Los avances de España en la Sociedad de la Información reclaman nuevas actuaciones publicas

POR **PIEDAD BULLÓN DE CASTRO**

Editorial Ariel / Colección Fundación Telefónica. *La Sociedad de la Información en España 2007*
, 2007

La mayoría de los objetivos propuestos en el Plan Avanza, de convergencia con la Unión Europea en la consecución de la Sociedad de la Información, están camino de cumplirse antes de la fecha prevista, 2010. Se trata, particularmente, de los indicadores relacionados con el despliegue de la Banda Ancha, con el uso de las TIC en las empresas y con el equipamiento de los centros educativos. Otro grupo de indicadores, no menos sensibles, son alcanzables dentro del plazo, pero queda un núcleo reducido que puede necesitar medidas de apoyo para conseguir los niveles prefijados.

La frase anterior es la tercera del estudio *La Sociedad de la Información en España 2007*, y expresa la primera de sus conclusiones, a la vez que anticipa el propósito que ha animado a sus autores y a Fundación Telefónica, responsable del proyecto: suministrar a la sociedad una herramienta analítica, producto del seguimiento periódico de los indicadores que permitan reconocer los logros e identificar las debilidades.

La octava edición del estudio ha sido presentada en diciembre, en un acto público que contó con la presencia de la Vicepresidenta Primera del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, y del Presidente Ejecutivo del Grupo Telefónica, César Alierta. La exposición de las principales conclusiones estuvo a cargo de Javier Nadal, Vicepresidente Ejecutivo de Fundación Telefónica.

Metodológicamente, el documento se despliega en ocho grandes rasgos, algunos referidos a la

Fundación Telefónica

Telefónica

situación presente y otros a la perspectiva. En el primero de ellos se destaca el crecimiento del número de usuarios habituales de Internet, que prosigue una trayectoria ascendente iniciada en 2005. Tanto o más importante, se dice, es que en España se está produciendo un aumento gradual de la frecuencia en el acceso a Internet: más de la cuarta parte de la población accede diariamente. Pero no sólo aumenta el número de internautas y su frecuencia de uso, sino que también hay una progresión cualitativa. Por un lado, los servicios más usados son los que corresponden a la traslación *on line* de actividades que proceden del mundo previo al nacimiento de Internet, pero lo significativo es que ganan terreno otros, nacidos desde y para la web.

Transformaciones en el uso de Internet

En otro indicador clave, el número de hogares conectados, la variación sobre el año anterior ha sido de cinco puntos porcentuales. Aun así, «España se encuentra en el colectivo de los países mediterráneos con tasas de penetración inferiores a las de los países nórdicos y centroeuropeos».

Un segundo rasgo, inseparable del anterior, es la mejora progresiva de las capacidades de la Banda Ancha, y el hecho más significativo que señala el estudio es la disponibilidad de acceso en las áreas rurales: «En junio de 2007 se había alcanzado el 84 por ciento de los objetivos previstos en el conjunto del programa, tanto si se mide en núcleos de población como en habitantes atendidos». Sin quedarse en parabienes, los autores dan aquí un primer toque de atención, al señalar que para mantener esta evolución positiva es imprescindible generar «las condiciones propicias que permitan potenciar un despliegue armónico ágil y ordenado de las infraestructuras de red necesarias», lo que requiere la cooperación entre los agentes del sector y las Administraciones. Y más adelante: «Los operadores se enfrentan al reto de actualizar sus redes de acceso, en particular hacia el uso de una tecnología como la fibra óptica, que permite aumentos considerables en la capacidad de transmisión».

La evolución de Internet da lugar a otros fenómenos que se analizan con detenimiento. Uno de ellos es la concentración empresarial en la creación de servicios y contenidos *on line*. Un proceso relacionado con la principal fuente de financiación, que no es otra que la publicidad interactiva: «España está solucionando la situación de retraso de la que partía, y se encuentra en un periodo de acercamiento a los niveles de otros países con un mercado de publicidad en Internet más maduro». Otra circunstancia que se apunta es que las páginas más visitadas por los usuarios se concentran en un menor número de sitios web: en noviembre de 2006, los diez sitios más visitados acaparaban el 40 por ciento de las páginas vistas, frente al 31 por ciento de cinco años antes.

