

Opción, Año 12, No. 19 (1996): 101-124  
ISSN 1012-1387

# **Telecomunicaciones: desequilibrios, globalización y diversidad cultural**

*Migdalía Pineda de Alcázar*

*Escuela de Comunicación Social, Universidad del Zulia  
Apdo. 526. Maracaibo 4001-A, Venezuela*

## **Resumen**

El tema central que aborda este trabajo es el papel estratégico de las Telecomunicaciones en el año 2000 y su relación con los procesos de desequilibrios entre regiones del mundo, países, individuos y grupos sociales, basado en cifras que demuestran el peso de este sector en la economía mundial. También se enfoca cómo es, dentro del proceso de globalización de las comunicaciones, la articulación entre los flujos globales y locales de comunicación e información, y qué perspectivas se abren para la diversidad cultural.

**Palabras claves:** América Latina, telecomunicaciones, globalización, cultura.

# **Telecommunication: unbalance, globalization and cultural diversity**

## **Abstract**

The main theme of this paper is the strategic role of telecommunication in the year 2000 and its relation to the unbalanced process between regions of the world, persons and social groups, based on numerous evaluations that show the weight of this area in the world's economy. In addition, within the process of globalizing communications, the links

between global and local communication and information flows are studied, as well as the perspectives that are opening up for cultural diversity.

**Key words:** Latin America, telecommunication, globalization, culture.

## INTRODUCCION

Durante los últimos cinco años se ha manifestado un crecimiento vertiginoso del sector de las Telecomunicaciones a nivel internacional que se evidencia en los índices de crecimiento del mercado de productos y servicios telemáticos, en las cuantiosas inversiones que exige este sector para ser competitivo en el mercado mundial, en las jugosas ganancias que genera a las pocas multinacionales del ramo y en las estrategias seguidas para la cobertura de los mercados por zonas del mundo.

Esta investigación intenta ahondar en el panorama del comportamiento de las Telecomunicaciones, demostrando a través de cifras estadísticas actualizadas, la importancia y el peso que este sector tiene dentro de las economías desarrolladas y estudiando las tendencias del comportamiento de los grupos productores de los productos y servicios de información y comunicación posibles a través de las redes de telecomunicaciones, en cuanto a estrategias de globalización de sus mercados.

A partir de ese análisis se demuestra cómo el desarrollo de cada vez más productos y servicios de telecomunicaciones en un mercado mundializado podría llegar a recrudecer los desequilibrios y las distancias por zonas del mundo, por países, por regiones de estos países, por grupos sociales y por individuos.

Se insiste también en que el advenimiento de una sociedad interactiva globalizada, posible a partir del año 2000 con la existencia tecnológica de la denominada "superautopista de la información", a pesar de ser concebida por algunos estudiosos como una vía para la apertura y la democratización de las culturas y las comunicaciones podría conducir más bien hacia una sociedad más excluyente, al ofertar opciones de servicios y programas sólo accesibles para determinados grupos sociales, países e individuos, sin aplicaciones sociales y públicas.

Se aborda cuál sería el lugar de América Latina en este proceso de globalización de las Telecomunicaciones, cómo se produciría la dinámi-

ca entre los flujos globales de información transnacional y los flujos locales de información regional, así como las repercusiones de este proceso en la diversidad cultural y en aplicaciones tecnológicas para los problemas de desarrollo latinoamericano.

## **1. PANORAMA DE LAS TELECOMUNICACIONES EN LA ACTUALIDAD MUNDIAL**

### **1.1. La importancia y el peso del sector en cifras**

En el campo de las telecomunicaciones se están produciendo vertiginosos cambios que están obligando a los países productores de tecnologías y servicios del sector a replantear las estrategias para mantenerse en situación competitiva en el mercado mundial, cuyo crecimiento es cada vez más evidente como lo demuestra el hecho de que el crecimiento anual de ese mercado es de un 9%, lo cual supone una media del 7%, aproximadamente un 5% del PIB mundial (Sánchez, 1993:8).

Ese crecimiento sostenido se ha traducido en un peso cada vez mayor del sector de las telecomunicaciones en todas las economías de los países desarrollados, por encima incluso de los sectores estratégicos clásicos de esas economías (industrial y servicios tradicionales).

Esa nueva realidad ha llevado a que las compañías transnacionales norteamericanas, europeas y japonesas punteras en este sector, que en realidad oscilan entre un número de diez y quince en total en todo el mundo (Hamelink, 1990:47), hayan iniciado un proceso de ampliación de la cobertura de sus mercados tradicionales de suministro de equipos y aparatos para ofertar ahora a nivel mundial nuevos servicios (telefonía móvil celular, bancos de datos, servicios por satélites, televisión por cable, etc).

En la primera etapa del desarrollo acelerado de las telecomunicaciones (años 70-80), la estrategia de las multinacionales del sector era la de ofertar en el mercado mundial sus productos tecnológicos, pero una vez cubierta esa etapa que ha tocado techo en la mayor parte de las regiones más desarrolladas, lo importante es ampliar los mercados a través del ofrecimiento de servicios de información y de comunicación, que parecen ser los renglones competitivos en un futuro en el uso de los sistemas de telecomunicaciones.

El peso del sector servicios por encima del sector equipos en el mercado mundial era ya evidente a través de las ganancias obtenidas por

ambos sectores en 1992, según las cuales de los 535.000 millones de dólares de ganancias de todo el sector de telecomunicaciones, un 78%, es decir, 415.000 millones de dólares correspondían al sector servicios y sólo un 22% al sector de venta de equipos, unos 120.000 millones de dólares, lo cual significaba para el sector servicios, un 8% más de crecimiento que en 1991 y para el sector de equipos un 9% más que en 1991 (UTI, 1993:10).

