

RAMOS SIMÓN, L.Fernando. *Introducción a la administración de información*. Madrid: Síntesis, 2003

El libro de L.Fernando Ramos recoge una serie de investigaciones y de reflexiones en torno a la información. El autor parte de la tesis de que el campo de la información ha experimentado en los últimos años un cambio espectacular. Un periódico, un libro o una biblioteca eran campos diferenciados, por lo que se hacía complicado emprender proyectos en común; sin embargo, en estos momentos desde nuestro ordenador podemos combinar estos y otros muchos productos con toda facilidad. A juicio de L.Fernando Ramos, lo que ha acontecido es que la información se ha hecho digital: «Los registros de las bibliotecas, las páginas del libro, las imágenes..., todos esos elementos pueden guardarse juntos, combinarse, segmentarse y ser intercambiados al instante a nivel planetario. Asimismo, las empresas de todos los sectores también han comprendido que la gestión de sus recursos intelectuales y de la clientela mediante este modo de entender la información es capital para diseñar y aplicar su estrategia empresarial» (p.13). La buena administración de la información se convierte, pues, en una labor imprescindible en muchos sectores profesionales, como pueden ser las bibliotecas, las editoriales o los creadores y mantenedores de bases de datos y archivos electrónicos. Nos enfrentamos a un impresionante recurso, cuya presencia en nuestra cotidianidad es ineludible así como su incidencia en la economía y en numerosos aspectos de nuestras vidas. A pesar de ello, no sabemos en profundidad cuáles van a ser los resultados o la repercusión de esta revolución de la información.

El propósito de este libro que presentamos es acercarse al modo y manera en que se comporta la información registrada cuando es tratada en las unidades de información, esas instituciones que hasta estos

momentos desempeñaban funciones separadas y claramente diferenciadas. Como la información en soporte digital ha eliminado los límites entre actividades, como en sus soportes tradicionales era muy complejo de manejar, trasladada al ámbito digital es enormemente «fácil de reutilizar, de procesar, combinar, modificar o transmitir convirtiéndose en un elemento imprescindible de toda clase de productos, no sólo de los de información (el manual de instrucciones de una máquina no termina de cumplir su función en la caja del embalaje, sino que puede ser actualizado periódicamente desde el sitio web del fabricante o vendedor, desde el que incluso se pueden activar nuevas capacidades de la mencionada máquina)» (p.14).

El libro de L.Fernando Ramos se propone explicar cómo se producen estos procesos y cómo generar una actividad eficiente dentro de la unidad de información, de tal modo que su administrador o el equipo directivo pueda maximizar el rendimiento de la información de que dispone y administra en su entorno, en especial en las unidades de información, ya que son las bibliotecas y los centros de información de distintos tipos los que tienen una experiencia secular en la organización, uso y difusión de la información.

El enfoque que se da a la obra tiene dos frentes muy delimitados. Por un lado se explicita el papel que adopta la utilización de la información en la creación de valor en las organizaciones de todo tipo -emergencia de sitios web, aparición de mercados electrónicos, omnipresencia de las redes de información en empresas y hogares-. El otro aspecto tiene relación con la organización de la cadena de valor de la información de los operadores tradicionales del mercado de información -diseñadores de productos, editores, bibliotecas, centros de información- sacudidos todos por la revolución de las tecnologías de la información, visión que también está latente en el primer enfoque.

Por otro lado hay que tener presente que se trata de una *introducción*, término que tiene muy presente el autor

de la obra por varias razones, la principal de las cuales reside en que se tratan asuntos que se encuentran en una fase de consolidación, además de que hay temas relacionados con la planificación y el marketing de información, o la estructura económico-financiera de las unidades de información que están sometidos a cambios muy profundos. Es, pues, muy difícil determinar y abordar de forma definitiva alguno de esos aspectos.

Pues bien, la obra está dividida en diez y nueve capítulos aunque podríamos hablar de diecinueve partes ya que la extensión que dedica a la temática correspondiente es bastante considerable.

Los primeros capítulos ponen de manifiesto los cambios más significativos que han colocado a la información en un gran sector de actividad y en el motor de la economía actual, en la cual el comercio electrónico está provocando progresivamente cambios espectaculares tanto en la estructura empresarial como en las pautas de consumo de las personas.

En la primera parte o capítulo, «La información, motor de la nueva economía», se explicitan temas relativos al significado de la información desde el punto de vista económico, como recurso económico, como sector en crecimiento, la función de organizar la información, las principales preocupaciones del sector de la información en el nuevo entorno, la cadena de valor de la información, o bien el tema de la información y el comercio electrónico en Internet.

