



Bienvenidos a Razón y Palabra.

Primera Revista Electrónica especializada en Comunicación

Junio - Julio
2006

Número actual

Números

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones

Proyecto
Internet

Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

El Estado de Internet en España y América Latina a Comienzos de 2006: Relaciones de Libertad de Expresión

Por *Carlos Pérez-Ariza*

Número 51

Introducción

En esta extensión cibernética de la alfabetización que es la Red de comunicación Internet hemos desarrollado en nuestro libro, *Libertad de expresión en España. Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información* (Pérez Ariza, 2003: 229-248), que dicha Red abre las puertas de la comunicación interpersonal en un mundo virtual, donde se navega a la búsqueda de información y al cual nos hemos habituado rápidamente y del que dependemos cada vez más. La forma cotidiana de trabajar, estudiar, hacer determinadas compras, recoger información o comunicarse se viene dando, con insistente crecimiento, desde la computadora personal ya sea en el hogar, lugar de trabajo o estudio.

Este medio de medios que es Internet tiene detractores y defensores a ultranza. Sin situarnos en ninguno de los dos bandos necesariamente, y antes de entrar a analizar los datos más recientes a la fecha (primer trimestre de 2006) de usos de Internet en España y América Latina, podemos detenernos en explorar el grado de libertad que es capaz de garantizar al usuario esta Red de comunicación.

Vivimos en una doble realidad o 'realidad estereo', (Virilio, 1999: 25-27): la que nos rodea, la real; y la virtual, a la que accedemos al conectarnos a la Red. Cree este autor que la computadora personal es una 'máquina de visión'. La óptica electrónica se convierte en el 'motor de búsqueda de una previsión'. Esta nueva capacidad, acercarse al mundo real, desde el virtual, crea una amplia sensación de libertad, que puede ser, en muchos casos, "...una ensoñación de libertad en un reino donde la imagen impone su semántica" (Pérez Ariza, 2003: 230). Hemos pasado en cuatro vertiginosas décadas, desde 1962 a 2006 de un universo auditivo/visual 'soft' a uno enérgicamente 'hard'.

El mundo cibernético, que Virilio llama neorrealidad, destruye la capacidad del usuario de discernir entre lo que es real de lo que es verdadero. Esta globalización de las comunicaciones que permite Internet, "...significa la imposibilidad de distinguir entre verdad y libertad de expresión, debido principalmente al incontrolable manejo de las fuentes" (Pérez Ariza, *ibid*). Esto, desde luego, podemos aplicarlo también a los medios audiovisuales, donde la información toma la forma del espectáculo visual, y donde la credibilidad de la fuente se supedita a la imagen y el sensacionalismo.

Si bien el crecimiento exponencial del uso de la televisión debe su incremento sostenido al aumento de la oferta, basada en la especialización y a la constante búsqueda de la calidad de la imagen y sonido con el soporte digital, tanto en la emisión como en la recepción; el universo Internet está vinculado a un crecimiento de las redes telefónicas, que igualmente han entrado

en el espacio cibernético apoyándose en los adelantos digitales y la Banda Ancha (BA) de transmisión de datos.

Pero, como veremos más adelante Internet necesita, para su expansión unos condicionantes tecnológicos, que de no estar al alcance de las mayorías, dificulta seriamente su crecimiento. La rapidez de la recepción y navegación, vinculada a la tecnología de la (BA) o la indispensable, por ahora, línea telefónica estable, así como la ayuda que significa para el usuario el dominio, aunque sea básico del idioma inglés, sin olvidar el equipo de computación personal con todos los adelantos técnicos, que cambian a mayor velocidad que la que se emplea en dominar lo instalado originalmente.

La capacidad de la Red es tan extensa, que conviven en ella desde el particular que 'cuelga' su página Web, hasta la gran empresa o el pequeño comercio, donde abre su escaparate virtual. Su uso se ha extendido desde el ámbito universitario (ha sido así en todo el mundo, incluida España y el entorno latinoamericano) al resto de los sectores productivos o no. Es conveniente ver a Manuel Castells en su obra *La Sociedad de la Información*. (Castells, 1997: 389), donde analiza en extenso estos temas.

