¿Recordáis qué es una tecnología? Exacto, un medio para cumplir un propósito u objetivo humano. Internet es la tecnología digital por excelencia porque hace posible todas las redes de comunicación que disfrutamos hoy. La comunicación, entre dispositivos, servidores, usuarios, empresas y gobiernos es la base de la sociedad y la economía y sin esta comunicación sería imposible hacer todas las cosas que nos permiten hacer las tecnologías digitales. La comunicación sería el propósito humano XXXX que las tecnologías digitales satisfacen. Gracias a la conectividad y la comunicación que conseguimos gracias a Internet podemos pensar en satisfacer otras necesidades humanas usando también tecnologías digitales.

Cuando hablamos de propósitos y objetivos humanos tenemos que tener en cuenta quiénes son los protagonistas de esos objetivos y necesidades. Acabamos de ver que todos participamos de la comunicación y conectividad de Internet, pero no todos los hacemos de la misma forma. A veces somos los seres individuales los que queremos hablar con nuestra familia o comprar un nuevo producto o saber qué está pasando en nuestro círculo de amistades. En otras ocasiones es el gobierno el que quiere que hagamos algún trámite de manera más efectiva y con menos trabas o quiere a poner a nuestra disposición nuevos servicios que harán la vida de los ciudadanos más fácil. En otras ocasiones es el colegio el que usa la conectividad de Internet para ayudarnos a aprender esta materia o la otra. Y en otras ocasiones son las empresas, con sus marcas y su publicidad, las que se valen de la conectividad y la comunicación para poner a nuestra disposición, para vendernos, sus servicios y productos. Eso es lo que hacen las empresas, poner a disposición de sus clientes servicios y productos a cambio de un precio, de manera que puedan pagar sus costes, atender los salarios de los trabajadores y tener los beneficios que desean.

Lo que importa desde el punto de vista de tus interacciones con las tecnologías digitales es que, como en todas las relaciones, en estas también hay dos partes y es posible que cada una de ellas tenga un propósito u objetivo diferente. Si es así, tendríamos que preguntarnos dos cosas: 1) ¿qué persigo yo cuando uso las tecnologías que se valen de Internet y de la web para funcionar, como por ejemplo, el teléfono, la consola, las redes, las apps o la consola de juegos? 2) ¿cuál es el objetivo de la otra parte (las empresas, el gobierno, otros usuarios, la escuela…) cuando usa esas tecnologías? Responder bien a estas preguntas nos ayuda a tener claridad acerca de cómo comportarnos, es decir, qué valores ponemos en marcha cuando perseguimos cumplir unos propósitos u otros y, además, nos sirve para averiguar cómo los propósitos de la otra parte afectan cómo me comporto yo.

Para responder estas preguntas, podemos hablar de esas relaciones a través de las tecnologías digitales en términos de modelos de negocio. Un modelo de negocio es la forma que una empresa ha ideado para ganar dinero. Para ello, la empresa, sus dueños y sus directivos asumen una serie de cosas que tienen qué ver con cómo se comportan sus clientes (qué quieren satisfacer, qué propósitos tienen, cuánto dinero o tiempo tienen etc.), cómo funciona el mercado en el que se mueven, qué otras compañías compiten por los mismos clientes, a cuánto se pueden cobrar los servicios y productos para poder pagar el coste de hacerlos y además ganar dinero… Como se puede ver, más que una fórmula precisa, crear un modelo de negocio se parece más a un arte en el que la práctica y la adaptación constante de esas cosas que se asumen son fundamentales para el éxito del modelo de negocio. En realidad, cuando una empresa desarrolla un modelo de negocio lo que hace es diseñar un ecosistema (más pequeño o más grande según sus aspiraciones y medios) para influir en el comportamiento, en la forma de funcionar, de los clientes, los competidores, sus trabajadores y los mercados. Un modelo de negocio es también el diseño de nuestras relaciones en ese ecosistema incluyendo la propuesta de formas de satisfacer esos propósitos u objetivos. En los buenos modelos de negocio se fusionan la tecnología, el diseño y las finanzas para poder cumplir las cosas que ha asumido la empresa y, sobre todo, para satisfacer su objetivo principal: ganar dinero con ello.

Vimos que las tecnologías son medios para satisfacer objetivos y que en el caso de las tecnologías digitales esta satisfacción se realiza en parte gracias al hecho de que estamos conectados unos a otros para poder comunicarnos, algo que se logra por medio de la tecnología digital que es Internet y, luego, por todas las otras que se diseñan encima de Internet. Pues bien, en el caso de las empresas que se valen de tecnologías digitales, que hoy en día son casi todas, el diseño del modelo de negocio no se puede separar del diseño de la tecnología misma. Cuando una empresa diseña un sitio web, una app, un teléfono o un video juego está diseñando a la vez los elementos que harán que nos comportemos de una forma u otra (poner este botón aquí en vez de allá, asociar ciertos sonidos a las alarmas de los mensajes de texto, usar este color para favorecer que los usuarios se fijen, etc.). Y el diseño de estos elementos de interacción digital es lo que nos irá llevando hacia el comportamiento que la empresa desea para que funcione su modelo de negocio y pueda cumplir su propósito, ganar dinero. Si habláramos de una empresa que funciona en el mundo analógico, por ejemplo, una tienda de embutidos, su modelo de negocio depende en gran medida de que nosotros entremos en la tienda porque si no entramos no podemos comprar y la empresa no ganará dinero si no compramos nada. Para que los clientes entren, hay que diseñar una puerta que, si es posible, esté al nivel de la calle, no tenga escalones, esté colocada en una calle por donde pase mucha gente, permita ver el interior de la tienda y sus productos, sea fácil de abrir… En fin, mil detalles que determinarán si el diseño de nuestro comportamiento se alinea con el modelo de negocio basado en la venta de embutidos. Lo mismo ocurre en el mundo digital: todo está perfectamente diseñado para atraer la atención de los clientes de manera que este diseño que determina nuestro comportamiento digital se alinee con los modelos de negocio de las empresas que ofrecen esas tecnologías digitales para cumplir su objetivo de ganar dinero.

En algunos casos el propósito de la empresa y de su tecnología digital irán bien con nuestros comportamientos y objetivos, pero en otros casos, como ya estamos viendo por los problemas derivados de ciertos usos de las tecnologías digitales, quizás no nos vaya tan bien hacer que nuestro comportamiento y propósitos se adapten al de las empresas. Para poder decidir qué nos va bien tenemos que saber qué queremos del uso de la tecnología en cada caso y, especialmente, qué quiere la otra parte, qué propósitos quiere cumplir. En el caso de las empresas lo que quieren se manifiesta en su modelo de negocio y en el diseño de la tecnología.