

Iratxe Esnaola
Informatika ingeniaria



Interneten balio ekonomikoa

Internetek hiperkonektibitatea ahalbidetu du. Hiperkonektibitatea, bai: pertsonen arteko konexioa, gauzen eta lekuen artekoa, enpresa edota erakundeen artekoa; betiere, Internet bidez. Hiperkonektibitate horren balio ekonomikoa neurtzen saiatu da (ikuspuntu ekonomiko eta sozialetik) The Economist Intelligence Unit (EUI, hemendik aurrera), SAP enpresak eskatuta.

Horren fruitu da honako dokumentu hau: <http://www.economistinsights.com/sites/default/files/EIU-SAP%20The%20Hyperconnected%20Economy.pdf>. Labur: maila makroekonomikoan eragin positiboa, baina erronka zenbait industrientzat.

Azterketaren arabera, urteak aurrera joan ahala, Internetek maila makroekonomikoan barne produktu gordinari egiten dion ekarpenak gorantz egin du, eta 2016an 2010eko zifrak bikoiztea espero da (barne produktu gordinaren %3,4 zen 2010ean). Europako Batzordeak berak ere antzeko zerbait dio: infor-

mazioaren eta komunikazioaren teknologiek 1995 eta 2007 artean Europar Batasunaren hazkundearen herena suposatu zuten. Nabaria da, ordea, munduko ekonomia boteretsuenetan oinarritutako baieztapena izan daitekeela soilik.

Diote ere, Internet eta mugikorren sektorearen hazkundera, batez ere, «garapen bidean dauden herrialdeentzat» edota «hegoaldeko herrialdeentzat» izango dela baliagarria. Egun, munduko biztanleriaren erdiak baino gutxiagok du Interneterako sarrera. EUIren arabera, Interneterako sarrera areagotuz, lanpostuak sortu eta herrialde horien bizi kalitatea hobetuko litzateke, osasunean positiboki eraginez eta pobrezia murrizpenean lagunduz. Halere, aitortzen dute herrialde horietan azpiegiturretan egin beharko litzatekeen inbertsioa neurgaitza dela. Euren esku soilik utziz, nekez lortuko dela, alegia.

Albiste positibo guztien artean, azpimarragarria da zenbait industrientzat suposatzen duen erronka ere aipatzen duela EUIk. Liburugintza eta musikagintza jartzen ditu adibide, besteak beste. Nola liburuak eta musika kontsumitzeko bidea aldatu egin den, horiek eskuratu edo erosteko moduak erabat aldatu baitira. Egunkariak edota kazetaritza oro har ere ez ditu aipatu gabe uzten. Aldatzera behartutako industriak direla dio, negozio eredu berriak behar dituztela, teknologiekin bizi behar dutela, baita kontsumitzaileen aukera eta hautu berriekin ere. Dio, gainera, industria batzuek azterketa gisako hori ez dutela gaitutuko, beste batzuek euren zerbitzuak areagotuko dituzten bitartean. Ez zaie arrazoirik falta. Urteak dira zenbait industria eraberritzeko beharraz hitz egiten hasi ginela. Eta deigarria da oraindik mezu berarekin jarraitzen dugula, inplikaturako aktore guztien etorkizuna bermatuko duen negozio eredurik gabe, norabide jakirik gabe, «saiautuz eta erratuz», bakoitzak ahal duena eginez.

Aktibitate ekonomikotik harago, arlo sozialera jauzi eginez, Internet pertsonen portaerarako ingurune kultural oso gisa definitzen du EUIk.

Baina pertsonen portaeran duen eragina neurtzeko goizegi dela dio, oraindik ez baita hiperkonektibitateak pertsonen zirkulu sozialaren areagotzean izan duen inpaktua erakusten duen ebidentziarik ezagutzen. Baina, neurgarria ez den arren, aipatzen du gero eta gehiago erosten dela Internet bidez, gero eta unibertsitario gehiagok bikotea Internet bidez topatzeko bidea aukeratzen duela, edota hezkuntzako zenbait arlotan paperezko liburuak desagertu egin direla. Zinez interesgarria da, hain zuzen, neurgarria ez den zati hau: Internet nola eta zein neurritan ari da aldatzen gure portaera? Eta gure baloreak? Gure igurikimen edo espektatibak? Gure existentzia maila? Gure pazientzia?

Eta bada gustu handiz irakurriko nukeen beste azterketa bat ere: zein da euskararen balio ekonomikoa Interneten? •



Interneten balio ekonomikoa neurtzen saiatu da The Economist Intelligence Unit. THINKSTOCK

arkitektura / zientzia / teknologia

3 BEGIRADA: