

Secciones**Esta semana destaca**

- I.** Internet y Comercio Electrónico
- II.** Mercados y Empresas generadoras de innovación
- III.** Sectores y Empresas utilizadoras
- IV.** Biotecnología y Nanotecnología
- V.** Formación y Empleo
- VI.** Administraciones Públicas

→ El uso de Internet entre los españoles, por debajo de la media europea

Pág. 2

<http://www.abc.es/tecnologica/noticia.asp?id=612195271848>

→ Nace un buscador de puntos Wi-Fi

Pág. 4

<http://www.redestelecom.com/Actualidad/Noticias/Comunicaciones/Internet/20051111040>

→ El español habla poco por el móvil

Pág. 6

http://www.cinco dias.com/articulo.html?d_date=20051114&xref=20051114cdscdiest_1&type=Tes&anchor=cdspar

→ Más de 3.000 alumnos de toda España usan un método interactivo de enseñanza

Pág. 9

<http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/2005/11/11/146916.php>

→ Los españoles claman para que aumente la inversión en innovación

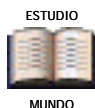
Pág. 11

<http://www.madrimasd.org/informacionidi/noticias/noticia.asp?id=23348&sec=2&tipo=g>

I. Internet y Comercio Electrónico

→ Clientes informados


El número de clientes que utiliza Internet para informarse antes de comprar un coche crece un 70%



El número de páginas vistas por potenciales compradores en el tercer trimestre de 2005 se elevó a 331 millones, lo que se traduce en una progresión del 233% en comparación con el mismo período del ejercicio precedente. El promedio de páginas vistas por usuario pasó de 57 a 112. Un total de 2,95 millones de clientes utilizaron portales de motor en Internet durante el tercer trimestre del año para informarse sobre la oferta de vehículos nuevos y de ocasión, lo que supone un aumento del 69,5% frente a los 1,74 millones de usuarios contabilizados en el mismo período de 2004, según el panel de audiencias de Nielsen NetRatings. Cada usuario realizó una media de 8,6 sesiones o visitas a estos portales, lo que supone un aumento del 45,7% respecto al tercer trimestre del pasado año. Los internautas navegaron casi 44 minutos de media, casi veinte minutos más.

La Flecha.net (13/11/05)

<http://www.laflecha.net/canales/blackhats/noticias/200511113/>

 Los portales de fabricantes de automóviles más visitados en el tercer trimestre fueron los de Renault y Citroën, con 339.000 y 290.000 internautas, respectivamente. Ambas marcas elevaron notablemente el número de usuarios y de páginas vistas. Coches.net es el portal de automoción más visitado con 605.000 personas en el tercer trimestre de 2005, seguido de ya.com Motor, Wanadoo Motors, Terra Autopista, AutoScout24, Racc.es, Forocoches.com, Renault, Citroën y Elmundomotor.com.

→ Internet europeo


El uso de Internet entre los españoles, por debajo de la media europea



Un 40 por ciento de los españoles de entre 16 y 74 años utilizaron Internet durante 2004, mientras que la media de la Unión Europea (UE) se situó en un 47 por ciento, según datos publicados hoy por la Oficina Estadística comunitaria (Eurostat). Según el estudio, en 2004 Suecia fue el país donde sus ciudadanos navegaron más (82 por ciento), un dato similar al registrado en Islandia, país del Espacio Económico Europeo (EEE). Eurostat destaca la brecha que se constató en la UE al comparar la media de estudiantes que utilizaron Internet, que en los 25 Estados miembros se situó en un 85 por ciento (90 por ciento en España) y el de jubilados (un 13 por ciento en la UE frente a un 6 por ciento en España).

Abc.es (11/11/05)

<http://www.abc.es/tecnologica/noticia.asp?id=612195271848>

 En España, el uso de Internet según niveles de educación oscila entre el 16 por ciento entre personas con un nivel educativo bajo (25 por ciento en la UE), el 61 por ciento con uno medio (52 por ciento) y un 77 por ciento alto (igual que en la Unión). Holanda es el Estado miembro de la Unión donde más jubilados navegan por la Red (54 por ciento), por delante de Suecia (45 por ciento), Dinamarca (34 por ciento) y Noruega (33 por ciento). Bulgaria, Rumanía, Grecia y Lituania son los países en los que los jubilados emplean menos Internet (1 por ciento), según Eurostat. Los Estados donde los desempleados utilizaron menos Internet en 2004 fueron Bulgaria (6 por ciento), Rumanía y Lituania (8 por ciento) y Letonia (10 por ciento). En España fueron un 37 por ciento los desempleados que navegaron por la Red durante 2004.