Ubica a Internet como una comunicación que por hacerse a través del ordenador (computadora personal), "...no es un medio general de comunicación, y no lo será en el futuro previsible... excluirá durante largo tiempo a la gran mayoría de la humanidad, a diferencia de la televisión y otros medios de comunicación de masas." (Castells, 1997: 391). Nosotros sostenemos que es un medio de medios, si aceptamos el concepto de ser un canal que organiza los conocimientos de forma ordenada para su recepción y consulta.

Este sociólogo de la comunicación plantea que la interactividad se dará más en los servicios hogareños tipo multimedia, tales como la televisión a la carta y que la "...comunicación a través del ordenador (computadora personal) seguirá siendo el dominio de un segmento culto de la población de los países más avanzados, contado en decenas de millones, pero sólo una elite a escala global". (Castells, 1997: 392). Aunque no deja de vislumbrar el poder de cambio que puede engendrar el uso de Internet por tan alto número de personas, precisamente por estar éstas en la esfera de la elite mundial.

Esta visión castellsiana nos lleva a plantear, al hilo de los más recientes datos sobre la expansión de los usuarios de la Red en España y América Latina, la comprobación de tales asertos, ya que si bien podemos ver como dicho crecimiento es lento y va con retraso en relación a sus entornos próximos: los países de la UE y los dos grandes del norte del continente americano, como son Estados Unidos y Canadá, punteros en las estadísticas mundiales de números de usuarios de Internet, en un primer análisis, nos parece significativo que todo el entorno hispano parlante lleve desventaja aún en relación a la zona anglosajona.

Aunque la comprobación de tal hipótesis trasciende el reducido espacio de este artículo, llama la atención el hecho para movernos a comenzar una investigación en profundidad, que estamos acometiendo desde nuestro entorno académico.

La importancia que tienen las medidas gubernamentales de cada país son relevantes en tal desarrollo, ya que facilitan el acceso a la Red mediante la Banda Ancha y el hilo telefónico ADSL, que proporciona mayor calidad al usuario, pero mientras tal posibilidad siga teniendo un elevado coste y defectos por la fragilidad de la conexión, tal desarrollo, como veremos al analizar los recientes estudios sobre usos, se verá demorado.

Primera parte: España

Según la encuesta que proporciona el Estudio General de Medios (conocido como EGM) y publicada a finales de abril de 2006

<<http://www.internautas.org/html/3657.html>>, ya el 36,8% de los españoles mayores de 14 años se conecta a Internet, como media en todo el país, aunque hay Comunidades Autónomas como Madrid o Cataluña, cuyos niveles superan dicha media con 43,6% y 41,8% respectivamente. Un incremento de 3,2 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año pasado. Pese a datos tan halagadores, España sigue alejada de la media de la Unión Europea (UE) y de los países líderes en la conexión a Internet. De ese 36,8% de internautas, sólo el 14,5% navegan a través de la Banda Ancha (BA), lo cual indica, dice la citada encuesta, que el avance es lento y de allí la diferencia con los países de nuestro entorno europeo.

Una de las principales bazas en este incremento saludable ha sido la oferta de la BA por parte de las compañías telefónicas. Algunos expertos hablan de una segunda revolución en la expansión de los usos de Internet, al poder acceder a una interacción mayor, más rápida, clara, precisa, sobre todo en la zona audiovisual del ciberespacio. Ver, descargar o enviar material audiovisual es cuestión de pocos minutos, lo que antes era casi imposible o se medía por horas.

No obstante, el crecimiento transcurre aún lentamente, ya que de los aproximadamente, 13,8 millones de internautas españoles, según diversas fuentes estadísticas, los abonados a las distintas opciones de la Banda Ancha mediante ADSL, sólo alcanza a menos de la mitad: 5,5 millones, cifra avalada por la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones a la fecha referida. Otros 1,2 millones acceden a la BA a través del Cable, tecnología que en España no ha tenido una implantación y expansión definitivas.

