

# La información como insumo, recurso y producto en la sociedad de la información

David Ricardo Ramírez Ordóñez

28 de Septiembre de 2009

-Masuda, director del Instituto para la Sociedad de la Información, y director del informe JACUDI, define a la sociedad de la información como aquella que “crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo material”-<sup>1</sup>

## ¿Qué haremos?

Buscaremos la importancia y las características de la información como insumo, producto y recurso en la administración contemporánea y el por qué es necesario aplicar la teoría del negocio en las unidades de información.

## Aterrizando conceptos

Basándonos en el libro de Manuel Castells titulado “La era de la información”<sup>2</sup> podemos encontrar una referencia al uso de la información cuando dice:

Lo que ha cambiado no es el tipo de actividades en las que participa la humanidad, sino su capacidad tecnológica de utilizar como una fuerza productiva directa lo que distingue a nuestra especie como rareza biológica: su capacidad superior para procesar símbolos.<sup>3</sup>

Pero vayamos por partes, empecemos por las definiciones más básicas de estas tres características. Insumo es un “Conjunto de bienes empleados en la producción de otros bienes”<sup>4</sup>, producto es una “Cosa producida”<sup>5</sup> y recurso, entre

---

<sup>1</sup>MASUDA, Yoneji. La sociedad informatizada: como sociedad post-industrial. Madrid: Tecnos, 1984. 197 p. ISBN:8430910379

<sup>2</sup>CASTELLS, Manuel. La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Madrid: Siglo Veintiuno; 1999. Vol. 1

<sup>3</sup>Ibid. p. 135

<sup>4</sup>REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Insumo: Diccionario de la lengua española. Vigésimo segunda edición. [en línea]. [consultado 27 de sep. de 2009]. Disponible en <<http://rae.es/insumo>>

<sup>5</sup>Ibid. <<http://rae.es/producto>>

muchas de sus definiciones encontradas podríamos usar la siguiente como la más apropiada al tema que nos compete: “Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa”<sup>6</sup>. Es innegable que las tres definiciones son parte importante de un sistema; que requiere entradas, procesos, salidas, retroalimentación y control todo para alcanzar un objetivo. Al enfocar los sistemas específicamente a sistemas de información encontramos que estos usan insumos en sus entradas, que deben ser procesados (mediante los recursos que conforman el sistema de información) para generar como resultado productos (salidas) que pueden servir de entrada al mismo sistema, haciendo la retroalimentación. En general el sistema en su ejercicio tendrá a su alcance recursos, bien sea propios o que generará luego de diversos procesos, para cumplir los objetivos comunes del sistema.

El estudio de los sistemas de información proviene de las ciencias de la computación, disciplina que data de los años 60, donde podríamos ubicar una fecha de diferenciación en el paradigma de la información.

## Comparando distintas miradas

A diferencia de la sociedad industrial, la sociedad de la información busca crecer y desarrollarse a partir de la generación, apropiación y uso de la información que es su principal materia prima para generar el valor más importante de una empresa: El conocimiento. Podemos basar esta idea en Peter Druker que dice que los recursos naturales, la mano de obra y el capital se han convertido en secundarios debido a que pueden conseguirse con cierta facilidad cuando existe el saber.

La sociedad industrial usaba en cambio como insumos materia prima, sus recursos son la maquinaria, las personas que las operan y los productos que genera son bienes materiales. En la sociedad de la información los insumos pueden ser datos, para ejemplificar esto pensemos en una lista con los nombres y correos electrónicos de un grupo de personas como entrada o materia prima, los recursos están basados en tecnologías de información y comunicación donde existen componentes físicos (hardware) que soportan programas de procesamiento (software) diseñados a partir de información, como servidores de correos electrónicos que reciben datos como remitente, destinatario, asunto, fecha, mensaje, prioridad y archivos adjuntos; y los resultados generados por estos programas son también información, es decir, los datos de entrada procesados o un mensaje entregado a cada uno de los destinatarios de la lista de correo inicial realizando un trabajo en nuestro ejemplo. En este caso vemos que la información puede jugar los tres papeles al mismo tiempo.

Una de las características de la información como insumo, recurso y producto es que podemos ver hoy empresas que no se basan en la producción de bienes materiales, requisito indispensable anteriormente para poder intercambiar valores. Surgimiento de empresas y profesiones basadas en bienes inmateriales como es el caso de Google, una empresa que toma como insumos la información disponible

---

<sup>6</sup>Ibid. <<http://rae.es/recurso>>

en internet, la procesa con su máspreciado recurso que es el algoritmo para organizar y recuperar la información en su buscador, por mencionar únicamente su producto estrella, la joya de la corona de la gran variedad de servicios que ofrece actualmente, para entregar como producto una lista organizada por relevancia según su Pagerank o importancia en la red por la calidad de los enlaces que intercambia el sitio con otros en la red; o profesiones como la de Arquitecto de Información, encargado de estructurar la información, organizarla y hacerla accesible para un determinado grupo de usuarios en la red hacen evidente que hoy se brindan servicios inmateriales muy diferentes a otros como comprar un vehículo donde tienes un producto material a tu disposición.

