

NOTA DE PRENSA

2/04/2019

Fundación Telefónica presenta su informe *La Sociedad Digital en España 2018*

LA SOCIEDAD DIGITAL EN ESPAÑA DEMANDA UN MARCO ÉTICO EN EL QUE LA TECNOLOGÍA ESTÉ AL SERVICIO DE LAS PERSONAS

- La llegada del 5G, la irrupción de la inteligencia artificial en el hogar, el debate sobre el uso y propiedad de los datos y la irrupción de las *fake news* suponen importantes cambios que dibujan un escenario a medio y largo plazo en el que la hiperconectividad está transformando nuestra vida.
- A la preocupación creciente por la seguridad se une la de la privacidad de los datos, uno de los temas de 2018: para el 82,9 % de la población española, la privacidad de sus datos en la red es muy importante.
- El nivel de penetración de fibra hasta el hogar es del 71%, cifra superior a la suma de los porcentajes de Reino Unido, Francia y Alemania juntos, y en el marco de la OCDE nuestro país únicamente es superado en hogares con fibra por Corea del Sur y Japón.
- En nuestro país hay ya una red de ciudades inteligentes que se extiende a 65 urbes, entre ellas Barcelona, que acaba de ser elegida, junto a Singapur y Londres, como una de las ciudades más inteligentes del mundo; además, el año pasado comenzaron a aparecer en las fábricas españolas los *cobots*.
- En 2018, el 96,8% de los jóvenes españoles entre 14 y 24 años –la llamada “Generation Mute”– usó el WhatsApp como canal preferente para comunicarse, y para el 95,1 % de los españoles la mensajería instantánea fue el modo de comunicación preferida.

Madrid, 2 de abril de 2019.- La sociedad digital en nuestro país demanda un marco ético en el que la tecnología esté al servicio de las personas, que deben estar al frente de una transformación que amplíe las posibilidades y proyección personal de los ciudadanos, según el informe *La Sociedad Digital en España 2018* que edita Fundación Telefónica. El avance de las tecnologías digitales está desarrollando nuevas fórmulas de comunicarse,

Para más información:

Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844827

david.arranzlago@telefonica.com

consumir, trabajar y disfrutar del ocio y el tiempo libre en España, según el informe. Esta realidad ha abierto nuevas oportunidades que suponen un cambio disruptivo en la manera en la que los españoles entendemos el mundo: estamos asistiendo, pues, a la evolución del usuario digital al ciudadano digital. Así, el informe hace hincapié en la necesidad de poner a las personas y sus derechos en el centro del debate.

La hiperconectividad: el oxígeno del mundo digital en España

Cada vez más facetas de nuestra vida están atravesadas por la tecnología y nuestro país se ha convertido en un verdadero exponente de esta realidad digital. En España hemos dado los primeros pasos hacia la nueva generación móvil 5G, una tecnología clave para la transformación digital de la economía y la sociedad. Ya somos líderes en el despliegue de redes de ultra banda ancha inteligente, dinámica y sostenible.

En 2018 el parque de líneas móviles siguió sumando clientes en España y cerró septiembre con la cifra récord de 53,4 millones, un 2,9 % más que el año pasado, que contaba 51,8 millones de líneas. Esto supone que la penetración es ya de 114 líneas por cada 100 habitantes, por encima de la media global, fijada en 104 por cada 100 habitantes. La cobertura de las redes 4G (LTE) alcanzó al 97,2 % de la población, cuando en 2014 era de solo un 47,8 %.

Además, España tiene un nivel de penetración de fibra óptica hasta el hogar del 71%, cifra superior a la suma de los porcentajes de Reino Unido, Francia y Alemania juntos. Y en el marco de la OCDE nuestro país únicamente es superado en hogares con fibra por Corea del Sur y Japón.

Hiperpersonalización de servicios, privacidad y protección de datos: una cuestión de confianza

En 2018, el análisis masivo de datos con algoritmos de inteligencia artificial permite ya dar respuesta al gran reto actual de la hiperpersonalización. Si se compara el dato con Europa Occidental (39 %), España se encuentra 18 puntos porcentuales por encima.

