

## *Capítulo 12*

# **ALGUNOS APUNTES SOBRE LA ECONOMÍA DE LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA.**

**Rausell Köster, Pau  
Carrasco Arroyo, Salvador**

### **1. INTRODUCCIÓN. ¿LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN?.**

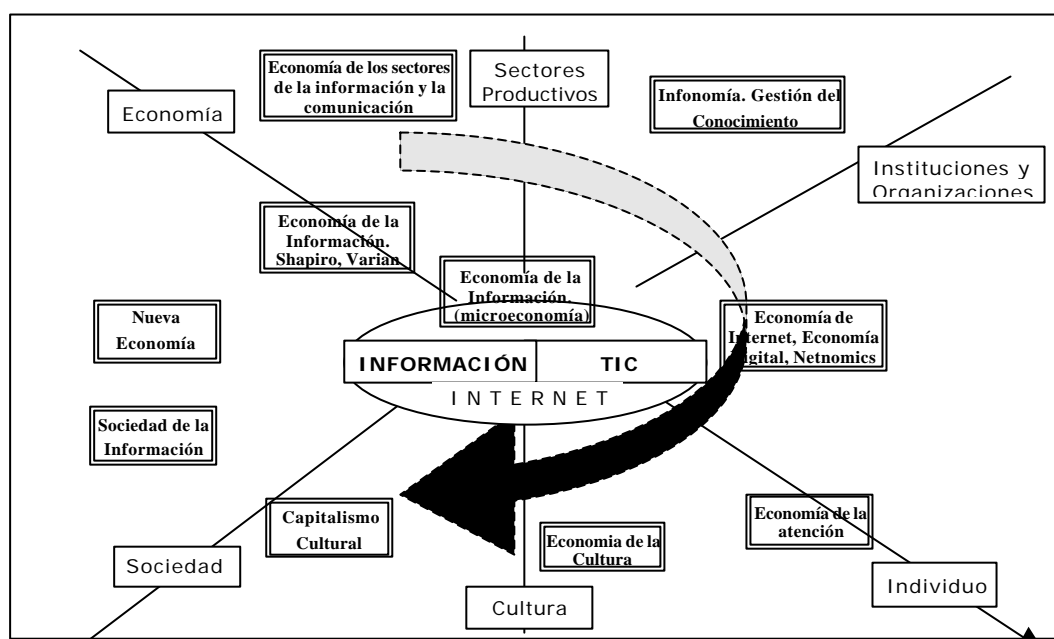
El Siglo XXI ha irrumpido en un entorno donde se cuestionan algunas cosas básicas en el ámbito de las Ciencias Sociales. En Economía pasamos de las esperanzadoras certezas de la Economía Keynesiana de la Posguerra, a las dudas de los años setenta y ochenta cuando la orientación neoclásica se convierte en el paradigma dominante. El fracaso global de la Economía como Ciencia aplicada para resolver en el ámbito planetario los eternos problemas de asignación, redistribución y crecimiento de los recursos así como la aparición de un escenario inevitablemente globalizado nos transportan a un marco donde no sólo se cuestionan teóricamente los modelos de interpretación de la realidad, sino que se cuestionan también cuáles son los espacios de la realidad relevantes y susceptibles de análisis. Es en este contexto dónde deben encuadrarse los intentos de la Ciencia Económica por analizar aspectos de la realidad que van más allá de los espacios más tradicionales. Los economistas pasamos de observar y analizar la producción de coches, muebles y maquinaria ligera a interesarnos por la naturaleza de los servicios, la calidad de la educación o las capacidades y habilidades de negociación de los agentes económicos que intervienen en un espacio geográfico determinado. En esta búsqueda de nuevos temas importantes en el funcionamiento de la Economía, uno de los que mayor atención ha concitado es el relevante papel que juega la información. Así la aproximación de las Ciencias Sociales coincide en considerar que los procesos de adquisición y difusión de la información son factores directamente explicativos del desarrollo social y del crecimiento económico y de la configuración de las relaciones entre individuos, organizaciones e instituciones. Otro elemento muy novedoso es que esa información puede ser digitalizada y que transita a muy bajo coste en un espacio conformado por la red Internet y que a su vez queda inserta en un marco tecnológico determinado por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Toda esta nueva realidad, según algunos autores, conforma una revolución tecnológica, un nuevo paradigma productivo y unos nuevos usos sociales en nuevos marcos culturales en la que algunos han querido entrever una nueva era. Esta aproximación desde las Ciencias Sociales la compila perfectamente la aportación de la obra de Manuel Castells en su trilogía *La Era de la Información, Economía Sociedad y Cultura*.

## 2. ALGUNAS PRECISIONES TERMINOLÓGICAS

La aproximación conceptual resulta complicada desde el punto de vista disciplinar, ya que las transformaciones sobre aspectos comunicativos y culturales que se están dando se desarrollan en ámbitos muy diversos. Dado que estamos observando fenómenos muy recientes y en plena evolución, los análisis resultan muy circunstanciales y aún no se han decantado totalmente ni las propuestas metodológicas para el análisis ni en algunos casos, el nombre de los conceptos designados para describir fenómenos de la realidad.

**Cuadro 1. Una aproximación visual a la terminología de la Sociedad de la Información**



Fuente: Elaboración propia

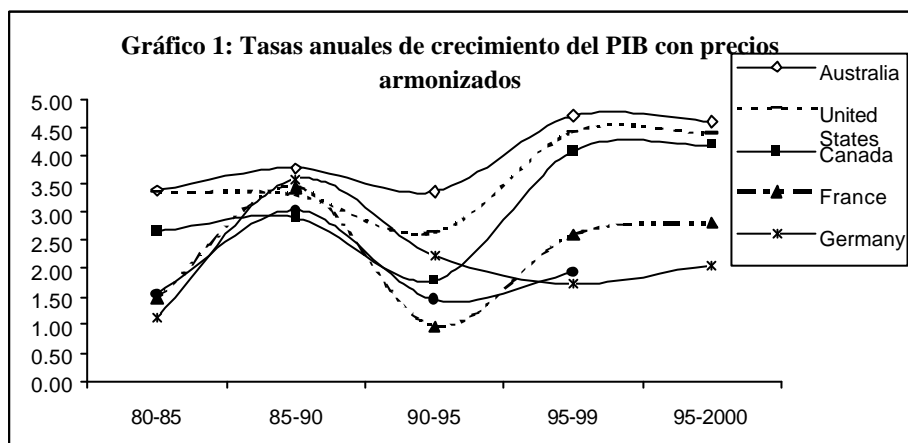
Tratando de desenmarañar esta profusión terminológica de reciente uso, hemos querido extraer aquellos términos que pensamos que son más relevantes para el análisis económico de la información, la comunicación y la cultura y los hemos ubicado en un esquema visual que describe la relaciones que van desde la Sociedad, a la Economía, los Sectores Productivos, las Organizaciones e Instituciones, y los Individuos, todo ello en el marco del entorno cultural y simbólico que define a dicha sociedad (véase Cuadro 1).

### 2.1 Nueva Economía.

**Nueva Economía** fue un concepto que se utilizó con intensidad, sobre todo en el ámbito mediático, en el segundo quinquenio de los años 90. A partir del año 2001 con la explosión de la burbuja especulativa sobre las empresas “punto com” y el comportamiento de los mercados financieros, parece demostrado que gran parte del proceso respondía sólo a procesos especulativos muy volátiles. Pero aún así es evidente que el término describe un conjunto difuso de elementos que tratan de recoger las características del nuevo entorno en el que se mueven los procesos productivos, o mejor dicho los procesos económicos generadores de valor añadido, sea éste estrictamente contable o incluso social. En general,

la Nueva Economía se refiere a sucesos que van desde la irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación hasta la intangibilidad de los bienes producidos. En el ámbito empresarial, la Nueva Economía que se asocia al fuerte ritmo de creación de empresas (start-up) en torno a ideas innovadoras de productos o de servicios, elevada valoración de las empresas por los mercados financieros y tasas sostenidas de crecimiento de ventas. Otras perspectivas sobre el concepto, hacen una aproximación a la Nueva Economía casi en términos sectoriales (la actividad de las firmas especializadas en las nuevas tecnologías de la comunicación, la información y de la biotecnología),

Desde una visión macroeconómica Nueva Economía se asocia a un fenómeno que implicó incrementos continuados de la **productividad** en las sociedades occidentales (especialmente en la economías de USA, Australia y Canadá), generando crecimientos del PIB a tasas que superan las de los años sesenta y una reducción considerable de las **tasas de desempleo** así como una importante **reestructuración de los mercados de trabajo**. Este importante crecimiento de la productividad estaba ligado al papel que las TIC jugaron en este proceso. En la economía norteamericana esto fue posible por 1) el fuerte incremento de la inversión empresarial en actividades ligadas a la tecnología de la información, 2) los efectos que la propia tecnología de la información tenía sobre la reestructuración de las empresas, 3) el elevado grado de liberalización del mercado de trabajo y 4) la existencia de un potente mercado financiero de capital riesgo.



