

Sociedad de la información y globalización en América Latina

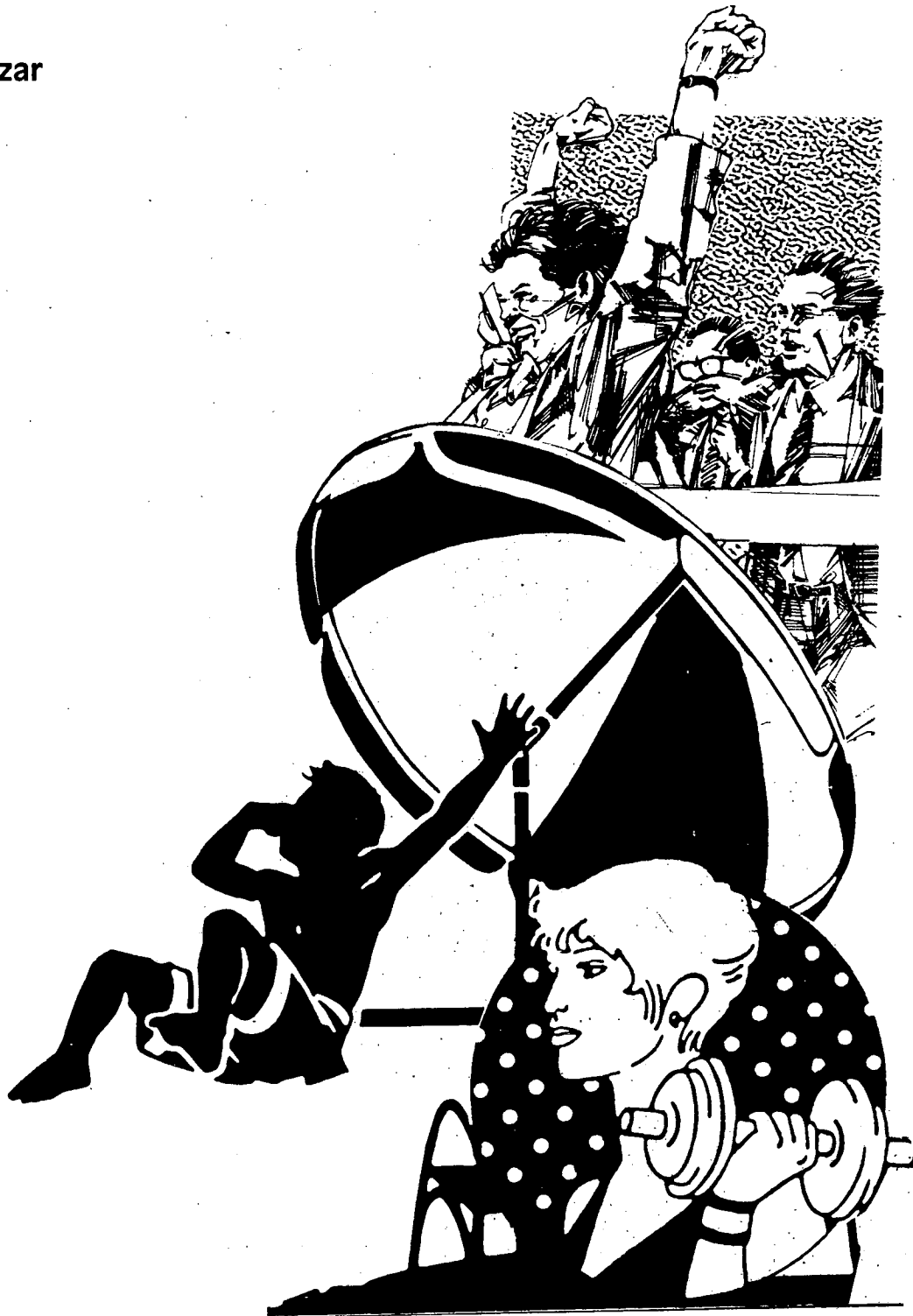
Migdalia Pineda de Alcázar

INTRODUCCION

El progreso científico y tecnológico en las sociedades industriales avanzadas ha ido produciendo un conjunto de cambios, resultado de un proceso continuo iniciado especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, que ha sido definido como la Sociedad de la Información, cuyo rasgo más destacable consiste en la aparición de un nuevo tipo de tecnologías, basadas en el uso intensivo de la información y conocimientos y en el trabajo intelectual, denominadas Tecnologías de la Información.

Dentro de las estrategias de expansión de la Sociedad de la Información se encuentra la de impulsar la apertura de los mercados protegidos para las Nuevas Tecnologías, con el objeto de globalizar su introducción y consumo, ante lo cual se busca desreglamentar las Telecomunicaciones para abrirlas a la competencia del libre mercado y hacerlas llegar a través de sus redes nuevos servicios telemáticos al usuario común, independientemente del tipo de sociedad donde resida.

Sin embargo, como la Sociedad de la información no es un fenómeno generalizable en todos los países, debido a que la incorporación de los del Tercer Mundo es más lenta y tardía, incluso algunos de ellos no accederán sino a las etapas iniciales de introducción informática y comunicacional, podemos señalar que la



informatización como proceso asumido por toda la sociedad (Plaz, 1993) no será al menos para la mayoría de los países en desarrollo una tendencia dominante en los próximos años. Lo que sí se puede afirmar es que el acceso desigual es producto de condiciones estructurales también desiguales, que ponen en evidencia los obstáculos y limitaciones que puede encontrar la globalización de la Sociedad de la Información, en aquellas sociedades que presenten profundas desigualdades entre grupos sociales de individuos y entre zonas rurales y urbanas.

Ante la anterior realidad es que partimos de la hipótesis de que la disminución de parte de las desigualdades, en la Sociedad de la Información globalizada, no dependerá exclusivamente de las opciones tecnológicas sino también de las decisiones políticas que las acompañen, las cuales deberán ser adecuadas a las especificidades estructurales de cada país en concreto, sea éste desarrollado o no. (Pineda, 1990).

