



**Antonio Fumero**

Win-Win  
Consultores, S.L.

antonio.fumero@  
winwinconsultores.  
com

# EmpoderaTIC

## infoTecnología, Innovación y Conocimiento

*Viviendo aún de la metáfora del cambio de versión informática y de la “socialización” de casi cualquier cosa que pase en la Red de redes, hemos alcanzado la recta final de una década prodigiosa en la que hemos pasado del “e-loquesea” al “loquesea-dospuntocero”<sup>1</sup> sin apenas tiempo para pensar en un necesario proceso de apropiación social en los términos adecuados. Más allá del enfoque político (léase ciudadano) de mi anterior mini-ensayo, mi objetivo aquí es poner los puntos sobre las íes de ese proceso para mirar a la realidad de nuestra sociedad de la información bajo la luz de los procesos efectivos de empoderamiento y a través de las ópticas de las infoTecnologías, la Innovación y el Conocimiento. Seré rápido; seré certero; “casi” no sentirás nada.*

Entramos en la recta final de la década de la Web; y todos los analistas tienen claro que las tendencias en la evolución de la realidad poliédrica que es la Sociedad de la Información pasan por el móvil, en todas sus facetas y en todos los ámbitos de aplicación. Las infoTecnologías, la Innovación y el Conocimiento deberían marcar el ritmo de un necesario proceso de “apropiación”, que vaya más allá de

---

<sup>1</sup> Este tránsito quedaba perfectamente ilustrado por Rafael Casado en una de sus “locuras” previas a su resurrección en forma de “Frankenstein” digital <http://doctorvoyahacerunblog.blogspot.com/>

las TIC como tradicionalmente las conocemos (Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones) para convertirse en unas Tecnologías para la vida Cotidiana<sup>2</sup>.

Independientemente de lo divertido que pueda resultar jugar con la construcción de los siglónimos o acrónimos<sup>3</sup> al uso en el ámbito de la Red, es importante hacer notar a la lectora, en la misma línea del breve ensayo que publicábamos en las actas de la pasada edición de e-STAS, la relevancia de esas diferencias en los términos.

Hablaba entonces (hace un año) de empoderamiento, tecnología y sociedad buscando cierta lógica en la formulación de un proceso de “tecno-empoderamiento” PARA la ciudadanía, que no llegaba a sustanciar. Se trata ahora de avanzar en esa formulación proponiendo los términos sobre los que construir esos procesos y que no son otros que los que la lectora puede encontrar en el subtítulo de esta sintética contribución, las TIC convertidas en acrónimo, trascendiendo su origen popular como desafortunado y poco amigable siglónimo. Evidentemente, lo primero que vamos a hacer para abordar ese proceso de formulación es dejar de pensar en el empoderamiento como foco del mismo, dejando que sean esos tres ejes los que nos guíen.

### **Un ejemplo como otro cualquiera**

El objetivo es, en definitiva, disponer de una herramienta intelectual, un esquema mental, que nos permita abordar el análisis del proceso constructivo de la Sociedad de la Información como un proceso efectivo

---

<sup>2</sup> Algunos pensadores ya han introducido, no sin cierta dosis de ironía, por una batalla neológica perdida, esta acepción, aunque bajo el acrónimo 'TVIC'; véase en la siguiente dirección, <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/editorial.asp?rev=73.htm>

<sup>3</sup> Que se distinguen de los primeros porque introducen el uso de letras distintas de las iniciales en el proceso de lexicalización de una sigla.

de tecno-empoderamiento. Un planteamiento que se entenderá mejor con un ejemplo, que, con un poco de suerte y buena voluntad por parte de la lectora, nos acompañará hasta el final de este artículo.

Cuando hablamos, por ejemplo, de la promoción de los servicios de “bancarización”<sup>4</sup> móvil<sup>5</sup>, pensamos en la banca como industria embarcada en un intento de apalancar una distribución de cola muy larga de clientes potenciales, típicamente de regiones en desarrollo, como una oportunidad de agregar un volumen de negocio apreciable a partir de unos servicios marginalizados en el primer mundo; no pensamos, al menos a priori, que la “bancarización móvil” de determinadas regiones en pleno proceso de desarrollo social y económico esté orientada al empoderamiento “de” (y mucho menos “para”) la ciudadanía, sino que estamos ante la formación para el cliente del futuro.

