



Blog de Amalio A. Rey

Reflexiones sobre innovación y la vida en clave 2.0

Ombliquismo digital (post- 46)

Amalio A. Rey

www.amaliorey.com

www.emotools.com

20 Diciembre, 2008



Este es un tema que he tratado, y del que me he quejado en alguna otra ocasión (ver [post-9](#)).

Sabemos que hay gente que se resiste a reconocer el fuerte impacto de las Tecnologías de la Información en los negocios y la vida.

Pero se habla menos de los otros que exageran y restringen el foco exclusivamente al mundo particular de Internet como si todo fuera eso.

Llamo “ombliquismo digital” a la suposición reduccionista y voluntarista de creer que todas las empresas son, o tienen que ser, como las digitales, entendiendo como tales las que pueden traducir sus productos y servicios en “bits”.

Una postura común del “ombliquista digital” (sujeto que practica con excesiva rotundidad la suposición anterior) es presuponer que el mundo de las empresas empieza y termina ahí, y que **las leyes o patrones que distinguen o caracterizan al dinámico mundo digital son de aplicación universal y absoluta en cualquier otro entorno.**

Podría detenerme en esas “leyes del mundo digital”, pero no es el motivo de este post, y prefiero centrarme en la idea que quiero transmitir hoy:

¡¡Hay un mundo, como mínimo diferente, más allá del masivamente digitalizable, al que no se pueden aplicar las fórmulas de Internet sin un previo esfuerzo creativo de empatía y adaptación!!

Ya en un artículo que publicó la [revista IF](#), de [Infonomía](#), sobre “[deslocalización e innovación](#)”, me quejaba de esa tendencia a “*fijarnos solo en las actividades y sectores que son digitalizables, donde la conversión de átomos en bits es posible a gran escala*”.

Allí comentaba que cuando leo **artículos que abogan por el “absolutamente-todo-cambiará” con Internet**, me resulta sospechoso que todos los ejemplos que usan para reforzar esa hipótesis son de servicios que pueden suministrarse a través de Internet.

Los ejemplos que se utilizan son de procesamiento de datos de venta, centrales telefónicas, análisis bancarios, búsqueda de patentes y diseños CAD, entre otros de la misma naturaleza, pero **se pasan por alto algunos sectores industriales donde todavía la digitalización masiva es inviable, que son la mayoría.**



Dicho esto, vuelvo a la [innovación 2.0](#), que es de lo que quiero hablar. El mensaje que intento transmitir cuando tengo la oportunidad de dialogar sobre estos temas se resume así:

El gran reto que tenemos es trasladar de un modo creativo la filosofía 2.0 al mundo industrial y a las empresas que operan en los sectores más tradicionales.

Es un reclamo que se repite con insistencia en las charlas que doy sobre el tema, donde han participado empresarios de ferreterías, empresas jugueteras, cooperativas agrarias, fabricantes de muebles, restaurantes y hoteles, entre otros.

Pues bien, tengo que decir que la parte más divertida de los talleres que he organizado sobre innovación 2.0 ha sido precisamente intentar la aplicación de estos principios a sectores como los mencionados, y no a empresas “más fáciles” como pueden ser las de informática, o de biotecnología, por solo poner dos ejemplos.

En los debates que tenemos en los talleres se demuestra que, a partir de la creatividad colectiva, las oportunidades de hacer innovación 2.0 en estos sectores más tradicionales son inagotables.

Desde el “**restaurante 2.0**” (del que hablaré en algún otro post) hasta ferreterías que trabajan con sus clientes para construir comunidad. También el “**Hotel 2.0**” ha tenido su protagonismo, o la cooperativa agraria que coordina a los socios con principios y **herramientas 2.0**.

Incluso hemos tenido **empresas del mueble** y casos más *raros* como una **sociedad de estibadores portuarios** que tampoco se resistieron a las oportunidades de concebir la innovación desde una perspectiva más colaborativa, abierta, participativa y genuina.



Ahora que la innovación está de moda, y se apunta tanta gente al carro (no lo digo con *rintintin...* o lo mismo sí), convendría que los que nos dedicamos a esto recordemos que **además de jamón, hay muchísimo hueso.**

No vayamos siempre al jamón pues del hueso se tiene que ocupar alguien... porque más allá de los glamourosos negocios digitales y de sus intrépidos emprendedores, hay vida.

Las empresas de los sectores tradicionales, y sobre todo los industriales, viven instaladas en el mundo 1.0 pero no tiene, ni mucho menos, que ser así por definición.

Si eres una persona creativa, y te gustan los retos, entonces te invito a que pienses primero en cómo introducir la actitud 2.0 en el mundo no-digital...

... en las empresas del *mundo real*, en las de “andar por casa” que tenemos en los polígonos y que, casualmente, son las que más empleo generan.

Pero te advierto, **no caigas en los errores del *ombliguista digital* = hay que ir con humildad, a investigar y a escuchar**, siendo flexibles en las soluciones y despojándonos de ciertos prejuicios (por muy modernos que parezcan) ya instalados en el imaginario innovador heredado de Internet.

NOTA QUE AÑADO AL POST:

Hoy, después de publicar este post, encontré en mi disco duro un estupendo comentario que había recogido hace tiempo del [blog de Julen Iturbe](#) (lo siento, no he sido capaz de encontrarlo de nuevo en la fuente original) que coincide con mi advertencia de que en el mundo tradicional o más industrial existen peculiaridades y tradiciones que ponen en entredicho ciertas premisas a las que se concede valor absoluto en el *mundillo* digital.

Julen lo expresa así: “estoy bastante harto de oír hablar del uso de estas tecnologías 2.0 en empresas de desarrollo de software o en torno a las TI. Hay otros sectores y son mayoría frente a ese tipo de empresas. Yo quiero hablar de una empresa siderometalúrgica, o de componentes de automoción, o de bienes de equipo... **Estas empresas también existen y me parece que alguien está dibujando por ahí paraísos que no hay en la vida real**”

Pues sí, de nuevo en este fenómeno (igual que ocurrió con las punto-com) tendemos a absolutizar y extrapolar de un modo bastante simplista lo que puede hacerse en los negocios

digitales al mundo de los bienes tangibles e industriales. Es un error, y **conviene profundizar más a la hora de recetar soluciones 2.0 a otros ámbitos**, y yo el primero...