**Fuente:** Alessandra Colecchia y Paul Schreyer "ICT Investment and Economic Growth in the 1990s: Is the United States a Unique Case? A Comparative Study of Nine OECD Countries". STI Working Paper 2001/. 7  
[http://www.oilis.oecd.org/oilis/2001doc.nsf/c5ce8ffa41835d64c125685d005300b0/84611c6b019cc213c1256af000457f8e/\\$FILE/JT00115329.PDF](http://www.oilis.oecd.org/oilis/2001doc.nsf/c5ce8ffa41835d64c125685d005300b0/84611c6b019cc213c1256af000457f8e/$FILE/JT00115329.PDF)

Por el contrario, la irrupción de la Nueva Economía, como fenómeno macroeconómico, en Europa resultaba menos visible y también tiene su perspectiva crítica que se basa principalmente en el **carácter regresivo** en la generación de las "nuevas rentas" y en la **dualización polarizada de los mercados de trabajo**. También en términos de desarrollo mundial, existen dos aproximaciones extremas que discurren entre la utopía tecnológica y de la ultraprospereidad y los discursos milenaristas de polarización extrema entre infopobres e infopobres y la profundización de las aristas más abyectas del modelo capitalista mundial.

## 2.2 Economía de la Información. -microeconomía-

Desde la microeconomía se refieren a la Economía de la Información aquellas aportaciones desarrolladas entre otros por autores como Joseph A. Stiglitz, Akerloff y otros. Ahora se

**Recuadro 1**

Stiglitz ha sido pionero en la moderna economía de la información, desarrollando conceptos tales como "selección adversa", "riesgo moral" y "asimetrías en la información" que actualmente son centrales en el neo-institucionalismo. Obtuvo el Premio Nobel de Economía del año 2001, junto a George A. Akerlof y A. Michael Spence "por sus análisis de los mercados con información asimétrica". Su libro "Globalización y sus descontentos" ha sido traducido a 20 idiomas y ha resultado ser un best seller internacional.

De <http://www.eumed.net/coursecon/economistas/Stiglitz.htm>

acepta plenamente que en economía la información es imperfecta, que obtener información es un proceso costoso –por ejemplo buscar el mejor precio- y que la existencia de asimetrías en la información es utilizada por individuos y empresas en sus actuaciones en el mercado. Este reconocimiento afecta notablemente a algunas caracterizaciones básicas de fenómenos económicos y sociales que serían incomprensibles de otra manera.

**2.3. Economía de la Información.**

Se puede entender como el análisis de un determinado "bien" denominado información y que se comporta de una determinada manera. Es la aproximación que utilizan autores como

**Recuadro 2.**

Un bien es un *bien de experiencia* si los consumidores tienen que pasar por la experiencia de probarlo para poder evaluarlo. Prácticamente, cualquier producto nuevo es un bien de experiencia, y en marketing se han desarrollado estrategias tales como la entrega de muestras gratuitas, los precios de promoción y los testimoniales para dar a conocer nuevos productos a los consumidores.

Pero la información es un bien de experiencia *todas las veces* que es consumido. ¿Cómo podemos saber si la información contenida en EL PAÍS de hoy vale 1 Euro o hasta que no lo hayamos leído? La respuesta es que no podemos saberlo.

Adaptado de **Shapiro C, Varian H**,(2000): *El Dominio de la información : una guía estratégica para la economía en red*. Bosch editores

Shapiro o Varian. Estos autores consideran "información" a todo aquello que se puede digitalizar y sobre lo que existe demandas potenciales expresables en términos monetarios. En este sentido analizan cuestiones como la estructura de costes de la producción de información; la información cara de producir pero muy barata de reproducir; la apropiabilidad de los derechos de autor; la características de "bienes de experiencia" de los bienes informacionales; los efectos que tienen los entornos tecnológicos en la difusión de la información, etc.

**2.4 Economía de la Atención**

De la aproximación anterior se deriva otro concepto como la Economía de la atención, que parte del aforismo de Herbert Simon que expresa una de las grandes paradojas de la Sociedad de la Información: en un entorno de sobreabundancia de la información lo que resulta limitado y escaso es la atención. Lo que importa, lo que genera valor añadido es buscar, pagar y obtener atención. Y todos los individuos somos en cualquier momento oferentes de atención; cuando nos desplazamos por el metro para ir al trabajo o cuando nos sentamos tranquilamente a leer el periódico. Si verdaderamente en las sociedades occidentales hay algo escaso y por lo que vale la pena pagar para obtenerlo, es sin duda la atención.

## 2.5 Economía de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En este caso sí que se trata de una aproximación sectorial y estamos hablando de unas líneas de investigación que sí que tienen una trayectoria

que se remonta al análisis de la comunicación realizado por economistas. En general predomina una orientación de Economía Política, destacando el papel que juegan los medios de comunicación en la lógica del sistema capitalista. En España contamos con la notables contribuciones de Ramón Zallo, Enrique Bustamante (véase recuadro), Daniel Jones y otros. En general se trata de análisis que estudian la configuración y el funcionamiento de los sectores de la comunicación. Dentro de este marco cabe explicar también el interés de los economistas y otros científicos sociales por las políticas de comunicaciones, ya que se trata de sectores que por razones técnicas o estratégicas se encuentra altamente regulados, por tanto cabe hablar también de una orientación de análisis no sólo ligada a los sectores, sino también a las Políticas de Comunicación (o telecomunicación).

### Recuadro 3.

#### COMUNICACIÓN Y CULTURA EN LA ERA DIGITAL. INDUSTRIAS, MERCADOS Y DIVERSIDAD EN ESPAÑA

Varios autores. Coordinador: Enrique Bustamante Editorial Gedisa

Un equipo de investigadores, coordinado por Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid, ha empleado dos años en plasmar esta ambiciosa obra que no es, ni más ni menos, que una radiografía empírica de las industrias culturales en España, de sus mayores transformaciones durante las últimas décadas y de sus avances con vistas a la era digital. El estudio abarca todos los sectores de este segmento industrial: desde la edición de libros a la industria discográfica, pasando por el cine, la prensa escrita, la radio, la televisión y el mundo de los videojuegos. Y ello sin olvidar las recién inauguradas políticas culturales territoriales o las ya más tradicionales a nivel nacional. Los autores parten de unos objetivos para cada uno de estos subsectores, mostrando sus fortalezas y debilidades, así como sus amenazas y oportunidades, especialmente con la vista puesta en ese nuevo mundo, el digital, que obliga a todos a efectuar una transición que puede ser peligrosa dada la precariedad de las posiciones de partida.

EL PAÍS / NEGOCIOS (24/11/2002)

## 2.6 Economía Digital, Economía de internet o *Netnomics*

Restringiendo este mismo análisis al fenómeno estricto de Internet, podemos hablar de los términos anteriores que hacen referencia mucho más explícita a la cuestión del comercio electrónico y gran parte de sus esfuerzos en términos de investigación consisten en tratar de aproximarse a la métrica del suceso. En el caso del término de “economía digital” se extendió a partir de la obra de uno de los *gurús* de Internet, Don Tapscott, que publicó en 1996 la obra “*Digital Economy*”. En este marco, cuando se analizan aspectos muy relacionados con la configuración y la estructura de las páginas webs, se habla incluso de Webonomics. *Netnomics*, por el contrario es un término que proviene de una publicación cuyos objetivos son el análisis de los nuevos fenómenos económicos que tienen que ver con los precios de los servicios electrónicos, sistema de intercambio electrónico, el impacto del e-dinero, etc.

**Recuadro 4****¿Quién mide Internet?**

Instituciones como el Departamento de Comercio de Estados Unidos, la OCDE o el Fondo Monetario Internacional dedican cada vez más esfuerzos al estudio de la realidad de las TIC y su estructura económica. En el marco español, los esfuerzos de medida de la economía del conocimiento se siguen a través instituciones oficiales como la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, la Sociedad de Información del Ministerio de Ciencia y Tecnología, el Instituto Nacional de Estadística o el Observatorio Valenciano para la Sociedad de la Información, asentando las bases metodológicas para el diseño de nuevos indicadores y medidas para el nuevo contexto económico y empresarial. Por otra parte la Asociación Española de Empresas de las Tecnologías de la Información (SEDISI), o la Asociación de Empresas de Comercio Electrónico (AECE) o la Asociación de Usuarios de Internet (AUI) también han hecho un notable esfuerzo en los instrumentos de medida de esta economía basada en el conocimiento.