Fundamentalmente, se propone la necesidad de que América Latina defina Políticas Integrales de las Telecomunicaciones, mediante legislaciones y reglamentaciones que regulen los aspectos económicos, industriales y financieros de las tecnologías de la información, pero también que consideren los posibles efectos sociales, comunicativos y culturales de estas tecnologías, sobre todo en su aplicación en países no desarrollados, de manera que se garantice su aplicación para resolver problemas de bienestar social y colectivo.

TELECOMUNICACIONES Y MERCADOS DESIGUALES

El crecimiento vertiginoso de las transformaciones ocurridas en el campo de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación está obligando a los países y empresas productoras de las mismas a la búsqueda de salidas comerciales en mercados globalizados, los cuales se pretenden consolidar, una vez cubiertos los mercados nacionales, a través de alianzas estratégicas entre sectores antes inconexos y que hoy invierten en el campo de la informática, las telecomunicaciones y el sector audiovisual (Barreiro, 1995: 17).

Aunque la tendencia de la globali-

zación de los mercados es hoy bastante pronunciada en el sector de las Tecnologías de la Información (Santacruz, 1994: 48) y parece no haber vuelta atrás en este sentido, en el contexto de los países del Tercer Mundo la globalización adquiere características particulares que nos permiten predecir que este proceso no se impondrá de forma homogénea en todas las zonas del mundo, con lo cual la idea de "globalización" como estandarización de mercados para las tecnologías comienza a encontrar importantes obstáculos y desniveles.

Las inversiones en tecnología informática en América Latina no llegan a un tercio de la realizada en los países desarrollados y apenas representan un 5 por ciento del ingreso global, y aunque las ventas del sector informático se han triplicado en la región en los últimos diez años, previéndose que para dentro de cinco años las mismas se incrementen en un 15 por ciento, la mayor parte de ese crecimiento proviene de las compras realizadas por el sector financiero y gubernamental (*Panorama*, 11-10-95: 1-7).

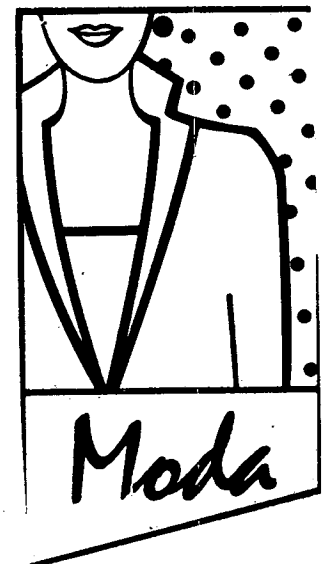
Las demandas del sector profesional independiente y del hogar, mercado Soho (Small Office Home Office), son menos significativas en la región; en Venezuela, de las 78 mil computadoras vendidas en el país, en 1994, sólo un 14 por ciento fue a parar al mercado Soho. Mientras que en los Estados Unidos, según un estudio realizado en mil hogares, el 33 por ciento de los hogares tienen un PC, cuando cinco años atrás sólo el 25 por ciento lo tenía, pero las probabilidades de comprar un computador crecen de acuerdo con el nivel de ingreso familiar; así vemos como en ese país aún hay desniveles, las familias con ingresos superiores a 50 mil dólares tienen veintiún y media de veces de mayores probabilidades de comprar un PC que las familias que perciben menos de 25 mil dólares (*El Nacional*, 4-09-95: C-1).

No hay duda de que la economía globalizada requiere de inversiones globalizadas, de mercados globalizados y de consumidores globalizados, y que en lo que respecta a los productos y servicios de las telecomunicaciones, la telemática y el audiovisual sólo tienen una rentabilidad financiera, en la medida en que su consumo y acceso tienden a popu-

larizarse no entre los grandes usuarios especializados sino fundamentalmente en el gran público, en el usuario común y corriente, y en la medida en que esas nuevas opciones tecnológicas buscan incidir en su vida diaria y en su espacio doméstico. Y aunque así lo comienzan a entender las grandes multinacionales del sector, aproximadamente entre 10 y 15 en todo el mundo (Pineda, 1995: 3), las cuales a través de las superautopistas de la información buscan resolver el problema del acceso universal a los servicios básicos de telecomunicaciones, como parte de la estrategia de ampliación de sus mercados para sobrevivir a la fuerte competencia que se presenta en el sector, todavía continúa siendo un desafío el cómo resolver los desniveles.

La Sociedad de la Información en su evolución globalizada busca abrir los accesos a los servicios de telefonía básica y de valor agregado como el correo electrónico, las redes informáticas como Internet con acceso a bancos de datos, y programas audiovisuales en multimedia. Sin embargo, esta estrategia encuentra serios problemas en los países en desarrollo que no cuentan con las infraestructuras básicas para que esos servicios universales puedan llegar a todos por igual, o que aun contando con parte de esa infraestructura no pueden garantizar el concepto de servicio público de éstos nuevos servicios, por estar montados bajo criterios de rentabilidad económica antes que social, ya que así lo exige el mercado globalizado.

En el caso venezolano, La Com-



pañía Nacional de Teléfonos (CANTV) ha hecho fuertes inversiones en equipamiento de las infraestructuras, para atender determinados segmentos del mercado nacional; por ejemplo, en 1994, invirtió cinco millones de dólares en una red digital de circuitos dedicados, para la transmisión simultánea de datos, voz y video, sólo dirigidos a las grandes corporaciones y empresas, no al usuario común (Revista *Comunicaciones* N° 6, 1994: 5).

