

Repensando el concepto de acceso universal como contrapeso a la corporativización de la comunicación social.

Eduardo Villanueva Mansilla

Departamento de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica del Perú

1. Identificando tendencias

Vivimos un proceso de cambios en la comunicación social que está produciendo un escenario cada vez más integrado, a nivel geográfico, industrial y de contenidos, con la tecnología digital como catalizador de los cambios. El solo hecho que contemos con una amplia variedad de nombres para este proceso, desde *sociedad de la información* (Mattelart 2002, Utsumi 2002, Webster 2002) hasta *convergencia multimedia* (Garnham 1996, Villanueva 2000a), sirve como señal de la consciencia del cambio pero al mismo tiempo, de lo complejo que resulta interpretar o siquiera intuir los resultados finales.

Los énfasis dependen de los intereses de aquellos que hacen el análisis, por lo que es imposible enunciar un conjunto definitivo de cambios que podamos definir como centrales o definatorios del período actual. Pero, aceptando las limitaciones de nuestros propios énfasis y nuestras propias intenciones analíticas, quizá sea pertinente una apreciación centrada en la manera como la visión de lo normativo en la comunicación se está desplazando de lo social a lo comercial, al menos como ejercicio de sistematización preliminar.

El origen de los cambios normativos puede fijarse en el agotamiento del concepto más tradicional de *servicio público de telecomunicaciones* (Ariño 1997), como parte de la aparición de un modelo distinto de regulación de mercados (Stolfi y Sussman 2001). Ya no es obligación del estado, ni derecho ciudadano en un sentido estricto, el acceso a la comunicación, en sus múltiples acepciones posibles. Este cambio surge por la necesidad de obtener capitales y experticias completamente alejadas de las posibilidades de los antiguos monopolios estatales, y lograr a su vez un impacto económico, gracias a las externalidades positivas de la inversión en telecomunicaciones (Herscovici 1999).

La telefonía es el mejor ejemplo de esta tendencia, no sólo por privatizada sino porque se acepta que, más allá que puedan existir subsidios para el acceso a los servicios por parte de segmentos de la población muy deprimidos económicamente, no se puede pensar en abaratar los servicios para permitir que toda la población pueda usarlos, salvo para el caso de aquellos que se encuentran demasiado lejos del mercado para poder participar de él. Los ciudadanos que no "califican" como consumidores no tienen esperanza de alcanzar los servicios de telefonía.

Al mismo tiempo, la idea detrás de los medios masivos en nuestra región no parece haber cambiado significativamente, puesto que se sigue aceptando tanto la libertad de empresa como el financiamiento mediante publicidad de la señal abierta; el acceso a los sistemas de televisión, y tal de radio, previo pago es cuestión de mercado. En todo caso aparece como saltante la constante inversión de transnacionales para lograr control sobre los segmentos del mercado de medios masivos que no se encuentran protegidos por leyes de reserva para inversionistas nacionales (Giordano 1999).

Sin embargo, las novedades tecnológicas añaden incertidumbre. Más allá de la posibilidad de hacer uso de la Internet a través de un telecentro, que se haya distribuidos aceptablemente por una significativa cantidad de ciudades de nuestra región, queda la percepción que los desarrollos tecnológicos ofrecen mucho más y que alguna estrategia para impedir que no se cuente con acceso a estos desarrollos es necesaria. Hay que evitar la llamada brecha digital (Utsumi, op. cit.). Esta brecha puede expresarse en las carencias más tradicionales, como acceso a un teléfono público, como en las más sofisticadas, como imposibilidad de contar con un teléfono móvil de la futura tercera generación (www.bridges.org). Pero también la televisión digital, o la banda ancha.

Como contrapartida, los estados han aceptado una transformación del concepto de *acceso universal* (Bork et al. 1998, CITELE 2000, Hudson 2002). Concepto para nada nuevo, que ha ido cambiando con los tiempos, la tecnología y sobre todo la presencia de la propiedad privada en los servicios públicos. Esencialmente, el acceso universal remite a políticas de promoción de la expansión de servicios de telecomunicaciones, las cuales se realizan a través de subvenciones a los operadores; el dinero para estas subvenciones proviene de los mismos operadores.

