

CENTRO GUMILLA

comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • Cuarto trimestre 2006 • N° 136



E-mediaciones

Director

Andrés Cañizález

Editor

Carlos Delgado-Flores

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Marcelino Bisbal

José Ignacio Rey

Francisco Tremonti †

Gustavo Hernández

Carlos Correa

Agrivalca Canelón

Andrés Cañizález

Carlos Delgado-Flores

Colaboradores

Daniel E. Jones (Barcelona, España)

Carlos Guzmán Cárdenas (Caracas, Venezuela)

Tanius Karam (Ciudad de México, México)

Elda Morales (Maracaibo, Venezuela)

Erick Torrico (La Paz, Bolivia)

José Martínez de Toda (Puerto Ordaz, Venezuela)

Narsa Silva (Caracas, Venezuela)

David de los Reyes (Caracas, Venezuela)

Luis Carlos Díaz (Caracas, Venezuela)

Acianela Montes de Oca (Caracas, Venezuela)

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 30.000,00

Suscripción de apoyo: Bs. 60.000,00

Número suelto: Bs. 9.000,00

Forma de pago:

En Venezuela

- Cancelando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:
Fundación Centro Gumilla,
en alguna de las siguientes cuentas:

Banescó

Cta. Cte. No.: 413-1-01041-4

Banco Venezolano de Crédito

Cta. Cte. No.: 001-0152283

(en este caso envíenos copia del depósito)

Para suscripciones del exterior
contactar a la administración
del Centro Gumilla

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina de la Luneta,
Altagracia. Apartado 4838
Caracas 1010-A- Venezuela
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871
Fax: 564.7557

Redacción Comunicación:

comunicacion@gumilla.org.ve

Redacción SIC:

sic@gumilla.org.ve

Unidad de Documentación:

documentacion@gumilla.org.ve

Administración:

administracion@gumilla.org.ve

Depósito Legal

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

Comunicación no comparte necesariamente las opiniones vertidas en los artículos firmados que expresan, como es obvio, la opinión de sus autores.

Los textos publicados en la sección de Estudios de la Revista son arbitrados.

La revista *Comunicación* de la Fundación Centro Gumilla está indizada en la base de Datos Clase "A" de la Fundación Venezolana de promoción del investigador, al igual que en Latindex (Catálogo de revistas)

Visite nuestra página en la Web:

<http://www.gumilla.org.ve>

Esta publicación
ha sido patrocinada por

MINISTERIO

DE LA CULTURA



cantv

comunicación

Nº 136

Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

Presentación	E- mediaciones	2
Entradas	Claves para entender el Medio Digital	
	■ Carlos Arcila Calderón	4
	Apuntes para una genealogía del pensamiento social sobre las telecomunicaciones	
	■ Carlos González Saavedra	10
	El conocimiento en la economía digital	
	■ Carlos Delgado-Flores	18
	Tendencias del periodismo latinoamericano en línea	
	■ Ysabel M. Vilorio S	28
	Cibermedios venezolanos bajo la lupa de la usabilidad	
	■ Hazel Mogollón, Antonio Acevedo y José Ramírez	36
	Gobierno electrónico: la lejana democracia digital	
	■ Andrés Cañizález	44
Estudios	Aproximación teórica a la estructura de la comunicación social	
	■ Daniel E. Jones	54
	Implicaciones legales de la convergencia tecnológica en Venezuela	
	■ María Eugenia Salazar Furiati	64
Hablemos	La sociedad venezolana del conocimiento (versión Beta)	
	■ Carlos Delgado-Flores	76
Informaciones		82
Reseñas		88
Documentos	Oídos atentos, corazones despiertos	
	Acciones efectivas contra la pobreza mediante más acciones en comunicación y medios para el desarrollo	92

E-mediaciones

E-mediaciones es un término que acuñamos para aproximarnos a las estrategias humanas –ya no tanto tecnológicas– en la construcción de la Sociedad del Conocimiento. Ha sido de interés general del Equipo COMUNICACIÓN orientar, en este número de la revista, el enfoque sobre las prácticas sociales vinculadas a la incorporación de la tecnología digital en la producción social del conocimiento; ver qué clase de implicaciones, más allá de las prestaciones y el diseño tiene para la dinámica intersubjetiva –cotidiana– en nuestras comunidades el fenómeno digital, cómo se maneja esta nueva representación social (o acaso algo más) que es la sociedad del conocimiento, cuáles son sus implicaciones –en el caso venezolano– para las economías de la información, la participación política, la construcción de ciudadanía, las prácticas profesionales, o la comprensión misma de la modernidad... Asuntos de una agenda de investigación nutrida, compleja, necesariamente interdisciplinaria, sobre la cual ahora es cuando hay tela por cortar.

Antes que la E-mediación, la mediación es un concepto sugerente que viene apuntando para la investigación en comunicación, la posibilidad de abrir nuevas rutas de consenso, más allá del rígido marco establecido por la interpretación de los efectos –usos, gratificaciones y modificaciones conductuales– funcionalista, o la denuncia del simulacro, la enajenación o el “pesimismo cultural” de la teoría crítica. Ya han transcurrido algunos años desde que Martín Serrano introdujera el concepto de mediación social, para la comprensión de los procesos de reproducción simbólica en el marco de la industria cultural; años también (aunque menos) desde que Jesús Martín Barbero propusiera el cambio de enfoque hacia la recursividad de los sujetos perceptores de la comunicación, centrándose en su capacidad de traducir, adaptar, contextualizar los contenidos de la comunicación social en una escala más próxima, acaso, a la realidad de sus propias intersubjetividades.

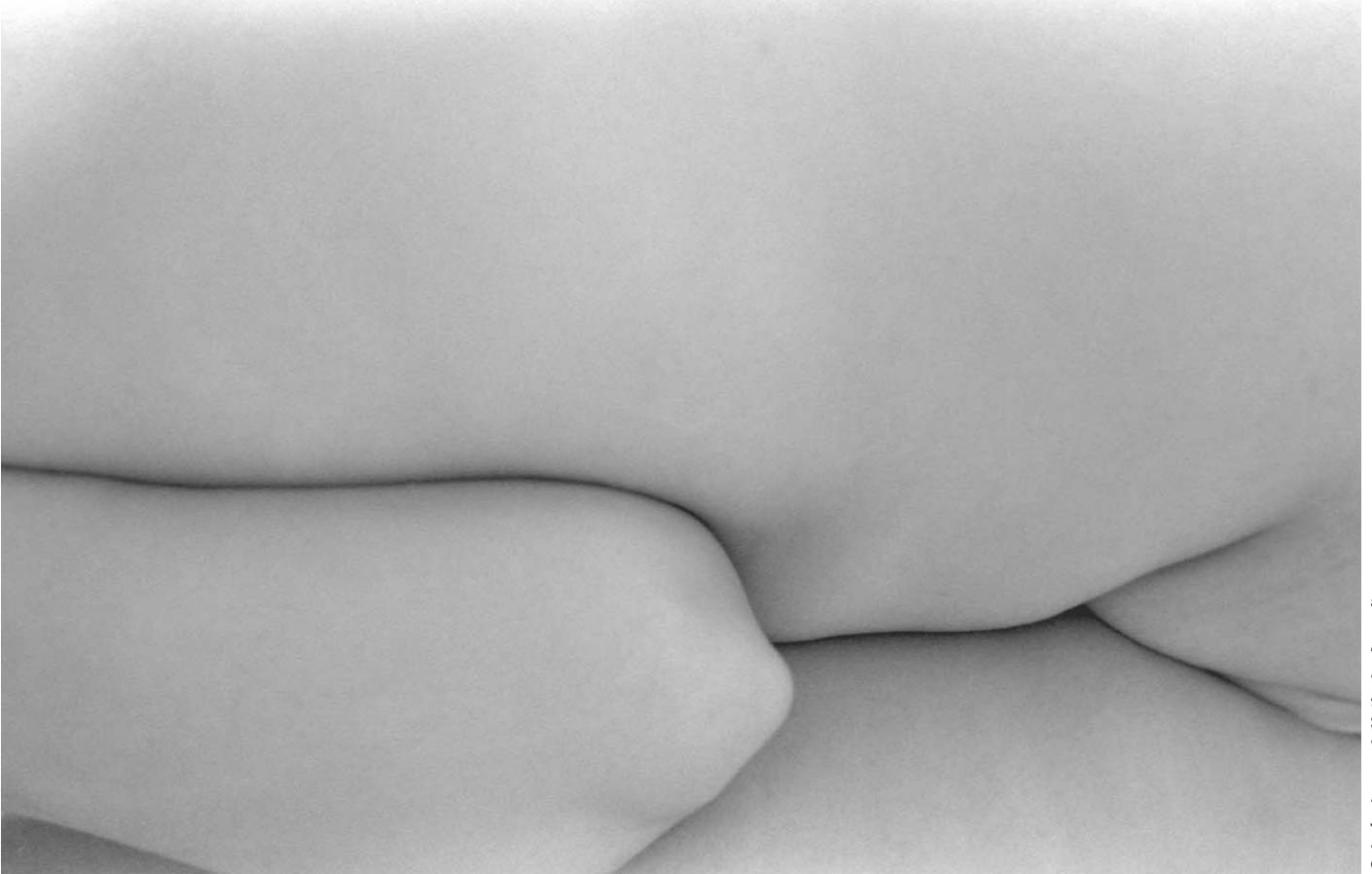
Sobre esa ruta, pensar la E-mediación desde estas dos posibilidades –la producción y la comprensión– abre el compás para el cuerpo de investigaciones y

reflexiones que este número ofrece. Carlos Arcila Calderón ofrece algunas claves para comprender el medio digital en términos de competencia cognitiva, en tres dimensiones: tecnología, lenguaje y discurso; materia en la que ahonda Carlos Martínez Saavedra en sus *Apuntes para una genealogía del pensamiento social sobre las telecomunicaciones*; línea en la que prosigue la reflexión de Carlos Delgado-Flores, sobre la distinción entre economía digital y economía simbólica del hipertexto. Por su parte, Isabel Vilorio enfoca el ámbito de la producción, al estudiar las tendencias del periodismo latinoamericano en línea; Hazel Mogollón, Antonio Acevedo y José Ramírez caracterizan los medios electrónicos venezolanos en función de su usabilidad y Andrés Cañizález explora el concepto de democracia digital a partir de la evaluación de las prestaciones de los sitios web de algunas instituciones del sector público venezolano.

Como Estudios, se ofrecen dos contribuciones excepcionales: el documento de María Eugenia Salazar Furiati *Implicaciones legales de la convergencia tecnológica en Venezuela*, que realiza un amplio rastreo por la legislación en la materia; y el texto *Aproximación teórica a la Comunicación Social*, de Daniel E. Jones que revisa el contenido del las epistemologías que dan cuenta formal de los estudios de la producción y percepción de los medios de comunicación social

En la sección Hablemos, se ofrece una entrevista a Carlos Jiménez, director de Tendencias Digitales, firma asociada a la empresa Datanalisis, que ha venido realizando con sistematicidad, perfiles demográficos y actitudinales del usuario de Internet en Venezuela.

También en este número se incluye como Documento, el texto *Oídos atentos, corazones despiertos: Acciones efectivas contra la pobreza mediante más acciones en comunicación y medios para el desarrollo*, manifiesto de la Iniciativa de Comunicación, que actualiza el estado de la cuestión en la comunicación para el desarrollo, junto con sus consideraciones éticas más relevantes, de cara a la emergencia, acaso, de un nuevo modelo civilizatorio.



Galería de papel. Katiuska Angarita

Hacia una conceptualización de la Claves para entender

El medio digital se puede definir como un sistema de comunicación multi-direccional, caótico y poliforme, en el que las autorías de emisión se encuentran atribuidas -en claro desorden- a cientos de miles de personas u organizaciones a nivel global. La Competencia Digital constituye el conocimiento de tres dimensiones (tecnología, lenguaje y discurso) que buscan establecer lineamientos que sirvan de clave para entender el funcionamiento del medio y formular algunas especulaciones sobre el futuro cercano de la comunicación en un nuevo entorno estructurado en bits

■ Carlos Arcila Calderón

Los acelerados y continuos cambios tecnológicos que se han vivido con la “revolución digital” han originado cambios conceptuales importantes en el desarrollo de explicaciones de la sociedad y sus actores fundamentales. Con la llegada de la denominada Sociedad de la Información, miles de teóricos se han dado a la labor de construir modelos adecuados para el entendimiento de la complejidad bio-psico-social del hombre y sus relaciones con el entorno. Desde las primitivas sociedades recolectoras-cazadoras, donde se comenzaron a plasmar los primeros objetos simbólicos y se constituyó el arte rupestre -que hoy encontramos en las cuevas de Altamira (España) y Lascaux (Francia); continuando con el desarrollo de las sociedades agrícolas, más sedentarias y organizadas; superando la explosión de la sociedad industrial, dominada por la producción en serie y un concepto absoluto de la historia y del propio sujeto; el hombre ha tenido que transitar un largo camino para

conseguirse con lo que ha denominado **Sociedad de la Información (Bell, 1973), Sociedad Post-industrial (Touraine, 1973) o Tercera Ola (Toffler, 1980).**

Según Bell, dicha sociedad “tiene un sustrato intelectual de software: la información es el recurso o materia prima; el conocimiento es el recurso estratégico; la abstracción es el método superando la simple abstracción del método científico; la codificación del conocimiento es el gran valor; la formación científica es la mejor base de capacitación profesional...” (1976: 12). En este espacio, se enmarca la llegada de nuevas tendencias sociales que se desprenden de los desarrollos cíclicos de la historia (Vattimo, 1991) y que albergan la confluencia de multiplicidad de factores que provocan continuamente cambios en las estructuras grupales e individuales.

Con la inminente irrupción de los sistemas computarizados interconectados, especialmente desde la década de los noventa, otros estudiosos más arriesgados

comunicación en los entornos virtuales

el Medio Digital



Galería de papel. Natalia Rondón

han utilizado conceptos como **Sociedad Digital** (Terceiros, 1996) o **Cibersociedad** (Joyanes, 1988), para caracterizar lo que Nicholas Negroponte, desde el Massachusetts Institute of Technology, ya había referido en 1995 en su obra *Being Digital*. El “Ser Digital” se refleja en los trabajos de los teóricos más recientes, en tanto conceptualizan un nuevo estilo de vida, no sólo caracterizado por la irrupción desenfrenada de la información, sino por la adaptación de la naturaleza humana al sistema tecnológico emergente, basado en una plataforma informática que incorpora nuevas formas de comunicación y usos sociales.

NUEVO MEDIO

“He knew that the trodes he used and the little plastic tiara dangling from a simstim deck were basically the same, and the cyberspace matrix was actually a drastic simplification of the human sensorium, at least in terms of presentation...” (Gibson, 1984: 55). Este pasaje –extraído de *Neuromancer*– apenas asoma la audacia con que la que el joven escritor William Gibson, a mediados de los años ochenta, emprendió la labor de crear para la literatura de ciencia ficción el término **ciberespacio**.

Este “espacio cibernético” es el que ha sido objeto de debate durante los últimos años, pues con el desarrollo de las computadoras y las capacidades de interconexión, especialmente desde la popularización de Internet, ha surgido la duda de si estamos en presencia de un nuevo medio de comunicación o simplemente estamos adaptando nuestro esquema comunicacional al soporte informático.

Partiendo de la idea McLuhiana de que los medios de comunicación no son sino una prolongación de los sentidos humanos y que es “imposible comprender los cambios sociales y culturales si no se conoce el funcionamiento de los medios” (McLuhan, 1967: 20), es viable conceder a este sistema informático multi-enlazado el denominador de **medio digital**, ya que comprende una extensión del sistema nervioso central del cuerpo.

Cada vez que hacemos clic sobre el ratón, tecleamos un “intro”, tocamos una pantalla sensible o accionamos un dispositivo por voz, caemos en un intercambio en donde el medio digital es el vehículo de nuestras intenciones para convertir las acciones, concretando así la prolongación de nuestras facultades en el intercambio sujeto-medio.

“

El “Ser Digital” se refleja en los trabajos de los teóricos más recientes, en tanto conceptualizan un nuevo estilo de vida, no sólo caracterizado por la irrupción desenfrenada de la información, sino por la adaptación de la naturaleza humana al sistema tecnológico emergente, basado en una plataforma informática que incorpora nuevas formas de comunicación y usos sociales

”

Gracias, pues, al advenimiento de la tecnología informática y al desarrollo de la plataforma necesaria para crear redes de unidades y periféricos computacionales (desde el ARPANET hasta el TCP/IP), el medio digital ha incorporado características de los medios tradicionales (correo, teléfono, radio, prensa, televisión), pero ha originado un verdadero nuevo sistema de intercambio de datos tanto a nivel masivo como a nivel interpersonal.

Este medio, constituido por bits, genera en sus usuarios un mayor nivel de implicación y de exigencia frente a los tradicionales. En términos de la división de McLuhan, entre medios fríos (cool: mayor inmersión) y calientes (hot: menor implicación), el medio digital es el que presenta un mayor grado de participación e interactividad.

Más que el mero soporte definido como ordenador (o cualquier otro terminal), se establece realmente un novedoso medio de comunicación con capacidades de interconexión y transmisión revolucionarias frente a las conocidas en los sistemas tradicionales. Tiene la capacidad de llegar a una masa, pero también a grupos especializados e, incluso, a individuos separados en la medida de las necesidades requeridas.

Sin embargo, el medio digital aún conserva la potencialidad de contribuir con la formación del vínculo social y la cohe-

sión cultural en las sociedades abiertas, pues tan pronto se popularice el uso de las redes a escala mundial, es seguro que este nuevo medio jugará un papel esencial en los marcos de referencia social, que discrimine en menor medida a esa mayoría de la población mundial que no tiene acceso ni a la informática ni a las redes.

De cualquier manera, y lejos de vaticinar un futuro próximo, tal como afirma Dominique Wolton “los medios de comunicación generalistas y las nuevas tecnologías son complementarios desde el punto de vista de una teoría de la comunicación, ya que reflejan el mismo modelo, el de la sociedad de masas (2000: 210)”. Así, todavía es posible considerar que cada una de estas tecnologías insista en dimensiones diferentes: individuales y colectivas.

Fraçoise Sabbah asegura que “los nuevos medios de comunicación ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia homogénea”, pues “debido a la multiplicidad de mensaje y fuentes, la misma audiencia se ha vuelto más selectiva” (citado por Castells, 1999: 372, vol I). Por tanto, aunque no es posible hablar de un medio de comunicación de masas, en el sentido habitual del término, sí que se puede discutir sobre la existencia de un *sistema de comunicación multi-direccional, caótico y poliforme, que sólo es posible entender bajo el paradigma de la complejidad y que opera sin un centro de difusión definido, por lo que las autorías de emisión se encuentran atribuidas -en claro desorden- a cientos de miles de personas u organizaciones a nivel global.*

DEL “ZAPPING” AL “CLICKING”

Hasta ahora la emergencia de un nuevo medio de comunicación de masas no ha supuesto la desaparición de los anteriores, pero sí ha contribuido con la identificación de cada uno de ellos en la medida de sus potencialidades características. La prensa, la radio y el cine –por ejemplo– tomaron un nuevo lugar luego del advenimiento de la televisión, al contrario de muchos apocalípticos que imaginaron la muerte de alguno de ellos. Con el medio digital actual ha sucedido lo mismo: cada uno ha ofrecido a los usuarios lo mejor de sus formatos y lenguajes para convertirse en medios independientes y complementarios entre sí.

La gente no ha dejado, entonces, de ver televisión ni de escuchar radio para usar el

ordenador, mientras las nuevas generaciones se han ido adaptando al formato multimedia interactivo que ofrecen las redes de dispositivos informáticos. En esta adaptación, el uso del hipertexto -materializado por el famoso *click*- es tal vez el verdadero elemento de la revolución digital, pues ofrece al usuario la opción de interactuar con el medio y con otros usuarios olvidando las barreras del espacio y los costos.

Sin embargo, aunque no se prevé que desaparezcan los medios tradicionales o que pierdan su personalidad, el planteamiento de una *migración digital* (Vilches, 2000) comienza a tener sentido con la paulatina convergencia de formatos tradicionales en un único formato digital, operado por varios dispositivos, en donde tendrán más importancia los servicios que el producto:

“La producción y difusión producida por la convergencia televisión + Internet será valorada según el criterio de útiles o inútiles (...) Las tecnologías de la comunicación que permitirán la convergencia de los medios no estarán destinadas a la producción de la información o de contenidos, sino principalmente a las relaciones con los usuarios” (Vilches, 2000: 48,54).

Ya hoy es posible encontrar las mismas emisoras de radio y de televisión en Internet, además, se puede conseguir desde la prensa escrita hasta obras literarias en formato digital; sin embargo, el proyecto de un terminal único, que muchos esperan como la gran síntesis tecnológica del usuario de masas, depende de los resultados comerciales. Adicionalmente, la completa migración de todos los formatos al medio digital sólo es posible “si los avances tecnológicos de los soportes de comunicación facilitan el acceso a grandes contenedores de conservación de la información audiovisual y la apertura a un potencial de desarrollo multimedia...” (Vilches, 2001: 162).

En esta “síntesis tecnológica” de migración de formatos, Vilches plantea una rápida expansión de los terminales móviles, con lo que se podría ahondar aún más en la diferencia entre consumo colectivo de la televisión y consumo individual de los nuevos medios, abriendo así nuevas tipologías de usuarios (colectivos o familiares / individuales).

Lo cierto es que esta hipótesis -de convergencia de medios y migraciones hacia lo digital- encaja en la idea que popularizó McLuhan en 1989 de una **aldea global**, donde afirmaba que los medios emergentes unirán cada vez más los *espacios visuales y acústicos*, gracias a la posibilidad de un mundo conectado tecnológica-

“

Estas tres dimensiones (tecnología, lenguaje y discurso), no buscan crear un paradigma teórico, sino establecer algunos lineamientos que sirvan de clave para entender el funcionamiento del medio digital para así poder hacer algunas especulaciones sobre el futuro cercano de la comunicación en un nuevo entorno estructurado en bits y conectado a escala global

”

mente. Así, la convergencia digital se da en un escenario de lógicas económicas, sociales y culturales cada vez más globalizadas, sin olvidar la factibilidad de la emancipación de las pequeñas culturas que también ha sido posible en esta nueva era de la humanidad.

COMPRENDER EL MEDIO: TECNOLOGÍA, LENGUAJE Y DISCURSO

El catedrático español José Manuel Pérez Tornero asegura que actualmente la televisión no se conoce ni utiliza racionalmente, por lo que ha propuesto el camino hacia una *competencia televisiva*, lo cual se traduce en un acto consciente y con voluntad intencional, dirigido con un propósito. Indica que dicha competencia se sitúa entre las dos últimas dimensiones de la experiencia cognoscitiva: la consciente y la creativa.

Para comprender el medio, Pérez Tornero (1994) esboza lo que llama “las tres dimensiones de la televisión”, que se reconocen en Instrumento tecnológico, Lenguaje y Discurso.

En este contexto, también se hace necesario para los estudiosos y hacedores de los nuevos sistemas tecnológicos, contar con una **competencia digital**, que podría

-en principio- ser orientada por el modelo de Pérez Tornero, intentando escudriñar en el complejo y caótico mundo de las redes informáticas, para descifrar las claves que contribuyan con el uso consciente (jamás racional) del medio emergente.

Estas tres dimensiones (tecnología, lenguaje y discurso), no buscan crear un paradigma teórico, sino establecer algunos lineamientos que sirvan de clave para entender el funcionamiento del medio digital y concebir las implicaciones reales del advenimiento de un medio verdaderamente revolucionario, para así poder hacer algunas especulaciones sobre el futuro cercano de la comunicación en un nuevo entorno estructurado en bits y conectado a escala global.

NUEVOS PARADIGMAS

Tal como en otras disciplinas, los estudios en comunicación requieren de una constante revisión para su actualización, especialmente cuando los roles, funciones y procesos de interacción comienzan a modificarse debido al surgimiento de modernas plataformas comunicacionales y de nuevos planteamientos conceptuales en torno al intercambio de información.

El advenimiento de los sistemas de comunicación digital ha sugerido una nueva forma de entender los complejos procesos comunicacionales tanto en los niveles personal como masivo, por lo que se requiere de reflexiones que permitan explicar la manera en que se producen los actos comunicativos en los entornos virtuales, ofreciendo una visión que además se adapte a los paradigmas sociales que han emergido de la sociedad de la información y del conocimiento.

Según Orihuela (2002) Internet -y en fin, las redes- ha trastocado gran parte de los paradigmas que hasta ahora nos ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos. Este investigador de la Universidad de Navarra (España) propone sistematizar los diez cambios de paradigmas que dan lugar a la **e-Comunicación**, es decir, al nuevo paisaje mediático que emerge con la Red:

- De audiencia a usuario
- De medio a contenido
- De soporte/formato a multimedia
- De periodicidad a tiempo real
- De escasez a abundancia
- De intermediación a desintermediación
- De distribución a acceso
- De unidireccionalidad a interactividad

- De lineal a hipertexto
- De información a conocimiento

Definitivamente, en este nuevo escenario comunicacional, muchos de los conceptos y alcances que había logrado la teoría de la comunicación han perdido vigencia, debido a que el medio posee nuevas características que lo diferencian de sus predecesores; ello aunado a la nueva realidad social y antropológica que se desprende de lo que se ha caracterizado como postmodernidad.

“Es cierto que la mayoría de las teorías pertenecientes a la tradición de la investigación en comunicación se encuentran desfasadas para ofrecer respuestas conceptuales frente a la emergencia de los nuevos medios, mientras que otras podrían servir de un cierto provecho para facilitar las nuevas investigaciones que deberán emprenderse para compensar la balanza inclinada hacia los estudios de mercado” (Vilches, 2001:166).

Los actores del proceso de comunicación han renovado sus roles y funciones, olvidándose así de términos como público o audiencia, pues la influencia de los medios en la recepción de la información se ha vuelto cada vez más escasa y diferenciada; además, gracias a la interactividad propia de este sistema, los receptores han logrado convertirse –recíprocamente– en emisores.

De esta manera, con los crecientes mecanismos que han surgido para generar intercambio de datos entre ordenadores (redes digitales), se ha vuelto imprescindible el conocimiento del medio digital, de los actores que en él intervienen y de los procesos que se generan durante las tareas comunicativas en dichos entornos virtuales. Estos análisis deben realizarse bajo la luz de premisas teóricas que aborden el tema de la comunicación digital desde una perspectiva generalista que no olvide la complejidad de los elementos que participan del sistema y sus relaciones.

Los comunicólogos que estudian los nuevos procesos han optado por esbozar algunas de las corrientes tradicionales en el estudio de la comunicación de masas, extrayendo de ellas elementos que puedan ayudar a comprender los nuevos procesos complejos que se vienen sucediendo en las redes. Levinson (1999), a partir de la Media Ecology Association, ha seguido los lineamientos de la escuela McLuhan; Carvalho (2002), desde la Pontificia Universidade Católica de Minas y São Paulo (PUC-Minas/PUC-SP), intenta explicar cómo la semiótica Peirceana se puede traducir en un posible modelo de comunicación hipermediática; y Vilches (2001), en la Universidad Autó-

noma de Barcelona, dice tomar provecho de la teoría de los usos y gratificaciones y de la teoría del cultivo en televisión para exponer los nuevos supuestos de la comunicación digital.

■ **Carlos Arcila Calderón es venezolano, periodista. Licenciado en Comunicación Social, por la Universidad de Los Andes, actualmente cursa el Programa de Master en Periodismo de la Agencia EFE en España y es corresponsal de la Agencia de Noticias venezolana Intopress**

Referencias

- BELL, Daniel (1973) [1976]: *El Advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- CARVALHO ALZADORA, Geane (2002). “Por um modelo de comunicação hipermediática”, en <http://bocc.ubi.pt>. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Laboratório de Comunicação on-line. Universidade de Beira Interior Covilhã. [Fecha de consulta: 10 de julio de 2003]
- CASTELL, Manuel (1999). *La era de la información*. Madrid: Alianza Editorial.
- GIBSON, William (1984). *Neuromancer*. Nueva York: Ace Books.
- JOYANES, Luis (1998). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un mundo digital*. Bogotá: McGraw Hill.
- MCLUHAN, Marshall y FIORE, Quentin (1967). *El Medio es el Masaje, un inventario de efectos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- NEGROPONTE, Nicholas (1995). *Being Digital*. Nueva York: Vintage Books.
- LEVINSON, Paul (1999). *Digital McLuhan. A guide to the information millennium*. Londres-Nueva York: Routledge.
- ORIHUELA, José L. (2002). “Los 10 Paradigmas de la e-Comunicación”, en línea en <http://mccd.udc.es/orihuela/paradigmas/> [Fecha de consulta: 15 de enero de 2003]
- PÉREZ TORNERO, José Manuel (1994). *El desafío educativo de la televisión. Claves para comprender y usar el medio*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- TERCEIROS, José (1996). *Sociedad@digital: Del homo sapiens al homo digitalis*. Madrid: Alianza Editorial.
- TOURAINÉ, Alain (1973). *La sociedad post-industrial*. Barcelona: Editorial Ariel.
- VATTIMO, Gianni (1991). *La sociedad transparente*. Barcelona: Editorial Paidós.
- VILCHES, Lorenzo (2001). *La migración digital*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- WOLTON, Dominique. (2000). *Internet ¿Y después?* Barcelona: Editorial Gedisa.

Entérate por qué estamos en presencia
de una sociedad mediática

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE VENEZUELA

UN NUEVO LIBRO DE LA SERIE HISTORIAS MÍNIMAS

LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN
DE VENEZUELA
HISTORIA MÍNIMA



*Marcelino Bisbal
Carlos Correa
Gustavo Hernández
Bernardino Herrera
Carlos Colina
Andrés Cañizález
Iván Abreu Sojo
Jesús María Aguirre*



« Un libro para
conocer la historia
y evolución de los
medios de
comunicación
de Venezuela
y comprender cómo
se han convertido
en las empresas
del quehacer
comunicacional que
son hoy en día »



funtrapet

FUNDACIÓN DE LOS TRABAJADORES
PETROLEROS Y PETROQUÍMICOS DE VENEZUELA

LOS LIBROS DE LA SERIE EDITORIAL HISTORIAS MÍNIMAS SE ENCUENTRAN A LA VENTA EN LAS PRINCIPALES LIBRERÍAS DE CARACAS Y LAS TIENDAS FUNTRAPET DE AMUAY, LA SALINA, TIA JUANA, EL MENITO Y PEQUIVEN CARACAS PARA MAYOR INFORMACIÓN: (58212) 263.9062 - 201.4807 • FONDOEDITORIAL@FUNTRAPET.ORG.VE



Galería de papel. Adriana Herrera

Apuntes para una genealogía

del pensamiento social sobre las telecomunicaciones

La eclosión de las telecomunicaciones incorpora los cánones de una tradición tecnoutópica, remozada con términos cautivantes pero imprecisos, que contribuyen a configurar las bases de un regenerado paradigma de desarrollo económico y social.

Frente a esta corriente de pensamiento, aparece otra que rechaza las explicaciones totalizantes y matiza argumentalmente la irreversibilidad y naturalidad con que se pretende justificar el cambio comunicacional. El presente texto indaga en los orígenes de ambos discursos y los coloca como referentes de una genealogía teórica de los estudios sociales sobre las telecomunicaciones

■ Carlos González Saavedra

La velocidad del cambio tecnológico supera con creces el ritmo del discurso de quienes pretenden interpretarlo. Históricamente la literatura sobre la función social de las telecomunicaciones ha respondido a la innovación técnica con el inmovilismo teórico. La médula argumental se ha transformado en un módulo capaz de repetirse en sucesivas construcciones hasta lograr un enfoque dominante que hace de la adaptabilidad su principal virtud.

En el ámbito de las tecnologías asociadas a las redes de comunicación, el consenso se establece en torno a lo que podría llamarse un estado de tecnoeuforia, es decir, una posición que coloca al cambio tecnológico como el principio motor de la sociedad. La corriente más conspicua de este movimiento coincide con la materialización -a partir de los años sesenta- de un cúmulo de

cambios técnicos basados en la informática que aglutina en su evolución, entre otros, a tecnólogos, tecnócratas y políticos convencidos de la capacidad de las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación para alterar por sí mismas no sólo la producción de bienes y servicios, sino también el conjunto de principios, normas y mecanismos de funcionamiento del cuerpo social, y para dar origen a una nueva sociedad. Y aunque la experiencia de los últimos veinticinco años ha demostrado la naturaleza en ocasiones quimérica de semejante proyecto, renovados acólitos decidieron reavivarlo desde la última década del pasado siglo sin alterar los principios básicos de las fuentes originales.

Buena parte de la bibliografía sobre la implantación social de las redes de telecomunicaciones se centra en un análisis de profundas raíces prospectivas que ad-

mite a su vez dos posturas distintas, aunque no excluyentes. La primera, que podría identificarse como tecnoutópica,¹ parte de un optimismo tecnocéntrico y determinista donde predominan los argumentos que justifican la plena contribución del cambio tecnológico al desarrollo socioeconómico. Pertenecen a esta corriente las llamadas teorías de la modernización y el post-industrialismo, en tanto ubican a la tecnología como el origen de la transformación y la mejora social. En la segunda, de espíritu tecnoescéptico, se duda de la eficacia de la tecnología para alterar por sí misma la conducta social, lo que puede llevar incluso a demonizar las innovaciones. Las teorías de la dominación, de la autodinámica tecnológica y las teorías críticas son ejemplos claros de esta tendencia. Pero independientemente de los extremos, así como dentro del optimismo utópico hay espacio para la desconfianza, el celo escéptico puede permitirle concesiones a lo que Ithiel de Sola Pool (1993, 9) definió como *determinismo blando*, es decir, una concepción de la tecnología como algo que posibilita y crea corrientes poderosas, pero que no necesariamente las controla.

El vínculo entre tecnología y utopía no es uniforme ni neutral. En su *Historia de la utopía*, Lewis Mumford (1969, 14 y ss.) separa la utopía de la fuga o evasiva, de la utopía de la reconstrucción: mientras en la primera la vida es fácil y de una perfección bastante vaga, en la segunda predomina la visión de un ambiente reconstruido que mejora la situación de los seres humanos y de la naturaleza, y que se adapta a su posible desarrollo. En sintonía con este pensamiento, Paul Ricoeur (1989, 289 y ss.) expresa que la utopía no es sencillamente un sueño sino que es un sueño que aspira a realizarse: la intención de la utopía es seguramente la de modificar las cosas. A diferencia de la ideología, que es siempre un intento de legitimarse en el poder, la utopía es siempre un intento de reemplazar el poder existente por algo diferente. Además, las utopías (en plural) no expresan fácilmente una significación central de la utopía (en singular); ello porque determinadas utopías fueron escritas por determinados autores.

Siguiendo estos argumentos, las tecnoutopías serían el resultado de la mediación particular de un autor o grupo de autores que hacen de la innovación tecnológica la principal coartada para alterar el curso de los acontecimientos; su tono profético y el uso del tiempo futuro para indicar lo que ocurrirá, constatan su carácter

“

Siguiendo estos argumentos, las tecnoutopías serían el resultado de la mediación particular de un autor o grupo de autores que hacen de la innovación tecnológica la principal coartada para alterar el curso de los acontecimientos; su tono profético y el uso del tiempo futuro para indicar lo que ocurrirá, constatan su carácter utópico

”

ter utópico. No es un discurso de justificación de las técnicas sino de demostración de sus prodigiosos poderes, su diversidad, su éxito, su aplicabilidad universal y su impecabilidad. Este discurso, al que Jacques Ellul se refiere en términos de *bluff* tecnológico, presenta a la técnica como la solución a todos los problemas colectivos o individuales y a la vez como la única posibilidad de progreso y de desarrollo para todas las sociedades. Es un bluff porque multiplica por cien las posibilidades efectivas de las técnicas y porque oculta radicalmente sus aspectos negativos (Ellul 1988, 13).

Esta tendencia argumental es ante todo versátil. Sus bases le han permitido resistir con tal entereza el paso del tiempo que es factible localizarlas en textos escritos en escenarios tecnológicos muy distintos y publicados a lo largo de un periodo de más de treinta años. Aunque más adelante nos detendremos en el estudio de textos específicos, por ahora cabe destacar algunas de las premisas distintivas que le dan coherencia a la corriente utópica:

- El acceso al siguiente estadio de desarrollo estará mediado por una revolución (de la información, post-industrial, tecnotrónica, de las telecomunicaciones, etc.)

- El principio del tecno-igualitarismo: todos somos iguales ante la tecnología y, en consecuencia, tendríamos que reaccionar igual ante el cambio tecnológico.

- Los verdaderos cambios producto de las nuevas tecnologías se conciben en el marco de un horizonte lejano: siempre se alude a la organización social en ciernes como futura sociedad de la información. Predomina la forma profética.

- Se introducen conceptos como *ciudad o realidad global*, *espacio de información global* o *espacio común de información* para referirse a una idea común. Se destaca de esa manera el papel de la tecnología como organizadora espacial, como conformante de una atmósfera donde la vida sólo es posible si se está conectado a La Red, único proveedor del oxígeno informacional.

- El cambio social siempre es visto como consecuencia del cambio tecnológico.

- El cambio tecnológico surge para solventar una situación de crisis.

Si bien el marco general se estructura en torno a estas premisas comunes, es en el contenido específico de los textos donde se manifiesta el componente plural de las utopías destacado por Ricoeur. Por ello pueden diferenciarse los enfoques centrados en los ordenadores, de aquellos que parten del papel estratégico de las redes. Mientras en los primeros lo que define a la red son los extremos que conecta, para los segundos la clave está en la estructura y organización de la propia red. La posición de aquellos está centrada en el individuo, y la de éstos tiene a la sociedad en su conjunto como protagonista.

Así como la prospección es la constante en estos análisis, otros enfoques de las telecomunicaciones se centran en la prescripción, es decir, ponen el acento no en las posibles consecuencias de las innovaciones sino en la manera de canalizar la tecnología hacia el logro de determinados objetivos. Se trata de una versión moderada del tecnoescepticismo o un escepticismo activo que establece relaciones entre los discursos, los métodos, los niveles y matiza el tono profético al condicionar fuertemente los efectos de la innovación. La revolución informática -cuya existencia puede llegar a admitirse aunque se insista en su desmitificación y su localización-, no es la responsable del cambio social, y si bien sus virtudes pueden aprovecharse para enfrentar los desafíos que se le presentan a la sociedad, cabe corre-

gir mediante la intervención del Estado las consecuencias discriminatorias que produce. En general la corriente tecnocéptica parte de los siguientes principios:

- Los efectos transformadores de la revolución o evolución tecnológica dependerán del entorno que la enmarque.
- Las posibles consecuencias negativas de las tecnologías serán en todo momento dominadas por la sociedad, frecuentemente con el apoyo de estrategias políticas.
- El cambio social se produce simultáneamente con el cambio tecnológico.
- Las transformaciones técnicas a gran escala suelen generar en un primer momento situaciones de crisis.