En el seno de los países en desarrollo, esa situación planteará a la larga fuertes contradicciones que se reflejarán en nuestro modo de inserción en esa economía globalizada para los mercados de las nuevas tecnologías de la información, en otras palabras, la tendencia es a que nos convirtamos en mercados periféricos con todas las implicaciones que eso supone para nuestro desarrollo social (simples consumidores de esas tecnologías, pero sólo en ciertos estratos políticos, sociales y económicos o para los grandes clientes como las empresas privadas y las grandes corporaciones; no productores de innovaciones revolucionarias que supongan una modificación tajante de los procesos de producción de éstas tecnologías, sujetos pasivos de las políticas y estrategias de comercialización de estos productos tecnológicos y de sus programas).

Si bien es cierto que la Sociedad de la Información busca a la larga, conectar a todas las personas, independientemente de que se conozcan entre sí y de cuán distantes están, y

de que gracias a sus redes telemáticas o autopistas de la información se busca un modo de comunicación e información de acceso universal, no es menos cierto que detrás de esta filosofía de apertura, con la cual nació Internet, en 1969 -que en una primera etapa estuvo dedicada exclusivamente a servicios universitarios y científicos- a partir de 1991 se esconden fuertes intereses económicos para ofrecer servicios de conexiones mercantiles, comerciales y privadas, a través de su sistema de búsqueda de información interactivo World Wide Web (Web), que anteriormente eran ofrecidos como servicios en línea dedicadas privadas, independientes de Internet, o por los servicios tradicionales de comunicaciones y a unos costos más elevados. Mientras que, para 1993, enviar una página por correo electrónico vía Internet desde Nueva York a California, costaba un centavo y medio de dólar, por correo ascendía a veintinueve centavos y por fax a dos dólares (Carreón, 1995: 11-12).

Con ese traslado de los servicios de información en línea comerciales a Internet, se aumentan las posibilidades de que esta red de bajo costo, a la larga sea dominada por intereses netamente de rentabilidad económica y financiera, perdiéndose en parte la oportunidad de ofrecer un tipo de servicio más social y de acceso menos discriminado, que no tiene cabida a través de las redes privadas como CompuServe Inc., America Online Inc. y Prodigy Services Co. (*El Nacional*, 19-01-96: 6).

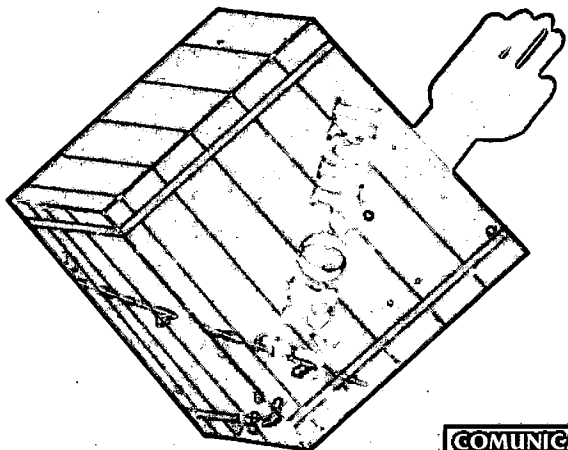
La constatación de que los capitales privados, anteriormente no interesados en invertir en el sector de las telecomunicaciones y del audiovisual, por considerarlos poco rentables y de interés público del Estado, cada vez más se fusionan y concentran para incursionar en el área de los nuevos servicios multimedia y telemáticos, nos permite pensar que la universalidad futura de la Sociedad de la Información tendrá sus excepciones para aquellos países, personas o instituciones que no dispongan de las infraestructuras y los recursos necesarios para acceder a los servicios globalizados los cuales serán cada vez más privatizados y comerciales.

En América Latina, los servicios de información en línea privados no

están tan arraigados como sí lo están en los Estados Unidos, Europa y Asia, los servicios de conexión con Internet son todavía baratos en comparación con los servicios privados y no ha llegado la competencia del sector hasta el punto de poder hablar de una guerra de precios, como la que se presenta en los países más desarrollados (*El Nacional*, ídem). Eso podría constituirse en una desventaja comparativa para los ciudadanos latinoamericanos o a lo mejor en una ventaja al no pertenecer a un circuito comercial-privado de acceso a la información y la comunicación que cada vez compulsará a los sujetos a un comportamiento de comprador indetenible de aparatos sofisticados de comunicación, a los cuales no se les saca todo su potencial, o por falta de tiempo o por falta de conocimientos para hacerlo.

De lo que no cabe duda es que hay una desigualdad real, como se refleja en el hecho de que la tendencia es a ofrecer servicios personalizados de alto costo, no accesibles para todos los ciudadanos. En Venezuela, por ejemplo, CONATEL estima que para los próximos años sólo la cuarta parte de la población venezolana (entre cinco y seis millones de personas), puedan tener acceso a los servicios de valor agregado de las telecomunicaciones y la informática (*Panorama*, 1-03-96: 4-8), lo cual impide hablar de una Sociedad de la Información igualitaria para todos, gracias a sus mercados globalizados y de acceso universal a los diferentes modos u opciones de información y de comunicación. Lo más probable es que esa imposibilidad contribuya a incrementar las diferencias, y que es allí donde se debería insertar la reflexión sobre la economía globalizada en la sociedad de la información.

En otros trabajos (Pineda, 1994; Pineda 1995 y Pineda, 1996) ya habíamos insistido en que uno de los principales obstáculos para el acceso de los países no desarrollados a los servicios de información universales, lo constituye la no disponibilidad de las infraestructuras mínimas para poder recibir dichos servicios; el poco desarrollo de la telefonía básica, de los servicios postales y de los servicios clásicos de los medios de comunicación (señales de televisión, cobertura de los periódicos, de la radio y de las salas de cine) es una



COMUNICACION

realidad en la mayor parte de los países pobres y nos habla de una disponibilidad discriminada de infraestructuras mínimas para el acceso a los diversos y crecientes flujos de información y de comunicación, concentrados en las zonas urbanas y en los barrios residenciales de las clases media-alta y alta. De manera que es muy difícil pensar desde nuestro contexto en un acceso universal a los nuevos servicios de información telemáticos, que son en el fondo los que sostendrían a un mercado globalizado para las nuevas tecnologías, porque son los servicios que ya han demostrado la generación de altos índices de valor agregado en los mercados mundiales, ya que ciertos servicios necesitan disponer de infraestructuras básicas de telefonía y señales de televisión por satélite y cable todavía no existen en gran parte de los países en desarrollo, con una cobertura que abarque a todo el territorio y a todos los grupos y zonas.