Las formas del acceso universal varían mucho de país en país. En los Estados Unidos, buscan la subvención de servicios públicos, como bibliotecas, escuelas y hospitales, no sólo para telefonía sino también para servicios avanzados como acceso a la Internet (Bork, op. cit., Kennard 1999); en países como el Perú, se busca promover que las áreas rurales y de extrema pobreza tengan acceso a servicios de telefonía pública (el llamado

servicio universal, versión menos exigente del acceso universal), y sólo complementariamente se busca el acceso a la Internet (cf. www.osiptel.gob.pe/fitel).

Programas de generalización de acceso a la Internet, como el Plan Huascarán en el Perú (www.huascarán.edu.pe), buscan otras formas de acceso universal, esta vez centrados en la educación. Estos programas tienden a contar con otro marco conceptual como justificación, más bien centrado en la cuestión de las competencias educativas y la necesidad de la modernización educativa. No por ello se los puede separar de la concepción implícita de acceso universal, puesto que buscan llevar la conectividad a los lugares que no cuentan con ella, y la definen de manera implícita como socialmente conveniente e institucionalmente necesaria, a pesar que no haya el sustento necesario para justificar la inversión o las métricas adecuadas para evaluar el éxito o no de estas iniciativas, existentes en toda la región.

Esta clara promoción desde los estados para crear las condiciones para el acceso a los servicios de telecomunicaciones no va acompañada, sino parcialmente, por políticas para promover el acceso a los medios masivos más allá de los servicios de señal abierta. La televisión por cable, la televisión satelital y la futura televisión digital han sido dejadas completamente en manos comerciales, consideradas fuera de cualquier necesidad social significativa. Incluso protecciones existentes en países desarrollados como el derecho del público a ver contenidos de interés general (Solberg 2002), como eventos deportivos de significación nacional, están completamente fuera de la discusión.

Esto muestra claramente que las políticas de acceso universal busca promover el desarrollo de los mercados, no de la comunicación. El sesgo debe establecerse desde el inicio: los fondos promueven la ampliación de mercados que no podrían existir sin subsidios, pero se desinteresan por completo por promover que la ciudadanía cuente con medios para comunicarse que pasen por fuera de los mecanismos de mercado. Lo que hace aún más lamentable esta situación es la existencia del potencial tecnológico para ampliar las posibilidades de comunicación, puesto que las tecnologías reunidas en la Internet y en las nuevas formas digitales son lo suficientemente flexibles y asimismo asequibles económicamente como para intentar ampliar en vez de limitar conceptualmente el acceso universal.

Subsidiar la televisión digital o siquiera la televisión por cable queda fuera porque se las ve como expresiones de la cultura del entretenimiento, antes que como necesidades sociales, a pesar que la experiencia de cooperativas o pequeñas empresas, que muchas veces de manera ilegal acceden a las señales de satélite para ofrecer en comunidades menores servicios similares a la televisión por cable. Más allá de la inclusión o no de la televisión por cable entre las necesidades básicas, la demanda y la acción de los pueblos alejados de los grandes centros urbanos en busca de acceso a los medios muestra el interés social y la pertinencia de buscar alternativas que no sean meras ampliaciones de las actividades comerciales de los operadores de telecomunicaciones.

Esto se hace necesario, y hasta urgente, porque el proceso convergente puede terminar convirtiendo a estos mismos operadores de telecomunicaciones en proveedores de medios masivos, a través de señales digitales propias. Los conglomerados de

telecomunicaciones, con más recursos financieros y capacidad de recurrir a los mercados de capitales y de recursos humanos que las empresas de medios masivos nacionales, bien pueden terminar tomando el control de los canales de acceso a los medios, ayudados además por las subvenciones creadas por los programas de acceso universal.

