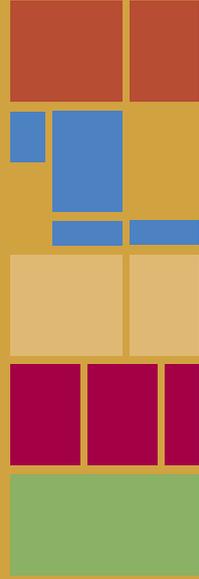


Capítulo 7



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 fundador y presidente ejecutivo de Multimedia Capital, empresa de consultoría que nació en 1992, pionera en el campo de medir la información (infometría).

*Como autor ha publicado más de seis mil artículos y quince libros, incluida su nueva obra *Somos información. La nueva ciencia de lo intangible* (2012). 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.

Sociedad de la información

El 75% de los universitarios asocian la sociedad de la información a un nuevo mundo interconectado y el 67% a una nueva realidad dominada por la información. Estos datos obtenidos en el Barómetro Universidad-Sociedad de este año, sintetizan una visión de lo que representa el nuevo modelo de sociedad.

Este estudio de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) es el primer Barómetro universitario español en el que se conoce la opinión de los estudiantes sobre la sociedad de la información, incluyendo cuarenta preguntas o cuestiones diferentes sobre un tema tan crítico como lo que representa un cambio de modelo de sociedad.

A diferencia de los Barómetros de años anteriores en esta ocasión las preguntas de la encuesta no se han limitado a las nuevas tecnologías, sino a conocer la visión de los estudiantes universitarios sobre la sociedad de la información y el cambio que representa en todos los órdenes de la vida.

Empezando por perfilar qué es la sociedad de la información. ¿A qué se asocia conceptualmente la sociedad de la información? Si tres de cada cuatro de los encuestados lo asocian a “un nuevo mundo en el que todo está interconectado”, solo uno de cada cuatro lo asocia “solo a las nuevas tecnologías”, y menos (19%) “solo a Internet”.

En estos resultados se refleja una visión clara de lo que representa la sociedad de la información: una nueva realidad global, donde todo está interconectado, y que a su vez está dominado por la información. En sí mismo esto tiene una importancia filosófica, porque indica que una mayoría muy amplia de las nuevas generaciones universitarias sí sabe lo que nos pasa, por decirlo en términos orteguianos.

Pasa que el mundo ya ha cambiado. De la sociedad industrial a la sociedad de la información. Lo que supone un cambio revolucionario en todo. En la forma de entender el mundo, en el uso de las herramientas, en los sistemas de producción, en estilos de vida, en la propia convivencia. La mitad de los entrevistados (53%) asocian esta nueva realidad social a un “nuevo conocimiento” y también a “una nueva realidad científica” (45%).

En la práctica ¿qué tendencias se perciben como guías de la nueva sociedad de la información? Más del 80% de los entrevistados consideran que es “más abierta al conocimiento”, y entre el 60% y el 75% responden que es más creativa e innovadora, más competitiva, con más oportunidades, más crítica, más científica y más libre.

Desafío humanista y científico

Sin embargo solo el 25% ve esta nueva sociedad como “más humanizada”. Algo que puede resultar paradójico, al compararse este dato con los anteriores. Porque si es una sociedad más abierta al conocimiento, a las oportunidades, más creativa e innovadora, más libre y con más poder de comunicación ¿por qué la mayoría (65%) no la considera más humanizada?

La explicación está en los propios resultados del estudio que refleja dos visiones opuestas de lo que se considera una sociedad más humanizada. El 60% de los universitarios del área de estudios experimentales consideran que la sociedad de la información sí está

más humanizada, mientras que la mayoría de los que estudian humanidades piensan lo contrario, igual que los que imparten estudios encuadrados en las áreas de la salud, sociales y jurídicas.

La pregunta de por qué se produce esta discrepancia tan rotunda hay que tenerla en consideración a la hora de analizar este estudio, porque es uno de sus datos más relevantes. Supone plantearse el desafío de hacer de la sociedad de la información una sociedad de valores éticos y morales. Un estudiante de experimentales puede contribuir tanto a humanizar más la sociedad como otro que estudia humanidades o derecho. No es lo que estudias ni la profesión que ejerces, ni el modelo de sociedad en el que vivimos, es la persona y sus valores la que contribuye a humanizar más el mundo en el que vive. Pero son los propios entrevistados los que dan la respuesta de acuerdo con su propia experiencia y conducta.

