

Una sociedad de la comunicación construida sobre las buenas prácticas

POR JOSÉ FERNÁNDEZ BEAUMONT

Editorial Telefónica. VV.AA. *La Sociedad de la Información
en España 2004*
Madrid , 2004

Dado que el entramado de relaciones sociales, culturales, industriales y económicas de la sociedad en la que vivimos se hace cada vez más complejo, éste se carga de nuevos datos, líneas de análisis y propuestas de mejora de la situación existente. El ya clásico informe sobre la Sociedad de la Información (SI) que edita Telefónica, desde 1999, es una buena muestra de este progreso.

Para dar respuesta al reto de reflejar los avances, y en una línea cada vez más exigente, el equipo interdisciplinar que recopila, ordena e interpreta los innumerables datos y las tendencias que configuran los actuales fenómenos de la comunicación en España ha elaborado en esta ocasión un informe más extenso que lo habitual pero no por ello menos interesante.

Administraciones Públicas, empresas, universidades, profesionales y toda clase de ciudadanos que sientan curiosidad por saber en qué tipo de sociedad se mueven, pueden beneficiarse, por lo tanto, de este amplio estudio (más de 600 páginas) que, pese a su extensión, resulta de fácil lectura porque se organiza como una obra de consulta directa y nada complicada, sus datos son asequibles y su presentación adecuada.

Logros y avances desiguales

En esta última edición de este informe se deja constancia, en primer lugar, de los indicadores de uso de tecnologías y servicios entre los ciudadanos, las empresas y las Administraciones Públicas, así como de los logros más recientes conseguidos en los diferentes subsectores que

integran la SI (asociados a terminales, redes, servicios...). En este sentido, resulta significativo comprobar, por ejemplo, el crecimiento del número de usuarios de Internet en España que se ha situado en el 28,8 por ciento en 2004, por lo que nuestro país ha alcanzado la cifra de 12 millones de usuarios, equivalentes a una penetración del 33 por ciento entre la población española.

Aún así, este ritmo de crecimiento resulta claramente insuficiente si se pone en relación con el potencial de la economía española y frente al desafío de mejorar su competitividad e igualarse a los índices medios de la Unión Europea (UE). En indicadores de crecimiento de la SI, la posición de España se encuentra todavía claramente alejada de las de los países líderes. Está a la mitad de camino, por ejemplo, de países como Suecia y Holanda. Por otra parte, algunos de los nuevos miembros de la UE, como Estonia, Letonia y Eslovenia, que tienen una economía menos desarrollada, se encuentran por encima de España.

Entre las razones que esgrimen los españoles para no utilizar Internet, las principales son que no lo necesitan en su vida privada (28 por ciento de los encuestados) y que no les interesa (26 por ciento). Después señalan argumentos de la índole de que no lo necesitan profesionalmente, que es muy caro o que no disponen de los equipos necesarios.

Está claro que un buen número de españoles no tiene conciencia de que la utilización de la principal herramienta de la SI es indispensable para estar al día del desarrollo social. Estos datos deberían hacer reflexionar muy seriamente a sociólogos, planificadores y políticos de cara a nuevas medidas que podrían adoptarse en el ámbito de la SI.

También se citan comparaciones con el último periodo de diez años, fecha lejana para unos y todavía punto necesario de referencia para otros, en la que se empezó a hablar de la SI. Entonces mucha gente se las prometía muy felices con el ?inevitable? advenimiento del universo multimedia. Parecía que la conjunción de todas las formas y negocios de comunicación en la Red resolvería las profundas dudas que nos asaltaban sobre el futuro tecnológico y colmaría casi todas nuestras necesidades de comunicación. No ha sido así. El recorrido tecnológico que se predecía se ha cumplido en gran medida pero no se ha convertido, ni mucho menos, en la panacea.

Servicios y contenidos multimedia

Desde luego la convergencia multimedia no se ha encarrilado por los derroteros previstos pero, aún así no se puede negar que existe un significativo universo multimedia de servicios y contenidos a los que se puede acceder desde las infraestructuras de telecomunicaciones disponibles (terminales y redes fijas, móviles, inalámbricas, de alta velocidad) y, en especial, desde Internet.

Es un hecho innegable que ciudadanos, empresas y Administraciones crean y utilizan en un contexto multimedia servicios de educación, publicidad, comercio electrónico, *e-administración*, *e-sanidad*, *e-finanzas*, juegos, música, cine y televisión. Y todo ello soportado a veces

indistintamente en terminales como el ordenador, el teléfono móvil, la televisión digital, los MP3, la agenda electrónica, la videoconsola y otras plataformas emergentes que se conectan por una gran variedad de redes: *wireless*, fibra óptica, satélite, 3G, DSL, cable, PIs.

Todos estos usos quedan reflejados, como ya se ha señalado, en una serie de indicadores que ayudan a encuadrar de forma objetiva los avances y retrocesos registrados en la SI. Las estadísticas son muy variadas y van desde los distintos accesos y servicios de Internet hasta las razones para no usarla, pasando por los idiomas en la Red, las partidas de comercio electrónico, las tecnologías de la información y la comunicación en España, o el I+D+I.

Buenas prácticas como «motores del cambio»

Si a través del cúmulo de indicadores descritos se presenta una radiografía de la SI basada en modelos acordes con el carácter interactivo de la misma, en otra sección, la que ocupa el grueso del informe, llamada 'Motores del cambio', se recopilan las buenas prácticas relacionadas con tres niveles (consciencia, capacidad y uso), es decir, los mejores proyectos aplicados, con nombres y apellidos, que sirven para impulsar el desarrollo de la SI. Se cuenta para ello con el inestimable aporte de las Comunidades Autónomas (CCAA) que han proporcionado gran cantidad de ejemplos concretos y que se han incorporado al informe.

Como muestra, se han seleccionado aquellas 'buenas prácticas' tendentes a reducir la brecha digital que ya han sido implantadas, evaluadas y que han obtenido resultados satisfactorios, aunque también se recogen algunos ejemplos correspondientes a proyectos en fase de implantación. El resultado es una guía de decenas de experiencias repartidas por todas las CCAA que pueden servir de ejemplos para quienes desean expandir el uso de Internet y del correo electrónico; encauzar la explosión de los mensajes cortos; o utilizar adecuadamente las redes sociales, la mensajería instantánea, los juegos en red, los servicios multimedia, las acciones de seguridad y privacidad.

Las buenas prácticas se extienden a proyectos sobre colectivos con necesidades especiales, desarrollos de ciudades digitales, puntos de acceso a Internet, despliegue de la banda ancha, fomento de nuevos contenidos interactivos, alfabetización digital y así hasta una veintena de especialidades sobre las materias más plurales.

La consecuencia lógica de los análisis precedentes es, naturalmente, aprovechar las enseñanzas obtenidas y ponerlas a disposición de todos en forma de consejos. Por eso, mirando al futuro con un sentido práctico, el informe propone una serie de recomendaciones dirigidas a los participantes en la SI. Como no podía ser de otra manera, también se hacen propuestas para mejorar el universo multimedia en lo referente a servicios e infraestructuras.

Ciertamente la lista de mejoras a tener en consideración no es exhaustiva, pero puede resultar eficaz. Y no hay que perder de vista que, en la línea filosófica que rezuma este informe, la SI no se construye únicamente utilizando las herramientas y soluciones que han desarrollado otros países, estamentos, empresas o especialistas, sino, sobre todo, analizando las

posibilidades propias y arrojando el hombro para desarrollar esa sociedad en la que el primer beneficiado ha de ser el ciudadano.