El capítulo segundo aborda las principales características de la información como recurso innovador y competitivo. Bajo el título «Aspectos de la información como recurso innovador y competitivo» el autor realiza un estudio amplio sobre los siguientes aspectos: los bienes informativos en Internet, Tecnología estándar y efecto red, reducción de costes y mercados (los flujos múltiples), incertidumbre tecnológica y rentabilidad, sobreabundancia de información (la ley de Gresham sobre la información), innovación y creatividad, previsión-planificación, la

organización de la información en el entorno empresarial, y los sectores punteros del comercio electrónico.

El tercer capítulo, «El *management* o administración de información se ocupa de la actividad de administración o *management*; en él se sitúa la administración de información como una actividad derivada, al tiempo que se presentan los principales estudios sobre la organización de las unidades de información en contextos institucionales como las empresas informativas o las bibliotecas. Todo ello lo analiza el autor a lo largo de cinco epígrafes, a saber: el nacimiento y la evolución del *management* de la información, la teoría de la administración de bibliotecas y unidades de información, las funciones de la administración, las funciones de la administración de información así como las líneas teóricas relacionadas con el *management* o la administración de la información.

Los tres capítulos siguientes se ocupan de los productos de información. En efecto, en el capítulo cuarto se estudia la versátil consideración de la información como bien o servicio, para poner de relieve sus características propias como producto. Asimismo, se ponderan las nuevas funciones de la información en las organizaciones y se concluye con una propuesta conceptual de la unidad de información. Este capítulo lleva como título «La información como producto» y se despliega en aspectos relativos al concepto de servicio, características de la información como producto, la función de información en las organizaciones además de explicar cuál es el mapa de posicionamiento de las unidades y servicios de información. Los capítulos quinto y sexto analizan «Los productos de la edición electrónica», primero el libro y las publicaciones electrónicas de carácter científico y después se hace referencia a los nuevos modos de edición en Internet. El capítulo sexto se acerca al ámbito de los soportes autónomos (el CD-ROM y sus variantes) y a los servicios estructurados en torno a las bases de datos, como los sistemas de gestión documental y bibliotecaria, para terminar con una visión de los servicios de información

económico y financiero, los que tienen un espacio más preponderante en Internet y que, previsiblemente, servirán de modelo en los próximos años.

El capítulo séptimo pone de relieve uno de los condicionantes más importantes para el desarrollo de los productos de información electrónica, es el de la titularidad sobre los derechos sobre la información, los derechos de autor. L.Fernando Ramos se centra en separar el ejercicio de explotación libre de los derechos de autor de los límites impuestos por la ley, en general a favor de las bibliotecas y de la libertad de información. Este capítulo se titula «Límites de los derechos de autor en las unidades de información», y desarrolla cuestiones referentes a las limitaciones a los derechos de autor, el derecho de cita o la remuneración del préstamo bibliotecario.

Los tres capítulos siguientes tratan de los productores y proveedores de información. El capítulo octavo nos introduce en tres instituciones públicas muy importantes. Por un lado está la biblioteca y su evolución hacia el modo digital. Por otro se aborda el potencial de las estructuras informativas gubernamentales -las portavocías y departamentos de información ministeriales, regionales y municipales- llamados a desempeñar un papel trascendental en las relaciones con los ciudadanos, cuya primera muestra es la eclosión un tanto desordenada de sitios, portales y páginas web. En tercer lugar se adentra en uno de los sectores con mayor proyección en la nueva economía del sector público como es la información electrónica generada por la actividad de las Administraciones, fácil de reutilizar desde dentro y por las empresas privadas. El capítulo noveno aborda la producción de información en el sector privado, principalmente la convergencia entre los medios, los conglomerados y la aparición de Internet como nuevo medio. Por su parte, el capítulo décimo se titula «Agregadores y otras nuevas formas de organización de la información». En él explica el autor las características y la tipología de los agregadores, los depósitos y archivos

digitales o los archivos permanentes de publicaciones. En este capítulo se describen los nuevos operadores de información y los nuevos ámbitos y problemas que está generando el acceso a la información en red. De forma sucesiva se repasan el papel de los agregadores, las nuevas funciones de los consorcios y la cuestión de los depósitos y archivos digitales, situándonos ante los problemas de conservación del patrimonio cultural en un mundo virtual.

Los capítulos undécimo y duodécimo tratan de la compleja relación entre los contenidos de información y la estructura tecnológica que los soporta y permite su tratamiento, conservación o transmisión. La visión que se intenta dar es que el administrador de información, aunque no debe saber electrónica ni informática para hacer funcionar esos sistemas, sí ha de entender cómo operan, cuáles son sus potencialidades y sus limitaciones y, sobre todo, ser capaz de aprovechar esos sistemas para optimizar el beneficio de la organización y de sus clientes y usuarios. Por una parte tenemos el capítulo undécimo, titulado «La gestión y los sistemas de tratamiento de la información», el cual está dividido en seis partes: la función de comunicación e información, los recursos de información en las organizaciones, el sistema de información, la utilización de la base tecnológica, la evolución del software, y el papel del gestor de la información. Por otro lado, el capítulo duodécimo lleva como título «Subsistemas y plataformas para el acceso a los servicios de información». Doce subcapítulos desarrollan la temática: las plataformas de información, componentes del sistema de información; la evolución de la aplicación de los ordenadores al tratamiento de la información; subsistemas y herramientas para la gestión de información; sistemas de información para dirección (MIS); repositorios y *data warehouse*; ofimática (OIS); sistemas de apoyo a la decisión (DSS); sistemas basados en el conocimiento (KBS); sistemas inter-organizacionales (IOS): de los EDI a las *extranets*; redes (WAN y LAN); herramientas avanzadas; y aspectos

críticos de la aplicación de las tecnologías en las unidades de información.