**2.7 Infonomía**

Con esta perspectiva ya nos vamos acercando al papel que el conocimiento juega en el funcionamiento de las instituciones, especialmente en el mundo de la empresa, aunque no únicamente. Un término, y por tanto otra aproximación disciplinar, que desde el idioma castellano está tomando fuerza es Infonomía, que resulta de una combinación etimológica entre Información y Economía.

**Recuadro 5.**

**Infonomía** es la gestión inteligente de la información. De la misma forma que la economía persigue la comprensión de cómo se pueden gestionar mejor los bienes (eco-nomía = administración de los bienes), la Infonomía pretende dar a individuos y organizaciones ideas y métodos para el mejor uso de la información (Infonomía = gestión de la información). La Infonomía es una disciplina en crecimiento. Quizás todavía nadie se llama a sí mismo "infonomista", pero hay miles, millones de personas que dedican muchas horas de su jornada justamente a eso, a explotar inteligentemente la información que pasa por sus manos (mejor: por sus cerebros). La Infonomía es una propuesta para avanzar en la comprensión de la organización como un organismo que se nutre de información y produce información.  
<http://www.infonomia.com/infonomia/infonomia.asp>

Su planteamiento inicial es ambicioso y multidisciplinar y los temas sobre los que pretende abarcar son entre otros: **La Economía del Conocimiento** (cómo se genera, distribuye y consume conocimiento y cómo éste se traslada a las actividades productivas), **la organización como sistema de información**, **las políticas de sistemas de información** (de infraestructuras, administrativas, legales, tecnológicas) y las políticas de información. El autor y gurú Alfons Cornella es uno de los creadores, utilizadores y difusores de dicha terminología.

**2.8 Gestión del Conocimiento o “Knowledge Management”.**

En el ámbito de la actuación de la empresa y otras organizaciones tiene entonces sentido el término “gestión del conocimiento” o “*knowledge management*”, que corresponde a la percepción de que la gestión de los elementos informacionales es ya más importante que la tradicional gestión de los elementos materiales; y es en este marco de aproximación donde hay que ubicar también todos los desarrollos relacionados con la “*e-learning*” y en general con todos los modelos de transmisión de conocimientos

## 2.9 La Sociedad de la Información

### Recuadro 6.

**CIBERPAIS. JUEVES 21 DE NOVIEMBRE DE 2002:** Ésta es una de las expresiones más famosas de la actualidad. Una búsqueda en Google descubre que está presente en 123 millares de páginas en español, 80.000 en francés y 144.000 en inglés. Pero ¿qué significa?

Se suele atribuir su origen al informe que el comisario europeo Bangemann remitió al Consejo de Europa en 1994, y se interpreta como la reacción europea a la autopista de la información (Information Superhighway) que propugnaba allá por 1992 el que luego sería el vicepresidente Al Gore.

El término norteamericano era una forma optimista de decir Internet (que entonces, e incluso ahora, distaba mucho de ser una autopista), y tenía un énfasis tecnológico y en infraestructuras. La expresión de Bangemann parecía apelar más bien al entramado social de las nuevas tecnologías. No faltó quien viera en esta apelación a la sociedad de la información una salida por la tangente de un país que, como Francia, tenía una gran base de usuarios en Minitel, pero pocos de Internet.

Como ocurre con otras expresiones muy repetidas, hoy en día "sociedad de la información" ha sufrido un gran desgaste, hasta el extremo que puede no querer decir absolutamente nada. Sociedad de la información hoy sería cualquier sociedad de un país desarrollado, que descansa en gran medida sobre tecnologías de la información, tanto en el ámbito privado como empresarial o público. La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, organizada por las Naciones Unidas para finales de 2003 en Ginebra, estudiará muchas cuestiones que van de la educación y nuevas tecnologías, al papel de los gobiernos, del sector privado, protección de datos, ética, acceso equitativo, y un amplio etcétera. Como se ve, la problemática de la sociedad de la información puede ser tan amplia como la misma sociedad...

## 2.10 Economía del Arte y la cultura.

Dentro del marco de la producción simbólica, un elemento importante lo constituye la producción cultural. Así desde mediados de los años sesenta se ha consolidado una subdisciplina dentro de la Economía que trata de aproximarse a los fenómenos de la creación, producción, distribución y consumo de los bienes y servicios culturales. Su origen como disciplina se debe a los trabajos seminales de los americanos W. J. Baumol y W. G. Bowen que a mediados de los años sesenta publicaron unos notables trabajos sobre la economía de los espectáculos en vivo. En el ámbito europeo cabe destacar a autores como el suizo Bruno S. Frey, los franceses Xavier Dupuis, y Françoise Benhamou, los alemanes W. Pommerehne, y Michael Hutter, el Italiano G. Mossetto, los británicos A. Peacock y R. Towse o los españoles Lluís. Bonet, Manuel Cuadrado, Victor Fernández o Pau Rausell entre otros

Desde el punto de vista de la consideración de la Ciencia Económica por la subdisciplina de la Economía de la Cultural, cabe decir que esta la reconoce desde mediados de los años 80, incorporando con la letra Z10 en la clasificación del *Journal of Economic Literature*. Su principal publicación en el ámbito internacional es el *Journal of Cultural Economics* y su organización académica la "Association for Cultural Economics International". La Economía del Arte y la Cultura tiene entre sus temas más importantes aspectos como la intervención pública en la promoción y difusión de la cultura, el impacto económico de la cultura, el precio de los bienes artísticos, el funcionamiento de instituciones de provisión cultural como los museos, los teatros, las óperas etc., las carreras profesionales de los

artistas, el comportamiento de las industrias culturales (música, audiovisual, edición de textos), la relación entre cultura y desarrollo, etc.

### **2.11 ¿El capitalismo cultural.?**

El capitalismo cultural es una expresión que utiliza el sociólogo americano Jeremy Rifkin en su obra la *Era del Acceso* y que trata de categorizar un nuevo estadio en el que *‘se ha ido gestando una nueva forma de capitalismo, que actualmente esta a punto de superar al capitalismo industrial. Tras siglos convirtiendo los recursos físicos en bienes en propiedad, tendemos cada vez mas a transformar los recursos culturales en experiencias personales y entretenimiento de pago. En la nueva era del capitalismo cultural, el acceso cobra importancia frente a la propiedad en la estructuración de la vida económica. Donde lo que genera las jerarquías de poder ya no es la propiedad de los bienes tangibles, sino el acceso a las redes. Entramos en una nueva era gobernada por la omnipresencia de las tecnologías de la comunicación digital y del comercio cultural. De hecho, la unión de ambas constituye un nuevo paradigma económico, muy poderoso. [...] la mercantilización de la comunicación digital va de la mano con la mercantilización de las múltiples relaciones que conforman la experiencia vivida por los individuos y la comunidad: esto es, la vida cultural.*

La importancia de esta aproximación radica en la conexión entre los conceptos relevantes de la Sociedad de la Información como son las redes, la información, la comunicación y la cultura y en cómo estas conexiones pueden configurar un nuevo paradigma de relaciones que transforma y cambia el modelo económico.

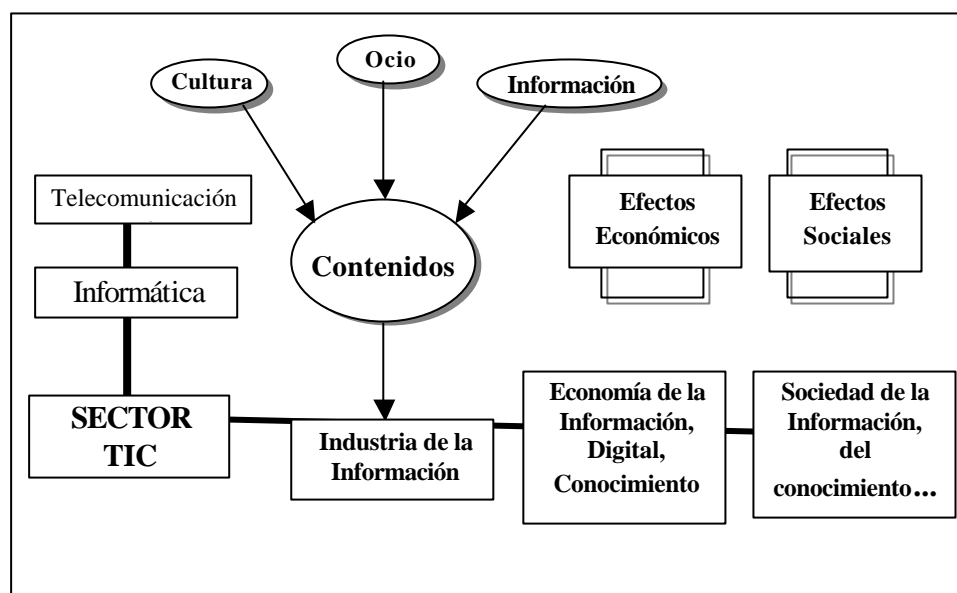
## **3. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA EN EL CONTEXTO EUROPEO**

