

“El país cuyos ciudadanos no accedan a la Red tendrá, sencillamente, ciudadanos de un nivel cultural inferior”

Enrique Dans, Director del Área de Sistemas y Tecnologías de Información del Instituto de Empresa

1. Respecto a otros mercados, ¿en qué lugar está España en el uso de las nuevas tecnologías?

El tema está lleno de mitos y leyendas. Por un lado, es indudable que las cuotas de difusión del uso de tecnologías son menores que en el resto de países de nuestro entorno. Por otro, el ascenso de la banda ancha está ocurriendo con una tasa de crecimiento muy superior, lo que indica que los españoles se están incorporando a Internet en una fase posterior a la del módem y la conexión lenta. Este fenómeno se conoce como la “doble brecha digital”, la diferencia ya no se sitúa entre los que tienen acceso a Internet y los que no lo tienen, “conectados” versus “desconectados”, sino entre tres grupos: los “sin acceso”, los “conectados con banda estrecha”, y los “conectados con banda ancha”. En España, la situación empieza a pintar bien cuando se percibe un incremento de la oferta de contenidos en banda ancha que hace que el porcentaje de incorporación de hogares a la Red mediante ADSL, cable o tecnologías del tipo PowerLine (Internet a través de la red de transmisión de electricidad) crezca con más velocidad que en otros países.

Otro mito viene de considerar a España un país en el que, por criterios difusos relacionados con la sociabilidad latina y la benignidad del clima, la penetración de Internet no debería ser demasiado alta. Razonamientos primarios del tipo “en España nos gusta bajar a la calle, hablar con el dependiente de la tienda y aprovechar que hace sol para tomarnos un pincho en el bar” no reflejan sino una clarísima cortedad de miras sobre la potencial utilidad de la Red y lo que representa para los usuarios. Lejos de ser una “herramienta para hacer compras”, Internet es una de las decisiones más importantes que unos padres tienen que tomar en relación a sus hijos: privarlos del nivel de acceso a la información que supone la banda ancha en edad temprana puede convertirlos en unos analfabetos funcionales en un futuro muy cercano.

El último mito se refiere a la seguridad, y ahí los que han jugado un papel claramente negativo han sido los medios de comunicación y la tendencia al



amarillismo. Se ha llevado al español medio a la falsa idea de que Internet es una cueva de ladrones, cuando, en realidad, no se ha conseguido demostrar un índice de fraude superior en la Red al existente fuera de ella. El español medio sigue mirando la Red con papanatismo, con temor reverencial, como si meter su número de tarjeta de crédito ahí fuese de verdad una barbaridad, cuando en realidad está más protegido que en muchísimas otras ocasiones. Mientras no se eduque al consumidor en este tipo de temas, seguiremos privando a un número importante de ciudadanos de un medio tan impresionante en potencialidad como la Red.

2. ¿Qué sector ha avanzado más en la implantación; el público o el privado?

El sector público está jugando un importante papel a la hora de transmitir credibilidad, y un efecto de arrastre al llevar a la Red la posibilidad de que el ciudadano se relacione con determinados estamentos de la Administración, aunque el protagonismo haya sido para la parte recaudatoria. Sin embargo, el avance más fuerte ha venido, y así debe ser, del sector privado. Lo contrario sería típico de economías planificadas y países en los que la Administración jugase un papel regulador excesivo. Por una mera cuestión de diversidad, es lógico que el sector privado protagonice este tipo de

cambios. En España, sin embargo, hemos pecado de prudentes, y se ha establecido un cierto círculo vicioso: las personas no entran en la Red porque no había una oferta de contenidos suficientemente tentadora, y las empresas no desarrollaban dicha oferta de contenidos porque no había una base de clientes suficientemente tentadora. Nos hemos pasado de prudencia. Los españoles de hoy nunca habrían descubierto América.

3. ¿Cuáles deben ser los principales motivos para la inversión en nuevas tecnologías por parte de las AAPP y por parte de las empresas privadas?

La constatación de que una persona con mayor acceso a la información es una persona más formada, más competente, con más posibilidades de expandir su universo de conocimientos, aptitudes y actitudes. Hay que ver la Red como una fuente inmensa de conocimientos, como un conjunto de herramientas para ser más productivo, como un incremento del poder en manos de las personas. Internet representa el sueño de los enciclopedistas clásicos: toda la información disponible para todo el mundo, en todo momento. La empresa que no quiera que sus trabajadores accedan a este conocimiento y herramientas tendrá, simplemente, trabajadores menos cualificados. El país cuyos ciudadanos no accedan a la Red tendrá, sencillamente, ciudadanos de un nivel cultural inferior. Con todo lo que ello tiene de negativo.

5. ¿Cómo se puede vencer tecnológicamente esta resistencia por parte de las empresas y administraciones y por parte de los ciudadanos y consumidores?

Las vías fundamentales son las de la educación y la subvención. La subvención es un camino dudoso, que no desarrolla las competencias reales, sino sólo maquilla los resultados. La verdadera difusión tecnológica se da con un entorno regulatorio suficientemente abierto y flexible que posibilite la utilización de las tecnologías en toda su magnitud. Una empresa puede promover que sus trabajadores utilicen la Red de muchas maneras, pero la más clara es permitiendo, por ejemplo, que muchas tareas que no requieren presencia física se desarrollen desde casa. Con estos temas hay que tener cuidado, porque de la misma manera se puede llegar a promover un desplazamiento peligroso de la frontera entre vida profesional y vida personal. Una cosa es facilitar herramientas, y otra exigir su uso. En el caso de la Administración, lo mejor que se puede hacer es dar ejemplo, mediante implantaciones que claramente promuevan un uso por el ciudadano, y devuelvan al ciudadano un valor correspondiente a parte del ahorro de costes en el que se puede incurrir. Iniciativas del Ministerio de Hacienda, por ejemplo, o la Administración Oberta de Catalunya, que hacen ver al ciudadano que es normal, conveniente y seguro relacionarse con la Administración en un entorno tecnológico, resultan enormemente beneficiosas. Alguien que entra en la Red para obtener información sobre sus impuestos, sus trámites y otros datos sensibles no vuelve a caer en el mito de la inseguridad en Internet.

n http://profesores.ie.edu/enrique_dans/
n <http://www.enriquedans.com/>

staff

Director General Constantino Fernández
Coordinador Editorial Manuel Gómez-Reino
Diseño y Redacción C&I Comunicación y RRPP

A CORUÑA /
Contacto: Antolin Pardo
email: antolin.pardo@altia.es
Av. del Pasaje, 32. CP 15006
Tel.: 981 138 847

VITORIA - GASTEIZ /
Contacto: Jesús María Deza
email: jesus.deza@altia.es
c/ Portal de Gamarra, 1. CP 01013
Tel.: 945 121 939

VIGO /
Contacto: Adolfo Román
email: adolfo.roman@altia.es
c/ Pontevedra, 4. CP 36201
Tel.: 986 446 191

BILBAO /
Contacto: Jesús María Deza
email: jesus.deza@altia.es
c/ Larrauri, 1-A. CP 48160 Derio
Tel.: 944 541 358

SANTIAGO DE COMPOSTELA /
Contacto: Manuel Ruiz de Cortázar
email: manuel.ruiz@altia.es
C/ Monte dos Postes, 47. CP 15703
Tel.: 981 569 773

MADRID /
Contacto: José Ángel Fernández
email: joseangel.fernandez@altia.es
c/ Orense, 85. CP 28020 Madrid
Tel.: 915 678 483