A pesar de su polisemia, el uso del término revolución para caracterizar el cambio tecnológico en la esfera de la información y las comunicaciones no genera un consenso entre todos los investigadores del ramo. Algunos niegan que las invenciones por sí mismas sean revolucionarias y centran su poder de cambio en las personas, que son en última instancia quienes tienen la capacidad de interpretar las nuevas posibilidades que les ofrecen esos instrumentos y de actuar en consecuencia. Otros se decantan por las tesis *evolucionistas* al interpretar el desarrollo tecnológico, no como el producto de giros drásticos e impredecibles, sino como la consecuencia y la causa a la vez de transformaciones graduales y acumulativas inscritas dentro de determinados marcos institucionales y deudoras de ciertas pautas de comportamiento históricas. Quienes conciben el cambio como un proceso -definitivamente inercial- y no como un evento, se desmarcan en principio de cualquier posición tecnoutópica, aunque puedan reconocer el papel de las innovaciones como portadoras de un potencial transformador a largo plazo. Buena parte de las tesis que sustentan esta corriente se derivan de la economía; es el caso de la teoría de las ondas largas de Kondratieff, la teoría evolutiva, la teoría de la coherencia corporativa y la teoría institucional.

LA REVOLUCIÓN PARADIGMÁTICA

Una de las principales características del discurso sobre los efectos sociales de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en general, y de las te-

“

**La revolución informática
-cuya existencia puede llegar a
admitirse aunque se insista en su
desmitificación y su localización-,
no es la responsable del cambio
social, y si bien sus virtudes pueden
aprovecharse para enfrentar los
desafíos que se le presentan a la
sociedad, cabe corregir mediante
la intervención del Estado las
consecuencias discriminatorias
que produce**

”

lecomunicaciones en particular, es que concibe el proceso derivado de las innovaciones en este campo como una revolución. Según el elemento desencadenante que se privilegie ordenadores, redes, fusión de ambos-, la revolución puede enfilarse en una u otra dirección, pero por lo general se mantiene en el ámbito de las comunicaciones.

Llámesese revolución tecnotrónica, de la información, telemática o microelectrónica, numerosos autores han recurrido al término durante las últimas décadas para resaltar la magnitud de los cambios y advertir sobre sus profundas implicaciones.² En la conformación de este discurso se produce una sinergia semántica entre la revolución, que se conforma conceptualmente a partir de la noción de una ruptura tecnológica, y la utopía, que difunde la visión de techno-sociedades distintas, donde nuevos valores contribuyen a romper con el orden dominante.³ La propia construcción de este discurso coloca a la tecnología como responsable directa de la previsible ruptura y anticipa su papel como fuerza redentora. En estos casos la revolución se refiere a transformaciones inscritas en una especie de plan histórico que apunta hacia un objetivo final.

Pero simultáneamente, otros usos del término revolución aluden a interrupcio-

nes radicales en una esfera particular de la vida, sin predecir su desarrollo y sin pretender darle un sentido determinado (Mires 1996, 151). A diferencia de los procesos de continuidad o de reajuste que se producen dentro de un sistema humano sin alterar su orden interno, las transformaciones estructurales, producto de revoluciones o acontecimientos que interrumpen la norma, revelarían la naturaleza discontinua de parte del cambio social (Nisbet 1979, 12-51).

Si bien el análisis tecnoutópico está más próximo a la primera acepción (las revoluciones como eventos direccionales) y el discurso tecnocéptico encaja mejor en esta última, en ambos enfoques el consenso se establece alrededor del reconocimiento de un quiebre que altera el ritmo de desarrollo del proceso tecnológico. A partir de allí el fenómeno puede abordarse como la imposición de una tecnología nueva y dominante, o como una sucesión constante de innovaciones de distinta índole.

La idea de revolución surge del campo político y es a partir de allí que se establece un paralelismo con la ciencia; en ambos casos la percepción de mal funcionamiento que puede llevar a la crisis es un requisito previo para la revolución. Este dato permite tender un puente entre la teoría de Thomas Kuhn (1975) sobre las revoluciones paradigmáticas y la naturaleza profética de parte de la literatura sobre las telecomunicaciones. Quienes defienden un nuevo paradigma -la comunicación- suelen plantear fundamentalmente que éste puede resolver los problemas que condujeron al paradigma anterior -la industria- a la crisis. Pero ello implica a su vez escoger entre servicios y prácticas diferentes e incluso inéditas, y en esas circunstancias, su decisión deberá basarse menos en las realizaciones pasadas que en las promesas futuras. En otras palabras, se deberá tener fe en que el nuevo paradigma podrá solucionar los numerosos problemas que se le presenten.

Al colocar a las revoluciones como elementos fundamentales del quehacer científico, Kuhn rechaza las interpretaciones que hacen de la historia de la ciencia un proceso lineal o acumulativo. Historiadores de literatura, música, artes, del desarrollo político y de otras actividades también han utilizado la periodización en términos de rupturas revolucionarias en el estilo, gusto y en la estructura institucional para describir sus temas de estudio. Aunque a una escala diferente, desde las teorías del caos y la posmodernidad, que han incidido en cierto discurso contem-

poráneo sobre las telecomunicaciones, también se aboga por una aproximación no-lineal a los fenómenos naturales y sociales basada en las frecuentes incongruencias entre causa y efecto y centrada en las inestabilidades más que en las trayectorias regulares.⁴ En definitiva se trata de una misma idea matriz, la no-linealidad, que remite, por una parte, al concepto de revolución en un sentido histórico, y por la otra, a una noción antideterminista de los procesos formativos.

Es esta diferencia la que explica que la no-linealidad sirva a su vez para justificar la aparición de revoluciones tecnológicas que siguen determinado rumbo o para desentrañar el interior mismo de estos procesos revolucionarios, plenos de interrupciones y cambios de dirección. Desde el momento en que se produce una ruptura revolucionaria, los nuevos paradigmas entran en un periodo evolutivo y es aquí donde la revolución, en permanente contacto con fuerzas sociales y económicas, toma forma, se debilita o fortalece, avanza o retrocede en una u otra dirección.

Esta última perspectiva es la que predomina en las interpretaciones críticas del fenómeno tecnológico. Por ejemplo, para Fernando Mires (1996, 15-35), quien concibe la revolución microelectrónica como un simple modo de expresión de una revolución multidimensional que se desenvuelve social, política, ecológica, sexual y espiritualmente, los momentos de aceleración de procesos tecnológicos alteran las relaciones que correspondían al modo de producción precedente, pero no las ordenan políticamente. De esa manera la liberación social que se supone debe ser producida por cada revolución tecnológica, es percibida por la mayoría de sus actores, por lo menos en sus primeras fases, como liberación negativa: los siervos de la tierra que “liberó” la sociedad industrial no se convirtieron inmediatamente en obreros y los contingentes que hoy masivamente son “liberados” de las grandes máquinas no se transformarán tampoco de inmediato en especialistas informáticos. Como no ve nada más destructivo que una revolución emergente, se muestra partidario de canalizar las fuerzas del desordenado cambio tecnológico hacia el logro de determinados objetivos, de manera que lo político ocupe un lugar prioritario en la construcción de lo social.

Si no se hace lo suficiente para matizarlos, los efectos destructivos de la revolución microelectrónica emergente no se repartirán de forma homogénea: serán distintos según se vean desde la perspectiva

“

Fernando Mires concibe la revolución microelectrónica como un simple modo de expresión de una revolución multidimensional que se desenvuelve social, política, ecológica, sexual y espiritualmente, los momentos de aceleración de procesos tecnológicos alteran las relaciones que correspondían al modo de producción precedente, pero no las ordenan políticamente

”

de las regiones donde la revolución nace o desde las naciones donde sólo se implanta a posteriori. Así, en los países donde la revolución industrial se impuso no de manera evolutiva sino por efectos de “transplantes tecnológicos”, la misma provocó profundas heridas estructurales y contribuyó a crear, en el caso de Europa, una periferia, dependiente económicamente de los “centros”. Una situación parecida se presenta con la implantación de nuevas redes de telecomunicaciones en espacios de marcada desigualdad social, que no cuentan con mecanismos suficientes para incorporarlas de forma equilibrada a su realidad. La perspectiva es incluso más sombría en tanto que en muchas naciones en desarrollo donde el Estado social es poco más que una ficción, el catalizador político puede verse desbordado por la magnitud de la reacción tecnológica.

Desde esta perspectiva, la técnica trasciende el concepto de herramienta y pasa a constituir un verdadero sistema de formación de nuevos tipos de sociedades. Y como sus dictados no pueden ser asimilados fácilmente por culturas en las que el tiempo, el espacio, la comunicación social, se sitúan en las antípodas de la concepción que tienen de ella los países creadores y difusores de tecnologías, se produce en el Sur una fuerte tensión entre técnica y cul-

tura que debe ser enfrentada desde el terreno político (Lesgards 1996, 32).

Estas apreciaciones ponen en evidencia un significativo distanciamiento teórico entre quienes le confieren a las revoluciones tecnológicas un poder superior al del entramado social y los que equiparan su fuerza a la del marco colectivo dentro del cual se manifiestan. Mientras los primeros destacan el potencial amenazador del cambio tecnológico, los segundos aseguran que las sociedades y las economías se resisten a dejarse moldear por la aplicación de nuevas tecnologías: son aquellas las que dan forma a las innovaciones seleccionando sus modelos de difusión, modificando su uso y orientando sus funciones. La tecnología aparece entonces como una fuerza de impacto indeterminado, cuyas consecuencias, mediadas por los distintos entornos socioculturales donde se aplique, pueden variar notablemente con respecto a los objetivos originales de los propios elementos técnicos. En resumen, la tecnología no es buena ni mala, ni tampoco neutral (Kranzberg 1985, 50).

Es esta línea teórica la que le permite a Manuel Castells (1995, 22-40) concebir las revoluciones tecnológicas como parte integral y efecto consecuente de un contexto, el último cuarto del siglo XX, caracterizado por el surgimiento de un nuevo modelo de organización socio-técnica (al que llama modo de desarrollo informacional) y por la reestructuración del capitalismo como matriz fundamental de la organización económica e institucional. El nuevo paradigma tecnológico asociado al modo de desarrollo informacional se caracteriza por dos rasgos fundamentales: las tecnologías básicas están concentradas en el procesamiento de la información, es decir, la información constituye tanto la materia prima como el producto; y los principales efectos de sus innovaciones recaen más sobre los procesos que sobre los productos. Si se considera que los procesos, a diferencia de los productos, se incorporan a todas las esferas de la actividad humana, su transformación por las nuevas tecnologías conduce a una modificación en la base material de la organización social en su conjunto.

Pero como los paradigmas tecnológicos no se producen en el vacío sino que se gestan en permanente interacción con la sociedad, resulta indispensable alcanzar un equilibrio analítico entre transformaciones tecnológicas y sociales para valorar en toda su dimensión los cambios en curso. Para Melvin Kranzberg (1985, 37-48) éstos sólo podrán ser caracterizados

como una revolución si comprenden una serie de cambios tecnológicos fundamentales en la producción y distribución de bienes acompañados por -a veces causados por, a veces reflejos de, pero en todo caso interconectados con- una serie de cambios sociales y culturales de primera magnitud. Su método consiste en comparar las características técnicas y socioculturales de la revolución industrial clásica de los siglos XVIII y XIX con la actual revolución de la era de la información. Dentro de la matriz técnica destacan todos los avances que han sido posibles gracias a las aplicaciones informáticas: la aparición de nuevos materiales básicos, nuevas formas de energía, nuevos medios de transporte y nuevos sistemas de producción industrial. En la matriz social, por su parte, aparece la irrupción de una fuerza descentralizadora a escala internacional; las reformas educativas; la incorporación masiva de la mujer al mercado laboral; los adelantos en medicina, salud pública y nutrición; y la internalización de la conciencia ecológica. Algunos de estos cambios no técnicos son el resultado de cambios tecnológicos pero a la vez son impulsores de esas transformaciones técnicas en virtud de la relación sinérgica que hay entre tecnología y sociedad.

Luego de este ejercicio comparativo, Kranzberg (1985, 51-52) concluye que la edad de la información puede ser evolutiva en el sentido que todos los cambios se derivan de desarrollos previos y que sus efectos no aparecen de la noche a la mañana, pero también puede ser revolucionaria si se consideran sus consecuencias sobre la sociedad.

El eclecticismo argumental precedente no es del todo ajeno a los planteamientos de Kuhn, quien concibe el desarrollo científico como una sucesión de periodos de tradición eslabonados, por tanto *evolutivos*, puntualizados por rupturas no acumulativas, es decir, *revolucionarias*. En el terreno de la comunicación, al que con frecuencia han sido trasladados algunos de sus argumentos, esta paradoja central explica que innovaciones que conllevan verdaderas rupturas en las formas de comunicar, puedan inscribirse en una línea evolutiva continuista.

Patrice Flichy (1993, 163-166) toma en cuenta esta premisa cuando emplea el análisis kuhniano para explicar el cambio de paradigmas técnicos en la historia del teléfono, particularmente el lento tránsito de la conmutación -mecanismo de conexión entre el emisor y el receptor- electromecánica a la electrónica-digital. En

“

En contra de lo que pueda pensarse, la historia de las telecomunicaciones muestra que los cambios de técnica son raros. Así, el sistema electromecánico ha constituido la base de la conmutación telefónica durante cerca de ochenta años: la evolución ha sido progresiva y no se pueden distinguir rupturas reales entre las diferentes familias de equipos surgidas de dos o tres estructuras mecánicas básicas

”

contra de lo que pueda pensarse, la historia de las telecomunicaciones muestra que los cambios de técnica son raros. Así, el sistema electromecánico ha constituido la base de la conmutación telefónica durante cerca de ochenta años: la evolución ha sido progresiva y no se pueden distinguir rupturas reales entre las diferentes familias de equipos surgidas de dos o tres estructuras mecánicas básicas.

Pero cuando la técnica del Crossbar -que correspondía a la fase más elevada de la conmutación electromecánica- alcanzó el tope de su evolución, los ingenieros se habrían visto obligados a desarrollar otra técnica que permitiera un procesamiento más potente y flexible de la información. Así, los trabajos sobre conmutación electrónica se pusieron en marcha antes de la segunda guerra mundial y las primeras maquetas aparecieron a finales de los años cincuenta, cuando el Crossbar estaba en pleno desarrollo. Se trata por lo tanto de un cambio de paradigma por presunción: el desarrollo técnico se presenta como autónomo, en gran medida, respecto a la demanda industrial (Flichy 1993, 174). Mientras que los cambios que podríamos denominar *intraparadigmáticos* -por ejemplo, de una generación de conmutadores electromecánicos a otra- están ligados a la evolución del tráfico telefónico,

es decir, a la demanda; en las sustituciones *interparadigmáticas* -que implican modificar la coherencia del sistema anterior- el elemento determinante es el coste de la transformación. En otras palabras, los ciclos que se abren con el surgimiento de una innovación y finalizan en la consolidación de su uso colectivo, replantean no sólo un paradigma técnico, sino también un proyecto económico y social, de allí que se completen normalmente en periodos temporales prolongados.

En el campo de la transmisión de la voz -la otra gran función técnica de las redes telefónicas, junto a la conmutación-, los cambios no siempre han implicado la sustitución de un paradigma por otro, en ocasiones se ha tenido que escoger entre dos paradigmas alternativos. En el caso de la “batalla” entre la denominada tecnología de guía de ondas y la fibra óptica, el debate se resolvió inicialmente a favor de la segunda por motivos extracientíficos: se trataba de la opción más económica; aunque cambios posteriores consolidaran a su vez el papel de las infraestructuras inalámbricas. En todo caso este ejemplo reafirma que la elección de un nuevo paradigma no se realiza sólo en el seno de una comunidad de ingenieros: los criterios de eficiencia técnica pueden quedar condicionados por factores económicos.

Así como Flichy aplica el análisis kuhniano a la historia técnica del teléfono, es posible utilizar dicha argumentación para interpretar los cambios estructurales que han transformando desde un pasado cercano a las telecomunicaciones. La total liberalización de esta actividad puede verse como la instauración de un nuevo paradigma que ha sustituido a uno anterior basado en la noción de servicio universal, en la concepción del sector como un monopolio natural, en su propiedad pública y en prácticas poco competitivas como los subsidios cruzados entre servicios más o menos deficitarios. Al igual que en el surgimiento de los paradigmas científicos, el proceso de cambio en las telecomunicaciones comenzó con la percepción de una anomalía o, lo que es igual, la emergencia de un factor de distorsión que rompió con el “consenso”. A continuación se produjo una reacción de adhesión facilitada por el entorno favorable, de manera que en el transcurso de un tiempo, y gracias a los múltiples acercamientos que se producen, el fenómeno dejó de ser anormal para legitimarse como norma. Al alcanzarse este nivel, se ha reajustado el paradigma inicial de manera que lo que en un tiempo fue anómalo, ahora es lo esperado.

Aunque la adopción de una nueva estructura para las telecomunicaciones no pueda homologarse del todo con un “descubrimiento” (se sabe que la telefonía nace y se desarrolla en sus primeros años precisamente en un entorno de liberalización), sí se trata de un esquema que trasciende un marco sólidamente establecido y que a la postre puede producir un giro en el paradigma de la actividad. Una característica que destaca Kuhn de esos procesos de descubrimiento de los que surgen nuevos tipos de fenómenos, es que, a menudo, el cambio de paradigma que de ellos se deriva va acompañado de cierta resistencia. La lucha por mantener vigente cierta noción de servicio público, tradicionalmente asociada a las telecomunicaciones, representa evidentemente una resistencia al cambio propuesto.

La liberalización de las telecomunicaciones se presenta como un paradigma legitimado empíricamente mas difuso e impreciso desde una perspectiva teórica. Los primeros intentos de resolución del “problema” de las telecomunicaciones han seguido de alguna manera las reglas establecidas por el nuevo paradigma, derivadas a su vez de la implementación del mismo en países desarrollados o en otros que funcionan igualmente como modelos. Pero al avanzar el proceso, vencidas las resistencias, las soluciones planteadas desvelan las coyunturas existentes en el paradigma anterior de modo que al aplicarse en distintos contextos, los resultados no siempre serán exitosos y su aceptación por el grupo se verá amenazada. Pero en todo caso, la aparición de estas coyunturas divergentes es característica de la sustitución de un paradigma en crisis por otro nuevo, proceso durante el cual se aplican modos de resolución distintos a problemas que pueden ser similares. Como la transición consiguiente a un nuevo paradigma es la revolución científica, se puede hablar hoy de una *revolución de las telecomunicaciones* que se gesta a partir del relevo de paradigmas.

Para comprender en toda su magnitud una revolución, Kuhn señala que deben conocerse tres elementos: el efecto de la naturaleza, la lógica y las técnicas de argumentación persuasivas. Desde las telecomunicaciones, se puede establecer un paralelismo entre la naturaleza y las condiciones intrínsecas, tanto tecnológicas como económicas, que impulsan un cambio en el sector; la lógica correspondería al predominio de la tesis liberal-global; y las técnicas de argumentación persuasiva serían las empleadas por grupos de presión, organismos financieros multilatera-

les o por los propios gobiernos para difundir las bondades del nuevo paradigma.

Como la aceptación de un nuevo paradigma hace necesaria la redefinición de la ciencia correspondiente, las telecomunicaciones han sustituido su anterior concepto por otro que incorpora innovaciones técnicas -digitalización, banda ancha, movilidad, etc.- y una filosofía de funcionamiento radicalmente distinta- de públicas y nacionales, pasaron a ser privadas y transnacionales. Este giro semántico es impulsado por los partidarios del nuevo paradigma telecommunicacional, quienes no sólo hacen suyos los argumentos teóricos de naturaleza liberal, sino también sus esquemas de aplicación y su normativa. Las transformaciones también afectan la manera en que se sistematiza el rendimiento de la actividad: aunque parte de los instrumentos y la terminología se mantengan vigentes, nuevos indicadores sustituyen a los que el colectivo defendía antes como apropiados.

Pero como la revolución de las telecomunicaciones implica un cambio de los problemas que preocupan y de sus cánones de resolución, no puede considerarse como un proceso de adición de ladrillos que al final da como resultado el estado del arte actual de la cuestión. Según Kuhn (1975, 220), las teorías no evolucionan gradualmente para ajustarse a hechos que se encontraban presentes en todo tiempo; en lugar de ello surgen al mismo tiempo que los hechos a los que se ajustan. En el terreno de las telecomunicaciones esta simultaneidad no se produce entre hechos y teorías sino entre marcos e interpretaciones: son los nuevos escenarios tecnológicos y económicos los que han obligado a plantear enfoques diferentes que rompen con los esquemas convencionales de funcionamiento del sector.

■ **Carlos González Zaavedra**
es Doctor en Ciencias de la
Comunicación por la Universidad
Autónoma de Barcelona (1998)

Bibliografía

- BACZKO, Bronislaw (1978): *Lumières de l'utopie*. París. Payot
- CASTELLS, Manuel (1995): *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid. Alianza Editorial
- ELLUL, Jacques (1988): *Le bluff technologique*. París. Hachette
- FLICHY, Patrice (1993): *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. Barcelona. Gustavo Gili
- KRANZBERG, Melvin (1985): “The Information Age: Evolution or Revolution?”. En B. Guile (ed.): *Information Technologies and Social Transformation*. Washington D.C. National Academy Press
- KUHN, Thomas S. (1975): *La estructura de las revoluciones científicas*. Madrid. Fondo de Cultura Económica
- LESGARDS, Roger (1996): “El dominio de las tecnologías”. En *Le Monde Diplomatique*, núm. 12, octubre, p. 32.
- MIRES, Fernando (1996): *La revolución que nadie soñó, o la otra posmodernidad*. Caracas. Nueva Sociedad
- MUMFORD, Lewis (1969): *Storia dell 'utopia*. Bologna. Calderini
- NISBET, Robert (1979): “El problema del cambio social”. En R. Nisbet, T. Kuhn, L. White (eds.): *Cambio social*. Madrid. Alianza Universidad
- POOL DE SOLA, Ithiel (1993): *Tecnología sin fronteras. De las telecomunicaciones en la época de la globalización*. México. Fondo de Cultura Económica
- RICOEUR, Paul (1989): *Ideología y utopía*. Barcelona. Gedisa
- THOMPSON, Gordon (1978): “Innovation et créativité en matière de services”. En A. Giraud, J-L. Missika y D. Wolton (eds.): *Les réseaux pensants. Télécommunications et société*. París. Masson

Notas

- 1 El término lo ha empleado, entre otros, Petrella (1996, 1) quien lo asocia a la recurrencia histórica de un proyecto de “sociedad de la información” ideal. En el presente trabajo, no obstante, adquiere un significado más particular que remite a ciertos vectores teóricos directamente vinculados a las telecomunicaciones.
- 2 Incluso en 1975 el canadiense Gordon Thompson llegó a proponer una metodología para evaluar las revoluciones en materia de comunicación. Su hipótesis era que si los mismos tipos de efectos que habían provocado las revoluciones precedentes pudiesen reproducirse hoy en día a causa de una innovación, ese adelanto tendría que considerarse como una revolución en su campo específico. El estudio describía tres criterios necesarios para considerar una revolución en las comunicaciones: el primero se derivaba de su capacidad para mejorar el acceso al conocimiento humano almacenado; el segundo estaba unido al volumen de espacio informacional compartido por los comunicantes (éste siempre aumenta con cada revolución importante ocurrida en las comunicaciones); el tercer criterio aludía al descubrimiento y desarrollo de un consenso, es decir, al desarrollo de puntos de vista comunes sobre una idea dada (Thompson 1978, 191-192).
- 3 Bronislaw Baczko da cuenta del vínculo entre revolución y utopía cuando, tras investigar los proyectos de la Ilustración, concluye que hay épocas “calientes” donde las utopías florecen, donde la imaginación utópica penetra las formas más diversas de la actividad intelectual, política, literaria. Estos períodos, en los que las líneas de fuerzas divergentes parecen encontrar un punto de convergencia dentro de la producción misma de representaciones utópicas, los asocia a las crisis revolucionarias (Baczko, *Lumières de l'utopie*, 19).
- 4 La teoría del caos o de los sistemas dinámicos es un amplio frente de investigación interdisciplinaria que incluye el trabajo de campos tales como la dinámica no lineal, la termodinámica irreversible, la meteorología y la epidemiología. Dentro de esta teoría se distinguen dos enfoques básicos generales: en el primero el caos se considera como precursor y socio del orden y no como su opuesto; el segundo destaca el orden oculto que existe dentro de los sistemas caóticos. Pese a las diferencias, ambos enfoques parten de consideraciones similares: la *no-linealidad* derivada de la gran incongruencia que frecuentemente suele haber entre causa y efecto, de modo que una causa pequeña puede dar origen a un efecto grande; las *formas complejas* que conducen a una conciencia de la importancia de la escala; la importancia de las *condiciones iniciales*; y los *mecanismos de realimentación* o circuitos que permiten que la salida revierta hacia el sistema como entrada.



Cuando lo real se desborda

El conocimiento en la

Mientras la economía digital está en pleno auge, de la mano de la tecnología, generando externalidades y valor agregado, dentro de ella parece gestarse un proyecto civilizatorio diferente, en torno a lo que llamamos “sociedad del conocimiento o de la información”: suerte de utopía en ciernes que implica nuevas formas de producción del conocimiento y por ende, de apropiación (y transformación) de la realidad

■ **Carlos Delgado-Flores**

La estructuración de los libros no tiene nada de “natural”, de hecho, es tremendamente antinatural y necesitó nada menos que 4 mil años para producirse. El gran logro de los escolásticos, sobre todo para las élites escribanas del mundo, fue estilizar los temas, tramas y formas de los libros en una forma realmente rigurosa, así como estructuraron los programas de estudio, las escrituras y el debate

Tom Mc Arthur (1998)
citado por Landow

Venimos asistiendo a un desarrollo a ritmo de vértigo, de las tecnologías de información y comunicación en la escala mundial: la progresiva digitalización de archivos ha elevado la disponibilidad de fuentes de información a una escala realmente planetaria; la convergencia tecnológica de medios que en el pasado operaban en canales exclusivos, ha multiplicado el acceso a comunicaciones bidireccionales (o multidireccionales) en tiempo real, en cualquier parte del orbe; la posibilidad de intervenir en la producción del contenido de los medios (Blogs, Wikis, Podcasts o cualquier otro servicio de contenido sindicado), ejerce presión de cambio sobre los medios diseñados según el modelo diseminativo, llevándolos al plano de la comunicación bidireccional, reversible y en alguna medida, reivindicadora de la condición de sujeto de sus participantes (Pasquali, 1978). Muchas preguntas, entonces, parecen contenerse en una: este desarrollo ¿genera algún impacto en el proyecto civilizatorio de la modernidad?

Es difícil augurarlo, por lo pronto, sólo podemos recordar el impacto de un ilustre

economía digital



Galería de papel. Roger López

antecesor: la imprenta de tipos móviles de Johannes Guttenberg. La aparición de textos impresos en tirajes crecientes, en lenguas nacionales, democratizó el acceso al conocimiento, fortaleció las burguesías que luego se enfrentaron a las aristocracias y establecieron las democracias liberales, la doctrina del derecho natural, el racionalismo, el capitalismo y la ilustración, todos ellos factores de la modernidad. La nueva hegemonía consolidó al libro como tecnología del conocimiento hasta que surgieron, como correlato en la producción de bienes materiales, la máquina autopropulsada, primero con vapor y luego con petróleo, la producción en serie y con ella el mercadeo masivo, el periódico y la publicidad. El comercio entre naciones distantes estableció la necesidad de comunicaciones eficaces, y surgió el telégrafo, primero, después la radio y luego la televisión. La necesidad del ejército norteamericano (en plena guerra fría), de diseñar una red de comunicaciones sin centro, que pudiera reconstruirse de forma autónoma ante ataques enemigos, dio origen a ARPANET, antecesora de Internet (Reinhold, 1991), que sería reformulada por académicos para manejar eficazmente los crecientes volúmenes de información almacenada en las computadoras personales, que integraron, originalmente, al menos tres máquinas (de escribir, de calcular e impresora) con cinco funciones (procesamiento de textos, cálculo, diseño gráfico, almacenamiento e impresión), transformando de manera radical el modo de documentar el conocimiento; pero que no sería sino con el surgimiento de las aplicaciones comerciales, cuando su crecimiento se volvió exponencial: ahora que la Web se convirtió en un hipermedio que contiene –y en el cual convergen– el teléfono y la televisión, el correo y la radio, el registro biométrico y la fotografía satelital... múltiples aplicaciones, y las que faltan.

ECONOMÍA DIGITAL (O DE LA INFORMACIÓN)

Valga esta apretada síntesis histórica para mostrar sólo el modo en que la modernidad se apoyó en la tecnología para expandirse como proyecto civilizatorio y cómo cada innovación representa –al menos idealmente– un incremento de la información disponible, en la comunicación asociada al desarrollo social.

Podemos, sin embargo, datar el inicio de esta nueva escala de la modernidad, en la década de los '50 del siglo XX, luego del fin de la II Guerra Mundial y del des-

“

Podemos, sin embargo, datar el inicio de esta nueva escala de la modernidad, en la década de los '50 del siglo XX, luego del fin de la II Guerra Mundial y del desencanto que representó el empleo de la tecnología en la “Solución Final” nazi; el surgimiento de la llamada “economía postindustrial” y el desarrollo de la “teoría cibernética de la comunicación”

”

encanto que representó el empleo de la tecnología en la “Solución Final” nazi; el surgimiento de la llamada “economía postindustrial” y el desarrollo de la “teoría cibernética de la comunicación”. En esa década, los investigadores económicos refirieron la existencia de una expansión gradual del “sector terciario” (comercio y servicios) en las economías industriales en países desarrollados. Los primeros estudios de la economía postindustrial la consideraron erróneamente como una economía de servicios, y uno de los primeros en establecer la precisión fue Fritz Machlup (1962), quien para describirla empleó el término **Industria basada en el conocimiento**. Él descubrió que en el año 1959, las ocupaciones que generaban conocimiento habían superado en número a las demás, por primera vez en el período contemporáneo.

Pero no fue sino hasta que la tecnología digital permitió la producción sin límites de copias exactas de textos, imágenes, sonido, video y otros materiales de información, y su distribución a escala global con una estructura de costos constante, cuando la economía de la información creció al nivel actual. Apte y Nath (2004) establecieron, en un estudio, que la participación del sector de la información de los Estados Unidos en el PIB aumentó de

46% en 1967 a 56% en 1992, y a 63% en 1997.

Marc Uri Porat (1977), por su parte, clasificó el sector de la información en dos sectores: el primario y el secundario. En el primero, los trabajadores son aquellos que se relacionan casi totalmente con la creación o gestión de la información (científicos, escritores, bibliotecarios, generadores de contenido de la Web, etc.). Se incluyen, entre otras, las siguientes industrias:

- Producción de conocimientos e invención (I+D y servicios de información privados)
- Distribución de la información y comunicación (educación, servicios de información públicos, telecomunicaciones)
- Gestión de riesgos (industrias de seguro y finanzas)
- Búsqueda y coordinación (industrias de correduría, publicidad)
- Servicios de procesamiento y transmisión de la información (procesamiento de la información por computadoras, infraestructura de las telecomunicaciones)
- Mercancías de la información (calculadoras, semiconductores, computadoras)
- Actividades gubernamentales seleccionadas (educación y servicio postal)
- Instalaciones de apoyo (edificios, mobiliario de oficina)
- Venta al por mayor y al por menor de los productos y servicios de información.

Mientras que en el segundo, quienes trabajan, lo hacen principalmente en áreas no relacionadas con la información, pero cuya labor implica un trabajo de información como aspecto secundario. Aquí se cuentan los de los sectores: gubernamental, industria, comercio y servicios, que si bien no son del área de la información, la generan para uso interno, pero exceptuando las actividades que pertenecen al sector primario de la información como la educación y la impresión; incluyendo –eso sí– actividades gubernamentales tales como planificación, coordinación, supervisión, control, evaluación y toma de decisiones. También se incluyen en el sector secundario de la información las áreas de las empresas e industrias privadas no pertenecientes a la esfera de la información involucradas en labores de información o

de la producción de información no destinada a la venta o arriendo en el mercado, pero que apoyan solamente la producción de productos no pertenecientes a la esfera de la información, entre los que se incluyen los servicios internos de procesamiento de datos y de biblioteca.

Las relaciones entre ambos sectores, de cara al estado y la Sociedad Civil son descritos ampliamente por Castells (1996), bajo la idea de la Sociedad Red o Sociedad de la Información. Ya conocemos las implicaciones –en cuanto a acumulación de capital, concentración vertical u horizontal, regulación de las asimetrías de acceso y beneficio y garantía de derecho que puedan estar implicadas en el empleo de la tecnología y en el desarrollo de esta economía – de los esquemas de propiedad de las industrias asociadas a esta Economía de la Información. Se podría, en aras de caracterizarla más, señalar que su comportamiento reproduce el de las economías de aglomeración, pero integrando en soporte digital las operaciones realizadas en sitios remotos.

Las economías de aglomeración son economías de externalidades¹ llevadas a cabo por las empresas, que obedecen a la utilización colectiva de las infraestructuras de transporte, de comunicación y de los servicios urbanos. La reducción de costos, a la cual se ajustan las ventajas extraídas de la proximidad de un gran mercado, explica la concentración de establecimientos industriales, comerciales y de servicios en las grandes ciudades, lo cual induce a su vez a un desarrollo acumulativo de éstas. La aglomeración facilita igualmente la circulación del capital, la diversificación del mercado de trabajo y al multiplicar las probabilidades de contactos, acrecienta la velocidad de adopción de las innovaciones. Podría decirse que la Economía Digital reproduce esta forma de economía, con un agregado particular, la **Virtualización**, es decir: la progresiva transformación de los procesos de producción o distribución seguidos en el plano físico, y su sustitución por la operación dentro de la tecnología digital, mediante interfaces construidas con metáforas lógicas y representaciones esquemáticas, de valor icónico relevante y creciente maniobrabilidad. Al virtualizarse la agregación económica, el costo de comunicación tiende a reducirse y el valor agregado a aumentar por la incorporación de procesos y actores de ámbitos remotos.

No es fácil saber si en el futuro, la tendencia a la concentración en la economía digital se mantenga, dado el alto nivel de

“

Una de las claves fundamentales de la educación ilustrada es la manera como se enseña a leer y a escribir a los niños: en todo el ámbito de la cultura y civilización occidental, estos aprenden a leer a la vez que a escribir, empleando la misma gramática, lo cual parece poner de manifiesto que el acto de leer presupone o implica el de escribir, en una relación que puede describirse, de generación mutua

”

valor agregado que integran sus operaciones, la tendencia a la reducción del costo de incorporación a la tecnología y el compromiso creciente de los estados de reducir la brecha digital, asociándose a la interpretación que hace de ésta como pilar para la construcción de la Sociedad del Conocimiento². Lo que sí puede plantearse de manera ilustrativa (como se muestra en el cuadro nº 1) es que si para América latina, en promedio, la tasa de penetración de Internet está calculada en 4.6%, y se corresponde con un Producto Interno Bruto per cápita de 29 mil 892 dólares anuales, habría que entender que todavía hay alta concentración de usuarios en los estratos socioeconómicos altos, con mayor capacidad de consumo, mayor formación académica y mayor participación en las lógicas de la modernidad; pero también que las actividades asociadas a la Web manifiestan una incidencia creciente en las economías, por la vía de las externalidades y el valor agregado.

LA ECONOMÍA SIMBÓLICA DEL HIPERTEXTO

Pero de todas las fuentes de externalidades de la economía digital, quizás la menos considerada, de cara a la comprensión de su incidencia en las prácticas sociales, sea, jus-

tamente, el impacto en el modo de conocer de los sujetos, evidenciable en el acto mismo de navegar. Y es en este cambio de la forma de producir el conocimiento –a partir del desarrollo de capacidades cognitivas nuevas y su asociación– y en su incidencia en el cambio de las lógicas de producción y distribución del mismo, desde donde tiene sentido comenzar a hablar de la Sociedad del Conocimiento, ya no tanto como Economía Digital, sino más bien, como proyecto diferente, basado en un cambio en el modo de relación de los sujetos con la realidad.

Una de las claves fundamentales de la educación ilustrada es la manera como se enseña a leer y a escribir a los niños: en todo el ámbito de la cultura y civilización occidental, estos aprenden a leer a la vez que a escribir, empleando la misma gramática, lo cual parece poner de manifiesto que el acto de leer presupone o implica el de escribir, en una relación que puede describirse o bien, de generación mutua, o bien de potencia y acto. Es un hecho que revela muchas cosas, pero principalmente que al aprender la escritura fonética, cada miembro de la especie reaprende a utilizar un invento, mediador por excelencia de la realidad, que el comercio desarrolló hace más de veinte siglos: la abstracción del objeto en una letra, con la cual representarlo en un sistema de signos.

Miseria del logocentrismo denunciada en los '70 por Jacques Derrida, filósofo de la deconstrucción y de la diferencia, cuando advirtió: “Merced a un lento movimiento cuya necesidad apenas se deja percibir, en todo lo que desde hace por lo menos, veinte siglos tendía y llegaba a unirse bajo el nombre de lenguaje, comienza a dejarse desplazar, o al menos, resumir, bajo el nombre de escritura”. (Derrida, 1971:11). Pues la escritura y la clasificación se expanden hacia todos los órdenes de saber desde hace siglos, como tecnologías de la racionalidad. No obstante, el surgimiento de la Sociedad del Conocimiento parece anunciar un salto exponencial en su desarrollo y en el de la capacidad de acumulación del saber humano, puesto que la convergencia tecnológica apunta hacia la conformación de una capacidad nunca vista antes, de almacenamiento y recuperación de información, realizada a través del uso de una tecnología de escritura que ejerce presión sobre la capacidad de lectura de los usuarios: el hipertexto.³

Para bien o para mal, Derrida profetizó en los setentas, el auge de esta herra-

mienta, como episodio dentro del desbordamiento de la escritura, de su inflación semántica y acaso de su pérdida de representatividad. Así expresó: “En fin, haya o no límites esenciales, todo el campo cubierto por el programa cibernético será un campo de escritura” (Derrida, 1971: 15). Pero más allá de las características formales y funcionales de la herramienta, una aproximación a las implicaciones que su desarrollo tiene para el sujeto contemporáneo, pasa por revisar sus condiciones como **texto**, la manera como éste se elabora y como es leído por los usuarios.

¿Cómo se escribe?

A primera vista, ¿qué diferencia sustancial puede existir entre la escritura y la clasificación, tal y como la conocemos, y la realizada en el hipertexto? Los enunciados suelen estar integrados por palabras, imágenes, sonido o video, y los archivos suelen estar agrupados en orden alfabético: nada que no se vea en un libro.

