

COLUMNA DE OPINIÓN

La era de la internet romántica acabó



LUCAS GALLITTO,
director para América Latina de GSMA

“

El modelo de uso de las redes sigue anclado en esquemas pensados para los comienzos, cuando tener un dispositivo móvil era sinónimo de estatus económico y social, e internet era una novedad curiosa”.

Hubo un tiempo en que conectarse a internet era una experiencia casi artesanal. Los que vivimos la transición de un mundo offline a un mundo online recordamos esa época de descubrir en buscadores páginas sencillas de creadores anónimos, participar en foros abiertos, probar servicios nuevos disponibles en forma gratuita, o incluso bucear en BBSs (Bulletin Board Systems) como precursores de la WWW.

Hoy navegamos con la hoja de ruta que marca el algoritmo, surfeando anuncios publicitarios y videos 4K que empiezan a reproducirse sin dar play, encallando contra paywalls y ofertas de suscripciones. La navegación no es exactamente descentralizada; en América Latina, más del 70% del tráfico móvil es generado por solo tres compañías: Meta (49%), Alphabet/Google (14%) y TikTok (8%).

Internet sigue siendo o, mejor dicho, es más que nunca, una herramienta que abre un sinfín de oportunidades. De trabajo, de educación, de información, de entretenimiento. Pero la era de la internet romántica acabó. Ya no tenemos una internet de pares. La distancia entre los millones de usuarios, pequeños emprendedores y creadores de contenido con respecto a grandes plataformas cuyo modelo de negocio es monetizar el tráfico en internet no podría ser más grande.

Todos disfrutamos de los servicios y la innovación de esas plataformas. Pero desromantizar la

superficie de internet es esencial para no hundir aquello que subyace: la infraestructura de telecomunicaciones. El modelo de uso de las redes sigue anclado en esquemas pensados para los comienzos, cuando tener un dispositivo móvil era sinónimo de estatus económico y social, e internet era una novedad curiosa.

De acuerdo con números recientes de la GSMA, los operadores móviles contribuyen con el 85% de las inversiones en la cadena de valor de internet a nivel mundial. Invierten para sostener el tráfico que continúa y continuará creciendo a la par de videos de mayor definición, aplicaciones de inteligencia artificial, realidad aumentada. Mientras tanto, las grandes plataformas no tienen incentivos para ser eficientes en el uso de este recurso al no enfrentar una señal de precio.

La celebración de un nuevo Día de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información nos da la oportunidad de reconocer todo lo que la conectividad a internet hizo posible, pero también pensar en las posibilidades del futuro.

Es hora de una conversación madura entre gobiernos, reguladores, operadores y grandes generadores de contenido que permita reequilibrar los eslabones en la cadena de valor de internet. Este debate, popularizado como fair share (contribución justa), empezó en Europa, pero América Latina lo hizo propio. Con diferentes grados de avance, Brasil, Colombia y Perú ya lo han puesto en agenda. Como uno de los líderes digitales de la región, Chile tiene la oportunidad de asumir un rol protagónico en esta nueva etapa.