En una situación como esta, la solución a la llamada "brecha digital" puede terminar convirtiéndose en una interesada paradoja: no más brecha digital en el sentido convencional, es decir poblaciones y personas sin acceso a las telecomunicaciones, pero una mayor brecha digital al convertir a la comunicación en un asunto de consumo que no aprovecha las opciones, existentes en la tecnología, para dar espacio a los ciudadanos (Gandy 2002).

2. Commons, teleacceso y acceso universal

Reconocer el potencial de la tecnología para ampliar, en vez de reducir, las opciones de comunicación aparece como crítico. El principio ordenador es que a pesar de la tendencia global a la concentración cada vez mayor de canales en manos de pocos operadores, la tecnología permite aumentar las voces y los canales, agrandando la conversación en lugar de disminuirla.

La caracterización del ciberespacio como *commons* es la primera pieza a considerar. Un *commons* es un espacio público, disponible para el uso de todos los interesados en igualdad de condiciones de acuerdo a sus habilidades. No se trata únicamente que no

haya restricciones para acceder a él, como las redes de telecomunicaciones, sino que no hay restricciones para transformarlo, creando nuevas maneras de comunicación y nuevos mensajes a través de él. Mientras que en sus formas puras, el espacio público es público porque el libre acceso no se agota en la entrada al sitio, pudiendo expresarnos libremente mediante un sistema de comunicación de libre disposición, es decir nuestro idioma, un auditorio, que por definición es un lugar cerrado y por lo tanto, bajo control de alguien, ya requiere una negociación para lograr el acceso. El sistema telefónico es un medio técnico para la comunicación con el que podemos decir lo que queramos, pero ni la red telefónica, propiedad de un operador, ni el sistema de comunicación, propiedad por lo general del mismo operador aunque interoperativo con otras redes telefónicas, están a nuestra disposición sin tener que acatar algún sistema de reglas.

El siguiente cuadro, desarrollado por el principal teórico de la Internet como commons, Lawrence Lessig (Lessig 2001), puede servir para ilustrar la cuestión¹:

Capas	Agora pública	Auditorio	Sistema telefónico	TV cable	Internet
Contenido	Libre	Libre	Libre	Controlado	Libre y controlado*
Código	Libre	Libre	Controlado	Controlado	Libre
Física	Libre	Controlado	Controlado	Controlado	Controlado

* Existe contenido controlado por derechohabientes de propiedad intelectual, pero también existe abundante contenido entregado al dominio público; además, el mecanismo de publicación de la Internet carece de las limitaciones de control que tienen los medios, con propietarios que deciden qué publicar y qué excluir.

¹ Una aclaración básica: libre para Lessig no es que no cueste, sino que no tiene restricciones de acceso. El contenido en la televisión abierta está controlado, no porque haya que pagar por él, sino porque la decisión de qué poner en una estación y los mecanismos de entrada al sistema de televisión cuestan y por lo tanto, están bajo el control de los operadores.

En este modelo, el contenido es lo que se transmite y comparte en un sistema de comunicación; el código es el mecanismo de codificación o señalización, el que define cómo interpretar la información y cómo se la enviará; la capa física es el mecanismo de transmisión, la red en otras palabras.

La televisión por cable, como medio masivo que es, implica control a todo nivel: los medios físicos de transmisión son propiedad de un operador que nos obliga a pagar por el acceso, los mecanismos de codificación también son privados y de pago, y finalmente no tenemos más control sobre el contenido que el cambiar de canal, o cuando y donde es posible, cambiar de operador.

En la Internet, la situación es distinta: mientras que la red física de la que dependemos para conectarnos es totalmente privada, y el acceso a la misma pasa por aceptar las condiciones que ponga un operador dado, el contenido puede ser libre o propiedad de alguien; pero el código, es decir el mecanismo por el cual se lleva a cabo la comunicación, es libre. La base de la Internet reside precisamente en la libre disponibilidad de este código. La razón de la existencia y la viabilidad futura del *commons* que es la Internet dependen de la libertad de acceso al código. Es el código de la Internet lo que permite esta combinación inusual de contenido controlado y libre al mismo tiempo, y lo que hace tan atractiva a la Red.