Todos los indicativos apunta hacia el indispensable desarrollo de la BA y su adopción por parte de los internautas españoles. Esta cifra de 5,5 millones de usuarios de la alta velocidad son estimables y proporcionan un volumen de negocio aceptables para las operadoras, pero no es así en comparación con la población total de España y en relación al desarrollo de dicha tecnología de uso en el entorno europeo. Estamos por detrás de Bélgica, Luxemburgo, Austria e Italia y en proporción inferior al número de usuarios de la BA en los países más adelantado, tales como Islandia, Holanda y Dinamarca, todos con más de 25 usuarios de la alta velocidad en Internet por cada cien habitantes.

Según la más recientes estadísticas proporcionadas por la OCDE (siglas en español de la OECD: *Organization for Economic Cooperation and Development*), España está en el puesto 20 entre los 30 países, que conforman dicha organización, lo curioso del dato es que, tomando en cuenta el desarrollo actual de España, debería estar entre los 10 primeros. Estos diez puestos de desventaja o atraso se debe a que la BA se va imponiendo con demasiada lentitud. Las empresas telefónicas españolas están ahora involucradas en una batalla de ofertas, que combinan paquetes de llamadas locales, nacionales e internacionales con la instalación de la BA en los hogares.

Sin embargo, las protestas de los usuarios se centran en la deficiente calidad del servicio: rapidez y poca seguridad en la conexión, que suele 'caerse' con frecuencia y el elevado coste en comparación con los países comunitarios; un 32% superior a la media europea, según la consultora Forrester (El País, 17/4/2006), cuyo informe, titulado, 'Price cuts and competition drive european broadband growth', dice: "La bajada de precio y la competencia impulsan el crecimiento de la banda ancha en Europa". Los datos son elocuentes: "Entre julio de 2004 y octubre de 2005, en el continente, la banda ancha creció un 77% y los precios bajaron un 35%." En referencia a España, indica: "Los españoles que acceden a la Red a alta velocidad tiene que pagar un 435% más que quienes eligen utilizar la banda estrecha, es decir un módem y la red telefónica convencional. Los primeros pagan 34,68 euros. Los segundos, 6,48 euros." Estamos, los

españoles, a la cola de Europa en cuanto al crecimiento de usuarios y a la cabeza de los altos precios. Esta diferencia de precios, no cabe duda, incide directamente en el incremento de usuarios de la BA.

Coinciden, en términos generales, la OCDE y la consultora Forrester en este análisis de la BA (La Vanguardia 23/4/2006). La tasa de penetración de la alta velocidad para Internet por cada 100 habitantes es, en España, de 11,7, inferior a la media de la OCDE, 13,6 y también a la media de la UE-15, que a finales del 2004 la situaban en 14,2.

Así como sería difícil de justificar un alto índice de analfabetismo en el área europea, lo es hoy día la baja penetración de Internet en su versión de alta velocidad. Así lo entiende la UE con respecto al desarrollo impostergable de la BA. La Comisión Europea está desarrollando una estrategia para lograr que las conexiones de Internet de BA alcancen una cobertura del 100% de la UE con una tasa de penetración en hogares del 50% en el año 2010, sin olvidar las zonas rurales.

La BA proporciona, según los indicadores de la UE tasas de empleo mayores, en un 1% respecto a las zonas que no la tienen. Los expertos de Bruselas se apoyan en el ejemplo de Alemania, que en su estrategia de 'banda ancha para todos' podría aumentar el crecimiento económico en 46.000 millones de euros más en 2010 y crear más de 250 mil puestos de trabajo.

No cabe duda de que cuando buscamos datos estadísticos sobre el lugar que ocupa España en la Sociedad de la Información, siempre encontramos cifras decepcionantes. En la clasificación mundial que elabora el Foro Económico Mundial, se publicaba, el pasado mes de abril de 2006, que España había perdido dos puestos en el ranking, colocándose en el lugar 31 a nivel mundial sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. La clasificación actual es: Estados Unidos, Singapur, Dinamarca, Islandia, Finlandia, Canadá, Taiwán, Suecia, Suiza y Reino Unido, los diez primeros. España estaba en 2002 en el puesto 25 y se mantuvo en 2003 y 2004 en el 29, su retroceso al 31 viene dado por su frágil crecimiento en la aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación en sus más avanzadas versiones.