No obstante, hay una diferencia sustancial: en un libro, el sentido obedece a una direccionalidad de orden sintagmático, estructural, determinada por una gramática asociada a la secuencia de lectura de la escritura fonética: de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo (en occidente), procurando que no haya saltos significativos en el orden, salvo que se trate de dar énfasis a un enunciado sobre otros. El texto requiere, para ser leído eficazmente, que sea leído con la misma gramática con que se escribió.

El hipertexto opera de manera radicalmente diferente, aunque implemente algunas normas de la escritura fonética. La escritura hipertextual es una escritura deconstructiva, donde la estructura sintagmática del texto tiende a perderse, los enlaces de un grupo de enunciados a otros permiten abordar el texto desde cualquier perspectiva, alterando el orden secuencial de la lectura tradicional. Landow, citando a Derrida, lo caracteriza en estos términos:

“El hipertexto crea un texto abierto, con límites abiertos, un texto que no puede mantener fuera de él a otros textos y que por lo tanto, encarna el texto de Derrida en el que se difuminan ‘todos los límites que forman en borde movedizo de lo que solía llamarse texto, de lo que antes creíamos que el mundo podía identificar, es decir, los supuestos comienzo y final de una obra, la unidad de una recopilación, el título, los márgenes, las firmas, el dominio de las referencias fuera del marco, etc. El hipertexto sufre lo que Derrida describe como un ‘desbordamiento que borra todos esos límites y divisiones.’” (Landow, 1998:78)

La gramática del hipertexto es la de la

asociación. Un enunciado inicial, redactado con sentido completo, posee conexiones con otros enunciados disponibles en formato digital y almacenados en la Internet. El usuario no tiene que establecerlas a la hora de leer, sino que están establecidas en el texto mismo, al uso de las enciclopedias, cuyo contenido, ordenado alfabéticamente, permite la asociación de entradas en cada referencia, pero con la posibilidad de acceder a registros diferentes, en una misma situación y en tiempo real.

La tecnología del hipertexto posee protocolos de implementación, que de cara al usuario, son conocidos como interfaz. La interfaz puede definirse entonces como el conjunto de dispositivos que interactúan con el usuario permitiéndole la accesibilidad a los contenidos del hipertexto, en cada operación. Estos dispositivos son, por una parte, gráficos (disponibles en la presentación de la pantalla de la computadora) y por otra, lógicos (los lenguajes de programación que hacen posible la estructuración del hipertexto, lo que lleva a plantear que la interfaz ocurre como traducción de dos lenguajes diferentes en uno tercero: el empleado por el usuario.

¿Y cómo se lee?

La lectura del hipertexto como texto desbordado, no lineal, quizás represente considerar lo escrito como una forma de escritura pictográfica, más que fonética, lo cual ubica la concepción de lectura empleada para su estudio en un orden relacionado con la lectura estética, con la mirada.

En una aproximación cognitiva al proceso de lectura del hipertexto, puede afirmarse que éste copia, de alguna manera, en su factura, el funcionamiento de la memoria humana, al presentarse, gracias a la interfaz, en múltiples rutas de asociaciones. En este sentido Landow expresa:

“Los nexos hipertextuales simplemente aceleran el proceso usual de establecer relaciones y aportan un medio gráfico para esas transacciones, si es que se puede usar la palabra ‘simplemente’ para referirse a un procedimiento tan radicalmente transformador.” (Landow, 1998: 82)

El flujo de la percepción en la lectura tradicional de la escritura fonética, está asociado a la habilidad del lector en efectuar los mecanismos automáticos de la lectura, mientras que la comprensión de lo leído es un acto de asociación de la información leída con la información almacenada en la memoria. Con el hipertexto

la situación cambia en forma radical: la lectura, por ser de asociación antes que de traducción, dado que los enunciados son leídos como imagen, es una lectura sintética antes que analítica, donde el sentido se reconstruye por aporte del lector. Y ello parece poner de relieve un proceso interesante: identificar la referencia del contenido dentro de la propia memoria del usuario, permitirle hacer interpretación en la misma medida en que avanza la navegación, pero también implica una actitud crítica muy diferente a la exhibida hasta ahora: más que aceptar o rechazar, se pueden reconocer y reconstruir regularidades discursivas ya no en discursos, sino en textos.

Regularidades que pueden representarse como cadenas de enunciados relacionados, que el lector comprende desde su corpus y que le permiten ubicar la requerida para fines posteriores (no hay que olvidar que el hipertexto tiene un carácter eminentemente utilitario); que son discursivas por cuanto que la lógica de producción e interpretación de las mismas, están contenidas en el corpus general, pero que son intersubjetivas, porque obedecen a una cognición que las identifica, proveyéndolas de significado. Se leen a partir de inferencias del usuario, asociadas con referencias de su memoria, pero como imágenes, acaso, antes que como texto.

NUEVAS PRÁCTICAS, NUEVAS INVESTIGACIONES

A partir del cambio en el modo de comprender la realidad que el hipertexto introduce, se generan cambios en las prácticas sociales y en las identidades asociadas a ellas. Las posibilidades de aprendizaje social se acrecientan, basadas en las estrategias de mediación descritas por Jesús Martín-Barbero (1987) y Guillermo Orozco (1996).

Una agenda que reúna una selección de las prácticas de cara a los procesos de construcción de ciudadanía podría clasificarlas en: a) producción y distribución de contenidos para la Web; b) gobierno electrónico y democracia digital; c) teletrabajo y comercio electrónico. En esta agenda de investigación podría revisarse, como problemas, por ejemplo, los procesos de complementación entre la audiencia televisiva y los usuarios de Internet, con miras a verificar si se está produciendo un desplazamiento entre el *Homo videns* del espectáculo mediático, al

Homo Digitalis, aún sin definición completa. Describir –aquí apenas se han esbozado– los modos de producción del conocimiento en el marco de la Economía Digital y de la Sociedad del Conocimiento. Revisar las relaciones entre Economía Digital y Desarrollo Sustentable, o generar, acaso, una cuenta satélite para las estadísticas nacionales, ya que no se cuenta con indicadores para cuantificar el aporte de las TIC al Producto Interno

Bruto o a la demanda agregada, bien por la vía de las actividades asociadas o por la de las externalidades; para lo cual, el cuadro 2 podría servir de referencia a la hora de pensar indicadores para generar un marco de medición de impacto.

Y una cosa más, al cierre: la Sociedad del Conocimiento no luce el desencanto postmoderno, sino por el contrario, cierto “optimismo” de ultramodernidad, aunque es posible pensar que, en la medida en

que se producen cambios en la forma de conocer, su consolidación indique otro estado de la historia aún por venir. Y eso, quizás, lo veamos.

■ **Carlos Delgado-Flores**
es maestrante en Comunicación
para el Desarrollo Social en
la Ucab. Editor de la Revista
Comunicación

CUADRO 1.
PENETRACIÓN DE INTERNET EN AMÉRICA LATINA (2006) Y PIB (2005)

PAÍSES	POBLACIÓN (ESTIMACIÓN 2006)	USUARIOS	PENETRACIÓN	% EN L.A	CRECIMIENTO (2000 - 2005)	PIB TOTAL (2005)
Argentina	37.912.201,00	10.000.000,00	0,26	0,13	3	3.138.355.033
Bolivia	9.281.712,00	350.000,00	0,04	0	1,92	9.742.160.952
Brasil	184.284.898,00	25.900.000,00	0,14	0,34	4,18	6.704.215.306
Chile	15.666.967,00	5.600.000,00	0,36	0,07	2,19	9.319.617.867
Colombia	46.620.056,00	3.585.688,00	0,08	0,05	3,08	9.911.532.544
Costa Rica	4.402.251,00	1.000.000,00	0,23	0,01	3	1.947.034.236
Cuba	11.326.354,00	150.000,00	0,01	0	1,5	nd
República Dominicana	9.119.149,00	800.000,00	0,09	0,01	13,55	2.810.755.491
Ecuador	12.090.804,00	624.600,00	0,05	0,01	2,47	20.285.433
El Salvador	6.569.953,00	587.500,00	0,09	0,01	13,69	1.463.412.333
Guatemala	12.714.458,00	756.000,00	0,06	0,01	10,63	2.184.870.486
Haití	8.301.478,00	500.000,00	0,06	0,01	82,33	3.565.470.611
Honduras	6.697.351,00	223.000,00	0,03	0	4,58	7.180.416.649
México	105.149.952,00	16.995.400,00	0,16	0,22	5,27	6.361.612.627
Nicaragua	5.591.948,00	125.000,00	0,02	0	1,5	4.579.016.122
Panamá	3.123.055,00	300.000,00	0,1	0	5,67	1.424.560.533
Paraguay	5.630.385,00	150.000,00	0,03	0	6,5	8.057.193.927
Perú	28.476.344,00	4.570.000,00	0,16	0,06	0,83	6.540.810.144
Puerto Rico	3.966.468,00	1.000.000,00	0,25	0,01	4	nd
Uruguay	3.261.570,00	680.000,00	0,21	0,01	0,84	118.433.688
Venezuela	25.307.565,00	3.040.000,00	0,12	0,04	2,2	2.101.988.119
Total	545.494.919,00	76.937.188,00	0,14	1	4,46	1.312.696.839

Fuente: Internet World Stats basado en la ITU. Citado por Tendencias Digitales, 2006 / CEPAL

CUADRO 2.
SELECCIÓN DE METODOLOGÍAS PARA LA MEDICIÓN DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (CUADRO RESUMEN)

1) Programa Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Índice de Adelanto Tecnológico		
CATEGORÍAS (4)	VARIABLES (8)	FUENTES DE INFORMACIÓN
Creación de Tecnología	Patentes concedidas a residentes e ingreso recibido por concepto de regalías y licencias.	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Banco Mundial
Difusión de Innovaciones Recientes	Hosts de Internet y exportación de productos de tecnología alta y media.	Unión Internacional de Telecomunicaciones; Naciones Unidas
Difusión de Antiguas Innovaciones	Número de teléfonos fijos y móviles y consumo de electricidad.	Unión Internacional de Telecomunicaciones; Banco Mundial
Conocimientos Especializados	Promedio de años de escolarización en la población mayor a 15 años y tasa bruta de matriculación terciaria en ciencias.	Barro y Lee; UNESCO
Center for International Development (CID) - Harvard University - Preparación para el Mundo Interconectado - Una Guía para los Países en Desarrollo		
CATEGORÍAS (5)	VARIABLES (19)	FUENTES DE INFORMACIÓN
Acceso a la Red	Disponibilidad, costo y calidad de las redes, servicios y equipos TICs necesarios.	Consulta a panel de expertos
Aprendizaje Interconectado	Integración de las TICs dentro del sistema educativo; capacitación de la fuerza de trabajo en el manejo de TICs.	
La Sociedad Interconectada	Uso de TICs en la vida personal y el trabajo; oportunidades laborales para quienes poseen habilidades en el manejo de TICs.	
La Economía Interconectada	Uso de TICs por parte del comercio, el gobierno y las empresas para relacionarse con clientes, proveedores y ciudadanos y entre ellos mismos.	
Las Políticas de la Red	Políticas de promoción de adopción de TICs.	
World Bank Institute (WBI) - Knowledge Assessment Methodology		
CATEGORÍAS (5)	VARIABLES (69)	FUENTES DE INFORMACIÓN
Incentivos Económicos y Régimen Institucional	Apertura al comercio internacional; competencia local; respeto a los derechos de propiedad; regulaciones bancarias, financieras y económicas; formación de capital; desempeño del gobierno.	Heritage Foundation; SIMA; PNUD; World Economic Forum; IMD Business School; World Bank Institute; Freedom House
Educación	Alfabetización; educación primaria y secundaria; esperanza de vida; gasto en educación; trabajadores con capacidades técnicas y profesionales; graduados en carreras técnicas; migración de profesionales.	PNUD; SIMA; IMD Business School; Organización Internacional del Trabajo; World Economic Forum

Infraestructura de Información	Cantidad de teléfonos fijos y móviles, computadoras, hosts de Internet, aparatos de TV y radio; lectura de periódicos; gasto en TICs; costo de las comunicaciones.	ITU; PNUD; IMD Business School; IDC; World Economic Forum
Sistema de Innovación	Recursos humanos en I+D; indicadores de resultado de las actividades de I+D e innovación; inversión extranjera directa; gasto en I+D; condiciones para el surgimiento de nuevas empresas.	PNUD; UNESCO; SIMA; World Economic Forum; IMD Business School; United States Patent and Trademark Office;
Desempeño General de la Economía	Crecimiento del PIB y la productividad; índices de desarrollo; tasa de desempleo; riesgo país.	PNUD; IMD Business School
& Wehn - INEXSK		
CATEGORÍAS (3)	VARIABLES (8)	FUENTES DE INFORMACIÓN
Infraestructura	Computadoras personales y líneas telefónicas principales.	ITU
Experiencia	Consumo y producción de bienes y servicios electrónicos.	Elsevier
Habilidades y Conocimiento (Competencias)	Niveles de alfabetismo; graduados en carreras técnicas; cantidad de hosts de Internet y aparatos de televisión.	UNESCO, ITU

Fuente: Bianco; Lugones; Peirano; Salazar. REDES -Colciencias. Citados por Fazio y Goldstein (2003)

Bibliografía

- APTE y NATH (2004) "Assessing Cross-Industry Effects of B2B e-Commerce" of Strategic E-Commerce, Vol.2. Citado por VERSOLA (2005) Op cit.
- CARDENAS, María Luz (2001) *Apostando a futuro: notas sobre el V Salón Pirelli*, en Catálogo del V Salón Pirelli de Jóvenes Artistas. Museo de Arte Contemporáneo de Caracas Sofía Imber. Caracas
- CASTELLS, Manuel (1999) *La era de la información. Volumen I: La sociedad-red*. Paidós, España.
- DELGADO-FLORES, Carlos (2000-II) "Lenny aprende a navegar", en *Miradas JMC/Y&R*, Caracas.
- _____ (2003) *Teoría del valor agregado de los productos culturales-comunicacionales, apuntes para una antropología de la comunicación*. Universidad Central de Venezuela, Escuela de Comunicación Social, tesis de grado. Caracas.
- DERRIDA, Jacques (1971) *De la gramatología*. Siglo XXI editores, México.
- FAZIO, María Eugenia y GOLDSTEIN Roxana (2003) "Algunas reflexiones sobre la medición del impacto social de las TICs." En *Proyecto Observatorio Latinoamericano del Impacto Social de las Tecnologías de la Información y Comunicación en Acción. Componente: IsTICómetros. Deconstrucción de las principales metodologías internacionales*. <http://www.funredes.org/olistica/documentos/doc9/> Consultado en septiembre 2006
- Guzmán Cárdenas, Carlos (2001) *La transición hacia la sociedad del conocimiento en Venezuela*. Formato PDF. Disponible en <http://www.innovarium.com>
- LANDOW, George P. (1998) *Hipertexto*. Paidós, España.
- MACHLUP, Fritz (1962), "The Production & Distribution of Knowledge in the United States". Citado por VERZOLA, Robert: "Economía de la Información" en VVAA (2005) *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Edición coordinada por Alain Ambrosi, Valérie Peugeot y Daniel Pimienta Cy F Éditions, París, Francia.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. *Comunicación, Cultura y Hegemonía*. México: Gustavo Pili. 1987
- MARTÍNEZ DE ANGUIA, Pablo (2005) *Organización y gestión de proyectos. Mimeografiado*. Disponible en <http://www.es-cet.urjc.es>
- OROZCO, Guillermo. *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre. 1996
- PASQUALI, Antonio (1978) *Comprender la comunicación*. Monte Ávila Editores Latinoamericana C.A., colección Estudios. Caracas.
- REINHOLD, Howard (1991) *La comunidad virtual*. Gedisa, Barcelona, España.
- URI PORAT, Marc (1977) *Economías de la información*. Citado por VERSOLA (2005 Op cit)

Notas

- 1 El diccionario Collins de Economía define externalidades como “factores que no están incluidos en el Producto Interno Bruto pero que producen un efecto (positivo o negativo) en el bienestar humano”. Pone como ejemplo el de la polución. “Una firma incluye los costos privados de los materiales, trabajo o capital empleados en producir los bienes, pero puede no contabilizar los costos sociales donde está contenida la polución, en este caso un impuesto medioambiental puede ser usado para contabilizar la externalidad de la polución, para asegurarse que los consumidores paguen precios por productos los cuales reflejan totalmente el costo ambiental inmerso en su producción y su consumo” (es decir, internalizar la externalidad, bien en la estructura de precios de los bienes, en el pago del trabajo o en los impuestos). A la hora de hablar de externalidades es importante distinguir entre dos conceptos relacionados con los efectos externos de los procesos productivos. Por un lado el costo externo, que se deriva de la actividad productiva sobre unos agentes económicos ajenos a la misma; y por el otro, el costo social que se define como la sumatoria de los costos internos y los costos externos. Para Martínez de Anguita (2005) técnicamente, la inclusión de los costos externos e internos en la estructura de mercado puede ser lograda mediante la valoración económica de las externalidades y su inclusión en el proceso productivo. Las externalidades negativas pueden compensarse mediante la introducción en el proceso de producción de medidas correctoras y las positivas pueden ser compensadas económicamente por los beneficiarios a los productores de las mismas.
- 2 Aun cuando no hay un acuerdo general sobre los términos Sociedad de la Información (adoptado por la Unión Europea), Economía Digital (Estados Unidos) o Sociedad del Conocimiento (propuesto por la UNESCO), las interpretaciones apuntan hacia la conformación de un nuevo tipo de sociedad basada en la convergencia tecnológica, la generación de valor con énfasis en lo intangible y la información como bien de intercambio. A este respecto, en el texto *Chile, hacia la Sociedad de la Información, informe al Presidente de la República de Chile, de Enero de 1999*, Páginas 21 y 22 se lee: “La digitalización de la información, la automatización de procesos, el comercio electrónico, el crecimiento del aspecto inmaterial de la riqueza producida y el desarrollo de las nuevas redes tales como Internet, favorecen extraordinarias transformaciones económicas, sociales y culturales, a introducen insospechados cambios en los hábitos y costumbres de la vida cotidiana de las personas. Estas transformaciones están facilitando la emergencia de una nueva sociedad, a la que mundialmente se le denomina sociedad de la información y, a veces, sociedad del conocimiento. Se trata de un sistema económico y social donde la generación, procesamiento y distribución de conocimiento a información constituye la fuente fundamental de productividad, bienestar y poder. El avance hacia la sociedad de la información entraña promesas de prosperidad material, equidad social, renacimiento cultural y desarrollo democrático nunca antes conocidos en nuestra historia. Sin embargo, su realización no está asegurada. Las nuevas tecnologías sólo abren oportunidades de progreso, pero no lo determinan por sí mismas. El fundamento de la sociedad de la información consiste en la emergencia de un nuevo paradigma técnico-económico, cuyo soporte básico lo constituyen las nuevas tecnologías.” (citado por Guzmán, 2001)
- 3 “Hipertexto es una expresión acuñada por Theodor H. Nelson en los años sesenta y se refiere a un tipo de texto electrónico, una tecnología informática reciente que es, al mismo tiempo, un modo de edición. Es un texto compuesto por bloques de palabras – o imágenes- electrónicamente unidos en múltiples trayectos, cadenas o recorridos, que confluyen en una textualidad abierta, eternamente inacabada y descrita en términos de nexos –enlace-, redes, tramas, trayectos. El hipertexto permite formar redes que actúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás, produciendo *galaxias de significantes* –y no estructuras de significantes- sin comienzo ni fin, pero sí diversas vías de acceso sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal.” (Cárdenas, 2001)

La Revista Comunicación del Centro Gumilla aceptará trabajos en calidad de colaboraciones para sus secciones de Entrada, Estudios, Informaciones y Reseñas de libros, siempre y cuando estén referidos al tema de la comunicación y sus diferentes orientaciones, y representen una perspectiva crítica y alternativa. Es indispensable que los trabajos enviados se apeguen a lo estipulado en los requisitos aquí expuestos.

El envío de una colaboración no garantiza su publicación. Los trabajos recibidos serán evaluados por el Consejo de Redacción, quien determinará si pueden ser publicados. Eventualmente el Consejo de Redacción realizará sugerencias de cambios a los trabajos que lo ameriten; sin embargo, quedará a juicio del autor si quiere realizarlos, y si se compromete a entregar el original modificado en el plazo convenido. El Consejo de Redacción notificará al autor, previo a la publicación, que su trabajo ha sido aceptado. Los trabajos para la sección Estudios son arbitrados.

Los materiales enviados deberán ser preferiblemente inéditos y en lengua castellana. Si algún autor envía un trabajo que ya ha aparecido en otra publicación o que está comprometido, deberá consignar una autorización que permita a Comunicación su publicación.

Los materiales podrán ser enviados por correo ordinario o electrónico a las respectivas direcciones:

Revista Comunicación

Centro Gumilla. Edificio Centro Valores, local 2, esquina de la Luneta, Altigracia. Apartado 4838 Caracas 1010-A – Venezuela.
comunicación@gumilla.org.ve

En caso que el autor utilice el correo ordinario, el trabajo deberá ir acompañado de un diskette con el archivo.

Los trabajos deben ser remitidos en Word 98 ó 2000 para PC o su compatible en Macintosh. La fuente debe ser Times New Roman de 12 puntos, y doble espaciado. Los intertítulos deben ir en negritas y subrayados.

Los trabajos para la sección *Entrada* tendrán que oscilar entre 20 mil y 25 mil caracteres con espacios (13 a 17 cuartillas). Los *Estudios* oscilarán entre 40 mil y 60 mil caracteres con espacios (27 a 40 cuartillas). Las reseñas y las informaciones no deberán pasar de 6 mil caracteres con espacios (4 cuartillas).

Las entradas deben venir acompañadas de un sumario no mayor a 70 palabras. Los estudios deben tener un resumen que oscile entre las 100 y 120 palabras; y en la medida de lo posible su traducción al inglés (Abstract). También es conveniente que tanto en las entradas como en los estudios señale el autor un máxi-

mo de seis palabras claves, a los efectos de su registro en la base de datos de la publicación.

No será permitido el uso del subrayado como técnica para resaltar una información dentro de los textos. Para tales efectos se sugiere el uso de las cursivas. Asimismo, tampoco se aceptará el uso de las negritas para resaltar nombres, marcas, títulos de obras, entre otros.

Las notas y las referencias bibliográficas deben ubicarse al final del texto. No se aceptarán notas al pie de página. La bibliografía debe presentarse, lo más breve posible, de acuerdo al siguiente sistema:

- Para libros con un sólo autor:
Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora.
Ejemplo
DÁVALOS, Lorenzo (1992): *Cultura y filantropía empresarial*. Caracas: Ediciones IESA

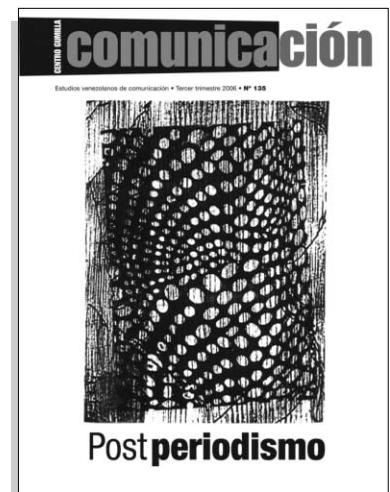
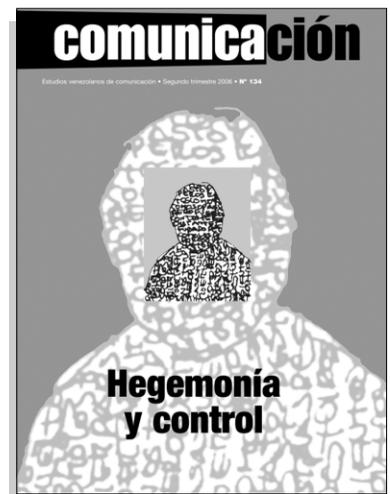
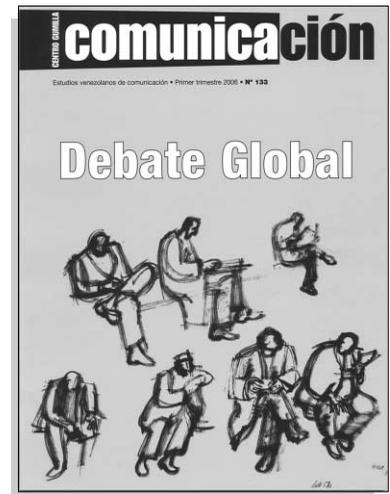
- Para libros con dos autores:
Apellido del primer autor en mayúsculas, nombre del primer autor en altas y bajas y Apellido del segundo autor en mayúsculas, nombre del segundo autor en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora
Ejemplo
MONCLÚS, Antonio y SABÁN Carmen (1997): *La escuela global*. Madrid: Fondo de Cultura Económica / Ediciones UNESCO.

- Para colaboraciones en libros
Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año) "título del trabajo entre comillas". En: Nombre y apellido del autor en altas y bajas: *título del libro en cursivas*. Ciudad: Casa Editora. Páginas.

- Ejemplo
GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999): "El Consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coordinador): *El consumo cultural en América latina*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp 26-47

- Para artículos en revistas
Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): "título del trabajo entre comillas". En: *Título de la revista en cursivas*, volumen y número (en caso de tener ambos), páginas.

Ejemplo
GONZÁLEZ DE PACHECO, Rosa Amelia (2000): "Entre el Estado y el mercado: el sector sin fines de lucro". En *Debates IESA*, Vol. 5, Nº 4, pp. 47-51.



Tendencias del periodismo



Galería de papel. Alexander Brandt

latinoamericano en línea

A partir de una selección de 16 medios digitales latinoamericanos, la autora realiza una evaluación basada en los criterios de contenido, navegación, visibilidad y usabilidad, con los cuales determina una tendencia favorable a la digitalización en los periódicos de la región, cuyas características, evidenciables en los elementos de diseño, interfaz y arquitectura de información parecen articularse con la puesta en marcha de la sociedad de la información

■ **Ysabel M. Viloria S.**

El ejercicio periodístico está inmerso en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). El protagonismo queda en manos de la tecnología y su avance, y en presencia del cambio de hábito de los lectores en sus formas de interacción con el producto noticioso, que ahora se soporta en un nuevo formato con códigos ya conocidos, pero adaptados a las tecnologías. Este escenario precisa de un estudio que aproxime los cambios a la realidad cotidiana de la información y los usuarios de esta. Es en este contexto donde se hace un estudio de las versiones digitales de los periódicos latinoamericanos presentes en los últimos quince años a través del Internet.

La usabilidad es uno de los elementos que crea la necesidad de indagar el mundo de la *web*, responder cómo lograr que la presentación de los sitios en Internet se adapte a las necesidades y usos de los cibernautas. Pero en el ámbito de los periódicos digitales, éste no ha sido un tema que haya logrado captar la atención de investigaciones referentes a la incursión, adaptación y evolución del universo de la WWW. La preocupación se ha enfocado en el continuo progreso de las TIC, dejando de lado el estudio y comprensión de este fenómeno comunicacional.

El avanzado ritmo de crecimiento y especialización del diseño y presentación de las noticias de los periódicos electrónicos, responde a ciertas características como la demanda de los receptores, el tiempo en la decodificación de mensajes, las necesidades de mantenerse informados, la preservación —cada vez más— del sentido de inmediatez de las informaciones, y otras razones, contribuyen a la comprensión del cambio que se genera en las estructuras visuales de los contenidos informativos digitales.

En este sentido, se realizó una comparación de los diseños y formas de los periódicos latinoamericanos en línea, con la intención de identificar las tendencias en este ámbito de producción digital. Para

ello se siguió una línea de acción: en primer lugar, un paneo general sobre la incursión de los periódicos —a nivel mundial— en Internet, para luego, lograr un acercamiento a la evolución general que ha tenido este fenómeno en el oficio periodístico. Adicionalmente se analizó esta evolución de los periódicos digitales en la región, a fin de establecer un puente entre los inicios de la transformación “papel-pantalla” y el panorama actual. Para finalmente llegar a un balance de éste proceso de “metamorfosis” en la última década en América Latina.

LOS PERIÓDICOS EN INTERNET

El periodismo, actualmente, cuando son distintas las fuentes de información, además del producto noticioso, se ve en la necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias y a la nueva dinámica de comunicación que pautó una sociedad donde la tecnología ocupa importantes espacios del escenario. En este recorrido del periodismo por buscar nuevas vías que permitan su perdurabilidad en el tiempo, su eficacia y sentido dentro de la Sociedad de la Información, surge Internet, que como una expresión de avance tecnológico, es un nuevo medio de difusión de mensajes. Ante este panorama, fue imperiosa la necesidad de esta profesión de formar parte de la red. Inserto en las sociedades que se renuevan, también lo hace el periodismo. La creación de Internet significó y significa aún un reto para los contenidos periodísticos, que cada vez se hacen más presentes en el mundo del WWW.

Luego de que se establece Internet como herramienta fundamental para la transmisión de mensajes, los medios tradicionales de comunicación (prensa, radio y televisión), se trazaron como meta ocupar un espacio de esta red. Para Arruti y Flores este escenario que obligó a los medios a evolucionar hacia la presentación digital se debe a un proceso de *Mediamorfosis*, y

se trata de la comprobación, a mayor o menor escala, de que los medios incluyen en su dinámica de existencia “la incorporación de nuevos sistemas de información, lo que supone un valor añadido a sus usuarios finales”.

En el caso de los periódicos impresos, los primeros esfuerzos por ganar presencia en Internet se vieron reflejados en el vaciado de los contenidos en un nuevo formato. Se pasó del papel a la pantalla, sin mayores innovaciones en la presentación de los textos. Progresivamente se han aprovechado los recursos del medio electrónico. Comenzaron los esfuerzos por presentar informaciones con una gama de posibilidades que no permite el formato impreso.

UNA REVISIÓN TEMPORAL DEL PERIODISMO ELECTRÓNICO

De acuerdo con Fuentes “el punto de partida de las publicaciones electrónicas debe ser que la información sea útil, completa, accesible e inmediata”. De esta manera, a medida que transcurre el tiempo, los periódicos impresos, en sus versiones digitales, incluyen ciertas herramientas que los hacen característicos de este “nuevo medio”.

En este intento por ofrecer una variación entre la versión impresa y la digital, la inclusión de opciones de interacción entre receptor y emisor, el diseño y disposición del contenido, juegan un papel determinante. Así como fue progresiva la incursión de los periódicos en el mundo digital, también lo fue la utilización de estos recursos.

En los comienzos de la era digital, sólo se contaba con el lenguaje html, apenas se iniciaba el montaje de sitios web noticiosos. La escasez de herramientas que facilitarían el diseño, implicó que los esfuerzos se dirigieran a la estructura y códigos de un lenguaje específico adaptado a un formato, más que a la propia presentación de los contenidos, su diseño y estructura visual.

Como lo indica Dix el diseño se ve afectado debido a las limitaciones que tiene el hombre en su capacidad de procesar las informaciones. Entonces, una vez que se comprende el valor de la composición de contenidos, diversas compañías de software crean herramientas que permitieran un diseño más sencillo y sin necesidad de manejar el lenguaje html, lo que facilitaba su edición y adaptación. Este tipo de programas como Dreamweaver®, para el diseño, y otros que permitían exportar

“

En el caso de los periódicos impresos, los primeros esfuerzos por ganar presencia en Internet se vieron reflejados en el vaciado de los contenidos en un nuevo formato. Se pasó del papel a la pantalla, sin mayores innovaciones en la presentación de los textos. Progresivamente se han aprovechado los recursos del medio electrónico

”

imágenes para la *web*, como Adobe Photoshop®, Fireworks®, Corel Photo Paint®, entre otros, generó una conciencia de la importancia de la imagen y el diseño, que a su vez produjo nuevas especialidades en la producción y montaje de contenidos para Internet.

Con estas innovaciones, también se iniciaron nuevas formas de diseño de la información como el uso de enlaces entre diversas noticias (vínculos). Comienza entonces a ponerse en práctica el concepto de hipertexto e interactividad. Más allá de la versión impresa en la pantalla, se pasó a una presentación más dinámica y con sentido de navegación en los diarios digitales. Ya no era sólo la transcripción de los contenidos.

Así también, se da mayor valor a las imágenes. Se comienza a desarrollar la **infografía** gracias a los avances de estos programas. Comienza la evolución de este elemento noticioso, que hoy en día algunos estudiosos consideran un nuevo género. Entonces, a medida que se desarrollaban nuevas herramientas que facilitaban la elaboración de contenidos, estos productos informativos se acoplaban a las necesidades de los receptores.

En el proceso de evolución de la prensa escrita para ocupar espacios en Internet, los focos de interés también han sufrido una

transformación. Como lo señalan Arruti y Flores “las tendencias que persiguen los medios de prensa escrita hacia el mundo Internet se presentan de distintas e innovadoras formas (...) hasta los periódicos más vulnerables de nuestro quiosco poseen una edición interactiva puesta en funcionamiento entre 1996 y 1998”. Lo que se traduce en una necesidad de evolución e inmersión de los medios tradicionales en el mundo de las nuevas tecnologías.

PANORAMA DEL PERIODISMO LATINOAMERICANO EN LA WEB

De acuerdo con los datos proporcionados por Colina, en Latinoamérica la penetración de Internet fue un hecho hacia fines del siglo XX, cuando México logró el acceso en febrero de 1989. Progresivamente el resto de los países latinoamericanos consiguieron formar parte de esta conexión: Chile en abril de 1990; Brasil, junio de 1990; Argentina, octubre de 1990; Venezuela, febrero de 1992; Ecuador, julio de 1992; Costa Rica, enero de 1993; Perú, noviembre de 1993; y Colombia en abril de 1994. Igualmente, fue paulatino el ingreso de la prensa, una vez que ya se contaba con el primer paso dado: la conexión a Internet. Según las cifras que aporta Abreu, para el año de 1997 estaban disponibles en la *web* 229 versiones de diversos diarios, revistas y estaciones de televisión latinoamericanas.

En líneas generales, la realidad latinoamericana revela que en la inserción de los periódicos en la superautopista de la información países como Panamá, Nicaragua, Honduras y Costa Rica el 100% de los periódicos tienen su versión digital; mientras que en Argentina, Chile y Colombia más del 80% de la prensa tiene presencia en la *web*; por su parte, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Uruguay, Bolivia y Venezuela entre el 60 y 80% de su producción periodística impresa, tiene soporte digital; siendo Perú el único país de la región con tan sólo el 53% de sus periódicos con una versión digital.

De acuerdo con estos registros, la situación en América Latina (hasta el mes de diciembre de 2005) apunta que 71 % de los periódicos tienen una versión digital, a diferencia del 29% restante, que sólo cuenta con la versión impresa. A pesar de que han sido numerosos los periódicos impresos de la región que han volcado sus contenidos a la *web*, este proceso ha sido heterogéneo y progresivo.

EVOLUCIÓN DEL DISEÑO WEB EN PERIÓDICOS DE AMÉRICA LATINA

Desde que los periódicos entraron en el mundo digital, han sido protagonistas de una continua evolución. Las innovaciones y adaptaciones de sus formatos y recursos han acompañado las historias de los diarios en Internet. En coincidencia con Castañeda (c.p. Abreu), existen tres etapas de esta transformación: La primera, a partir de 1993 cuando se presentaba en las pantallas un vaciado del contenido de la versión impresa. Luego, hacia 1995 se usaba un mejor sentido de organización de contenido, se empleaba en mejor sentido la concepción del hipertexto y la herramienta de las imágenes se valoró más. Por último, la tercera etapa es en la que aún se encuentra el ciberperiodismo: el empleo de los recursos que permiten un verdadero dinamismo que ofrece el medio, se incluyen nuevos elementos como los foros de discusión, información en audio y video, boletines informativos, encuestas, contenido “exclusivo del sitio *web*” y otras informaciones que responden a la característica del “tiempo real”. Entonces la versión digital presenta nuevos elementos, y ambas—el papel y la pantalla— se complementan.

Adicional a esto, hay que tomar en cuenta ciertas características propias del medio *web*. Una de estas particularidades es el valor agregado que proporciona en cuanto a la inmediatez y capacidad de actualización. De la misma manera, Internet ofrece elementos esenciales en lo que a diseño y presentación de contenidos se refiere: el carácter interactivo, la opción de hipervínculos (internos y externos), la multimedialidad—que sólo es posible en una plataforma digital—, y el espacio ilimitado, son herramientas que diferencian a este medio del tradicional.

Mientras se producían las transformaciones de los periódicos en línea, se desarrollaban empresas que se especializaban en estructurar los formatos y soporte para el diseño, y de algún modo, orientar estos cambios de los contenidos en Internet. Por un lado la empresa periodística desarrollaba sus contenidos para ser publicados, y por otro, empresas de diseño y almacenamiento se encargaban de desarrollar *softwares* capaces de funcionar como plataforma de la prensa escrita. Es el caso, por ejemplo, de Infotech-corp, que comenzó con diarios como El Nacional, pero que actualmente son la plataforma de La Cadena Capriles, Tal Cual, Unión Radio, el Grupo de Diarios

“

Para ello, se delimitó el universo de los medios periodísticos que se encuentran en las redes de Internet, donde son cuantiosos los sitios que ocupan distintos tipos de medios informativos. Quedando así el universo de periódicos impresos, con y sin versiones digitales, de los países latinoamericanos de habla hispana que, hasta diciembre de 2005, suman 901, de los cuales, a la misma fecha, un total de 643 diarios cuentan con un soporte digital

”

de las Américas (GDA) y A&E MUNDO. De ser una compañía nacional dedicada a “experimentar” en el diseño para un periódico en formato *web*, ahora es una empresa que exporta sus diseños para Latinoamérica.

Es junto a la sofisticación del medio *web* y a la especialización del diseño, que surge entonces una división del trabajo debido al nacimiento de nuevas experticias: la producción de los textos periodísticos, los procesos de búsqueda y recuperación de esta información, las estrategias de diseño gráfico y de interfaz para la *web*, y por otra parte, el desarrollo de espacios como el que brinda Infotech para llevar al usuario las informaciones en un diseño que responda a las demandas tanto del cliente (empresa periodística), como del usuario final.

¿CÓMO COMPARAR LOS PERIÓDICOS LATINOAMERICANOS EN LÍNEA?

La expansión de diversos formatos y modos de los periódicos disponibles en línea, es un tema que requiere ser estudiado más allá de una nueva forma de presentación de contenidos, más bien como una nueva modalidad del ejercicio profesional del periodista, adaptada a las exi-

gencias actuales del oficio. Para efectos de este análisis, se centran los esfuerzos en la comprensión de la estructura de diseño de las versiones electrónicas de los periódicos latinoamericanos. Para ello, se tomó en cuenta un período temporal comprendido entre julio de 2005 hasta mayo de 2006. En este sentido, se realizó un análisis comparativo de periódicos latinoamericanos en línea con el propósito de comprender la dinámica de sus diseños, interfaz y arquitectura de información, con el objetivo de determinar si existe una tendencia regional.

