



Pese a la crisis mundial, Internet sigue creciendo. Hay más de 600 millones de internautas.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Una segunda oportunidad

Frente a la opinión generalizada de que el boom tecnológico no ha cumplido sus promesas, las nuevas tecnologías podrían tener una oportunidad para redimirse en los países en desarrollo

Hace tiempo que términos como 'nueva economía' pasaron a ser viejos y carentes de sentido. Hace ya años que la gente dejó de creer en el mito de que las nuevas tecnologías iban a convertirnos a todos en seres ricos y ociosos. Bastó con que la burbuja tecnológica reventara para que cayéramos al fin en la certeza de que en Internet, como en el mundo de la telefonía móvil, no todo el monte era orégano. Las 'nuevas tecnologías' no cumplieron las promesas de sus padrinos. Al menos no en el mundo desarrollado. Pero podrían estar aún a tiempo de redimirse en los países en vías de desarrollo. Tienen campo—o mercado—suficiente para ello.

A pesar de que las pantocom de

medio mundo se fueron al garete con la crisis, el número de internautas creció en 173,68 millones de personas desde diciembre de 2000 a junio de 2002, hasta colocarse en los 580,78 millones de personas.

Quizás sea más interesante el dato que manejaba en Davos Edward Tian, director general de China Netcom: El gigante asiático es ya el segundo país del mundo en número de usuarios de Internet—60 millones de chinos conectados—sólo por debajo de Estados Unidos. China ha doblado en un año el número de internautas y se calcula que en 2008 estará por encima de los 300 millones,

una cifra inalcanzable para el resto del mundo, excepto, quizás, para la India.

¿'Nueva economía' y 'revolución digital' para los países en desarrollo? A corto plazo, desde luego, ésta es una

Según las previsiones, China contará con 300 millones de internautas en el año 2008

opción impensable. La 'década digital' de la que habla Bill Gates lo será sólo, acaso, para esta parte del planeta, la nuestra. Pese a las cifras anteriormente manejadas, la realidad sigue indicando



Un grupo de personas espera para hacer una llamada desde un teléfono móvil en Bangladesh.

que en 2002 el 63,45% de las conexiones a la Red se producían desde Norteamérica y Europa, mientras que sólo el 6% lo hacían desde Latinoamérica y el 2% entre África y Oriente Próximo.

Iniciativas esperanzadoras

La carencia de infraestructuras de telecomunicación y de conocimientos técnicos entre la población constituye un grave impedimento para los países en desarrollo a la hora de reducir la 'brecha digital' que les separa del mundo desarrollado, por no mencionar el hecho de que todavía gran parte de los humanos tiene preocupaciones mucho más inmediatas que conectarse a Internet o conseguir un teléfono móvil. Sin embargo, está demostrado que las innovaciones tecnológicas, empleadas correctamente, aumentan de manera sensible los niveles de productividad. Hay motivos e iniciativas suficientes para pensar que las nuevas tecnologías pueden cambiar la vida, tanto cualitativa como cuantitativamente, de millones de personas, mucho más allá de lo que ya lo han hecho en Occidente. Así lo ha reconocido incluso Kofi Annan, que ha destacado en múltiples ocasiones "la importancia de que los países en desarrollo se beneficien de las oportuni-

dades que ofrece la revolución digital".

Respecto a esto, una de las iniciativas más conocidas en todo el mundo es la de Grameen Phone, en Bangladesh. Este país asiático está colocado en el puesto 132 de un total de 162 en el 'Informe sobre desarrollo humano' de la ONU correspondiente a 2001. Las escasas noticias que llegan de este país a nuestros medios hablan habitualmente de miles de muertos por causa de los monzones. Allí, en 1976, Mohamed Yunus creó Grameen Bank y lanzó los microcréditos tan populares hoy en muchas zonas del mundo.