El factor más importante de la tecnología en relación con el ecosistema digital en relación con los españoles en 2018 fue la generación de confianza con el usuario: a la preocupación creciente por la seguridad se une la de la privacidad de los datos, uno de los temas de 2018 gracias a que se aplicó el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

Si descendemos al hecho concreto de la entrega de sus datos personales, el 82,9% de la población española considera que la privacidad de sus datos en la red es muy importante,

Para más información:

Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844827

david.arranzlago@telefonica.com

cifra que supone un descenso, frente al 87% de 2017. En concreto, más de la mitad de los consumidores españoles, el 57 %, se sienten cómodos en general con el empleo de sus datos personales para obtener experiencias hiperpersonalizadas en los servicios. Además, los usuarios españoles son reacios a ceder sus datos para recibir ofertas personalizadas de productos y servicios: solo un 1,5% de la población lo haría y un 4,2% cedería sus datos a cambio de dinero.

Inteligencia Artificial e Internet de las Cosas: llegan las ciudades inteligentes, los cobots y los asistentes de voz de la mano de la conectividad

La Inteligencia Artificial también llega a nuestro país de la mano de la hiperconectividad. España ya cuenta con una red de ciudades inteligentes que se extiende a 65 urbes, entre ellas Barcelona, que acaba de ser elegida, junto a Singapur y Londres, como una de las ciudades más inteligentes del mundo. La ciudad condal ha creado alrededor de 47.000 empleos mediante la implementación del Internet de las Cosas, se ha ahorrado 42,5 millones en agua y ha generado un extra de 36,5 millones cada año gracias a las soluciones de aparcamiento inteligente. Comenzaron además a aparecer en las fábricas españolas los *cobots*: robots que colaboran con los empleados, con los que comparten espacio y que mejoran las condiciones laborales de las personas, como el riesgo de sufrir lesiones por tener que hacer tareas repetitivas.

El año 2018 fue también el de los asistentes de voz para España: aunque han existido desde hace años, la llegada de Aura de Telefónica, Amazon Echo y Google Home, prometiendo una verdadera inteligencia artificial capaz de ayudar al usuario, ha revitalizado el mercado. Telefónica, de hecho, lanzó en otoño su asistente para el hogar, Movistar Home, dotado con Aura, la inteligencia artificial de Telefónica, y pensado para gestionar a través de la voz los contenidos de Movistar+, así como las comunicaciones y la conectividad del hogar de los clientes de la operadora.

Por otro lado, el informe señala que en España existen al menos 10.000 puestos de trabajo sin cubrir en el sector digital por falta de perfiles cualificados: ingenieros de software y programadores *full-stack*; especialistas en big data, *business intelligence* y tratamiento de datos; diseñador visual de interfaces (UI) o de experiencia de usuario (UX), ingenieros especializados en robótica y expertos en metodologías agile, etc.

Llega la "Generation Mute": la mensajería instantánea como preferencia

Según el informe, en España la gente cada vez habla menos por teléfono y utiliza cada vez más las aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Facebook Messenger o Telegram), que crece de forma imparable como primera forma de comunicación. De hecho, el uso diario de la mensajería instantánea casi duplica al de llamadas por móvil y

Para más información:

Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844827

david.arranzlago@telefonica.com

fijo, y un 60 % de la población envía mensajes instantáneos varias veces al día, mientras que un 24 % llama por móvil y solo un 12 % por el fijo.

Este uso es especialmente significativo en el caso de los jóvenes: de hecho, comienza a hablarse en el mundo anglosajón de la “Generation Mute”, caracterizada por su preferencia por la mensajería instantánea en lugar de la llamada telefónica tradicional y sus habilidades para trabajar y colaborar en temas virtuales. En 2018, el 96,8% de los jóvenes españoles entre 14 y 24 años utilizó el WhatsApp como canal preferente para comunicarse con familiares y amigos.

El uso diario de la mensajería instantánea casi duplica al de llamadas por móvil y fijo. Para el 95,1 % de la población española la mensajería instantánea es el canal preferido para comunicarse, por encima incluso de la comunicación en persona, que se reduce al 86,60 %.

Mundo audiovisual: la *smart tv*, las *fake news* y las *deep fake*

Tres hitos de 2018 reflejan el profundo cambio experimentado por la televisión en nuestro país: uno de cada tres hogares conectados a Internet contrata plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online; empieza a igualarse el tiempo que los españoles pasan delante de la pantalla de televisión y el que pasan ante otro dispositivo, ya sea móvil o tableta; y el incremento exponencial del uso de la televisión en formato “smart tv” para acceder a Internet. El primer trimestre de 2018 se cerró con 6,7 millones de abonados a la televisión de pago, según datos de la CNMC. La televisión IP (por Internet) se consolidó como la mayoritaria, con 4,1 millones de abonados.