Para ello, se delimitó el universo de los medios periodísticos que se encuentran en las redes de Internet, donde son cuantiosos los sitios que ocupan distintos tipos de medios informativos, bien sean especializados, temáticos, versiones digitales de revistas, periódicos, canales televisivos, agencias de noticias, noticieros digitales, etc. Quedando así el universo de periódicos impresos, con y sin versiones digitales, de los países latinoamericanos de habla hispana que, hasta diciembre de 2005, suman 901, de los cuales, a la misma fecha, un total de 643 diarios cuentan con un soporte digital.

De estas cifras, se tomó en cuenta un medio por país, de manera que el total de medios analizados sumó 16 periódicos en línea, en respuesta a una muestra intencional, que de acuerdo con Martínez se entiende como aquella en la cual que “se elige una serie de criterios que se consideran necesarios o altamente convenientes para tener una unidad de análisis con las *mayores ventajas* para los fines que persigue la investigación”. Los criterios de selección en este caso fueron:

- Medios de habla
- Periódicos de circulación nacional
- De libre acceso a los archivos digitales, sin suscripción
- Trayectoria del medio: soporte físico.

Al momento de la evaluación, se realizó una adaptación del método propuesto por Lluís Codina de acuerdo con los objetivos trazados al inicio de la indagación. Quedando como resultado una comparación de las categorías de *Contenido* que incluye los parámetros relativos a la autoría y contenido, *Navegación* con los parámetros de acceso a la información y ergonomía, *Visibilidad* tomando en cuenta la luminosidad y ubicuidad, y por último la categoría de *Usabilidad*, donde los pa-

CUADRO 1.

MUESTRA DE MEDIOS DIGITALES SELECCIONADA PARA LA INVESTIGACIÓN

País	Medio	URL
Argentina	Clarín	http://www.clarin.com.ar
Bolivia	El Diario	http://www.eldiario.net
Chile	El Mercurio	http://www.emol.com
Colombia	El Tiempo	http://www.eltiempo.com.co
Costa Rica	La Nación	http://www.nacion.com
Ecuador	El Comercio	http://www.elcomercio.com
El Salvador	El Diario de Hoy	http://www.elsalvador.com
Guatemala	Prensa Libre	http://www.prensalibre.com
Honduras	La Tribuna	http://www.latribunahon.com
México	El Universal	http://www.eluniversal.com.mx
Nicaragua	La Prensa	http://www.laprensa.com.ni
Panamá	La Prensa	http://www.prensa.com
Paraguay	La Nación	http://www.lanacion.com.py
Perú	El Comercio	http://www.elcomerciope.com.pe
Uruguay	La República	http://www.larepublica.com.uy
Venezuela	El Universal	http://www.eluniversal.com

Fuente: Ysabel Viloria (2006)

rámetros evaluados fueron Procesos, Errores y Adaptación.

LOS RESULTADOS: UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Indicadores fijos

La comparación permite afirmar que existen indicadores en los cuales los 16 periódicos seleccionados coinciden con respecto a la evaluación realizada. En primer lugar, existe 100% de *adecuación* entre la autoría de los medios y su temática, enfocada en la divulgación de informaciones noticiosas a través de Internet. Asimismo, se observa unanimidad en el balance de esta *temática* y su enfoque a una *audiencia* determinada, con la premisa de cumplir el *objetivo* informativo.

En cuanto al *interés intrínseco*, coinciden en la cobertura de diversas fuentes informativas que despierten intereses en las audiencias, relacionadas a la variedad temática que contempla cada medio. Para ello, estos diarios manejan una *cantidad* de información que se corresponde a la intención final de los mismos, por lo tanto otro punto en común es la publicación de un volumen de información coherente con las intenciones específicas de los sitios *web*.

Con respecto a los elementos estructurales que facilitan el acceso a la informa-

ción de los diarios electrónicos, queda demostrado que existe una evidente presencia de *sumarios principales* que muestren un mapa general del sitio, elementos que facilitan la *navegación estructural* que permitan a los usuarios el acceso a distintas secciones del medio, el empleo de *sumarios locales* pertenecientes a cada sección donde se especifiquen los contenidos que pueden ser consultados, y uniformidad en el *sistema de etiquetas* que se mantiene en los diversos niveles de navegación de las versiones digitales de los diarios, lo que permite su fácil reconocimiento y ubicación dentro de la composición general.

De la misma manera, la *claridad* es uniforme en todos los medios, ya que contrastan fondo y forma para que los contenidos publicados sean de fácil lectura y distinción: para fondos oscuros, textos claros y viceversa. Al mismo tiempo, es común el empleo de *convenciones* que permiten un reconocimiento y familiarización de las imágenes y otros elementos que suelen emplearse en la composición de los contenidos que conforman estos sitios en Internet.

En los periódicos digitales analizados, también es repetitiva la detección de *errores* en la navegación, y el aviso de los mismos mediante *mensajes* instantáneos que identifique el problema y ofrecen a los

usuarios posibles alternativas para solventar sus *consecuencias*. Estos elementos forman parte de la interfaz, lo que facilitan una navegación fluida. La *redundancia* es igualmente un factor presente en todos los periódicos, ofreciendo distintas opciones que para realizar las acciones más comunes.

Tendencias

Existen otros elementos en los que los indicadores revelan buenas condiciones, pero que pueden mejorar. Entre estos aspectos se encuentra la *autoría*, el 94% de la muestra tiene una adecuada identificación de la responsabilidad intelectual de los contenidos. La opción que tienen los usuarios de establecer *comunicación* con los responsables de los sitios *web*, mediante el uso de los correos electrónicos —bien sea genéricos, o particulares de cada uno de los miembros responsables de los contenidos—, se presenta en 94% de la muestra.

En relación con la *política editorial*, la presencia es de 75%. Pero sólo el 56% de la muestra aclara todos los criterios y condiciones de uso, privacidad y aceptación de colaboraciones para que estas sean publicadas. En cuanto a la *actualización* de los contenidos que se publican, 81% presenta una frecuencia de minutos entre cada texto noticioso que se difunde. Pero cuando se habla de la actualización de los *enlaces externos* que ofrecen estos periódicos, el 100% mantiene una actualización permanente de los mismos; en la evaluación se presenció un perfecto funcionamiento de este recurso.

La *expresividad* de estos sitios periódicos es posible visualizarla en el 94% de la muestra mediante recursos como las barras de navegación —horizontales y verticales— que facilitan un panorama de las opciones que presenta el recurso a sus usuarios. Estas barras de navegación indican en igual proporción un sentido de *jerarquía* de las informaciones que publica el sitio. Por su parte, 75% de los diarios ofrecen una clara información relacionada con la *orientación* y el sentido de *contexto*, tales como nombre de la sección, niveles de navegación transitados y otros elementos que faciliten la ubicación del usuario dentro del recurso *web*.

Con relación a la *ergonomía*, 88% ofrece una *facilidad* general de uso, y en cuanto a la *velocidad* de la navegación el 94% no excede los 25 segundos en las descargas de los recursos que ofrece el medio, con una conexión de banda ancha. La eva-

luación de *anclajes externos*, arrojó que 56% de los periódicos presentaban una buena proporción de este tipo de recursos. A su vez, 94% proporciona un *contexto* adecuado a la naturaleza de los enlaces, pero a pesar de ello, 69% no *anticipa* el contenido de este tipo de recursos, sino más bien se limita a ofrecer el nombre y algunas características básicas de los mismos. Igualmente, 75% de la muestra guarda una relación coherente y *oportuna* con el espacio en el que se encuentra —bien en los contenidos, bien en los anunciantes—. La *calidad* del criterio de selección y publicación de estos anclajes se evidencia en 88% de los periódicos analizados.

Por último, en relación con la *visión de estatus*, 75% mantiene con claridad los procesos que realiza la audiencia en los medios. Pero la posibilidad de *deshacer las últimas acciones* realizadas durante la navegación en los periódicos, la proporción de medios se reduce a 63%.

Diferencias, pero subsistencia de similitudes

Aunque existen algunos indicadores en los que la evaluación registró ciertas variaciones, la tendencia —en menor proporción— se mantiene. Es el caso, por ejemplo, del uso de *recursos interactivos*, ya que 63% aún desarrolla el empleo de los mismos, puesto que se enfocan en la utilización de vínculos comunes y desaprovechan estos recursos. Igualmente, el uso de los *archivos o hemerotecas* lo registra 88% de la muestra, pero sólo 69% cuenta con respaldo digital mayor a los cinco años.

Con respecto a la *navegación semántica*, 63% de los diarios cuenta con secciones destinadas a ofrecer una especie de guía sugerida por los contenidos relacionados pertenecientes a distintos niveles de navegación y secciones. En el caso del *recorrido secuencial* de los medios, 63% ofrece una visión general de las secciones, pero no guía la relación de las noticias dentro de las mismas. De igual forma, 88% de los periódicos facilita la *recuperación de la información* mediante un mecanismo de búsqueda a través del uso de palabras claves, pero sólo 50% de la muestra cuenta con un sistema de “búsqueda avanzada” que permite una mayor especificidad.

Más que tendencias, diversidad

Así como se registraron coincidencias en los indicadores, también existen otras categorías que evidencian las diferencias tecnológicas. Tal es el caso de los *recur-*

sos multimedia, en los que 38% de la muestra no los desarrollan, limitándose a presentar contenidos textuales, apoyados en imágenes fijas. Mientras que otro 38% de los periódicos ofrece un despliegue multimediático que incluye videos, sonidos, imágenes animadas, galerías de fotos y demás recursos. Y el 24% restante, aún desarrolla el empleo de estos recursos.

Otro de los aspectos donde difiere la configuración de los medios, es la capacidad de *adaptación* de sus contenidos. En este sentido, 38% de los periódicos cuentan con reducidas opciones de cambio según las necesidades de los lectores. Otro 38% cuenta con diversas opciones de formatos de presentación, como entrega de noticias por diversas vías), y en algunos casos, se ofrecen las informaciones en distintos idiomas. El otro 24% de los diarios no facilita a sus usuarios modificar los textos noticiosos publicados, para que estos sean adaptados a las preferencias del lector.

¿Existen o no tendencias?

La evaluación general de los 16 medios, arroja unos resultados promedio que permiten afirmar que sí existe una tendencia en los elementos de diseño, interfaz y arquitectura de información de los periódicos latinoamericanos en línea. Lo que quiere decir que hay una inclinación que lleva a deducir la uniformidad de la muestra en ciertos criterios. De acuerdo con la

valoración del instrumento aplicado, se puede afirmar que la inclinación de los periódicos electrónicos de la región se encuentra en un nivel de desarrollo tecnológico entre lo mejorable y la excelencia.

En este sentido, y tomando en cuenta la categorización de los indicadores medidos, se puede indicar que el 18.75% de la muestra debe ser sometida a mejoramiento, mientras que la tendencia indica que el 81.25% restante se encuentra encaminada hacia el avance tecnológico en cuanto a la plataforma que ofrece Internet como medio de difusión de las informaciones que estos periódicos publican.

PERIODISMO LATINOAMERICANO EN INTERNET

A pesar de las posibles diferencias que existen en los formatos digitales de los periódicos seleccionados del estudio, se mantienen similitudes que permiten agrupar a estos medios en tres grandes grupos: el primero, lo constituyen aquellos países donde la vanguardia tecnológica de los periódicos en línea es avanzada; el segundo, aquellos que tienen buenas opciones *online* de sus medios periodísticos electrónicos, pero pueden ser mejorados; y por último, el grupo de países donde la tecnología web de la prensa aún no se ha desarrollado tanto como en el resto de la región.

GRÁFICO 1.
TECNOLOGÍA DE PERIÓDICOS LATINOAMERICANOS EN LÍNEA
POR PAÍSES EN AMÉRICA LATINA



Fuente: Ysabel Viloria (2006)

Los periódicos sometidos a evaluación de Colombia, Costa Rica, El Salvador, México y Venezuela, obtuvieron las mayores puntuaciones. Mientras que en el caso de Argentina, Chile, Ecuador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y Perú, las evaluaciones corresponden a los valores intermedios recolectados en el instrumento. Finalmente los diarios electrónicos de Bolivia, Paraguay y Uruguay arrojaron los resultados más bajos.

INVERSIONES COMERCIALES COMO PARTE DEL DISEÑO WEB

Al igual que en el caso de los periódicos impresos, la figura de los anunciantes también se contempla en el diseño digital. Este elemento juega un rol importante en la configuración visual de los medios en Internet. Una de las características del soporte *web*, es su capacidad de ofrecer recursos multimedia. Entonces, la publicidad aprovecha esto para lograr una mayor presencia en los medios donde invierte para tal fin.

Debido a esta inclusión que permite un mayor despliegue de anuncios comerciales, se ha buscado un equilibrio entre la aparición de publicidad y los contenidos propios de los medios. En este sentido, Lorezo D'Amore, Gerente Corporativo de Informática y de Recursos Interactivos de El-nacional.com, afirma que "hay unos estándares IAB –Interactive Advertising Bureau– que de alguna manera buscan unificar este tipo de publicidad en los sitios web", aseguró.

Esta búsqueda de uniformidad de los anunciantes se extiende al territorio regional, ya que, de acuerdo con D'Amore, son varios los países que se acoplan a estos estándares. Entonces, incluso cuando se habla de inversión publicitaria en los diarios electrónicos, se puede establecer una línea que marque la tendencia; en este caso se hablaría de un formato de diseño, los estándares IAB.

DE MODO COMPARATIVO

La evaluación de los medios que conforman la muestra, permite demostrar que existen características fijas, que marcan la pauta en el diseño web de sitios periodísticos; otros elementos que son referencias y muestran similitud en los distintos sitios periodísticos en Internet; y por último, características, en las que a pesar de existir divergencia, existe un punto en común.

TABLA 2.

TOTAL DE PERIÓDICOS EN LATINOAMÉRICA CON Y SIN EDICIÓN DIGITAL

País *	Periódicos con versiones digitales	%	Periódicos sin versiones digitales	%	Total de Periódicos
Argentina	136	81	32	19	168
Bolivia	13	65	7	35	20
Chile	48	83	10	17	58
Colombia	32	91	3	9	35
Costa Rica	6	100	0	0	6
Ecuador	25	66	13	34	38
El Salvador	4	80	1	20	5
Guatemala	6	67	3	33	9
Honduras	4	100	0	0	4
México	242	68	115	32	357
Nicaragua	4	100	0	0	4
Panamá	7	100	0	0	7
Paraguay	7	78	2	22	9
Perú	37	54	32	46	69
Uruguay	16	67	8	33	24
Venezuela	56	64	32	36	88
Total	643	71	258	29	901

* El orden de los países es alfabético
La última actualización fue el 07/12/05

Fuente: Ysabel Viloria (2006)

Como lo indican Ronderos, León, Sáenz, Grillo y García, "lo primero que hay que entender es que Internet es un medio completamente distinto a los demás y que, por lo tanto, el periodismo *online* exige una nueva forma de concebir y escribir las historias". En este concebir las historias se contempla el sentido de la forma de presentarlas a la audiencia. Por lo tanto, se considera que la rigurosidad profesional del periodismo, en cuanto a la investigación y veracidad de las informaciones se mantiene, pero "la forma como se arma y se presenta el trabajo cambia".

En este cambio que sufren los contenidos al pasar del soporte impreso al digital, existen características en el modo de configuración que se repiten en las diversas versiones de los periódicos latinoamericanos.

Existen tendencias

En primer lugar, con relación a la identificación de los medios periodísticos en Internet, es una constante la clara autoría y responsabilidad intelectual de lo publicado, así como la coherencia y consistencia entre el tema del medio (periodístico) con su objetivo como difusor de informa-

ciones. Con respecto a la cantidad existe coincidencia en los periódicos *online*. Y respondiendo a la premisa de la inmediatez del periodismo como oficio, la actualización de los contenidos es permanente. Al hacer referencia al acceso a la información, existen diversas características que permiten a los usuarios consultar y navegar los contenidos publicados. En primera instancia, los periódicos presentan una visión general de lo que se encuentra a disposición mediante sus sumarios –principales y locales–. Asimismo, se facilita la orientación, mediante la uniformidad en la ubicación y presentación de "etiquetas" de sus contenidos.

En cuanto a la ergonomía de los periódicos en línea, todos coinciden en el adecuado contraste de los elementos que conforman la presentación de los contenidos publicados. Específicamente, los medios logran un equilibrio entre la forma y el fondo de sus publicaciones, lo que facilita la legibilidad de los mismos.

Diseño, interfaz y Arquitectura de información

Con respecto al diseño, indicadores como la identificación, la uniformidad del

sistema de etiquetas, los espacios dedicados a los anuncios publicitarios, coinciden en la forma visual como se presentan los elementos que conforman a los periódicos en línea.

Cuando se hace referencia a la interfaz de los diarios *online*, todos presentan formatos de intercambio y participación de los usuarios con los contenidos, tales como las diversas opciones de acceder a las informaciones, las formas de adaptación de los mismos, la secuencia de navegación que se realiza y las opciones para realizar las acciones que estos medios permiten.

En cuanto a la arquitectura de la información, también hay consistencia en la estructura de los contenidos en este tipo de medios en Internet. Recursos para recuperar las informaciones (buscadores), las hemerotecas o archivos digitales, la segmentación de los contenidos tienen un punto en común en cada periódico latinoamericano en línea.

Todo esto permite confirmar la existencia de cierta homogeneidad y consistencia de la muestra, por lo que se puede concluir que los periódicos latinoamericanos en línea presentan tendencias de diseño, interfaz y arquitectura de información.

■ **Isabel Vilorio es licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello, diseñadora web. Ha sido asistente de investigación en el CIC / Ucab**

Referencias Bibliográficas

- Abreu, C. (2003). *El periodismo en Internet*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Caracas, 2003
- Álvarez, J. (2003). "El periodismo ante la tecnología hipertextual" (p. 231-259). [coords.] Díaz N., Javier y Salaverría Manuel. 2003. *Manual de redacción ciberperiodística*. Editorial Ariel, S.A. España.
- ARMAÑANZAS, E.; Díaz, J. y MESO, K. (1996). *El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Editorial Ariel, S. A. Barcelona, España
- ARMENTIA, J. y Martín, J. (1995). *Tecnología de la información escrita*. Editorial Síntesis, S.A. España.
- ARRUTI, A. y FLORES, J. (2001). *Ciberperiodismo: nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Tesis de Grado. Escuela de Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Educación. UCAB. Venezuela
- BISBAL, M. [coord.] (2004). *Los medios de comunicación de Venezuela. Historia mínima*. Fondo Editorial de la Fundación de Trabajadores Petroleros y Petroquímicos de Venezuela (Funtrapet). Venezuela
- CELY, A. y NEUMAN, M. (2000). "Caracterización de los medios cibernéticos. Comunicación social en Venezuela", en *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. 111. Venezuela.
- _____. M. (2001). La innovación tecnológica en las páginas web de los medios de comunicación de Venezuela, en *Temas de Comunicación*. 10. Venezuela.
- CODINA, Luis (2003): "Análisis y Métodos en Ciencias de la Documentación". En la siguiente dirección electrónica URL: <http://www.lluiscodina.com/metodos.htm>
- COLINA, C. (2002). *El lenguaje de la red. Hipertexto y posmodernidad*. Editorial Texto, C.A. Publicaciones UCAB. Venezuela
- _____. (2004): La Internet (p.115-221) [coord.] Bisbal, M. 2004. *Los medios de comunicación de Venezuela. Historias mínima*. Fondo Editorial de la Fundación de Trabajadores Petroleros y Petroquímicos de Venezuela (Funtrapet). Venezuela
- DÍAZ, J. y SALAVERRÍA, M. (2003a). *Manual de redacción ciberperiodística*. Editorial Ariel, S.A. España.
- _____. (2003b): "Hipertexto periodístico: teoría y modelos". (p. 81-139) [coords.] Díaz N., Javier y Salaverría Manuel. 2003. *Manual de redacción ciberperiodística*. Editorial Ariel, S.A. España.
- DIX, A. (1998). *Human-computer interaction*. (p 9-51). Editorial Prentice Hall. Segunda edición.
- INFOTECH (2005). En la siguiente dirección electrónica URL: <http://www.infotech-corp.com/>
- LÓPEZ, R. (2003): *Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes*. Universidad de Murcia. Tesis Doctoral. Biblioteca Virtual De Cervantes. En la siguiente dirección electrónica URL: <http://www.cervantesvirtual.com/FichaObra.htm?Ref=10572&ext=pdf>
- LÓPEZ, X.; GAGO, M. y PEREIRA, X. (2003). "Arquitectura y organización de la información". (p.195-230). [coords.] Díaz, J. y Salaverría, M. 2003. *Manual de redacción ciberperiodística*. Editorial Ariel, S.A. España.
- OUTING, S. y RUEL, L. (2004): "Eyetrack III. On line news consumer behavior in the age of multimedia". *Poynter Institute. Estlow Center for Journalism and news media*. En la siguiente dirección electrónica URL: <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/index.htm>
- RONDEROS, M.; LEÓN, J.; SÁENZ, M.; GRILLO, A. y GARCÍA C. (2002). *Cómo hacer Periodismo*. Distribuidora y Editora Aguilar. Bogotá, Colombia.
- ROST, A. (2004). "Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de interactividad?", en Congresos ALAIC/IBERCOM 2004. GT 18- Internet y la sociedad de la información. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social: <http://www.felafacs.org>. Sala de Prensa: <http://www.saladeprensa.org>. Prensa Escrita: <http://www.prensaescrita.com>

Cibermedios venezolanos

Bajo la lupa de la usabilidad



Galería de papel. Augusto Marciano

El crecimiento de Internet afianza la necesidad de estudiar sus posibilidades de intervenir en nuestras formas de comunicarnos. En este estudio, se hace un esbozo del concepto de Usabilidad y los retos que sus postulados plantean para el diseño de contenidos en cibermedios, fáciles de ser comprendidos, aprendidos, en fin, usados por las personas. Se trata de una mirada a dos de los medios digitales venezolanos más antiguos y consolidados: El Nacional.com y El Universal.com

■ Hazel Mogollón

■ Antonio Acevedo

■ José Ramírez

I. INTRODUCCIÓN

Cuando el ser humano intenta comunicarse, necesariamente emplea herramientas que le permiten palpar, sentir y pensar en todo aquello que facilita ponerse en contacto con el mundo exterior.

Hoy en día una de los recursos más populares es ese nuevo espacio de intercambio donde se gestan lenguajes propios, a la par de una alta velocidad de cambio y evolución: Internet y su comunicación hipermedial.

Sin embargo, más allá de las potencialidades y los encantamientos que esta plataforma ofrece con sus posibilidades de combinar imágenes, audio, video y un sin fin de posibilidades en materia de diseño, actualmente existe el consenso de que Internet es un espacio en el que imperan abrumadoramente los contenidos textuales. De allí que minusvalorar la importancia de su calidad significa minusvalorar la propia presencia. Por lo tanto, la calidad de los contenidos incide en la percepción y la experiencia de cualquier usuario.

El estudio de esta realidad puede abordarse desde distintos enfoques. Uno de ellos centraría la atención en el vertiginoso y deslumbrante crecimiento tecnológico que experimenta la sociedad contemporánea a partir de la aparición de Internet, privilegiando un conocimiento meramen-

te instrumental de la tecnología. Sin embargo, en un intento por abandonar posiciones puramente tecnocráticas, la red puede estudiarse además como un nuevo espacio comunicativo, dadas sus posibilidades de favorecer formas de relaciones sociales diferentes al contacto personal o a las que ocurren en los medios de comunicación masivos tradicionales.

Así lo reafirma Castells (1999) cuando señala que la red:

“No es simplemente una tecnología es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades (...). Internet es el corazón de un nuevo paradigma socio técnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, la sociedad en la que vivimos”. (Castells, 1999: p. 154)

Diríamos además que el crecimiento y popularidad de esta sociedad red, se debe en gran medida a las posibilidades tecnológicas que Internet ofrece:

- Una condición **asincrónica** donde el tiempo se disuelve desordenando la secuencia de los acontecimientos sumergiéndolos en una atemporalidad (Castells: 1999) donde todo existe, permanece y renace según la disposición del usuario.

● Una condición **virtual** que rompe con las dimensiones de tiempo y espacio construyendo un mundo paralelo, distinto al real que, materialmente, existe en chips y servidores de equipos informáticos; pero simbólicamente se convierte en el conjunto de la experiencia humana, abarcando y simulando todas sus expresiones culturales.

● Una condición **hipermediática** que recrea la construcción de ideas mediante asociaciones libres, tal como ocurre en el pensamiento humano, estructurando informaciones de manera no lineal, mas bien multiseccional, mediante la combinación e integración de textos, gráficos, audios, video que conforman una nueva manera de organizar las ideas dentro de un mensaje y por lo tanto, una nueva manera de “escribir” o de estructurar un mensaje.

Este trío de propiedades tiene como elemento integrador al usuario como un sujeto activo que comanda el recorrido por sus senderos; pues aun cuando Internet y su popular interfaz World Wide Web abren nuevas dimensiones en la creación y difusión de contenidos, es el usuario/ receptor quien determina los límites y los alcances en el proceso.

Sin embargo, hay quienes afirman que a pesar del gran desarrollo experimentado por Internet en los últimos años y de la existencia de cientos de millones de páginas en la red, los diseñadores siguen en la búsqueda de un nuevo lenguaje multimedia, más adecuado a las condiciones técnicas del medio y a las exigencias de la mirada humana, aún no acostumbrada a la experiencia de lectura en la pantalla de un ordenador.

Según la encuesta del College of Computing del Georgia Institute of Technology, a cargo de Dix, Finlay y Abowd (2001), los principales obstáculos que hoy encuentran los usuarios de Internet se refieren a insuficiencias del sistema (velocidad e interrupciones), pero también a dificultades lógicas en la búsqueda de informaciones y a deficiencias de diseño (de comunicación) en las páginas en Internet, ya que se les dificulta entender el sistema y sobre todo interactuar con él. Situaciones como estas hacen que la experiencia de interacción en la red se vuelva frustrante.

Actualmente, en los estudios que abordan los espacios comunicativos del ciberespacio priva la idea de que éstos deben configurarse de tal manera que sean fáci-

“

Puede decirse que, para comunicarnos, interactuamos con el mundo a través de cientos de interfaces, es decir: dispositivos que permiten la mediación entre el mundo y el yo. Muchas de ellas son tan conocidas y aceptadas, que ni siquiera las vemos. Por ejemplo, cuando usamos una herramienta, o interactúa con un sistema, suele haber “algo” entre uno mismo y el objeto de la interacción

”

les de ser comprendidos, aprendidos, usados por las personas. Es lo que se conoce bajo el concepto de **Usabilidad**. En este artículo intentaremos hacer un esbozo sobre este nuevo elemento teórico – metodológico y su posible articulación como estrategia para potenciar la apropiación social de Internet.

2. PARA COMPRENDER LA USABILIDAD

Puede decirse que, para comunicarnos, interactuamos con el mundo a través de cientos de interfaces, es decir: dispositivos que permiten la mediación entre el mundo y el yo. Muchas de ellas son tan conocidas y aceptadas, que ni siquiera las vemos. Por ejemplo, cuando usamos una herramienta, o interactúa con un sistema, suele haber “algo” entre uno mismo y el objeto de la interacción.

Por ejemplo, en un automóvil, ese “algo” son los pedales y el tablero. En una puerta, es el picaporte. En una máquina expendedora o un ascensor, los botones. En una computadora, el teclado, el monitor, el ratón. Este “algo” nos informa qué acciones son posibles, el estado actual del objeto y los cambios producidos; además nos permite actuar con o sobre el sistema o la herramienta. Pero para hacerlo, se re-

quiere que dicha herramienta esté diseñada de tal modo que podamos comprender fácilmente su funcionamiento.

Con este planteamiento queremos enfatizar en lo siguiente: hasta el mejor sistema o la herramienta perfecta, son inútiles si no podemos interactuar con ellos. Ahora pensemos en todos aquellos sitios en Internet que hemos usado en nuestro tiempo de cibernavegadores ¿Cuántas veces resulta imposible encontrar lo que buscamos porque no sabemos cómo hacerlo? ¿Cuántas veces los obstáculos para acceder a la información se relacionan con sitios web que reportan tardías velocidades de descarga, con diseños visualmente incomprensibles, de apariencia estridente y que por si fuera poco carecen de una estructuración y organización lógica en su contenido? He aquí un problema relacionado con el uso de los productos comunicacionales en la red de redes.

Jakob Nielsen, ingeniero de interfaces de la empresa Sun Microsystem, en Estados Unidos, ideó una metodología que permite la evaluación de los sitios Web, metodología conocida en la actualidad con el término Usabilidad, la cual se define como la utilidad de un sistema, el medio para conseguir un objetivo, la funcionalidad de un sitio Web y el modo en que los usuarios pueden usar dicha funcionalidad.

Por lo tanto, la Usabilidad es la medida en la cual un software puede ser usado por usuarios específicos para conseguir el punto óptimo de funcionalidad en un contexto de uso particular.

Esta condición reconocida por autores de habla hispana como facilidad de uso, y conceptualizada dentro del contexto de lo que en inglés se denomina con el término usability (Usabilidad), es la herramienta responsable de que el contenido de un sitio web cumpla de forma correcta las expectativas con las que ha sido creado, siempre desde el punto de vista del usuario final, de los visitantes de las páginas, ya que son estos los que, al fin y al cabo, van a hacer que un sitio web sea o no exitoso.

A fin de cuentas, como afirma Nielsen (2003) los usuarios visitan el sitio web por su contenido, pero agradecen la Usabilidad para llegar a éste. El diseño del contenido existe para permitir a la gente acceder al mismo. La vieja analogía citada por Nielsen (2003) es la de “un grupo de amigos que va a ver una función de teatro: cuando salen del teatro, de lo que hablan es de la obra, no de lo bonitos que eran los trajes”.

Hablar de Usabilidad refiere además a una propuesta teórica basada en el diseño centrado en el usuario, punto importante que muchas veces se olvida en el desarrollo de los sitios web. Sobre ello, la norma ISO 9241:11 de 1993 resulta muy clara: Usabilidad se refiere a la facilidad de uso de una aplicación informática. Es el rango en el cual un producto puede ser usado por unos usuarios específicos para alcanzar ciertas metas definidas con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso determinado.

Con respecto al origen etimológico del término, autores como Eduardo Manchón (2003) refieren que la Usabilidad deriva directamente del inglés *Usability*. Si bien los filólogos hispánicos coinciden en afirmar que el término puede ser creado en la lengua castellana, su acepción no está clara. En castellano significa capacidad de uso, es decir, la característica que distinga a los objetos diseñados para su utilización de los que no lo fueron. Sin embargo, la acepción inglesa es más amplia y se refiere a la facilidad o nivel de uso, es decir, al grado en el que el diseño de un objeto facilita o dificulta su manejo. Manchón (2003) se pronuncia por utilizar el término Usabilidad basándose en la segunda acepción, y afirma que esta se define: “coloquialmente como facilidad de uso, ya sea de una página web, una aplicación informática o cualquier otro sistema que interactúe con un usuario”.

En todo caso, por lo que respecta a la web, la Usabilidad acopia un conjunto de técnicas que ayudan a los seres humanos a realizar tareas en el entorno gráfico de la interfaz de usuario de una aplicación web. Y decimos “aplicación web” porque afectará no sólo a páginas aisladas, sino al conjunto de todas las páginas que componen un sitio web, abarcando aspectos como la navegación, entre ellas (navegabilidad), o sea, la facilidad de encontrar un elemento dado dentro del sitio (relacionada con la arquitectura de la información), el número de errores del sistema (relacionado con aspectos de programación), la legibilidad de los textos (correspondiente al diseño web), la correcta transmisión de la información, el acceso a ésta por todos los posibles usuarios (accesibilidad). (Moreno, 2004).

2.1 Usabilidad con sentido de “apropiación”

A nuestro entender, el concepto de Usabilidad puede abordarse como una estrategia para apalancar procesos de apro-

“

A nuestro entender, el concepto de Usabilidad puede abordarse como una estrategia para apalancar procesos de apropiación social de Internet, ya que su punto de partida, sus procedimientos y sus diagnósticos son arrojados desde la naturaleza y el contexto de quien realiza la experiencia de interactuar en la red de redes

”

piación social de Internet, ya que su punto de partida, sus procedimientos y sus diagnósticos son arrojados desde la naturaleza y el contexto de quien realiza la experiencia de interactuar en la red de redes.

En primera instancia, resulta necesario afirmar que entendemos la apropiación, desde la perspectiva de Subercaseaux (2002) como un proceso creativo que implica la adaptación, transformación o recepción activa en base a un código distinto y propio. Apropiarse, según el propio autor, “significa hacer propio un contenido que originalmente era ajeno” (Subercaseaux, 2002).

En el ámbito específico de la tecnología, podríamos extrapolar que este proceso parte de la oposición a una recepción pasiva e inerte de contenidos, ya que el sujeto internaliza el proceso comunicativo al que se enfrenta y lo procesa adaptándolo, apropiándolo a sus necesidades. De hecho, para Subercaseaux, el modelo de apropiación puede resultar muy productivo para que los países latinoamericanos superen el síndrome de la periferia, y esto se comprende ya que las sociedades, al enfocar el diseño de códigos y mensajes de acuerdo a la dinámica y las formas de consumo de sus ciudadanos, acortarán el camino para el aprovechamiento de estas herramientas.

Para los estudios de apropiación social de Internet resulta imprescindible la propuesta de Manuel Castells. Este autor adopta una visión sociológica sobre la tecnología. En su visión, la apropiación ocurre cuando personas, instituciones, compañías y sociedad en general, transforman tecnología, cualquier tecnología, apropiándose, modificándola, experimentándola. (Castells, 1999)

De acuerdo al autor, la apropiación es una constante en la óptica sociológica de la tecnología y la comunicación. Es importante recalcar que la apropiación involucra una doble perspectiva:

- Puede estudiarse lo que Internet nos hace
- Puede estudiarse lo que las personas hacen en Internet.

El nuevo patrón socio-técnico que emerge de esta interacción deviene la llamada “sociedad de información”. Internet, debido a su maleabilidad, anima a que tales interacciones aceleren el paso del cambio y de la adaptación. De allí que Castells apuesta por una visión sociológica de la tecnología, más que, estética, simbólica o aún política.

Otro enfoque que sustenta la apropiación de las Tecnologías de la Información y la comunicación (Internet entre ella), se deriva de la visión social de Internet, desarrollada por Mística (www.funredes.org/mistica), una comunidad virtual integrada por investigadores latinoamericanos, dedicados a la observación alternativa del impacto social de las TIC en América Latina y el Caribe.

Para este conjunto de investigadores, la apropiación de las TIC se sustenta en las distintas relaciones activas entre las técnicas y las personas:

- Control y uso de los medios de comunicación, determinados en el seno de las energías sociales
- Aprendizaje y conciencia crítica de estos medios, en sus fases de producción, de recepción o intercambio.

Todo ello se resume en lo que la comunidad denomina como el uso consciente, crítico y controlado de esas tecnologías, en resumidas cuentas, el uso con sentido de las TIC.

Específicamente, para este estudio nos referiremos al principio de asumir a Internet como un asunto social, ya que al ser mediadas las relaciones sociales por la

plataforma tecnológica, las comunicaciones se modifican en forma y fondo. De allí que la red no debe considerarse sólo como una herramienta comercial, sino que debe servir también para promover relaciones económicas, políticas y sociales, alternativas a las tradicionales. (Mística, 2002: p. 3)

3. USABILIDAD Y CIBERMEDIOS VENEZOLANOS: UNA EXPERIENCIA DE ESTUDIO

Los enfoques aportados desde la perspectiva de la Usabilidad resultan de cuantiosa valía en el diseño de los nuevos espacios comunicacionales presentes en el ciberespacio, específicamente en los llamados medios de comunicación cibernéticos o cibermedios, cuya principal misión es dar respuesta y satisfacer las nuevas y más exigentes necesidades informativas surgidas en la Sociedad del Conocimiento.

En un estudio¹, culminado este año, en el Centro de Investigaciones de la Comunicación y la Información (CICI) de la Universidad del Zulia, se logró detectar errores y aciertos en el diseño de contenidos informativos en los cibermedios de mayor trayectoria en Venezuela, mediante la aplicación de estrategias metodológicas derivadas de la Usabilidad, a través de las cuales se intentó:

- Analizar los elementos de navegabilidad, accesibilidad e interfaz gráfica en los contenidos informativos de actualización diaria
- Evaluar la presentación de los contenidos informativos de actualización diaria
- Caracterizar los elementos interactivos insertos en los contenidos informativos.

En dicha investigación descriptiva de diseño transeccional (o transversal) con enfoque cualitativo, se analizaron los cibermedios venezolanos El Nacional On Line (www.el-nacional.com) y El Universal (www.eluniversal.com) y estos se tomaron como muestra intencional, dada su condición de ser los de mayor trayectoria en Venezuela.

Para la recolección de datos se siguieron las pautas metodológicas derivadas de la Usabilidad según las cuales el análisis de un sitio debe hacerse desde la mirada del propio usuario / receptor de la in-

“

Este procedimiento consiste en convocar un conjunto de entre 5 a 30 sujetos para que navegaran los cibermedios, de manera que pudiera recordar o conocer los elementos que lo componen y en especial sus contenidos informativos, en el estudio específico se convocó a 30 sujetos

”

formación. Específicamente, se aplicó el procedimiento sugerido por Nielsen (2003): el test de usuarios.

Este procedimiento consiste en convocar un conjunto de entre 5 a 30 sujetos para que navegaran los cibermedios, de manera que pudiera recordar o conocer los elementos que lo componen y en especial sus contenidos informativos, en el estudio específico se convocó a 30 sujetos. Luego cada quien procedió a responder un instrumento de investigación. Dicho instrumento consistió en un cuestionario estructurado y estándar, con 57 preguntas cerradas, de alternativas en escala, las que Ander Egg (1978: 135), define como: de hecho, de acción y opinión que además abarcó los aspectos: navegabilidad, accesibilidad, interfaz gráfica, presentación de contenidos informativos y elementos interactivos.

Según Nielsen (2003), el test de usuarios es el método más sencillo y fiable para medir la usabilidad de un sitio web, aprendiendo de la manera en que los usuarios reales lo utilizan. El autor apunta además las siguientes ventajas sobre este procedimiento:

- Un test con 2 usuarios sirve para detectar aproximadamente el 50% de los problemas en el sitio web

- Un test con 5 usuarios suele descubrir aproximadamente el 80% de los problemas.

La data de la investigación fue procesada mediante la aplicación SPSS, un software especializado de estadística para estudios sociales. El análisis se realizó siguiendo medidas de tendencia central.

