

# Dos informes que dejan huella

POR **PIEDAD BULLÓN DE CASTRO**

En los últimos meses, Fundación Telefónica de España presentó dos publicaciones complementarias entre sí: el informe *La Sociedad de la Información en España 2005* y *Medios de Comunicación. Tendencias 2006. El año de la Televisión*. Mientras el primero analiza el proceso de transformación de la sociedad española a través de la generalización del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), el segundo recupera la serie Tendencias [iniciada en los años 80 y luego interrumpida], y pone de relieve que la tecnología ha revolucionado formatos, contenidos y el modelo empresarial de los medios de comunicación.

## ***La Sociedad de la Información en España***

Al presentar el primero de ellos, el presidente del Grupo Telefónica, César Alierta, subrayó que «hace tiempo que los indicadores que seguimos en estos informes anuales nos dicen que las barreras para el desarrollo de la Sociedad de la Información en España no están en la disponibilidad de infraestructuras, sino en la percepción de la utilidad de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones por parte de los ciudadanos». El verdadero cuello de botella estaría, según Alierta, en la falta de estímulos para el uso de Internet. Con referencia a la Banda Ancha, tanto fija como móvil, como factor para superar esa barrera, añadió que «en Telefónica, nuestro concepto de Banda Ancha va más allá de la propia infraestructura, abarca tanto la conectividad como los servicios y aplicaciones soportados sobre aquélla, puesto que todos estos aspectos son esenciales para su extensión en la sociedad». Durante 2005, recordó, Telefónica ha invertido en Banda Ancha en España 1.100 millones de euros.

El Vicepresidente Ejecutivo de Fundación Telefónica, Javier Nadal, adelantó que a los estudios presentados seguirán otros de parecida factura y contenidos, con una intención común: «queremos estar en la vanguardia de la creación de conocimiento y análisis de los aspectos

más relevantes de la Sociedad de la Información; para ello hemos de proyectar la reflexión hacia foros de debate y actividades de discusión, hacia el intercambio de ideas en la Red».

Por su parte, Antonio Castillo, director del informe *La Sociedad de la Información en España 2005*, desgranó sus principales conclusiones: «Como cada año, el Informe imprime una radiografía, establece las mejoras logradas sobre el ejercicio anterior y perfila una serie de recomendaciones planteadas por los expertos». El primer capítulo analiza la situación actual y traza el perfil del usuario español de Internet, el uso de las TIC en las empresas y el grado de disponibilidad de veinte servicios básicos de la administración electrónica. Destacó Castillo que la tasa de penetración de la Banda Ancha se sitúa ya en el 85 por ciento de los hogares conectados a Internet; de cumplirse las previsiones, al acabar 2006 se alcanzarán los 7,5 millones de conexiones, que llegarían a 18 millones a finales de la década.

Sobre el segundo apartado del estudio, Castillo hizo notar que en esta edición se ha dedicado especial atención a las Pymes, por considerarse que su adopción de las TIC es uno de los pilares básicos que permitirá cumplir los objetivos marcados por la Estrategia de Lisboa, con el horizonte puesto en 2010. Concluye el documento con unas recomendaciones que bien pueden sintetizarse en la siguiente frase: «España debe tratar de alcanzar el ritmo de transformación necesario para mejorar su posición competitiva y bienestar social, sin que ello implique que sea necesario presentar las mismas características o los mismos indicadores de penetración que ofrecen otros países de nuestro entorno».

El uso de Internet, en particular la Banda Ancha, es la piedra angular que relaciona los enfoques que subyacen en ambos informes. Por un lado, «la buena noticia [dijo César Alierta] es que España ha sobrepasado los cinco millones de accesos de Banda Ancha. Hace un año, en la presentación de la edición anterior, dábamos la cifra de tres millones y medio, por lo que estamos hablando de un crecimiento cercano al 45 por ciento». Por otro lado, si se observa el impacto que Internet ha tenido y seguirá teniendo sobre los medios de comunicación, hay que constatar que éstos [tanto los escritos como los audiovisuales] proyectan su presencia en el mercado a través de versiones *on line*, a la vez que se enfrentan a la competencia de medios nacidos en Internet, que les disputan fracciones crecientes de la audiencia y de la facturación publicitaria.

El Gobierno estuvo representado en el acto de presentación del primero de los informes por la Vicepresidenta Primera, María Teresa Fernández de la Vega, quien en su intervención señaló: «Necesitamos saber exactamente dónde nos hallamos. Es necesario para todos, pero sobre todo lo es para el Gobierno, que tiene la responsabilidad de que España se integre en la Sociedad de la Información de manera dinámica, procurando que en esta integración participen todos los ciudadanos. Para asegurar esos objetivos, es necesario pararse, analizar y comprobar que el ritmo es el adecuado, e identificar a los rezagados, para impedir que nadie se quede al margen». No se trata, precisó, de ganar puestos en un *ranking*, «se trata de ganar en productividad y de mejorar la vida de las personas, porque a esto deben contribuir las nuevas tecnologías». No obstante, Fernández de la Vega recordó que España no forma parte del grupo en el que le correspondería estar por su nivel de riqueza y desarrollo, en buena medida por el retraso acumulado durante años en la inversión en I+D+i, que es del 1 por ciento del PIB, frente al 2 por ciento de la media comunitaria y al 3 por

ciento de los países más avanzados. «Este Gobierno ha puesto en marcha, la pasada primavera, el programa Ingenio 2010, y nos gustaría que el informe correspondiente a ese año encontrara a nuestro país muy cerca del pelotón de cabeza europeo en lo que a estas tecnologías se refiere».