Las estrategias de las multinacionales del sector de las telecomunicaciones buscarán superar estos obstáculos de acceso y limitaciones para garantizar a sus productos tecnológicos y a sus servicios los mercados globalizados. Como parte de esas estrategias, se encuentra la incursión de los capitales privados extranjeros en la adquisición de la mayoría de las acciones de las Compañías, anteriormente estatales, de telefonía básica de los países en desarrollo. En América Latina, hemos asistido a las privatizaciones de las telefonías de Venezuela (CANTV), de Chile (CTC y Entel), de México (Telmex), de Perú (Telefonía del Perú) y de Argentina (Telecom y Telefónica), (Bachellet, 1995: 26-34 y Ramírez, 1996: 52-54), como parte de las nuevas modalidades de inserción del capital privado transnacional en nuestras realidades. La filosofía de estas adquisiciones tiene como norte poder incursionar directamente desde adentro en el mercado de los servicios de valor agregado (televisión por cable, por satélite, venta de datos informáticos, programas en multimedia, correo electrónico, telefonía celular o móvil) y poder ampliar desde el país receptor las redes básicas de teléfonos, las coberturas por satélites y por ondas de radio a través de las cuales hacer llegar esos servicios

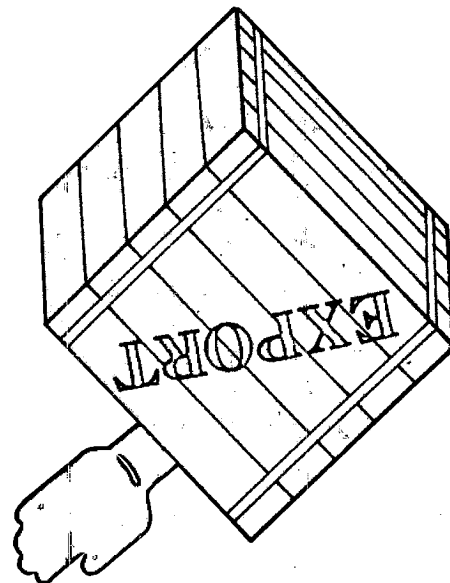
directamente a los hogares de los usuarios.

Sin embargo, la anterior estrategia, nunca ha estado animada por la inversión en servicios básicos vitales para el desarrollo de las regiones o grupos deprimidos de los países en desarrollo, el carácter de las inversiones de los capitales privados ha tendido a ser básicamente de tipo privado-comercial y hasta los momentos no ha significado una mejora significativa de los servicios de telecomunicaciones básicas, dirigidos a las zonas rurales y los grupos sociales de menor poder adquisitivo ubicados en las zonas urbanas.

Si bien es cierto que la mayoría de la población venezolana, el 75 por ciento, vive en áreas metropolitanas, la mayoría de la población de las grandes ciudades vive en zonas pobres (*Panorama*, 3-06-96: 1-9) por lo cual muchos no tienen acceso a los servicios básicos o nuevos de telecomunicaciones aunque vivan en las ciudades, debido a su bajo poder adquisitivo.

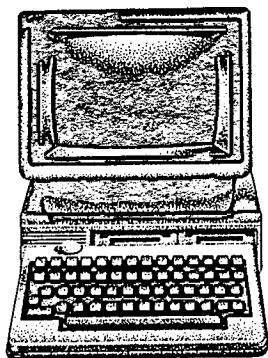
Por otra parte, en nuestro país, la CANTV invirtió, para 1994, 705 millones de dólares para instalar 450 mil nuevas líneas telefónicas e incorporar a 370 mil nuevos clientes, pero la distribución nacional de estas nuevas líneas estuvo repartida en las grandes capitales de las zonas urbanas, a saber, un 27 por ciento a la región capital (Distrito Federal y Estado Miranda), un 18 por ciento a la región Oriental (Pto. La Cruz, Margarita), un 15 por ciento a la región Nor-Occidental (Zulia y Falcón) y un 10 por ciento para cada una de las regiones centrales, donde hay mayor pobreza crítica (Carabobo-Cojedes, Centro Llano, Centro Occidental y los Andes), (*Revista Comunicaciones* N° 5, 1994: 1).

Por lo que respecta al tendido de la fibra óptica en el país, a través de la cual podrían llegar a los usuarios los nuevos servicios telemáticos, para el mismo año de 1994, el tendido de cable de 2.500 kilómetros solamente conectó a las grandes capitales del país como Caracas, Maracay, Valencia, Barquisimeto y Puerto La Cruz, mientras que las costas venezolanas, desde Maracaibo hasta Carúpano, fueron cubiertas con un cable submarino de 1.400 kilómetros de longitud (*Revista Comunicaciones* N° 5, 1994: 9 y 13).



Es apenas, para 1996, cuando el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) anuncia que realizará inversiones en la telefonía rural para aquellas poblaciones de hasta cinco mil habitantes que aún no disponen de ningún tipo de servicio telefónico, previéndose que para el Estado Zulia, el segundo en importancia del país, serían invertidos unos 40 millones de dólares para atender a sólo un tercio de la población rural de la región (*Panorama*, 28-02-96: 4-1), mientras que las dos empresas que explotan el servicio de telefonía celular, la de carácter privado, TELCEL, invirtió en 1994, 70 millones de dólares, casi el doble, para mejorar las llamadas en la zona de la capital, (*Panorama*, 3-09-94: 4-10) y la perteneciente a la CANTV, Movilnet, para el mismo año invirtió en telefonía celular y servicios de Caveguías (guías telefónicas), 79 millones de dólares, aproximadamente un 11 por ciento del total de sus inversiones (*Revista Comunicaciones* N° 5, 1994:9), servicios que por sus costos solamente son utilizados por sectores determinados en nuestro país, con lo cual se refleja la desproporción entre las inversiones de las zonas urbanas y las zonas rurales en el país y entre los distintos grupos de población.

