

CAPÍTULO 7

Sociedad de la información

Antxón Sarasqueta González

Antxón Sarasqueta es periodista, escritor, investigador y consultor en el campo de la información. Ha dedicado más de treinta años a estas actividades. Es presidente de Multimedia Capital, consultora que fundó en 1992, especializada en la medición de los intangibles de información y la creación de nuevos modelos de comunicación para la dirección y gestión de las empresas, gobiernos e instituciones.

Como autor su última obra publicada ha sido: Somos información. La nueva ciencia de lo intangible (2012). Ha publicado más de seis mil artículos y quince libros. Otras obras que figuran en su catálogo son: Una visión global de la globalización (2003), Kubernésis, la máquina del conocimiento (2002), El desafío español (1996), y la trilogía sobre la Transición democrática española publicada en los años ochenta: Después de Franco, la OTAN, El abuso del Estado, y De Franco a Felipe, traducido este último al chino y publicado en 1984 por el Instituto de Estudios Europeos de la Academia China de Ciencias Sociales de Pekín (1984).

El conjunto de la obra de Antxón Sarasqueta es hoy una referencia en más de cincuenta áreas y disciplinas académicas y científicas, y forma parte de las bibliotecas de consulta de las principales universidades españolas y del mundo, incluidas la Biblioteca Nacional de España o el Congreso de los Estados Unidos.

En 1998 presentó en los Cursos de Verano de la Universidad Complutense su teoría de la nueva dimensión de la información como materia intangible, publicada con el título VAC: el Valor Añadido de la Comunicación. Ha realizado numerosos proyectos de investigación y comunicación. Entre ellos el proyecto Aldea Digital que fue implantado por el Ministerio de Educación en 2.500 escuelas rurales de toda España.

Es miembro del Consejo Editorial de la revista de pensamiento liberal Nueva Revista, y de órganos directivos de algunas destacadas instituciones de política internacional, como la Fundación de Política Exterior (INCIPE), Asociación Atlántica, y la fundación The New Atlantic Initiative, integrada en la American Enterprise (Washington). Es miembro de la Association for Computing Machinery (ACM) de Nueva York.

Desde 2003 es miembro del Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid, donde preside la Comisión de Convergencia del Espacio Europeo de Educación Superior.

Más sobre el autor en: www.antxonsarasqueta.com

El nuevo poder de la información

La clásica frase “*información es poder*” ya no responde a la realidad. La mayoría de la gente tiene muchísima información pero poco o ningún poder. El nuevo poder de la información radica en conocer las claves del sistema de información que domina la nueva sociedad, como se pone de manifiesto en este estudio.

El 81% de los entrevistados en este Barómetro Universidad-Sociedad asocian la sociedad de la información a “*un nuevo mundo en el que todo está interconectado*” y el 76% a “*una nueva realidad dominada por la información*”.

Lo relevante de estos datos es lo que implican sobre la necesidad de conocer la información por dentro. Porque una vez que aceptamos una realidad dominada por la información, si no conocemos lo que es y representa la información por dentro no podremos dominar la realidad. Seremos desbordados por la realidad.

Los propios datos de la encuesta nos dan algunas pistas. ¿A qué asocias la sociedad de la información?, se le pregunta al encuestado. Y el 70% no lo asocian solo a las nuevas tecnologías o a Internet, sino mayoritariamente (entre el 48 y el 80%) a una nueva realidad científica, un nuevo conocimiento, y una nueva realidad global en la que todo está interconectado con todo.

Esto supone no solo un cambio de la realidad física como puede ser el uso de las nuevas herramientas tecnológicas, sino de las propiedades intangibles y del saber que contiene la información como sistema para desarrollar el comportamiento humano. Por ejemplo, en el barómetro de hace dos años solo el 13% decía que las nuevas tecnologías de la información habían mejorado su “*desarrollo de la capacidad creativa*”. Este año la respuesta sobre la misma pregunta se eleva al 28%. La información como fuente de ideas y creatividad.

Entre el 75 y el 86% consideran la sociedad de la información más creativa e innovadora, competitiva y abierta al conocimiento. Lo que indica en sí mismo el desafío personal, educativo y social para desarrollarse y progresar en ese nuevo escenario.

El imperio de la lógica

¿Pero además qué suponen estos cambios y evolución? El imperio de la lógica. La información es un sistema lógico. Basta que nos equivoquemos en un solo signo al acceder a nuestra cuenta del blog o a una dirección de Internet, para no poder conseguirlo. La respuesta siempre es la misma: “*error*”. Es igual que cuando en las relaciones humanas un error de comunicación hace que malinterpretamos las cosas. Lo que en ocasiones lleva a rupturas personales, familiares o de otras graves consecuencias.