Entre el 62% y el 90% de los entrevistados afirman que las tecnologías han mejorado mucho o bastante su forma de vida en relacionarse con los demás, estudiar, realizar proyectos, organizar sus viajes, disfrutar y buscar trabajo. Mejorar las relaciones con los demás humaniza más a la sociedad, y el 45% de los entrevistados afirman que el cambio ha contribuido a ello en “mucho” y el 44% en “bastante”. Solo el 9% dice que en “poco” y el 0,4% en “nada”. La propia relación con la Universidad ha mejorado muy mayoritariamente en “mucho” (19%) o “bastante” (50%).

Para dar mayor perspectiva al retrato sociológico de este capítulo hay que situarlo en el escenario global de lo que representa al día de hoy la sociedad de la información en términos absolutos. Tres referencias resumen esta perspectiva. De los veinte países más competitivos en el mundo, diecisiete lideran la sociedad de la información, y once de ellos en ambas listas son europeos (1). El 80% de la riqueza de los países de la OCDE es capital intangible (derivado de la información), frente al otro 20% derivado de las materias fósiles y de la producción mecánica (2).

La tercera referencia es de naturaleza puramente científica. Una sociedad dominada por la información es en sí misma desbordante: acelera sistemáticamente los cambios, aumenta la complejidad, adquiere una nueva dimensión añadiendo lo intangible a la realidad física, y obliga a adaptarse a un nuevo sistema de análisis y toma de decisiones. Lo que supone un nivel superior para la inteligencia humana, y es lo que hace preguntarse a los mejores científicos qué es información o qué entendemos por información. (3)

Antxón Sarasqueta González

(1) World Economic Forum de Davos: The Global Competitiveness Index 2011–2012 rankings; The Networked Readiness Index 2010–2011

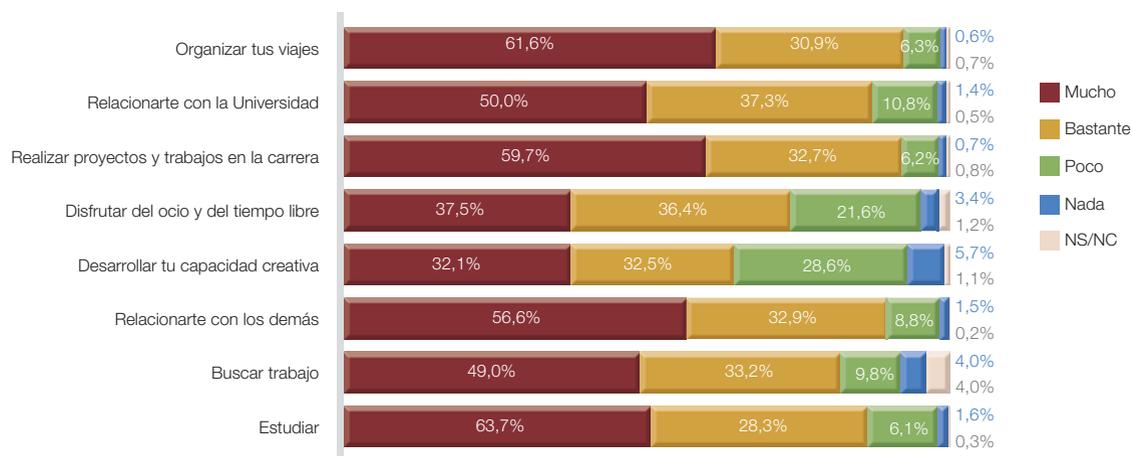
(2) World Bank, Wealth Estimation, http://www.sarasqueta.com/docu/intangibles_wbank.pdf

(3) Alberto Galindo, Quanta y Vida, pag. 56, Real Academia Nacional de Medicina, 7/6/2011

Gráficos

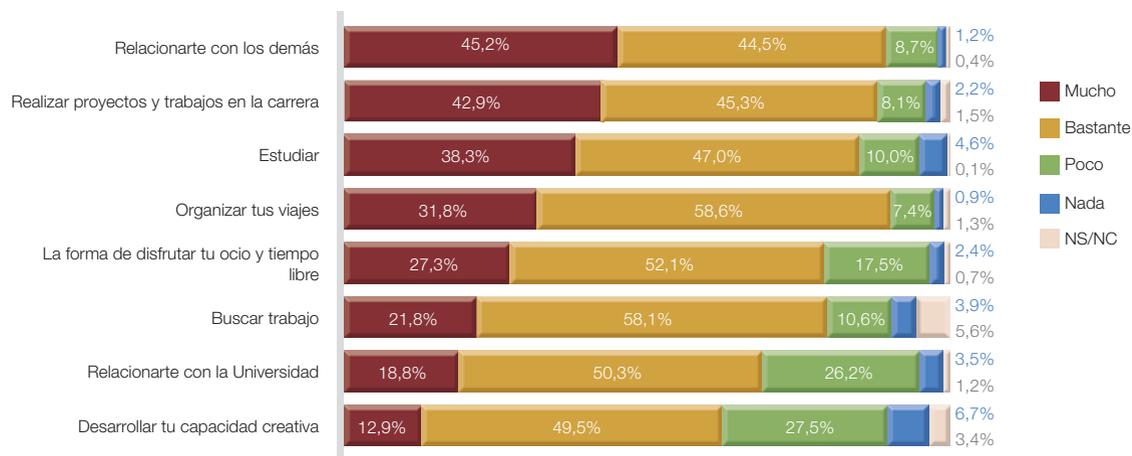
Q38. INFLUENCIA (MODIFICAN) DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 2012