4. HALLAZGOS SIGNIFICATIVOS

Dado que el test de usuarios es una estrategia metodológica que intenta recrear y simular la experiencia de navegar un cibermedio, daremos cuenta de algunos de los hallazgos más significativos, detallando el recorrido que la mayoría de los usuarios reportó en los cibermedios estudiados.

El Universal (eluniversal.com):

Cuando el 87,5% de los usuarios navegan este Cibermedio, pueden detectar fácilmente vínculos o enlaces que le permiten retornar al *home* o pantalla principal. Sin embargo, dicha experiencia o recorrido a veces (37,5%) puede quedar registrada visualmente en enlaces que le indican como retroceder o avanzar en el sitio.

De igual modo, 87,5% de los usuarios identifica el mapa del sitio, 100% detecta un buscador que se precisa con facilidad en el *home* y además 75% puede operar en él opciones de búsqueda avanzada, las cuales le aportan resultados de una manera comprensible. Sin embargo, en ocasiones, cuando dicha herramienta de búsqueda reporte falta de resultados para la solicitud del usuario, ésta carece de alternativas de asistencia para indicar qué puede hacerse si la información requerida no se consigue.

Para acceder a los contenidos del sitio, los usuarios disponen de enlaces que son fáciles de detectar para 50% de ellos. Lucen con colores adecuados, son medianamente intuitivos (pueden precisarse) cuando se configuran sobre una imagen y tienen una correcta disposición ya que no se aprecian vínculos rotos o que no conduzcan a ninguna parte.

Sin embargo, a la hora de hablar de accesibilidad, comienzan a reportarse algunos problemas: la mayoría de los usuarios (75%) indicó que el cibermedio no dispone de elementos como textos alternativos que le indiquen hacia lo lleva un enlace o en qué formato se encuentra un documento al que desee acceder. De igual modo, si es un usuario con discapacidades visuales o auditivas le resultará sumamente difícil consultar las

informaciones ya que en el sitio no se observan dispositivos para aumentar el tamaño del texto, ni para transcribir informaciones en audio o video.

En materia de la interfaz, 75% de los usuarios de El Universal aprecian un empleo adecuado de colores, contrastes, tipografía y espacios en blanco que le facilitan la lectura de los contenidos.

Con respecto a la consulta específica de los contenidos informativos, 75% de los usuarios precisó que la titulación obedece ocasionalmente a la estructura de antetítulo, título, sumario. En cuanto a su redacción, no se apreciaron variaciones en títulos de primera pantalla y pantallas internas, por lo cual se infiere que se ofrecen titulares con redacciones repetidas que pueden cansar al usuario.

Los contenidos informativos son apreciados por el total de los usuarios en forma de textos dispuestos en bloques de párrafos que descansan la vista, redactados con un vocabulario adecuado y medianamente resaltados con viñetas o separadores. Sin embargo, al lector no le resulta fácil detectar o precisar el nombre del autor de la información que consulta.

La distribución del contenido del sitio luce coherente y lógica: el usuario puede acceder a listados de informaciones, ya sea agrupadas según su hora de actualización, o dispuestas en una lista de todos los titulares de la edición diaria.

En caso de que se requiera de dispositivos de ayuda durante su experiencia, este cibermedio presenta serias dificultades ya que según 87,5% de los usuarios, no se detectan recursos de documentación, áreas de preguntas frecuentes (FAQ), ni resultados con ejemplificaciones.

No obstante, a la hora de acceder a los contenidos, al total de los usuarios le quedan bastante claras las reglas de juego durante la experiencia de consulta: se le expresan las condiciones de uso de dichos contenidos, así como también las políticas de privacidad sobre los datos que aportan en el cibermedio.

En materia de interactividad, todos los usuarios pueden fácilmente imprimir informaciones, enviarlas a su correo electrónico, participar en encuestas, comunicarse con el webmaster o administrador, registrar sus datos aportando sus preferencias de consulta y suscribirse a servicios de titulares.

Sin embargo, 50% de los usuarios no logran enviar titulares a dispositivos móviles. Tampoco pueden recomendar noticias, ni solicitar aclaratorias o enmiendas en caso de detectar errores en la información.

“

Los contenidos informativos son apreciados por el total de los usuarios en forma de textos dispuestos en bloques de párrafos que descansan la vista, redactados con un vocabulario adecuado y medianamente resaltados con viñetas o separadores. Sin embargo, al lector no le resulta fácil detectar o precisar el nombre del autor de la información que consulta

”

Tampoco pueden aportar comentarios sobre las noticias en foros de discusión ya que estos no funcionan correctamente. De igual modo, no pueden comunicarse con los redactores de las informaciones, participar en chats, ni registrar su experiencia de navegación en un libro de visitas.

El Nacional (el-nacional.com):

Al igual que en el cibermedio anterior, cuando el usuario ingresa puede detectar fácilmente vínculos o enlaces que le permiten retornar al home o pantalla principal (80% de los usuarios). Sin embargo, su recorrido o navegación puede quedar registrada visualmente, de manera ocasional (según 60% de los usuarios), mediante vínculos que le indican como retroceder o avanzar.

Con respecto al mapa del sitio, se debe acotar que el usuario, en una proporción de 60% no logra identificarlo. En cuanto al buscador, éste se detecta fácilmente desde la pantalla de inicio (50%); pero no dispone opciones para búsqueda avanzada, en mediana medida presenta resultados de manera comprensible y nunca ofrece servicios alternos de asistencia cuando dentro del sitio no se localizan datos para responder a la consulta.

Durante el proceso de navegación y consulta, 90% de los navegantes logran hacer

uso de vínculos que son fáciles de detectar, lucen con colores adecuados, son medianamente intuitivos (pueden precisarse) cuando se configuran sobre una imagen y tienen una correcta disposición ya que no se aprecian vínculos rotos o que no conduzcan a ninguna parte.

En el aspecto de la accesibilidad se aprecian casi las mismas carencias del sitio de El Universal, lo cual evidencia serias limitaciones para la consulta por parte de personas discapacitadas, situación que además se traduce en una falta de correspondencia con una visión de los cibermedios como una estrategia inclusiva para el acceso a la información.

Elementos como: textos alternativos que le indiquen hacia lo lleva un enlace o en qué formato se encuentra un documento al cual desee acceder, dispositivos para aumentar el tamaño del texto, o para transcribir informaciones en audio o video, no son localizadas por 70% de los usuarios.

Con respecto a la interfaz, 50% de los usuarios de El Nacional también aprecia un empleo adecuado de colores, contrastes, tipografía y espacios en blanco que le facilitan la lectura de los contenidos.

Una vez que el usuario realiza la acción de consulta específica de los contenidos informativos, éste precisa en 50% que la titulación obedece a la estructura de antetítulo, título, sumario. Esta situación indica que la atención se difumina en tres niveles primarios de lectura y por lo tanto la acción de escaneo se puede dispersar, cuando lo más recomendable es condensar el énfasis lingüístico de la carga informativa en un título y un sumario o bajada.

En cuanto a su redacción, tampoco se apreciaron variaciones en títulos de primera pantalla y pantallas internas, por lo cual se infiere que se ofrecen titulares con redacciones repetidas que pueden cansar al usuario.

Los contenidos informativos de El Nacional, al igual que los de El Universal, son apreciados por 90% de los usuarios en forma de textos dispuestos en bloques de párrafos que descansan la vista, aun cuando no se resaltan con viñetas o separadores. De igual modo la redacción se aprecia con un vocabulario adecuado. Sin embargo, a 60% de los lectores no le resultó fácil detectar o precisar el nombre del autor de la información que consulta.

La distribución del contenido de este sitio también luce coherente: el usuario puede acceder a listados de informaciones, agrupadas por área temática, o dispuestas en una lista de todos los titulares de la edición diaria. Sin embargo, 40% de los

usuarios no detectó la identificación de la hora de actualización del texto y esto puede generar confusiones en el momento de la navegación ya que se dificulta precisar en un texto si este pertenece a un avance matutino, vespertino o nocturno.

Al igual que en el anterior Cibermedio, si el usuario requiere ayuda para consultar o conocer el funcionamiento de los dispositivos dentro del sitio, la experiencia puede verse limitada ya que 40% de ellos no logran detectar recursos de documentación, áreas de preguntas frecuentes (FAQ), ni resultados con ejemplificaciones.

Cuando las personas consultan información en un cibermedio, ocasionalmente pueden presentarse situaciones en las que el mismo sitio le solicite información personal como dirección de correo, nombre, entre otros. En caso de que esto ocurra en El Nacional, 90% de los usuarios no llega a visualizar las políticas de la organización con respecto a la privacidad de los datos del navegante, ni cuáles son las expectativas de sus administradores con respecto al uso de las informaciones que allí se difunden, en aras de fomentar el respecto a la propiedad intelectual.

En materia de interactividad, los usuarios detectaron varias similitudes con respecto a este punto en el anterior cibermedio: pueden fácilmente imprimir informaciones (90%), enviarlas a su correo electrónico (100%), participar en encuestas, (90%) comunicarse con el webmaster o administrador (60%) y suscribirse a servicios de titulares (80%).

Sin embargo, 80% de los usuarios de este sitio no logran enviar titulares a dispositivos móviles, aun cuando estos cibermedios sí ofrezcan el servicio, esto quiere decir que las personas no identifican el espacio para acceder a esta herramienta. Tampoco pueden recomendar noticias (70%), ni solicitar aclaratorias o enmiendas en caso de detectar errores en la información (70%).

Tampoco pueden aportar comentarios sobre las noticias en foros de discusión ya que estos no funcionan correctamente (70%). De igual modo, no pueden comunicarse con los redactores de las informaciones (70%), participar en chats (80%), ni registrar su experiencia de navegación en un libro de visitas (50%).

5. CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

Sin lugar a dudas, Internet es un fenómeno global emergente que trastoca los

“

El Nacional, 90% de los usuarios no llega a visualizar las políticas de la organización con respecto a la privacidad de los datos del navegante, ni cuáles son las expectativas de sus administradores con respecto al uso de las informaciones que allí se difunden, en aras de fomentar el respecto a la propiedad intelectual

”

más tradicionales preceptos sobre el proceso comunicativo. Gracias al desarrollo de cibermedios, cuyos diseños están centrados en las expectativas del usuario, cobra mayor fuerza la necesidad de concebir ciberespacios accesibles, fáciles de usar.

La usabilidad luce entonces como una posibilidad estratégica de apropiación tecnológica cuyo mérito consiste en acortar el camino del usuario en la ruta del acceso a la información y el conocimiento.

En el ámbito específico de los cibermedios como espacios comunicativos, la realidad de estos productos en Venezuela indica que el diseño de contenidos informativos se fortalece en sus aspectos más generales de navegabilidad y accesibilidad. Sin embargo, todavía es mucho lo que queda por reflexionar en cuanto al aprovechamiento de la hipertextualidad para la comprensión del mensaje; mientras que en el ámbito de la interactividad se detecta un afianzamiento en sus niveles primarios; pero también serias debilidades en los niveles avanzados, los cuales en definitiva contribuyen a ofrecer mayor participación al usuario.

En atención a estas consideraciones, este primer esbozo de la usabilidad como propuesta teórica y metodológica arroja ciertas luces a la hora de detectar proble-

mas y oportunidades de mejora en los contenidos informativos de los medios en el ciberespacio, aportando un nuevo enfoque en el estudio de estos espacios comunicativos comunicacionales, en aras de mejorar la experiencia de consulta virtual de información por parte del usuario, con lo cual se cimentan las bases para potenciar la apropiación de estas tecnologías, tal como lo aprecia Castells: apropiándose, modificándola, experimentándola.

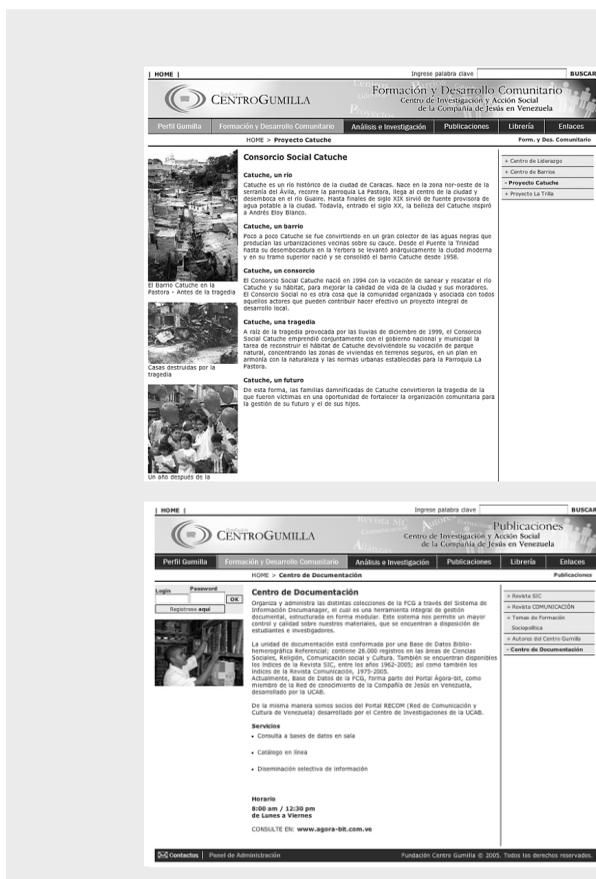
■ **Hazel Mogollón Antonio Acevedo y José Ramírez son docentes e investigadores de la Universidad del Zulia y Universidad Rafael Belloso Chacín; conforman el equipo que desarrolla el proyecto “Medios de Comunicación Cibernéticos y Usabilidad en Venezuela”, auspiciado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CONDES) de LUZ**

Notas

- 1 El estudio, denominado Usabilidad en el diseño de contenidos informativos en cibermedios venezolanos fue desarrollado en la Universidad del Zulia, por los autores, en el proyecto “Usabilidad y medios de comunicación cibernéticos en Venezuela”, adscrito al programa “Experiencias locales de apropiación tecnológica” del CICI.

Referencias Bibliográficas

- ACEVEDO, A (2006) *Usabilidad en el diseño de contenidos informativos en Cibermedios venezolanos*. Tesis de Maestría no publicada. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- ALCALÁ, J; CASTILLO, G; LEÓN, M; RAMÍREZ, J; SUÁREZ, A (2004): *Evaluación de Usabilidad de las Páginas Electrónicas de los Poderes Públicos del Estado Venezolano*. (Trabajo Especial de Grado para optar al Título de Ingeniero en Informática en la Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín. Maracaibo, Venezuela.
- ARIZPE, Gustavo (2004), "¿Para qué sirve un sitio web?". [En línea] <<http://www.area.com.mx/es-trategica>> [Consulta: 15/09/2005]
- ARMAÑANZAS, E., Díaz, J., & MESO, K. (1996). *El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Editorial Ariel.
- CAMUS, Juan C. (2005): "¿Cómo se escribe en un sitio web?". [En Línea]. Disponible en www.usando.info.
- CASTELLS, Manuel (1999): *La Era de la Información. Volumen I La Sociedad Red*. Siglo XXI Edit. Barcelona, España.
- DIX, A , FINLAY, J y ABOWD, g (2001) *Human-Computer Interaction*. College of Computing Georgia Institute of Technology. Georgia, USA.
- JENSEN J. (1998). "Interactivity". nordicom Review, Nordic research on media and communication review, No. 19 (2).
- JOYANES, L. (1997). *Cibersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Ed. McGraw - Hill Interamericana de España.
- MANCHÓN, Eduardo; MARTÍN, César; VILLA, Luis (2003b) "La administración a examen. Evaluación de la usabilidad en sitios web de administraciones públicas. Levantamiento de usabilidad en todas las alcaldías y provincias de España" [En línea] <www.alzado.org>
- MANCHÓN, Eduardo (2003c): "Evaluación heurística (o por expertos) de la usabilidad" [En línea] <www.alzado.org/articulo.php?id_art=74> [Consultado: 02/05/2005]
- MÍSTICA (2002) "Trabajando la Internet con una visión social". (en red). Localizado en la Url: http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/esp_doc_olist2.html
- MORENO, Luciano (2004): "¿Qué es la usabilidad?" [En línea] <www.htmlweb.net/usabilidad> [Consultado: 15/09/2004]
- NIELSEN, Jakob (1997): "Inverted Pyramids in Cyberspace". [En Línea]. Disponible en www.useit.com.
- NIELSEN, Jakob. (2003): *Usabilidad. Diseño de Sitios Web*. Editorial Prentice Hall. USA.
- SUBERCASEUX, B (2002) "Reproducción Apropiación: Dos Modelos Para Enfocar el Dialogo Intercultural". (en red). Localizado en la dirección electrónica Url: <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf23/subercaseaux.pdf>.



Visite nuestra página en internet
www.gumilla.org.ve



BUZONES CORREO ELECTRÓNICO

- REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve
- REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve
- UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org.ve
- ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve



Galería de papel. Luis Franco

Gobierno electrónico:

La lejana democracia digital

En este artículo se ofrecen los resultados de una evaluación realizada a una muestra de portales oficiales, para con ellos caracterizar las tendencias que siguen en el país las iniciativas de gobierno electrónico, en un marco de referencia que sostiene, en términos generales, la utilidad de la herramienta tecnológica en el desarrollo de procesos de transparencia de la gestión pública, participación ciudadana y democratización del acceso a la información

■ **Andrés Cañizález**

La experiencia, en diversas áreas, viene a demostrar que la sola existencia de nuevas tecnologías en sí misma no constituye un cambio sustantivo en las relaciones de poder, sea éste económico, político o cultural. Nadie puede discutir hoy que la revolución tecnológica, especialmente en las últimas dos décadas, transformó de forma evidente diversos procesos de interacción comunicativa y ello salta a la vista con el uso que tienen la red de Internet o la telefonía móvil celular. Sin embargo, aún están distantes de cumplirse –al menos en Venezuela– ciertos postulados que apuntan, a través de la figura de gobierno electrónico, a ampliar la participación ciudadana con mecanismos democráticos que se asienten en las nuevas tecnologías.

El gobierno de Hugo Chávez, sin duda, le ha destinado recursos a la temática y eso se evidencia con la existencia de portales asociados a diversos organismos públicos, la creación de Infocentros y una serie de decisiones oficiales en materia de implementación tecnológica. Empero, una rápida evaluación permite evidenciar que persiste en muchas instancias del Estado una lógica informativa, con una vocación unidireccional sin propiciar la participación y el debate –pese a que existe un discurso que ampararía tales dimensiones–, y que por lo tanto no genera otras prácticas sociales y ciudadanas de lo que se viene conociendo internacionalmente como gobierno electrónico.

Este artículo se divide en dos partes, en la primera se hace un rápido e inacabado repaso de algunos puntos de vista acerca del fenómeno del gobierno electrónico y sus principales características; en la segunda parte se hace una evaluación –a partir de un instrumento en construcción– de una serie de portales de entidades del

Estado, para ver si cumplen o no con algunos de los postulados teóricos propuestos en la primera parte. Para la segunda parte resultó invaluable la colaboración de la licenciada Ysabel Viloria, en la recolección de los datos, como parte de sus tareas en el CIC-UCAB.

NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA MAYOR DEMOCRACIA

Como decíamos inicialmente, la sola implantación de las nuevas tecnologías no resuelve problemas de fondo en las sociedades, en las que operan mecanismos no democráticos para el ejercicio del poder o en las que están presentes grandes desigualdades de orden socioeconómico. De tal forma que la revolución tecnológica, a la que asistimos en estos tiempos, para el ejercicio político por un lado puede significar “más poder para los ciudadanos y puede hacer más eficiente la labor de las instituciones públicas”; sin embargo no debe soslayarse el hecho de que tales posibilidades se circunscriben a grupos reducidos, en contextos como el latinoamericano: “Si efectivamente acerca las instituciones a las personas y fortalece las redes ciudadanas aumentando sus capacidades operativas y de influencia, ¿qué efectos públicos pueden esperarse en sociedades divididas por la *brecha digital*?” (Araya Dujisin, 2005: 57). En América Latina el promedio de personas con acceso a Internet (que podríamos considerar una medida de posibilidades de participación) es del 6 por ciento de la población, mientras que en naciones “como Canadá, Estados Unidos y Suecia más del 50% de la población accede a Internet” (Araya Dujisin, 2005: 58). Eso de por sí constituye un serio reto si ubicamos como meta el ejercicio de derechos ciudadanos a través del uso de las nuevas tecnologías. Pero el problema de la brecha digital tiene una dimensión de mayores carencias en la generación de contenidos, pues de muy poco valdría —en aras de consolidar participación— que las personas tengan facilidades de acceso a Internet, por ejemplo a través de Infocentros, pero que en la práctica la navegación se limite al chat, al correo electrónico o a los juegos en red, como viene sucediendo en nuestro país. Para dar el salto en materia de contenidos, en contextos de desigualdad y falta de acceso, es necesaria una política de promoción por parte del Estado.

Sobre el tema, sin embargo, existen diferentes perspectivas. Para los gobiernos, al

“

El tema no es meramente técnico o secundario. Cuando pensamos en la posibilidad de que los ciudadanos realicen gestiones en línea, como pagar impuestos o tramitar el pasaporte, la calidad de la conexión cuenta. Una persona con una conexión precaria, si es que cuenta con ella, tendrá siempre menores posibilidades de involucrarse que aquel que tiene por ejemplo un servicio de banda ancha

”

menos así se evidencia a partir de las dos Cumbres de la Sociedad de la Información, patrocinadas por UNESCO, la preocupación principal parece centrarse en la *brecha digital*; en tanto, desde las organizaciones no gubernamentales y grupos ciudadanos el debate gira en torno a “la figura de un nuevo derecho, el derecho a no ser excluido de la sociedad de la información” (Araya Dujisin, 2005: 59). Como sabemos, dicha exclusión en el terreno digital, se suma y generalmente se superpone a las exclusiones y desigualdades que están presentes a lo interno de nuestras sociedades, o en un plano más global entre países.

El tema no es meramente técnico o secundario. Cuando pensamos en la posibilidad de que los ciudadanos realicen gestiones en línea, como pagar impuestos o tramitar el pasaporte, la calidad de la conexión cuenta. Una persona con una conexión precaria, si es que cuenta con ella, tendrá siempre menores posibilidades de involucrarse que aquel que tiene por ejemplo un servicio de banda ancha.

A nivel global, la importancia que ha venido cobrando la red de Internet, entre quienes tienen acceso a ella, despertó muchas esperanzas sobre el impacto que tendría en el ejercicio de la política y por tanto en el debate democrático. Visto desde ambas orillas, en primer término las posi-

bilidades del gobierno electrónico desde el Estado podría aumentar “la eficiencia en la gestión mediante la automatización de procesos y la integración informática de distintos servicios”, teniendo como resultados “en el mediano plazo importantes ahorros, mayor transparencia y mayor cercanía a la ciudadanía” (Araya Dujisin, 2005: 62). Desde la perspectiva ciudadana, en tanto, la implementación de este mecanismo digital abriría “la posibilidad de participar en el diseño de políticas públicas, poder comunicarse directamente con las autoridades, generar reclamos y fiscalizar la labor pública” (Araya Dujisin, 2005: 62). Sin duda, todo ello está planteado en términos de promesas, partiendo de las potencialidades que brinda la tecnología, pero la implementación de mecanismos para facilitar la participación ciudadana requiere de decisiones de política de Estado, y no siempre el Estado alienta iniciativas que impliquen un descentramiento del poder.

A partir de la evaluación de experiencias de gobierno electrónico en países iberoamericanos (Tesoro, 2005: 83), se establecieron dos índices que justamente apuntan a evaluar la decisión de política de Estado que debe acompañar a estos procesos, que si bien tienen un eje tecnológico son procesos fundamentalmente políticos, en la medida en que pueden resituar la relación entre gobernantes y gobernados. El primero se conoce como *Disposición para el Gobierno Electrónico* (DGE), y se refiere “a la capacidad de cada país para desarrollar, sustentar y proveer, a los distintos segmentos de su población, acceso oportuno en línea a información y servicios útiles y relevantes para satisfacer las necesidades vitales”. Este indicador se relaciona con el índice de disposición para el gobierno electrónico, que difundiera la Organización de las Naciones Unidas en el año 2003, y el cual se construyó tomando en cuenta tres aspectos “presencia de los gobiernos en la red, infraestructura de telecomunicaciones, y capital humano”. El segundo índice es el de *Probidad Pública* (PP), que remite a la “rectitud, integridad y diligencia manifiestas por los representantes y funcionarios de los poderes del Estado para servir a los ciudadanos y preservar sus garantías y derechos dentro de un marco jurídico-institucional respaldado por el conjunto de las instituciones republicanas”, y para ello se toma como referencia el índice de percepción de la corrupción elaborado por la organización Transparencia Internacional (Tesoro, 2005: 83).

CUADRO 1.
COMPARATIVO ÍNDICE DE PROBIIDAD PÚBLICA
Y DISPOSICIÓN PARA EL GOBIERNO ELECTRÓNICO

Países	Índice PP 2004	Índice DGE 2003
Suecia	9,2	8,4
Australia	8,8	8,3
Dinamarca	9,5	8,2
Chile	7,4	6,7
Ecuador	2,4	3,7
Venezuela	2,3	3,6
Guatemala	2,2	3,2

Fuente: Tesoro, 2005: 83.

Se escogieron los tres países que encabezan la combinación de ambos índices. Chile es el país latinoamericano con mayor puntuación, mientras que Venezuela sólo aparece por encima de Guatemala, Nicaragua y Honduras, cuando se mira al conjunto de naciones latinoamericanas. Tomando como referencia el índice DGE es evidente que en nuestro país no existe una clara disposición a impulsar prácticas de gobierno electrónico.

Hemos venido sosteniendo que las nuevas tecnologías pueden facilitar procesos democráticos, con mayor participación ciudadana. La implementación de tales mecanismos se puede producir en diferentes niveles, que si se ven concatenadamente entonces podríamos pensar en que efectivamente hay una decisión de política de Estado, para impulsar el gobierno electrónico.

De acuerdo con María Ángela Petrizzo Páez (2005: 90), pueden identificarse cuatro fases en este proceso, que persigue no sólo que el Estado llegue a los ciudadanos, “sino que además sea capaz de idear los medios para que éstos sean escuchados y puedan tener injerencia en la vida pública participando a través de ellas”:

Sin duda, para la mayoría de nuestros países el principal desafío consiste en “el desarrollo e implementación de políticas públicas que pongan las ventajas de la era digital al alcance de todos los ciudadanos”. Esa promoción universal del acceso y uso de las nuevas tecnologías de información, debe estar acompañada de la “la facilitación de los servicios públicos en línea, a fin de promover una administración eficiente y transparente” (Frey, 2005: 112)

PREMISAS DEL GOBIERNO ELECTRÓNICO

El gobierno electrónico puede definirse como el uso de las tecnologías de información y comunicación “por parte de los gobiernos a través de la mejora de su gestión interna, de la oferta de servicios e información y de los sistemas de intercambio e interacción con los ciudadanos y con las organizaciones públicas y privadas” (Serna, 2002: 1). El concepto de tecnologías de información y comunicación (TIC’s) no se limita a la red de Internet con sus portales web, están también los correos electrónicos, el teléfono móvil ce-

lular, televisión por cable, vídeo conferencias, entre otras opciones (Serna, 2002: 2). Cada una de estas dimensiones podría generar dinámicas con las cuales el Estado no sólo informe a sus ciudadanos, sino que logre mecanismos de participación ciudadana.

De forma evidente se han hecho más inclusivas las concepciones sobre lo que se entiende por gobierno electrónico, “lo cual se fundamenta en la previsión de un uso cada vez más integrado de las tecnologías” (Criado Grande, 2002: 5). Para reconocidos autores como José Luis Cebrián, tal integración no sólo incluye a las nuevas tecnologías digitales, sino que describe el gran avance dado, por ejemplo en Internet, que ha logrado “abrazar armoniosamente todas las tecnologías previas” (Criado Grande, 2002: 5).

Por su parte, la División de Tecnología de Información del Banco Interamericano de Desarrollo define el gobierno electrónico como la habilidad gubernamental en proveer servicios de forma electrónica, teniendo como resultados un aumento en la gestión pública y una mejora de los servicios de cara a los ciudadanos (Rodal, 2003: 3).

En este terreno de la conceptualización de gobierno electrónico, que parece estar en construcción como su propia práctica, algunas definiciones insisten en la dimensión de la mejora de servicios para el ciudadano, en tanto que la del Gartner Group, tal como recalca Criado Grande (2002: 5), considera la importancia del cambio y la transformación institucional, así como la articulación de consensos entre aquellos agentes e intereses que resultan fundamentales para lograr el éxito en el proyecto.

EVALUACIÓN DE PORTALES VENEZOLANOS

La evaluación de una serie de portales del Estado venezolano se realizó durante el mes de junio de 2006, como parte de las actividades investigativas del Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB). La ejecución del monitoreo estuvo a cargo de la licenciada Ysabel Viloria. Por otra parte, el instrumento aplicado se alimentó de fuentes diversas y fue discutido con colegas del CIC. Por ser la primera vez que se aplica, está en revisión y cabrían eventuales ajustes en el futuro.

CUADRO 2.
PROFUNDIDAD DE LA APLICACIÓN DE LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Fase	Componentes
Información Básica	Presencia en medios electrónicos. Digitalización de información
Interacción	Buzón de sugerencias, foros, comunidades temáticas
Transacción	Recaudación de impuestos, pagos, solicitud de documentos
Transformación	Modernización y actualización de los procesos internos

Fuente: Petrizzo Páez (2005)

Instrumento

Escala de evaluación:

E = Excelente (3 puntos)

B = Bueno, pero mejorable (2 puntos)

R = Regular (1 punto)

NA = No Aplica. No está presente en la página (0 puntos)

La suma de todas las categorías revisadas otorga una puntuación máxima de 33 puntos. Esto lo consideramos igual a 1.

La selección de entidades a analizar se decidió partiendo de la premisa de que, por su naturaleza, debían ser dependencias con canales para la información y/o participación de los ciudadanos. Se incluyó, en tal sentido tanto a la Asamblea Nacional como la Presidencia de la República, junto a los ministerios de Información y Comunicación, Cultura y del Interior y Justicia. Por el carácter de su función pública, también se evaluaron los portales de la Defensoría del Pueblo y del Ministerio Público (Fiscalía). Al momento de hacer la evaluación, en junio de 2006, se intentó, sin éxito, trabajar con las páginas del Ministerio de Economía Popular y de Planificación y Desarrollo, el primero no contaba con sitio web en tanto el correspondiente al segundo no logró abrirse.

Es necesario indicar que cabría un análisis más específico en algunos portales como son los del SENIAT, DIEX y CADIVI, ya que en éstos sitios web los ciudadanos venezolanos pueden realizar diversas gestiones en línea. Por su especificidad, debería ser un análisis transaccional, que comprenda la revisión de cómo se efectúan las transacciones con el Estado a través de estos portales.

CUADRO 3.
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LOS PORTALES

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes					
	Naturaleza Divulgativa /Informativa					
	Actualización					
Interactividad	Correo electrónico					
	Foros					
	Encuestas					
	Chat					
	Condiciones de participación					
Políticas	Política Editorial					
	Condiciones de uso					
	Incidencia de la participación					

Fuente: el autor (2006)

CUADRO 4.
EVALUACIÓN MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
<http://www.minci.gob.ve>

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes				X	
	Naturaleza Divulgativa /Informativa	X				
	Actualización	X				Los contenidos son actualizados con una frecuencia diaria
Interactividad	Correo electrónico		X			Sólo cuenta con una dirección general de correo electrónico para que los usuarios contacten al (los) responsable(s)
	Foros					Existe un espacio dedicado a diversas temáticas de foros, pero no se ofrecen instrucciones de participación, ni se verifica la validez de la misma
	Encuestas				X	
	Chat				X	
	Condiciones de participación				X	
Políticas	Política Editorial				X	
	Condiciones de uso				X	
	Incidencia de la participación				X	

Puntuación: 0,27

CUADRO 5.
EVALUACIÓN PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA
<http://www.venezuela.gob.ve>

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes				X	
	Naturaleza Divulgativa /Informativa	X				
	Actualización		X			Tiene una frecuencia constante de actualización, más no es diaria
Interactividad	Correo electrónico				X	El medio ofrece una opción para enviar casos particulares al Despacho, más no son mensajes personalizados
	Foros				X	
	Encuestas				X	
	Chat				X	
	Condiciones de participación				X	
Políticas	Política Editorial				X	
	Condiciones de uso				X	
	Incidencia de la participación				X	

Puntuación: 0,15

CUADRO 6.
EVALUACIÓN ASAMBLEA NACIONAL
<http://www.asambleanacional.gov.ve>

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes				X	
	Naturaleza Divulgativa /Informativa	X				
	Actualización	X				La actualización es minuto a minuto
Interactividad	Correo electrónico	X				Cuenta con un directorio de los contactos
	Foros				X	
	Encuesta				X	
	Chat				X	
	Condiciones de participación				X	
Políticas	Política Editorial				X	
	Condiciones de uso				X	
	Incidencia de la participación		X			Existe un espacio donde el usuario puede participar mediante envío de mensajes (luego de formalizar su registro en la página), y estas acciones puede pasar a discusiones de la agenda pública (según lo publicado en el site)

Puntuación: 0,33

CUADRO 7.
EVALUACIÓN FISCALÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA
<http://www.fiscalia.gob.ve>

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes				X	
	Naturaleza Divulgativa /Informativa	X				
	Actualización	X				
Interactividad	Correo electrónico		X			Al igual que otros sitios del Gobierno, la Fiscalía ofrece un correo electrónico general, para que el público establezca contacto con el organismo a través de él.
	Foros	X				Se prestan espacios para la expresión de los usuarios sobre temas delimitados por el sitio
	Encuesta				X	
	Chat				X	
	Condiciones de participación				X	
Políticas	Política Editorial				X	
	Condiciones de uso				X	
	Incidencia de la participación		X			A pesar de que no se establece en el sitio el destino final de manera explícita, los temas de discusión en los foros son asuntos públicos, de interés colectivo

Puntuación: 0,39

CUADRO 8.
EVALUACIÓN DEFENSORÍA DEL PUEBLO
<http://www.defensoria.gob.ve>

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes				X	
	Naturaleza Divulgativa /Informativa	X				
	Actualización	X				
Interactividad	Correo electrónico			X		A pesar de presenta la opción "contáctenos", esta no funciona
	Foros				X	
	Encuesta				X	
	Chat				X	
	Condiciones de participación		X			No existen espacios abiertos para la participación y discusión ciudadana, sin embargo, el sitio cuenta con una sección a través de la cual el ciudadano puede efectuar "denuncias en línea"
Políticas	Política Editorial				X	
	Condiciones de uso				X	
	Incidencia de la participación	X				Mediante el uso de esta página, los ciudadanos pueden efectuar denuncias por violación de derechos, o en contra de funcionarios públicos

Puntuación: 0,36

CUADRO 9.
EVALUACIÓN MINISTERIO DE LA CULTURA
<http://www.ministeriodelacultura.gob.ve>

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes				X	
	Naturaleza Divulgativa /Informativa	X				
	Actualización	X				
Interactividad	Correo electrónico		X			Además de un correo general, el medio ofrece una sección de "atención al ciudadano", donde el usuario puede solicitar información, o enviar comentarios.
	Foros				X	
	Encuesta				X	
	Chat				X	
	Condiciones de participación				X	
Políticas	Política Editorial	X				Existe una sección con este nombre, donde se explica la naturaleza del sitio y sus funciones
	Condiciones de uso				X	
	Incidencia de la participación			X		El usuario cuenta con un espacio para establecer contacto con los responsables, pero no se indica el destino de esa participación, ni sus incidencias

Puntuación: 0,36

CUADRO 10.
EVALUACIÓN MINISTERIO DE INTERIOR Y JUSTICIA
<http://www.mij.gov.ve>

Categoría	Ítem	Puntaje				Observaciones
		E	B	R	NA	
Información	Indica número de visitantes				X	
	Naturaleza Divulgativa /Informativa	X				
	Actualización		X			
Interactividad	Correo electrónico		X			El medio ofrece un correo general para que los usuarios establezcan contacto con los responsables
	Foros			X		Existe un espacio dedicado para los foros, pero vinculados a espacios de CONATEL, es decir, no son foros propios de este ministerio
	Encuesta				X	
	Chat				X	
	Condiciones de participación				X	
	Políticas	Política Editorial				X
	Condiciones de uso				X	
	Incidencia de la participación			X		Existe un correo en el que las solicitudes o informaciones de los usuarios puedan ser tomadas en cuenta, y a las que se les pueda ofrecer respuesta desde el ministerio, pero esto no queda claramente explícito en lo publicado por el sitio

Puntuación: 0,27

ANOTACIONES FINALES

Si bien se trata de una evaluación no exhaustiva, podemos apuntar que las experiencias de gobierno electrónico en Venezuela están en su fase inicial, teniendo por tanto un peso importante el eje divulgativo/informativo. En la mayoría de los casos presentados aquí están desaprovechadas una serie de herramientas, propias del medio ambiente digital como serían los foros virtuales, chats o realización de encuestas en línea, que son canales idóneos para recibir puntos de vista y participación de los ciudadanos. En líneas generales, puede decirse que prevalece una orientación unidireccional: básicamente se ofrece información en una sola dirección. Partiendo de lo revisado en estas páginas web del Estado, parece estar lejana la posibilidad de que a través de esos portales un ciudadano de Venezuela pueda hacer oír su voz, y menos aún incidir en la generación de una política pública.

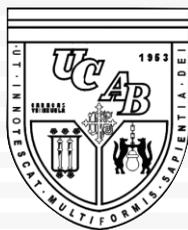
Ninguno de los portales analizados logra cumplir al menos con un 50% de los criterios establecidos, y ello reafirma lo expresado en los párrafos iniciales: la implantación de nuevas tecnologías en sí misma, no garantiza que se generen mecanismos democráticos, de participación ciudadana, tanto en el control de la gestión pública como en el diseño de políticas. Un cambio sustantivo requiere de decisiones de política de Estado que apunten a promover genuinamente la participación, y teniendo tal dirección como norte encuentren en las tecnologías digitales un soporte para llevarlo adelante.