Por definición la información es un sistema que no puede ser contradictorio aunque lo seamos las personas. En este sentido, la encuesta del barómetro también nos da otra pista. El 62% considera que la sociedad de la información es “*más científica*”.

Una sociedad dominada por la información significa que está sujeta a la lógica, y esta es una de las principales razones de la crisis de nuestro tiempo y que explica por otro lado el éxito de los países y empresas más competitivas del mundo.

En el primer caso, es fácil comprobar como todas las crisis financieras, políticas y sociales parten del resultado de una contradicción básica: son sistemas basados en la confianza que han producido desconfianza, lo que da origen a una quiebra de la confianza. La contradicción llega a producir resultados letales.

Lo que se pone de manifiesto en mayor grado cuando la sociedad de la información hace, precisamente por su propia lógica, que sea una sociedad más crítica. El 67% de los encuestados considera que la sociedad de la información “*representa una sociedad más crítica*”. Todo se mira más con lupa y mayor contestación.

En el segundo caso ocurre al revés, las empresas y países que a nivel global son más competitivos y tienen más éxito, hacen de la lógica de su sistema de información el eje-motor de su desarrollo. Los países más avanzados en la sociedad de la información, son los primeros en ciencia y tecnología, educación y competitividad. Asiáticos, europeos y norteamericanos.

¿Por qué coincide, por ejemplo, este cambio de la nueva sociedad de la información con la explosión de la transparencia? Gobiernos, empresas e instituciones pugnan por exhibir la transparencia como mensaje, porque es un atributo que simboliza la lógica de la información verificable. Otra cosa es que lo consigan o no en función de sus prácticas.

Si sobre la lógica del sistema de información queremos utilizar el caso del ADN nos lleva al mismo resultado fáctico: la prueba radica en la coincidencia de información. No caben contradicciones.

Crecen la complejidad y... las oportunidades

Otro de los aspectos que nos reflejan los resultados de este barómetro es la realidad de una sociedad de creciente complejidad. Solo en tres años (2010-2013) los estudiantes de la Universidad Complutense han pasado entre el 7 y el 17% de valorar en “*mucho*” los cambios que la sociedad de la información han modificado sus vidas en distintos aspectos a más que triplicar esta cifra. Este año los que así opinan están entre el 28 y el 54%.

¿Cómo ha influido en su cambio de vida? se les pregunta y la respuesta es prácticamente en todo. En el estudio, en la organización de viajes, en las relaciones con la propia universidad, en la realización de proyectos y trabajos, en la propia búsqueda de trabajo, o en las relaciones sociales. El 91% afirma que ha cambiado en mucho o bastante su forma de estudio.

La sociedad de la información es un modelo de mayor complejidad y competitividad pero también de mayores oportunidades. Lo que se refleja en los propios resultados de este barómetro universitario.

Hoy el 72% afirma que la sociedad de la información representa en mucho o bastante una sociedad “*con más oportunidades*”. Mientras que hace tres años fueron el 55% de estudiantes los que afirmaron que las nuevas tecnologías de información generaban muchas (13%) o bastantes (42%) oportunidades laborales. Datos que demuestran que entonces y ahora la sociedad de la información se asociaba a las mayores oportunidades de forma mayoritaria. Opinión que ha ido creciendo.

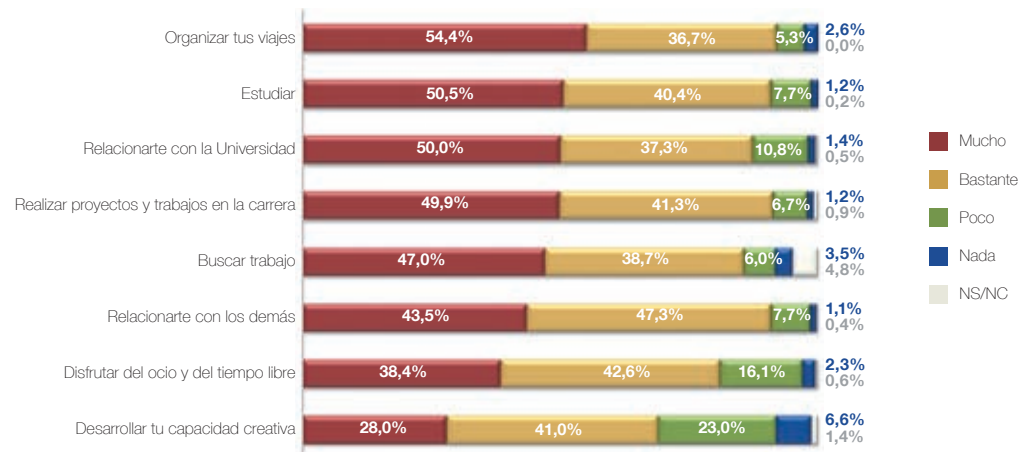
Los resultados de este barómetro son un referente sobre lo que representa el nuevo poder de la información a partir de ahora.