Uno de los campos de mayor florecimiento en los años noventa, dentro de esos nuevos servicios es el de la telefonía móvil, cuyos índices de crecimiento han sido evidentes en todas las regiones del mundo donde ha sido introducido. Así observamos que, por ejemplo, si en 1983 existían 300.000 aparatos celulares en el mundo, las previsiones para el año 2000 son que existan 100 millones de aparatos celulares, aproximadamente, de los cuales 20 millones estarán en USA. En la Unión Europea, según el Libro Verde de las comunicaciones móviles, actualmente utilizan este servicio 15 millones de personas, con tendencia a aumentar en seis años a 40 millones, para llegar en el año 2010 a 80 millones de usuarios. Los cálculos de las ganancias que moverá este sector, sólo en servicios, son de 3.5 billones de pesetas antes de fines de este siglo (Egido, 1994:147), lo cual representa aproximadamente 28.500 millones de dólares.

Por su parte, en América Latina, en países como por ejemplo Brasil, el sector de telefonía celular generará, para 1997, ganancias de 2 billones de dólares anuales (Alfonso, 1993:16).

En Europa Occidental, uno de los mercados de mayor crecimiento en el campo de las telecomunicaciones en los últimos años, como producto de los procesos de liberalización del sector, se manifiesta de forma marcada el predominio del sector servicios en cuanto a ganancias obtenidas, por encima incluso de la gestión de las redes de telecomunicaciones. Se puede observar que, en 1991, los servicios de información generaron ganancias de un total de 4.400 millones de ecus; los servicios de mensajería generaron 1.700 millones de ecus y la gestión de la red sólo generó 1.000 millones de ecus.

La tendencia general es que para finales de los noventa, las industrias de las telecomunicaciones en el mercado mundial obtengan una ganancia de 2 billones de ecus (Sánchez, 1993:9), aproximadamente 1,5 billones de dólares.

Para mantener un crecimiento sostenido, las empresas de telecomunicaciones han aumentado sus cuantiosas inversiones en innovaciones

tecnológicas en la red de información básica del sector, la red telefónica, a través de la ampliación de su cobertura, de la digitalización, del tendido de fibra óptica y del mejoramiento de los satélites. El disponer de estas infraestructuras básicas será fundamental para poder ofertar a futuro los nuevos servicios que vayan apareciendo en el mercado mundial.

De manera que ya para 1992 el mercado mundial de líneas telefónicas era de 575 millones de líneas, de las cuales 28 millones eran nuevas líneas, es decir, un 5% más que en 1991. Y la densidad telefónica mundial para ese mismo año era de 10 líneas por cada 100 habitantes (UTI, 93:10).

La importancia de la infraestructura telefónica es tal que los países desarrollados en los años noventa han comenzado a invertir bastante porción de sus PIB en la ampliación de las redes, siendo esta proporción mayor en la medida en que disponían de infraestructuras más anticuadas o de menor cobertura según los países. En Europa, esto es bastante evidente, porque países como Alemania, Francia y el Reino Unido invierten anualmente entre un 25% y un 27% de sus ingresos en infraestructuras telefónicas, mientras que los países del Sur de Europa (España, Portugal) invierten un 55% de sus ingresos (Nadal, 1993:5). En el caso de España, en 1990, se invirtió 14,5 millones de pesetas en líneas urbanas instaladas, de las cuales 12,6 millones correspondían a líneas en servicios y el resto a líneas en espera (Osa, 1991:8).

En relación con el crecimiento de las infraestructuras para recibir servicios por satélites también se observa una evolución, en el caso de Europa Occidental, en 1991, había 1,8 millones de estaciones receptoras de satélites y en 1994 ya había 6 millones más. Y sobre los terminales para los servicios de datos y de voz, se estima que en esa región del mundo para el año 2000 hayan 220.000 y 65.000 terminales de datos y voz respectivamente (AAVV/Fundesco, 1991:13).

Las inversiones en cable de fibra óptica también han aumentado vertiginosamente, no sólo en los países desarrollados sino que las grandes transnacionales del sector invierten en proyectos regionales por sus zonas de influencia a modo de poder disponer a futuro de mercados grandes para sus nuevos servicios. El caso de la ATT, de los Estados Unidos, es paradigmático, ya que a través de sus dos proyectos: América y Columbus II, ha invertido en 1994, 167 millones de dólares en el primero, y 172 millones de dólares, en el segundo, en el cable de fibra óptica para lograr conectarse con países de América Latina como Brasil,

Venezuela, Trinidad, Tobago, San Thomas, con el proyecto América y después con toda América Latina, con el Columbus II (Diario El Globo, 30-4-94; 12).

En la medida en que las inversiones aumentan y los mercados nacionales se quedan estrechos, las estrategias de las compañías productoras se globalizan internacionalizando sus producciones y servicios hacia mercados periféricos. Pero este proceso de internacionalización de los mercados no ha eliminado las distancias o los abismos entre las zonas del mundo desarrollado y no desarrollado.

### 1.2. Los desequilibrios por regiones

La importancia de las telecomunicaciones revelada en las cifras anteriores, está lejos de representar una inserción homogénea y equilibrada de este sector en las estructuras de los diversos países. Un dato indicador de los desequilibrios por países y regiones del mundo lo constituye los índices de inversiones en actividades de I&D, donde se demuestra una distancia insalvable entre países desarrollados y no desarrollados.

Mientras, para 1991, Japón invertía en este renglón un 3,1% de su PIB, seguido de la Unión Europea y Corea del Sur, con un 2%, respectivamente, y de los Dragones de Asia, con un 1,6%; las zonas más pobres invertían en I&D, para esa fecha, sólo entre un 0,3 y 0,7% de su PNB (América Latina), un 0,3% (Oriente Medio y África) y apenas un 0,2% (Asia Subdesarrollada) (UNESCO, 1994).

Esas distancias también existen entre los países no desarrollado, como es el caso de los de América Latina donde la inversión en I&D en telecomunicaciones no está estandarizada. Así encontramos países como Brasil, que para 1991, invertía 20 millones de dólares por millón de habitantes, mientras que México, Argentina y Cuba invertían de 15 a 20 millones de dólares por millón de habitantes; Venezuela y Costa Rica invertían de 10 a 15 millones y Colombia y Perú menos de 5 millones de dólares por millón de habitantes (UNESCO, 1994).