¿En qué medida las tecnologías han modificado tu forma de...?



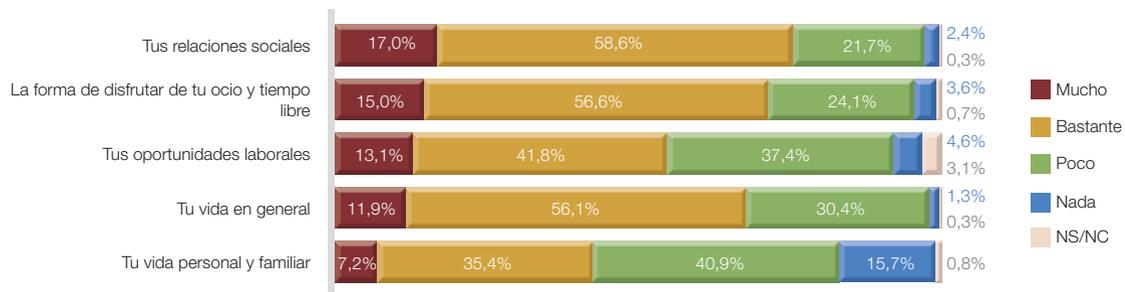
Q38. INFLUENCIA (A MEJOR) DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 2011

¿En qué medida las nuevas tecnologías de la información han mejorado tu forma de...?



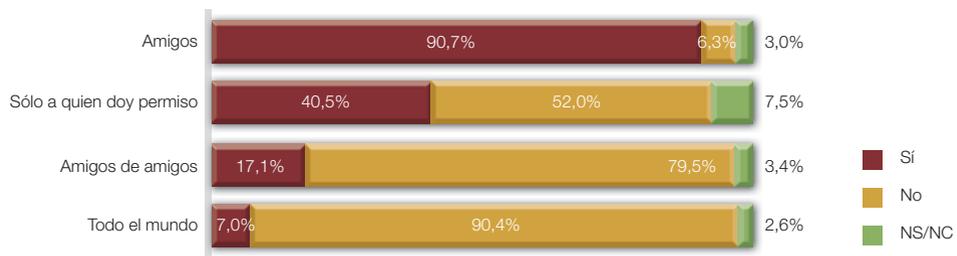
Q38. INFLUENCIA (MODIFICAN) DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 2010

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



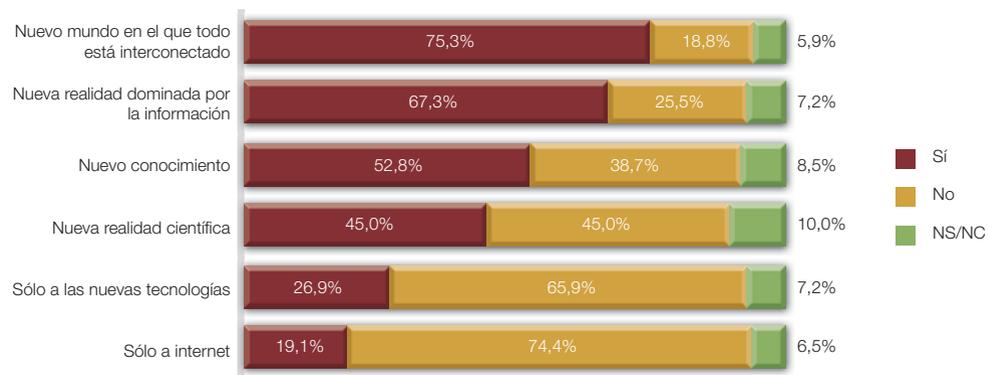
Q39. NIVEL DE PRIVACIDAD DE LOS PERFILES EN REDES SOCIALES

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...?