Antxón Sarasqueta González

Gráficos

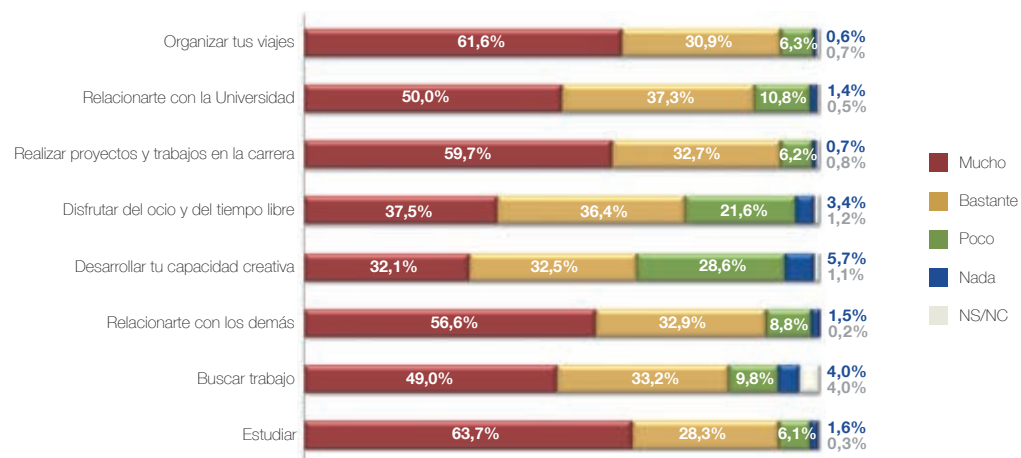
Q38.1. INFLUENCIA (MODIFICAN) DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 2013

¿En qué medida las tecnologías han modificado tu forma de...?
(NS/NC hasta 100%)



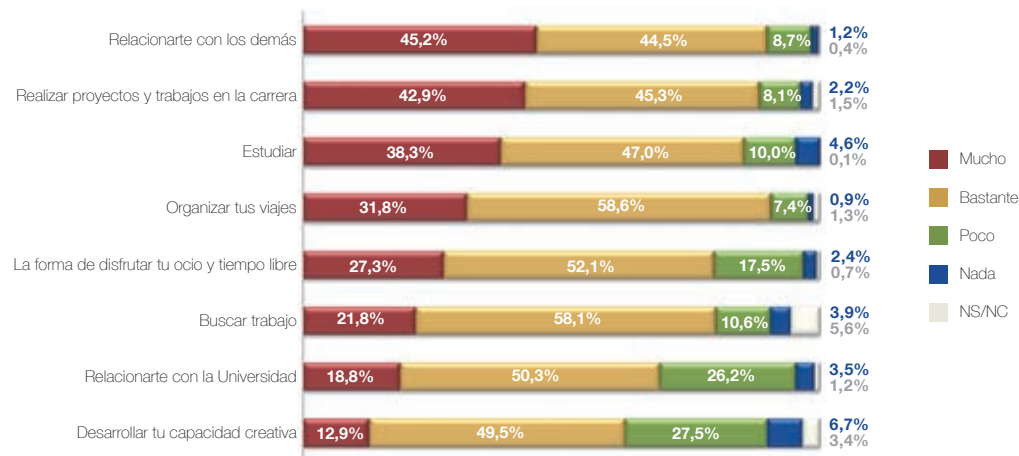
Q38.2. INFLUENCIA (MODIFICAN) DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 2012

¿En qué medida las tecnologías han modificado tu forma de...?
(NS/NC hasta 100%)