Las cifras anteriores nos expresan, la desventaja en la que se encuentran los países más pobres en un área estratégica, para superar las brechas entre países con capacidad tecnológica en el campo de las tecnologías de la información y países sin capacidad tecnológica para generar cierto margen de competitividad y autonomía en este importante sector.

Los lazos de dependencia tienden a aumentar con la globalización de los mercados, en la medida en que nos integramos como mercados periféricos al mercado internacional de las tecnologías, incluyendo a las de las telecomunicaciones, pero sin disponer ni de Investigación y Desarrollo propios ni de una industria de productos y servicios que nos permita competir en ese mercado con cierta ventaja comparativa. La situación se vuelve un círculo cerrado, porque sin I&D no podríamos disponer de autonomía y sólo nos convertimos en mercados cautivos de los productos y programas de las grandes multinacionales del sector, es decir, en simples consumidores de lo producido por otros.

La incidencia que estos desequilibrios tiene, en cuanto al desarrollo social de los países más pobres, es de tal envergadura que repercute no sólo en imposibilidad para competir en la economía internacional y generar más PIB para sus respectivas naciones, sino fundamentalmente en su incapacidad para establecer una estrategia de desarrollo comunicacional y cultural basado en una potenciación de sus sistemas autónomos de telecomunicaciones.

La escasa fuerza del sector de telecomunicaciones de los países no desarrollados para enfrentar la fuerte competencia de las multinacionales del sector, su poca inserción en la cobertura del mercado mundial de líneas telefónicas, que es el servicio básico de soporte para los nuevos servicios, mucho más competitivos y generadores de mayor valor añadido, se muestra con contundencia en las siguientes cifras: Mientras un 66% del mercado mundial de líneas telefónicas era cubierto en 1992, por países desarrollados como Estados Unidos (25%), Europa (31%) y Japón (10%), el 34% restante le correspondía al resto de los países, incluyendo a los del Tercer Mundo (UTI, 93:10).

Es evidente que hoy es cada vez más importante para el tercer mundo desarrollar sus infraestructuras básicas de telecomunicaciones, especialmente la telefonía básica y los servicios postales, a modo de lograr una oferta de estos servicios a las zonas rurales y de bajos recursos, ya que estos servicios son considerados actualmente como básicos para elevar los niveles de desarrollo de los pueblos. Las distancias a este nivel son de tal magnitud que mientras los 24 países más desarrollados del mundo que integran la OCDE, disponen para 1992 de 49 líneas por cada 100 habitantes, los países más pobres disponen de una media de 3,5 líneas por cada 100 habitantes (UTI, 93:10). Sin embargo, las inversiones en estas infraestructuras básicas han sido desvirtuadas con la presencia del

sector multinacional en la economía de los países menos desarrollados, porque en su proceso de globalización de los mercados a los grandes productores y vendedores de productos y servicios de telecomunicaciones sólo les ha interesado invertir en nuevas y sofisticadas infraestructuras, ubicadas preferentemente en las grandes ciudades o núcleos urbanos con mercados de alto poder adquisitivo, acentuándose las distancias ya existentes entre zonas rurales y urbanas.

La filosofía que acompaña a este comportamiento es que a los estados de cada país les corresponde todo lo concerniente a la infraestructura básica, sobre todo en el medio rural, que es donde se requiere de mayores inversiones de capital por sus dificultades de acceso y penetración.

La presencia de los grandes capitales internacionales en las estructuras de las empresas nacionales de telecomunicaciones en países como los de América Latina, la política de fusiones de estos capitales con los nacionales ha seguido la anterior tendencia, ayudando a recrudescer las distancias entre comunidades, zonas e individuos de estos países, lo cual podría a la larga ayudar a distorsionar los modelos de desarrollo social, pensados desde la potenciación de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información.

En los países no desarrollados se observa una preocupación por introducir opciones de nuevos servicios e infraestructuras de telecomunicaciones en las grandes capitales, pero sólo en los sectores donde vive la población de mayor poder adquisitivo. Las empresas multinacionales, desde los años 90, han adquirido acciones en las compañías telefónicas de los países de América Latina y han iniciado procesos de inversión pero siguiendo la tendencia de ubicarse en las zonas urbanas. La Compañía Telefónica de España, en 1992, invirtió 140.000 millones de pesetas (aproximadamente 1.111,11 millones de dólares) en más de 5 millones de líneas telefónicas instaladas en ciudades de Chile, Argentina, Venezuela y Puerto Rico, obteniendo unas ganancias de 9.414 millones de pesetas, todo lo cual representa un 26% de crecimiento anual (Santillana, 1993:4). En un país como Venezuela, una sola multinacional, la GMT (USA) invertía para 1994, 1.200 millones de dólares en expansión de las líneas telefónicas de las ciudades más importantes (Panorama, 18-3-94:6-6). También en ese país, el cableado de las capitales con fibra óptica esta siguiendo esta tendencia, se introduce en las principales ciudades (Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto), pero no en

todos los barrios sino en los de la clase alta y media alta, donde para inicios de 1994, la CANTV (Compañía de Teléfonos de Venezuela) tenía un 44% de sus clientes de líneas digitales y para finales de ese mismo año ya contaba con más del 60% de los clientes en esos barrios (Panorama, 18-3-94;6-6). Igualmente sucede con la venta de aparatos sofisticados como celulares, faxes, antenas parabólicas y sus correspondientes servicios.

Surgen grandes desventajas en el acceso, disfrute y uso de la telecomunicaciones y sus nuevas infraestructuras, lo cual repercute directamente en la no disponibilidad de los nuevos y viejos servicios que los sistemas de telecomunicaciones transnacionales podrían ofrecer a las poblaciones de los países del Tercer Mundo, cuya estrategia comercial es hacia la globalización de los mercados pero con discriminaciones más tajantes que las establecidas por las viejas formas y servicios de telecomunicaciones.

En ese proceso de contradicción estructural que acompaña a la globalización de las telecomunicaciones y sus mercados, nos encontramos con unos espacios no tocados, no cubiertos por las estrategias de los grandes productores de estas tecnologías, que en el Tercer Mundo afectan a la mayoría de las personas y grupos sociales y que nos habla de una desigualdad dentro de una mundialización, que no puede ser resuelta con opciones tecnológicas y de mercado exclusivamente.