Pasa el estudio a ocuparse del acceso a Internet desde el teléfono móvil, que lleva años planteándose. En la fase actual, tras la disponibilidad de unas primeras aplicaciones que han migrado desde los entornos PC, se está potenciando la adaptación de la experiencia a nuevas plataformas, lo que ha dado en llamarse ?mobile 2.0?. Esto conduce al siguiente rasgo, el quinto de los ocho del esquema adoptado, con el que se entra en la persecución del futuro. Los fabricantes de *hardware* andan a la búsqueda de nuevas categorías de terminales móviles,

Fundación Telefónica
Telefónica

dispositivos que serán capaces de llevar a fondo la convergencia, que ofrecerán usos distintos a los tradicionales y a los que, probablemente, será anacrónico seguir llamando teléfonos.

Antes de acometer el futuro, los autores se detienen en el estado actual de la telefonía móvil, un fenómeno que desafía todos los juicios formulados a priori, incluso los más optimistas. La mayoría de los hogares de los países avanzados tienen a la vez telefonía fija y móvil, pero a medida que el análisis avanza hacia los de menos desarrollo, disminuye el número de teléfonos fijos, que son reemplazados por móviles. Los datos disponibles muestran que en casi todo el mundo la caída de la telefonía fija es generalizada. En España, el número de líneas fijas se mantiene estable, mientras la tasa de teléfonos móviles sigue creciendo. Otra forma de ver la cuestión es la estadística de tráfico de voz: en 2006, la telefonía fija todavía cursaba más minutos que la móvil, pero la diferencia era tan pequeña que en 2007 se habrán invertido los términos.

El sexto rasgo analizado, en el que el presente enlaza con el futuro, es el concepto de web granular, que abandona el plano de la teoría y empieza a dar resultados, gracias a una cultura ?para la que se ha acuñado el nombre de Web 2.0? consistente en «generar servicios a partir de la mezcla de servicios». La proliferación de las redes sociales *on line*, con su sorprendente éxito de audiencia, aunque todavía no tengan modelos de negocio claros, es una de las manifestaciones más sugestivas en esta línea, que no puede comprenderse desde perspectivas convencionales.

Nuevas tendencias en la televisión digital

Llega el turno a la televisión, que pasa por un momento clave de su desarrollo, y ha de ser entendida como un componente de la Sociedad de la Información. En general, el mercado de la televisión de pago está al alza en España, y en sus máximos históricos. Pero desde 2006 se produce el asentamiento de la televisión IP, cuyo exponente es el servicio Imagenio, que en sólo un año duplicó el número de sus clientes. En contraste, la televisión de pago por satélite no sale del estancamiento, y la de cable ha sufrido algún retroceso. Esto ocurre mientras la televisión abierta está inmersa en la transición entre la analógica y la digital, con un apagón gradual de la primera que ha de culminar el 3 de abril de 2010.

Aunque el estudio pone mucho énfasis en el uso de las TIC por los ciudadanos, no olvida a las empresas, el otro pilar de la Sociedad de la Información. Según los datos recopilados, el 94 por ciento de las empresas que emplean a más de diez trabajadores cuenta con acceso a Internet, lo que implica que España está sólo un punto por debajo de la media europea; no obstante, el retraso es considerable si se atiende a la insuficiente proporción de empresas que tienen su propio sitio web.

En otro capítulo se analiza las tendencias en el uso de las TIC por las administraciones públicas, llegando a la conclusión de que, al menos en la Administración General del Estado, la proporción del presupuesto de gastos e inversiones ha disminuido porcentualmente, si bien en cifras absolutas ha aumentado un 9 por ciento mientras el presupuesto total lo hacía al 14 por ciento. Los autores hacen notar que la proporción entre las partidas dedicadas a informática

Fundación Telefónica
Telefónica

(75 por ciento) y a telecomunicaciones (25 por ciento) se mantiene estable, invirtiendo la que prevalece en las cifras globales de España,

Un rico y muy didáctico capítulo dedicado a los servicios y contenidos en la Sociedad de la Información prolonga estos análisis. En su segunda parte, el libro desglosa la situación en cada una de las Comunidades Autónomas, con textos facilitados por cada una de ellas, que el equipo redactor ha homogeneizado.

Fundación Telefónica
Telefónica