En los datos que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas <<http://www.ine.es>> para el año 2005, España está por debajo de cuatro de los indicadores que se refieren al acceso a Internet desde los hogares que posee BA y desde donde se hacen e-commerce y con personas ubicadas entre los 16 y 74 años. Mientras las medias europeas son de 48% hogares con acceso a Internet, España se sitúa en 36%. La conexión BA europea es de 23%, España casi la iguala con 21%. En cuanto al uso frecuente de la Red, la media europea es de 43% y España, sólo 35%. Los europeos compra por Internet un 17%, y los españoles sólo el 8%.

El gobierno de Rodríguez Zapatero ha puesto en marcha el Plan Avanz@, cuyo objetivo es recuperar el retraso tecnológico de España. Aprobado en noviembre de 2005, tiene como meta colocar en 62% los hogares conectado en todo el territorio nacional para 2010 y de éstos un 45% con BA. Ya los anteriores planes similares, presentados por el gobierno de Aznar, Info XXI y España.es no lograron sus objetivos satisfactoriamente, dado el panorama que venimos observando al primer trimestre de 2006.

La comparación con el desarrollo de Internet en América Latina lo estableceremos tras ver, en la segunda parte de este artículo, el más reciente estudio sobre la penetración de Internet en esa zona.

Segunda parte: América Latina

A continuación vamos a analizar y posteriormente comparar, hasta donde nos sea posible, con las referencias dadas para

España, el estudio realizado por Tendencias Digitales y titulado 'Indicadores de uso de Internet en América Latina' producido por Carlos Jiménez y presentado en el IV Aniversario de Tendencias Digitales en Caracas, el 14 de marzo de 2006 <<http://www.google.com>>. "El tipo de encuesta fue realizada en línea (on-line) en entrevistas auto-administradas a través de Internet a 2.572 personas entre noviembre de 2005 y enero de 2006" (Tendencias Digitales 2006).

La muestra indica que los usuarios se conectan desde el hogar y los centros de trabajo preferentemente. En el caso de Venezuela destaca el uso de los llamados cibercafés y en Chile los centros educativos como tercer lugar de conexión. La mayor proporción de usuarios en todos los países estudiados se conectan a través de ADSL o Cable y lo hace desde hace cuatro o cinco años, como media. La mitad de los entrevistados se autocalifican como usuarios medios 50.74%, mientras que un tercio dicen ser avanzados 34.02, el resto, 15.26 son usuarios básicos.

Los países analizados en norte, centro y sur América, 21 en total, alcanzan una población estimada para 2006 de 545.494.919 habitantes, de los cuales 76.937.188 son usuarios de Internet, es decir el 14,10% de penetración.

Destacan por encima de este promedio, **Chile** con 35,70%; **Argentina** con 26,40%; **Puerto Rico** con 25,20%; **Costa Rica** con 22,70% y **Uruguay** con 20,80%. **Brasil** y **México** aparecen por debajo de éstos cinco primeros, 14,10% y 16,20% respectivamente, aunque su volumen de usuarios es muy superior (casi 26 millones y casi 17 millones, respectivamente), al ser los dos países con mayor número de habitantes, muy por encima de los más cercanos en población, **Colombia** y **Perú**.

Por el contrario en la escala más baja de penetración se encuentran: **Cuba** con 1,30%; **Nicaragua** con 2,20%; **Paraguay** con 2,70%; **Honduras** con 3,30% y **Bolivia** con 3,80%.

Esto evidencia, tal como lo resalta el estudio, que hay una relación directa entre PIB/Ingreso Per Cápita (PIB/IPC) y la penetración de Internet. Aunque podríamos señalar que también se perciben ciertos desequilibrios en algunos países, que pese a estar por encima de la media de la región en cuanto a su índice de renta, el uso de Internet se aprecia a la baja en relación a tal indicador económico (Citado en el informe 'Tendencias Digitales: The Economist y Internet World Stats, basado en la ITU).

Puerto Rico con el más alto índice de la región: 15.000 PIB/IPC y 25,20% de penetración Internet, sería el país atípico, ya que su índice económico debería, en teoría, darle un mayor índice de usuarios. Por otra parte, en países como **Perú** y **Colombia** en la franja de 3.000 PIB/IPC se aprecia una penetración de 16,00% y 7.70%, respectivamente, lo cual indicarían una relación igualmente atípica entre la citada relación. Igual que éste es el caso de **Argentina** y **Venezuela**, ubicados alrededor de los 5.000 PIB/IPC mientras que sus respectivos índices de penetración Internet se sitúan en 26.40% y el 12.00%. Recordemos que la media general es, como hemos citado, de 14.10%.