La desigualdad, en el fondo, no es más que la evidencia de una diversidad histórica, cultural, social y, en suma, estructural que se resiste a ser homologada y resuelta con salidas tecnocráticas y mercados globales, que no consideren las dimensiones culturales, sociales y grupales del modelo de desarrollo tecnológico que propone la sociedad de la información.

Es evidente que donde se palpa más marcadamente esa contradicción es en esa lucha entre "desarrollo tecnológico", entendido como acceso, disfrute y disponibilidad de sofisticadas ofertas tecnológicas de información y de comunicación, y "atraso tecnológico", entendido como no uso, acceso y disponibilidad generalizada de estas ofertas, y es en los países no desarrollados, donde parecen montarse dos tiempos históricos: el de la modernidad tecnológica y el del atraso tecnológico.

Lo que aún no se ha estudiado con profundidad, sobre todo por la investigación de las zonas del mundo menos desarrolladas, es si esa

irreconciliación entre estos dos tiempos no es acaso el resultado de la marcada presencia de factores culturales y sociales, que en el proceso de globalización tecnológica se resisten a dejarse homogeneizar por estrategias de mercado y opciones económicas y financieras, la mayor parte de las veces impuestas por las multinacionales de los países desarrollados (Martín Barbero, 1987:170).

Se ha venido hablando de abismos, de distancias entre países pobres y ricos en tecnologías de la información, pero siempre haciendo referencia a la disponibilidad o no de acceso a los nuevos productos y servicios de información y comunicación, pero sin considerar que esos abismos pueden enconder distancias históricas, sociales y culturales que no requieren necesariamente de tecnologías para resolverse y poder hablar de avances en el desarrollo de las sociedades. De repente, podría ser que frente a la tendencia a homologar mercados, productos, ofertas y servicios se encuentre la resistencia cultural de algunas sociedades o grupos de ellas a ser estandarizados, atisbando por esta rendija el espacio histórico y social de las sociedades dependientes que nunca podrá ser globalizado.

Estas reflexiones nos llevan a preguntarnos, ¿hacia dónde vamos, hacia una sociedad globalizada o hacia una sociedad fracturada y excluyente en sus opciones de desarrollo?

## **2. LA SOCIEDAD INTERACTIVA COMO MÁXIMA EXPRESIÓN DE LA GLOBALIZACIÓN**

Los teóricos de la sociedad de la información predicen que de aquí al año 2000 nos estaremos dirigiendo hacia una sociedad interactiva, sustentada en redes de teleinformática que permitan la conectividad de los seres humanos en cualquier lugar en que se encuentren y el acceso a los servicios de información y de comunicación y a las "telecomunicaciones inteligentes" (Blanco, 1993:4).

Esa sociedad ha sido caracterizada desde mediados de los años ochenta como una "economía de servicios", básicamente ofrecidos a través de redes de información o como una "sociedad de lo inmaterial" porque oferta servicios y bienes no materiales sino de información y de comunicación.

Después del año 2000, es probable que dichos servicios confluyan en la denominada "superautopista de la información", por donde circu-

larán simultáneamente imágenes, voz, texto y datos, gracias a una red de fibras óptica y de banda ancha y a los satélites interconectados a las computadoras (Díaz, 1993:7).

Esta superautopista, por donde viajarán bienes inmateriales, de alto valor agregado, tiene la potencialidad tecnológica de traspasar las fronteras geográficas, pero ha encontrado graves restricciones al presentarse obstáculos políticos en los países para lograr la apertura y liberalización de los mercados. Los sectores más interesados en consolidar dicha superautopista son los vinculados a los grupos multinacionales productores de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones de los países más desarrollados (E.U., Europa y Japón), que proponen como filosofía de su estrategia en lo próximos años, el logro de una sociedad abierta e interactiva en términos de mercado para sus productos y servicios tecnológicos, todo ello en el contexto de una mundialización de la economía.

Un ejemplo evidente de los intereses que acompañan a esa filosofía de los bloques de poder en este negocio, fue la reunión que tuvo lugar en Bruselas, a finales de Febrero de 1995 sobre la "superautopista de la información", con la asistencia de los representantes gubernamentales del Grupo de los Siete (G7) o de las potencias productoras de las tecnologías punta, básicas para el desarrollo de esta gran red de redes informáticas, donde desde el principio hubo objetivos encontrados entre Estados Unidos y la Unión Europa sobre la liberalización de los mercados para estas tecnologías en sus correspondientes países; fue evidente que cada uno de estos dos bloques defendía sus intereses económicos en el sector. Finalmente, se produjo un acuerdo para liberalizar los mercados de telecomunicaciones de aquí a 1998, comprometiéndose Europa a eliminar sus monopolios en este sector para esa fecha (Panorama, 27-2-95:1-6).

Ante ese enfrentamiento entre socios del negocio del futuro en el área de información y la comunicación, debemos preguntarnos. ¿A quién favorece esa apertura, a qué bloque de países, a qué grupos sociales e individuos de cada país? ¿Qué concepción de democracia y apertura acompaña a ese proceso de mundialización de la economía y qué garantías existen para los ciudadanos de que "navegar" por la superautopista de la información va a ser una decisión democrática y sin obstáculos para los accesos y usos no desequilibrados?

¿Qué servicios ofrecerá esta superautopista, acaso servicios comerciales, rentables económicamente hablando o servicios sociales, rentables a largo plazo para el desarrollo armonioso de los países en desarrollo y de sus mayorías sociales?

Las tendencias actuales con relación a las fusiones protagonizadas por las empresas del sector, nos hablan más bien de un incesante predominio del interés comercial-financiero de estos nuevos servicios. Las multinacionales se juntan para compartir inversiones, riesgos y beneficios económicos, y ante las cuantiosas inversiones que realizan se ven obligadas a concebir la información como un negocio rentable y no como un bien social universal y, en consecuencia, público y gratuito.

