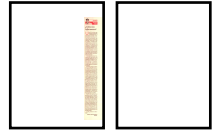


Tirada: <b>58556</b>	<b>Expansión</b>	Superficie: <b>202 cm<sup>2</sup></b>	Ocupación: <b>17.86%</b>	Valor: <b>2.399,18 €</b>	Página: <b>12</b>
Difusión: <b>37495</b>					
(O.J.D)	<b>Nacional</b>	<b>Diaria</b>			
Audiencia: <b>131232</b>	<b>Economía</b>				
(E.G.M)	<b>2 Edición:</b>	<b>26/04/2013</b>			
Ref: <b>4773929</b>					



## ¿Cómo nos informamos?

Una de las cosas que la Red ha cambiado completamente es la forma de acceder a la información. No solo se produce más información que nunca antes en la historia. Además, mucha de la que se produce, se difunde directamente, sin intermediarios. Si está leyendo esta columna, posiblemente pertenezca al primer grupo, el de "los clásicos": accede a la información como lo ha hecho siempre, a través de medios convencionales. No, no hay nada de malo en ello. Pero están convirtiéndose en minoría.

Un segundo grupo formado por una parte cada vez más significativa de la población se informa en redes como Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn. Accede a la información cuando alguien la comparte en su Red.

El tercer grupo es el lector que accede directamente a la fuente. El que cuando le interesa un tema, bebe directamente de quienes producen la información, de aquellos que son habitualmente entrevistados por los medios tradicionales. Esto suele implicar una amplia variedad de fuentes, lo que lleva a que ese tipo de usuario, para ser eficiente, necesite herramientas como lectores de feeds RSS (Feedly es el más popular), repositorios como Evernote o Delicious para almacenar y volver a encontrar fácilmente lo que consideraron interesante, o incluso herramientas para escuchar lo que aparece en la Red.

Una de mis tareas como profesor es que los directivos entiendan que, a la hora de tomar decisiones, pasar del grupo uno o dos al grupo tres resulta fundamental. Que la información se ha vuelto tan importante que no puedes simplemente esperar a que te la traigan: hay que ir a buscarla. Que hay ventajas competitivas que derivan precisamente de cómo nos relacionamos con la información.

¿Y tú? ¿Cómo te informas?

Profesor de IE Business School.

Tirada: <b>10674</b>	<b>Expansión</b> CATALUÑA	Superficie: <b>136 cm<sup>2</sup></b>	
Difusión: <b>7296</b>		Ocupación: <b>12.92%</b>	
(O.J.D)	<b>Nacional</b>	Valor: <b>514,91 €</b>	<b>1 / 1</b>
Audiencia: <b>25536</b>	<b>Diaria</b>	Página: <b>12</b>	
Ref: <b>4774833</b>	<b>1 Edición: 26/04/2013</b>		



**OPINIÓN**

**Enrique Dans**

## ¿Cómo nos informamos?

Una de las cosas que la Red ha cambiado completamente es la forma de acceder a la información. No solo se produce más información que nunca antes en la historia. Además, mucha de la que se produce, se difunde directamente, sin intermediarios. Si está leyendo esta columna, posiblemente pertenezca al primer grupo, el de "los clásicos": accede a la información como lo ha hecho siempre, a través de medios convencionales. No, no hay nada de malo en ello. Pero están convirtiéndose en minoría.

Un segundo grupo formado por una parte cada vez más significativa de la población se informa en redes como Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn. Accede a la información cuando alguien la comparte en su Red.

El tercer grupo es el lector que accede directamente a la fuente. El que cuando le interesa un tema, bebe directamente de quienes producen la información, de aquellos que son habitualmente entrevistados por los medios tradicionales. Esto suele implicar una amplia variedad de fuentes, lo que lleva a que ese tipo de usuario, para ser eficiente, necesite herramientas como lectores de feeds RSS (Feedly es el más popular), repositorios como Evernote o Delicious para almacenar y volver a encontrar fácilmente lo que consideraron interesante, o incluso herramientas para escuchar lo que aparece en la Red.

Una de mis tareas como profesor es que los directivos entiendan que, a la hora de tomar decisiones, pasar del grupo uno o dos al grupo tres resulta fundamental. Que la información se ha vuelto tan importante que no puedes simplemente esperar a que te la traigan: hay que ir a buscarla. Que hay ventajas competitivas que derivan precisamente de cómo nos relacionamos con la información.

¿Y tú? ¿Cómo te informas?

Profesor de IE Business School.