### **3.1 Una aproximación sectorial**

Definir sectorialmente la Sociedad de la Información, resulta una tarea ciertamente complicada. Es evidente que los mecanismos tradicionales de contabilidad nacional no permiten aproximarse a la definición del conjunto de actividades y hechos que configuran la realidad de la Sociedad de la Información, y ni siquiera esta cuenta con una acotación única para su estudio. Simplificando se podría aportar las siguientes relaciones gráficas para tratar de aclarar el conjunto de contenidos de la SI española:



Cuadro 2: Elementos de la Sociedad de la Información

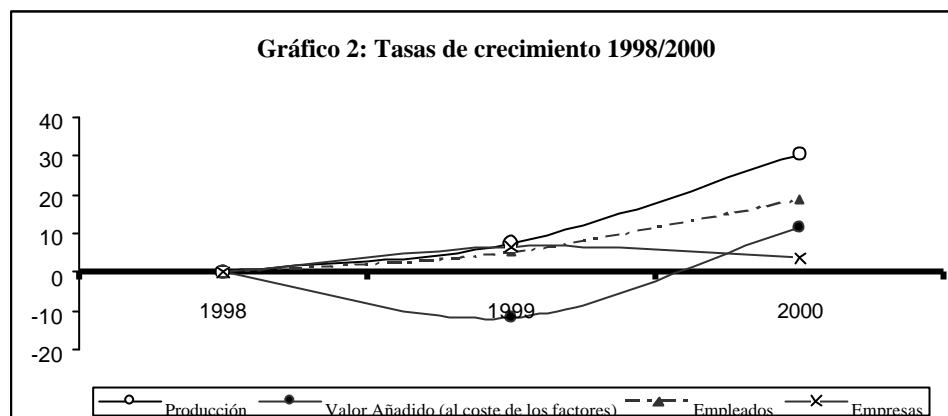


Fuente: Elaboración propia.

Desde el punto de vista sectorial se podría dibujar un marco que recoja todos los sectores implicados, tal como hace la ANIEL (Asociación Nacional de Industrias Electrónicas), en el que se pueden desglosar en primer lugar a) la Industria de producción de componentes y equipos electrónicos, b) las actividades ligadas a los servicios de telecomunicaciones y el conjunto de servicios ofrecidos a través de la TIC como la telefonía móvil o la televisión por cable, c) la industria de contenidos (música, audiovisual, textos) y los servicios y contenidos asociados a Internet como los portales o los servicios proveedores de acceso a Internet.

Para dimensionar la importancia del sector, podemos afirmar que en el año 2001 este hipersector constituía un mercado de casi 70.000 millones de Euros, de los cuales un 40 % correspondían al componente industrial y otro 40% se concentraba en los Servicios de Telecomunicaciones. Así la Industria de Contenidos y los servicios asociados a Internet sólo suponían el 3% del conjunto del Sector. La ocupación directa en el sector se cifraba en el año 2001 en 140.000 personas.

Respecto a la evolución del sector, podemos obtener alguna información a partir de los datos ofrecidos por la OCDE en su informe *“Midiendo la Economía de la información. 2002”* y muestran datos de fuerte crecimiento para la ocupación y la producción y en cambio datos mucho más confusos para el valor añadido y el número de empresas. Algunos datos incluso apuntan a un retroceso en los niveles de inversión en equipos y software entre 1990 y el año 2000



Fuente: Elaboración propia a partir de datos OCDE.

En general se puede decir que la situación de la SI no se corresponde con la dimensión y potencia económica española. Así en un ranking del World Forum sobre la situación de las TIC en cada uno de los países nos sitúa en la posición 25, por detrás de países como Estonia, Austria o Irlanda, aunque por delante de Portugal o Grecia.

País	Finlandia	USA	Suecia	Inglaterra	Dinamarca	Alemania	Francia	Japón	España
Posición	1	2	4	7	8	10	19	20	25

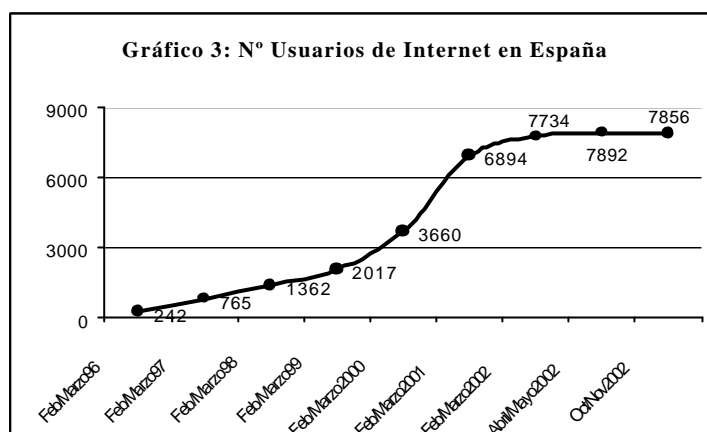
En otro ranking elaborado por *The Economist* -citado en el suplemento *Negocios de El País*. 20/04/2003- para los países de la UE y Suiza sobre la preparación para Internet nos ubica para el año 2002 en el puesto 14, sólo por delante de Grecia y Portugal, mientras que para el año 2003 empeora comparativamente al situarnos en el puesto 15, ya sólo por delante de Grecia

### 3.2 Usuarios, Infraestructuras y usos de la Sociedad de la Información en España y Europa.

Medir los efectos sociales y económicos de la SI puede resultar una tarea compleja. La metodología sobre la métrica y los indicadores sobre la Sociedad de la Información se está desarrollando y algunos de los indicadores se están imponiendo por su facilidad para permitir comparaciones internacionales.

#### *Usuarios de Internet y ordenadores.*

El Número de usuarios de Internet sigue aumentando en los últimos tiempos aunque se muestran algunos datos que muestran una notable y preocupante ralentización del crecimiento, e incluso cierto retroceso cuando aún nos encontramos a notable distancia del comportamiento del resto de países europeos.



**Fuente:** AIMAC(2003); *Navegantes en la red. Quinta encuesta Aimac a usuarios de Internet*

En términos de tasa de penetración, medida como el porcentaje de usuarios respecto a la población mayor de 14 años, el dato de finales del 2002 nos indica que nos encontramos en el 22,6%, mientras que Europa se sitúa por encima del 35% y Estados Unidos se aproxima al 60%. Desde la perspectiva regional podemos decir que el País Vasco y Cataluña lideran porcentaje de usuarios y Castilla la Mancha y Extremadura se sitúan en las últimas posiciones. Un dato positivo es que en los últimos 5 años las disparidades regionales se han reducido y hoy el País Vasco sólo está un 37% por encima de la media y Extremadura sólo un 33% por debajo. En 1997 esta diferencia alcanzaba más de 130 puntos. Respecto al uso de Internet, cabe decir que el factor diferencial de uso de los internautas españoles respecto al resto de Europa, es que éstos usan Internet para acceder a noticias, como elemento formativo y educativo y para participar en foros en mayor proporción que en el resto de Europa. Por el contrario comprar libros o entradas a espectáculos o usar servicios bancarios son servicios poco utilizados por los españoles

Otro indicador como la penetración de los ordenadores nos indica que no éste puede ser el dato que explica la modesta posición de usuarios de Internet. En España se alcanzaron los 16,82 ordenadores por cada 100 habitantes, por debajo de los más de 30 de media europea. La tasa de crecimiento en los últimos años está ligeramente por encima de la media europea, pero a estas tasas la convergencia se plantea a muy largo plazo.

### ***Otras Infraestructuras***

Con respecto al número de líneas telefónicas existentes, el promedio en nuestro país es de 42 por cada 100 habitantes, siguiendo de cerca a países como Italia (47 por cada 100 habitantes), o Francia (58 por cada 100 habitantes), y más alejado de los 70 por cada 100 habitantes de Estados Unidos.

En lo que se refiere a la penetración de la banda ancha sobre población total, España alcanza un discreto 0,4% frente al 0,9% de la UE, y el 3,2% de Estados Unidos. (Fuente OCDE, según datos de octubre de 2001). Aún así, a lo largo del último año se han producido avances muy importantes. En marzo de 2002 había 5,3 millones de hogares con acceso a redes de cable, y el número de usuarios de servicios ADSL era de 660.000 con más de 17 millones de líneas activadas. Por su parte, un 15% de los usuarios españoles

accede a Internet mediante sistemas de banda ancha, logrando la segunda mayor tasa de Europa tras Suecia.

Tomando como referencia el séptimo informe de la UE, observamos que la penetración en los hogares de la televisión digital en sus diferentes modalidades es del 22,5%, superando la media de la UE que se sitúa en el 18% y estando cada vez más cerca de las cifras de Estados Unidos, que alcanzan el 31%.