Un conocido investigador norteamericano, Herbert Schiller, llama la atención sobre los peligros que para la igualdad de acceso y democratización de las comunicaciones representa la desaparición de la información gratuita en las sociedades globalizadas como producto de la presión ejercida por las grandes corporaciones de las tecnologías de la información:

"Transformar la información en una mercancía de venta, disponible sólo para quienes la puedan pagar, cambia la meta del acceso a la información: de ser una igualdad pasa a ser un privilegio. La consecuencia de esto es que los cimientos esenciales de un orden democrático resultan dañados seria, cuando no fatalmente. Es el resultado final de la comercialización de la información en la esfera social" (Schiller, 1993:105).

El crecimiento vertiginoso de servicios de pago de información *on line*, en los países más desarrollados, especialmente en los Estados Unidos, está haciendo que cada vez más se desvíen cuantiosos recursos, antes asignados por los Estados y los sectores privados a los servicios de información gratuita ofrecidos en las bibliotecas y otros entes de información de carácter social, a la información privada comercial. Ese desplazamiento de un tipo de información (la pública) a otra (la privada) significa un desplazamiento de un grupo de usuarios (con bajo poder adquisitivo) a otro (con alto poder adquisitivo), y significa también la obsolescencia y baja competitividad de un tipo de información u otra.

Para nadie es un secreto que actualmente, la información pertinente, oportuna y especializada más actualizada está disponible en las redes

privadas de la información *on line* que no es de libre acceso para todo el mundo, porque requiere de un pago y de ciertas destrezas y capacidades operativas que plantean problemas de igualdad social entre personas, países y comunidades. Y que nos ponen a dudar sobre la apertura y democracia de la sociedad interactiva, basada en los servicios de esta información ofrecida por las grandes corporaciones en un mercado mundializado.

Por otra parte, las cuantiosas inversiones que se requieren para competir y ofertar en esa superautopista de la información plantean desequilibrios y desventajas no sólo entre las productoras de tecnologías de los países desarrollados, sino especialmente entre empresas de estos países y las de los países en desarrollo.

Y lo que es más importante, las ganancias del mercado mundial de los servicios de telecomunicaciones expresan esas distancias, porque de ellas sólo participan y disfrutan algunas pocas empresas de los países desarrollados, a este nivel los países en desarrollo se convierten en simples invitados no en actores. Para el año 1992, las inversiones de las 10 multinacionales más importantes de las telecomunicaciones, realizadas en servicios de telefonía móvil celular y datos, generaron unas ganancias de 242.257 millones de dólares, repartidos de la siguiente manera:

Corporación	País	Millones \$
NCT	Japón	51.000
ATT	USA	39.580
DBP-Telkom	Alemania	34.550
BT	Reino Unido	23.379
France Telecom	Francia	23.164
SIP	Italia	17.492
Bell South	USA	15.200
Nynex	USA	13.155
GTE	USA	12.644
Bell Atlantic	USA	12.093

Fuente: UTI, 1993-10

Como se puede observar, de acuerdo con las regiones de origen de esas compañías, la repartición de las ganancias se queda en tres zonas

del mundo, a saber Europa Occidental con 98.585 millones de dólares, Estados Unidos con 92.672 millones de dólares y Japón con 51.000 millones de dólares.

Igualmente ocurre en relación a la distribución de las ganancias en el mercado mundial de redes y equipos de telecomunicaciones, especialmente de teléfonos celulares, donde también son compañías de Europa Occidental, Estados Unidos, Japón y Canadá, las que se reparten las ganancias que ascienden a un total de 85.502 millones de dólares, en 1992, distribuidas por regiones como sigue: Europa con 47.611 millones de dólares, Estados Unidos con 18.533 millones de dólares, Japón con 11.329 millones de dólares y Canadá con 8.029 millones de dólares (UTI, 1993:10).

Dichas ganancias son acaparadas por sólo 10 corporaciones que cubren las tres cuartas partes del mercado mundial de equipos de telecomunicaciones, en 1992, y que por orden de importancia son: Alcatel (Francia), Siemens (Alemania), ATT (USA), North Telecom (Canadá), Ericson (Suecia), Motorola (USA), NEC (Japón), Bosch (Alemania), Fujitsu (Japón) y Philips (Holanda).

Las cifras anteriores nos permiten extraer la siguiente conclusión: La sociedad interactiva como sociedad abierta no es más que una sociedad globalizada, pero que excluye la igualdad de oportunidades y disfrute, no sólo de los países sino también de las personas y los grupos sociales dentro de esos países, y es una sociedad sólo abierta en sus mercados, libre de controles y medidas, para que las multinacionales del sector puedan realizar sus inversiones y obtener sus beneficios.

Todo lo anterior, nos conduce a preguntarnos ¿Y qué ventajas vamos a sacar los ciudadanos y los grupos sociales, sobre todo los de países menos desarrollados, de esta apertura mercantil? Se nos dirá que podemos tener acceso a información y servicios no disponibles en otras redes y soportes clásicos (telefonía básica de sólo voz, medios radioeléctricos hertzianos, etc), a bajo costo; que podemos tener opciones de productos y programas más variados y escogidos de acuerdo con nuestros intereses particulares... Pero y eso de qué sirve, cuando el nivel de desarrollo del entorno que nos rodea, de nuestros países cada vez más empobrecidos y dependientes, no ha podido ser superado por la globalización de los mercados que cada vez acentúa más las distancias y abismos entre ricos y pobres económica e informativamente hablando.

En el contexto del subdesarrollo, de qué sirve que las telecomunicaciones y sus nuevas opciones lleguen a determinadas zonas, barrios y grupos de familia si no son usadas para ayudar a resolver nuestros problemas básicos de desarrollo (salud, vivienda, alimentación, educación, seguridad de vida en general) sino para fomentar un consumo de la información cada vez más privatizado e individual.