→ E-mail

Crece el uso de los mensajeros instantáneos y cae el del e-mail



En Estados Unidos un 66% de los internautas utilizan mensajeros instantáneos para comunicarse. Su uso creció un 17% con respecto al año anterior. Según una encuesta realizada entre jóvenes estadounidenses de 13 a 21 años, los mensajes instantáneos son usados por un 66% de los internautas comparado con un 49% del año pasado, según un estudio de American Online (AOL) que analiza el impacto de esta herramienta en la sociedad. El análisis sugiere que los mensajeros instantáneos superan al uso del correo electrónico. En total, el 38% de los usuarios encuestados envía más mensajes que correos. La mensajería instantánea, que en EE.UU utilizan 80 millones de personas, según ComScore Media Matrix, es cada vez más popular en las oficinas. La mayoría asegura que lo utiliza para comunicarse con sus colegas; secundariamente, para obtener respuestas y tomar decisiones relacionadas con la empresa y, en tercer lugar, para conectar con clientes o para evitar una conversación que resulta difícil mantener en persona.

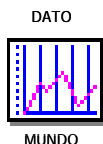
El Clarin (11/11/05)

<http://www.clarin.com/diario/2005/11/11/um/m-01087801.htm>

II. Mercados y Empresas generadoras de Innovación

→ Buscador

Nace un buscador de puntos Wi-Fi



El fabricante de microprocesadores Intel, la operadora Telefónica España y el portal de Internet Lycos Europa han firmado un acuerdo para lanzar una herramienta que permite a los usuarios conocer todos los puntos de acceso inalámbrico Wi-Fi de España. La solución se denomina SNIFFER, ha sido desarrollada por Spongo para Lycos Europe y ya se puede descargar de forma gratuita en la dirección <http://wifi.lycos.es/download.php>. En este momento, el buscador está operativo y ofrece información actualizada permanentemente. Además, cuenta con información sobre 1.700 puntos Wi-Fi registrados en toda España, gracias a la base de datos de puntos de conexión públicos comprobados para la tecnología móvil Intel Centrino.

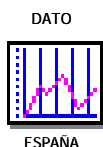
Redes Telecom.com (11/11/05)

<http://www.redestelecom.com/Actualidad/Noticias/Comunicaciones/Internet/20051111040>

La base incluye también el cien por cien de los puntos gestionados directamente por las operadoras de telefonía y actualiza continuamente los puntos de conexión abierta, que se encuentran en restaurantes, cafeterías, hoteles y otros establecimientos. En el futuro está previsto que el servicio proporcione también información sobre puntos Wi-Fi en otros países europeos. La herramienta permite utilizar filtros para búsquedas avanzadas con criterios como localizar puntos de un operador concreto o puntos de conexión gratuitos o de pago y en una próxima versión se habilitará un mapa virtual de cada ciudad donde se podrá ver la localización exacta de cada punto. Está previsto que en un futuro próximo el servicio proporcione también información sobre puntos Wi-Fi en otros países europeos.

→ Acuerdo

Se firma un acuerdo para incluir contenidos del diario digital en las webs personales de los usuarios



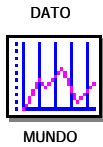
Yahoo! Iberia y Prisa.com han firmado un acuerdo para que los contenidos de Elpais.es puedan incluirse en el servicio Mi Yahoo!, de manera que sus usuarios puedan incluirlos en su página personal, tanto titulares como la información, en función de los temas de su interés. El sistema funciona a través de sindicación de contenidos (RSS) y se enmarca en el lanzamiento de la nueva versión de Mi Yahoo, un servicio que permite personalizar las páginas del usuario, incluyendo las opciones más útiles para los internautas en su uso de la Red, además de los contenidos por preferencias, deportes, finanzas, noticias, correo u horóscopo. Actualmente, los contenidos de Elpais.es se pueden encontrar tanto en la sección de Actualidad y Noticias del directorio de Mi Yahoo!, como en la sección de recomendaciones del portal.