Pero el código no se limita a cuestiones informáticas, sino a las reglas de juego sobre las cuales se desarrollan las herramientas informáticas. Napster y los sistemas de intercambio de archivos que lo han sucedido sirven para ilustrar el punto: la tecnología permite un sistema de libre acceso a contenidos digitalizados, a través del cual se

obtiene acceso sin previo pago y sin control a archivos que antes estaban no sólo sujetos a pago, sino sobre todo a control de los derechohabientes; así pues, si alguien deseaba una canción de los años cuarenta, o esperaba a que la disquera la publicara o simplemente no tenía acceso a ella. Gracias a Napster, de pronto no sólo el pago sino el control sobre la edición o no de semejante canción desaparecen del escenario, de forma que las empresas de contenidos no pierden meramente el pago por un disco, sino el manejo completo de todo el armazón comercial sobre el que se basa la industria.

Si no fuera por la cuestión de control, ¿por qué habría de molestar a un estudio de televisión que episodios de una serie que normalmente se emite por televisión abierta estén disponibles en la Internet? A fin de cuentas, no reciben pago directamente por ellos, y en muchos casos los que bajan un episodio lo hacen sin óbice para la experiencia televisiva misma, o porque carecen de acceso a esa experiencia. El problema para el estudio es que al perder el control sobre el contenido, pierden control sobre el uso del mismo por los usuarios, y con ello la posibilidad de administrarlo a su mejor interés comercial.

En un enfrentamiento así, lo que sufre no es el beneficio que los individuos puedan recibir al carecer de obligaciones de pago por los contenidos que consumen; lo que sufre es la búsqueda de nuevos modelos para acceder a esos contenidos, de nuevas alternativas relevantes para la libre circulación de ideas. La respuesta ante la amenaza a los derechos de las empresas de contenidos no es buscar una salida que respete sus derechos pero que aproveche la tecnología para favorecer a todas las partes; todo lo contrario: se busca cerrar aún más el panorama, impidiendo que las opciones

provenientes de los otros puedan ser consideradas, aun cuando las posibilidades reales de vencer al nuevo modelo sean mínimas (Biddle et al. 2002), lo que demuestra que lo que se busca preservar es el *status quo* antes que los derechos mismos de los creadores. El derecho del lucro individual termina constriñendo la posibilidad de la innovación para el beneficio colectivo.

El resultado es una situación en donde las alternativas que buscan reforzar y explotar el espacio común que es la Internet se ven amenazadas por la intención de los derechohabientes para detener el avance en función de sus intereses específicos. No hay relación directa entre un supuesto "espíritu libertario" y el bando pro-código libre; varios intentos comerciales basados en código de libre acceso y liberador de contenidos han fracasado precisamente porque los derechohabientes han preferido el modelo comercial a cualquier innovación que ponga en el más mínimo peligro sus intereses; lo que se tiene que considerar es el perjuicio a la sociedad que produce esta actitud.

Reimaginar a la comunicación posible gracias a la tecnología digital como un *commons* nos lleva a pensar que hay más opciones en el acceso universal que la mera promoción del consumo de servicios. Es más la opción por una comunicación en la que se reivindica a la tecnología como una posibilidad para la creación de contenidos por todos los ciudadanos, abriendo el ciberespacio y con él, todos sus derivados posibles, hacia la promoción del diálogo antes que al consumo de lo que los conglomerados proveen. Es además una receta para el aumento de las opciones y finalmente para la promoción de la creatividad, y a través de ella, de un posible crecimiento económico, el

cual por ahora sólo parece tener como fuente la inversión de los conglomerados para crear más consumidores.

Si se complementa la idea de *commons* con la necesidad de promover el teleacceso, entonces tenemos un panorama muy diferente. Como se ha explicado anteriormente (Villanueva 2000b), el teleacceso es el uso de tecnologías de información y comunicación para obtener información, contactar gente, y recibir o dar servicios (Dutton 1999). Como tal, el teleacceso no es una novedad, pues existe desde el inicio de las telecomunicaciones. Lo interesante es que la transformación de los años noventa ha incidido en nuestra capacidad de apreciar el potencial del teleacceso y de su influencia social.

