales existe una distribución desigual de la información disponible (asimetría de la información)”. De ahí que se infiera que la infraestructura económica y tecnológica de un país determine el acceso, almacenamiento, difusión y recepción de la información, así como, en la calidad y cantidad de esta. (Otter y Cortez, 2003)

La economía de la información ofrece numerosos beneficios y abre nuevas posibilidades en el mercado de la información para producir este “bien”, que mediante su generación, distribución e intercambio, permite satisfacer necesidades de los seres humanos en su entorno tanto laboral como personal, así como apoyar la toma de decisiones.

Precisamente, una de sus principales características es que los procesos informativos se desarrollan en el ambiente digital, de manera que el mercado y el comercio empiezan a experimentar nuevas vías de hacer, dado que las transacciones económicas ya no requieren de presencia física ni del comerciante ni del cliente/usuario. Ello permite además, una mayor personalización de los productos y servicios informacionales que ofrecen organizaciones y empresas.

No obstante, el desarrollo alcanzado por el sector de la información en virtud de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, ha provocado una privatización de la información. Con lo cual se requiere de la búsqueda de nuevas formas de intercambio y distribución de los recursos informativos para eliminar no solo, la desigualdad frente al acceso, sino las barreras lingüísticas que dificultan la navegación en la red y la comprensión de la información que se solicita.

Valor de la Información

La información posee y adquiere valor en dependencia del contexto en que se presente y analice. Según Ponjuán el valor práctico o pragmático de la información está dado en la facilidad con que se pueda alcanzar un propósito, explotar un recurso o cumplir con otro objetivo.

Cronin al estudiar los elementos asociados al valor de la información le atribuye dos categorías: prácticos y simbólicos. Los valores prácticos se sustentan en la facilidad que le brinda al usuario para la toma de decisiones y para explorar una diversidad de recursos; mientras, los segundos se relacionan con factores estratégicos como la exclusividad (patentes), las reservas informacionales (circulación de informes de circulación restringida), la seguridad e integridad, y la calidad. (Cronin, 1991)

Para Taylor, la información ostenta un valor subjetivo en la medida que sea necesaria para un individuo o grupo, quienes son capaces de exponer las características de su necesidad al sistema de información, así como el convencimiento de que es aquella y no otra la información que ellos necesitan. Asume además, que el valor de la información está

implícito en el mensaje informativo y a este mensaje le da valor quien lo utiliza, con lo cual coloca en primer plano dos de los diversos tipos de valor formulados por Cronin: valor de uso (establece las condiciones para el cambio de una cosa por otra) y valor de cambio (disposición a pagar, a intercambiar una cosa por otra). (Taylor, 1995)

Del mismo modo declara que en el contexto de las Ciencias de la Información no existe aún una forma normalizada para calcular el valor de la información. Por ello aborda dicha interrogante desde dos puntos de vista:

- El valor potencial de la información, entiéndase el contenido cognitivo del mensaje.
- El valor del servicio mediante el cual se entrega el mensaje.

Factores políticos, económicos y sociales que incidieron en la conversión de la información en un producto comerciable.

La información en sus diversas modalidades expresivas ha existido en todas las épocas históricas de la humanidad, por lo que ha estado marcada por múltiples circunstancias sociales y culturales. Sin embargo, a partir del siglo XX comienza a ser considerada como un fenómeno de gradual importancia para todos los sectores de la sociedad.

Con la primera y segunda Revolución Industrial, el aumento de los conocimientos científicos hizo de la ciencia un elemento crucial del progreso económico, social y un componente inevitable de las tecnologías. A su vez surgió la necesidad de continuar un proceso evolutivo de la información que se tradujo en un aumento de los documentos.

Durante el siglo XX la monopolización en la economía comienza hacer la tendencia dominante y los avances del pensar científico revolucionan este período.

Por otra parte, el estallido de uno de los más grandes conflictos bélicos -la Segunda Guerra Mundial-, provoca que la hegemonía política transite por el control de la tecnología militar, y los beneficios de la investigación científica que la sustenta tienen un uso casi inmediato en las operaciones bélicas. De ahí que se desencadene una gran producción de documentación e información, contexto en el que el norteamericano Vannevar Bush publica su célebre artículo "As we may think" (publicado en 1945 como uno de los textos fundadores de la Ciencia de la Información), donde expone sus ideas en torno al problema del crecimiento de la información en ciencia y tecnología y alega como resolver su organización, almacenamiento y recuperación.

