

## Las telecomunicaciones: ¿planificar el futuro, o dialogar con el usuario?

**INTERNET HA SIDO DURANTE MUCHOS AÑOS “motorizado” por la demanda, no impuesto por la oferta. Ha sido la gente la que ha ido convenciendo a sus amigos y conocidos que “no estar” en la Red era “estar fuera de onda”. Ciertamente, ha habido campañas de comunicación, pero el principal vendedor de internet ha sido, hasta ahora, el propio internauta.**

Fue la “autopista accidental”. Después de largos años durante los que los grandes de las tecnologías (industria informática y de telecomunicaciones) nos anunciaban un futuro de “acción a distancia”, en el que podríamos hacer de todo sin

movernos de casa, apareció el web, y su expansión empezó a presionar a las operadoras para dar unos servicios para los que quizá no estaban preparadas.

Sin embargo, parece que ahora las cosas cambian. La oferta quiere tener un papel más preponderante en la definición del futuro de la Red. Se lanzan nuevos servicios y se intentan llevar al mercado lo más rápidamente posible aquellos desarrollos que acaban de evolucionar en los laboratorios.

Sin embargo la gente absorbe las innovaciones a mucha menor rapidez de lo que las generamos. Mientras se intenta imponer al ciu-

dadano medio servicios móviles que quizá no le aporten mucho, se sigue negando en muchas zonas del país el “derecho” a un ancho de banda digno. La demanda exige prioritariamente el cable, o cualquier otra tecnología que aporte navegación rápida, pero la oferta le presenta opciones muy sofisticadas de telefonía móvil que no necesariamente responden a sus necesidades.

La “planificación” del mercado futuro de las telecomunicaciones por las operadoras tiene muy poco que ver con esa “autopista accidental” del principio.

*Alfons Cornella*  
*cornella@infonomics.net*