El teleacceso ha pasado a convertirse en una preocupación central a todo nivel de la sociedad, puesto que la percepción de la importancia mayúscula de las telecomunicaciones, producto no sólo de la convergencia multimedia sino de la manera como ésta ha sido “vendida” a la sociedad, trae como corolario que se le dé al tema del tele-acceso una importancia equivalente a la que hace unas décadas tenía la educación, el desarrollo industrial autónomo, o la identidad nacional. El teleacceso es visto como una necesidad personal, institucional y social, más allá que muchas veces no se tenga claro el porqué de esta centralidad ni mucho menos los beneficios concretos que este teleacceso producirá a comunidades o individuos concretos.

El problema nuevamente reside en la reducción del teleacceso al mero acceso a las telecomunicaciones, cuando en realidad implica la expresión individual y la

reconfiguración de las prácticas institucionales de comunicación en función de las necesidades explícitas o implícitas de comunicación, las que sin duda pueden ser reimaginadas a la luz del potencial del mismo teleacceso.

Si se acepta entonces que reconfigurar la noción de teleacceso como una nueva manera de acceder a información pero también como una forma de participar socialmente en la creación de información es no solo deseable, sino también posible, tenemos el potencial de recrear la idea de acceso universal, basándonos en la combinación de respeto del commons como socialmente necesaria, y de fomentar el teleacceso como colectivamente útil, hacia una nueva concepción de la promoción general de la comunicación, aprovechando el potencial de la tecnología para democratizar en vez de comercializar los espacios tecnológicos de la comunicación social.

3. Nuevas formas normativas de la comunicación social

Bajo esta premisa, la fundamentación desde la comunicación social del acceso universal no como una mera cuestión de acceso al consumo de tecnologías, sino como acceso a las herramientas técnicas, intelectuales y sociales de participación en el *commons* no es sino un ejercicio que colectivamente puede dar frutos en nuevas políticas de comunicación. Las propuestas normativas que se puedan construir desde esta plataforma permitirían un nuevo diálogo sobre las acciones necesarias para dar inicio a un proceso de democratización de la ciudadanía digital, usando a la comunicación social como fundamento.

El derecho a la comunicación será así un derecho a la expansión del acceso como mecanismo integrado de facilidades de creación de contenidos, participación abierta en los diálogos, y promoción de mecanismos para democratizar los servicios públicos, los servicios de telecomunicación y los contenidos mismos. El acceso universal no se agotará en el consumo, sino que se ampliará hacia la demanda clara de mecanismos para no limitar la participación en los commons sino su promoción activa.

No es necesariamente, tarea fácil. Existe todo un corpus argumentativo (Flew y McElhinney 2002, Queau 1999, Verhulst 2002) que gira alrededor del acceso universal como simple promoción del consumo, y los esfuerzos para la ampliación del concepto se dan más en el terreno de los proyectos que de las conceptualizaciones. Pero no por ello debe dejarse de lado, puesto que el ejercicio de la comunicación social no puede limitarse a la constatación de los avances de la tecnología o su crítica sin mayores elucidaciones. Siguiendo la propuesta de Wolton (Wolton 2001), es necesario encontrar el lugar que las nuevas formas de comunicación que permite la tecnología tengan un lugar en una propuesta normativa para este nuevo escenario; por ello, el camino pendiente de recorrer pasa por afinar y desarrollar las ideas hasta elaborar una visión más amplia, más inclusiva y finalmente más democrática de lo que la comunicación ha de ser en nuestras sociedades.

Lima, marzo del 2003.

Bibliografía

Ariño Ortiz, Gaspar. 1997. Servicio público y servicio universal en las telecomunicaciones. En: Javier Cremades (ed.), *Derecho de las telecomunicaciones*. Madrid: La Ley, pp.757-776.