El desequilibrio es todavía mayor cuando se observa que para 1996, CONATEL estima que el sector telecomunicaciones aportaría al fisco nacional unos 500 mil millones de bolívares, la mayor contribución al



fisco de la industria petrolera, sector que manifiesta un crecimiento de un 80 por ciento en los últimos cinco años (*Panorama*, 29-02-96: 4-1), ganancias que no se ven reinvertidas en servicios básicos de telecomunicaciones distribuidos equitativamente por zonas y grupos sociales en el país.

Además, no hay probabilidades ciertas que con la apertura y privatización de las Telecomunicaciones en la región de América Latina se reduzcan las disparidades en el tráfico internacional en la zona, que hacen que entren tres minutos de llamadas por cada minuto que sale (Bachellet, 1995:30) lo cual incide en el hecho de que nuestras tarifas en llamadas internacionales sean más elevadas que las de los países desarrollados, para poder compensar el desnivel de tres a uno, con lo cual se ve afectado el nivel de acceso al discado internacional de nuestros ciudadanos en comparación a los países más ricos.

A esos indicadores habría que añadir el hecho de que los mercados globalizados podrían encontrar barreras culturales que, al combinarse con la realidad económica de los países pobres, se podrían convertir en fuertes limitaciones para el objetivo de rentabilidad económica que buscan los nuevos servicios. Por ejemplo, en el caso de los servicios postales clásicos, es un hecho que en América Latina, a pesar del atraso en la prestación del mismo, existe una tradición cultural bastante arraigada

para su utilización, lo cual combinado con su bajo costo influye en su pervivencia como modo de envío de cartas, mensajes, facturaciones, etc. A pesar de que los servicios de correos privados han proliferado en la región y ofrecen una rapidez superior en los tiempos de entrega, los servicios postales públicos continúan manejando volúmenes significativos de reparto de piezas postales y telegramas, como es el caso del Instituto Postal de Venezuela (IPOSTEL), que solamente en la región de Maracaibo reparte mensualmente unas 738 mil piezas postales y unos 10 mil telegramas (*Panorama*, 22-05-96: 4-6).

El acceso universal a los servicios de la Sociedad de la Información, no es posible sin unas estructuras de telecomunicaciones adecuadas no sólo en el espectro internacional sino nacional y hasta local, y sin una disposición de los usuarios a invertir tiempo, dinero y recursos tecnológicos para la recepción de esos servicios. De modo que el usuario potencial de esas nuevas tecnologías y servicios es también un factor determinante para garantizar la globalización de los mercados y en este punto es donde se encuentra uno de los principales escollos para la integración de los mercados cautivos de los países en desarrollo, porque es el que más evidencia las desigualdades en términos de consumidores-tipo para estas tecnologías.

Por otra parte, habría que tener en cuenta que a pesar de que el equipamiento de las infraestructuras y nuevos productos exista en nuestros mercados dependientes, haría falta una demanda significativa de los nuevos servicios que depende en gran parte de la disponibilidad de los usuarios. Es de prever, que esa demanda sea más alta en los sectores productivos, dirigentes, empresariales y profesionales de la región, quienes requieren de estas tecnologías y servicios para sus funciones laborales y personales. El usuario común encuentra muchos impedimentos económicos para acceder a los servicios privatizados de la superautopista de la información.

Frente a una realidad de pobreza extrema de la mayoría de los países de la región, que en el caso venezolano asciende casi a un 80 por ciento, y en otros países oscila entre un 60 y 70 por ciento; ante una

situación de inflación galopante en casi todos los países de la región especialmente en Venezuela, México y Uruguay, encontrándose Venezuela, según el Banco Central, en el primer lugar, hasta mayo de 1996, con un 51,5 por ciento de inflación acumulada y que ha hecho que el venezolano haya perdido su poder adquisitivo ante los constantes aumentos de precios que han producido un incremento del 64,10 por ciento en la Cesta Básica de Consumo Alimentario (*Panorama*, 27-05-96: 4-10; 2-06-96:1-6 y 4-06-96: 4-4) frente a los altos índices de desempleo en la región, que oscilan entre un 12 a un 25 por ciento y el predominio de mano de obra no cualificada; y ante un recrudescimiento de las enfermedades endémicas de la zona (cólera, encefalitis equina, diarreas crónicas y enfermedades infecto-contagiosas); es difícil pensar que la apertura universal de la globalización telemática y la divulgada recuperación económica de la región, anunciada por el Fondo Monetario Internacional, resolverán por sí solas los problemas básicos de desarrollo de las poblaciones mayoritarias de América Latina, cuya pobreza extrema ha aumentado en lugar de disminuir.

Por eso debemos reflexionar sobre hacia dónde nos dirigimos con la Sociedad de la Información y con su economía globalizada. Acaso nos dirigimos realmente hacia una sociedad universalmente abierta, como expresión de una sociedad igualitaria, o por el contrario estamos más cerca de una sociedad con una economía cada vez más inhumana que privilegia los intereses comerciales-empresariales por encima de los sociales y colectivos.

Organismos internacionales, fundaciones y expertos han comenzado a manifestar su preocupación por los impactos negativos del desarrollo científico y tecnológico en la naturaleza, en el hombre y en la sociedad. Incluso, el Club de Roma ha señalado el peligro de la tendencia deshumanizante de la sociedad globalizada con sus mercados desregulados y flexibles y abiertos a la competitividad comercial, que podrían aumentar las disparidades entre ricos y pobres y entre países desarrollados o no (*El País*, 8-10-95: 8).

