

De l'optimisme tecnològic al tecnoescepticisme

José García Montalvo

Professor del departament d'economia i empresa de la Universitat Pompeu Fabra

Si alguna cosa semblava clara respecte a les noves tecnologies de la informació i les comunicacions era que tenien un impacte positiu sobre la productivitat. El desencís amb l'anomenada nova economia, la caiguda en desgràcia de les empreses, com en les borses i l'alentiment de la productivitat està posant en dubte, almenys parcialment, el que fa dos anys era una veritat inqüestionable. En aquest ambient reneixen amb força els tecnoesceptics.

La pregunta que plantegen és: com afecten realment les noves tecnologies a la productivitat dels treballadors? En alguns països, i en particular als Estats Units, el constant abaratiment en termes de qualitat dels ordinadors, els equips de commutació i el software afavoreix que les xifres estadístiques hagin mostrat un augment ràpid de la productivitat que podria ser simplement la conseqüència d'una forma de mediació poc adient.

Els tecnoesceptics es pregunten:

¿Suposa una videoconsola més potent un augment de la productivitat? Tant se val si puc consultar els meus comptes bancaris en Internet si al final de mes m'envien l'extracte; quantes noves funcions del World 2000 utilitzo que no eren en la versió del 1997?; com augmenta la productivitat un ordinador cada cop més potent que està apagat la majoria del dia i la resta es dedica a escriure cartes que també es prodrien escriure amb un ordinador amb molta menys

potència? Aquestes i altres consideracions d'aquesta mena són les armes llancívoles contra les promeses de la nova tecnologia.

Tan simplista i poc realista era pensar que les noves tecnologies serien la panacea per a tots els problemes econòmics com mantenir que realment el seu impacte sobre les coses que importen (el benestar de la gent i la productivitat) és molt petit o nul. Les millores en la gestió d'inventaris o en la comunicació dins de

les empreses suposen un augment considerable de l'eficiència operativa de les mateixes.

La competència augmenta a conseqüència de la possibilitat de vendre els productes fins als més llunyans punts del planeta i això també beneficia els consumidors. És cert que a vegades la inversió en noves tecnologies per mantenir serveis en la web simplement perquè altres competidors també els tenen pot suposar una decisió que, almenys a curt termini, no té cap efecte sobre la productivitat.

En ocasions també els preus que es poden aconseguir en la web no són tan diferents dels que hi ha al mercat de la cantonada. No obstant això, no és menys cert que a llarg termini aquest nou context competitiu tindrà beneficis importants sobre el benestar dels consumidors i l'eficiència general de l'economia. Per tant, el got no és ni ple ni buit, sinó mig ple, o potser mig buit. El que és segur és que encara és d'hora per avaluar l'alçada del líquid que conté.