



photo : IDC

**Le président d'International Datacasting, Ron Clifton, avec le professeur d'informatique Norberto Arturo García Robledo à l'école primaire Sor Juana Ines de la Cruz dans une collectivité rurale du Mexique. L'école utilise la technologie IDC pour recevoir des vidéos et de l'information de l'Instituto latinoamericano de la comunicación educativa.**

## Comblent l'écart technologique

L'Amérique latine avance au pas de course vers la nouvelle économie, et ce, avec le concours de la société International Datacasting Corporation (IDC), établie à Ottawa. Demandez au président d'IDC, Ron Clifton, quelle est la région du monde qui offre les débouchés les plus attrayants pour la technologie canadienne. Il vous répondra sans hésiter : « L'Amérique latine, à cause de ses besoins incroyables en matière de connectivité. »

Les pays d'Amérique latine, résolus à affronter la concurrence internationale, sont en train de se doter des compétences et de l'infrastructure qu'exige l'économie du savoir, souligne M. Clifton. « Ils veulent rompre avec les vieilles technologies, dit-il. Ils sont en quête des solutions innovatrices qu'offrent les technologies de pointe. »

IDC possède ce dont ils ont besoin. L'entreprise, dont les activités s'étendent aux quatre coins du monde, produit et assemble du matériel et des systèmes logiciels qui permettent la transmission ultra-rapide d'énormes quantités de données par satellite. Ces systèmes peuvent regrouper en une seule chaîne à large bande jusqu'à 8 000 canaux de données, de vidéo et de télévision de qualité professionnelle pour les diffuser à l'autre bout du monde.

Les clients d'IDC en Amérique latine utilisent ces systèmes pour atteindre les collectivités rurales isolées qui ne sont pas reliées au service téléphonique. La technologie assure l'accès tant à Internet qu'à l'éducation à distance et à la formation

## Des femmes branchées

### Suriname : de la parole aux actes

« À la Quatrième Conférence mondiale sur les femmes de Pékin, les Antillaises ont brillé », affirme Vanda Radzick, coordonnatrice du Fonds pour la promotion de l'égalité des sexes de l'Agence canadienne de développement internationale (ACDI) au Guyana. Mais, très vite, il nous est apparu évident que nous ne disposions pas des ressources les plus essentielles. Nous étions nombreuses à ne même pas avoir d'ordinateur et personne parmi nous n'avait accès à Internet. »

• suite à la page 18

permettant d'acquérir les compétences nécessaires dans une économie fondée sur le savoir.

IDC compte plusieurs clients dans la région, dont :

- Le prestigieux Instituto tecnológico y de estudios superiores de Monterrey (ITESM), au Mexique, est un établissement d'enseignement dynamique qui rayonne sur toute l'Amérique latine. Il est un pionnier de l'éducation à distance. Depuis 1999, l'ITESM utilise les systèmes d'IDC pour la diffusion des programmes de son université virtuelle dans toute la région. En novembre 2000, l'ITESM a choisi IDC pour la fourniture de systèmes de chiffrement qui lui permettent d'offrir à ses clients des services taillés sur mesure.
- L'Instituto latinoamericano de la comunicación educativa est une organisation internationale qui se sert des systèmes mis au point par IDC pour fournir, par Internet, des données, des vidéos continus et à la demande, de même que du matériel multimédia à des écoles réparties dans tout le Mexique, y compris celles qui ne disposent pas de lignes téléphoniques.
- Telefónica Mundo, entreprise téléphonique du Chili, a fait appel récemment à IDC pour l'approvisionnement de systèmes de diffusion de données pour la connectivité Internet et de nouveaux programmes d'apprentissage à distance par satellite dans tout le Chili.

À l'instar de nombreux Canadiens, M. Clifton a grandi dans un foyer où l'un des parents était francophone et l'autre anglophone. Cela, observe-t-il, lui a permis d'évoluer facilement dans les contextes bilingues. Il possède en outre une connaissance suffisante de l'espagnol et du portugais pour faire des affaires dans ces deux langues.

Se sentir à l'aise dans la diversité culturelle est un autre atout commercial pour les Canadiens, indique-t-il. « En me fondant sur mon expérience, je dirais que les Latino-Américains considèrent les Canadiens comme étant sensibles à la diversité culturelle et linguistique. Toutes choses étant égales par ailleurs, cela peut représenter un avantage important. »

photo : CANAPRESS