Noticias.com (11/11/05)

<http://www.noticias.com/articulo/11-11-2005/redaccion/yahoo-y-elpais-firman-acuerdo-incluir-contenidos-diario-digital-webs-personales-usuarios-4nca.html>

→ Negocios

Internet vuelve a convertirse en terreno para los grandes negocios



A finales de los 90 la tendencia era tan clara como ingenua la actitud de quienes la marcaban: la industria mediática creyó que Internet generaría valor por sí mismo y protagonizó un desembarco en el entorno digital que se tradujo en operaciones espectaculares, movimientos rápidos de adquisición de negocios tan prometedores como inmaduros y una desmesurada confianza en las previsiones de los analistas. El desplome fue brutal, pero el soporte electrónico ha mostrado que su pujanza persiste y que quizá el error no fue confiar en él, sino pretender que su ritmo de desarrollo fuera tan rápido como la necesidad de los inversores de justificar sus aventuras empresariales.

La Flecha.net (12/11/05)

<http://www.laflecha.net/canales/comunicacion/noticias/200511102/>

Los movimientos que está registrando la industria mediática en relación con Internet en los últimos meses parecen indicar que quizá este tiempo de transición esté tocando a su fin. Con una audiencia más preparada para recibir ofertas relacionadas con el medio (y deseosa de que se las ofrezcan), unos anunciantes más atentos que nunca a los cambios de hábitos de los usuarios y las innovaciones que facilitan las sinergias entre los distintos soportes (blogs, iPod, video online, etc.), parece que todos los elementos están dispuestos para iniciar una nueva era en los negocios relacionados con Internet. La experiencia del descalabro puntocom ha sido fundamental. Algunas de las circunstancias actuales difieren de las que había cuando comenzó el boom hace más o menos una década, pero a diferencia de lo que ha ocurrido en otros momentos empresariales similares a lo largo de la historia, quienes hoy han de protagonizar este nuevo auge tienen un recuerdo muy vivo de lo que pasó en torno al año 2000.

III. Sectores y Empresas utilizadoras

→ Móvil

El español habla poco por el móvil



El primer paso fue popularizar el teléfono móvil: hoy, el 87% de la población en España tiene uno. Luego fue aumentar su uso: actualmente, el 78% de los propietarios de un celular hace llamadas cada día. Ahora, el tercer reto es conseguir que los terminales no sólo sirvan para hablar, sino para otras muchas cosas, como enviar mensajes SMS, usar el buzón de voz, recibir noticias, enviar correos electrónicos o fotos o navegar por internet. A pesar de que ya está muy extendido en España, todavía hay margen para que los españoles hagan un mayor uso del móvil y, de paso, abrir nuevos negocios a las operadoras. Dos son los argumentos que avalan este aserto: uno, los españoles hablan menos por el móvil que los ciudadanos de otros países y dos, numerosos servicios que ofrecen los teléfonos (excluidas las llamadas de voz) están poco extendidos. Al menos ésta es la tesis que se desprende de la encuesta realizada por Ericsson que compara al cliente español con el de otros países (Francia, Alemania, Italia, Suecia, Reino Unido, Brasil, EE UU, China y Japón).

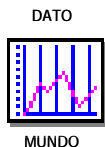
Cincodías.com (13/11/05)

http://www.cincodias.com/articulo.html?d_date=20051114&xref=20051114cdscdicst_1&type=Tes&anchor=cdspor

La encuesta (1.087 entrevistados en España) cuantifica en cuatro las llamadas que realizan de media los españoles cada día y en 24 los minutos que duran estas llamadas. Por debajo del resto de los países analizados, con la excepción de Alemania, que es el único país donde se usa el celular menos que en España, con una media de tres llamadas y 20 minutos de conversación al día. Pero todos los demás están por encima. El caso de los japoneses es relevante, pues aunque hacen tres llamadas -una menos que los españoles-, sin embargo gastan 29 minutos en hablar cada día. La media de todos los países analizados es de cinco llamadas y 32 minutos. Los estadounidenses están muy por encima del resto de los encuestados, pues emplean más de 70 minutos a conversar a través del celular en las siete llamadas que realiza cada día.

→ e-libros

La digitalización de libros mueve a los grandes en internet



Aunque las iniciativas de digitalización de contenidos en general, y de libros en particular, son tan antiguas como la propia existencia de internet, el 14 de diciembre de 2004 Google anunció un proyecto, Google Print, que cambió para siempre la evolución de este ámbito, al provocar reacciones de todo tipo. Google Print fue una noticia importante por la cantidad de contenidos (millones de obras) y por la envergadura de los colaboradores: las bibliotecas de Harvard, Stanford, la Universidad de Michigan, la Universidad de Oxford y la Biblioteca Pública de Nueva York. El objetivo es escanear sus obras y hacer posible que se localicen y se consulten on line.