Sin embargo, pensaríamos de otra forma si consideramos que l@os ciudadanos de esas regiones en desarrollo, que difícilmente pueden acceder a una conexión fija de banda ancha acabarán formándose, también, en el uso de los dispositivos móviles para informarse, aprender y, posiblemente, como la forma más natural de identificarse.

## **infoTecnologías**

La era de los contenidos digitales se ha convertido en una era Móvil, Personal, Online y Digital (MPOD, Mobile, Personal, Online Digital Era). Siguiendo al hilo de nuestro ejemplo, tal como señalaba al principio de

---

<sup>4</sup> Se entiende por bancarización el proceso por que se hacen accesibles un conjunto de servicios bancarios o, en general, en términos socio-económicos, el sistema financiero en su conjunto.

<sup>5</sup> Véase, por ejemplo, “M-Banking: oportunidades y barreras para el desarrollo de servicios financieros a través de tecnologías móviles en América Latina y el Caribe”, disponible en la siguiente dirección <http://www.iadb.org/mif/forum/mbanking.cfm?language=Spanish>. También puede resultar ilustrativo el caso de África, analizado en el siguiente trabajo: “Africa: the impact of mobile phones”. The Vodafone Policy Paper Series 2, marzo: pp. 10 – 23, disponible en la siguiente dirección, [http://www.vodafone.com/etc/medialib/publicpolicyseries.Par.77697.File.dat/public\\_policy\\_series\\_2.pdf](http://www.vodafone.com/etc/medialib/publicpolicyseries.Par.77697.File.dat/public_policy_series_2.pdf)

mi exposición, es el vector de “movilización”<sup>6</sup> el que se está imponiendo, complementando en superposición a la “socialización”, como principal fuerza tractora de las iniciativas más innovadoras, infotecnológicamente hablando.

El lugar común más visitado en los últimos años por analistas y consultores, las redes sociales<sup>7</sup>, se ha encontrado con el fenómeno iPhone, de la mano de una nueva generación de sistemas de comunicaciones móviles, como gran revulsivo sociotécnico para una industria prometedor para unos agentes económicos abocados al negocio de la fontanería (dumb-pipe providers).

La promesa no cumplida de las PDA ha vuelto para reencarnarse en forma de “inteligentes” cacharros que nos acompañan a todas partes (smartphones) y que nos proporcionan “acceso” a una cantidad y una variedad crecientes de contenidos, servicios, saberes, informaciones, conceptos, ideas, experiencias... inimaginables hace apenas un lustro.

Al aterrizar la virtualidad de una realidad analógica y digital al tiempo, nos hemos encontrado de pronto con “la realidad aumentada”, que junto con las funcionalidades para la geolocalización del terminal, así como para la captura (cámara fotográfica y/o de vídeo) y etiquetado de la información que incorporan los mismos, nos ayuda a apropiarnos de una realidad hiperlocal. En el sentido que nos ocupa, hablamos del

---

<sup>6</sup> Un estudio en profundidad de lo que está significando, desde un punto de vista global, la penetración de las comunicaciones móviles en la Sociedad se puede encontrar en “Mobile Communication and Society A Global Perspective”, obra de Manuel Castells, Mireia Fernandez-Ardevol, Jack Linchuan Qiu y Araba Sey.

<sup>7</sup> Un fenómeno que ha sabido recoger, para diseccionar su lógica de negocio y ponerla en contexto, José Miguel García Hervás, <http://josemiguel-garciahervas.es/blog/>

tecno-empoderamiento del ciudadano mediante la promoción de fenómenos como el periodismo ciudadano con móviles, o MoJo (Mobile Journalism) <sup>8</sup> .

En el ejemplo que hemos formulado más arriba, es obvio que estamos buscando apalancar algunas de las características funcionales básicas de los sistemas de comunicaciones móviles; aunque, en principio, no parece que el servicio que se pretende desplegar explote, en absoluto, el efecto social en términos de tecno-empoderamiento, de las comunicaciones móviles: el planteamiento inicial busca accionar una palanca financiera para empujar el desarrollo socioeconómico de ciertas regiones <sup>9</sup> .

### **Innovación**

Esta debe ser la palabra más manida de los últimos años. Ha sido la “niña mimada” de la práctica totalidad de los esfuerzos de transformación en las organizaciones empresariales durante la última década. Mal entendida en su alcance y en su propia implementación, se ha contagiado de la levedad que le han insuflado sus profetas en busca de la subvención perdida.