No hay duda sobre las potencialidades de desarrollo que podría ofrecer la aplicación de los servicios de telecomunicaciones para resolver problemas vitales en las zonas deprimidas, pero las tendencias de usos, introducción y aplicaciones de estas tecnologías en nuestros contextos regionales no están mostrando que por allí vayan las aplicaciones de productos y servicios ofrecidos en los mercados nacionales. Frente a esta realidad, la actitud de los Estados regionales en los países latinoamericanos ha sido la de dejar hacer, a través de la privatización creciente de sus servicios de telecomunicaciones y de sus compañías telefónicas nacionales, el resultado ha sido una presencia desequilibrada del capital privado internacional y un debilitamiento del poder de decisión de los Estados y el capital nacional, arrojando lejos las posibilidades de un crecimiento del sector para coberturas y aplicaciones de apoyo al desarrollo social de los sectores que más necesitan de las telecomunicaciones, especialmente las básicas como el teléfono, el correo y los medios de comunicación, y por ende para el desarrollo armonioso y equilibrado por regiones y comunidades de cada país.

El comportamiento general de los países en desarrollo ha sido, pues, seguir la dinámica de los países desarrollados impuesta por las grandes corporaciones de las telecomunicaciones, sin entender que por detrás de esta tendencia a la comercialización de servicios de bienes públicos universales, como los de información y comunicación, se ocultan unas firmes diferencias culturales y sociales persistentes hasta tanto no entendamos que, en nuestro contexto, las tecnologías y sus servicios que sólo respondan a los intereses de los bloques de poder, sin considerar nuestras aspiraciones de vida y de bienestar social, no permitirán sino más bien obstaculizarán la existencia de una sociedad abierta, democráticamente hablando, entendida en términos de igualdad globalizada.

Las dimensiones del problema para los países en desarrollo no se quedan exclusivamente en el área de los servicios especializados de información (bases de datos), las multinacionales están extendiendo sus

servicios a futuro hacia un campo bastante prometedor, el del ocio y la comunicación masiva también globalizados.

El problema cultural frente a esa posibilidad tiende a recrudecerse y plantea importantes interrogantes en relación con los posibles desequilibrios y enfrentamientos entre los flujos de comunicación locales y transnacionales que se podrían presentar en la cultura del ocio y que presentaría visos bastante particulares en los países no desarrollados.

### 3. LA GLOBALIZACION Y LA DINAMICA DE LOS FLUJOS DE COMUNICACION: EL LUGAR DE AMERICA LATINA

Los teóricos japoneses vienen hablando en la actualidad de la "glocalización" para referirse a los procesos complejos que en la sociedad interactiva, hacen posible conjugar de manera muchas veces contradictoria los flujos de información y comunicación globales, transnacionales y los flujos de información local, por eso mezclan en su concepto el término "glo", de global con el término "calización", de localización.

Según ese concepto es posible, gracias a la superautopista de la información establecer relaciones de comunicación y de información de ámbito global y de ámbito local casi de forma simultánea, lo cual constituye una expresión de la sociedad abierta y democrática que puede ser factible a través de la sociedad de la información.

En términos de interactividad, a través de las redes inteligentes muchos piensan que es posible establecer un retorno a la comunicación igualitaria, dialógica, que rescate las expresiones culturales de los grupos étnicos, lingüísticos y sociales minoritarios, a modo de que en un espacio de convivencia se conjunguen con los flujos globales, planetarios y estandarizados de la cultura de masas transnacional. A ese equilibrio entre ambos flujos de información es lo que los nipones denominan "glocalización", que será el espacio de comunicación en el cual se desenvolverá el hombre en el próximo siglo.

Ante la posibilidad de que esa realidad proyectada para el mañana sea el entorno más seguro para los individuos que se interconecten a las redes inteligentes, independientemente del tipo de país donde residan, cabría preguntarse ¿Cómo lograr ese espacio de confluencia de los flujos globales y locales de una forma equilibrada en una sociedad dependiente? ¿Cómo insertar los flujos de servicios de ocio y de comunicación

planetarios en contextos sociales desiguales, y cómo potenciar en esa realidad, el retorno de la cultura a la comunicación?, en los términos como lo plantea el conocido autor Armand Mattelart (1994: 17).

En el contexto latinoamericano, la inserción de los procesos de confluencia de los flujos de comunicación globales y locales se presenta rodeada de una situación de crisis económica y social que ha afectado profundamente la calidad de vida de los ciudadanos de la región, situación que se refleja en un aumento de los índices de pobreza y de la mala distribución de los ingresos, hasta el punto de llevar a que el Banco Interamericano de Desarrollo en su XXXVI Conferencia Anual, celebrada en Guadalajara en Abril de 1994, señalara que el mejoramiento del PIB en un 3,3% en la región latinoamericana, para ese año, podría convertirse en una bonanza efímera si no se usaba el crecimiento económico para resolver los más urgentes problemas sociales y de reparto más equitativo de la riqueza entre los miles de pobres de la región (Panorama; 11-04-94: 4).

Ante esa realidad de crecimiento de la pobreza crítica en la región, los flujos globales podrían añadir un elemento más de discriminación para las mayorías sin recursos mínimos para su subsistencia mucho menos para pagar servicios y programas internacionales de información y de comunicación. En este entorno es donde habría que reflexionar sobre la utilidad que para el mejoramiento de la calidad de vida podrían tener los flujos globales de comunicación si no son utilizados para ofertar servicios diferentes a los privados y especializados que se ofrecen a través de las redes inteligentes internacionales.

Pero afortunadamente la globalización no es capaz de ocupar todos los espacios de las comunicaciones-mundo (Mattelart, 1991) y, en parte, las tecnologías de la información han ayudado a desarrollar y potenciar el concepto de "redes", que entendidas como tejido interactivo para el intercambio de voz, imagen y datos nos podría acercar más a la integración de los procesos de información-difusión globalizados y a los procesos de información-comunicación locales.

Y es en el espacio de comunicación local (Moragas, 1985), donde las redes de habla comunitaria parecen ofrecer mayores oportunidades para las mayorías relegadas de América Latina y para las culturas de grupos específicos que no pueden ser sometidas al mercado globalizado porque no encajan en su racionalidad estandarizadora y comercial

Es en ese espacio de regionalización, de localización de la cultura y de la vida de las personas donde parecen presentarse los retos más serios a la sociedad globalizada del futuro y a su defendida ideología de democratización y apertura.