### ***Comercio electrónico***

Entre los servicios susceptibles de ser ofrecidos a través de Internet, el comercio electrónico es una de las áreas de negocio más amplias y con mayores perspectivas de crecimiento. Así, en Alemania se alcanzaron casi los 46.000 millones de Euros de facturación, seguido de Reino Unido con unos 35.000 millones. El resto de países ya presentan una facturación mucho más baja. España, que apenas alcanza los 5.000 millones de Euros ocupa el puesto 13 en la UE en cuanto al porcentaje de usuarios que han realizado alguna compra en Internet con el 20%, frente a un promedio del 37% en la UE. Comparando el volumen de comercio electrónico respecto al PIB los países líderes como Suecia, Dinamarca o Finlandia se sitúan entre el 3,5% y el 5%, mientras que España, junto con Portugal y Grecia apenas alcanza el 0,5%

### ***Administración electrónica***

La prestación de servicios públicos a través de la red, configurando lo que se denomina gobierno electrónico o el e-government, para conseguir una administración más abierta, participativa, responsable, eficaz y coherente a través del uso de la red. En el campo de la administración electrónica, el desarrollo, en España puede considerarse aceptable. Por ejemplo, el índice de implantación para un conjunto de 20 servicios básicos es en España del 51% frente a la media europea del 46,7%.

Empresas

### ***Trabajo y empresas***

Los datos del Informe "Las tecnologías de la SI en la empresa española 2001" (DMR/Sedisi) de marzo de 2002 revelan que de las 750.000 sociedades mercantiles existentes en España, un 85% cuenta con equipos informáticos, un 70% poseen conexión a Internet, y un 29% son empresas con web corporativa. Sin embargo, uno de los aspectos que menos desarrollo ha alcanzado, aunque se va potenciando poco a poco, es el del comercio electrónico de las empresas, ya que tan solo venden por Internet un 5%, mientras que compran por Internet un 16%. Estos datos contrastan con el porcentaje de 88,5% de usuarios que han declarado quedar satisfechos tras comprar a través de la Red (según datos de la AECE, Commercenet y el Eurobarómetro).

El teletrabajo, que se prometía como uno de los cambios productivos y sociales más llamativos de la Sociedad de la Información, se está implantado con bastante lentitud. En el año 2001, se habían registrado cerca de 10 millones de teletrabajadores en la UE. Según los datos de Eurobarómetro, en el año 2000 la implantación media del teletrabajo fue del 5,6 por ciento en los países de la Unión Europea; donde los países nórdicos, como Finlandia, Dinamarca y Holanda han presentado un mayor índice de implantación, que en el caso de

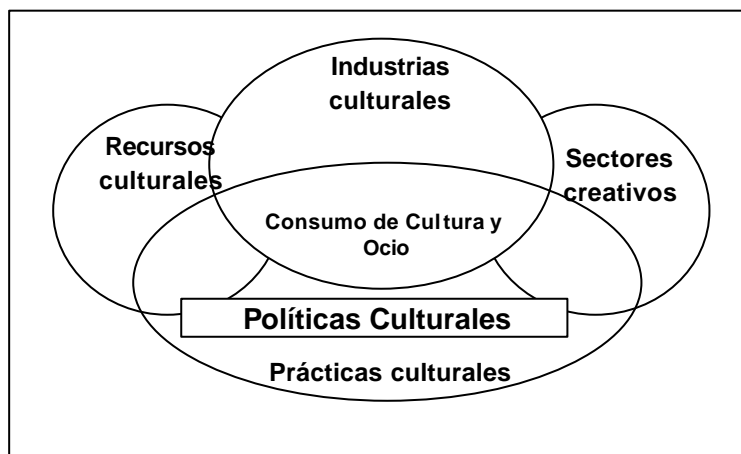
Dinamarca alcanza un 17 por ciento. En España esta cifra se sitúa en el 3,6, sólo por encima de Grecia, Italia, Portugal e Irlanda.

## 4. LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO

### 4.1 Definiciones

Ramón Zallo define a la industria de la cultura y la comunicación como el “conjunto de ramas segmentos y actividades productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social”. Si añadimos la palabra ocio el contenido del sector se vuelve más difuso y resulta más difícil delimitarlo con precisión. En el trabajo más amplio de descripción del sector realizado en España por García, Fernández y Zofio (2001), utilizan una definición que comprende en primer lugar las **actividades directas** que son a) susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual b) actividades productoras de ocio y entretenimiento (como los parques temáticos o los espectáculos deportivos), en segundo lugar, las **Actividades Indirectas** muy relacionadas con las anteriores (como laboratorios cinematográficos o las instalaciones deportivas) y en tercer lugar, las **Actividades de fabricación** de elementos indispensables como vehículos de transmisión de los bienes culturales y de ocio (p.e fabricación de instrumentos de música).

Cuadro 3: Los sectores culturales

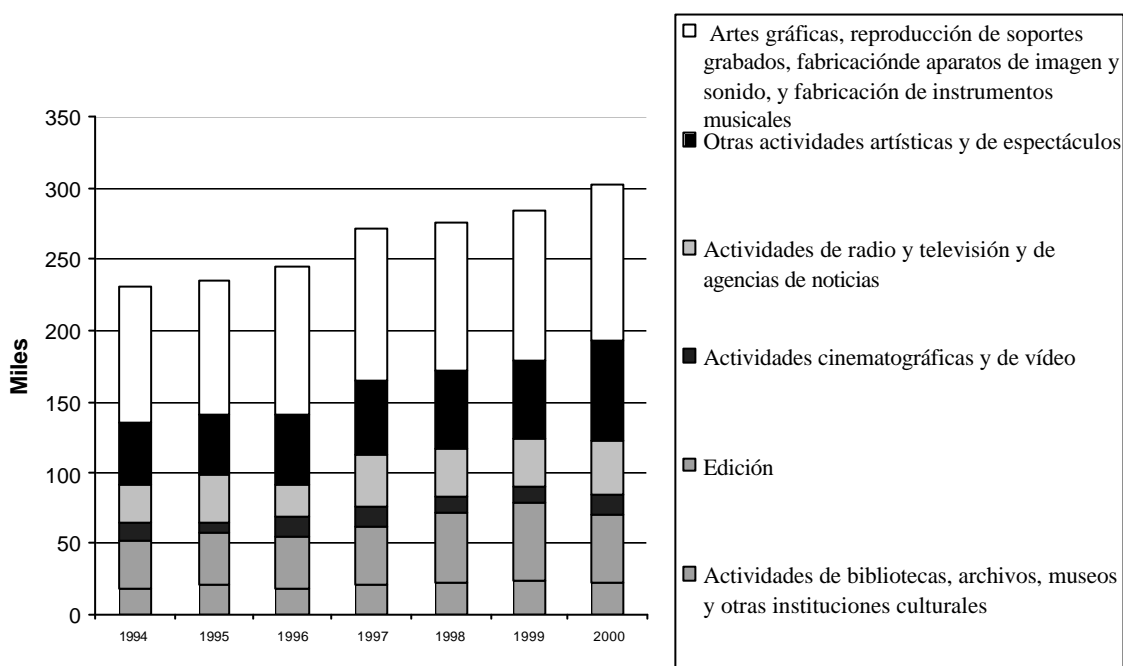


Fuente: Elaboración propia.

Desde una perspectiva menos instrumental y siguiendo las relaciones que nos ofrece el cuadro número 3 podemos distinguir en primer lugar al conjunto de actividades que implican trabajos creativos y que en parte satisfacen unas demandas de ocio y cultura. Estableciendo una nueva subdivisión, podríamos hablar de aquellos sectores que funcionan de una forma “industrialmente poco mediada” y aquellos insertos en estructuras de tipo industrial. En el primer caso las actividades paradigmáticas podrían ser principalmente de música, teatro, la artesanía, y otras artes plásticas. Y en este ámbito podríamos hablar de

dos marcos de actuación; a) la actividad amateur sólo parcial o marginalmente intervenida por la actuación pública y que se deriva de unas hábitos culturales que implican la participación activa en prácticas culturales ya sea individualmente (el pintor amateur) o a través de entidades asociativas (corales, Sociedades Musicales, entidades culturales), b) la actividad profesional dependiente de la intervención pública y articulada alrededor del sector público( desde la orquestas de titularidad pública a los museos de arte contemporáneo, pasando por festivales, muestras, ciclos organizadas por organismos públicos o semipúblicos como fundaciones, etc).