Las ideas de Bush anuncian un campo de conocimiento a punto de revolucionar a la sociedad. Sus preocupaciones transparentan la fuerte relación estratégica entre investigación científica y desarrollo, así como la necesidad de disponer de una estructura teórica capaz de enfrentar los problemas epistémicos y técnicos que se desencadenaban, surgiendo a su vez soluciones en torno a la necesaria presencia de las tecnologías como instrumento esencial para encarar esta realidad.

En la Europa Occidental el movimiento documental europeo, encabezado por Paul Otlet y La Fontaine no alcanzó gran éxito. La muestra más representativa de la actividad

informativa lo constituye la creación del American Documentation Institute en 1937 con el objetivo de introducir la tecnología de la microcopia, una de las grandes relevaciones en el mundo informativo de la época.

La atmósfera intelectual de este período puede definirse como altamente compleja. En estos años, la ciencia tiene un elevado prestigio social y una fuerte influencia intelectual. Se manifiesta una relevante hegemonía del conocimiento científico, sobre otros modos de conocimiento.

En 1962 se formaliza la Ciencia de la Información en Estados Unidos como resultado de la convergencia de la explosión informativa de la posguerra. Le correspondió a Taylor el mérito de dar la primera definición, al enunciar que es la ciencia “encargada de los mensajes almacenados o registrados, de su creación como documentos, de su propagación y uso. La disciplina posee dos características científicas: un componente de ciencia pura que investiga el objeto sin considerar sus aplicaciones y un componente de ciencia aplicada que desarrolla productos y servicios”.

Los cambios que continuaron aconteciendo en el mundo informativo generaron la “Sociedad de la Información”, la cual nació del tránsito de una sociedad cuyo principal sector lo constituía la industria de producción de bienes de consumo a otra, en la cual la industria de la información constituye sinónimo de riqueza y poder. En este tipo de sociedad -cuya base es la información como mercancía, estrategia competitiva y valor añadido-, los profesionales que operan en este ámbito se encuentran en un proceso de definición, adaptación y cambio, planteándose nuevas formas de organización del trabajo y de los servicios.

Con la aparición de las tecnologías computacionales, pronto siguió la revolución de la conectabilidad. Las redes computacionales irrumpieron de manera tempestuosa en el escenario informativo, a causa de la necesidad de comunicación entre la máquina y los ordenadores centrales, entre ellas y con el mundo exterior. No obstante los ordenadores han posibilitado la creciente adaptación a las necesidades del cliente, lo que significa el cambio de grandes demandas de productos uniformes a demandas menores de productos diversificados.

Facetas de la Información propias de un producto comerciable

Hoy en día la información se convierte en un artículo de venta de primer orden, puesto que el sector de la información es el eje central de la economía global, y su uso crece exponencialmente por los enormes beneficios que esta presenta para ampliar la competitividad, aumentar la calidad y la satisfacción de los clientes. De ahí que se le considere la mercancía del nuevo milenio y como mercancía se le trata, pero su análisis resulta diferente en tanto tiene un valor intrínseco según su contenido.

Teniendo en cuenta que un producto es cualquier cosa que puede ser ofertada en el mercado con el objetivo de ganar su atención, su adquisición o su consumo y que pueda satisfacer un deseo o una necesidad; los sistemas de información ofrecen en virtud de sus funciones y su mercado potencial productos con carácter informativo (revistas, libros, informes, estadísticas, etc.).

La insuficiencia de recursos materiales y financieros, así como, el establecimiento de relaciones económicas entre organizaciones diferentes del país, inciden en la aplicación de un enfoque económico-comercial al sector de la información. Ello se debe a las similitudes del producto informativo con otros productos, las que según Horton pueden ser: (Horton, 1985)

1. Se adquiere a un precio, medible en dinero.
2. Posee valores, algunos cuantificables.
3. Su consumo puede ser gastado o capitalizado.
4. Se pueden aplicar técnicas para su control.
5. Tiene un ciclo de vida. Las etapas reconocidas para crear un producto informativo son: la definición de requerimientos, adquisición, transmisión, procesamiento, almacenamiento, disseminación, uso y descarte.
6. Tiene la capacidad de ser procesada, generando productos terminados a partir de esa materia prima.
7. Se pueden hacer transacciones con diferentes tipos, y grados de información.

No obstante, el producto informativo posee características que lo distinguen dentro de los productos disponibles en el mercado.

- Variabilidad: Consiste en que cualquier producto informativo es siempre diferente a otros que traten del mismo acontecimiento. Es consecuencia del talento del informador.
- Caducidad: Entendida como la terminación de la utilidad de ese bien o servicio. La utilidad de un producto informativo caduca inmediatamente después de haber sido difundido.
- Flexibilidad: Caracteriza al producto informativo cuando da la posibilidad para adecuar constantemente el contenido informativo conforme a los nuevos datos que se vayan recibiendo.
- Calidad de la Información: Se presenta en niveles de confiabilidad, precisión, veracidad, actualidad y pertinencia.