La globalización se encuentra entonces en el espacio de las comunicaciones-mundo con las culturas regionales y específicas de grupos y comunidades que por encima de las estrategias de homogenización de los servicios y programas, luchan por expresar sus vivencias y realidades locales y nacionales, a través de procesos de producción cultural donde participen las gentes y no los actores clásicos de los sistemas hegemónicos de la comunicación (grupos de poder económico o los Estados).

Las posibilidades de crecimiento de los flujos locales y con ello de la pluralidad cultural, ponen sobre el tapete la necesidad de rescatar la esfera del espacio público por encima del espacio económico en el campo de las comunicaciones, a modo de poder garantizar el uso de las tecnologías de la información para aplicaciones que beneficien a las mayorías y no solamente a las multinacionales del sector o a las minorías nacionales de los países que reciben esos flujos globales (Hallin, 1993: 64).

En el intercambio desigual entre los flujos de la cultura de masas globalizada y los flujos de las culturas populares específicas, es donde se ubica hoy el debate más importante sobre la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación en los nuevos espacios de las relaciones sociales mundializadas, por un lado, pero también descentralizadas y localizadas, por otro (Moragas, 1994:147).

Y en esa dinámica, desde América Latina se ha comenzado a vislumbrar nuevos enfoques teóricos que hay que ayudar a profundizar y que nos hablan sobre la globalización como proceso de la sociedad de la información y la desterritorialización de las relaciones sociales que produce pero también de la localización de nuestras diversas culturas populares y cómo éstas se insertan en esa sociedad-mundo.

El proceso de globalización no implica la desaparición de los espacios de comunicación antes separados (el internacional, el nacional, el local) pero significa la construcción de una nueva territorialidad con nuevas fronteras de exclusión e inclusión ya no nacionales sino planetarias (Ortiz, 1994).

En América Latina, las fronteras de exclusión para el disfrute de los nuevos servicios y programas por parte de las grandes mayorías

tienden a ser bastante grandes, no obstante frente a las contradicciones que crea este nuevo mundo globalizado se abren espacios para la esperanza, sobre todo si comenzamos a pensar este mundo como un espacio público que invade nuestra vida cotidiana pero que nos permite movernos más flexiblemente entre el espacio transnacional, el espacio del estado-nación y el espacio de lo regional-local.

Esa esperanza nos conduce a pensar que en el contexto de América Latina debemos potenciar más el desarrollo de las formas de comunicación local y las infraestructuras regionales de comunicación e información (Rojas, 1994) que fomenten la diversidad cultural, étnica y lingüística de nuestros pueblos. Y al mismo tiempo, debemos también fomentar la formación de nuestros recursos humanos en el campo de las nuevas formas de información y de comunicación que ayuden a encontrar aplicaciones propias a los productos tecnológicos con programaciones y servicios más descentralizados.

## CONCLUSIONES

Es un hecho que las estrategias actuales de las empresas de telecomunicaciones tienden hacia la internacionalización de sus mercados, donde los países periféricos también son considerados mercados atractivos para la inversión en este renglón.

Sin embargo, observando el comportamiento seguido por la globalización de los mercados de productos y servicios de telecomunicaciones y su introducción en países como los de América Latina podemos afirmar que no se han eliminado ni reducido las distancias entre las zonas del mundo desarrolladas y no desarrolladas, sino que más bien han aparecido nuevos desequilibrios entre las personas y los grupos sociales que conviven en ellos.

Si bien es cierto que la tendencia de las multinacionales del sector, sobre todo en los países desarrollados, es a dar prioridad ahora a los nuevos servicios y no a los productos, como fue su estrategia inicial, en los países en desarrollo se observa un reparto no equilibrado no sólo en los servicios a ofertar sino fundamentalmente en las infraestructuras básicas (telefonía y servicios postales y de correo), donde las inversiones de capital internacional y nacional privado son bastante deficientes, sobre todo en las zonas rurales y urbanas de menores recursos económi-

cos, por ser concebidas dentro de la nueva tendencia de globalización como mercados secundarios.

La anterior situación refleja una desvirtuación de la aplicación de productos y servicios en la realidad del Tercer Mundo y especialmente de América Latina, que consiste en invertir y ofrecer sólo las nuevas y sofisticadas infraestructuras (computadoras, faxes-modem, fibra óptica, satélite) y los nuevos servicios (telefonía celular móvil, TV por cable, TV por satélite, correo electrónico, etc) en las zonas urbanas y grandes capitales, y dentro de ellas exclusivamente a los sectores de barrios de mayor poder adquisitivo. Se distorsiona así la idea de que las Telecomunicaciones pueden ayudar a resolver los problemas de desarrollo de las mayorías sociales de América Latina.

Visto de esa forma, el proceso de globalización de las telecomunicaciones aparece como un proceso global pero excluyente y discriminatorio porque acentúa las desigualdades, las cuales no pueden ser resueltas con opciones tecnológicas exclusivamente. Necesitan de una acción no sólo de los Estados Nacionales latinoamericanos sino de la sociedad civil para desarrollar estrategias que potencien las comunicaciones locales y regionales a modo de crear un espacio de comunicación y cultura donde tenga cabida la diversidad cultural de nuestros pueblos y grupos sociales.

Aunque la creación de la "superautopista de la información" será un hecho para el año 2000 y esa posibilidad permite predecir la existencia de una sociedad abierta y sujeta a la confluencia de flujos de información y de comunicación globales y locales o regionales, lo que no podemos asegurar del todo es que ese tipo de sociedad vaya a suponer necesariamente una mayor apertura democrática y social.

Habría que preguntarse ¿A quién favorece esa apertura, a que países y zonas del mundo, a qué grupos sociales e individuos en particular? ¿Acaso esa sociedad interactiva no presentará obstáculos para los accesos y usos no desequilibrados o para la disponibilidad de servicios públicos y universales no rentables o comerciales?

Las tendencias en el comportamiento de las empresas de las telecomunicaciones que dominan en el mercado mundial, de la aplicación de sus tecnologías en el mundo desarrollado y de sus primeros intentos de penetración en los mercados del Tercer Mundo, nos hablan más bien de lo contrario, es decir, de desequilibrios, de recrudescimiento de las

distancias, de accesos privilegiados, de aplicaciones comerciales y no sociales de los productos y servicios.