En el año 1996 nace Grameen Phone, una compañía participada al 51% por la compañía noruega Telenor, por Grameen Bank (35%) los inversores japoneses de Marubeni Corporation (9,5%) y los neoyorkinos de Gonofone Development (4,5%). La iniciativa está destinada a mujeres rurales por la que éstas pueden adquirir, a través de microcréditos, teléfonos móviles cuyo uso alquilan después a sus propios vecinos.

En seis años, Grameen Phone se ha convertido en el principal operador telefónico de Bangladesh, con más de 750.000 usuarios en 2002 (470.000 en diciembre de 2001). Durante el año pasado, además, el número de líneas móviles superó por vez primera a las fijas en Bangladesh, con 1,1 millones de usuarios frente a las 700.000 líneas fijas. Grameen Phone calcula que 40 millones de personas de zonas rurales (sobre una población total de 123 millones) han tenido acceso a la telefonía a través de esta iniciativa. Pero el asunto no acaba ahí. La filial de Grameen Phone, Grameen Cyber Net, es ya el mayor proveedor de servicios de Internet.

Grameen ha encontrado en su expansión numerosas dificultades, especialmente en cuanto a la carencia de infraestructuras básicas en todo el país. La electricidad todavía no ha llegado a buena parte de las zonas rurales de Bangladesh. Para solucionar este problema se ha creado Grameen Energy, o 'Shupi', como la conocen los bangladesis. Shupi instala paneles solares en las aldeas de manera que los usuarios de Grameen Phone puedan,

por ejemplo, recargar sus teléfonos móviles.

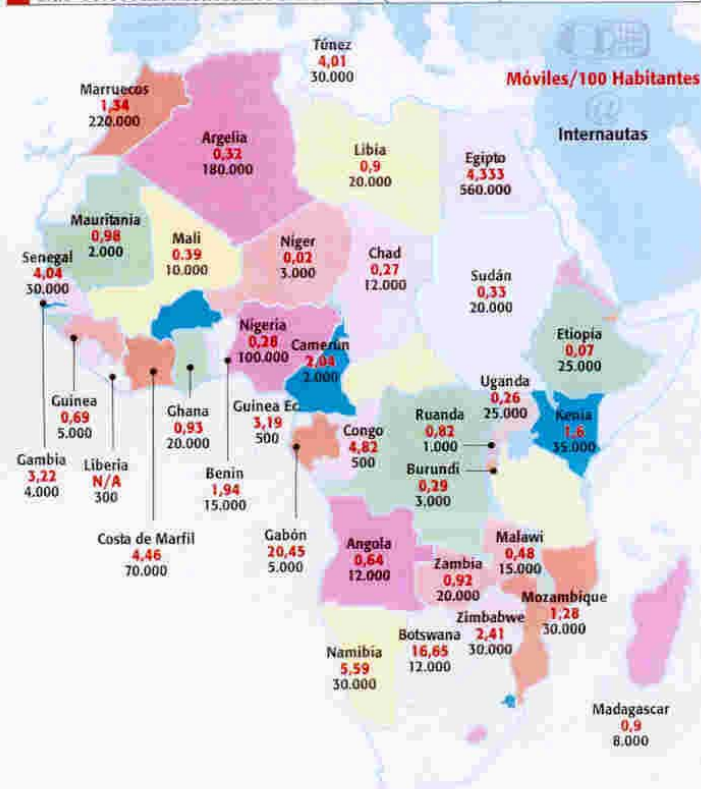
¿Y qué ventajas obtienen los habitantes de las zonas rurales de las llamadas telefónicas? Las primeras beneficiadas son sin duda las mujeres que alquilan los teléfonos. Grameen asegura que ganan 700 dólares al año, el doble de la renta per cápita del país. Los usuarios del teléfono,

pueden conocer el precio de los productos agrícolas en los mercados de las ciudades, las predicciones meteorológicas, o cómo está aquella prima que emigró a la capital hace años.