No resulta trivial entender cómo hemos llegado a asociar el término “innovación” con “innovación tecnológica”; aunque sí podemos aprehender su impacto si pensamos en la manera en que habitualmente hablamos de “nuevas tecnologías” cuando nos referimos específicamente a las infotecnologías.

---

<sup>8</sup> Un fenómeno perfectamente documentado en [PeriodismoCiudadano.com](http://PeriodismoCiudadano.com)

<sup>9</sup> Se pueden consultar algunos resultados preliminares del trabajo llevado a cabo recientemente por un equipo liderado por Manuel Castells sobre su impacto en el desarrollo socioeconómico en América Latina en [http://www.revistargumentos.org.pe/index.php?fp\\_verpub=true&idpub=322&fp\\_plantilla\\_seleccionada\\_temporal=74](http://www.revistargumentos.org.pe/index.php?fp_verpub=true&idpub=322&fp_plantilla_seleccionada_temporal=74)

Nuestra formulación, en lo que se refiere a este eje, debe preocuparse de concederle al término la amplitud conceptual que le dio origen, más allá de su definición como “la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”. Si no lo hacemos, si no trascendemos esta definición, seguiremos quedándonos en los procesos de “innovación corporativa” con base tecnológica.

Nuestro objetivo debe ser cambiar ese mercado, no eliminarlo como podía plantear Rifkin. En plena era de los contenidos digitales no hemos conseguido ir más allá del traslado del concepto analógico de propiedad privada a un tipo de producto de naturaleza fundamentalmente digital; con sectores industriales enteros heridos de muerte –como puede ser el de los medios de información de masas- no hemos conseguido desarrollar verdaderos modelos de negocio basados en el “acceso” a aquellos contenidos; y mucho menos, ni siquiera nos hemos acercado a un principio de valoración económica para la capacidad de creación y modificación (léase remezcla) de los propios contenidos, que sí empiezan a comercializarse como parte de “experiencias”.

La innovación social sigue siendo en ese sentido la asignatura (más bien el curso) pendiente en esta carrera que promete llevarnos a la “Sociedad de la Ignorancia”<sup>10</sup>. El caso de la bancarización móvil que nos acompaña parece que tampoco vaya a aprobar esta asignatura; o puede que sí. ¿Por qué la innovación en banca ha de quedarse en el ámbito del negocio? ¿No podemos pensar en la banca como un agente de acción social? Está bastante claro, si se ojean los informes a los que hemos hecho referencia que no hemos alcanzado ese estadio: las cifras y argumentos relacionados con el efecto social de las tecnologías

---

<sup>10</sup> Un concepto acuñado y publicado en forma de libro por Infonomía, en <http://www.theignorancesociety.com/es>

móviles están hilados para mostrar un impacto positivo a nivel de análisis sectorial macro.

El desafío se puede abordar, quizás, sacando de los departamentos de RSC/E (Responsabilidad Social Corporativa/Empresarial) de la gran empresa la esencia de sus esfuerzos de 'Accountability' para integrarlos en los propios procesos de negocio. Siendo consciente de la complejidad que se esconde tras esta sencilla formulación, no quiero sino señalar una dirección en la que podríamos avanzar.

### **Conocimiento**

Pasan los años y el discurso político sigue estando plagado de lugares comunes un tanto distópicos. Es el caso de la "Sociedad del Conocimiento". Hablamos con total impudicia de la Sociedad de la Información (y del Conocimiento). Etimológicamente hablando, se entiende por "conocimiento" al "entendimiento, la inteligencia, la razón natural"; sin embargo, la premura de los tiempos mediocres que vivimos nos ha llevado a un abuso rayano en la ignorancia.

Lo primero que uno puede encontrarse al intentar racionalizar el escenario actual, el estado del arte de la sociedad de la información, para lo cual se puede acudir, por ejemplo, al informe periódico que realiza Fundación Orange. España, es una interpretación económica que no se corresponde con los términos que decimos emplear para impulsar el desarrollo de esa sociedad: la economía productiva, industrializada por definición, sigue apoyada en la "escasez" de una serie de recursos, cuya "propiedad" debemos acreditar para emplearlos en la producción de algún tipo de bien y/o servicio que aporte un valor añadido cuantificable a un potencial "mercado".