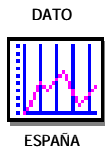
Netydea.com (09/11/05)

http://www.netydea.com/nweb/web-v2/spinformacion/index_informacion.asp?idinformacion=14369

El proyecto de Google fue bien recibido por muchos, pero una parte del sector editorial estadounidense criticó el proyecto por no garantizar la seguridad de los contenidos y no requerir la aprobación explícita para la difusión de cada una de las obras. El resultado es que Google paralizó el escaneo de libros durante unos meses, hasta noviembre, para negociar con el sector. Las negociaciones siguen abiertas, pero el buscador no renuncia a su proyecto: ya ha escaneado e incluido en la red miles de obras sin derechos de autor o cuyos derechos han vencido. Como respuesta principalmente al proyecto de Google, la Biblioteca Nacional de Francia lo criticó con dureza y propuso su propia alternativa. El motivo en este caso no son los derechos de autor, sino la elección de las obras, dominadas por la perspectiva anglosajona. Es decir, la acusación a Google es de no tratar realmente de digitalizar todo el conocimiento, sino únicamente el de los países en los que domina el inglés.

→ TV

Las TV, ante el pistoletazo de salida digital



Comienza la cuenta atrás para el lanzamiento de la televisión digital terrestre (TDT) en España. El próximo 30 de noviembre, la nueva tecnología será una realidad y el sector audiovisual calienta motores ante su llegada. El Ministerio de Industria analiza las ofertas presentadas por los operadores privados y estudia el reparto del espectro entre los distintos radiodifusores, que en esta primera fase tendrán que compartir los multiplex (compuesto por cuatro canales). El sector espera que, en una o dos semanas, el Consejo de Ministros rubrique la asignación de los canales y haga público el reparto de las frecuencias. Hasta el 3 de abril de 2010, convivirán las dos tecnologías existentes, la analógica y la digital. Durante el periodo de transición, que abarca hasta 2010, cada uno de los tres operadores analógicos actuales contará, según el acuerdo alcanzado entre la industria y el Gobierno el pasado julio, con dos canales digitales adicionales (programas en la nueva terminología) que se sumarán al que ya tienen en la actualidad, en el que emiten los mismos contenidos que se programan en el analógico.

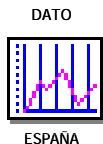
Cinco días.com (13/11/05)

http://www.cinco dias.com/articulo.html?d_date=20051114&xref=20051114cdscdiemp_9&type=Tes&anchor=cdsemp

IV. Biotecnología y Nanotecnología

→ Biotecnología

España a la cola de la biotecnología



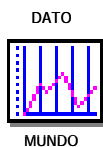
El gasto en I+D del sector privado en España alcanza hoy el 0.5% del PIB, casi la misma proporción que hace diez años, menos de la mitad del promedio de la UE, y una tercera parte del promedio correspondiente de la OCDE. La inversión en Investigación y Desarrollo en España en el año 2003 (último ejercicio del que se dispone información) es de 1.03% de su Producto Interior Bruto (PIB), frente a el 1.88% del PIB de la Unión Europea, mientras que Estados Unidos destina el 2.82% de su PIB. La situación se agrava cuando se contempla el sector de la Biotecnología, ya que este sector se verá frenado próximamente si no se amplían los fondos en investigación. En España, el porcentaje de capital invertido en Biotecnología sobre el total invertido en todos los sectores durante el período 2000 - 2002 es del 0,53%, mientras que en Estados Unidos y Europa es del 5,77% y 9,26% respectivamente.