Biddle, Peter, et al. 2002. The Darknet and the Future of Content Distribution / Peter Biddle, Paul England, Marcus Peinado, and Bryan Willman, Microsoft Corporation. En: <http://crypto.stanford.edu/DRM2002/darknet5.doc>

Bork, Jeffrey S., Richard Leitermann y Emilio Sánchez Pintado. 1997. Interconnection and universal service in the United States, Germany and Spain. *Beyond the telecommunications act, a domestic and international perspective for business*. Rockville, Government Institutes, pp. 224-244.

CITEL. 2000. Servicio universal en las Américas. Washington: Comisión interamericana de telecomunicaciones, OEA. 152 p.

Dutton, William. 1999. Society on the line: information politics in the digital age. Nueva York: OUP. 390 p.

Flew, Terry y Stephen McElhinney. 2002. Globalization and the structure of new media industries. En: *Handbook of new media*. Nueva York: Sage, pp. 304-319.

Gandy, Oscar H., Jr. 2002. The real digital divide: citizens versus consumers. En: *Handbook of new media*. Nueva York: Sage, pp. 448-460.

Garnham, Nicholas. 1996. Constraints on multimedia convergence. En : William Dutton (ed.), *Information and communication technologies: vision and realities*. Oxford: Oxford, pp. 103-119.

Giordano, Eduardo. 1999. Telefónica en América Latina: ¿hacia un imperio audiovisual español? En: César Bolaño (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación: hacia una economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos, pp. 125-134.

Herscovici, Alain. 1999. Globalización, sistema de redes y estructuración del espacio: un análisis económico. En: César Bolaño (ed.), *Globalización y monopolios en la comunicación: hacia una economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos, pp. 49-60.

Hudson, Heather E. 2002. Universal access to the new information infrastructure. En: *Handbook of new media*. Nueva York: Sage, pp. 369-383.

Kennard, William. 1999. Connecting the globe : a regulator's guide to building a global information community / William E. Kennard, chairman, Federal Communications Commission. Washington: FCC, 1999.

- Lessig, Lawrence. 2001. *The future of ideas: the fate of the commons in a connected world*. New York: Random, 2001. 353 p.
- Mattelart, Armand. 2001. *Historia de la sociedad de la información*. Edición revisada y ampliada por el autor. Buenos Aires: Paidós, 193 p.
- Queau, Philippe. 1999. Les termes inégaux des échanges électroniques. En: *Le monde diplomatique*, février 1999, p. 16-18.
- Solberg, Harry Arne. 2002. The market for sports rights, will the listed events solve the problems? En: http://www.nordicom.gu.se/nordic_conference/iceland/papers/two/HASolberg.doc
- Stolfi, Francesco y Gerald Sussman. 2001. Telecommunications and transnationalism: the polarization of social space. En: *The information society* 17, pp.49-62.
- Utsumi, Yoshio. 2002. The rise of the information society, speech of the Secretary General of the International Union of Telecommunications. Discurso ante la Asamblea General de las Naciones Unidas, 17 de junio del 2002. 3 p.
- Verhulst, Stefaan G. 2002. About scarcities and intermediaries, the regulatory paradigm shift of digital content reviewed. En: *Handbook of new media*. Nueva York: Sage, pp. 432-447.
- Villanueva, Eduardo. 2000a. Convergencia multimedia: más allá de la Internet. En: *Diálogos de la comunicación*, 59-60, pp. 224-231.
- Villanueva, Eduardo. 2000b. Algunas consideraciones sobre la problemática del teleacceso. Ponencia presentada en el Seminario regional UNESCO-UIA de acceso equitativo a las tecnologías de información y comunicación, México DF, 28-29/11/2000
- Webster, Frank. 2002. The information society revisited. En: *Handbook of new media*. Nueva York: Sage, pp. 22-33.
- Wolton, Dominique. 2001. La communication, un enjeu scientifique et politique majeur du XXIe siècle. En: *L'année sociologique*, LI(2), pp. 309-326.