La cuestión de cómo América latina accederá al futuro no es técnica

ni económica. Uno de los máximos expertos en materia de tecnología de satélites, Ernest Simo, ya ha señalado que uno de los puntos cruciales para la región en materia de desarrollo de las nuevas tecnologías, es la decisión política que defina el destino de la región en el tendido de la superautopista de la información (Blanco, 1994: 14).

La decisión política requiere necesariamente de la definición de mecanismos reguladores que eviten los desequilibrios y las desventajas comparativas para zonas del mundo y grupos sociales.

POR UNA POLÍTICA INTEGRAL DE TELECOMUNICACIONES

Frente al panorama definido en el apartado anterior, podríamos concluir que el ciudadano común y corriente de América Latina se encuentra en situación de desventaja y desprotección con relación a las decisiones que toman las empresas

ha considerado la dimensión social y no rentable de la aplicación de las novedades tecnológicas en nuestra región.

El interés mostrado por las grandes compañías internacionales privadas por invertir en las telecomunicaciones regionales, responde a una motivación de ampliación de mercados para sus ganancias, que esperan ver garantizadas en clima de apertura y desregulación de este sector en la mayoría de nuestros países.

Esa desregulación significa, además de la privatización de las compañías telefónicas nacionales, la posibilidad de disponer de leyes y controles flexibles para el capital transnacional que en profunda alianza con el capital nacional, público o privado, se convierten en los protagonistas centrales de las decisiones políticas para la definición de las correspondientes legislaciones y reglamentos en el sector.

Los Estados regionales, bajo la presión de la crisis económica y de la necesidad de lograr una apertura de los mercados para las nuevas tecnologías de la información a modo de obtener ingresos al fisco, están cada vez más cediendo su lugar al capital privado, el cual intentará disponer de leyes y reglamentos que favorezcan su desenvolvimiento financiero en nuestros mercados internos con el mínimo de obstáculos y la máxima ganancia.

Ante esta situación, lo más probable es que se busque definir una legislación desregulatoria del sector de las telecomunicaciones que se acojan a los mercados globales y a sus intereses económicos-industriales. Lo que todavía no está muy claro, es si estas nuevas reglamentaciones garantizarían el concepto de servicio público que debe prevalecer como filosofía de regulación de los nuevos servicios y medios de información y de comunicación, para orientar la aplicación de estos servicios y medios hacia la cobertura de necesidades sociales de información y comunicación y no solamente hacia la cobertura de los intereses de rentabilidad de las multinacionales del sector y las empresas operadoras y prestatarias de los servicios.

Para la integración de Políticas Regionales de Telecomunicaciones, resulta fundamental que los Estados tomen decisiones políticas conjuntas,

en el contexto de un clima de integración de medidas y orientaciones, que aunque permitan la flexibilización y apertura a la competencia, porque no se puede retroceder al pasado, garanticen que los derechos ciudadanos de acceso a la información y la comunicación estén protegidos, independientemente de qué zonas del mundo o grupos sociales se traten.

Por un lado, en el seno de los países de América Latina se han producido pronunciamientos de algunos organismos de planificación gubernamental o privados, donde se indica que las telecomunicaciones son un sector fundamental para el logro de la integración regional. El Sistema Económico Latinoamericano (SELA), en sus diez mandamientos para lograr culminar con la integración regional habla de la necesidad de permitir la integración física a través de obras de infraestructura, transporte y telecomunicaciones (*Panorama*, 28-05-96: 1-5). Por el otro, organismos políticos internacionales como la Unión Europea (UE) y empresarios internacionales del sector han manifestado su interés en proyectos de integración en telecomunicaciones, como el del corredor andino de telecomunicaciones y el proyecto del Satélite "Simón Bolívar", ambos de los países del Pacto Andino (*Panorama*, 16-10-95: 1-4).

Estas acciones han sido acompañadas con planes concretos de integración en telecomunicaciones como son los casos de la instalación del Primer Canal de Satélites del MERCOSUR, APE TV, que cubre con su señal a Chile, Argentina, Paraguay, Uruguay y Brasil, y cuyo carácter gratuito lo hace un canal de servicio para los habitantes del sur de América Latina, con un perfil netamente latinoamericano (García, 1995:17); y el caso del plan conjunto de las Compañías Telefónicas de Venezuela y Colombia (CANTV y Telecom) para la instalación de nuevos enlaces de microondas digitales y un cable submarino de fibra óptica como infraestructuras básicas para lograr la integración binacional, de acuerdo a los requerimientos de la Comisión Binacional de Asuntos Fronterizos, El Grupo de los Tres y El Grupo de Río (Revista *Comunicaciones* N° 5. Ob.cit: 18).

Pero a pesar de estas iniciativas,



de telecomunicaciones y los organismos estratégicos del sector. La mayor parte de los planes y proyectos de crecimiento y desarrollo en telecomunicaciones se ha hecho pensando en un usuario que tendrá disponibilidades económicas para disfrutar de los servicios a ofrecer pero no se

lo que preocupa a los investigadores, expertos, organismos no gubernamentales y asociaciones de la sociedad civil es el binomio: privatización vs servicio público de las telecomunicaciones, lo cual obliga a realizar una revisión profunda de las antiguas leyes de telecomunicaciones, pero también a buscar los mecanismos de participación e inserción de los ciudadanos en la definición de las políticas de telecomunicaciones en la zona.

El sector de las telecomunicaciones resulta estratégico no solamente por su potencial económico para quienes exploten sus productos y servicios, sobre todo los de valor agregado, sino por sus implicaciones sociales y culturales, ya que ellos no tienen ninguna aplicación hacia el usuario común a menos que vayan acompañados de unos contenidos; los soportes de telecomunicaciones transportan unos programas y contenidos que deberán ser regulados mediante leyes para evitar las distorsiones culturales, éticas o ideológicas que podrían ocasionar su difusión incontrolada. De modo que una revisión de las actuales leyes del sector en la región no debe centrarse exclusivamente en la regulación de los equipos, redes, hardware y soportes físicos en general sino fundamentalmente en los contenidos a transportar mediante los nuevos servicios de televisión por cable, por satélite y por redes informáticas.

