

# TIPS - una red de informadon tecnológica por dentro

**Esteban Valenti**

Como en todas las revoluciones los hechos van mucho mas rápido que las teorías, y cuando en los foros internacionales comienza a ensayarse un debate sobre las supercarreteras de la información, la democratización de la comunicación, la globalización informativa, la defensa de los derechos de autor, la velocidad de propagación, crecimiento en calidad y cantidad de los servicios informativos y en la cultura general de ios usuários abruma.

El TIPS tiene diez anos de existência, pero en realidad su fase comercial, es decir su choque directo con ei mercado, con las exigências de ofrecer productos adecuados a las demandas ha coincidido con la explosión de Internet.

Yo asumi ei cargo de director regional de TIPS a finales de 1993, coincidiendo con este nuevo período externo e interno de la red.

La gestión de la red TIPS ha supuesto un conjunto articulado de desafíos y de exigências, donde ei factor tiempo, es decir la velocidad de renovación, de cambio y de implementación de las nuevas medidas, es ei factor constante.

El tiempo, la velocidad, la oportunidad, son ei primer factor en una red de servicios informativos, que compete y debe compararse no tanto con otros servicios (pues no existe una red de las características dei TIPS) sino que debe medirse con las exigências de los consumidores, de las pequenas y medianas empresas, que cuando descubren la información como un insumo principal de su gestión, siempre piden más y mejor.

La técnica ha sido otro de los terrenos de gran importância. Câmbios permanentes en las telecomunicaciones,

reducción de los costos, incorporación de nuevas tecnologías y de nuevas posibilidades en ei *hardware* ei *software*. Pero no se trata de sumar, se trata de integrar, es decir de incorporar las nuevas tecnologías dentro de una estrategia de desarrollo integral de la red. Usar la técnica y no terminar siendo usado por ella.

Los profesionales. Los hombres y mujeres que componen una red son cada más valiosos e importantes. Más crece y se hacen sofisticadas las tecnologías y más valor tiene ei factor humano, su compromiso con ei proyecto, su capacidad de inventiva, su rapidez de respuesta. La red TIPS es en primer lugar una red de personas, de profesionales que deben integrarse, formarse y participar en una estructura moderna de gestión en la suerte de la red. La capacitación, atención y gestión de los profesionales es la clave dei êxito o ei fracaso de una red.

Las alianzas. Comprender que ei TIPS por si solo no tiene ninguna posibilidad de atender la verdadera avalancha de requerimientos, de exigências que se presentan bajo ei amplio espectro de la información tecnológica, comercial, financeira, econômica etc y que por lo tanto es imprescindible construir una red de acuerdos, de alianzas institucionales, con el sector público y privado, con las universidades, con entidades empresariales, institutos de investigación, para encarar juntos, aportando sinergias y potencialidades ai objetivo de construir una autentica red de integración informativa de los países en desarrollo para participar de la globalización. Un buen ejemplo es la alianza establecida con el Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT).

## Resumo

*Embora exista há 10 anos, somente com a explosão da Internet, nos últimos quatro anos, foi que o Sistema de Promoção de Informadon Tecnológica (Tips) entrou para valer na sua fase comercial, procurando oferecer produtos e serviços adequados a públicos cada vez mais exigentes e sofisticados.*

*Além de ser uma rede interativa, o Tips oferece informação e formação a seus usuários, não apenas enquanto consumidores, mas também como produtores de informação.*

## Palavras-chave

*Rede; Informação tecnológica; Informação industrial; Novas tecnologias.*

Los servicios. Una red hoy en día no se define principalmente por su estructura de comunicación sino por sus contenidos. Internet está igualando las condiciones tecnológicas, y lo hará mucho más en el futuro. La red depende de sus servicios, de su calidad, oportunidad, variedad y confiabilidad. En el TIPS hemos tratado de reforzar substancialmente este aspecto. En la actualidad producimos 42 servicios informativos diferentes, y permanentemente tratamos de incorporar nuevos servicios. También debemos saber cuando terminar con algo obsoleto o inútil. Este es una de las cosas más difíciles.

Los usuarios, los clientes. La cantidad de frases hechas y en este sector son muchas, pero en el sector de los servicios de información, donde el mercado inicialmente se hizo fundamentalmente en base a la oferta, hay que tener una adecuada metodología de atención a los usuarios, a sus necesidades, a sus problemas. No se trata de que su cultura se adecue a nosotros, a las capacidades de una red, sino que seamos capaces de resolverle problemas, ayudando a desarrollar la cultura del uso de la información como un instrumento de desarrollo y de progreso. Desde la planificación de un servicio, al *software* que lo soporta, o a las formas de acceso y los precios, los clientes, los usuarios son la referencia fundamental. La información no es un fin, es un

medio a través del cual las empresas, los investigadores, los operadores económicos, ven facilitadas sus acciones, o directamente concretan acciones como el comercio, la transferencia de tecnología, las fusiones empresariales, la planificación en las investigaciones.

El mundo está saturado de bases de datos con un bajísimo índice de consumo. El TIPS trata de ser una red interactiva, de uso creciente, que brinda información y formación a sus usuarios, como consumidores, pero también como productores de información.

Pero el TIPS ha tratado de ser algo más que la suma de estos aspectos y se ha dado un conjunto de instrumentos de debate, de análisis, para elaborar una estrategia de desarrollo, de coordinación y de aprovechamiento de sus recursos.

Acabamos de culminar las 4tas. reuniones de coordinación regional en Montevideo y en Caracas, y en conjunto con nuestras contrapartes nacionales, hemos podido integrar sus experiencias sus propios aportes, para que en nuestro Plan de Acción 1996-1997, se complementen nuestras potencialidades internas, pero sobre todo las nuevas realidades existentes a nivel económico, tecnológico y comercial de nuestros países.

## TIPS - Inside view of a technological Information network

### Abstract

*Although in existence for 10 years, it has been only with the explosion of the Internet within the last four years, that the System for the Promotion of Technological Information (TIPS) has really entered its commercial stage, offering products and services to meet the needs of a public that is becoming more and more sophisticated and demanding. Besides being an interactive network, TIPS provides information and training to its users not only as consumers, but also as producers of information.*

### Keywords

*Network; Technological Information; Industrial Information; New technologies.*

---

Relato de experiência aceito para publicação em 2 de julho de 1996.

---

---

**Esteban Valenti**

Director Regional de América Latina  
del Sistema de Promoción de Información  
Tecnológica/Tips.

---