■ **Andrés Cañizález es director de la revista Comunicación e investigador del Centro de Investigaciones de la Comunicación CIC-UCAB**

Referencias Bibliográficas

- ARAYA DUJISIN, Rodrigo (2005). "Internet, política y ciudadanía". En *Nueva Sociedad* 195. Pp. 56-71. Caracas: Nueva Sociedad.
- CRIADO GRANDE, Ignacio y otros (2002). "La necesidad de teoría(s) sobre gobierno electrónico. Una propuesta integradora". Ensayo del XVI Concurso del CLAD sobre la Reforma del Estado y Modernización de la Administración Pública. Caracas: Consejo Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). Versión en línea: www.clad.org.ve
- FREY, Klaus (2005). "Gobernanza electrónica urbana e inclusión digital: experiencias en ciudades europeas y brasileñas". En *Nueva Sociedad* 196. Pp. 109-124. Caracas: Nueva Sociedad.
- PETRIZZO PÁEZ, María Ángela (2005). "Participación ciudadana y tecnologías de la información y la comunicación: hacia una administración pública relacional". En *Nueva Sociedad* 195. Pp. 88-101. Caracas: Nueva Sociedad.
- POCOVI, Gertrudis María, y FARABOLLINI, Gustavo Ricardo (2002). "Gobierno electrónico: un cambio estructural. La integración de la información como requisito". Ensayo del XVI Concurso del CLAD sobre la Reforma del Estado y Modernización de la Administración Pública. Caracas: Consejo Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). Versión en línea: www.clad.org.ve
- RODAL, Eduardo (2003). "Programa para el establecimiento del gobierno electrónico en América Latina y el Caribe: conceptos, estrategias y aplicaciones que el Banco Interamericano de Desarrollo viene desarrollando en la región". Ponencia en el VIII Congreso del CLAD sobre la Reforma del Estado y Modernización de la Administración Pública. Caracas: Consejo Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). Versión en línea: www.clad.org.ve
- SERNA, Miquel Salvador (2002). "Gobierno electrónico y gobiernos locales: transformaciones integrales y nuevos modelos de relación más allá de las modas". Ponencia en el VII Congreso del CLAD sobre la Reforma del Estado y Modernización de la Administración Pública. Caracas: Consejo Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). Versión en línea: www.clad.org.ve
- TESORO, José Luís (2005). "Probidad, gobierno electrónico y modernización de la gestión pública en Iberoamérica: inferencias empíricas". En *Nueva Sociedad* 195. Pp. 72-87. Caracas: Nueva Sociedad.

POSTGRADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL



UNIVERSIDAD CATÓLICA

ANDRÉS BELLO

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

... Abrimos un horizonte de posibilidades

La *Universidad Católica Andrés Bello* pretende afrontar estos tiempos de cambio como un reto formativo con claro compromiso social. Para ello, ofrece un Programa de Postgrados en **Comunicación Social** orientado a la formación de profesionales capaces de desenvolverse en los distintos ámbitos de la mediación comunicacional y cultural.

ESPECIALIZACIONES Y MAESTRÍAS

ESPECIALIZACIÓN EN PUBLICIDAD

Una oportunidad para aprender a gestionar los signos y entender que la publicidad es un medio de información, por tanto de significación.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El espacio idóneo para entender que estamos en una sociedad de las organizaciones de allí, que requerimos acercarnos a la forma de comunicación que allí se desarrolla.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

PARA EL DESARROLLO SOCIAL

El objetivo es orientar el estudio de las comunicaciones para potenciar el desarrollo. Los egresados obtendrán herramientas comunicacionales para auxiliar, asesorar y/o tomar decisiones dentro de este campo de aplicación.

Programas dirigidos a comunicadores sociales y también a egresados universitarios que deseen acercarse al mundo de las comunicaciones.

Modalidad para especializaciones y maestrías: presencial, dos tardes por semana de 6:00 pm a 10:00pm. • **Duración:** 4 semestres • **Lugar:** UCAB, Montalbán

PROGRAMAS DE ESTUDIOS AVANZADOS

PERIODISMO

Producto de la sinergia entre el diario *El Nacional* y la dirección de Postgrados en Comunicación Social

Modalidad: presencial, clases diurnas, dos días a la semana de 8:00 am a 11:30 am.
Duración: 4 trimestres. • **Lugar:** nueva sede del diario *El Nacional* en Los Cortijos de Lourdes.

COMUNICACIÓN Y POLITICA

Se desarrolla bajo la cooperación de la *Konrad Adenauer Stiftung* y el diario *El Nacional*.

Modalidad: presencial, dos tardes por semana de 6:00 pm a 10:00 pm.
Duración: 3 trimestres. • **Lugar:** nueva sede del diario *El Nacional* en Los Cortijos de Lourdes.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

Se dicta conjuntamente con el centro de Derechos Humanos de la UCAB

Modalidad: Programa presencial y a distancia por Internet. **Duración:** 320 horas
Lugar: UCAB, Montalbán

La UCAB, una referencia en Comunicación Social

Para información en el Programa de Estudios de Postgrado en Comunicación Social, o visítenos en la web: www.ucab.edu.ve o en el teléfono 407 4379

Aproximación teórica a la estructura de la



Galería de papel. Yosmaira Silva

Comunicación Social

Resumen

Este artículo realiza una aproximación teórica a la Estructura de la Comunicación Social, interdisciplina académica desarrollada sobre todo en los últimos años, tanto en el ámbito internacional como particularmente en el español, y que se preocupa por el estudio empírico de las industrias comunicativas y culturales. Es decir que se centra especialmente en el marco histórico, económico, político, social y tecnológico en que se producen y distribuyen los contenidos de carácter simbólico, así como también los soportes físicos que los canalizan

Abstract

This article makes a theoretic approximation to the Structure of Social Communication, an academic inter-discipline mostly developed in the last few years in the international field and particularly in Spain. It is concerned with the empiric study of the communication and cultural industries. This means it is centered specially on the historic, economic, political, social and technological framework where contents of a symbolic character are produced and distributed as well as the actual means that they are directed by

■ Daniel E. Jones

INTRODUCCIÓN¹

La *Estructura de la Comunicación Social* es una interdisciplina académica que se ha desarrollado sobre todo en los últimos años, tanto en el ámbito internacional como particularmente en el español, y que se preocupa por el estudio empírico de la materialidad de las industrias comunicativas y culturales. Es decir que se centra especialmente en el marco histórico, económico, político, social y tecnológico (en el contexto pero no en el texto) en que se producen y distribuyen los contenidos de carácter simbólico (informativos, publicitarios, propagandísticos o de entretenimiento), así como también los soportes físicos que los canalizan.

No tiene unos orígenes claros en el ámbito académico ni tampoco un objeto de estudio netamente definido, de manera que sus límites resultan necesariamente amplios e imprecisos, con relaciones promiscuas con diferentes disciplinas teóricas afines que cuentan con una tradición más sólida. Por ello, consideramos que habría que remitirse a los años cuarenta, cuando, de una parte, apareció en Estados Unidos la *Mass Communication Research*, que cuenta con el paradigma de H. Lasswell como una base teórica fundamental (especialmente los términos “emisor”, “canal” y “audiencia”), y de otra parte, la aparición del concepto de “Industria cultural”, acuñado por T. W. Adorno y M. Horkheimer en la Escuela de Francfort.

Ambas tradiciones académicas se inscriben en corrientes ideológicas diferentes (la “integrada” de la *Mass Communication Research*, de origen funcionalista, y la “crítica” de la Escuela de Francfort, de matriz marxista), lo que dará origen a una pléyade de autores y escuelas que han ido aportando sus teorías a medida que ha ido avanzando vertiginosamente el desarrollo material de la comunicación social en el último medio siglo.

Este estudio intenta sólo hacer una presentación, en la primera parte, de los hitos fundamentales de la corriente “integrada”, que ha introducido nuevos conceptos desde las perspectivas económica, política, sociológica y tecnológica, tales como “desarrollismo”, “industria del conocimiento”, “sociedad de la información”, “aldea global” y “era tecnocrática”, entre los más significativos, así como de la corriente “crítica”, que ha respondido con las “teorías de la dominación y de la dependencia”, la denuncia del desequilibrio en los “flujos” informativos y de entretenimiento, la formulación del llamado Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) y los actuales movimientos de resistencia a los efectos perversos de la globalización y la “brecha digital”. Ambas han promovido los estudios estructurales, aunque sin llamarlos explícitamente así, salvo excepciones.

Estos debates de carácter ideológico y político han tenido su reflejo en el desarrollo y consolidación de la *Estructura de la Comunicación Social* como interdisciplina interesada en conocer y analizar de manera empírica, precisamente, la evolución de los sistemas mediáticos y del conjunto de industrias culturales. Por ello, en la segunda parte del artículo se intenta definirla a partir de lo que ha sido su evolución académica internacional, pero especialmente en España en el último cuarto de siglo.

Las perspectivas teóricas más idóneas para un análisis empírico integral de los sistemas comunicativos y culturales son la histórica (por su dinamismo permanente), la económica (por su interés por el lucro), la política (por su influencia ideológica), la sociológica (por su papel como poderes fácticos) y la tecnológica (por su dependencia de los soportes físicos). Asimismo, se describen las interacciones entre “emisor”, “canal” y “audiencia”, el desarrollo autónomo de las diferentes industrias de contenidos y su creciente integración tecnológica (multimedia), empresarial (concentración) y profesional (todoterreno), y la construcción de los “espacios” o “ámbitos” comunicativos y culturales como estrategias de influencia política, económica y social por parte de los grandes emisores.

LA MATERIALIDAD DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Los fenómenos comunicativos de masas son propios del siglo XX, es decir de

“

Estos debates de carácter ideológico y político han tenido su reflejo en el desarrollo y consolidación de la Estructura de la Comunicación Social como interdisciplina interesada en conocer y analizar de manera empírica, precisamente, la evolución de los sistemas mediáticos y del conjunto de industrias culturales

”

la llamada “sociedad de masas”, aunque encontramos antecedentes desde el siglo XIX debido a los procesos de industrialización, la conformación de grandes núcleos urbanos, la generalización de la escolarización obligatoria y otras características propias de comunidades desarrolladas como la europea occidental o la norteamericana.

Como objetos de estudio académico, los fenómenos comunicativos llevan décadas (incluso algunos siglos) siendo abordados desde todo tipo de disciplinas (de la Sociología a la Historia, pasando por el Derecho, la Ciencia Política, la Filosofía, la Economía, la Psicología, la Semiótica, la Ética o la Lingüística), aunque en los últimos años se ha tendido más hacia el curso de las interdisciplinas (como la Psicología Social, la Economía Política o la Sociosemiótica) o de una clara interdisciplinariedad, es decir el abordaje conjunto de diferentes abordajes teóricos. Esto ha sido así debido a que los fenómenos comunicativos de masas se encuentran en el epicentro de las relaciones sociales, políticas, culturales y tecnológicas, y son necesariamente complejos y polifacéticos, por lo que no se agota su estudio desde una sola perspectiva científica.

Por este motivo, en los planes de estudio de las facultades de Ciencias de la

Información / Comunicación en España, por ejemplo, existen diferentes asignaturas teóricas y prácticas para analizar la complejidad, variedad y características propias de los fenómenos comunicativos. Es inevitable y hasta cierto punto recomendable, por tanto, que haya puntos de contacto y solapamientos entre unas asignaturas y otras, dado que los fenómenos comunicativos (y más aún, los medios de comunicación social) son centrales como objeto de estudio en este tipo de facultades. Pero lo importante es diferenciar la perspectiva teórica de análisis: histórica, política, jurídica, sociológica, económica, psicológica, semiótica, ética, lingüística, etc.

En las últimas décadas se han ido desarrollando en los países occidentales dos corrientes ideológicas fundamentales interesadas en el análisis empírico de la materialidad de los sistemas comunicativos y culturales desde nuestra perspectiva de la *Estructura de la Comunicación Social*, es decir a la vez histórica, social, económica, política y tecnológica. La corriente dominante de investigación ha sido la llamada “administrativa”, de carácter marcadamente descriptivo e integrada en el sistema social existente, a la que se ha opuesto otra de carácter “crítico”, necesariamente marginal por lo que respecta a su aplicación práctica.

1.1. Origen y desarrollo

La corriente “integrada”, anclada en el funcionalismo norteamericano, surge con el desarrollo general de la Mass Communication Research a partir de los años cuarenta y como uno de los pilares fundacionales podríamos citar el famoso paradigma de H. Lasswell de 1948, en el que aparecen claramente definidos los conceptos de “emisor”, “mensaje”, “canal”, “audiencia” y “efectos” (Moragas, 1981, 1985; Rodrigo Alsina, 2001).

La evolución de la investigación administrativa se ha llevado a cabo esquematizando los efectos que producían los mensajes sobre las audiencias, pero sin preocuparse por los emisores (controladores políticos o económicos) que pagaban las investigaciones, ni por los canales (diferentes medios de comunicación) que distribuían los contenidos. Detrás de esta tendencia han estado latentes las raíces instrumentales empleadas en el origen de este tipo de investigación, puestas al servicio del mercado, de los partidos políticos, de los gobiernos y de otras instituciones de poder.

Por su parte, la corriente “crítica”, de matriz marxista, ha tomado en considera-

ción el contexto social en una redefinición de los procesos de comunicación (Berlo, 1976). Hay diversidad de aproximaciones críticas al estudio del sistema comunicativo (dentro del marco de la Economía Política y la Sociología), que investigan las relaciones entre los sistemas mediáticos y los sistemas de estratificación social y económica y, particularmente, centrando su atención en las relaciones entre los medios de comunicación y el eje central de la estratificación, es decir la estructura de clases.

Los alemanes T. W. Adorno y M. Horkheimer fundan la corriente crítica y utilizan el concepto de industria cultural, acuñado también en los años cuarenta, que ha sufrido distintas interpretaciones desde entonces. Los autores de la Escuela de Frankfurt, desde una perspectiva “apocalíptica” (es decir, desde la alta cultura humanística) consideraron que la industrialización de la cultura suponía una ruptura definitiva de la verdadera cultura, al transformarla en bien económico que se intercambia en el mercado como los demás productos industriales masivos (Horkheimer y Adorno, 1974; Girard, 1982; Mattelart y Piemme, 1982; Zallo, 1992; Jones, 1995).

Sin embargo, de las referencias bastante generales y globales a la economía y al poder se puede inferir claramente que el verdadero objeto de los análisis de Horkheimer y Adorno no fueron las industrias mediáticas y culturales en sí, sino su producto supuesto: la comunicación y la cultura de masas. Es éste, en efecto, el concepto en el que parece descansar en definitiva toda la reflexión y el de la “industria cultural” sirve meramente para respaldarlo (Mattelart y Piemme, 1982)².

Pero esta concepción original de industria cultural se ha ido modificando con el tiempo (Bustamante-Zallo, 1988), sobre todo en Europa y en América Latina, donde ha arraigado con más fuerza. Por su parte, en el ámbito anglosajón se ha preferido la utilización de conceptos como industrias de “contenidos”, de la “información”, del “entretenimiento”, del “ocio” o del “espectáculo”, es decir alejándose de los cánones de la cultura humanística y acercándose claramente a los de la cultura de masas y, hoy por hoy, se comparte esta concepción material, aunque sin la utilización generalizada del concepto de “estructura”.

1.2. De la “industria del conocimiento” a la “era global”

En Estados Unidos surgió en 1962, de la mano del economista F. Machlup, la ex-

“

Por su parte, la teoría de Machlup dio origen tiempo después, en 1977, a una nueva (la de la “sociedad de la información”, del tecnócrata estadounidense M. U. Porat), que pretendió ser mucho más ambiciosa que las anteriores pues, tras el advenimiento del universo “telemático” en los sectores económicos más desarrollados, intentó designar ni más ni menos que a un nuevo tipo de sociedad, que sucedía a la etapa industria

”

presión de “industria del conocimiento”, más pragmática y general que la “industria de la cultura”, para medir la participación creciente de este sector industrial en el producto nacional bruto (PNB) norteamericano, más que para lanzar diatribas contra la mercantilización de la cultura y el final del trabajo creativo individual.

Esta teoría, dentro de una corriente macroeconómica de tipo neoliberal, intentó evaluar qué peso tiene la información (es decir las diferentes “industrias del conocimiento”) tiene en el PNB de los países, así como la población activa implicada. La OCDE asumiría en 1981 estos enfoques en el plano internacional, para poder comparar el mercado informacional de los países desarrollados (Zallo, 1992).

Por su parte, la teoría de Machlup dio origen tiempo después, en 1977, a una nueva (la de la “sociedad de la información”, del tecnócrata estadounidense M. U. Porat), que pretendió ser mucho más ambiciosa que las anteriores pues, tras el advenimiento del universo “telemático” en los sectores económicos más desarrollados, intentó designar ni más ni menos que a un nuevo tipo de sociedad, que sucedía a la etapa industrial.

La principal idea desarrollada por los teóricos liberales de la “sociedad de la información” (concepto mucho más amplio

que el de “comunicación social”), como los norteamericanos Porat y D. Bell (así como el francés A. Touraine o el español M. Castells), entre otros, es que la información y el conocimiento son recursos estratégicos y agentes del cambio hacia un nivel superior de desarrollo. Pero los investigadores críticos han respondido a este tipo de estudios afirmando que son poco aptos para su aplicación en todos los países, ya que hay que tener en cuenta sus diferentes grados de desarrollo y sus características peculiares (Castells, 1998).

En cierta medida, las teorías de la “sociedad de la información” y del “postindustrialismo” (Bell, 1973) pueden ser entendidas como una actualización de las teorías de la “modernización” o del “desarrollo”, entre cuyos promotores destacaron en los años cincuenta y sesenta los norteamericanos I. de Sola Pool, W. Schramm y E. M. Rogers. Estas teorías intentaron exportar al resto del mundo “en vías de desarrollo” todos los avances técnicos y sociales logrados por la sociedad norteamericana en los campos de la gestión, la economía, la agricultura, la sanidad o la comunicación social, para favorecer, a su vez, el crecimiento y la modernización de estos países.

Sin embargo, como ha señalado el alemán J. Becker (1988), desde una postura crítica, las teorías del “postindustrialismo” han tendido a sobrevalorar en exceso el cambio social mediante el desarrollo tecnológico y en esencia han sido acriticas, idealistas, unidimensionales, lineales y pretendidamente evolucionistas. Además de Porat, han destacado dentro de esta corriente, aunque desde perspectivas diversas, los también norteamericanos H. Kahn o A. Toffler, grandes “gurús” divulgadores de las bondades intrínsecas de la “nueva era” en gran parte del planeta.

Estas ideas hegemónicas han derivado en la actual era global y digital, en la que han tenido papeles protagónicos visionarios canadienses como M. McLuhan y Q. Fiore (que introdujeron el concepto de “aldea global” en 1969), el mismo año en el que el político norteamericano Z. Brzezinski acuñara el concepto de “tecnotrónica” para definir la integración que se estaba dando entre la informática, la electrónica, las telecomunicaciones y el audiovisual (es decir, lo que los franceses llamaron “telemática”) y más tarde, en 1978, el norteamericano J. Martin calificó de “autopistas de la información” a las nacientes redes digitales como Internet, que los nuevos “gurús” B. Gates y N.

Negroponte han popularizado en el resto del mundo.

En los años setenta y ochenta, sin embargo, surgieron (fundamentalmente en Europa, pero también en América del Norte y América Latina) distintas corrientes de investigación crítica que se ocuparon de la estructura económica, social, política y tecnológica de la comunicación y la cultura, centrándose preferentemente en el sistema mediático y en los negocios de la información y el entretenimiento, así como en los “flujos” desiguales entre los países ricos y pobres.

Dentro del panorama internacional, lo que entendemos aquí por *Estructura de la Comunicación Social* se ha centrado en las diversas dimensiones económicas y políticas del “imperialismo” informativo y cultural, o sea en la desigualdad de los intercambios entre los países desarrollados y los del Tercer Mundo y en el predominio de las corporaciones transnacionales. Aproximaciones en este sentido, desde la segunda mitad de los años sesenta hasta finales de los setenta se encuentran en el norteamericano H. I. Schiller y el belga A. Mattelart, por ejemplo. Estos y otros autores tuvieron, por tanto, gran influencia en el debate acerca del NOMIC³.

Entre estas corrientes críticas, las más destacadas fueron, sin duda, las teorías de la “dominación” (cuyos representantes más conspicuos son los citados Schiller y Mattelart, el finlandés K. Nordenstreng y el holandés C. J. Hamelink) y las teorías “crítico-social” y de la “dependencia” (que en el campo de la comunicación promovieron autores centroeuropeos como B. Hetine, R. Preiswerk o el citado Becker). Las diferencias entre unos y otros no eran muy profundas: aunque todos consideraban los fenómenos comunicativos como portadores ideológicos y como mercancía, dentro de un sistema social injusto y desequilibrado, aquéllos adolecían de trabajos empíricos (no confirmaban con datos lo que denunciaban en el sistema internacional desde un punto de vista ideológico), en tanto que éstos intentaban demostrar que las dependencias económicas y comunicativas no se localizaban exclusivamente en países o regiones específicas (Becker, 1988)⁴.

En los años ochenta, sin embargo, no se analizó la cuestión de la misma manera, ya que no se podía tomar el concepto de “países dependientes” como universal, debido a la mayor diversidad de los países del Tercer Mundo. Aún así, quedó espacio para los estudios críticos, como por

“

Dentro del panorama internacional, lo que entendemos aquí por Estructura de la Comunicación Social se ha centrado en las diversas dimensiones económicas y políticas del “imperialismo” informativo y cultural, o sea en la desigualdad de los intercambios entre los países desarrollados y los del Tercer Mundo y en el predominio de las corporaciones transnacionales

”

ejemplo sobre la “sociedad de la información”, y otro tipo de investigaciones que trataban de responder a la retórica neoliberal de la competencia industrial. Es decir que, a partir de una especificidad reconocida, todos esos enfoques convergían hacia una misma preocupación: comprender el contexto y el funcionamiento material (a veces se hacía hincapié en el análisis político, otras en el económico o bien en uno y otro) de la comunicación social y la cultura (Mattelart y Piemme, 1982)⁵.

De esta manera, se está produciendo en los últimos años una revalorización teórica del concepto de “industrias culturales” (así, en plural, pues engloban a diferentes ramas industriales: de la prensa al fonograma, del libro al cine, de la televisión al vídeo), alejado ya de las connotaciones negativas de la Escuela de Frankfurt y asentado preferentemente en el campo académico de la *Estructura de la Comunicación Social* (Bustamante-Zallo, 1988)⁶.

A pesar de las diferencias ideológicas, hoy en día nadie pone en duda que los productos comunicativos y culturales, además de influir socialmente, son mercancías que alcanzan un determinado precio en el mercado y poseen un valor de cambio. Por tanto, el hecho de que la comunicación y la cultura estén, directa o

indirectamente, en manos de empresas específicas hace que, a lo largo del proceso por el que una obra se crea y llega finalmente a su destinatario (es decir en las fases de producción y distribución), el primer escalón la convierte ya en mercancía.

Esta toma de conciencia teórica tardía de la materialidad de la comunicación social y de las demás industrias culturales ha llevado a los investigadores y enseñantes a dar una mayor importancia académica que en épocas anteriores (centradas casi exclusivamente en las diferentes formas y técnicas del análisis de contenido y los efectos de los mensajes, desde las perspectivas lingüística, semiótica, periodística, sociológica o estética) a los estudios sobre *Estructura de la Comunicación Social*.

2. DEFINICIÓN DE ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

2.1. Tradición académica internacional y española

Aunque con diferentes nombres y perspectivas, existe ya una amplia corriente teórica bastante consolidada en el ámbito académico específico de lo que aquí llamamos *Estructura de la Comunicación Social*, tanto en el panorama internacional⁷ como específicamente en España⁸ desde hace ya varias décadas, pero sobre todo desde el nacimiento de las primeras facultades de Ciencias de la Información / Comunicación en los años setenta. Esta especialidad es impartida actualmente en los diferentes centros superiores del país, aunque en algunos de ellos se llame “Estructura de la Información Periodística” (como es el caso de la tradición académica madrileña⁹ y navarra¹⁰, preocupada por la interrelación entre el texto y su contexto social) y en otras “Estructura de la Comunicación de Masas” (como es el caso de la tradición académica catalana¹¹ y, en cierta medida, la vasca¹², centrada en el contexto y en la faceta material de los fenómenos comunicativos y culturales).

No obstante, aunque nos acerquemos más a la corriente teórica catalana, preferimos denominar esta especialidad como *Estructura de la Comunicación Social*, debido a dos razones fundamentales: a) consideramos que la “comunicación de masas”, aunque es la forma de comunicación hegemónica tal como se ha desarrollado en las sociedades del siglo XX, no es la única posible y forma parte de un

ámbito mayor, que es sin duda la comunicación “pública”, “colectiva” o “social”, y convive con otras formas de comunicación, como las de “proximidad” o “comunitaria” en los ámbitos locales, y b) la “comunicación de masas” es un concepto hoy en día en crisis ya que gracias a las actuales tecnologías digitales no se ha hecho sino fraccionar cada vez más las audiencias, buscando públicos específicos según sexos, edades, gustos, necesidades y características comunes; existe una enorme diversidad de medios genéricos y especializados, y sólo unos pocos cumplen con los requisitos mínimos para ser considerados como “de masas”.

Por tanto, aunque con algunas diferencias conceptuales, metodológicas e ideológicas, en general las diferentes corrientes teóricas y parcelas de la *Estructura de la Comunicación Social* persiguen la investigación y la docencia de unos conocimientos específicos que se interrelacionan con otras perspectivas teóricas más o menos próximas, como pueden ser la Teoría de la Comunicación, la Sociología de la Comunicación, la Historia de la Comunicación, la Semiótica, la Lingüística, el Derecho de la Información, la Empresa Informativa o la Periodística.

2.2. Perspectivas histórica, económica, política, sociológica y tecnológica

La *Estructura de la Comunicación Social*, integrada plenamente en el campo de las ciencias sociales, es esencialmente una interdisciplina que se interesa sobre todo por el análisis de la materialidad de los fenómenos comunicativos y culturales desde unas perspectivas fundamentalmente histórica, económica, política, sociológica y tecnológica.

En primer lugar, hay que tener en cuenta el punto de vista histórico, pues sin duda la comunicación mediática debe ser entendida como un fenómeno social de carácter dinámico y no estático, en permanente cambio y sujeto a todo tipo de transformaciones e influencias de carácter tecnológico, político, económico, jurídico y social (Berlo, 1976). Precisamente, el dinamismo propio de los fenómenos comunicativos sociales lleva a pensar más en el concepto de “sistema” (supuestamente dinámico e interactivo) que en el de “estructura” (aparentemente estático e inamovible), aunque los diferentes autores que han analizado estos dos términos no se pongan de acuerdo en esta diferencia (Ferrater Mora, 1979; Schoeck, 1985; Williams, 2000).

“

La Estructura de la Comunicación Social, integrada plenamente en el campo de las ciencias sociales, es esencialmente una interdisciplina que se interesa sobre todo por el análisis de la materialidad de los fenómenos comunicativos y culturales desde unas perspectivas fundamentalmente histórica, económica, política, sociológica y tecnológica

”

Asimismo, la *Estructura de la Comunicación Social* analiza los fenómenos comunicativos desde la Economía, porque conviene recordar que los emisores están organizados empresarialmente (con una clara tendencia hacia la concentración, como los demás sectores), producen y comercializan mercancías (aunque sean de carácter simbólico, es decir inmateriales) y se dirigen a una gran masa de consumidores potenciales (nacionales e internacionales) siguiendo las leyes de la oferta y la demanda, y con un objetivo claro: el lucro. Como empresas, los emisores contratan todo tipo de personal especializado (profesionales de la información y del entretenimiento, técnicos y expertos diversos, obreros y administrativos cualificados, etc.). No hay que olvidar, además, que el sistema mediático en su conjunto, a través de la inserción de publicidad comercial, es uno de los principales activadores del consumo, imprescindible en la fase actual del sistema capitalista (Zallo, 1992; Jones, 2001).

Por otra parte, la *Estructura de la Comunicación Social* estudia los fenómenos comunicativos desde la Ciencia Política porque los emisores son actores políticos que, a través del sistema mediático, ejercen una clara influencia de carácter ideológico y propagandístico sobre la audien-

cia (electores potenciales) y contribuyen a organizar y vigilar los asuntos públicos del Estado. A través de la persuasión y de la propaganda política intentan orientar la opinión pública en una u otra dirección, con lo que se convierten en grandes activadores del debate político¹³, esencial en las democracias liberales.

Desde la perspectiva sociológica, quienes controlan los medios de comunicación y las industrias culturales apoyan y defienden (mediante la persuasión) los intereses de unos determinados grupos políticos, económicos y sociales en contra de otros. Por tanto, constituyen claramente poderes fácticos, legitimados particularmente por el mercado. Los grandes emisores (grupos o empresas) no tienen poder en sentido estricto, como ostentan los gobiernos, los parlamentos, la justicia o la banca, por ejemplo, sino una gran capacidad de influencia social, no sólo para orientar políticamente a la opinión pública, sino especialmente para transmitir y consolidar los valores sociales e ideológicos dominantes, como pueden ser en la actualidad el consumismo, el lujo, el hedonismo, la eterna juventud, la belleza, el éxito, la fama, el antirracismo, el orden constitucional, etc.

Finalmente, la perspectiva tecnológica resulta fundamental para entender mejor la adquisición de materialidad por parte de las industrias comunicativas y culturales, ya que, aunque éstas se dedican a la producción y distribución de contenidos de carácter simbólico, han tenido que recurrir necesariamente a las industrias de soportes para poder canalizar sus mensajes: desde el papel y las artes gráficas, hasta las telecomunicaciones, la fotoquímica, el celuloide o la electrónica. Sin embargo, no puede ignorarse que han sido, precisamente, las industrias de soportes físicos las que se han desarrollado primero y han propiciado, a su vez, la aparición de las industrias de contenidos: esto ha sido así, por ejemplo, con la prensa, el fonograma, el cine, la radio, la televisión o actualmente Internet. La llamada “tele-mática” o “tecnotrónica” (que hoy en día es probablemente el principal motor del sistema capitalista, como en otras épocas lo fueron el azúcar y el algodón, el carbón y el ferrocarril, o el petróleo y el automóvil) constituye con su desarrollo acelerado un reto permanente para las industrias de contenidos, hasta el extremo de haberlas conducido inexorablemente hacia una de las encrucijadas más decisivas de su historia, es decir la integración de todas ellas en las redes digitales.

2.3. Emisor, canal y audiencia

Es indudable que la *Estructura de la Comunicación Social* se preocupa por estudiar los diferentes elementos que componen el proceso comunicativo descrito por Lasswell en 1948, pero sobre todo el “emisor” (es decir, que analiza el control político o económico ejercido sobre los medios), el “canal” (es decir, que se ocupa de la infraestructura industrial y tecnológica puesta al servicio de los intereses del emisor) y la “audiencia” (es decir, que estudia los públicos sobre todo desde un punto de vista político, económico y sociológico, pero también cuantitativo y cualitativo).

Pero no sólo se interesa por el proceso comunicativo en sí (sus interacciones internas), sino de manera especial por sus relaciones con el contexto histórico, social, político, económico y tecnológico en el que aquél tiene lugar. Esta interacción entre el sistema mediático y el conjunto del sistema social es fundamental para poder conocer mejor las funciones desempeñadas por aquél en una sociedad determinada, y, sobre todo, desde un punto de vista diacrónico, para poder comprender con más claridad los cambios producidos por las nuevas tecnologías y servicios, y los relevos ocasionados en la hegemonía y el control social.

2.4. Industrias culturales e integración multimedia

La *Estructura de la Comunicación Social* se interesa por las diferentes ramas industriales (de soportes y de contenidos) que conforman el conjunto del sistema comunicativo y cultural y que, nacidas de manera autónoma a lo largo de los últimos siglos o decenios, se han ido integrando cada vez más entre sí, conformando en estos momentos un complejo sistema multimedia, tanto desde el punto de vista tecnológico como industrial, económico y profesional.

La invención de la imprenta de tipos móviles en el siglo XV, por ejemplo, dio lugar a la aparición y consolidación de la primera industria cultural (la editorial), y la siguiente (la prensa), ya como medio de comunicación social, tuvo un papel central en la evolución política e ideológica de las sociedades en las que se implantó desde el siglo XVII. Relacionadas con esta última, a mediados del siglo XIX nacerían las agencias de noticias (canalizadas a través de las incipientes telecomunicaciones) y las agencias publicitarias (sustentadas en las artes gráficas).

“

Es indudable que la Estructura de la Comunicación Social se preocupa por estudiar los diferentes elementos que componen el proceso comunicativo descrito por Lasswell en 1948. Pero no sólo se interesa por el proceso comunicativo en sí (sus interacciones internas), sino de manera especial por sus relaciones con el contexto histórico, social, político, económico y tecnológico en el que aquél tiene lugar

”

Pero también se desarrollarían nuevas tecnologías culturales a finales del siglo XIX, totalmente independientes de las anteriores y entre sí en un principio: la fonografía y la cinematografía. Ya en el siglo XX, aparecieron nuevas industrias independientes (la radiodifusión y la televisión hertziana), relacionadas entre sí y soportadas por la electrónica y las telecomunicaciones. Paralelamente, se produjo el desarrollo autónomo de la informática, que en las últimas dos décadas se ha integrado tecnológicamente e industrialmente con la electrónica y las telecomunicaciones dando lugar al actual hipersector “telemático” o “tecnotrónico”.

A su vez, ha habido cambios en el liderazgo de las diferentes industrias culturales (de contenidos): la prensa se sumó al libro aunque de alguna manera también lo desplazó del espacio social central, el cine y la radio se añadieron a la prensa y lograron opacarla sobre todo durante la Segunda Guerra Mundial, y desde entonces la televisión hertziana ha convivido pero también relegado al cine y a la radio.

Hoy en día, las nuevas formas de televisión digital (por cable y por satélite) están suplantando a la televisión hertziana y se están integrando cada vez más con la “telemática”, dando lugar a un nuevo tipo de soporte (el “ordenador-televisor”) que

puede ser el receptor (pero también el emisor) portátil más importante en un futuro próximo, integrado en todo tipo de redes inalámbricas planetarias. Las demás industrias culturales van quedando así, cada vez más, como “auxiliares” y, por tanto, secundarias, ante la nueva hegemonía tecnológica, económica y social de la industria audiovisual electrónica digital.

2.5. “Espacios” o “ámbitos” comunicativos

Uno de los objetivos académicos de la *Estructura de la Comunicación Social* es estudiar los diferentes “espacios” o “ámbitos” comunicativos y culturales (o sea, las audiencias situadas territorialmente): desde el local o comarcal hasta el global o mundial, pasando por el microrregional (subestatal), el estatal y el macrorregional (supraestatal). Algunos de estos espacios están constituidos por unas audiencias bastante consolidadas, como el estatal y el global, pero otros son más débiles, como el micro y el macrorregional, que no se corresponden con unas fronteras políticas, económicas y culturales bien definidas. Sin duda, esta visión geoestratégica de la comunicación social se hace necesaria para entender mejor los conflictos entre los diferentes colectivos sociales que se sienten identificados, o no, con los emisores que se dirigen hacia ellos.

Pero la *Estructura de la Comunicación Social* analiza también los territorios y países concretos y por ello se ocupa especialmente de conocer el espacio global (es decir, allá donde llega la hegemonía del sistema mediático y cultural norteamericano en gran parte del planeta), los espacios macrorregionales (como el europeo, el latinoamericano, el islámico, el occidental, el latino, el mediterráneo o el africano, es decir determinados por razones geográficas, políticas, económicas, culturales, religiosas, étnicas, etc.); los espacios estatales (con los que coinciden, o no, los nacionales); los espacios microrregionales (muy diversos, si se comparan las diferentes áreas del mundo), y los espacios locales (difíciles de precisar, ya que van desde un barrio de una ciudad, hasta un municipio, una comarca, un condado o una provincia con dimensiones diversas).

3. CONCLUSIONES

Después de décadas en las que los estudios académicos y profesionales sobre las industrias comunicativas y culturales

estaban centrados sobre todo en los análisis de contenido y de los efectos de los mensajes sobre las audiencias, debido a intereses empresariales y políticos, pero también universitarios (a causa de la hegemonía de la tradición funcionalista norteamericana en gran parte del mundo), en los últimos años han cobrado mayor importancia los análisis empíricos de la estructura material de estos actores y sectores empresariales, políticos, sociales y tecnológicos de primer orden.

Por una parte, sobre todo en Europa y en América Latina ha habido un auge de los estudios de carácter coyuntural sobre economía y política de la comunicación y la cultura, pero se ha descuidado la perspectiva histórica y la interacción con las industrias de soportes físicos. Es decir que se ha analizado la estructura económica de las industrias culturales, pero sin tener en cuenta su dependencia de otros sectores básicos como las artes gráficas, el papel, la química o la electrónica: de hecho, existen muy pocos estudios sobre estas infraestructuras desde las ciencias sociales. En el caso español, la situación es bastante similar, a pesar de que las investigaciones de carácter estructural (sobre todo económicas y políticas) se han desarrollado probablemente más que en otros países de su entorno.

Por otra parte, lo que ha faltado son estudios de carácter interdisciplinar, es decir que analizasen los actores y los sectores comunicativos y culturales desde la *Estructura de la Comunicación Social* en su complejidad y diversidad de perspectivas teóricas complementarias. Y son muy escasos los que han intentado abordajes interdisciplinares del conjunto de industrias de contenidos y de soportes, y sus interacciones con el sistema social, o de los diferentes tipos de profesionales que trabajan en ellas.

Tampoco han abundado los estudios “transversales”, es decir de carácter comparativo: entre empresas, entre industrias, entre colectivos profesionales, entre audiencias, entre países, etc., sobre todo porque requieren un grado de madurez académica que quizá no se ha alcanzado todavía, así como el concurso de grupos de expertos interdisciplinares e internacionales dispuestos a trabajar en equipos con recursos adecuados y a largo plazo.

Finalmente, en España se ha dado una importancia probablemente desmesurada al estudio de la acción de los medios locales y microrregionales, como resultado de la creación del “Estado de las autonomías” a partir de la Constitución de 1978 y la con-

siguiente descentralización administrativa, política y universitaria, en especial con la creación de docenas de nuevas facultades de Ciencias de la Información / Comunicación en prácticamente todas las regiones del país. Como consecuencia, han disminuido proporcionalmente los estudios sobre *Estructura de la Comunicación Social* de ámbito español y son muy escasos los análisis sobre espacios exteriores (europeos, mediterráneos o iberoamericanos) y prácticamente inexistentes los de otros más ajenos y lejanos.

Es comprensible, en cierta medida, el interés de los investigadores por los ámbitos más cercanos a sus entornos vitales —propiciados de manera deliberada por los nacionalismos periféricos (sobre todo el catalán y el vasco), que han contagiado al resto de regiones españolas—, pero es fundamental también tener una visión geoestratégica más amplia de las diferencias y semejanzas, de los retos y oportunidades y sobre todo del intercambio de flujos informativos, publicitarios, propagandísticos y de entretenimiento entre el Norte y el Sur, entre el Este y el Oeste, dentro del marco de la globalización / mundialización, sobre todo porque la propia sociedad española está cada vez más inmersa dentro de este proceso aparentemente imparabable.