Las noticias falsas o *fake news* siguieron siendo protagonistas en 2018. Las nuevas tecnologías han adquirido una capacidad de propagación y un impacto viral impensable hace unos años y que afecta a diversos ámbitos, incluido el desarrollo de las elecciones en países democráticos. El año pasado, varios analistas advirtieron del peligro de aplicar la inteligencia artificial para fabricar noticias falsas en formato audiovisual, lo que se bautizó como *deepfake* o mentiras profundas: una serie de algoritmos que se conocen como modelos generativos ya son capaces de generar expresiones y gestos faciales para simular intencionadamente discursos que no existen.

La consultora Gartner prevé que para 2022 la mayoría de los ciudadanos de países de economías maduras consumirá más información falsa que verdadera.

Para más información: sociedaddigital.fundaciontelefonica.com

Para más información:

Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844827

david.arranzlago@telefonica.com

ANEXO

Retos de la sociedad digital en España

España tiene la oportunidad de aprovechar las nuevas fuentes de crecimiento que representan las nuevas tecnologías digitales, en un contexto de dinamismo económico, inclusión social y confianza ciudadana. Estos son algunos de los retos que el informe identifica para el futuro inmediato.

- 1) **Dinamizar la economía digital:** transformar este potencial en la base dinamizadora de la economía digital en España. La adopción de las nuevas tecnologías en las empresas y su transformación digital se enfrenta al importante diferencial existente entre el grado de digitalización de las grandes compañías y el de las pequeñas y medianas empresas. Aprovechar las oportunidades de la economía digital podría suponer, para España, un crecimiento económico adicional de entre un 1,3% a un 1,8% del PIB hasta el año 2025.
- 2) **El fomento del capital humano:** en el *Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI)* de 2018 España escaló a la décima posición, pero en "capital humano", es decir, en habilidades y preparación digital de la población, se situó en la posición 14, una puntuación que, aunque está por debajo de la media europea. Esto supone para nuestro país una gran oportunidad hacia la "nueva empleabilidad", los nuevos trabajos del presente que demanda el mercado laboral.
- 3) **El fomento del emprendimiento digital:** debe considerarse una prioridad en el corto y medio plazo. Los planes anunciados por el gobierno deben eliminar las trabas regulatorias, mejorar el acceso a la financiación alineando y simplificando los diferentes instrumentos existentes y promover la internacionalización y el crecimiento de nuestro ecosistema de *startups* digitales.
- 4) **La formación en competencias digitales para el empleo:** comparada con la Unión Europea, España se encuentra por debajo de los niveles de contratación de profesionales especializados en tecnologías digitales y, aunque la brecha de competencias digitales se está cerrando, todavía nos encontramos por debajo de la media europea. España debería aprovechar las alianzas para las competencias digitales y el empleo de la Unión Europea para establecer un marco de cooperación público-privada entre el sector educativo, el sector privado y las administraciones públicas dirigido a mejorar la cualificación en competencias digitales de los trabajadores.

Para más información:

Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844827

david.arranzlago@telefonica.com

- 5) **Potenciación de la Industria Conectada 4.0** mejorando la adaptación y el liderazgo de las pequeñas industrias españolas al contexto de la digitalización. Actuando no solo sobre la oferta y las capacidades instaladas, el sector público puede jugar un papel clave en la generación de nueva demanda de servicios digitales, permitiendo el crecimiento del mercado. La inteligencia artificial, el internet de las cosas o la computación en la nube pueden ampliar el rango de opciones de uso de las administraciones públicas para mejorar los servicios al ciudadano.
- 6) **Mejorar la regulación para promover el crecimiento de las empresas y la adopción de nuevas tecnologías y procesos digitales**, contribuyendo activamente al establecimiento del mercado único digital de la Unión Europea, la mejora de la protección de los derechos de autores y consumidores y la promoción de una futura ley de *startups*, que debe incorporar este objetivo de mejora de la regulación para permitir el crecimiento del ecosistema.
- 7) **No dejar a nadie atrás en la sociedad conectada**: el reto es garantizar que el despliegue de las nuevas redes se realice de una manera inclusiva, habilitando las capacidades personales y sociales para eliminar brechas digitales y permitir que todas las personas se beneficien de las nuevas oportunidades. Aspectos como el derecho a la desconexión fuera del horario de trabajo, la privacidad en las comunicaciones personales o la adecuada protección de las personas que prestan sus servicios a través de las plataformas digitales o establecer los canales necesarios para que los trabajadores puedan reciclarse y recualificarse deben hacerse efectivos.
- 8) **Nuevos enfoques educativos** que permitan desarrollar las capacidades y conocimientos necesarios, no solo en el ámbito de las denominadas competencias STEM, sino también en la capacidad de trabajar de manera flexible la creatividad, la capacidad de análisis y resolución de problemas complejos, entre otras habilidades. Nuestro sistema educativo debe comenzar a preparar a los trabajadores y ciudadanos digitales de un futuro próximo.
- 9) **Nuevo escenario para la gestión, propiedad y uso de los datos generados por el tráfico digital**. El incremento de los ciberataques o la entrada en vigor de la nueva directiva de protección de datos suponen un reto para esta transición del usuario digital al ciudadano digital, portador de derechos sobre su propia identidad digital y los datos que genera, cuyo uso debe hacerse siempre desde el

