

La profecía de Nicholas Carr



José Eduardo Mohedano Córdoba

Ingeniero de Telecomunicación

Como si del profeta Isaías se tratase, en 2004 Nicholas Carr escribió las siguientes palabras: “Las empresas simplemente se conectarían a la red a través de un cable o antena, y todas las funcionalidades que requirieran sus empleados estarían disponibles automáticamente. Las TI se harían tan simples de usar como la electricidad. Y eso, de hecho, es exactamente el objetivo que muchas empresas TI están ahora intentando llevar a cabo”. Carr sólo erró en el nombre del fenómeno, ya existían indicios para que los más clarividentes como él adivinaran la irrupción del “cloud computing” o, más exactamente, “utility computing”.

Libros como los de Carr o Goleman consisten sobre todo en plasmar múltiples evidencias una detrás de otra, pero muestran por qué Harvard tiene tanto prestigio. Todos tenemos delante las pistas, pero no muchos reflexionan con acierto y, desde luego, muy pocos lo hacen además anticipándose a los hechos.

En la UPM me transmitieron que las TIC tienen la capacidad de generar ventajas competitivas sostenibles para las organizaciones.

Durante años estuve convencido de que lo que hacíamos era tan mágico que en cualquier lugar donde plantáramos nuestra semilla tecnológica germinaría un frondoso retorno de inversión. Como Ingeniero de Telecomunicación ha sido muy duro aceptar la nueva realidad. En muchos aspectos ya somos una commodity y la mayoría de las empresas de TIC compiten más en precio que en valor, muchas no son más que sumideros de externalización. Y algunas grandes tecnológicas, que fueron referencia de una era, se han diluido en su decadencia.

El sector TIC está en crisis como casi todos. Sin embargo, la nuestra no es sólo coyuntural, desde el reventón de la burbuja puntocom la crisis de valor añadido es estructural. Las reglas de la “nueva economía” se han revelado exactamente las mismas que las de la vieja, entre las cuales las más importantes son la relación oferta-demanda y la economía de escala. Las TIC son necesarias, pero ya no son suficientes, paradójicamente a causa de su éxito, universalización, estandarización y abarataamiento. Hay en el sector más evidencias del fenómeno, entre las cuales la proletarización del inge-

niero es la más dolorosa, pues se apoya en la gran infraestructura global que hemos ayudado a levantar.

Y por si éramos pocos, la amenaza de supresión del visado colegial nos llega como puntilla de descabello. Desde luego, no me extraña que hayan bajado las vocaciones estudiantiles ante este panorama tan desolador.

Por suerte, no todas las “clouds” son oscuras. “Commodity” y “utility” contienen un sentido peyorativo, pero al mismo tiempo muestran su condición de imprescindibles. Pronto no habrá negocio (quizá ni hogar) que pueda funcionar sin la presencia ubicua de las TIC. Las grandes tecnológicas ya lo han asumido. El objetivo ahora es más ambicioso si cabe: el mercado lo constituyen el planeta y la humanidad. Hemos perdido glamour pero a cambio ganamos en potenciales clientes. Como protagonistas, ésta es nuestra nueva misión, nuestra nueva identidad.

Los profesionales tenemos un gran reto: ocupar los nuevos espacios de valor, fortalecer nuestra propia ventaja competitiva. Nuestro rasgo diferencial frente al intrusismo no puede ser sólo un trámite administrativo, por favor. El Big Switch sólo acaba de nacer. Vivimos tiempos de crisis, pero también tiempos de renovación. Observemos la realidad, pensemos y lideremos, como si la UPM fuera Harvard. ☺