En suma, se nos habla de una sociedad abierta pero en cuanto al mercado, de una sociedad libre de controles y regulaciones para el capital internacional privado, pero no para el ciudadano de nuestros países quien deberá pagar para acceder y tener una autorización, una clave o código de acceso para poder disfrutar de los servicios y de las aplicaciones de las telecomunicaciones.

Cabría preguntarse ¿Y eso para qué sirve?, en términos de democracia y desarrollo. Si las nuevas opciones tecnológicas no sirven para resolver los problemas de la calidad de vida y del bienestar de los ciudadanos entonces cómo ellas ayudan al desarrollo de los países pobres, o acaso sólo ayudan a obtener ganancias y beneficios a los economías ricas.

Las contradicciones de la globalización nos obligan a hablar de la diversidad históricas y culturales que coexisten en nuestras realidades nacionales y que se resisten a ser homologadas por procesos tecnológicos. Por eso en América Latina nos queda todavía una esperanza para el mantenimiento de nuestra diversidad a pesar de la mundialización de las comunicaciones y la cultura del ocio, que se concentra en torno a las redes y flujos de comunicación popular, de comunicación local que abren nuevos espacios de apertura a nuevos modos de comunicación más cercanos a los grupos sociales no privilegiados con las ofertas y servicios de las telecomunicaciones globalizadas.

En el intercambio desigual entre los flujos globales y locales de comunicación debemos rescatar el concepto de "espacio público de las comunicaciones", entendido como el espacio donde la sociedad misma, no sus gobiernos, tenga opción para crear sus propias "redes" o flujos de comunicación.

Hoy más que nunca debemos fomentar nuestros espacios y medios regionales y locales y buscar usos y servicios de información y de comunicación que contengan aplicaciones autóctonas, ajustadas a las necesidades de nuestra región y comunidad.

Hace falta, también, formar nuestros propios recursos humanos en tecnologías de telecomunicaciones, capaces no sólo de conocer el funcionamiento de los nuevos aparatos y productos sino de producir progra-

mas y aplicaciones propias para resolver problemas concretos de desarrollo social.

### Bibliografía

- AAVV (Autores Varios), 1991. "Escenario de las Telecomunicaciones por satélite: Informe Fundesco". *Boletín Fundesco* 124:13-14.
- ALFONSO, A. 1993. "Comunicación y Democracia". *El Periodista* 97:15-17.
- BLANCO LOSADA M. 1993. "Las Telecomunicaciones Inteligentes". *Boletín Fundesco* 147:4-5.
- Diario El Globo*, 1994. "Venezuela está a tono mundial con la fibra óptica". Caracas, 30 de Abril. Sección: Economía, 12.
- Diario Panorama*, 1994. "Balance del BID: Creció la economía latinoamericana pero los pobres siguen en aumento". Maracaibo, 14 de Marzo, 4.
- Diario Panorama*, 1994. "Empresa Telefónica Internacional GMT seguirá invirtiendo en Venezuela". Maracaibo, 18 de Marzo, 6-6.
- Diario Panorama*, 1995. "Cumbre del G7 acuerda liberar mercado de las Telecomunicaciones". Maracaibo, 27 de Febrero, 1-6.
- DÍAZ GUERRA, C. 1993. "Infraestructuras, servicios y redes inteligentes". *Boletín Fundesco* 147:7-8.
- EGIDO, M. 1994. "Las telecomunicaciones en un mundo sin fronteras". *Telos* 39:146-148.
- HALLIN, D. 1993. "El Libre Comercio y el ámbito público". *Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio*: 59-65
- HAMELINK, C. 1990. "Las Tecnologías de la Información y el Tercer Mundo". *Cuadernos de Actualidad Electrónica* 3:47
- MARTÍN-BARBERO, J. 1987. *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura*. Edit Gustavo Gili/FELAFACS, Barcelona (España).

- MATTELART, A. 1991. **La Publicidad**. Edit. Paidós, Barcelona (España).
- MATTELART, A. 1994. "Nuevos horizontes de la comunicación: el retorno de la cultura". **Telos** 37:17-25.
- MORAGAS, M. 1985. "Transformaciones tecnológicas y tipología de los medios. Importancia política de la noción de ámbito comunicativo". **Sociología de la Comunicación de Masas**. Tomo IV. Editorial Gustavo Gili. Barcelona (España).
- MORAGAS, M. 1994. "La necessitat de redefinir el concepte de <fluxos de la comunicació>". **Cultura y Comunicación Social: América Latina y Europa Ibérica**. Monografías y Documentos, 12. Centro de Investigación de la Comunicación y Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- NADAL, J. 1993. "La Liberalización exige arreglo ante los problemas estructurales". **Boletín Fundesco** 140:5-6.
- ORTIZ, R. 1994. "Culturas de la Modernidad Latinoamericana". Conferencia dictada en el **VIII Encuentro de Facultades Latinoamericanas de Comunicación Social**. Cali (Colombia).
- OSA BUENDÍA, J. 1991. "Principales tendencias de las Telecomunicaciones españolas". **Boletín Fundesco** 124:7-8.
- ROJAS, L. 1994. "La TV regional y los paradigmas televisivos: nuevos retos educativos". **Encuentro Educativo** 1(2):255-268.
- SÁNCHEZ, M.S. 1993. "Hacia la consolidación internacional de las Telecomunicaciones". **Boletín Fundesco** 136:8-10.
- SANTILLANA DEL BARRIO, Ignacio, 1993. "Desarrollo del negocio internacional". **Boletín Fundesco** 140:4.
- SCHILLER, H. 1993. **Cultura, S.A. La Apropiación Corporativa de la Expresión Pública**. Universidad de Guadalajara/CEIC. México.
- UNESCO, 1994. "Informe sobre el Estado de la Ciencia en el Mundo". **Diario Panorama**. Maracaibo, 23 de Febrero de 1994,4-2.

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UTI), 1993. **Comunicado de Prensa/UTI-93-10**, 19 de Noviembre, 1-4.