■ **Daniel E. Jones es profesor titular en la Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramón Llull (Barcelona, España). Correo-e: d.jones@wanadoo.es**

Notas

- 1 El autor agradece públicamente las recomendaciones y sugerencias sobre este artículo hechas por la Dra. M. I. Fernández Alonso, profesora de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- 2 Los autores de la Escuela de Francfort, al igual que otros intelectuales humanistas de corte elitista —como fueron también el español Ortega y Gasset (1929) o el radical norteamericano MacDonald (1957)—, condenaron la comunicación y la cultura de masas porque su proceso de elaboración y distribución va en detrimento de una cierta concepción sacralizadora del arte y de la cultura clásicos. Se advierte en su postura el eco de una potente protesta ilustrada contra la intrusión de la técnica en el mundo de la cultura, o, en otras palabras, es como si la escritura, de por sí “original”, fuera también y por lo mismo salvaguarda de la autenticidad y de la racionalidad de la comunicación y que en cambio la imagen, debido a la facultad de ser reproducida, contuviera siempre un irracionalismo no deseado (Mattelart y Piemme, 1982).
- 3 Sin duda, el documento más importante realizado en el mundo que denunciaba estos desequilibrios entre países ricos y pobres fue el llamado *Informe MacBride*, publicado por la Unesco en 1980, hace ahora un cuarto de siglo, y que puso de manifiesto las desavenencias entre las corrientes “crítica” e “integrada” en la escena internacional.
- 4 Paralelamente, el alemán H. M. Enzensberger, desde una perspectiva sociopolítica, acuñó, tras la revuelta de mayo de 1968, el término de “industria de la conciencia”, fundamentalmente para denunciar la incapacidad de la izquierda europea de utilizar los medios electrónicos de comunicación en la lucha política (Enzensberger, 1974).
- 5 Tal fue la perspectiva de autores norteamericanos como B. Bagdikian, B. Compaine, E. Fox y H. I. Schiller; latinoamericanos como L. R. Beltrán, O. Capriles, E. Díaz Rangel, F. Fernández Christlieb, O. Getino o H. Muraro; británicos como M. Gurevitch, P. Golding, G. Murdock, J. Curran, N. Garnham, J. Tunstall y R. Williams; franceses como P. Flichy, A. Girard, B. Guillou, B. Miège y J.-M. Piemme; belgas, como A. Lange y A. Mattelart; holandeses, como C. J. Hamelink; alemanes, como J. Becker, e italianos como A. Pilati y G. Richeri, entre otros muchos. Algunos con una orientación más sociopolítica y otros más centrados en la Economía Política de las industrias comunicativas y culturales. En los últimos años se han publicado en España algunas de las obras más significativas de estos autores extranjeros, de manera que han ejercido una gran influencia sobre la producción teórica nacional.
- 6 Por tanto, en Europa y en América Latina se prefiere hablar mejor de “industrias mediáticas” y de “industrias culturales”, que comprenden tanto los sectores de la información, la publicidad y la propaganda como los del entretenimiento. De esta manera, se hace hincapié tanto en la producción y comercialización de este tipo de bienes y servicios (canalizados a través de soportes físicos), como en la comunicación y en la cultura de masas, centrales desde todo punto.
- 7 El concepto de “estructura de la comunicación” no está demasiado extendido en el ámbito internacional, sobre todo en el anglosajón y en el

francófono, donde se ha impuesto más bien el de “economía” o “economía política” aplicada a los fenómenos comunicativos y culturales. En América Latina, sin embargo, se ha utilizado más desde hace varias décadas, como por ejemplo en las siguientes obras colombianas pioneras: J.F. Castro: *Estructura de la radiodifusión* (Bogotá: Editorial Cultura, 1962); E. Fox: *La televisión colombiana: las implicaciones de su estructura* (Bogotá: PUJ, 1972); L. Álvarez: *Estructura y funcionamiento de los medios de comunicación social en Colombia* (Bogotá: Instituto Colombiano de Desarrollo Social, 1975).

- 8 En España existen algunas obras pioneras sobre “estructura” dedicadas a sectores específicos, como las de A. Piga Pascual: *Análisis estructural del libro español* (Madrid: Publicaciones del Instituto de España, 1945), y M. Rioja: “Estructura económica de la empresa periodística”, en *Gaceta de la Prensa Española*, núm. 145. (Madrid: DNPP, 1963).
- 9 En la Universidad Complutense de Madrid, los profesores que introdujeron esta especialidad fueron los siguientes: P. Orive Riva: *Estructura de la información periodística* (Madrid: Pirámide, 1977-78); A. Sánchez-Bravo: *Tratado de estructura de la información* (Madrid: Latina, 1981); A. Sánchez-Bravo: *Nuevo tratado de estructura de la información* (Madrid: UCM, 1985); F. Quirós Fernández: *Introducción a la estructura real de la información* (Madrid: Eudema, 1988), y F. Quirós Fernández: *Curso de Estructura de la información* (Madrid: Dossat, 1991). Posteriormente, han aparecido nuevas obras de autores como E. Bustamante, B. Díaz-Nosty, J. M. Álvarez Monzoncillo, M.A. Martín Díez y S. Núñez de Prado, entre otros.
- 10 Destaca la obra del profesor M. Urabayen: *Estructura de la información periodística: concepto y método* (Barcelona: Mitre, 1988). Desde una perspectiva esencialmente económica destaca la ingente labor desarrollada por el Departamento de Empresa Informativa, fundado por A. Nieto Tamargo.
- 11 Sin duda, el más significativo en este campo es el profesor J. Gifreu: *Estructura general de la comunicación pública* (Barcelona: Pòrtic, 1991 y 1996), junto a otros autores destacados como M. de Moragas, M. Corominas, M. Murciano, J.M. Corbella y M.I. Fernández Alonso.
- 12 Con autores significativos como C. Garitaonandia y otros claramente en el campo de la Economía Política, como R. Zallo y J.C. Miguel de Bustos.
- 13 Como contrapartida, los poderes públicos democráticos se ven en la obligación de corregir (mediante leyes y partidas presupuestarias) las perversiones que necesariamente se producen entre los sistemas mediático, económico y político, para asegurar el juego democrático en su conjunto. Efectivamente, resulta cada vez más importante y necesaria la adopción de políticas comunicativas y culturales por parte de los poderes públicos para regular y planificar el propio mercado comunicativo.

Referencias Bibliográficas

- BECKER, J. (1988): *Tecnología de la información: reto para el Tercer Mundo*. Lima. Instituto para América Latina.
- BELL, D. (1973): *The Coming of the Post-Industrial Society*. New York. Basic Books.
- BERLO, D. K. (1976): *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires. El Ateneo.
- BUSTAMANTE, Enrique ; Ramón ZALLO (co-ord.) (1988): *Las industrias culturales en España*. Madrid. Akal.
- CASTELLS, M. (1998): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid. Alianza Editorial, 3 vol.
- ENZENSBERGER, H. M. (1974): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, 2ª ed. Barcelona. Anagrama.
- FERRATER MORA, José (1979): *Diccionario de Filosofía abreviado*, 4ª ed. Barcelona. EDHASA.
- GIFREU, J. (1996): *Estructura general de la comunicación pública*, 2ª ed. Barcelona. Pòrtic.
- GIRAUD, A. (1982): “Las industrias culturales: ¿obstáculo o nueva oportunidad para el desarrollo cultural?”, en VV.AA., *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. México DF. FCE / UNESCO, p. 25-45.
- HORKHEIMER, M. ; T. W. ADORNO (1974): “La industria cultural”, en VV.AA., *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas. Monte Ávila Editores, p. 177-230.
- JONES, D. E. (1994): “Evolución de los estudios sobre la industria cinematográfica española”, en *Situación*, Nº 3. Bilbao: Servicio de Estudios del BBV, p. 179-185.
- JONES, D. E. (1995): “Investigaciones sobre el mercado comunicativo español en el contexto europeo”, en *Situación*, Nº 4. Bilbao. Servicio de Estudios del BBV, p. 295-312.
- JONES, D. E. (1998): “Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas”, en *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, Nº 5. Bilbao. Universidad del País Vasco, p. 13-51.
- JONES, D. E. et al. (2000): *Investigación sobre Comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales, 1926-1998*, Barcelona, ComCat.
- JONES, D. E (2001): “Democracia, comunicación y negocio: el crecimiento desmesurado de la concentración económica”, en J.F. ESCOBEDO (co-ord.), *El cambio en la comunicación, los medios y la política*. México DF. Fundación Manuel Buendía, p. 77-94.
- MacDONALD, D. (1957): “A theory of popular culture”, en B. ROSENBERG et al., *Mass Culture. The Popular Arts in America*. New York. New York Press.
- MATTELART, A. ; J.-M. PIEMME (1982): “Las industrias culturales: génesis de una idea”, en VV.AA., *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. México DF. FCE / UNESCO, p. 62-75.

- MATTELART, A. ; M. MATTELART (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona. Paidós.
- McQUAIL, D. (1991): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, 2ª ed. Barcelona. Paidós.
- MORAGAS, M. de (1981): *Teorías de la comunicación*. Barcelona. Gustavo Gili.
- MORAGAS, M. de (ed.) (1985): *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona. Gustavo Gili, 4 vol.
- MOSCO, V. (1996): *The Political Economy of Communication*, London: SAGE Publications.
- ORTEGA Y GASSET, J. (1929): *La rebelión de las masas*. Madrid: Revista de Occidente.
- RODRIGO ALSINA, Miquel (2001): *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- SCHOECK, Helmut (1985): *Diccionario de Sociología*, 4ª ed. Barcelona: Herder.
- WILLIAMS, Raymond (2000): *Palabras clave: un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- WOLF, M. (1987): *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.
- ZALLO, R. (1992): *El mercado de la cultura: estructura económica de la comunicación*



**Esquina de La Luneta,
Edif. Centro Valores,
P.B. Apartado 4838.
Telfs.: 564.9803
564.5871. Fax: 564.7557. Caracas
1010-A. Venezuela.**

Tarifas de suscripción Revista SIC
VENEZUELA

Correo ordinario	Bs. 45.000
Suscripción de apoyo	Bs. 90.000
Número suelto	Bs. 4.500

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla



Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve

UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve

Implicaciones legales

de la convergencia tecnológica en Venezuela

Resumen

En este estudio, la autora analiza las implicaciones de la convergencia tecnológica a la luz de la legislación y regulación de las telecomunicaciones en Venezuela, en su conformación, su impacto en la infraestructura de redes, equipos terminales, tecnologías, comercio y servicios de operadores de la industria; su desarrollo a la luz de las normas contenidas en la regulación sobre telecomunicaciones vigente y sus perspectivas de futuro

Abstract

In this study, the author analyzes the implications of the technological convergence, focused in legislation and regulation of the networking communications in Venezuela, the concerning that conformation, build of the networking architecture, equipment, technologies, commerce and services, business operators and final customer satisfaction; and the prospective development of these regulations

■ **María Eugenia Salazar Furiati**

INTRODUCCIÓN

La convergencia es un término interpretado de diferentes formas, dependiendo del campo al que nos estemos refiriendo. En el campo de las telecomunicaciones, el término convergencia y más específicamente la convergencia tecnológica, se ha utilizado por lo menos en los últimos diez años, para referirse a la integración de infraestructuras de redes, equipos terminales, tecnologías y de operadores de servicios de telecomunicaciones, originalmente concebidos para transmitir o prestar un determinado tipo de servicios (e.g. telefonía) de manera individual o independiente y que por causa de la convergencia tecnológica, pueden ahora transmitir o prestar otro tipo de servicios (e.g. televisión por suscripción).

La convergencia tecnológica se debe fundamentalmente a la incorporación de la tecnología digital, tradicionalmente usada en computación, a través de la cual se produjo la homologación de un lenguaje que permitió que operadores que utilizaban tecnologías distintas pudieran contar con una plataforma común que les permitiera convertirse en operadores de cualquier tipo de servicios.

Al igual que sucedió en el campo tecnológico, en el campo jurídico la legislación no reconocía las bondades y ventajas de la convergencia. Por el contrario, la legislación no era más que un fiel reflejo de la separación tecnológica que existía entre distintos tipos de servicios y de operadores. Fue así como producto de la convergencia tecnológica, la legislación y re-



Galería de papel. Katiuska Angarita

gulación en materia de telecomunicaciones sufrió importantes modificaciones que pueden resumirse en los siguientes aspectos: a) reconocimiento de la convergencia tecnológica en beneficio de la integración de redes, terminales, servicios y operadores; b) inclusión de normas que regularan arquitecturas de redes abiertas; c) reventa de capacidad y alquiler de circuitos y, d) obligatoriedad de la interconexión, para permitir la entrada de nuevos operadores al mercado de las telecomunicaciones.

Adicionalmente, la convergencia tecnológica, también influyó para que la legislación y regulación de telecomunicaciones permitiera la fusión de empresas operadoras de distintos servicios, siempre y cuando esto no afectara la libre competencia y no fomentara monopolios en el mercado. En este sentido, de la mano de los órganos reguladores de la competencia, las fusiones entre operadores de servicios de telecomunicaciones han sido materia de discusión en distintas jurisdicciones, incluyendo algunos casos en nuestro mercado local de telecomunicaciones.

Al aplicar lo antes comentado al caso venezolano, es forzoso decir que Venezuela no es ajena a la modificación legislativa producida como consecuencia de la convergencia tecnológica. En efecto, por primera vez, luego de un largo periodo bajo el imperio de la Ley de Telecomunicaciones de 1940¹, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones² (“LOTEL”) se ha convertido en una herramienta fundamental en este tema. Gracias en gran parte a la LOTEL, los adelantos de las telecomunicaciones han tenido un soporte legal en Venezuela que les ha permitido ofrecer una diversa gama de servicios y facilidades a los usuarios finales.

El análisis de las implicaciones de la convergencia tecnológica a la luz de la legislación y regulación de las telecomunicaciones en Venezuela, se desarrollará en este trabajo en tres partes, las cuales a saber se refieren a: I) Estudio de la convergencia tecnológica, destacándose aspectos relacionados con su origen, evolución; II) Impacto de la convergencia tecnológica en: a) Infraestructura de redes; b) Equipos terminales; c) Tecnologías; d) Servicios y e) Operadores de la Industria; III) La convergencia tecnológica a la luz de las normas contenidas en la LOTEL y en la regulación sobre telecomunicaciones vigente en Venezuela. En esta parte se analizarán la interconexión, la reventa de capacidad y el alquiler de circuitos como mecanismos establecidos en la LOTEL para facilitar el acceso de operadores a

“

Los impactos más importantes de la convergencia se han visto en tecnología, servicios, regulación y en las alianzas y fusiones de esta industria. Distintos proveedores de servicios de comunicación, que antes estaban circunscritos a los sectores tradicionalmente separados, ahora pueden competir unos con otros en un mercado común

”

elementos que no poseen en sus redes; y IV) Conclusiones.

I. LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA: ORIGEN Y EVOLUCIÓN

Las comunicaciones han sido pieza fundamental en el desarrollo de la humanidad. Desde sus inicios se hizo presente la necesidad de crear medios a través de los cuales los individuos pudieran comunicarse. Un ejemplo quizás muy primitivo y rudimentario, pero a la vez eficaz, fueron las “señales de humo”.

Con posterioridad a las señales de humo y después de varios intentos fallidos, la primera creación importante fue el Telégrafo eléctrico y luego el Teléfono. Sin embargo, en la medida en que las relaciones humanas se fueron haciendo más complejas la tecnología evolucionó nuevamente dando como resultado que además de voz, fuera factible la transmisión de datos, sonidos e imágenes. Ahora bien, el ingreso de la computación en las telecomunicaciones es lo que produce el verdadero avance. En efecto, con la incorporación de la tecnología digital, que no es más que la capacidad de almacenar bits de ceros y unos en un circuito electrónico,³ la información y los datos pueden

comprimirse cada vez más y ser transmitidos en formato digital.

La digitalización en las telecomunicaciones y en computación ha transformado la industria de las telecomunicaciones de una manera dramática.⁴ Esta transformación es lo que se conoce generalmente con el nombre de convergencia.⁵ Los impactos más importantes de la convergencia se han visto en tecnología, servicios, regulación y en las alianzas y fusiones de esta industria.⁶ Distintos proveedores de servicios de comunicación, que antes estaban circunscritos a los sectores tradicionalmente separados, ahora pueden competir unos con otros en un mercado común.⁷ Adicionalmente, redes o circuitos que antes eran incompatibles ahora pueden utilizarse para distintos tipos de servicios, lo que ha dado como resultado que se formen alianzas y fusiones corporativas entre proveedores de servicios distintos.⁸

Internet concentra todas las respuestas a las necesidades del hombre actual. A través de Internet es posible transmitir voz, como lo hace el teléfono, transmitir datos como lo hace el fax, enviar fotos, ver videos, como la televisión, y escuchar música, como si fuera radio. Internet está creciendo a un nivel exponencial;⁹ cada vez hay mayor cantidad de personas “conectadas en línea”.¹⁰ Prestar servicios de Internet es muy exigente, por lo que es increíblemente atractivo para proveedores como los operadores de televisión por suscripción o cable, compañías de teléfono, Proveedores de Servicio de Internet (PSI) o cualquier otro operador que cuente con capacidad en su red para prestar este tipo de servicio.

A diferencia de otros servicios de telecomunicaciones, Internet y otros servicios relacionados implican una mayor cantidad de datos, sonido y video transmitidos o recibidos constantemente. Este tipo de transmisiones caracterizadas por ser más pesadas y voluminosas en contenido han necesitado un cambio en los medios de transmisión, tales como cables u ondas radioeléctricas que cursan el espectro. En consecuencia, los anchos de banda tradicionales también tuvieron que cambiar pasando de ser de banda angosta a banda ancha. Un conducto de banda ancha, junto con la tecnología digital, son las plataformas perfectas para transmitir los nuevos servicios de Internet y otros servicios de información relacionados.

Tradicionalmente, los operadores de televisión por suscripción se destacan porque han usado medios de transmisión de banda ancha, bien mediante frecuencias radioeléctricas, cables coaxiales o cables

de fibra óptica. El resto de los operadores, entre los cuales se distinguen los operadores de telefonía, comúnmente han usado medios de transmisión de banda angosta, tales como los cables retorcidos llamados “pares de cobre” o bandas de frecuencias con capacidad limitada.¹¹ La manera más fácil que cualquier operador tiene para eliminar problemas de falta de capacidad en el medio de transmisión que utilice (cables o frecuencias radioeléctricas) es aumentar su capacidad de transmisión, bien sea a través de una mejora a su red, interconectarse con otros operadores o arrendando o adquiriendo capacidad de operadores que tengan capacidad excedente. La opción de mejorar su propia red resulta favorable, pero al mismo tiempo costosa. Por esta razón, en ocasiones es ventajoso que los operadores que no cuenten con capacidad suficiente para la transmisión de contenido, adquieran capacidad de otros operadores que sí la tengan. Lo antes mencionado resulta fácil e incluso atractivo, pues hay quienes piensan que a mayor cantidad de operadores, mayor es la cantidad de servicios y de opciones para el usuario final. Sin embargo, lo antes mencionado no es tan fácil de conseguir. En primer lugar, porque existen aspectos técnicos que hay que revisar y en segundo lugar, porque la legislación y la regulación deben permitir que unos y otros operadores se beneficien de las bondades de la convergencia tecnológica.

El gráfico 1, el cual es citado a modo de ejemplo de la convergencia tecnológica y no para representar el estado de ésta en un determinado mercado de telecomunica-

ciones, demuestra como distintos sectores, tales como, el de telecomunicaciones, computación y medios (contenido) pueden integrarse y converger en una plataforma común en beneficio del usuario final. La siguiente parte de este trabajo describe como lo mencionado en este punto y de igual forma, lo reflejado en el cuadro es actualmente posible desde el punto de vista técnico y regulatorio.

II. IMPACTO DE LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA EN:

- A) **INFRAESTRUCTURA DE REDES;**
- B) **TERMINALES;**
- C) **TECNOLOGÍAS;**
- D) **SERVICIOS Y**
- E) **OPERADORES DE LA INDUSTRIA**

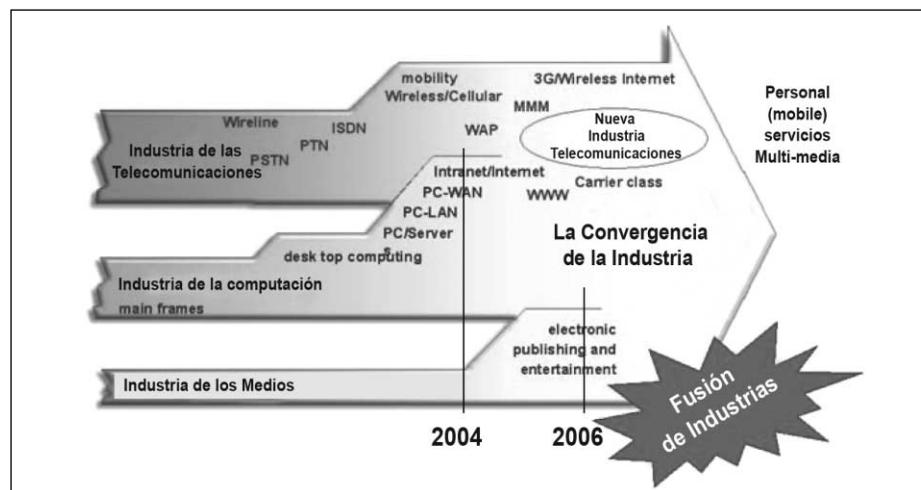
Convergencia tecnológica en infraestructura de redes:

Las principales redes que conocemos hasta ahora pueden dividirse en dos categorías principales: alámbricas o inalámbricas. La demarcación de ambas categorías viene marcada por la diferencia en los medios a través de los cuales es conducida la señal que transportan. En este sentido, las redes alámbricas, por hilos o cable están constituidas principalmente por medios físicos, como son los cables, los cuales pueden variar según la dimensión de su capacidad (alambres de cobre, par trenzado, cable coaxial, fibra óptica, entre otros). Por otra parte, las redes inalámbricas utilizan fundamentalmente antenas o aparatos a través de los cuales se

pueden emitir y recibir las ondas electromagnéticas que se propagan a través del aire y el vacío. Ambos tipos de redes ofrecen gran variedad de ventajas para los usuarios finales, aún cuando en definitiva, tengan algunas diferencias que las distinguen. Entre tales diferencias se encuentra la capacidad de ancho de banda, la seguridad que ofrecen para la transmisión del contenido y los medios que utilizan para generar la transmisión y recepción de las señales¹². Sin embargo, independientemente de lo antes dicho, las diferencias o ventajas entre ambas redes las determina el usuario final. Con fundamento en recientes estudios de mercado sobre la aceptación o reconocimiento de los usuarios finales en relación a las redes fijas o móviles, se ha comprobado que en gran parte, la distinción viene marcada por la movilidad del terminal o equipo utilizado para establecer la comunicación o transmitir el contenido deseado. En efecto, la posibilidad de estar comunicado en el lugar o al momento en donde el usuario final se encuentre, es una de las características más valoradas por éstos. Por tal motivo, servicios como la telefonía fija, el cual tradicionalmente se identificaba como un servicio provisto por redes alámbricas, hoy en día puede ser obtenido a través de redes inalámbricas. Por lo cual, para lo usuarios, ya no es necesario que su terminal esté “fijo” al lugar de su residencia, trabajo o a cualquier establecimiento desde donde estuviera comunicándose. Por su parte, la red fija que inicialmente no transmitía datos sino solamente voz, comenzó a hacerlo, tal como lo hace la red inalámbrica, usualmente destinada a las comunicaciones móviles.

Además de lo anterior, hay que mencionar el uso de las redes alámbricas e inalámbricas para la transmisión de otros tipos de contenido distintos a la transmisión de voz o datos. Nos referimos a la transmisión de imágenes, sonidos y video. Como es sabido, tales tipos de contenido fueron inicialmente transmitidos a través de la televisión abierta y televisión por suscripción. Sin embargo, gracias a los beneficios de la convergencia tecnológica, las redes de los operadores que usualmente transmitían un tipo de contenido, se han integrado a fin de poder transmitir contenidos distintos. Sin duda la transmisión de distintos tipos de contenido, ha implicado que los operadores hayan hecho modificaciones en sus redes. Este es el caso por ejemplo, de la mejora que hicieron las operadoras de servicio de telefonía o voz, al incorporar a sus redes lí-

GRÁFICO 1.
ESQUEMA DE LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA



Fuente: <http://www.ericsson.com> en línea: Fecha vista 20 de diciembre de 2005.

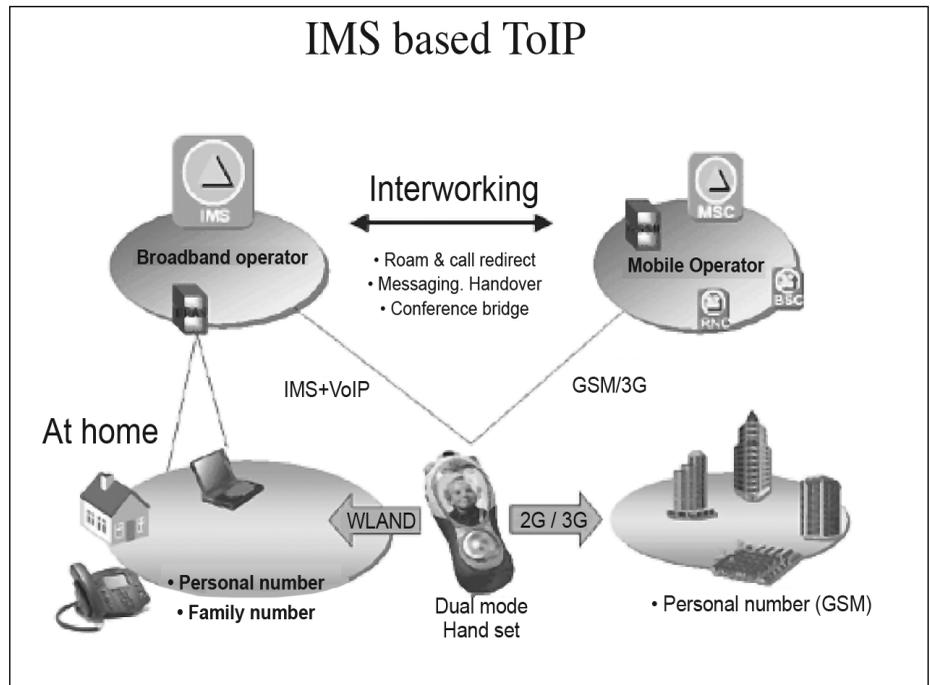
neas asimétricas digitales o DSL (por sus siglas en inglés) a fin de ofrecer servicios de Internet y todo el contenido que esto suponga; o la mejora hecha por los operadores de televisión por suscripción, a fin de que sus redes fuesen bidireccionales y con ello transmitir voz e Internet.

En este sentido, gracias a la convergencia tecnológica es posible que los operadores de transmisión de voz o servicios de telefonía (bien sea ésta fija alámbrica o inalámbrica o móvil) puedan ofrecer la transmisión de sonidos, imágenes y datos, o de una forma más resumida, puedan prestar servicios de Internet. Mientras que los operadores de transmisión de video o televisión por suscripción (bien sea ésta a través de cables o por medio de ondas electromagnéticas) sean capaces de ofrecer transmisión de voz e Internet, además de los servicios tradicionalmente prestados por éstos.

b) Convergencia de terminales

Los terminales son los equipos (móviles, fijos, TV, computadores o agendas electrónicas) a través de los cuales hoy en día los usuarios finales pueden conseguir multiplicidad de funciones. Sin embargo, esto no fue siempre así. Hablando en detalle, los terminales tradicionales han sido históricamente dispositivos optimizados para una, o pocas tareas específicas. A través del tiempo, estos terminales se han mejorado para proporcionar la solución más eficiente en la mano de cualquier usuario a fin de que éste realice cualquier tarea. Es por ello, que actualmente podemos encontrar que un solo terminal tiene incorporadas muchas de las tareas que anteriormente realizaban varios aparatos. Hoy podemos contar con un aparato que sirva como teléfono para la parte de voz, como cámara fotográfica, como cámara de video, como elemento para el envío o recepción de mensajes cortos, como elemento para el envío y recepción de correos, como agenda electrónica, como instrumento de pago reemplazando con ello la función de las tarjetas plásticas, o como consola de juegos entre otros. Seguramente al finalizar la lectura de este trabajo podrán encontrar una lista duplicada de funciones que se pueden hacer con un solo terminal. En definitiva, lo que realmente se busca a través de la integración de redes y servicios es que el usuario final esté satisfecho al poder encontrarlas todas al alcance de un terminal. Esto como se dijo al principio, puede estar integrado en el teléfono móvil, en el fi-

GRÁFICO 2.
CONVERGENCIA EN TERMINALES



jo, en la TV, computador o cualquier equipo a través del cual el usuario quiera centralizar la mayor parte de las funciones que quiere utilizar y además, seguramente en un futuro, los usuarios también querrán que todos éstos terminales estén a su vez integrados y con ello lograr un mayor control sobre todos los aspectos y ámbitos de su vida (hogar, trabajo, entretenimiento, etc).

El gráfico anterior, ofrece la representación de la integración de las funciones que ofrece la red móvil y la fija en un solo terminal que en este caso es el móvil.

c) Convergencia en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Con la aparición de los computadores personales (PC), hubo la necesidad de interconectarlos entre ellos mismos para poder compartir la información entre redes locales de un área determinada (LAN). No siendo esto suficiente, se planteó entonces la necesidad de ampliar la interconexión con otros PC que estuvieran ubicados en diferentes locaciones físicas, más allá de una LAN determinada. Esto trajo como resultado la creación de las redes metropolitanas (MAN) y en un ámbito más extenso a las redes a nivel mundial (WAN). Una vez establecida una plataforma que permitiera la conexión del PC en distintas áreas del mundo, se quiso compartir la información contenida en los

PC con las personas que estuvieran conectadas. Por esta razón, las empresas impulsaron la creación de redes que les permitieran a sus empleados o miembros, estar conectados entre sí, surgiendo por ello la INTRANET. Finalmente, siendo factible compartir la información contenida en redes con un número mayor de personas y con el propósito de hacer la información pública, se dio origen al instrumento o herramienta más usada hoy en día, "INTERNET". Tener acceso a Internet exigía un medio de comunicación y un protocolo que permitiera la conexión (IP). Inicialmente, la conexión se dio utilizando los canales de voz a fin de transportar datos mediante el sistema conmutado. Al mismo tiempo, todos aquellos que de una u otra manera habían hecho inversiones en las redes LAN, MAN y WAN estaban explorando como podría llevarse voz a través de las redes de datos, por lo cual se logró dar origen a la VoIP.

Sin embargo, no era suficiente llevar voz a través de las redes de datos (VoIP). Los usuarios finales están acostumbrados a un nivel de calidad y de servicios que no quieren perder. Es por eso, que en la integración de las redes la exigencia de los usuarios apunta a que se ofrezca Telefonía sobre IP (ToIP), video y sonido sobre IP. A partir de ese momento, puede decirse que se produjo una convergencia entre las tecnologías de información y las comunicaciones.¹³

d) Convergencia de servicios

La convergencia de servicios se refiere a la confluencia, dentro de la infraestructura de telecomunicaciones de un mismo proveedor de servicios, que hasta hace poco tiempo, se entendían como independientes y provistos cada uno de ellos por un operador de telecomunicaciones distinto.¹⁴

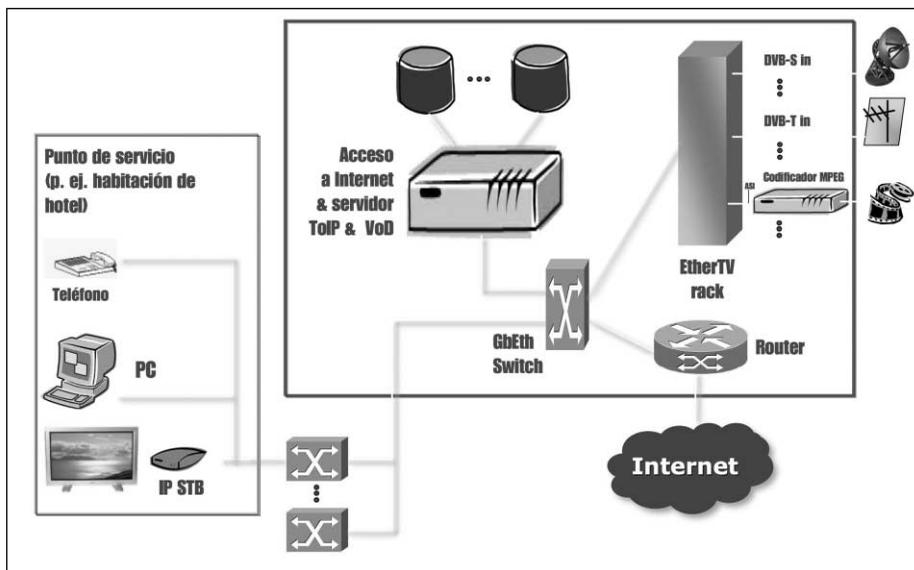
El enfoque principal de los servicios convergentes se orienta fundamentalmente a satisfacer los requisitos de los usuarios finales, quienes dentro de sus constantes demandas quieren encontrar el suministro de todos los tipos de servicios media - voz, datos, y vídeo en una sola interfaz, con movilidad y fácil acceso. Esto significa que una multiplicidad de servicios, que los podemos definir como personales, persona-a-contenido, y contenido-a-persona, pueden ser suministrados al mismo usuario a través de diferentes redes y aparatos. Esto es lo que se ha dado a conocer como “Triple Play” o “Multi-Play” dependiendo del número de servicios que provea un mismo operador.

Una vez que se entiendan las necesidades del usuario, los operadores pueden desarrollar una variedad de servicios en los cuales se incluyan voz convergente, aplicaciones eficientes, métodos alternativos de las comunicaciones y entretenimiento. El desafío verdadero de la convergencia está en entregar al usuario servicios convergentes. Un ejemplo claro de ello es que mientras el usuario esté en su casa pueda recibir llamadas en cualquiera de los aparatos que tiene conectados, incluyendo el teléfono móvil a través de una red fija; o a través del teléfono móvil a través de la red móvil, o en la oficina a través de la red corporativa que exista. En ese momento, hablaremos de una plena convergencia de servicios.¹⁵

e) Convergencia entre operadores de la industria

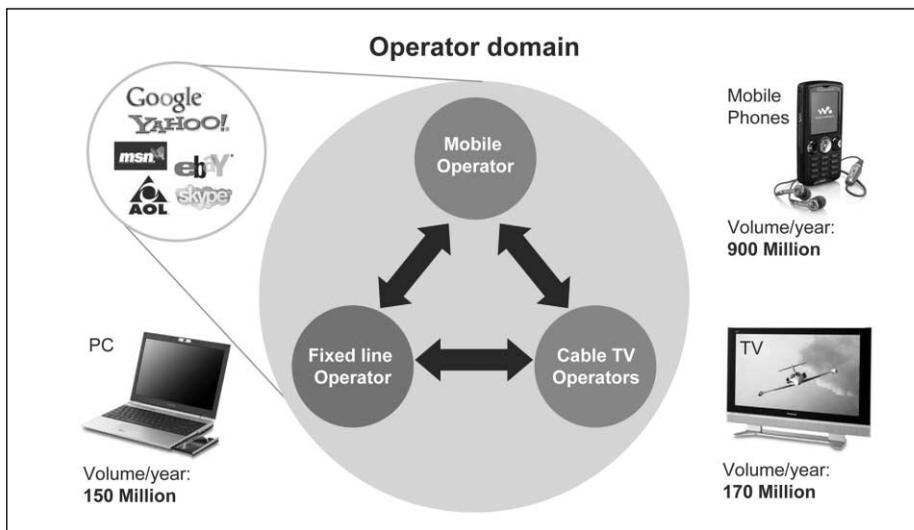
El último tipo de convergencia, es el que se produce entre operadores de la Industria. Por el término Industria quisiéramos dar a entender la industria de las telecomunicaciones en sentido lato, en la cual se engloba a todos los tipos de proveedores de servicios. Como ya hemos reiterado en este trabajo, hasta hace poco, la música, películas, juegos, telefonía, transmisión de datos o tomar fotografías, lo adquiriríamos de mano de cada uno de los proveedores que proporcionaban estos servicios o productos en una tienda especializada. Hoy a través de la red de

GRÁFICO 3.
PARTES DE UNA RED DE CABLE MULTI-SERVICIO QUE OFRECE EL “TRIPLE PLAY”



Fuente: [http://www.bvv.cz/i2000/Akce/b-inv.nsf/WWWAIIPDocsID/VJEK-6UQBVJ/\\$File/11_tesla.ppt](http://www.bvv.cz/i2000/Akce/b-inv.nsf/WWWAIIPDocsID/VJEK-6UQBVJ/$File/11_tesla.ppt).
Fecha de consulta noviembre 2006

GRÁFICO 4.
CONVERGENCIA EN TRIPLE PLAY: ALGUNAS DIMENSIONES DEL NEGOCIO



Fuente: http://telcom2006.fing.edu.uy/conferencias/Futuro_de_las_telecomunicaciones.pdf.
Fecha de consulta noviembre 2006

un solo operador, bien sea que provea servicios móviles o fijos de cualquier tipo, es posible adquirir todos los servicios o productos.

La convergencia o fusión de estas industrias va a permitir poder interconectar todos los elementos que se tienen en casa en un solo aparato (TV, PC Portátiles, Cámaras digitales, MP3, video juegos, telefonía, etc) y al mismo tiempo el usuario podrá compartir la información con otras personas independientemente del lugar donde se encuentren. Tal como se men-

cionó antes, este tipo de fusión o convergencia a nivel de servicios se denomina “triple play”, “cuádruple play” o “multi-play”, ya que a través de un solo proveedor u operador el usuario final puede establecer una conexión al tiempo que transporta videos, voz y datos, sumando o quitando servicios sin tener que establecer nuevas conexiones. Como ejemplo de esto podemos mencionar todos los servicios o funcionalidades que pueden encontrarse en un terminal móvil, tradicionalmente usado para originar o recibir llamadas

telefónicas; o en un TV, a través del servicio de televisión interactiva o TV On Demand; o a través del mismo PC, utilizando todas las ventajas que ofrece Internet para VoIP, ToIP, etc.

Otro tipo de alianza es la que se da entre operadores de telecomunicaciones móviles y empresas que no poseen redes de telecomunicaciones, o elementos de red que soporten el servicio que prestan, y en muchos países, ni siquiera licencia o concesión para poder prestar el servicio. En este caso, nos referimos a los Operadores de Redes Móviles Virtuales (o en sus siglas en inglés Mobile Virtual Network Operator “MVNO”). Un MVNO es aquel que proporciona servicios móviles a los abonados sin poseer derechos de acceso de espectro, ni infraestructura de estaciones base. El negocio de los MVNO es adquirir los elementos antes nombrados de los operadores de redes móviles, que si cuentan con una concesión o licencia para usar y explotar el espectro radioeléctrico e infraestructura de redes. Los MVNO suelen ser confundidos con los proveedores de servicios mejorados (o en sus siglas en inglés un Enhance Service Provider “ESP¹⁶”), sin embargo, hay diferencias que los separan.

