

La transición a la economía digital

Por Horacio M. Lynch y Mauricio Devoto

Para *La Nación*

"La próxima revolución ya está entre nosotros. No es una revolución en tecnología, equipamiento, técnicas, software o velocidad. Es una revolución en los conceptos."

Peter Drucker, 1998

EN el curso de una investigación, tropezamos con un reciente estudio de Nueva Zelanda denominado *La economía del conocimiento*, con un capítulo inicial cuyo título, por razones obvias, nos llamó la atención: "Venciendo la enfermedad argentina". Según sus autores, la enfermedad argentina consiste en la decadencia de un país próspero que de pronto desapareció de los primeros lugares, y recuerdan que, a pesar de que hoy la Argentina es considerada un país en vías de desarrollo, en 1929 figuraba entre los primeros del mundo, por encima de los más importantes de Europa. Y el capítulo tiene un subtítulo con un "llamado de atención" para que a Nueva Zelanda no le ocurra lo mismo.

Las similitudes entre la situación de nuestros países, salvando las distancias en favor de aquél, justifican glosar el trabajo. Los autores opinan que Nueva Zelanda debe ser cautelosamente optimista al llegar al tercer milenio. Comentan los logros alcanzados desde mediados de los años 80, en que el país se embarcó en un programa de reformas económicas que lo han transformado en una de las economías más abiertas, transparentes y desreguladas del mundo, y, aunque en una posición mucho más avanzada que la Argentina, se formulan ese severo llamado de atención.

Preocupa a los neozelandeses que sus competidores estén jugando a un juego diferente, cuyas reglas les cuesta aprender, y, más aún, que los hombres de negocios y el gobierno no lo adviertan o no quieran reconocerlo. Temen así perder todo lo ganado en los últimos años, a menos que tomen la gran decisión: la conversión de Nueva Zelanda de una economía pastoril a la nueva economía del conocimiento.

Parece innecesario agregar algo a tan simple explicación que se reproduce exactamente para nuestro país.

Dice el estudio que los neozelandeses todavía no han advertido que Internet es el equivalente moderno del buque frigorífico que revolucionó su economía en el siglo XIX. Entrando en el siglo XXI, Internet será el nuevo buque que les permitirá alcanzar los mercados mundiales.

Cincuenta años atrás, Nueva Zelanda exportaba la mayoría de sus productos primarios a Gran Bretaña y el país avanzaba hacia la prosperidad detrás de sus ovejas. Tuvieron el tercer ingreso per cápita del mundo, pero hoy están apenas por encima de Grecia y Portugal, al final de los países de la Comunidad Europea. Se preguntan, entonces, los autores: "¿Cómo hemos caído tanto en el *ranking*? ¿Será que nos hemos contagiado la enfermedad argentina?"

Como se advierte, si cambiamos ovejas por vacas, la similitud es asombrosa, recordando que la Argentina hoy en día está aún más abajo en el *ranking* mundial.

Para los autores del estudio, la respuesta es que Nueva Zelanda está todavía jugando el juego de la exportación de *commodities*. Y comentan todo lo que se ha hecho por mejorar al máximo este esquema. Pero el esquema parece agotado. La comparación es válida con nuestro país, pues hemos mejorado notablemente nuestra eficiencia ampliando las áreas sembradas, incorporando nuevos cultivos, mejorando las cosechas año tras año, refinando el ganado y hasta logrando la eliminación de la aftosa.

Faltaría agregar que, según Peter Drucker, la explicación reside en que durante el siglo XX los productos que exportan tanto Nueva Zelanda como la Argentina perdieron diez veces su valor.

El síndrome de Nueva Zelanda

Continúa diciendo el informe que Nueva Zelanda, aunque contando con muy buenas bases para triunfar en la economía global, todavía no ha efectuado la transición de una economía agrícola a otra basada en la información, donde el conocimiento es el componente más significativo de los productos.

Insisten en que los neozelandeses todavía no han aprendido, como muchos de sus competidores ya lo han hecho, la necesidad de contar con una "plataforma de exportación del conocimiento": "Nuestros competidores -Irlanda, Singapur, Australia, Gran Bretaña- lo han hecho y están venciéndonos en el juego de la economía de la prosperidad".

El estudio termina afirmando que, de no prestar atención al tema, continuarán cayendo en el *ranking*, quizá tan bajo como Eslovenia y Hungría, países que hoy envidian el estándar de vida de Nueva Zelanda, y que dentro de diez años los economistas la mencionarán como uno de esos infortunados países que fallaron en la transición de sus economías. Esta situación, ironizan, podría denominarse "el síndrome de Nueva Zelanda". Y exhortan a moverse rápido hacia la nueva economía, a riesgo de ser incluidos entre los perdedores.

También nosotros estamos dejando pasar una nueva oportunidad. Si Nueva Zelanda, en mejor condición, está tan preocupada, ¿qué puede esperarnos a los argentinos?

La cita inicial de Drucker resume nuestro planteo. Nuestro principal obstáculo es la brecha cultural de la dirigencia argentina, que, al igual que sus pares neozelandeses, no comprende las enormes implicancias de lo que está ocurriendo en el mundo.

La enfermedad argentina

El nuevo gobierno ha dado muestras de haber percibido la situación, moviéndose rápido pero no tanto como exige el momento ni con la profundidad necesaria para entender la verdadera esencia de un cambio en que Internet no es más que la cara visible de una verdadera revolución, de un cambio de era que impactará fuertemente en las sociedades y en las economías, y que esto está demandando un nuevo proyecto, un nuevo perfil para nuestro país. A principios del siglo XX, la Argentina tuvo su proyecto agrícola-ganadero- exportador. Luego de la prosperidad alcanzada, e incluso pese a los esfuerzos realizados, dicho proyecto mostró su agotamiento en las últimas décadas por la pérdida de valor de nuestros productos (nos excusábamos culpando a un "deterioro de los términos de intercambio" que maliciosamente nos imponían los países centrales, en lugar de reconocer que debíamos cambiar).

Todavía tenemos la oportunidad de cambiar. Es, pues, imperioso que la Argentina haga su transición, diseñando un nuevo proyecto que le permita ingresar con posibilidades en el nuevo siglo.

Horacio M. Lynch y Mauricio Devoto son directores del Centro de Investigaciones en Information Technology, autores del libro *Argentina digital*, Cenit, 1999.

<http://www.lanacion.com.ar/00/05/24/o06.htm>

LA NACION | 24.05.2000 | Página | Opinión