Apie.es (10/11/05)

http://www.apie.es/ver_notas.html?id=5806&ACCESOSESSID=4ce3e8925fbb73317c8c82ca629fac36

→ Nanotecnología

La UE aspira liderar avances en la medicina por nanotecnología



Países miembros de la Unión Europea pretenden liderar la revolución médica que podría suponer la aplicación de nanotecnología a la medicina. En semanas pasadas la Comisión Europea financió la organización de Euronanoforum en Edimburgo para exponer los avances realizados y posibles en el campo de la medicina con aplicaciones de nanotecnología. Según las exposiciones realizadas, nuevos tratamientos desarrollados durante los próximos diez años podrían ayudar a combatir y tratar enfermedades cardiovasculares, diabetes, cáncer, SIDA, Alzheimer y Parkinson. Según un participante en el congreso, Patrick Boisseau del Electronics Technology Information Laboratory, cuando se descubra cómo dirigir nanopartículas hacia la raíz de estas enfermedades, se abrirán infinitas nuevas posibilidades para la medicina. Pero advirtió que la revolución sería paulatina - se requieren 10 años para producir una nueva medicina. Aunque a las empresas farmacéuticas les gustaría tener que esperar menos tiempo, nos negamos a ir más rápido.

Euroresidentes.com (10/11/05)

<http://www.euroresidentes.com/Blogs/nanotecnologia/2005/09/la-ue-aspira-liderar-avances-en-la.html>

V. Formación y Empleo

→ Uso de internet

Internet es utilizado por el 85% de los estudiantes y el 13% de los jubilados de la Unión Europea



Un estudio presentado ayer por la Comisión Europea (CE) constata que el 85% de los estudiantes de la Unión Europea (UE) utilizan Internet, mientras que sólo lo hace un 13% de los jubilados europeos. Esa fractura digital sitúa a España entre los países que presentan una mayor diferencia entre ambos grupos de población. El 85% de los estudiantes de 16 años o más utilizaron Internet en el primer trimestre de 2004, según el estudio. A continuación se situaron los asalariados, con un 60%, los desempleados (40%) y los jubilados, que únicamente lo usaron en un 13% de los casos. De acuerdo con el mismo informe, la media en el uso de la Red para personas de entre 16 y 74 años es del 47%.

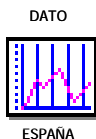
Consumer.es (11/11/05)

<http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/2005/11/11/146916.php>

La CE cree que esa fractura digital entre jóvenes y personas mayores está originada por la ausencia de infraestructura o acceso, la ausencia de incitación a utilizar la Red y la falta de conocimientos informáticos o competencias necesarias para participar en la sociedad de la información. El estudio también hace alusión a factores de divergencia como la edad, la situación profesional y el nivel de instrucción, así como el grado de urbanización. Las diferencias también son evidentes en función del nivel de educación. Así, únicamente el 25% de las personas que siguieron el primer ciclo de enseñanza utilizaron Internet en el primer trimestre de 2004, frente al 52% de quienes terminaron sus estudios secundarios y al 77% de quienes tienen un diploma de enseñanza superior.

→ Formación

Más de 3.000 alumnos de toda España usan un método interactivo de enseñanza



Unos 3.000 alumnos españoles disfrutaban ya de un nuevo método educativo con el que, con la ayuda de las últimas tecnologías, aprenden los contenidos de primaria, ESO y bachillerato de una forma más fácil, entretenida e intuitiva, así como compartir sus tareas con los compañeros, mientras las familias pueden seguir el progreso de sus hijos. La primera solución integral educativa, como la definen sus creadores, está en marcha en 10 colegios de siete comunidades españolas y uno en Panamá. Mediante este método, que fue presentado días pasados en Madrid, los alumnos de primaria, Eso o Bachillerato tienen acceso a todos los contenidos incluidos en los programas de sus niveles en formato multimedia, incluyendo vídeos, audios o imágenes, lo que les permite un aprendizaje más intuitivo y más entretenido. Como señaló la Directora de Contenidos de Santillana en Red, la herramienta permite comprender más fácilmente ciertas asignaturas que se acompañan de imágenes y sonido, compartir las tareas con los compañeros, organizarse ellos mismos a la hora de afrontar los deberes escolares e incluso aprender a usar el ordenador de forma más pedagógica.

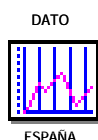
El País.es(13/11/05)