Otra interpretación del desarrollo de Internet en la región podría situarse en el factor de la población urbana y rural, con regiones deprimidas y profundamente subdesarrolladas. En países con una gran población rural, como pueden ser **Nicaragua**, **Haití**, **Bolivia**, **Honduras**, **Paraguay**, todos en la franja inferior a los 2.000 PIB/IPC, y cuya penetración Internet oscila entre los 6.00% de **Haití** y los 2.20% de **Nicaragua**. En todos ellos la relación PIB/IPC – Internet es evidentemente baja, cumpliéndose el indicador: a menor desarrollo menor penetración.

En un segundo nivel, entre los 2.000 y 3.000 PIB/IPC se sitúan, **Ecuador**, **Cuba**, **Guatemala**, **El Salvador**, **Colombia**,

República Dominicana y Perú. La penetración a Internet varía entre 1,30% de **Cuba** a 16% de **Perú**.

En el tercer escalón, los situados entre 4.000 y 5.000 PIB/PC, además de los casos ya citados de **Venezuela y Argentina**, donde podríamos inferir como la causa de su abultada diferencia en la penetración de Internet, una mayor tradición cultural en este último país, se encuentran también, **Panamá, Brasil, Uruguay y Costa Rica**, siendo sus porcentajes de Internet de 9.60% para el primero y de 22.70% para el último de estos.

En el cuarto nivel, se encuentran **México y Chile**, con alrededor de 7.000 PIB/IPC, pero con índices Internet de 16.20% y 35.70%, este el más alto de la zona. Aquí, como en los casos de los países ya comentados, se observa el mismo fenómeno: Mismo nivel de ingresos, pero significativa diferencia en la penetración Internet. Mientras **Chile** tiene 15.666.967 habitantes y 5.600.000 usuarios de Internet, prácticamente un tercio de la población; **México**, con algo más de 105 millones de habitantes en la estimación para 2006 del estudio comentado, y casi 17 millones de usuarios, no alcanza a la sexta parte de dicha población. En su caso, podríamos pensar como una causa de su baja penetración, 16.20%, en una alta densidad de habitantes en zonas rurales.

Un análisis general de la zona en cuestión indica que el crecimiento de la penetración Internet ha sido sostenido entre 2000 y 2005. Desde 8.233.30% en el caso de **Haití**, el más elevado, hasta un 82.80% para **Perú**, el de menos empuje. El estudio analizado aquí aporta otros análisis mediante indicadores tales como: comercio electrónico, Ebanking, publicidad en Internet y los usos de la telefonía móvil, que recomendamos consultar, pero que hemos obviado ya que extendería excesivamente este artículo.

El actual universo hispanoamericano de Internet

La tasa de penetración de la alta velocidad para Internet por cada 100 habitantes es, en España, de 11,7, inferior a la media de la OCDE, 13,6 y también a la media de la UE-15, que a finales del 2004 la situaba en 14,2. En comparación, América Latina que alcanza, tal como hemos señalado, 14,10 de penetración promedio en la zona, se sitúa al nivel europeo. Hay que observar la diferencia de población total entre las dos zonas y las amplias diferencias entre los propios países de la zona latinoamericana, tal como hemos analizado.

Aunque podemos observar que las constantes de urbanización (ciudad) y zonas rurales son similares en el caso español y latinoamericano; así como a mayor desarrollo económico, según los indicadores del PIB, la penetración de Internet en la esas sociedades se incrementa. El alejamiento de las zonas rurales dificulta que la tecnología ADSL, por ejemplo se implante con mayor celeridad.

Otra constante que comparten España y América Latina en este asunto es que siguen estando a la zaga de los países de su entorno. Norte de Europa para el caso español y Canadá y Estados Unidos de América para el caso latinoamericano.