Al abarcar esa otra cara de la ley, la de los contenidos, la regulación se convierte en tema de interés no solamente de las multinacionales que desean invertir en el sector, que en una negociación con los Estados nacionales y los entes locales encargados de las políticas de telecomunicaciones (compañías telefónicas nacionales, organismos reguladores del Estado) buscan garantías de apertura de los mercados, sino también de otros grupos de las sociedades latinoamericanas preocupados por el destino social de esta apertura en el sector (asociaciones de vecinos, la iglesia, organismos de protección de la mujer, la infancia y el menor, asociaciones de espectadores y usuarios de los servicios) (Safar y Pasquali, 1992).

En el caso concreto de Venezuela, la Ley de Telecomunicaciones data de 1940, la cual se ha quedado

desfasada frente a los procesos de cambios ocurridos en el sector con la inserción de nuevas tecnologías, la globalización de los mercados y de las normas internacionales. En la actualidad, la CANTV, conjuntamente con Conintel (Consejo nacional de Informática, Telecomunicaciones y Electrónica), ha presentado al Congreso de la República, las observaciones del sector privado al Proyecto de Reforma de la mencionada ley (Revista *Comunicaciones* N°9, 1995: 7).

Estas dos entidades de carácter privado, agrupan a las empresas del sector y esperan entrar en negociaciones con el organismo público regulador del sector, CONATEL (Comisión Nacional de Telecomunicaciones), creado en 1991, el cual depende del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones y que será el encargado de regular, ordenar y controlar las operaciones de prestación de servicios. De manera que le corresponde a esta Comisión defender los derechos de los usuarios, regular las tarifas, promover la apertura de nuevos servicios, otorgar permisos y concesiones y supervisar la calidad en la prestación de los servicios de telecomunicaciones (Guevara, 1994: 14-22).

No obstante, para que se pueda hablar de una reforma integral del sector de las telecomunicaciones, tendrían que plantearse otras propuestas de ley en áreas de la información y la comunicación social que, ante la convergencia posible con las nuevas tecnologías entre telecomunicaciones, informática y el audiovisual, resultan complementarias e indispensables sobre todo en lo que tiene que ver con normar los contenidos a transportar por los nuevos soportes de telecomunicaciones.

Esas nuevas leyes, ajenas a las ramas clásicas del ejercicio del periodismo, supondrían cambios jurídicos relevantes para la radio y la televisión, para la libertad de expresión y para el desarrollo equilibrado de los medios regionales. En este sentido, CORDIPLAN ha presentado una propuesta de cooperación para participar en la elaboración de políticas de comunicación en el sector de los medios, igualmente lo ha hecho la COPRE sobre la propuesta de un Proyecto de Reglamentación de la Radio y la Televisión de Servicio

Público, además el Comité por una Radio y Televisión de Servicio Público (CRTP) ha presentado también otro proyecto de Ley de Radio y TV de Servicio Público (Safar y Pasquali, 1992); por su parte, el Congreso ha nombrado una comisión para que redacte la Ley sobre la Libertad de Expresión y el Consejo Venezolano de la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación Social (CONVEIC) ha planteado la necesidad de definir una ley de desarrollo regional de los medios.

Tampoco existe en el país, una Política de Comunicación Integral que sirva de marco al desarrollo de los procesos de apertura y privatización que también se tienden a iniciar en el campo de las telecomunicaciones, a modo de poder consolidar una concepción de la radio y televisión de servicio público, para garantizar a la población sus derechos a la información y la comunicación libre, pública y gratuita (Oberto, 1995: 2-2).

Todas estas iniciativas que serían



complementarias a la Ley de Telecomunicaciones y afectarían profundamente el panorama del sector de los medios en su integración con los nuevos servicios telemáticos, no servirían de nada, en lo que tiene que ver con aplicar las comunicaciones con nuestro desarrollo, sino ayudan

a afianzar la apertura democrática de la sociedad, mediante la participación de los que van a sufrir las consecuencias de la presencia de las tecnologías de la información y sus servicios en nuestros países.

La participación no puede limitarse sólo al ámbito de las instituciones políticas, tiene que extenderse a la sociedad civil... El problema estriba en la concepción del cambio tecnológico dominante en nuestras sociedades: como un fenómeno autónomo, que responde a su propia lógica interna, siendo por lo tanto necesario e inevitable; como la consecuencia de una revolución tecnológica aparentemente ajena a las fuerzas y poderes sociales, ante la cual sólo cabe tratar de aliviar sus posibles consecuencias negativas y aprovechar al máximo sus potencialidades, como si de un fenómeno natural se tratara" (Zubero, 1996: 34).

CONCLUSIONES

La globalización de los mercados, que exige la Sociedad de la Información, no es una tendencia homogénea, debido a que existe un acceso desigual entre países, zonas del mundo e individuos, lo cual es bastante evidente en América Latina.

Aunque la economía globalizada exige inversiones, mercados y consumidores globalizados para poder obtener ganancias globalizadas, existen fuertes obstáculos y limitaciones en el seno de los países en desarrollo para que ello sea posible.

Frente a los profundos desniveles en el acceso a la Sociedad de la Información para los sectores sociales, individuos y poblaciones rurales en la América Latina, resulta difícil resolver la paradoja de cómo hacer universales y globalizados los servicios ofrecidos por las nuevas tecnologías cuando ellos se insertan en la región siguiendo los patrones comerciales-privados y de máxima rentabilidad, con lo cual sólo se hacen disponibles para algunos pero no para toda la sociedad. Si el usuario es uno de los sectores más determinantes en las estrategias de globalización, es decir, si lo importante es hacer llegar los nuevos servicios no a los grandes usuarios sino al ciudadano común en su espacio doméstico, cómo superar las limitaciones de acceso de los

sectores menos pudientes de América Latina.