Pese al evidente éxito de la iniciativa, el creador de Grameen Bank, Mohamed Yunus, reconoce que han encontrado otros problemas más difíciles de solucionar: "Las tecnologías de la información pueden realizar una contribución sin precedentes en la lucha contra la pobreza, en términos de crea-

Grameen Phone ha dado acceso a la telefonía a 40 millones de personas en las zonas rurales de Bangladesh

Las Telecomunicaciones En Africa (1999/2003)



ción de empleo y beneficios, habilitando la manera de que esta gente pueda vender a través de la Red o recibir información de los mercados, como lo está haciendo cualquiera en Occidente. Sin embargo —continúa Yumus—, los móviles y los ordenadores no fueron diseñados para mujeres del campo de países pobres, sino para la gente de los países ricos. Los terminales fueron diseñados teniendo en cuenta sus necesidades. Así que ¿por qué no empezamos a tener en cuenta las necesidades de la gente con menos recursos?”

Viabilidad

Las palabras de Yumus no son gratuitas. Si tienen alguna ventaja los países que están accediendo ahora a las nuevas tecnologías, y las empresas que ofrecen este tipo de servicios, es que

pueden aprender de los errores pasados. A las miles de empresas hijas de la burbuja tecnológica se les acusó en numerosas ocasiones de no atender a las necesidades reales de sus mercados objetivos. En torno a Internet y a la telefonía móvil surgieron 'proyectos' que tenían poco o ningún contacto con la realidad, auténticos disparates carentes de viabilidad que se llevaron al agujero no pocos millones de euros. ¿Podrán las compañías de telecomunicaciones, nativas o extranjeras, conjugar la rentabilidad con las necesidades y características de los potenciales clientes? En esta línea, se insiste constantemente en que es necesario el abaratamiento de las telecomunicaciones para que el mundo en desarrollo pueda tener acceso. Pues bien, lo cierto es que las telecomunicaciones son cada vez más potentes y baratas. Actualmente se puede enviar

más información a través de un cable, en un segundo, que la que se podía enviar a través de todo Internet en un mes en 1997. Transmitir un millón de bytes desde Boston a Los Angeles cuesta hoy 12 céntimos de dólar, mientras en 1970 costaba 150.000 dólares. Enviar por correo electrónico un documento de 40 páginas de Chile a Kenia cuesta menos de 10 céntimos, enviarlo por fax cuesta 10 dólares, y enviarlo por correo ordinario cuesta 50 dólares.

La información: materia prima

En África los obstáculos al desarrollo de las nuevas tecnologías son aún mayores que en el sur de Asia. Las líneas telefónicas con las que cuentan, en su mayoría heredadas de la colonización implican que una llamada de Kenia al Congo tenía que pasar primero por Londres y Bruselas para poder llevarse a cabo con el consiguiente incremento en el coste y pérdida en la calidad del servicio. Pero no faltan iniciativas similares a las Bangladesh. En Tanzania, Adesemi Communications International está colocando cabinas de teléfonos móviles de pago con tarjeta por todo el país. Existen también teléfonos móviles sin batería —hay que 'darles cuerda' como a las antiguas radios— que han sido introducidos con mayor o menor éxito.

Respecto a América Latina, hace tiempo que entró —con más o menos dinamismo, según los casos— en la 'era digital'. Que se lo pregunten a Telefónica o Patagon. Los latinos son el grupo de mayor crecimiento en el mercado de Internet en Estados Unidos.

Más allá del mercado de las tecnologías de la información, de las telecomunicaciones, la información es una materia prima básica y es consumida a gran escala en todos los procesos socioeconómicos del planeta. Las nuevas tecnologías pueden cumplir con su promesa de revolución digital haciendo llegar esa materia prima a todos los rincones del mundo, y pueden hacer negocio con ello. Según datos de la ONU de 2001, el 90% de la información sobre África se almacena en Europa y Estados Unidos, una información a la que los africanos no tienen acceso. □

INIGO GARCÍA