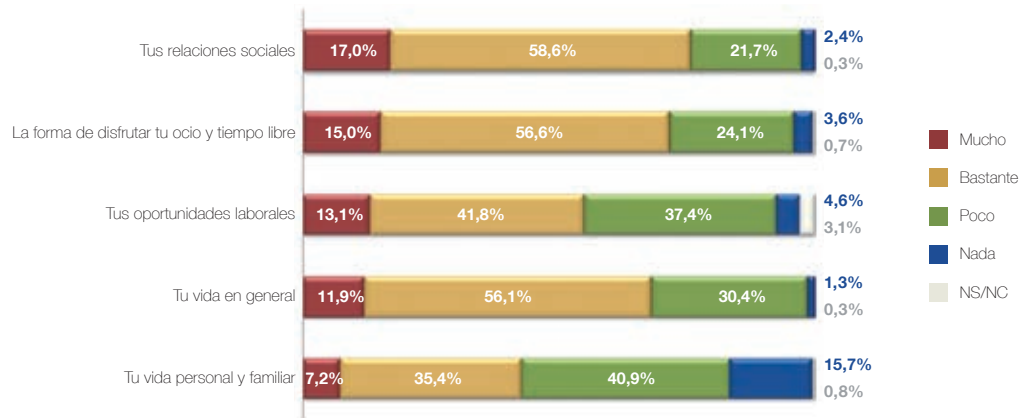
Q38.3. INFLUENCIA (A MEJOR) DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 2011

¿En qué medida las nuevas tecnologías de la información han mejorado tu forma de...?
(NS/NC hasta 100%)



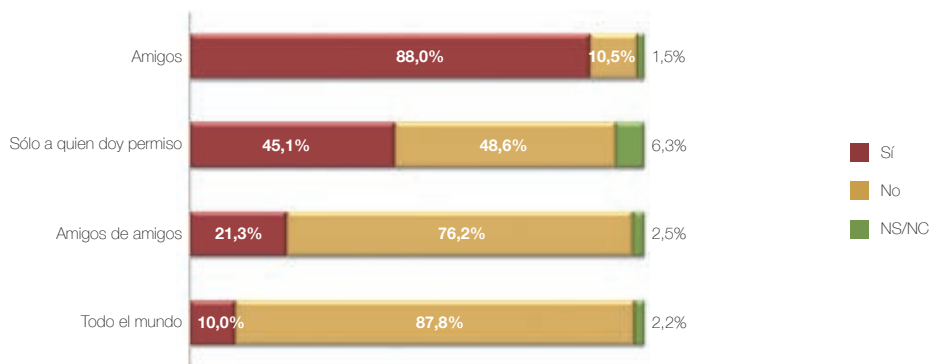
Q38.4. INFLUENCIA (MODIFICAN) DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 2010

¿En qué medida las nuevas tecnologías de la información han modificado tu forma de...?
(NS/NC hasta 100%)



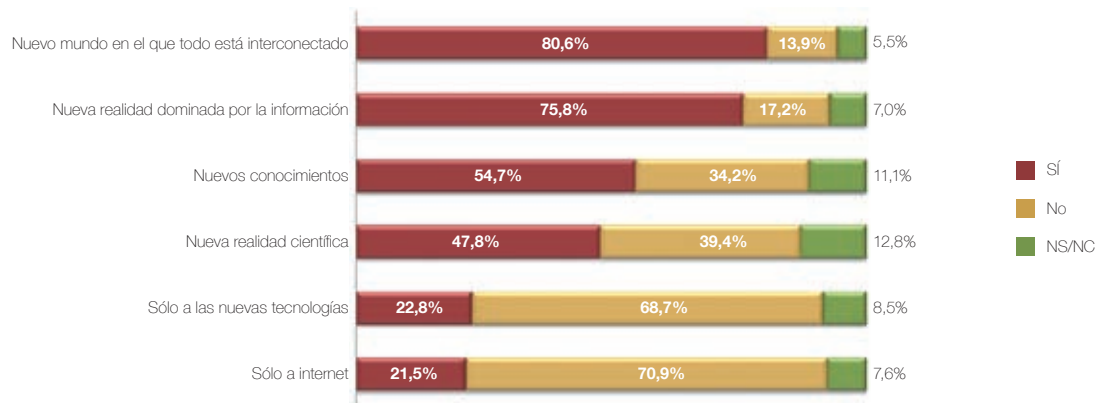
Q39. NIVEL DE PRIVACIDAD DE LOS PERFILES EN REDES SOCIALES

Tu perfil en redes sociales, ¿lo puede consultar... sí o no?



Q40. CONCEPTOS ASOCIADOS A SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

¿A qué asocias la Sociedad de la Información?



Q41. ASPECTOS ATRIBUIDOS A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

¿Consideras que la Sociedad de la Información representa una sociedad más...?

