La década de la revolución digital

POR **ANTONIO CASTILLO HOLGADO**

La Sociedad de la Información en España 2009
Colección Fundación Telefónica/Ariel
Barcelona, 2009, 440 p.
ISBN: 978-84-08-09112-7

El *Informe sobre la Sociedad de la Información en España* que anualmente publica Fundación Telefónica cumple en esta ocasión su décimo aniversario. Como en anteriores ediciones, el informe realiza un análisis exhaustivo del desarrollo del Sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a nivel mundial y de su impacto en la transformación de la sociedad española durante el año 2009.

En el informe se resalta cómo la crisis económica está afectando al sector TIC, aunque no ha impedido su proceso de transformación. Así los ciudadanos siguen considerando la telefonía móvil e Internet como servicios fundamentales y el número de usuarios continúa aumentando.

Se señala que en el año 2009 sólo los ingresos de Internet crecieron con respecto a los datos del año anterior, aunque a un mínimo 0,5 por ciento, y se destaca el cambio en los hábitos de

BY NC ND

consumo de los usuarios, que controlan más sus gastos aunque sin prescindir de los servicios de telecomunicaciones.

Procesos importantes de transformación que estaban en marcha han continuado, como el avance de la Banda Ancha, cuyo número de líneas aumenta en más de un 8 por ciento interanual en el segundo trimestre de 2009.

Asimismo, el informe insiste en que, a pesar de la crisis, la innovación continúa reconfigurando el sector de Internet y la Web se ha convertido en un gran almacén de información en el que coexisten gran cantidad de datos que han ido creándose en un espacio temporal muy amplio. En los últimos años la idea de una Web en tiempo real ha ido madurando y ahora se ven cristalizar algunas iniciativas que llevan tiempo trabajándose. El informe destaca que Twitter fue la herramienta que marcó el inicio de esta revolución, ya que permite volcar conversaciones tal y como se estaban desarrollando y permite ir narrando en directo lo que está ocurriendo en un momento dado.

En la obra se dedica especial atención a las redes sociales, que también están intentando explotar las posibilidades del tiempo real. Así, Facebook ha adquirido *Frienfeed*, herramienta que facilita la agregación de contenidos de medios sociales en tiempo real. Desde entonces, la orientación al tiempo real y la premisa *up to the minute* han marcado la evolución de Facebook.

Otra de las claves de la innovación en 2009 según el informe es la realidad aumentada, que consiste en la utilización de la tecnología para superponer instantáneamente información virtual sobre imágenes del mundo real y que ha llegado al mercado gracias a la proliferación de dispositivos con cámaras integradas o con posibilidad de conectarlas.

Asimismo, en el informe se analiza cómo estas innovaciones han hecho que profundice la digitalización entre la población, especialmente entre los más jóvenes, donde Internet actúa como el verdadero catalizador de esta transformación. El aumento de un 500 por cien en el uso de redes sociales como canal de comunicación de los jóvenes con la familia o amigos muestra el avance de la digitalización de las formas de comunicación personales. Así, se destaca en el informe que más del 85 por ciento de los internautas ha realizado actividades cotidianas de forma digital (mandar un correo, escuchar música, ver vídeos…). Se resalta también que en el caso de los segmentos jóvenes, lo digital es ya una realidad habitual y que en los segmentos más maduros, como la población entre 24 y 35 años, también se están contagiando de esta tendencia, lo que hace pensar que será un proceso que continuará en los próximos años.

El informe se detiene sobre el mundo de los contenidos, resaltando que en los últimos años hemos asistido a una auténtica revolución del mundo de la música con la digitalización de contenidos y su distribución por Internet, y que durante este año hemos vivido un gran movimiento en empresas tecnológicas en torno a la idea de replicar este modelo en el mundo editorial, lo que se ha traducido en una avalancha de dispositivos *e-Readers* de la mano del avance en la tecnología de tinta electrónica (*e-ink*).