Para más información:

Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844827

david.arranzlago@telefonica.com

consentimiento expreso y conociendo cuál es la finalidad del mismo. En la medida en que la hiperconectividad avance, la generación de datos crecerá exponencialmente y las personas serán cada vez más vulnerables a un uso fraudulento de sus datos.

- 10) **Marcos más amplios y efectivos de transparencia y participación ciudadana en la Administración**, de manera que la interacción con los gobiernos sea más flexible y permita un mejor ejercicio de los derechos de ciudadanía. La Administración, en cuyo seno se albergan ingentes cantidades de datos públicos, puede aprovechar esa realidad para promover un uso inteligente de los mismos, avanzando en su liderazgo en materia de datos abiertos en el seno de la Unión Europea.
- 11) **La dimensión ética de la inteligencia artificial y los algoritmos en los que se basan las plataformas**: la inteligencia artificial se basa en algoritmos que deciden los contenidos personalizados de las plataformas audiovisuales, seleccionan a usuarios y clientes en función de los parámetros incorporados, identifican y procesan las instrucciones proporcionadas a través de la voz humana, asisten en la resolución de casos clínicos o empresariales, o deciden sobre los perfiles de riesgo de los solicitantes de un préstamo, entre otras muchas utilidades. Los algoritmos son programados por humanos y tienen capacidad de aprendizaje iterativo. De manera que, si un algoritmo incorpora parámetros equivocados, puede tender a reforzarlos en su proceso de aprendizaje porque no tienen capacidad de modificarse a sí mismos. ¿Bajo qué criterios se debe permitir la automatización de la toma de decisiones complejas en las que las implicaciones éticas son ineludibles?
- 12) **Las plataformas digitales deben equiparar su elevada influencia en la economía y la sociedad actuales con una mayor responsabilidad**, adoptando expresamente principios éticos para la protección y no discriminación de sus usuarios, y mejorando la transparencia y la capacidad de elección de los usuarios. La tecnología *blockchain* puede ofrecer nuevas posibilidades para promover la transparencia y mejorar la competitividad de los mercados digitales.
- 13) **Establecer una Carta de los Derechos Digitales** como instrumento que garantice una digitalización centrada en las personas, así como la protección de

los derechos fundamentales tanto *online* como en el mundo real: el derecho a la intimidad, al propio descanso, a la preservación de la integridad personal y el

honor, al testamento digital, el derecho al acceso a la información, etc. En este sentido, España ha dado pasos importantes durante 2018, con la aprobación de la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales, pero debemos seguir avanzando en la adaptación y aplicación de los instrumentos nacionales e internacionales de protección de los derechos humanos al mundo digital.

- 14) **Acometer una reforma en profundidad de las regulaciones de mercado.** Se precisa un nuevo enfoque que combine la autorregulación de las empresas y de los diferentes sectores de la industria digital con una modernización de las políticas y una supervisión regulatoria actualizada, capaz de mantener la integridad en el mercado, la protección de los consumidores, y las normas sociales y ambientales.

- 15) **Las empresas digitales deben regular sus prácticas de protección de consumidores y usuarios,** la garantía de seguridad y privacidad y la corresponsabilidad con los impactos de la tecnología en la vida de las personas debería formar parte de sus códigos de conducta, estableciendo estándares internacionales en los que se incluya una conducta responsable en materia fiscal, para actuar de manera justa en aquellas sociedades en las que ofrecen sus servicios. La colaboración público-privada en materias como la fiscalidad, la ciberseguridad, la privacidad o el ejercicio de los derechos digitales es imprescindible.

Para más información:

Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844827

david.arranzlago@telefonica.com