**Gráfico 4: Evolución de la ocupación en actividades culturales**



**Fuente:** Elaboración propia, a partir de MEC (2002): *Las cifras de la cultura en España*

Existe otro conjunto de actividades, que si bien quedan reguladas en sus trazos generales por el sector público, se puede considerar que la mayor parte de sus ingresos provienen del sector privado. Se trata de las industrias culturales de contenidos: la industria editorial y la prensa, el sector audiovisual y cinematográfico, la radio, la edición discográfica, la publicidad, los productos multimedia y los servicios “on-line”. Hay que decir que las industrias culturales de contenidos tienen por una parte inputs de los sectores creativos (actores, guionistas, creativos publicitarios, escritores, pintores, músicos, etc.) pero también contienen todo un conjunto de servicios que pueden considerarse al margen del ámbito creativo (técnicos de sonido, economistas, cámaras, correctores, redactores, abogados, etc.). De la misma forma existe un conjunto de actividades creativas que finalmente se dirigen a otro tipo de industrias no vinculadas con las actividades de ocio y consumo cultural (diseñadores industriales, escarpatistas, estilistas, rotulistas, diseñadores de moda, etc.).

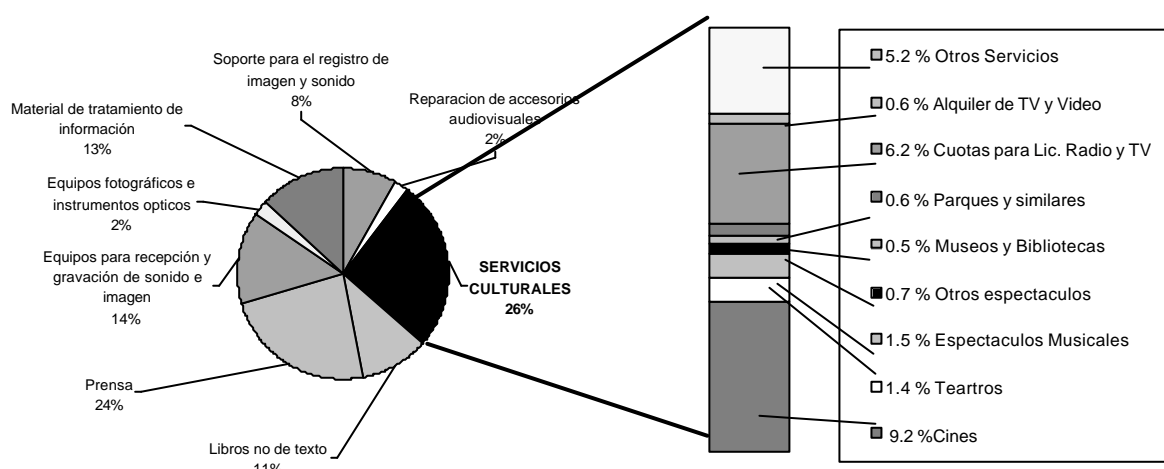
En el otro extremo tenemos toda una serie de recursos culturales, que en términos estáticos pueden considerarse variables stock (bienes patrimoniales, pero también recursos históricos, paisajísticos, etc...) y que son también inputs de la industria cultural o sujetos de las prácticas culturales y de ocio de los ciudadanos.

Frente a esta realidad se sitúa el consumo de ocio y cultural de los ciudadanos, que en parte se manifiesta como demanda de los sectores económicos anteriores (leer, ver la televisión, asistir a una representación teatral) y otra parte se dirige o a actividades de “no-mercado” que no implican intercambio económico (escribir poesía, canto amateur) o constituyen prácticas de cultura y ocio destinadas a otros sectores.

#### 4.2. Macromagnitudes, consumos y tendencias en España

En España, los estudios realizados hasta ahora muestran que la industria de la cultura y el ocio tenía una dimensión en 1997 que suponía un poco más del 4% PIB, por lo que dados las tasas de crecimiento de dicho sector, bastantes superiores a la media de la economía española, podemos aventurar que en estos momentos la participación se aproxime ya al 6% del PIB. Esta afirmación permite posicionar a la industria de la cultura y el ocio bastante por encima de algunos otros sectores tradicionales.

**Gráfico 5: Distribución porcentual del gasto de los hogares en bienes y servicios culturales. Año 1999**



**Fuente: MEC (2002): Las cifras de la cultura en España**

En términos de ocupación el sector de la cultura, según la definición del Ministerio de Cultura (más limitada) ocupaba a más de 300.000 empleados, lo que suponía el 2,1% de la población ocupada. De estos 300.000 ocupados unos 50.000 pueden considerarse ligados a actividades creativas (escritores, artistas de la creación y de la interpretación).

Respecto al comportamiento de la demanda cabe decir que en 1999 el gasto medio por hogar se situaba en los 450 Euros distribuidos de acuerdo con la información que aparece en el gráfico nº 5. El gasto en prensa junto con los servicios culturales consumen el 50% del gasto total de los hogares, mientras que dentro de los servicios culturales son precisamente el consumo de cine y televisión los que concentran la mayor parte del gasto.

De toda esta actividad de los sectores culturales cabe decir que casi un 60%, tanto en ocupación como en VAB se genera en las dos Comunidades de Cataluña y Madrid debido a las grandes metrópolis del Estado como son Barcelona y Madrid. En este sentido se puede afirmar que la producción cultural es un fenómeno muy ligado territorialmente al fenómeno de los grandes espacios metropolitanos.

## **5. LAS POLÍTICAS DE LA SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA.**

Gestionar desde el punto de vista de la intervención pública los aspectos relacionados con la comunicación y la cultura es una tarea completamente transversal. Es por ellos que en el presente punto vamos a limitarnos a apuntar algunos aspectos muy parciales sobre la a) política de regulación de las telecomunicaciones, b) los planes específicos de política orientada a la Sociedad de la Información y c) la política cultural

### **5.1. La política de telecomunicaciones en España.**

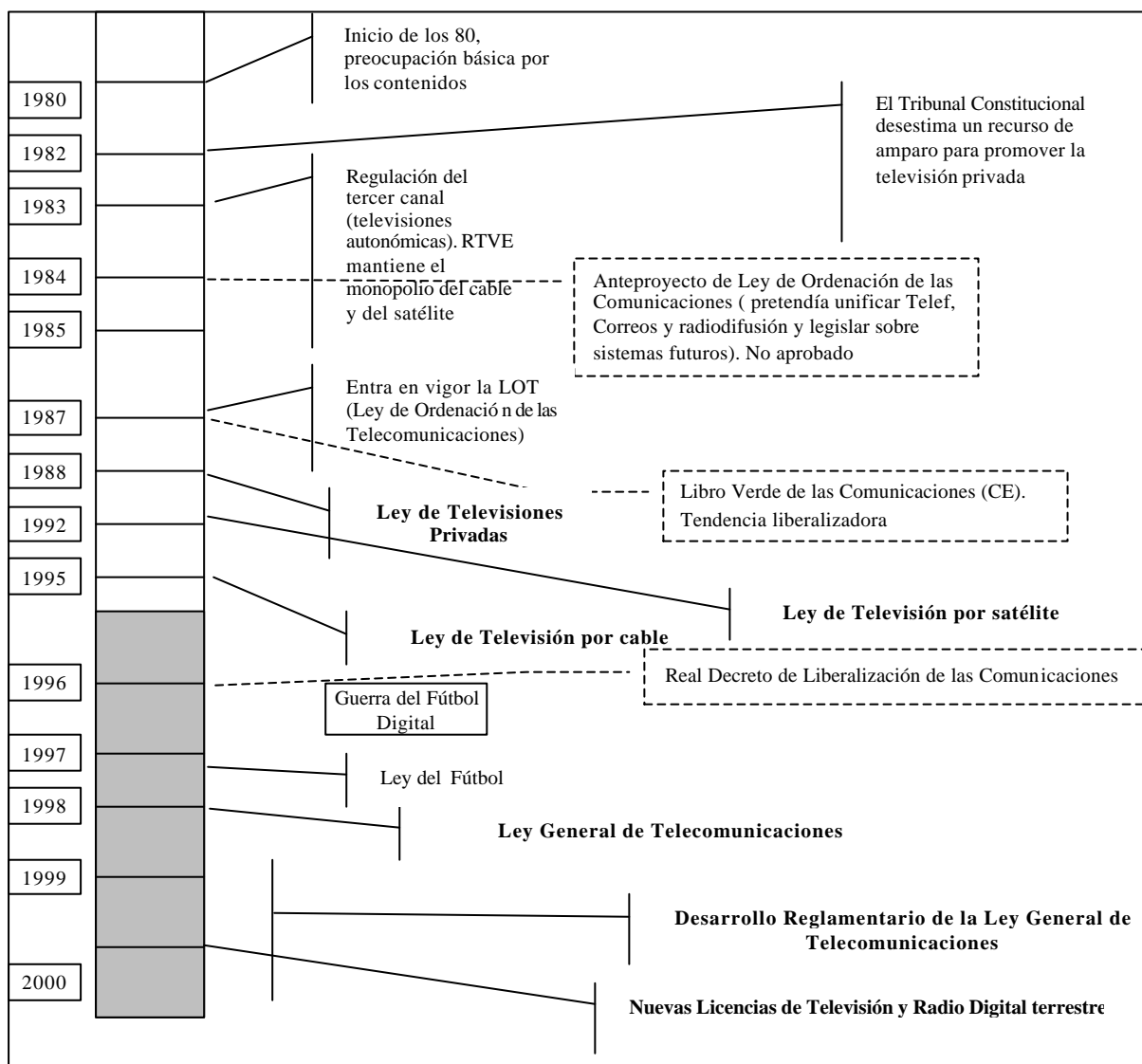
Las telecomunicaciones afectan a ámbitos diversos que van desde la promoción de las infraestructuras (redes de comunicación clásicas, redes de cable, redes de difusión de televisión y radio), al desarrollo y regulación de servicios asociados (Internet, telefonía, comunicaciones de datos, etc.) hasta la regulación de las aplicaciones como el sector audiovisual o el propio desarrollo de regulaciones específicas sobre aspectos de la Sociedad de la Información. Actualmente son competencia del Ministerio de Ciencia y Tecnología a través de la Dirección General de Telecomunicaciones de la Dirección General de la Sociedad de la Información. El desarrollo de este tipo de políticas en España ha venido condicionado por el marco europeo. Naturalmente este tipo de políticas no venían incorporadas en el tratado de Roma y prácticamente no se habla de ellas hasta el Acta Única de 1986. El objetivo inicial consistía en liberalizar los servicios finales prestados en la mayoría de los países en régimen de monopolio. En teoría la plena competencia en el sector de las telecomunicaciones en Europa funciona desde 1998. Hay que tener en cuenta que a principios de los años 80 partíamos de estructuras altamente monopolizadas por los Estados y por lo tanto se puede entender que han coincidido tres procesos simultáneos sobre el sector de las telecomunicaciones; la liberalización de los monopolios tradicionales, la armonización de las reglamentaciones europeas, y la normalización para la creación de un mercado único, todo ello combinado con un entorno tecnológicamente cambiante y con el desarrollo de nuevos usos y por tanto nuevos mercados de las telecomunicaciones