## ¿Qué tiene que ver la teoría del negocio con las unidades de información?

La teoría del negocio según Ibarra Gallardo<sup>7</sup> es el qué hacer, qué servicio ofrecer y esto define cómo hacerlo; la teoría del negocio de una unidad de información es organizar, clasificar, almacenar y facilitar el acceso de los usuarios a la información que contiene la unidad. El cambio en el paradigma de la información ha hecho que los usuarios ahora puedan acceder a la información a través de la red, sin necesidad de usar intermediarios como anteriormente lo hacía la unidad de información. Es por esto que las unidades deben modificar la manera que brindarán valores agregados al organizar, clasificar, almacenar y facilitar el acceso a la información mediante las tecnologías disponibles para que los usuarios prefieran su uso.

La industria de la música se está viendo obligada a modificar su modelo de negocios debido a que el acceso a la información, en este caso a las canciones, pueden ser fácilmente compartidas a través de internet, inclusive a pesar que exista legislación que lo prohíba. Si bien esta industria se basó por mucho tiempo en la venta de álbums en LPs, cassettes y cds, cuya producción era muy costosa y un artista no podía asumir dichos gastos, ahora con la tecnología se han aminorado los gastos a tal manera que los artistas pueden costearlo y las casas disqueras se han convertido en bienes de lujo; estas últimas se han enfocado no en vender álbums sino en promocionar los conciertos, logística y venta de otros productos relacionados con el artista para no desaparecer.

Algo parecido está ocurriendo con las editoriales, quienes se dedicaban a ofrecer contenidos, vendiendo libros de un determinado autor. Como la tecnología hizo que un documento pudiera llegar a millones de personas a través de la red, la distribución de contenidos no es a lo que se dedican muchas editoriales, sino que ofrecen servicios de impresión de documentos como es el caso de [www.lulu.com](http://www.lulu.com) quienes publican libros por demanda, es decir, no imprimen millones de ejemplares de famosos autores, sino que permiten que cualquier persona distribuya su obra en la red y si alguien quiere imprimir su documento, Lulu.com ofrece el

---

<sup>7</sup>IBARRA GALLARDO, José Ricardo. Teoría del negocio. [en línea]. [consultado 27 de sep. de 2009]. Disponible en <<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/plagerente.htm>>

servicio de impresión bajo demanda.

Este cambio en la teoría del negocio lo han asumido las unidades de información bajo figuras como la biblioteca 2.0 donde se incorporan varias herramientas de las redes sociales a esta unidad de información para brindar capacitación a sus usuarios sobre Alfabetización informacional, crear comunidades virtuales y llegar a más usuarios a través de nuevos medios como mensajería instantánea, blogs, microblogs, mundos virtuales y multimedia. Se siguen cumpliendo los mismos objetivos, pero la perspectiva interna de las bibliotecas sobre cómo hacer esta tarea cambia.

## A manera de conclusión

La información afecta directamente al paradigma tecnoeconómico como lo menciona Freeman:

En cada nuevo paradigma [tecnológico], un insumo particular o conjunto de insumos puede describirse como "el factor clave" de ese paradigma, caracterizado por la caída de los costes relativos y la disponibilidad universal.<sup>8</sup>

En la sociedad de la información vemos como el factor clave cumple con la caída de los costes relativos y la disponibilidad debido a la facilidad de uso que brindan las tecnologías de información y comunicación para transmitir, almacenar, modificar y en general manipular, la información que es insumo, recurso y producto como lo vimos anteriormente.

Todo debe encaminarse al crecimiento intelectual humano, el acrecentamiento del conocimiento debe ser la meta ulterior a alcanzar, independientemente de los cambios en el modelo de negocio de las unidades de información. Un buen administrador de unidades de información hallará los caminos necesarios para cumplir sus objetivos innovando en su servicio, optimizando la utilización de recursos, bien sean materiales o inmateriales y se ocupará de una correcta articulación entre su organización y el entorno para que sus usuarios puedan llegar a generar conocimiento.

---

<sup>8</sup>FREEMAN, Christopher. Prólogo a la parte II. En: CASTELLS, Manuel. La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Madrid: Siglo Veintiuno; 1999. Vol. 1. p. 103