Pero nos encontramos metidos, en términos de Jeremy Rifkin, siempre polémico y agudo en sus análisis, en plena era del acceso <sup>11</sup>, el propio concepto de la propiedad deja de tener sentido tal y como lo habíamos formulado antaño para una sociedad industrial (y que sigue siendo vigente en plena era posindustrial). El conocimiento, al que no se puede llegar sin trascender el tradicional conjunto de “saberes productivos” <sup>12</sup> que asociamos a nuestra capacidad para generar valor socio-económico aun hoy, debe estar en la base de una “economía de la abundancia”; un oxímoron que se muestra esquivo a nuestro entendimiento, deslumbrado como está por la superchería infotecnológica.

¿Qué ocurre con nuestro banco movilizado, nuestro móvil “bancarizado”? Cuando hablamos de “bancarización” estamos pensando en la creación de una serie de procesos y procedimientos básicos que se puedan implementar sobre una infraestructura de comunicaciones móviles; y que lleguen al usuario final en forma de servicios entregados en un terminal móvil estándar (de gama baja o media).

Pero, ¿acaso no podemos impulsar el uso de esa infoTecnología, los móviles, para desarrollar proyectos de Innovación social, Creando servicios para, por ejemplo, la hiperlocalización de información y servicios en las diferentes comunidades que se forman dentro de ciertas regiones rurales en desarrollo?

### **Concluyendo**

No parece que hayamos avanzado sustancialmente en la contextualización del escenario sociotécnico que nos han dibujado

---

<sup>11</sup> “LA ERA DEL ACCESO. La revolución de la nueva economía”, Paidós, 2000, ISBN: 8449309417 ISBN-13: 9788449309410

<sup>12</sup> La Sociedad de la Ignorancia, Antoni Brey, Daniel Innerarity y Gonçal Mayos, Infonomía, [http://www.infonomia.com/blog/libros\\_post.php?id=6151](http://www.infonomia.com/blog/libros_post.php?id=6151)

nuestras circunstancias; sin embargo seguimos obviando que aquella “razón natural” que deviene en conocimiento parte, tal como nos recordaba Julián Marías allá por 1947<sup>13</sup>, de la “aprehensión de la realidad **en su conexión**” (la negrita es mía).

Así las cosas, quizás podamos darle otra vuelta de tuerca a este esfuerzo de conceptualización en próximas ediciones. El desafío está en apropiarnos del ‘driver’ infotecnológico para “conducir” nuestro propio proceso de tecno-empoderamiento, superando la mera aplicación de saberes productivos a que nos hemos acostumbrado en nuestro pasado industrial y apostando por la innovación social. Repasando la lógica propuesta en esta breve contribución, recuerdo un caso que me contaba un amigo acerca, precisamente, de los procesos de apropiación tecnológica desde la Sociedad. Se trata de un servicio innovador de localización que se ha extendido entre los jóvenes adolescentes en grandes núcleos urbanos, usuarios habituales de teléfonos móviles, normalmente bajo la modalidad de tarjeta prepago y con los problemas derivados de su limitado saldo, muchas veces bajo control paterno. Algunos grupos de esos jóvenes han aprovechado el conocimiento que tienen de la ubicación de las cabinas telefónicas<sup>14</sup> en su ciudad para informar a sus amigos de su posición, mediante un sencillo mecanismo que consiste en realizar una llamada perdida. No se trata de generalizar las particularidades de este sencillo ejemplo, pero sí de observar cómo se puede conseguir cierto nivel de tecno-empoderamiento efectivo de la ciudadanía de la mano de las TIC, entendidas como infoTecnologías, Innovación y Conocimiento.

---

<sup>13</sup> Introducción a la filosofía, Revista de Occidente, Madrid, 1947; recogido en el Tomo II de la edición de sus obras que lanzaba Alianza Editorial en 1990, ISBN: 8429262024 ISBN-13: 9788429262025

<sup>14</sup> Al hilo del uso de estos elementos tecnológicos con gran componente de mobiliario urbano, me ha llamado la atención una reciente iniciativa del Ayuntamiento de Madrid para hacer uso de las mismas como servicio analógico de directorio local de ejes comerciales en los principales barrios de la ciudad, [http://www.diariomadrid.eu/\\_n1141823\\_\\_Las\\_cabinas\\_telefonicas\\_promueven\\_el\\_comercio.html](http://www.diariomadrid.eu/_n1141823__Las_cabinas_telefonicas_promueven_el_comercio.html)