http://www.elpais.es/articulo/elpportec/20051110elpepunit_8/Tes

Las ventajas que supone para los alumnos, según Santillana, es que, además de hacer más entretenidas las lecciones en el centro, facilita la tarea en casa gracias a la motivación extra que para los niños suponen las nuevas tecnologías y el formato multimedia. Mis alumnos, cuando están en casa no consideran que estén haciendo los deberes, sino que lo toman como algo agradable, y cuando van al colegio lo hacen mucho más motivados, ha dicho una profesora de la ESO del Instituto Pablo Serrano de Andorra (Teruel). Además, el alumno, al salir de clase, puede conectarse con sus compañeros o consultar con los profesores mientras hace los deberes, todo con una conexión a Internet y accediendo mediante una clave. También dispone de agenda para organizarse mejor. En cuanto a los profesores, les permite preparar las clases e impartirlas de forma más atractiva, impartiendo lecciones apoyadas en sonidos e imágenes, creándolas a su antojo. Los profesores pueden además asignar tareas a cada alumno o a grupos y controlar su evolución académica, a distancia y al instante, conectándose con ellos a través del sistema. Según asegura Santillana en Red, los profesores acogen de forma muy positiva estas posibilidades. Esta propuesta educativa es realmente fácil de usar, según un profesor del Instituto de Enseñanza Secundaria Xelmírez II, de Santiago de Compostela.

→ Portátiles

Universia pondrá a disposición de los universitarios españoles 20.000 portátiles en condiciones ventajosas



La red de portal universitarios adscrita al Banco Santander, Universia, ha puesto en marcha la segunda edición del programa Athenea, que ofrece a los estudiantes condiciones ventajosas para la compra de un portátil mediante convenio con las universidades. Con el mismo programa el año pasado, la entidad entregó 10.000 portátiles, iniciativas que se suman a otras ya existentes en el marco del Programa de conectividad de Universia como son la instalación de 124 Aulas de navegación en las universidades, 29 proyectos de Campus inalámbricos (WIFI), 41 Universidades con correo electrónico Universia, 250 proyectos de innovación tecnológica que han beneficiado a 3 millones de estudiantes.

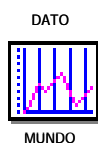
Noticias.com (08/11/05)

<http://www.noticias.com/articulo/08-11-2005/redaccion/universia-pondra-disposicion-universitarios-espanoles-20000-portatiles-condiciones-ventajosas-4n9f.html>

VI. Administraciones Públicas

→ Cumbre SI

Las ciudades más pobres anteponen la mejora del nivel de vida a Internet



Alcaldes de ciudades ubicadas en países en vías de desarrollo antepusieron en Bilbao la mejora de las condiciones de vida a la posibilidad de extender el acceso a Internet entre la población de sus ciudades. Durante la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, que se celebró en Bilbao, diversos mandatarios locales debatieron acerca del papel que sus urbes deben desempeñar en la sociedad de la información y en la erradicación de la brecha digital. El alcalde de Túnez, aseguró ser consciente de la importancia de la informatización y de Internet, pero precisó que, a su juicio, tiene mayor relevancia poder ofrecer una vivienda adecuada, una buena educación o atención sanitaria; en definitiva, tener unas condiciones de vida decentes.

El Mundo.es (11/11/05)

<http://www.elmundo.es/navegante/2005/11/11/esociedad/1131702077.html>

→ Más I + D

Los españoles claman para que aumente la inversión en innovación



El ochenta por ciento de los ciudadanos en España cree que la tecnología mejora la calidad de vida, por lo que pide más esfuerzo al Gobierno en investigación frente a otras materias. Un 68% de los ciudadanos españoles considera que el Gobierno debería gastar más en investigación científica y menos en otras cuestiones, por encima de la media europea, que se sitúa en el 57%, según afirma una edición especial del Eurobarómetro sobre ciudadanos, ciencia y tecnología publicada este mes. Los ciudadanos españoles, junto con los franceses, se encuentran entre los europeos más favorables a la inversión pública en este campo, por detrás de los italianos, con un 69% de los encuestados.

Mad+d.es (13/11/05)

<http://www.madrimasd.org/informacionidi/noticias/noticia.asp?id=23348&sec=2&tipo=g>

Además, el 71% de los ciudadanos comunitarios coincide en que la colaboración europea en investigación es efectiva y será cada vez más importante. La mayoría comparte la opinión de que redundará en beneficio de la industria y de los Estados miembros, con porcentajes de asentimiento del 69% y del 65%, respectivamente. Tres de cada cinco europeos consideran que la Unión Europea debería disponer de un presupuesto más amplio en esta área, aunque esto suponga hacer recortes en otros ámbitos. Sin embargo, un 45% adopta una posición crítica, porque cree que las prioridades en investigación reflejan intereses personales de los científicos, en lugar de las necesidades de la sociedad. Asimismo, un 57% de los españoles opina que los beneficios de la ciencia son superiores a cualquier efecto perjudicial que pueda causar, frente al 8% que cree lo contrario.