## **Radiografía del sistema de medios español**

En cuanto al análisis de la situación de los medios de comunicación, en un año que viene marcado por la entrada en servicio de la Televisión Digital Terrestre, por la necesidad de evolución tecnológica de la radio y por una peculiar situación de la prensa escrita, además de la propagación de Internet y sus procesos conexos. Para retomar la experiencia de los informes de Fundesco —que en los años 80 y la primera mitad de los 90 fueron referentes para este sector— Fundación Telefónica ha reunido un equipo de profesores universitarios y profesionales de la comunicación, dirigidos por Bernardo Díaz Nosty, encomendándoles una reflexión sobre el impacto social, económico y cultural de los medios.

Los resultados del estudio trascienden el gran despliegue de indicadores, tablas y estadísticas que forman su esqueleto, para mostrar tendencias y formular propuestas. En coincidencia con el 50 aniversario de la televisión en España, se incluye un estudio cualitativo sobre su presente y futuro. En la presentación correspondiente, dejó planteada Javier Nadal una cuestión abierta: «¿Estamos asistiendo al final de la organización clásica de los medios? Hace una década era todavía clara la división entre prensa, radio y televisión. Hoy los tres medios están interrelacionados, y el panorama presenta tendencias de cambio muy acentuadas». Comentando el vaticinio según el cual dentro de cinco o diez años, entre el 40 y el 50 por ciento de la lectura de prensa se hará por Internet, y a la vista de la proliferación de contenidos audiovisuales *on line* —e incipientemente en los móviles—, se preguntó Nadal: «¿Sucederá lo mismo en España, donde el público que accede habitualmente a Internet es sólo el 20 por ciento de la población?».

El director de este informe, Bernardo Díaz Nosty, destacó que, partiendo de los datos que definen el perímetro de la comunicación entendida como mercado, con su tendencia a la concentración, se ha querido privilegiar otro plano, explorar las relaciones entre los medios y el desarrollo de una nueva sociedad que tiene como uno de sus ejes la tecnología. Este objetivo implicaba formular un nuevo paradigma de consumo mediático, y el equipo redactor se ha propuesto abordar esa tarea y continuarla en futuras ediciones. «Nuestra perspectiva es sistémica: más que analizar los medios de forma independiente, que también lo hacemos, queríamos observar el sistema de medios en su conjunto, cómo se van produciendo los movimientos, los cambios de hábitos generacionales».

«Nos interesa la tecnología, por supuesto que nos interesa su mercado y, sobre todo, los fenómenos convergentes —añadió el catedrático Díaz Nosty— y también identificar la realidad española comparada con otras realidades europeas». Siguiendo este criterio, el documento desarrolla un análisis de los tiempos de consumo mediático en las diferentes capas generacionales y asume el reto de trazar una prospectiva de la correlación entre los medios y la tecnología, así como con la cultura social que es propia de una democracia. Para esto

último, se ha adoptado el método Delphi y se ha contado con la aportación de firmas relevantes que enriquecen el análisis.

El informe propone una radiografía exhaustiva de los medios, apoyándose en una rica recopilación estadística, que permite retratar el fenómeno con los datos más actuales. Esto ayuda a enunciar un número amplio de tendencias, que Díaz Nosty resumió en una genérica: «el sistema de medios español está muy orientado al espectáculo y al ocio, más que a la información» y cuatro aspectos específicos:

. Estadísticamente, la circulación de la prensa se encuentra en España ligeramente por debajo de la mitad de la media europea, pero estamos actualmente en el punto de máxima audiencia, que supera al 40 por ciento de la población, un porcentaje que está determinado por la irrupción en el mercado de los diarios gratuitos. En el caso peculiar de las revistas, los niveles de circulación y de audiencia están claramente por debajo de los que se observa en otros países europeos.

. En el caso de la radio, se aprecian pocas variaciones en las fórmulas vigentes desde hace décadas, y la incorporación de la audiencia joven a la radio ha perdido intensidad. Esto lleva a los autores a pronosticar que habrá de producirse una reacción que haga evolucionar los formatos y los contenidos para retener a ese segmento de la población.

. La televisión ha entrado en un año clave, con el lanzamiento de la TDT y un nuevo marco legal. Díaz Nosty declara su confianza en que los operadores sean capaces de aprovechar el impulso digital y de diversificar su oferta, de manera que el periodo que se abre sea algo más que una prolongación de la televisión generalista que conocemos. En esta transición, dijo, la televisión pública debe jugar un papel fundamental.

. El desfase en el consumo de Internet con respecto a la media europea es patente si se toman las cifras en su conjunto, pero no lo es si el análisis se concentra en las generaciones tecnológicamente más activas. En este sentido, según el diagnóstico, los elementos diferenciales entre jóvenes españoles y de otros países de la Unión Europea quedan muy reducidos.

Cerró el acto de presentación de este segundo informe el Secretario de Estado de Comunicación, Fernando Moraleda, quien valoró el esfuerzo de Fundación Telefónica y de los autores en un contexto necesario: conjugar la reflexión sosegada y el análisis riguroso, para apuntar las áreas que deben estudiarse y establecer posibles soluciones a los problemas identificados. «Si con este trabajo se pretendía estimular al Gobierno [concluyó] tengo que decir que agradecemos el esfuerzo, que tomaremos buena nota y analizaremos con el detenimiento que merece el resultado de su trabajo».