El idioma es otro factor a tomar en cuenta en esta capacidad de desarrollo. Mientras el inglés alcanza el 40.2% de la distribución idiomática de Internet en el mundo (Global Research, marzo, recopilado en <<http://www.elrincondejavier.net>>, el español ocupa el 7.2%, por detrás del chino y el japonés con 9.8% y 9.2%, respectivamente.

El acceso a través de las más novedosas tecnologías, que proporcionan la BA/ADSL es, para finales de 2005 en España de 49.99%, mientras que la telefonía convencional, aún está en el 31.79% y el cable sólo es usado por el 12.28%. Hemos señalado que en el caso español la oferta de las compañías telefónicas es aún cara y escasa, aunque en auge las campañas de ofertas.

Situación similar viven en la zona latinoamericana a este respecto.

Conclusiones

El avance del uso de Internet en los hogares es, según las diversas fuentes consultada, indetenible. Aun estando en desventaja, a la fecha, en relación a su entorno geográfico, tanto España, como la de América Latina, la alfabetización electrónica tiene el sentido que pudo tener en su tiempo los avances de los pueblos, desde la revolución industrial a los años posteriores a la mitad del siglo XX, en el desarrollo de su capacidad de leer y escribir, y, por tanto, de comprender mejor sus vidas.

Internet está viviendo, desde finales de la década de los noventa del siglo pasado, la mayor expansión en los países del sur. Sólo unos treinta países de África no están conectados a la Red, según estadísticas de Internet Society <<http://www.isoc.org>>. "Tal desembarco de Internet en el sur, aunque no es significativo en cuanto al volumen, llama la atención que está sucediendo en un momento en que la Red está 'ocupada' por los intereses comerciales..." (Pérez Ariza, 2003: 244).

Para el desarrollo de la libertad de expresión, esta nueva forma de comunicación que es Internet, prácticamente instantánea, tiene la ventaja que puede dar su gran capacidad de crecimiento, pero, al mismo tiempo, incluye graves amenazas al desarrollo de tal libertad. Este peligro estriba en que hay indicios de que la información se está convirtiendo en una mercancía. Internet es un campo principalmente propicio a ese nuevo concepto: la noticia como producto.

Norbert Weiner ya lo advirtió en la década de los cuarenta, cuando señalaba que a mayor libertad en la circulación de los conocimientos, mayor era la posibilidad de que se les fijara un precio (citado por Ramonet, 1998: 212).

Cualquier barrera, como puede ser la idiomática, conspiran contra la libertad de expresión y promueven, aunque sea sin proponérselo, la censura. Quien navega, se encuentra con un ciberespacio escrito en inglés. El ciberespacio funciona fundamentalmente desde el ámbito anglófono, donde están instalados el 77% de los servidores (Pérez Ariza, 2003: 245).

La Red puede abrir la amplia puerta de la democratización de la cultura, pero puede suceder que sea sólo para que algunos la traspasen o que sea paso franco a la expansión del conocimiento sin cortapisas. Como todo avance tecnológico, Internet puede colocarse en cualquiera de las dos orillas: la del bien, y del desarrollo humano o la del mal y la conculcación de las libertades.

Referencias:

- Castells, Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (tomo 1). Editorial Alianza, Madrid, 1997
- Pérez Ariza, Carlos. *Libertad de expresión en España. Nuevas tecnologías y sociedad de la información*. Sociedad General de Autores (SGAE)/Fundación Autor, Madrid, 2003.
- Ramonet, Ignacio. (ed) *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Alianza Editorial, Madrid, 1998.
- Virilio, Paul. *La bomba informática*. Ediciones Cátedra, Madrid, 1999.

Direcciones Internet consultadas

<<http://www.internautas.org/html/3657.html>>

<<http://www.ine.es>>

<<http://www.google.com>> (para Tendencias Digitales); (para OCDE); (para Foro Económico Mundial)

<<http://www.elrincondejavier.net>> (para Global Research)

<<http://www.isoc.org>>

Periódicos

El País, 17/4/2006. *El precio del ADSL en España es un 32% superior a la media de Europa occidental*

La Vanguardia 23/4/2006. *La zona estrecha de la banda ancha*

Dr. Carlos Pérez-Ariza
Docente e investigador, Universidad de Málaga, España.