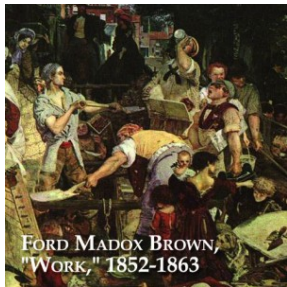




Ludita busca Outsourcing

2009-04-26



Ford Madox Brown, "Work," 1852-1863

Es de suponer que al mítico Ned Ludd le resultaría inentendible la existencia de un movimiento autodenominado Neoludismo (aduciendo sus seguidores seguir su pensamiento). Sobre todo porque en este movimiento, sus actores son activos blogueros que luchan contra la difusión de las redes sociales y de la Internet su conjunto.

Ned Ludd estuvo furioso, nos dice la Historia. Fue uno de sus momento de ira (uno en particular), en el que emprendió contra las dos maquinas de tejer con las que trabajaba. Este hecho aislado, décadas después, se transformó en el paradigma de la lucha obrera contra la gestión basada en el maquinismo. El ludismo comenzó en 1811 en la región central de Inglaterra, como una respuesta desesperada de los obreros textiles cualificados a la competencia que imponía la última tecnología: la maquinaria de corte y tejido de medias.

Más allá de haber sido un movimiento efímero, podemos recordar que los ludditas o ludistas estuvieron muy bien organizados: la destrucción de telares (*frame-breaking*) fue una nueva forma de protesta contra el nuevo sistema económico. Podemos trazar varias líneas de desarrollo que fue cosecha en entidades como sindicatos, partidos políticos o, sin ir más lejos, movimientos de blogueros. E incluso, con estos últimos, de una peculiar idiosincrasia sobre la tecnología: combatir la tecnología a pesar del uso de la tecnología.

Tal vez, sólo sea una extraña broma de los neoludistas: se ha pasado de querer destruir la industria de telares a la de querer destruir internet (la gran tela de araña).

Pero nada de esto nos interesaría en un escenario de pensamiento sobre Alta Dirección, sino fuera por el balance que sugiere una contradicción entre el consumo de tecnología corporativa en España y su aplicación para desarrollar mercados, ya en I+D+I como en Prensa y comunicación.

Frente al alto grado de consumo de tecnología en España (antes, durante y post crisis), el bajo índice de internacionalización del tejido empresarial español, coincide con el índice de utilización de estas tecnologías hacia los mercados externos.

Es bajo el índice de exportaciones, como asimismo es bajo el alcance electrónico de



empresas con presencia en el extranjero

Son -sin embargo- los neoludistas y quienes piensan como ellos sin autodenominarse así, quienes hoy nos preocupan. Porque no tan sólo atacan la tecnología. Apuntan, con mucho acierto, hacia la visión que tienen de estas las empresas. Desde la tecnología España lleva excelentes performances y que desperdicia al no ampliar su foco hacia el exterior. De más está decir que lo mismo sucede con la Comunicación: muchas veces es España una gran marca desaprovechada fuera de nuestras fronteras.

Por ello, es aquí en España, donde debemos cuidar nuestro telar, nuestra web. Nuestra empresa es cultura de empresa, es marco de relaciones, y estas desconocen fronteras.

Cuidémonos de los neoludistas. Salgamos al mundo real y virtual, pronto, globalmente, porque seguramente ellos no destruirán la tela de araña que es internet, pero por llegar tarde podríamos quedar atrapados en ella.