Actualmente a partir de una nueva serie de normativas y directrices comunitarias se presenta un nuevo proyecto de Ley General de las Telecomunicaciones que modifica y



armoniza la ley de 1998 y separa claramente el ámbito de las telecomunicaciones del de la regulación de los contenidos o los servicios.

**Cuadro 5: Principales hitos en el desarrollo de la política de regulación del sector audiovisual**



Fuente: Elaboración propia.

## 5.2 Las políticas de la Sociedad de la Información.

A pesar de que las políticas referidas especialmente a la Sociedad de la Información son de muy reciente factura y que prácticamente no existe perspectiva para evaluarlas, podemos afirmar que la primera incursión realizada por el gobierno central, a partir del plan INFO XXI, ha resultado parcialmente fallida y la mayoría de los analistas la consideran fracasada. Los objetivos del plan Info XXI presentado 2001, concebido en un momento de gran euforia tecnológica y ejecutado en momentos de cierta debilidad económica, eran reducir el retraso de España respecto a Europa en el empleo de las tecnologías de la información.

Un plan con tres pilares básicos: el uso de las nuevas tecnologías, sobre todo Internet, en las relaciones de los ciudadanos con la Administración, en la escuela y la sanidad. En octubre del año 2002 el Gobierno había gastado menos del 50% del presupuesto anual destinado a Info XXI. En el primer trimestre de 2003 se está considerando la reestructuración del Plan a partir del informe Soto.

#### Recuadro 8

**Cualquier Español podrá reservar su nombre como dominio en la Red.**

[...]la nueva normativa del Plan Nacional de Nombres de Dominio permitirá a partir de hoy a cualquier ciudadano inscribir su nombre y apellidos como identificadores en Internet bajo el sufijo .es.[...]La reserva de inscripción implica el pago de una tasa de 72,12 Euros.

*EL PAÍS, 28/04/2003*

En el ámbito de la regulación de Internet cabe destacar intervenciones como la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información, la Ley de Firma Electrónica y el Plan Nacional de Nombres de Dominio

La Ley de Firma Electrónica persigue incrementar la confianza de los usuarios en las comunicaciones telemáticas provocar una mayor dinamización en el comercio electrónico y la en la relación de los usuarios con la administración. La firma electrónica es un instrumento que ya está funcionando en la vida real. Por ejemplo, la Agencia Tributaria exige una firma

electrónica para poder realizar la declaración de la renta a través de Internet.

La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio electrónico (LSSI-CE) es la Ley que incorpora a la legislación española la Directiva Comunitaria 2000/31/CE sobre servicios de la Sociedad de la Información y comercio electrónico. El objetivo de esta ley es proporcionar una mayor seguridad jurídica y confianza a usuarios y prestadores de servicios, con el fin de promover la utilización de Internet y de otros servicios interactivos. El texto, que persigue impulsar el desarrollo del comercio electrónico y el pleno aprovechamiento por parte de los ciudadanos y empresas de las ventajas de la Sociedad de la Información, fue en el 2002 la primera Ley sobre Internet aprobada en España. Las críticas a dicha ley provienen del excesivo control administrativo de los contenidos de los servidores de las empresas que proveen servicios de acceso a Internet, y a un articulado excesivamente restrictivo sobre las empresas oferentes en Internet

### 5.3 La Política Cultural

La política cultural, entendida como tal se ejerce en España a partir del advenimiento del sistema democrático y se desarrolla especialmente desde el inicio de la década de los 80.

**Articulación de la política cultural en tres niveles.** La política cultural se articula en España a partir de los tres niveles de competencias públicas. Desde mediado de los años 80 se ha producido un verdadero proceso de descentralización política que ha afectado profundamente a la configuración de la política cultural. En este contexto cabe decir que, en buena lógica, son las corporaciones locales las que soportan el mayor nivel de gasto en cultura, en términos proporcionales (un 3,2% de su presupuesto total) aunque son los gobiernos autonómicos (con un 1,3 de su presupuesto total) los que orientan estratégicamente las políticas culturales actuando muchas veces como inductores de los gastos locales. Al gobierno central le quedan la promoción de la cultura española en el exterior (p.e el Instituto Cervantes), la gestión de algunas instituciones culturales

emblemáticas (como el museo del Prado, el Reina Sofia y el Teatro del Real) -ubicadas normalmente en Madrid- y las políticas de soporte a las industrias culturales.

### Gasto público en Cultura. 2000

Año 2000	Admon General del Estado	CCAA	Corporaciones Locales
Gasto Cultural Total, miles de Euros (presupuesto inicial)	715.974	945.437	607.858
Euros/hab	17,85	23,56	15,46
% Sobre presupuesto	0,33	1,28	3,2

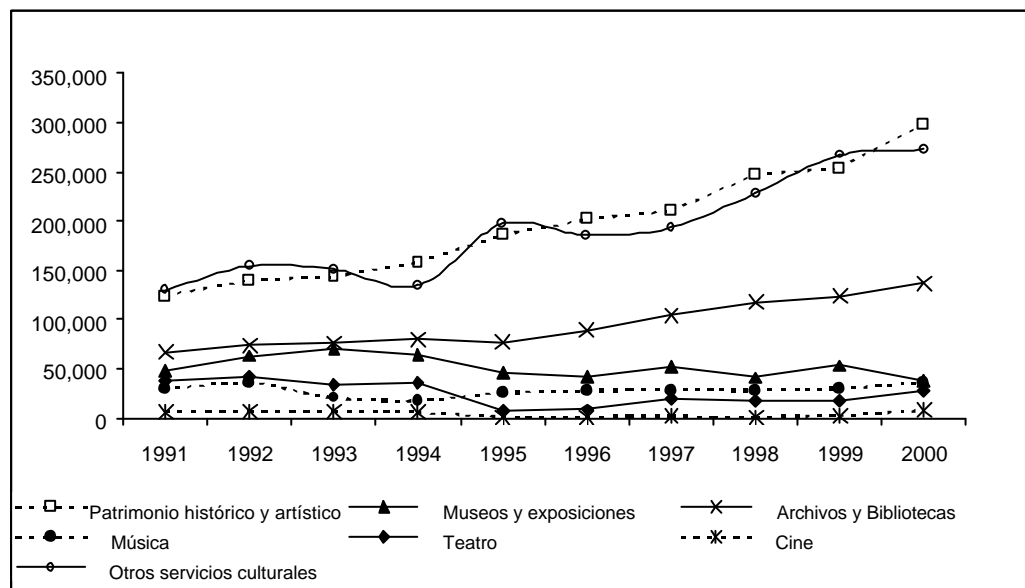
Fuente: Elaboración propia a partir de MECD (2002): *La cultura en cifras*.