En el informe se dedica un apartado especial al Internet móvil, que sigue su avance, citando que el 57 por ciento de los internautas de entre 15 y 55 años se ha conectado a Internet desde

BY NC ND

algún dispositivo móvil, para detenerse posteriormente a analizar la externalización de los sistemas de información que se consolidan, principalmente las formas más evolucionadas como SaaS (el software como servicio) y *cloud computing*, referido éste al modelo de computación que se basa en la virtualización de aplicaciones mediante una nube de ordenadores y utilizando Internet como medio para ofrecer los servicios. Realmente la mayoría de las empresas que utilizan modelos *as a service*, usan *cloud computing* como modelo de computación, por lo que en muchos casos ambos conceptos se mezclan y no es fácil distinguir la frontera entre ellos.

Se consolida así, según el informe, el modelo empresa 2.0 como medio de mejorar la productividad. Al contrario que otras innovaciones, las aplicaciones Web 2.0 llegan a la empresa con retraso con respecto a los ciudadanos.

Sobre el grado de utilización de las herramientas, el informe comenta que compartir vídeos es el uso más frecuente cuando se trata de utilización interna dentro de la empresa, mientras que el blog es la aplicación más utilizada con el fin de comunicarse con los clientes, proveedores y socios.

Se detiene el informe en los modelos de negocio en los que el usuario paga por acceder a un servicio. Se destaca el modelo *Freemium*, que trata de combinar dos aspectos –*free* y *premium*– en un solo servicio. De esta manera se ofrecen unas funcionalidades básicas de forma gratuita como forma de atraer a los usuarios para que prueben el producto y unas funcionalidades *premium* más avanzadas que llevan asociadas un pago. Señala el informe que un ejemplo de servicio que utiliza el modelo *Freemium* es Spotify, que se ha convertido en uno de los servicios estrella en el año 2009. Este servicio permite el acceso a música mediante *streaming* con una serie de limitaciones en su versión gratuita, además de la obligación de escuchar publicidad, mientras que su versión de pago ofrece un mayor número de funcionalidades, como mejor calidad o acceso desde dispositivos móviles, por un precio de 9,99 euros al mes.

Es importante destacar que el informe pone de manifiesto que Internet es el único medio convencional en el que la inversión en publicidad aumenta. De hecho, frente a una reducción general de la publicidad del 7 por ciento y del 11 por ciento en los medios convencionales, la inversión de publicidad en Internet subió un 25 por ciento.

La publicidad se ha convertido en la opción más importante para asegurar la supervivencia de muchas empresas en Internet (sobre todo en sus etapas iniciales) y que los internautas puedan acceder a gran cantidad de servicios de forma gratuita. Por eso se puede decir que la salud de la publicidad en Internet es un buen indicador de la salud de Internet. Este crecimiento no hace sino confirmar la idea que se comenta ampliamente en este informe sobre el cambio de hábitos de la población en cuanto a consumo de medios y sobre cómo Internet se está convirtiendo en un medio que llega a una gran masa de población, utilizado de forma habitual y no de forma esporádica.

Concluye el informe señalando que las previsiones de evolución de la publicidad en Internet son muy halagüeñas, ya que hay un amplio margen para el incremento de la inversión

BY NC ND

publicitaria en este medio si se compara con otros, y que el aumento del número de internautas, así como de la frecuencia de uso, indica que la publicidad en Internet crecerá también en los próximos años.

Como ha sido habitual en sus diez años de historia, el *Informe de la Sociedad de la Información en España* resulta una obra de especial interés para los profesionales del sector, ya que pone de manifiesto cuáles han sido durante el año 2009 las principales claves de la transformación tecnológica y constituye una herramienta de gran valor para todos aquellos que desean estudiar los cambios sociológicos que se están produciendo en nuestro país por vía de la digitalización de empresas e individuos.

BY NC ND