

## 27 millones de internautas en España, según el informe sobre la Sociedad de la Información 2010

La sociedad de la información en España 2010  
SIE10



**El informe de la Sociedad de la Información en España**, correspondiente al 2010, ha sido presentado en la Fundación Telefónica por el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, y por el presidente de Telefónica, César Alierta. Sebastián ha subrayado que el impulso de las TIC es «trascendental» para el crecimiento del empleo, razón por la cual el Gobierno ha preparado para el próximo lustro, dentro del Plan Avanza 2 (2010-2015), una estrategia que garantizará «una Administración sin papeles para el horizonte 2015, fomentar uso y confianza en Internet, desarrollo de nuevas y mejores infraestructuras de telecomunicaciones y el impulso de la industria TIC en sectores estratégicos, especialmente en la industria de contenidos digitales».

En esta línea, el ministro de Industria ha calificado el informe de Telefónica de «imprescindible», sobre todo para «enriquecer el debate sobre el presente y el futuro del

sector de las TIC»; un informe cuyo dato más novedoso es la consolidación de la sociedad de la información entre los segmentos más maduros de la población española. Este relevo en el crecimiento del consumo de Internet es debido, entre otras razones, a la proliferación de dispositivos móviles tales como ordenadores portátiles, *smartphones* o *tablets*. La llamada «Internet de las Cosas» explica el aumento entre el sector maduro de la población (entre 45 y 64 años), así como el uso de Internet para el entretenimiento ilustra la elevada participación de los jóvenes, cambios ambos en el hábito de consumo que han llevado a aumentar la cifra de internautas en nuestro país hasta los 27 millones. De esta cantidad, el 69 % accede a la Red diariamente, un 13,3 % más que el año pasado.

En el apartado referente al desarrollo de la e-Administración, el informe hace referencia al *United Nations e-Government Survey*

2010, donde España aparece en el noveno puesto a nivel mundial, dejando claro que el principal objetivo desde el punto de vista de los Servicios Públicos Digitales es desarrollar servicios interoperables que consoliden una relación del ciudadano con una Administración «abierta, transparente y participativa» —estos tres últimos, principios del *Open Government* aplicados, desde la Administración Central, a través del Proyecto Aporta y otras iniciativas autonómicas, como Open Data Euskadi o Dades Obertes de la Generalitat de Catalunya—. El informe también hace referencia al sector sanitario, revelando que un 98 % de los centros de salud y un 70 % de los hospitales cuentan ya con la Historia Clínica Electrónica. En lo que se refiere al uso de la receta electrónica, el estudio asegura que un 40 % de los centros de salud y un 42 % de las farmacias españolas se han adaptado a este cambio tecnológico. ■

**La llamada «Internet de las Cosas» explica el aumento entre el sector maduro de la población (entre 45 y 64 años), así como el uso de Internet para el entretenimiento ilustra la elevada participación de los jóvenes, cambios ambos en el hábito de consumo que han llevado a aumentar la cifra de internautas en nuestro país hasta los 27 millones.**



*El Mundo Groundswell*  
Charlene Li y Josh Bernoff  
Ediciones Urano

Cómo empoderar tu compañía aprovechando los movimientos sociales espontáneos de la Red es el *leitmotiv* de este ensayo, abundante en ejemplos prácticos, ideas para llevar a buen término el cambio cultural en las empresas y estrategias que garanticen la canalización de las ideas a través de un *software* participativo.

Para los desorientados, el término *groundswell* es definido por los autores de este ensayo como «un fenómeno social que consiste en que las personas utilicen las tecnologías para intercambiarse lo que necesitan,

sin recurrir a entidades tradicionales como las empresas». Uno de los ejemplos más populares, previo a la eclosión de las redes sociales, es eBay —un espacio virtual donde, en vez de comprar a las tiendas, lo que haces es comprarle directamente a las personas—. Después llegaron Facebook, LinkedIn y Twitter, entre otras muchas, y han llegado para quedarse. Porque, tal y como subrayan en este ensayo, el fenómeno del intercambio, donde confluyen personas, tecnología y economía, es ya irreversible. Aquello que Tim O'Reilly bautizó como «Web 2.0» es a día de hoy una realidad. Lo que proponen Charlene Li y Josh Bernoff en estas páginas son estrategias, acompañadas de casos específicos, para mostrar los beneficios de una verdadera escucha activa, tanto dentro como fuera de tu organización. Baratas y fáciles de crear, las tecnologías *groundswell* son el presente; su consumo cotidiano, una realidad.