La tendencia dominante es hacia la comercialización progresiva de las nuevas tecnologías de la información, tal como lo muestra el caso de Internet, que se está viendo invadida por servicios comerciales de compañías internacionales. Ante esa situación, lo más probable es que América Latina se convierta en mercado periférico con sus consiguientes consecuencias (simples consumidores, no productores de innovaciones en el campo y sujetos pasivos en los procesos de comercialización de esas tecnologías), para nuestro desarrollo social).

Se plantea entonces la necesidad de establecer mecanismos reguladores que a través de una Política Integral de Telecomunicaciones, garantice el servicio público de las comunicaciones y el derecho a tener acceso a la información y a la comunicación, porque si las telecomunicaciones tienen un valor económico innegable, como generadores de alto valor agregado, también tienen un altísimo valor cultural y social ya que su razón última es transportar unos contenidos o programas a los usuarios, los cuales deben estar sujetos a normativas y regulaciones para garantizar sus aplicaciones en el beneficio de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Bachetel, Pablo, 1995. "Telefonic Park". Revista *América Economía* N° 96. Argentina, junio.
- Barreiro de las Llanderas, Juan, 1995. "Servicios globales". *Boletín Fundesco* N° 161. Madrid, diciembre.
- Blanco, Epifanio, 1994. "¿Una autopista demasiado lejana?". Revista *Visión*. México, septiembre.
- Cancón, Juan, 1995. "Un nuevo mundo". Revista *Internet* N° 1, Año 1. México.
- Diario *El Nacional*, 4-09-94. "El PC como electrodoméstico". Cuerpo: Ciberespacio. Caracas, C-1.
- Diario *El Nacional*, 19-01-96. "Internet amenaza la rentabilidad de los servicios en línea". Caracas, 6/Economía.
- Diario *El País*, 08-10-95. "La otra bola de cristal". Suplemento Domingo. Madrid.
- Diario *Panorama*, 3-9-94. "70 millones para mejorar las llamadas". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 11-10-95. "IBM prevé crecimiento del 15 por ciento en América Latina". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 28-10-96. "Invertirán 40 millones de dólares en telefonía rural para el Zulia". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 29-02-96. "500 millones aportará al fisco el sector de las

telecomunicaciones". Maracaibo.

- Diario *Panorama*, 1-03-96. "Cinco millones de venezolanos se incorporan a la red Internet". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 22-05-96. "Ipostel reparte 10 mil telegramas en Maracaibo". Maracaibo. p. 4-6
- Diario *Panorama*, 22-05-96. "Sela presenta diez mandamientos para integración en América Latina". Maracaibo. p. 1-5
- Diario *Panorama*, 27-05-96. "Brutal caída del poder adquisitivo". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 2-06-96. "Entre 12 y 13 por ciento se situó inflación en mayo". Maracaibo.
- Diario *Panorama*, 3-06-96. "75 por ciento vive en áreas metropolitanas". Maracaibo.
- García, Serrana, 1995. "Primer Canal Satelital del mercosur". Revista *Candela*. AUIC: Montevideo, junio/septiembre.
- Guevara, Ira, 1994. "Venezuela se telematiza". Revista *Comunicación* N° 88. Centro Gumilla. Caracas, cuarto trimestre.
- Oberto, Luis Enrique, 1995. "¿Privatización y Televisión de servicio público?". Diario *El Universal*. Caracas, Agosto. C. Opinión.
- Pineda, Migdalia, 1990. *Nuevas Tecnologías de la Información y Política Nacionales de Comunicación: primeros pasos en Europa / Algunas reflexiones para América Latina*. Trabajo de ascenso titular. LUZ. Maracaibo.
- Pineda, Migdalia, 1994. "Hacia una Planificación de las Nuevas Tecnologías en América Latina". Revista *Opción* N° 14. Año 10. FEC/LUZ. Maracaibo, septiembre.
- Pineda, Migdalia, 1995. "Telecomunicaciones: Desequilibrios, Globalización y Diversidad Cultural". Revista *Opción* N° 16. Año 11. FEC/LUZ. Maracaibo, septiembre.
- Pineda, Migdalia, 1996. *Sociedad de la Información, Nuevas Tecnologías y Medios Masivos*. Ediluz. Maracaibo.
- Plaz Power, Irene, 1993. *La informática en la sociedad venezolana*. UCV/CDCH. Caracas.
- Ramírez, José Antonio, 1996. "Telecomunicaciones: Tecnología de vanguardia presente en México". Revista *Byte*. México, enero.
- Revista *Comunicaciones* N° 5, 1994. "La integración funciona en las telecomunicaciones". CANTV. Caracas, marzo. Año VII, p.18.
- Revista *Comunicaciones* N° 5, 1994. "Otro récord en inversiones". P. 1, 8-13.
- Revista *Comunicaciones* N° 6, 1994. "La nueva autopista de la información: voz, datos y video por el canal rápido". CANTV. Caracas, mayo. Año VII. P. 4-5.
- Revista *Comunicaciones* N° 9, 1995. "Cantv batalla por una nueva ley de telecomunicaciones". CANTV. Caracas, mayo. Año VII, p. 7.
- Safar, Elizabeth y Pasquali, Antonio, 1992. *La Comunicación Social: Memoria de un país en subasta*. ULA/CRTP. Mérida.
- Santacruz, Lino, 1994. "El futuro cercano de las telecomunicaciones". Revista *Mexicana de Comunicación*. N° 36. N° VII. Fundación Manuel Buendía. México, agosto/ septiembre.
- Zubero, Imanol, 1996. "Participación y Democracia antes las Nuevas Tecnologías". *Telos* N° 45. Madrid, marzo-mayo.