

# ECONOMIA EXTERIOR



Primavera 2013. Núm. 64

## Carta a los lectores

5

### La transformación digital de las empresas

7

*Genís Roca*

El cambio digital es ineludible, pero aún nos falta entender su tempo. El incesante ritmo de las novedades tecnológicas hace creer que evolucionamos rápidamente pero la verdadera naturaleza de los cambios depende de la adaptación social y esto es algo más sereno de lo que parece.

### Colombia avanza en la inclusión digital y tecnológica

15

*Diego Molano Vega*

Buscamos llegar a los más pobres y a los más alejados, para esto estamos desplegando el Proyecto Nacional de Fibra Óptica, una gran autopista que permitirá llevar Internet de alta velocidad al 96 por cien del país. Hoy forman parte de esta red alrededor de 551 municipios.

### Gobernanza de Internet tras el fracaso de Dubái

25

*Jorge Pérez Martínez*

Las consecuencias de que la mayoría de los países desarrollados no firmen el tratado son aún impredecibles. A partir de ahora podrían desarrollarse dos modelos de gestión y gobernanza de la red. Habrá que esperar a ver qué decisiones adoptan los países que sí han firmado. Es posible que la propia industria ayude a evitar divergencias.

### Claves de la nueva cultura digital

33

*José de la Peña Aznar*

El poder de las redes lleva a una reducción natural de las jerarquías. Las relaciones tanto en la empresa como en el ámbito privado se darán en un entorno de más igualdad y mutuo respeto. Hoy un bloguero puede tener tanta fuerza como un medio de comunicación centenario.

**Ser competitivo en la era digital** 45

*Rafael Martínez*

El modelo de negocio basado en publicidad tiene limitaciones, los reguladores comienzan a entender el impacto de las nuevas prácticas, lo local recobra importancia y pronto será clara la diferencia entre las empresas que se modernizan y las que no. Empezamos a entender el cambio.

**Palabras del futuro** 55

*Juan Luis Manfredi*

Las ideas sobre las que hemos construido el siglo XX se desvanecen. Las tecnologías de la información han transformado el ecosistema, y las organizaciones, diseñadas y pensadas para el entorno industrial, no saben, no pueden o no quieren afrontar el cambio.

**Periodismo cuestionado** 63

*David Felipe Arranz*

A diferencia de los diarios digitales el periódico en papel continúa manteniendo el prestigio de los reportajes de fondo; el medio *online* gana en inmediatez, pero para un lector que busca estar bien informado, la cabecera impresa seguirá ofreciendo la mejor explicación de la actualidad.

**La comunicación del siglo XXI** 73

*Hugo Alborno*

No atravesamos una crisis de la comunicación, sino el desajuste, cada día más evidente, entre el modo en que los usuarios configuran sus vidas y el modo en que las empresas intentan comunicarse con ellos. Aceptar el cambio es urgente, todo ocurre muy deprisa en Internet.

**Las nuevas revoluciones conectadas** 81

*Yolanda Quintana*

Las multitudes conectadas llevan tiempo arrebatando a las élites los mecanismos para la construcción de la realidad y han erosionado la legitimidad de los poderes políticos y económicos. Aun así, cunden la incertidumbre y la desconfianza sobre su capacidad para cambiar las cosas.

**Bienvenido a la sociedad aumentada** 91

*Dolors Reig*

Somos poca cosa cuando estamos aislados, muy fuertes si estamos conectados. La conexión permanente y ubicua en comunidades cada vez más amplias, la vivencia en unas plazas del pueblo renovadas y cada vez más presentes en la vida social, cultural y política, nos hará más libres.

**Los macrodatos del futuro ('Big Data')** 99

*Mario Tascón*

Los datos de origen humano, como los obtenidos en las redes sociales, son los que más llaman la atención, pero el mayor incremento de datos procede de conjuntos generados por máquinas, como el seguimiento del comportamiento de los clientes o los análisis de mercados financieros.

**Intuición informada, intuición cuantificada** 105

*Diego Beas*

La operación de una campaña electoral se profesionaliza. El papel de asesores de imagen y comunicación es desplazado por el de científicos sociales, expertos en estadística y politólogos; los encuestadores, por informáticos con conocimientos de modelos estadísticos complejos.

## Estrategia global: EE UU, 113 Europa y países emergentes

*Olga Gil*

El reto para crecer en las industrias de la sociedad de la información, frente a proyectos hegemónicos que han resistido la prueba de varias décadas de éxitos, está marcado por las distintas capacidades reguladoras de los países y por las capacidades para impulsar o sofocar su desarrollo.

## El mercado de las 121 tecnologías de la accesibilidad

*Juan Luis Quincoces*

En España contamos con asociaciones fuertes y reivindicativas y con grandes compañías dedicadas al sector de la discapacidad, un ámbito donde empresa, tecnología y conocimiento trabajan de la mano. Somos pioneros en este sector y se nos está reconociendo internacionalmente.

## Cómo viajamos 127 del átomo al 'byte'

*Lluís Amiguet Molina*

La evolución adaptativa no está ya tanto en cómo seremos, sino en lo que haremos. Y lo que hacemos tiene cada vez más que ver con la vida virtual que con la real. En ella, la función vuelve a crear el órgano. La cultura nos ha llevado al grado cero de la evolución fisiológica.

## Libros 135

### **Redes de indignación y esperanza**

Manuel Castells

Barcelona: Alianza editorial, 2012.

### **Ciberactivismo**

Mario Tascón y Yolanda Quintana

Madrid: Catarata, 2012.

### **Socionomía**

Dolors Reig

Barcelona: Deusto, 2012.

### Editor

Darío Valcárcel

Jefa de redacción, María José Martínez Vial

Redacción y Maqueta, Julia García

### Consejo editorial

Luis Alcaide, Fernando Delage,

Enrique Fanjul, José Luis Gómez-Navarro, Luis Martí,

Luis Esteban G. Manrique, Áurea Moltó

©2013. Estudios de Política Exterior SA. Núñez de Balboa, 49 - 28001 Madrid

Tel.: 91 431 26 28 - Fax: 91 577 72 52

[www.politicaexterior.com](http://www.politicaexterior.com) - e-mail: [revista@politicaexterior.com](mailto:revista@politicaexterior.com)

Impreso en Clossas-Orcoyen, SL. Polígono Igarsa. Paracuellos del Jarama, Madrid.

ISSN: 1137-4772. Depósito legal: M-29129-1999

*ECONOMÍA EXTERIOR cuenta con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional (Aecid) para su distribución en América Latina. Esta revista recibió una ayuda a la edición del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en 2013.*

**ECONOMÍA EXTERIOR** publica cuatro números al año en primavera, verano, otoño e invierno. La empresa editora, **Estudios de Política Exterior**, es una sociedad anónima inscrita en el Registro Mercantil, tomo 9346, 8117, sección 3ª del Libro de Sociedades, folio 48, hoja 87031-2.

Los artículos publicados no reflejan los criterios de **ECONOMÍA EXTERIOR**, que se exponen en sus notas editoriales. La revista recoge distintos estudios y opiniones, fiel a su propósito de animar el debate periódico sobre los intereses exteriores de España y el análisis de cuestiones económicas.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos: [www.cedro.org](http://www.cedro.org)), si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Estudios de Política Exterior, a los efectos previstos en el artículo 32.1 párrafo segundo del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquiera de las páginas o partes de ellas de los artículos publicados en **ECONOMÍA EXTERIOR** sean utilizadas para la realización de resúmenes de prensa.

