

Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido

Manuel MARTIN SERRANO

REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACIÓN Y DE SUS CONTENIDOS:

MARTIN SERRANO, Manuel (1989): "Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido". Extraído de "Mitos y carencias", en DÍAZ NOSTY, Bernardo (dir.): *Comunicación social 1989/Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. Madrid: Fundesco, pp. 204-212.

Recuperado el __ de _____ de 2__, de <http://eprints.ucm.es/11067/>

UTILIZACIÓN DE ESTE DEPÓSITO:

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones, que corresponden a la licencia *Creative Commons* que protege este texto:

Reconocimiento. Debe reconocer y citar al autor original, utilizando la "**REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACION Y DE SUS CONTENIDOS**" (véase recuadro superior).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

VINCULACIÓN DE ESTE DEPÓSITO CON OTROS TEXTOS DE MANUEL MARTÍN SERRANO REFERIDOS A “MEDIACIONES TECNOLÓGICAS”

Presentación y estudio documental por Daniel Franco Romo

En E-Prints se tiene acceso a una selección de la obra original de Manuel Martín Serrano (véase: “Publicaciones de Manuel Martín Serrano disponibles en E-Prints. Selección sistematizada”*, en <http://eprints.ucm.es/11107/>).

Una parte importante de dicha obra está referida a las **mediaciones sociales**. En el apartado **MEDIACIONES TECNOLÓGICAS** el autor está dando seguimiento teórico a las transformaciones de las tecnologías de la comunicación y de la información desde los años ochenta. Se han seleccionado y depositado en E-Prints los siguientes textos:

“Innovación tecnológica, cambio social y control social” (<http://eprints.ucm.es/11064/>) es una exposición sistemática de esas relaciones macrosociológicas, publicada en 1985, cuando se discutía cómo sería el futuro que iban a traer las ya denominadas “nuevas tecnologías de la información y de la comunicación”. El valor premonitorio de estos análisis se manifiesta en este breve texto: “La nueva era no va a ser de la comunicación, sino la de la conexión” (<http://eprints.ucm.es/11065/>).

En uno de sus artículos que nos parece más importantes, el autor relaciona la expansión económica basada en la información con la posibilidad de medirla. Dicho análisis puede leerse en este documento: “Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido”. El artículo completo de donde ha sido extraído también se ha seleccionado: “Mitos y carencias” (<http://eprints.ucm.es/11066/>).

Finalmente, “La ampliación de la realidad en la que vivimos con otro universo virtual” (<http://eprints.ucm.es/11069/>) es un ejemplo de la perspectiva sociohistórica y la forma macrosociológica en la que el autor estudia las mediaciones tecnológicas de la comunicación; en este caso, utilizando ese enfoque para analizar los vínculos entre globalización, mediación y las aplicaciones de las tecnologías informativas/comunicativas.

REFERENCIAS para enlazar este documento con los que cita y con aquellos que le citan

- “Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas” (<http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n9p199.pdf>).
- “Prólogo para *La mediación social* en la era de la globalización” (<http://eprints.ucm.es/10651/>).

*Esta selección y sistematización de publicaciones de Manuel Martín Serrano se basa en los análisis realizados por los especialistas que han participado en dos monográficos dedicados a la obra del autor: el primero editado por *Anthropos* y preparado por Esteban Mate y el segundo por *Chasqui*, coordinado por Francisco Bernete. Manuel Martín Serrano ha supervisado los trabajos.

Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido

Manuel MARTIN SERRANO

Las actividades sociales que se relacionan con la adquisición, procesamiento, transmisión y uso de la información adquieren nueva relevancia económica. Este cambio hay que relacionarlo con un fenómeno nuevo: la definitiva incorporación al sistema productivo de la información como *un bien*. El producto «información» ha llegado a ser equiparable a cualquier otro bien, en tanto que ya cabe establecer sin ninguna aleatoriedad su valor de cambio.

Naturalmente la información destinada a un empleo social siempre tuvo un valor de uso; y también, en ocasiones, un valor de cambio que a veces se correspondía con el costo de producción, de distribución y de adquisición. Pero la condición de *bien* del producto «información» sólo podía quedar establecida universalmente cuando el *valor de la producción* de cualquier clase de información fuese comparable en el mercado con el valor de la producción de cualquier clase de otro bien (por ejemplo, de una silla, de una bebida). Para ello, se *requería que la valoración de la información pudiese establecerse con independencia de su contenido*. Por ejemplo, se requería que cuando surgiese la necesidad de establecer qué valía más -una carta comercial o una página de Machado-, esa valoración se pudiese establecer comparando la *cantidad* y no la calidad de información que contenían ambos bienes.

Shannon proporcionó la medida necesaria para que fuese comparable la cantidad de información de productos cualitativamente tan diversos como un disco, una conferencia telefónica y la reproducción de un cuadro. ... Por esa razón, cada vez va a ser más común la comparación económica del valor de los bienes en términos de la cantidad de información que incorpora su producción o que proporciona su consumo.

Este proceder va a ampliar el campo de las prácticas donde es pertinente tomar en cuenta criterios informacionales a toda actividad en la que la producción de un bien sea traducible a un programa. En consecuencia, *cada vez será más usual que cuando exista una referencia al universo de la información se esté mencionando todo el universo de lo programado; e incluso de lo programable*.

Para que el valor económico de la producción, distribución y utilización de información fuese equiparable con el de cualquier otro bien, además se requería que existiese una red de distribución suficientemente desarrollada. ... Ese objetivo queda expedito cuando se resuelven los problemas tecnológicos; por una parte, la conexión entre todas las redes; por otra, la transformación de signos icónicos en alfanuméricos (y viceversa). Ambas hazañas tecnológicas van a tener a largo plazo efectos culturales, cognitivos y sociales. Pero, desde ahora mismo, ya han comenzado a manifestarse unas consecuencias macroeconómicas que conviene captar. En su momento van a unificarse

los sistemas informativos, los sistemas de comunicación de masas, los sistemas de comunicación privada, en un único macrosistema, por el que terminará circulando indistintamente información analógica y digital, icónica y abstracta.

.....

Precisamente esos avances... han creado las condiciones para que el control sobre la producción de bienes comunicativos se transfiera de las instituciones públicas a las empresas privadas... la administración de los Estados donde rijan la llamada «economía de mercado» carecerán de argumentos para conservar la explotación de aquellos servicios que las instituciones públicas tuvieron que mantener activos cuando cierta clase de productos comunicativos carecían de *interés* económico.

El «efecto» previsible de la innovación tecnológica en la comunicación será consecuencia de la «causa» que motivó la forma en la que se está llevando a cabo la reorganización económica, tecnológica e institucional de la comunicación. Y esa «causa» es nada menos que *la definitiva apropiación por la forma de producción capitalista en su etapa monopolista de la información como un bien que posee un valor de cambio.*

Cambio socioeconómico que ha pasado desapercibido a pesar de su trascendencia; o tal vez por su propia trascendencia. Durante algún tiempo -no muy largo-, las inversiones en «el sector de las comunicaciones» van a garantizar una elevada tasa de beneficios. Esa rentabilidad se prolongará hasta la próxima crisis de sobreproducción; cuando se alcance un número de valores «información» y de valores de «bienes para el manejo de información» que haga caer nuevamente la tasa de ganancias. Crisis que, desde ahora mismo, ya puede ser anunciada.