El capítulo decimotercero aborda la evaluación de los recursos de información como un todo -contenido, personas y tecnología- a través del proceso de auditoría de información. El autor le da el título de «La auditoría de información: concepto y etapas para su aplicación», y lo explicita en cinco puntos: concepto de auditoría de información, la auditoría de empresa, la auditoría de marketing, los diagnósticos de la auditoría de información, y las etapas del proceso de auditoría de información.

Los tres capítulos siguientes ponen en relación al administrador con la dirección de la unidad de información, la comunicación con el entorno y la calidad de los productos de información. En los tres aspectos resulta esencial que el administrador tenga una visión y unas perspectivas sobre las relaciones que quiere dentro de la organización y con los clientes y usuarios. El capítulo decimocuarto, «La dirección y la toma de decisiones», se explicita en seis subcapítulos: características de la función directiva, dirección y liderazgo, la toma de decisiones, creatividad e innovación, técnicas para aumentar la creatividad, y la toma de decisiones en grupo: los comités. El título del capítulo decimoquinto, «La cultura organizativa, la imagen y la comunicación empresarial», da paso a cuatro bloques: la cultura empresarial o corporativa, los elementos de la nueva cultura empresarial, la imagen e identidad corporativa, y la comunicación corporativa.

La decimosexta parte la dedica el autor a «La calidad en las unidades de información», en seis apartados: evolución de la calidad, aplicación a los productos de información, las aportaciones de Deming y Juran, la calidad en los productos de información, los beneficios de la aplicación de la calidad total a las unidades de información, los sistemas de la calidad y normalización, y el *benchmarking*.

Los capítulos decimoséptimo y decimoctavo presentan las perspectivas del mercado. El primero de los dos presenta un esquema de la constitución del mercado de información electrónica en Europa, su estado evolutivo y los cambios acelerados que se están produciendo en el mismo. Este apartado lleva el título de «Mercados y consumidores de información electrónica», y el autor lo desarrolla en seis subcapítulos: el consumidor de información electrónica: evolución y características, el concepto de mercados de la información, del mercado de información electrónica al comercio electrónico, el comercio electrónico, los modelos de comercio electrónico, y los mercados de servicios de información electrónica en el área económica europea. El capítulo decimoctavo, por su lado, presenta el amplio panorama de precios que existe en el campo de la información, bajo el convencimiento de que en este entorno tan cambiante no es posible determinar qué esquemas de precios perdurarán y cuáles son simples estrategias sin duración permanente. Este capítulo lo titula el autor «El precio de los productos informativos», y lo explicita en quince puntos: procedimientos de fijación de los precios en los productos informativos comerciales, precios personalizados, por versiones, empaquetado, por grupos, patrocinado, suscripción, pago por uso, *freeware*, *shareware*, pago completo, por licencia, cesión gratuita, los *pricebots* o agentes inteligentes de precios, y las suscripciones frente a *pay-per-use*.

El capítulo decimonoveno muestra una serie de consideraciones acerca de los problemas éticos y jurídicos de la nueva era de la información, los cuales piden y exigen una toma de posición por parte de los profesionales, los usuarios y los legisladores sobre asuntos tales como la protección de datos, la intimidad de las personas o la piratería. Este último capítulo, titulado «Dimensiones éticas y jurídicas en la era de la información», se desarrolla en seis aspectos: libertad e información en la era de Internet, protección de datos, censura y circulación de material obsceno y pornográfico, la protección de la vida privada en

las unidades de información, piratería y plagio, la ética de la información en sistemas inteligentes.

El libro termina con una esmerada bibliografía en la que registran las obras citadas en el texto y otros documentos considerados útiles y provechosos no sólo para el autor sino también para el lector.

Nos encontramos, en suma, con un libro interesante y riguroso acerca de la información como recurso omnipresente en nuestras vidas y como elemento de la actividad económica, insistiendo en todo momento en la tarea de la administración de la información en muchos de los ámbitos profesionales, desde los medios de comunicación a los gestores de bases de datos. Se explican, pues, algunas de las posibilidades y de los retos que ofrece la nueva situación.

Diciembre 2003
Gemma Muñoz-Alonso López
Universidad Complutense de Madrid