### Fases de la política cultural.

Desde el punto de vista de la gestión de las CCAA, es posible distinguir fases bien diferenciadas que constituyen el proceso de maduración del modelo de política cultural.

- a) Hasta 1985. Esta fase significa la propia construcción del modelo de política cultural y la profunda transformación que implica su descentralización. En esta primera fase las intervenciones se centran sobre todo en la creación de los organismos de gestión y en el ámbito del Patrimonio.

Grafico 6: Evolución del Gasto Público en Cultura de las CCAA (miles Euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de MECD (2002): *La cultura en cifras*

- b) Desde 1985 hasta 1989 se pasa por una fase de elevado crecimiento económico, lo que podría suponer en principio una mayor alegría presupuestaria para las partidas en cultura. A medida que se consolidan los equipos humanos también se diseñan los

grandes proyectos de inversión en infraestructuras y equipamientos culturales, lo que provoca que una proporción importante de los recursos se dediquen a inversiones en equipamientos propios (Museos, Teatros, Auditorios) o Transferencias de Capital para equipamientos ajenos, especialmente municipales. Una vez concluidos los grandes gastos en inversiones se pasa a una fase donde los recursos se dirigen hacia las transferencias corrientes en el caso de equipamientos ajenos (modelo catalán) o en el capítulo 2 para la provisión propia de bienes y servicios culturales (modelo valenciano). Esta es la pauta que siguen, aún con ritmos temporales distintos las CCAA con mayores niveles de gasto en términos absolutos como Cataluña, Andalucía o la Comunidad Valenciana .

- c) La tercera fase corresponde al período 89-92, marcado en muchas Comunidades por el "síndrome del 92" que, aún en fase económica expansiva, dispara los gastos en equipamientos y programación cultural. Son los casos significativos de Andalucía con la Exposición Universal, Cataluña con los Juegos Olímpicos, Madrid con la capitalidad cultural, Galicia con el Xacobeo y la Comunidad Valenciana con "Música 92". Estas Comunidades son las que causan que el porcentaje del presupuesto en cultura en las CCAA se sitúe a un nivel medio del 2,54%.
- d) La siguiente fase, una vez deshinchado el "bluf" del 92, se da una percepción clara de la magnitud de la recesión, al mismo tiempo que se agota el primer impulso para las grandes inversiones en equipamientos y empiezan los ajustes presupuestarios que afectan especialmente a las partidas culturales. Estos ajustes se dan especialmente en las partidas destinadas a la promoción cultural. Por el contrario, tanto los Servicios Centrales como los Museos, Archivos, Bibliotecas y patrimonio, han generado ya unas infraestructuras estables que obligan a mantener los niveles de gasto.
- e) Finalmente con el control por parte de los gobiernos conservadores de varios gobiernos autonómicos y del Gobierno Central a partir de los años 1995-1996, la recuperación de cierto entorno expansivo han supuesto un mayor crecimiento de los gastos públicos en cultura pero centrados en el ámbito de las partidas de patrimonio, otros servicios culturales y en menor medida archivos y bibliotecas. Las partidas destinadas a la promoción del teatro, la música, los museos y las exposiciones muestran por el contrario una tendencia de mayor estancamiento.

### CONCEPTOS CLAVE.

- SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
- INTERNET
- TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC)
- NUEVA ECONOMÍA
- INDUSTRIAS CULTURALES
- DERECHOS DE AUTOR
- COMERCIO ELECTRÓNICO
- POLÍTICA CULTURAL
- PLAN INFOXXI
- LEY GENERAL DE TELECOMUNICACIONES.
- LEY DE SERVICIOS PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

### PROPUESTAS DE TRABAJO.

1. A partir de las perspectivas que dibuja la Sociedad de la Información, redacta un breve ensayo (1000-1500 palabras) donde trates de perfilar cual será la realidad cotidiana en el ámbito del consumo, el trabajo, la vida familiar, para el año 2030.
2. Del conjunto de tus compañeros de clase, realiza una encuesta donde se refleje el tiempo y el dinero que se dedica al consumo de servicios culturales de acuerdo con las definiciones que aparecen en el Gráfico 5. A partir de los datos obtenidos establecer un debate colectivo sobre el contenido y la naturaleza del consumo cultural.
3. Reflexiona y argumenta sobre las diferencias entre Nueva Economía y Vieja Economía a partir de los siguientes párrafos de un artículo de R.Velasco titulado : "El retorno del Ciclo". *EL PAIS* 1/03/2001."[...]Nada será ya como antes porque, nos aseguran, un milagro tecnológico ha eliminado la distancia y transformado el tiempo,[...] la economía podrá crecer siempre sin la odiosa compañía de la inflación. Los drásticos vaivenes de la coyuntura, que tanto amargaron la vida de muchas generaciones y aun la nuestra, no robarán ya el sueño de nuestros hijos, pues las tecnologías de la información e Internet son una fuente inagotable de prosperidad y la economía dejará por fin de ser esa 'ciencia lúgubre' que un día plomizo de invierno le pareciera a Carlyle. [...]Pero la noche de vino y rosas terminó al alba y, como de costumbre, con el recuento de las bajas producidas por el estallido de la gran burbuja. El restablecimiento de las leyes esenciales y del orden bursátiles se produjo en el segundo semestre de 2000, durante el cual se desinfló considerablemente el globo de las *puntocom* y la niebla de la sospecha empezó a caer sobre las *telecom*. Desaparecieron los 'sesudos análisis' que justificaban las actitudes más irracionales de la fiebre inversora y, poco a poco, se volvieron a imponer los elementos fundamentales y criterios de buen gobierno de las empresas y del conjunto de la economía.[...]"
4. Realiza una búsqueda en Internet, recogiendo todos aquellos recursos existentes que ofrezcan datos sobre evolución de indicadores de la Sociedad de la Información en España y realiza algún comentario sobre su evolución reciente

5. Haz un esquema que recoja todas aquellas instituciones públicas, del nivel de gobierno que sea, que tienen responsabilidades y competencias en las políticas de la Sociedad de la Información y describe cuáles son esas competencias.

### **ORIENTACIÓN BIBLIOGRÁFICA:**

Para una visión sociológica y completa de la Sociedad de la Información, resulta imprescindible consultar la obra de **M. Castells**, (1997): *La Era de la Información, Economía Sociedad y Cultura*. Alianza Editorial. El concepto de capitalismo cultural lo puede encontrar en Rifkin, J.,(2000):*La era del Acceso. La revolución de la Nueva Economía*. Ed. Paidós

Una de las referencia más sencillas y clarificadoras desde el punto de vista de la Economía puede ser la de Joaquín Estefanía en *La nueva economía. La globalización* (2001). Nuevas Ediciones de Bolsillo. Para una visión menos formal puede ser útil leer *Viajes a Econolandia : una guía para entender la vieja y la nueva economía* (2002) de Pulido San Román, en ediciones Pirámide. También resulta interesante para desmitificar la “revolución digital”, leer algunos capítulos de la obra de Roberto Velasco *La Economía Digital. Del Mito a la Realidad*. Edit Tusquets. 2003.

Una referencia completa que nos aproxima al concepto de economía de la información la podemos encontrar en **Joseph Stigliz** (2000): *The Contributions Of The Economics Of Information To Twentieth Century Economics. The Quarterly Journal of Economics*. 115(4). November.

La referencia fundamental en castellano la podéis consultar en **Shapiro C, Varian H**,(2000): *El Dominio de la información: una guía estratégica para la economía en red*. Bosch editores.

Para el desarrollo del concepto de Economía de la Cultura se puede consultar en castellano el libro de **Frey, B.(2000): Economía del Arte**. Edit La Caixa. Colección de Estudios Económicos. Barcelona. Desde una visión más española, se pueden consultar también los dos primeros capítulos de *Políticas y sectores Culturales en la Comunidad Valenciana* de **Pau Rausell**, Valencia, 1999. Una visión más cuantitativa del sector de la cultura y el ocio la podemos encontrar en García, Zofío y Fernández(2001): *la Dimensión regional de la industria de la cultura y el ocio en España: su aportación al PIB (1993-1997)*. Iberautor promociones culturales (SGAE).

La mejor manera de acceder a la realidad de la Sociedad de la Información en España es consultar los cada vez más numerosos informes que están disponibles en Internet de instituciones tan diversas como la OCDE, la Unión Europea, Telefónica, la Asociación de Usuarios de Internet, el propio ministerio de Ciencia y Tecnología o las agrupaciones empresariales de comercio electrónico, de empresas del sector de las telecomunicaciones, etc. Recomendamos consultar el sitio web de *documentos de interés* de [www.aniel.es](http://www.aniel.es) donde aparecen vínculos a la mayoría de los documentos relevantes.