García, citando a Cronin y Vila-Belda, manifiesta de la información como servicio económico las siguientes notas:

- Capaz de tener características específicas y medibles tales como, un método de recolección, utilización y uso, un modelo de ciclo de vida de conocimiento, diferentes atributos para cada etapa y su capacidad de interrelación de los conocimientos con otros recursos.

- Un input que puede ser transformada en output utilizables que son beneficiosos para el logro de los objetivos de la entidad.
- Un bien que puede ser capitalizado según los propósitos de la dirección.
- Un gasto por el cual los costes estandarizados pueden ser desarrollados y las técnicas de estudios de costes pueden ser utilizadas para conservar y controlar los mismos.
- Un elemento que se presenta ante los directivos como una variedad de posibles opciones de desarrollo, lo que permitirá a los ejecutivos tomar decisiones, por ejemplo, entre invertir más información que en mano de obra, o decidir entre mantener un servicio de información propio o comprar la información a un servicio externo.

La llegada de los ordenadores y el crecimiento de la información en general han transformado a esta en una mercancía y han propiciado que muchas actividades antes de ser servicios públicos se emprendan ahora con fines de lucro. La privatización y conversión de la información en mercancía van seguidas de su venta, lo que separa y estratifica a los usuarios según su capacidad económica. La sociedad lejos de ser realmente rica en información se convierte en una comunidad dividida en dos grupos: los que poseen información y los que no la poseen.

El flujo de información a través de la Web ha permitido interconectar a tiempo real a varios ofertantes y demandantes, eliminar multitud de contactos y costes de transacciones. Esta característica de no rivalidad en el consumo hacen de la información un bien semipúblico que debe ser tratado como tal.

Un análisis de la relación economía-información permite definir tres tipos de efectos de la mercantilización del uso social de la información:

- La modificación de las prácticas productivas, de distribución y de consumo de otras actividades económicas: la información es sinónimo de calidad y cantidad, aspectos que marcan la competitividad y supervivencia de las empresas u organizaciones en el mercado mundial.
- La aparición de nuevas actividades económicas.
- La sobredeterminación de las relaciones sociales respecto al uso concreto de los recursos informacionales en los ámbitos productivos: individuos e instituciones con un mayor o menor acceso a la información determinan la posición social, y con ello, el tipo de relación.

Consideraciones Finales

1. La aparición de la información como un bien de valor con un amplio campo de aplicaciones, es ciertamente uno de los principales factores de los arrolladores cambios económicos.

2. El conocimiento del valor de la información y el coste que su obtención implica permite que los sistemas de información cuenten con los recursos suficientes, de modo que el precio que el usuario final tenga que pagar por el servicio no sea un elemento disuasorio del acceso a la información.
3. La venta de información o la concepción de la información como mercancía se considera actualmente como un requisito indispensable para expandir los servicios respectivos y evitar las restricciones propias de los escasos recursos financieros.
4. El valor mercantil de la información está dado por las posibilidades de distribución masiva que ofrecen los avances tecnológicos, y por su influencia directa en los niveles de productividad y competitividad de las organizaciones en el mercado global.
5. La privatización y conversión de la información en mercancía constituye en la actualidad uno de los factores principales que divide a la comunidad en dos vertientes en torno al acceso de la información.
6. La información constituye el recurso básico para el desarrollo económico y social, concibiéndose así, un análisis del derecho de los bienes informacionales.

Referencias Bibliográficas

Moore, N. The Information Society. [on-line], consultado: noviembre 4 de 2009, disponible en: <http://www.unesco.org/webworld/wirerpt/wirenglish/chap20.pdf>

Ponjuán Dante, G., 1998. Gestión de Información. Principios, conceptos y aplicaciones CECAPI, Chile, 1998.

Ponjuán Dante, G., 1994. Industria y mercado de información. Presencia del Tercer Mundo. Apuntes para una discusión. *Revista Ciencias de la Información*, 25(2), p.76-8. CD-ROM.

Ponjuán Dante, G., 1992. Tendencias actuales en los sistemas de información y su relación con la productividad y el valor de la información. *Revista Ciencias de la Información*, 23(2), p. 107-111. CD-ROM.

Vizcaya Alonso, D., 1997. Lenguajes e Información. En: *Fundamentos de la Organización de la Información. Selección de Lecturas*, 135. Editorial Félix Varela, La Habana, 1997.

Zurkowski, P., 1984. Integrating America's Infostructure., *Journal of the American Society for Information Science*, 35 (3), p. 170-178.