En opinión de los ingenieros españoles Esteban y Gabiola¹⁷, el factor principal que diferencia un verdadero MVNO de un ESP, es su capacidad de controlar las llamadas salientes y entrantes. Los MVNOs tienen su propia infraestructura de centrales de conmutación móvil de voz y de datos (Circuit Core y Packet Core) y posiblemente plataforma de Red Inteligente (IN). Adicionalmente tienen su propio rango de numeración y a todos los efectos parece ser una red móvil independiente. Otra distinción que mencionan los Ingenieros Esteban y Gabiola, es que los MVNOs a menudo agregan valor al servicio a través del peso de la marca que representan, fuerza en la distribución y habilidad de comercializar con otros productos. Por otra parte, los negocios del ESP son esencialmente negocios de reventa para operadores de red y a veces pueden, otras no, usar las marcas de la red que los soportan. Ejemplos de MVNOs pueden ser Virgin Mobile; U Mobile; Liberty Wireless, TracFone entre otros.

Cada vez se observa con mayor énfasis en algunos países en el mundo, como operadores que no han tenido éxito en el mercado de la tercera generación, porque los costos de una red son muy altos o por que no han obtenido una concesión o licencia, encuentran una solución en ser un MVNO,

“

La clave de todo está en la integración de todos los productos y tecnologías en la menor cantidad posible de aparatos o terminales a través de los cuales los usuarios consigán obtener el contenido que quieren ver, la música que quieren oír las fotos y videos que quiera disfrutar, los datos que quieran leer o transmitir, la voz que quieran escuchar y la persona que quieran ver. En resumen, el usuario final quiere un mundo convergente

”

ya que tal opción representa un sustancial ahorro. Adicionalmente, los operadores que entran por primera vez al mercado encuentran una oportunidad de aumentar sus clientes e ingresos a través de una buena promoción de sus productos por intermedio de los canales que representa ser un MVNO. Por otra parte, operadores móviles con exceso de capacidad en sus redes, pueden encontrar una fuente de ingresos a través de la reventa de tal capacidad a los MVNO. Sin duda los MVNO son una de las nuevas formas de hacer telecomunicaciones a través innovadoras tecnologías.

Además de lo antes mencionado, es importante acotar las alianzas que últimamente se están propiciando entre operadores de servicios de telecomunicaciones (bien sean éstos de voz, datos, video, imágenes o sonidos) y empresas que no son operadores de telecomunicaciones, pero que utilizan tales servicios para captar un mayor número de clientes en beneficio del servicio que éstos prestan. Nos referimos en particular a los servicios bancarios, de seguridad, de educación, medicina y publicidad que pueden realizarse a través de plataformas y protocolos de telecomunicaciones e Internet.

A manera de ejemplo, es relevante mencionar los servicios de pago de servicios,

tradicionalmente realizados mediante tarjetas plásticas “inteligentes” a través de terminales móviles. Por intermedio de este servicio, se fomentan al menos tres sectores distintos: i) las telecomunicaciones, ii) la banca y iii) el comercio, siendo éste último el de más amplia cobertura, debido a que en la medida que se suscriban o afilien más comercios a éste sistema de pago, será mayor el número de productos y servicios que podrán ser cancelados pasando el terminal móvil por un dispositivo especial, como hoy lo hacemos con las tarjetas plásticas.

Aún cuando no es un ejemplo de alianzas o fusiones de operadores, es importante mencionar como ejemplo de la convergencia tecnológica y de servicios, la reciente creación de la empresa CVG Telecomunicaciones,¹⁸ con capital de la Corporación Venezolana de Guayana y CVG Edelca. Ciertamente ninguno de sus accionistas es o ha sido un operador de telecomunicaciones en el país. Sin embargo, la creación de una empresa de telecomunicaciones que utilizará la red y la tecnología de empresas del sector eléctrico, es un ejemplo de convergencia tecnológica y de servicios muy importante. Esta empresa se creó con el objetivo de participar en todos los mercados de telefonía en el país y según declaraciones de su Presidente “...tendrá por objeto el desarrollo de actividades relacionadas con la explotación comercial de servicios de telecomunicaciones. Para ello, cuenta con una inversión inicial de 50 millones de dólares y una infraestructura de transmisión de fibra óptica que supera los 1 mil 200 kilómetros de extensión a lo largo y ancho del país.”¹⁹ Además se señala que “...apenas comience a funcionar CVG Telecom, se dará paso a un proyecto para instalar una nueva red de fibra óptica de 2 mil 431 kilómetros de longitud, la cual no sólo cubrirá todo el territorio nacional sino que también llegará hasta el Norte de Colombia y el Norte de Brasil, por lo que se abren muy buenas perspectivas desde el punto de vista comercial para ofertar servicios de transmisión a operadoras de ambos países. (...) Esta empresa va a ser el soporte fundamental para las telecomunicaciones del Estado venezolano y le dará independencia a la hora de manejar el transporte de data video, voz y otros sistemas”.

De lo antes mencionado, es importante resaltar el potencial de esta empresa u otras empresas que como CVG Telecom son competidores en el mercado de las telecomunicaciones en Venezuela, sobre todo si se toma en consideración el uso de las nuevas tecnologías de banda ancha a

través de las líneas eléctricas (Powerline Communications). A través del uso de esa tecnología, empresas pertenecientes a otros sectores, como en este caso es el eléctrico, serían capaces de prestar los servicios de telefonía, Internet de banda ancha y TV por suscripción, entre otros servicios.

Como conclusión a este punto, es forzoso decir, que la tendencia de las telecomunicaciones está siendo marcada de manera definitiva por las necesidades de los usuarios finales. La clave de todo está en la integración de todos los productos y tecnologías en la menor cantidad posible de aparatos o terminales a través de los cuales los usuarios consigan obtener el contenido que quieren ver, la música que quieren oír las fotos y videos que quiera disfrutar, los datos que quieran leer o transmitir, la voz que quieran escuchar y la persona que quieran ver. En resumen, el usuario final quiere un mundo convergente.

III. IMPLICACIONES LEGALES DE LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA

Los cambios tecnológicos descritos hasta ahora, responsables de lo que hoy conocemos como convergencia tecnológica, introdujeron importantes modificaciones en la manera como tradicionalmente se regulaba el sector de las telecomunicaciones. De hecho el impacto de la convergencia fue asumido en forma diversa en distintas legislaciones. El cambio más radical se orientó a la modificación de leyes que previamente habían regulado a los servicios de telecomunicaciones de manera independiente, por cuanto demarcaban barreras legales que no permitían a los operadores de un tipo de servicio (e.g. telefonía) prestar otros servicios comúnmente ofrecidos por otros operadores (e.g. televisión por suscripción). La modificación de las leyes dio paso a una convergencia legislativa o regulatoria, que permitió a través de una sola ley o de un grupo de éstas la extinción de las barreras legislativas que prohibían a operadores de un sector ofrecer servicios de otro y viceversa.

La Convergencia según la LOTEL

Las disposiciones contenidas en la LOTEL, reconocen la convergencia tecnológica, la de servicios y la corporativa. El Artículo 24 de la LOTEL reconoce la convergencia tecnológica y de servicios estableciendo que el Ministerio de Infraestruc-

“

El acceso a las vías generales de telecomunicaciones o a los elementos que las componen ha sido un tema ampliamente debatido en distintas jurisdicciones. Principalmente, porque como ya es ampliamente sabido, las Telecomunicaciones se iniciaron como un monopolio natural, cuya mayor característica era la existencia de un solo operador que operaba una sola red

”

tura la propiciará, por órgano de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (“CONATEL”), en la medida que no se desmejore el acceso a los servicios.²⁰ En complemento de lo anterior, el Artículo 126 de la LOTEL reconoce que todo operador que posea o controle una vía general de telecomunicaciones, deberá dar acceso o utilización a la misma a los operadores que se lo soliciten, cuando su sustitución no sea factible por razones físicas, jurídicas, económicas, técnicas, ambientales de seguridad o de operación.²¹ Por otra parte, la LOTEL desarrolla la convergencia corporativa o de negocios entre las empresas operadoras de telecomunicaciones, al permitir, según lo dispone el Artículo 195, las fusiones y adquisiciones entre empresas operadores de Telecomunicaciones. Con fundamento en lo anterior, de seguida se desarrollarán las disposiciones contenidas en la LOTEL que hacen referencia a la convergencia tecnológica, de servicios y corporativa o de negocios.

La Convergencia Tecnológica y de Servicios según las normas contenidas en la LOTEL:

Como se señaló en la parte anterior, la LOTEL establece dos disposiciones que sostienen y desarrollan la convergencia tecnológica y de servicios. Tales normas

son el Artículo 24 y 126 de la LOTEL. Con fundamento en tales disposiciones, el legislador reconoció la existencia de la convergencia tecnológica y de servicios y además, estableció las directrices fundamentales para que ambos tipos de convergencias puedan fomentarse. En este sentido, la LOTEL establece como obligación a todo operador que posea o controle una vía general de telecomunicaciones, dar acceso o utilización a la misma a los operadores que se lo soliciten, cuando su sustitución no sea factible por razones físicas, jurídicas, económicas, técnicas, ambientales de seguridad o de operación. El acceso a las vías generales de telecomunicaciones o a los elementos que las componen ha sido un tema ampliamente debatido en distintas jurisdicciones. Principalmente, porque como ya es ampliamente sabido, las Telecomunicaciones se iniciaron como un monopolio natural, cuya mayor característica era la existencia de un solo operador que operaba una sola red. De esta forma, en la medida que el servicio de telecomunicaciones, fundamentalmente el servicio de voz, se fue haciendo cada vez más necesario para los usuarios, y la demanda del mismo aumentó, fue necesaria la presencia de otros operadores distintos al operador que inicialmente estaba a cargo de operar la red.

Como en otros países, en Venezuela existe un operador, definido por la LOTEL como el “Operador Establecido”, que se distingue de los demás por contar con la red más extensa y completa. A diferencia de este operador, los Operadores Entrantes o nuevos competidores no cuentan con una red tan amplia y completa que asegure la comunicación entre sus abonados y los abonados suscritos con otros operadores. Por esta razón, la LOTEL dispuso como obligación para todos los operadores que controlen u operen una vía general de telecomunicación, permitan el libre acceso de los nuevos operadores.

Sin embargo, la entrada o acceso de nuevos operadores al mercado de las telecomunicaciones, no necesariamente suponía la construcción e instalación de vías generales de telecomunicaciones, tan completas y extensas como la del operador establecido, por su elevado costo. Por esta razón, es usual advertir figuras como la interconexión, la reventa de capacidad y el alquiler de circuitos, como herramientas necesarias para asegurar la entrada de nuevos competidores.

La Interconexión de redes, es el medio a través del cual los operadores logran conectar sus redes, a fin de que los abona-

dos o usuarios suscritos a distintos operadores puedan comunicarse unos con otros. De acuerdo a la LOTEL, la interconexión²² es una obligación para todos los operadores, mediante la cual deben interconectarse con otras redes públicas de telecomunicaciones con el objeto de establecer entre los usuarios de sus servicios, comunicaciones interoperativas y continuas en el tiempo.

Sin restarle importancia a la interconexión, es importante señalar la existencia de otras figuras por medio de las cuales, nuevos operadores también pueden tener acceso a una vía general de telecomunicaciones. Tales figuras son: el derecho de acceso a redes, alquiler de circuitos, reventa de capacidad y acuerdos de itinerancia o “roaming”. En opinión de algunos autores, el derecho de acceso a redes implica la interconexión. Sin embargo, existe una clara diferencia entre una y otra, por cuanto, para que haya interconexión es necesario que existan redes distintas, mientras que para que opere el derecho de acceso es necesario que un operador que carezca de red requiera acceder o utilizar una red ajena, bien como un todo o por partes²³. Con fundamento en la LOTEL, todo operador que de manera exclusiva o predominante posea o controle una vía general de telecomunicación —esto es: *elementos que permiten emplazar los medios físicos necesarios para la prestación de servicios de telecomunicaciones*— tiene que permitir el acceso a la misma si otro operador así lo solicita. En el caso de alquiler de circuitos y reventa de capacidad, los operadores que no tengan su propia red tienen la posibilidad de arrendarle al operador que si la tiene los circuitos, o comprarle el excedente de capacidad de transporte de tales circuitos para la autoprestación de servicios de telecomunicaciones, o para prestarlos a terceros. En caso del alquiler de circuitos de una red, el operador que explota la red se hace cargo de las funciones de conmutación; mientras que en el caso de la compra de capacidad, el operador que la adquiere puede cumplir con las funciones de conmutación, tratamiento, almacenamiento o conversión de transporte de señales. La LOTEL permite que los operadores de servicios de telecomunicaciones alquilen circuitos o revendan capacidad en sus sistemas, siempre que lo hagan en términos transparentes y en condiciones no discriminatorias ni lesivas de la libre competencia.

Por último, a través de los acuerdos de itinerancia o mejor conocidos como “roa-

ming”, los operadores de servicios de telecomunicaciones cuyas redes no tengan cobertura en ciertas áreas, puede brindarle a sus usuarios los mismos servicios de telecomunicaciones a través de la red de otro operador. Los acuerdos de itinerancia o “roaming” son un híbrido entre la interconexión y el derecho de acceso, ya que, se aproximan a la interconexión por cuanto existen varias redes que se conectan, y al derecho de acceso, por cuanto se presta un servicio a determinados usuarios aún careciendo de red propia. Hasta reciente fecha, la interconexión, era el método comúnmente usado en Venezuela por los operadores mediante el cual ofrecían una comunicación continua a los usuarios. Sin embargo, la finalización del período de concurrencia limitada del operador establecido en el servicio de telefonía básica y con ello, la entrada al mercado de nuevos operadores, compromete el uso de los demás medios aquí descritas como soluciones alternas para ingresar al mercado de las telecomunicaciones y proporcionar a los usuarios una buena calidad y continuidad en el servicio.

La Convergencia corporativa o de negocios según las normas contenidas en la LOTEL

La LOTEL propicia la convergencia de negocios entre las empresas operadoras de telecomunicaciones a través de su articulado. Prueba de ello se consagra en el Artículo 195²⁴, mediante el cual se permiten fusiones y adquisiciones entre empresas operadoras de Telecomunicaciones. Es importante mencionar que las fusiones y adquisiciones entre empresas operadoras de Telecomunicaciones que impliquen un cambio de control deberán someterse a la aprobación de CONATEL, quien aprobará la operación siempre y cuando medie opinión favorable de la Superintendencia para la Promoción y Protección a la Libre Competencia. La aprobación de los entes reguladores antes mencionados es de suma importancia, debido a que se busca impedir que se formen monopolios que puedan controlar el mercado de redes o de servicios de telecomunicaciones. En Venezuela se han presentado casos en los cuales operadoras de servicios de telecomunicaciones han estado cerca de adquirir otras operadoras de telecomunicaciones. Tal fue el caso de la adquisición de DIGITEL por parte de la Compañía Nacional de Teléfonos de Venezuela (CANTV), sin embargo, CONATEL no aprobó la operación. Un poco

antes de la operación mencionada, la Electricidad de Caracas quiso adquirir parte de las acciones de la CANTV a través de una operación de oferta pública de acciones. Sin embargo, esta operación tampoco llegó a concretarse. Ahora bien, independientemente de la falta de aprobación regulatoria o de los impedimentos corporativos con que este tipo de operaciones pueden encontrarse, es importante rescatar que en ambas operaciones estuvo presente el elemento tecnológico como medio a través del cual, operadores con distintos tipos de redes y de servicios, concluyeron que la fusión de las redes era posible al punto de poder intercambiar canales para poder transmitir distintos tipos de contenido.

De los ejemplos anteriores quizás el caso más notorio ha sido el de la Electricidad de Caracas y CANTV, debido a que la primera no es un operador de telecomunicaciones, pero nuevamente, gracias a la convergencia tecnológica, es posible que un operador de electricidad pueda prestar servicios de voz a través de sus redes.

CONCLUSIONES

La promulgación de la LOTEL y la apertura del mercado de las Telecomunicaciones en Venezuela ratifican que el país ha entrado en el proceso de la convergencia. En virtud de ello, Venezuela se puede convertir en blanco común de inversionistas deseosos de venir a formar parte de nuestro mercado. La ventaja de Venezuela es que aún es un país poco explotado en el área de las Telecomunicaciones. Gran parte de nuestra población aún no cuenta con el servicio de telefonía básica, Internet o televisión por suscripción. Esto hace que la geografía nacional se vuelva terreno abierto y fructífero para quien por aire o por tierra quiera transmitir sus señales. Aún cuando hace falta que entren más competidores y que la convergencia de servicios se desarrolle más, no puede menos que decirse que desde el punto de vista legal hay amplias posibilidades para satisfacer cualquier demanda o necesidad de servicios y productos que los usuarios requieran a través del uso de la convergencia tecnológica, de servicios y corporativa o de negocios.

■ **María Eugenia Salazar Furiati**
es abogada egresada de la
Universidad Católica Andrés Bello.
Profesora de esa Universidad y
asociada del Despacho de Abogados
miembros de Baker & McKenzie

Notas

- 1 Ver Ley de Telecomunicaciones de 1940.
- 2 Ver Ley Orgánica de Telecomunicaciones, promulgada en fecha 12 de junio de 2000, en la Gaceta Oficial No. 36.970 de fecha 12 de junio de 2000. [en lo sucesivo LOTEL]
- 3 Ver D. Johnston, D. Johnston & S. Handa, *Getting Canada On Line: Understanding the Information Highway* (Toronto: Stoddart, 1995) página 7.
- 4 Ver J. Horrocks, *Telecommunications Technology*, en C.D. Long, *Telecommunications Law and Practice*, 2nd ed. (London. Sweet & Maxwell, 1995).
- 5 Ver *Convergence Competition and Cooperation, Policy and Regulation Affecting Local Telephone and Cable Networks*, Report of the Co-chairs of the Local Networks Convergence Committee (Ottawa. Minister of Supply and Services Canada, 1992).
- 6 Ver E.C., *Green Paper on the Regulatory Implications*, COM (97) 623: *Green Paper on the Convergence of Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation Toward an Information Society Approach* (Brussels. E.C., 1997), en línea: <<http://www.ispo.cec.be/convergencecp/97623.html>> (fecha vista: 8 de agosto de 2004).
- 7 Ver I. Vogelsang & B.M. Mitchell, *Telecommunications Competition The Last Ten Miles* (Washington, D.C.: AEI Press, 1997) ver página 3.
- 8 Ver J. Monluis, "The Future of Telecommunications Operator Alliances" (1998) 22 *Telecom. Policy* 635. Ver también J.V. Cuilenburg & P. Verhoest, "Free and Equal Access" (1998) 22 *Telecom. Policy* 171.
- 9 Ver C.R. Kiser, "Cable Provision of Telecommunications Services" (2000) 593 *Pract. L. Instit. Patents, Copyrights, Trademarks & Literary Property Crse Hdbk Ser.* Páginas 711 a la 777.
- 10 Ver *ibid.* en 778, citando a *The FCC and the Unregulation of the Internet* (July 1999).
- 11 Ver Wiley, nota *supra* 11 en 183.
- 12 Ver, Torres Nieto Alvaro, *Telecomunicaciones y Telemática "De las señales de humo a Internet"*, Colección de Telecomunicaciones, Editorial Escuela Colombiana de Ingeniería, Bogotá, 1999, páginas 47 y 48.
- 13 Ver *supra* nota No. 13.
- 14 Ver Joe Weber, "CablesLabs Winter Conference 2005" En Línea: <http://www.cintel.org.co> fecha vista 19 de diciembre de 2005.
- 15 Ver *supra* nota No. 15.
- 16 ESP "Enchance Service Provider" es un término comúnmente usado en los Estados Unidos. En países europeos, es usual que la referencia a estos proveedores sea bajo el nombre de VAN "Value Added Networks" o servicios de valor agregado a redes. Sobre éstos términos ver H. Newton, *Newton Dictionary*, 15th ed. (New York: Miller Freeman, 1999), s.v << ESP>>
- 17 Ver Juan Antonio Esteban y Francisco Javier Gabiola en *MVNOs : Operadores de Redes Virtuales*. En línea : <http://www.coit.es/publicac/publbit/bit130/sociedad.htm> Fecha vista 21 de diciembre de 2005.
- 18 Ver Gaceta Oficial N° 37.770 de fecha 8 de septiembre de 2004
- 19 Ver Declaración a Venpres del presidente de la Corporación Venezolana de Guayana (CVG), Rafael Sánchez Márquez, el 30 de julio de 2004. Publicado en la Pág. web de Radio Nacional de Venezuela el 13 de septiembre de 2004.
- 20 Artículo 24 de la LOTEL: "El Ministerio de Infraestructura, por órgano de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones propiciará la convergencia tecnológica y de servicios siempre que con ello no se desmejore el acceso a los servicios y su calidad."
- 21 Artículo 126 de la LOTEL: "Se entiende por vías generales de telecomunicaciones los elementos que permiten emplazar los medios físicos necesarios para la prestación de servicios de telecomunicaciones de conformidad con lo previsto en el reglamento respectivo. Toda persona que de manera exclusiva o predominante posea o controle una vía general de telecomunicaciones, deberá permitir el acceso o utilización de la misma por parte de los operadores de telecomunicaciones que se lo soliciten, cuando sus sustitución no sea factible por razones físicas, jurídicas, económicas técnicas, ambientales, de seguridad o de operación. Todos los operadores tendrán el derecho de hacer uso de las vías generales de telecomunicación existentes, en la forma y modalidades que determine la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en concordancia con esta Ley y demás disposiciones legales aplicables".
- 22 Ver Artículo 130 de la LOTEL: "Los operadores de redes de telecomunicaciones tienen la obligación de interconectarse con otras redes públicas de telecomunicaciones, con el objetivo de establecer entre los usuarios de sus servicios comunicaciones interoperativas y continuas en el tiempo. La interconexión se hará de acuerdo con los principios de neutralidad, buena fe, no discriminación e igualdad de acceso entre los operadores, conforme a los términos establecidos en esta Ley sus reglamentos y demás normas aplicables".
- 23 Ver Carrasco Angel y Mendoza Ana, "Interconexión y acceso a redes" en *Comentarios Generales a la Ley General de Telecomunicaciones*, Aranzadi Editorial, 1999, Pamplona España, páginas 466 y 476. De igual forma, sobre este punto, Ver Almdros Manzano, Angel Manuel: *Los Servicios de Telecomunicaciones por Cable*, Colección Derecho de las Telecomunicaciones por Cable, Editorial La Ley-Actualidad Madrid, 2000, páginas 173 y 174.
- 24 Ver Artículo 195 LOTEL: "La suscripción de un acuerdo de fusión entre empresas operadoras de telecomunicaciones, la adquisición total o parcial de estas empresas por otras empresas operadoras, así como su escisión, transformación o la creación de filiales que exploten servicios de telecomunicaciones, cuando impliquen un cambio en el control sobre las mismas, deberán someterse a la aprobación de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones para que tales operaciones adquieran eficacia. A tales efectos, los interesados remitirán a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones copia de los documentos correspondientes, dentro de los diez días siguientes a la realización de la operación. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones sólo aprobará las operaciones a que se refiere este artículo cuando medie opinión favorable de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia. El acto administrativo mediante el cual no se apruebe la realización de la operación deberá expresar con toda claridad los fundamentos del mismo y si fuere el caso, hacer las recomendaciones pertinentes. El acto de rechazo impedirá en forma definitiva la ejecución de la operación en la forma pautada, salvo que los interesados acojan las observaciones o recomendaciones formuladas por la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia, o el acto administrativo de rechazo sea anulado por decisión definitivamente firme."

Referencias bibliográficas

- ALMENDROS, ANGEL, *Los Servicios de Telecomunicaciones por Cable*, Colección Derecho de las Telecomunicaciones por Cable, Editorial La Ley-Actualidad Madrid, 2000.
- Carrasco, A. y Mendoza, A., "Interconexión y acceso a redes" en *Comentarios Generales a la Ley General de Telecomunicaciones*, Aranzadi Editorial, 1999, Pamplona España.
- D. Johnston, D. Johnston & S. Handa, *Getting Canada On Line: Understanding the Information Highway* (Toronto: Stoddart, 1995).
- ERICSSON, En línea: <http://www.ericsson.com>
en línea: Fecha vista 20 de diciembre de 2005
- EUROPEAN COMMISSION, *Green Paper on the Regulatory Implications*, COM (97) 623: *Green Paper on the Convergence of Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation Toward an Information Society Approach* (Brussels: E.C., 1997), en línea: <<http://www.ispo.cec.be/convergencegp/97623.html>>.
- I.Vogelsang & B.M. Mitchell, *Telecommunications Competition The Last Ten Miles* (Washington, D.C. AEI Press, 1997).
- Joe Weber, *CablesLabs Winter Conference 2005* En Línea: <http://www.cintel.org.co> fecha vista 19 de diciembre de 2005.
- Kiser, C.R., "Cable Provision of Telecommunications Services" (2000) 593 Pract. L. Instit. Patents, Copyrights, Trademarks & Literary Property Crse Hdbk Ser.
- LOCAL NETWORKS CONVERGENCE COMMITTEE, *Convergence Competition and Cooperation, Policy and Regulation Affecting Local Telephone and Cable Networks*, Report of the Co-chairs of the Local Networks Convergence Committee (Ottawa. Minister of Supply and Services Canada, 1992).
- Monluis, j., "The Future of Telecommunications Operator Alliances" (1998) 22 Telecom. Policy 635. Ver también J.V. Cuilenburg & P. Verhoest, "Free and Equal Access" (1998) 22 Telecom. Policy 171.
- ONO & AOKI, *supra* note 1. Ver J. Horrocks, *Telecommunications Technology*, en C.D. Long, *Telecommunications Law and Practice*, 2nd ed. (London: Sweet & Maxwell, 1995).
- Torres Nieto, Alvaro, *Telecomunicaciones y Telemática De las señales de humo a Internet*, Colección de Telecomunicaciones, Editorial Escuela Colombiana de Ingeniería, Bogotá, 1999.



Galería de papel. Katuska Angarita

La Sociedad venezolana del

Carlos Jiménez, director de Tendencias Digitales sostiene, entre navegaciones en el ciberespacio y zozobras por la estadística, que Venezuela aún requiere un gran esfuerzo educativo para aprovechar las tecnologías de Información y Comunicación en la construcción de la Sociedad del Conocimiento, masificando un consumo hasta ahora reservado a un sector moderno, aunque reducido, y generando estadísticas confiables que permitan planificar el impacto y emplear eficazmente esta tecnología (también) para el desarrollo

■ Carlos Delgado-Flores

La investigación sobre el uso social de las tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) en Venezuela tiene actualmente el estatuto de una obra en progreso, donde el predominio del enfoque cuantitativo sobre otros se debe fundamentalmente al área donde éstos se realizan: vinculados a la esfera industrial. Ello es, a todas luces, insuficiente, no sólo para poder ofrecer un estado general del progreso que tiene —o podría tener— la implantación de la Sociedad del Conocimiento en Venezuela, sino también para, a partir de diagnósticos cada vez más completos, generar insumos para la planificación de políticas públicas que realmente permitan aprovechar las prestaciones de la tecnología en el desarrollo social.

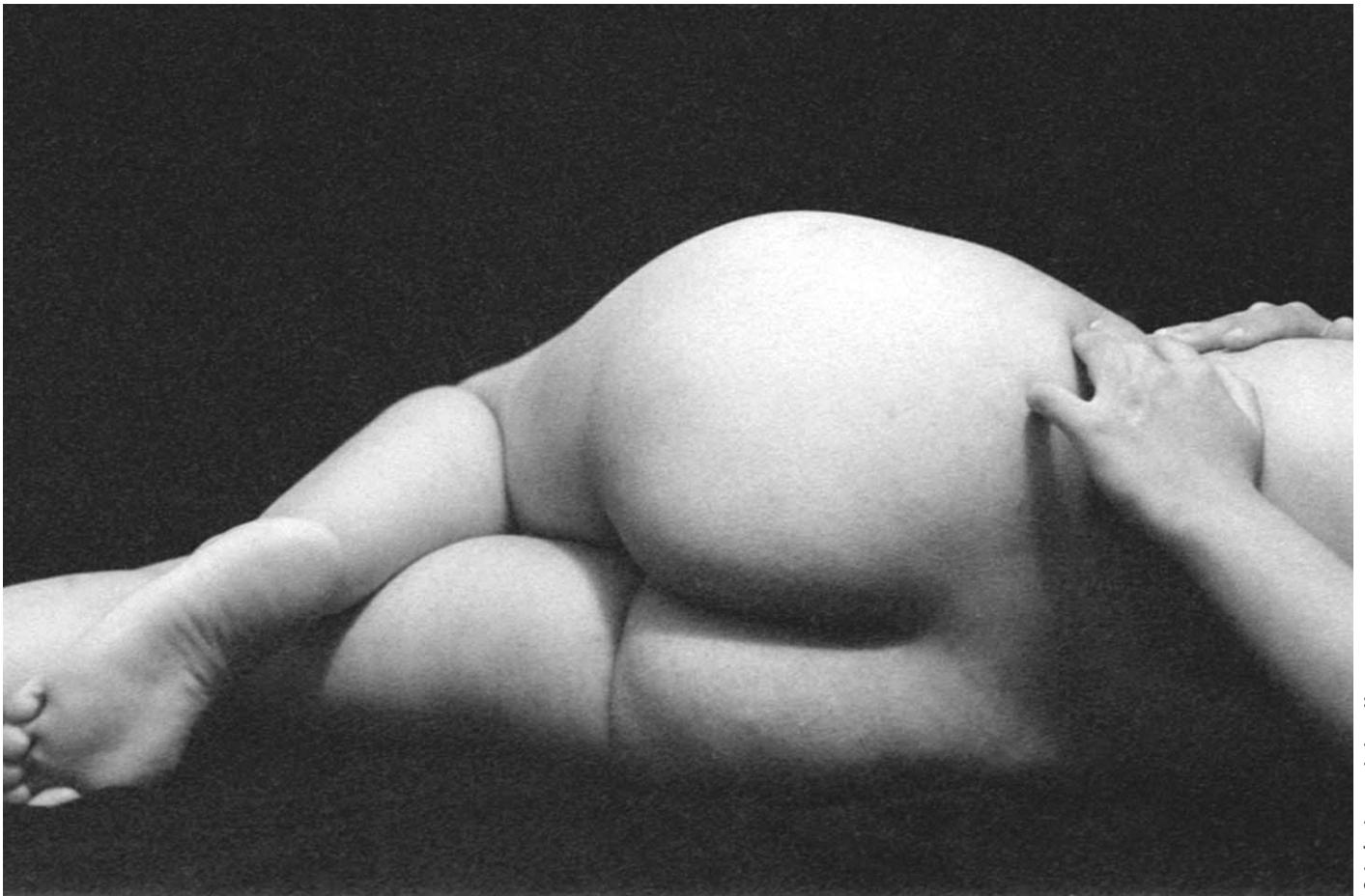
Buena parte de las investigaciones cuantitativas sobre el desarrollo de las TIC las aporta la serie de estudios *Indicadores de Penetración e Impacto de Internet en Venezuela*, que la firma encuestadora Datanálisis a través de la división de tendencias Digitales, realiza en acuerdo con la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico (CAVECOM-E). la mayoría

de estos estudios han sido realizados por Carlos Jiménez, a quien entrevistamos en esta oportunidad, para abordar algunos tópicos vinculados a los usos sociales de la tecnología, en el país.

- La línea de investigación de Tendencias Digitales sobre penetración y usos de Internet en Venezuela ha establecido algunas características actitudinales para los grupos en referencia. Sin embargo, es importante saber si estos usos y actitudes están influyendo en el conjunto general de las prácticas sociales del venezolano, de manera general, o en cuestiones algo más específicas como “uso del tiempo libre”, “sociabilidad”, “producción social del conocimiento”, “participación” (en los casos de gobierno electrónico), e-learning y e-commerce. Sobre la base de las investigaciones realizadas, ¿podría caracterizar cómo es el comportamiento del venezolano en estos aspectos?

- Intentemos analizar cada una de estas cuestiones. Comencemos por el entretenimiento.

conocimiento (versión Beta)



Galería de papel. Jean Herrera

El entretenimiento como componente del uso del tiempo libre de los venezolanos ha cambiado en los últimos años por razones del entorno. Ha experimentado cierta tendencia hacia el *indoor* (estar dentro de la casa), obviamente por un tema de seguridad. El entretenimiento venezolano por tradición era la televisión, siempre ha sido una de las actividades más fuertes, pero empezamos a ver de un tiempo cómo crecieron actividades como ir a los centros comerciales (también *indoor*), cómo crecieron las reuniones con familiares y amigos, contra salidas a la calle, bares y cosas de esas.

¿Cómo ubicas a Internet en este contexto? lo primero que surge es que, obviamente, Internet es una actividad netamente *indoor*, o es en la casa o en centros de navegación, bajo un techo. Es una actividad que se ve favorecida por este contexto. Por eso se ve que los estratos más bajos ven el cibercafé como un lugar seguro, donde se puede ir a entretenerse. Y la razón porque se considera esta función primordialmente, es por lo que arrojan los estudios. Una muestra de 1.300 personas a nivel nacional, arroja que 18 % de la población declara que se conecta a Internet para entretenerse, para diversión, y este es un porcentaje muy interesante que crece más en los hombres, la mujer le da más connotaciones vinculadas a tarea, a cuestiones de producción, el hombre es más de jugar. (Eso también es porque la tasa de escolaridad está un poco volcada hacia las mujeres). Pasa lo mismo con edad, De hecho la principal actividad que hacen los niños de 7 a 12 años en Internet, en Venezuela, es jugar.

En cuanto a la sociabilidad, Internet tiene muchísimo que decir. Para los más jóvenes, los medios electrónicos (no sólo Internet) se están convirtiendo en un elemento importante de sociabilización. Del 100% de los usuarios de Internet, adultos, prácticamente la totalidad usan el correo electrónico. Del 100% de los niños que usan Internet apenas 46% usa correo electrónico. Los niños suelen no usar el correo electrónico porque éste es del tipo que llamamos comunicaciones asincrónicas, y los niños son sincrónicos, necesitan respuesta inmediata, por ello están usando la mensajería de texto. Del 100% de niños que tienen celular, 96% usan la mensajería de texto. Además, si bien 46% usan correo electrónico, casi 100% usan la mensajería instantánea (tipo Messenger). En términos de sociabilidad las tecnologías de la información y la comunicación están

“

¿Cómo ubicas a Internet en este contexto? lo primero que surge es que, obviamente, Internet es una actividad netamente *indoor*, o es en la casa o en centros de navegación, bajo un techo. Es una actividad que se ve favorecida por este contexto. Por eso se ve que los estratos más bajos ven el cibercafé como un lugar seguro, donde se puede ir a entretenerse

”

jugando un rol muy importante, todos estos jóvenes están usando estas tecnologías para socializar: mandarse mensajes, avisando salidas, llegadas, acordando planes, programando tiempo, eso forma parte de su día a día.

- ¿Participación a nivel de gobierno electrónico?

- Muy baja. Hay unos méritos, pero con el gobierno electrónico, yo diría que ahorita estamos en una etapa como si fuera una pirámide de Maslow donde tú como gobierno electrónico lo que has logrado es que tus alcaldías y gobernaciones tengan presencia web, ese es como el primer escalón, allí es donde estamos. Pero después de allí ¿qué viene?, que la gente interactúe, que puedas pasar de E-administración a E-democracia, pero nosotros todavía estamos muy lejos de eso. Hay muy poca participación. Puede decirse que en Venezuela dos tercios de los ciudadanos manifestamos que tenemos la necesidad o hemos contactado algún ente gubernamental en los últimos tres meses y más del 75% de esos contactos son en oficinas físicas. No tenemos costumbre de usar los medios electrónicos y no digo sólo Internet: el gobierno debería tener hasta *call centers* como los bancos

- ¿E-learning?

- La penetración es muy pequeña todavía, a nivel de la población total; lo que hay son nichos, sobre todo en universidades, en empresas, corporaciones que lo utilizan para dar capacitación a sus empleados. Es muy pequeño todavía, pero con unas tremendas potencialidades y oportunidades. Tecnológicamente

¿E-commerce?

- Más o menos 10% de los usuarios de Internet realizan operaciones de comercio electrónico de B2C (*Business to Consumers*) de comprar algo. Todavía también es algo que no es muy extendido.

INTERNET DE SEGUNDA (GENERACIÓN)

- Cuando hablamos de producción social del conocimiento tenemos muchas maneras de abordarlo, por lo pronto se me ocurre Capital Social: hay una interpretación de capital social que la establece como capital social cognitivo y capital social relacional, suma de conocimiento que se maneja y relaciones (sociales) que pueden establecerse basadas en ese conocimiento. Obviamente Internet es una gran fuente de información, pero ¿cómo está impactando eso en nuestro caso, la formación de capital social?

- Eso tiene mucho que ver con lo que se habla de Internet de segunda generación. ¿Como impacta Internet a nivel cognitivo la producción social del conocimiento? Un ejemplo, a través del software libre. Hay unos desarrolladores que elaboran unos códigos de un software, que está en la Web y están compartiendo ese conocimiento con otros desarrolladores y cada vez que un desarrollador mejora esa aplicación o ese código ese conocimiento queda en la Web. Es una herramienta espectacular desde el punto de vista de desarrollo de conocimiento, de manera que todo el mundo aporte algo y eso queda en la Web. Y a nivel relacional por supuesto también es brutal porque aquí tienes los fenómenos de Internet de segunda generación. En especial los de las comunidades virtuales. ¿Cómo se forman comunidades virtuales? El mejor ejemplo que ese me ocurre a este respecto es el de los Wikis, donde tú tienes una enciclopedia virtual donde hay millones de personas escribiendo, generando contenido (sindicado).

Divido mi opinión sobre este tema en dos aspectos: el punto de vista tecnológi-

co y el del fenómeno social. En el año 2003 comenzamos a hablar de Internet de Segunda Generación, sin embargo yo me atrevería a decir que fue en el año 2005 fue cuando realmente esta explotó. El detonante fue **myspace** a nivel global. En 2006, el **youtube**. En 2003 comenzamos a hablar de eso pero eran grupos muy pequeños, en comunidades muy sofisticadas, gente de tecnología, de software. Estalla en el 2005 a nivel masivo, empezamos a tener herramientas que nos facilitan hacer cosas que antes no podíamos, tenemos más banda ancha. Actualmente, más de la mitad de los venezolanos que se conectan a Internet lo hacen por banda ancha (58%). No tiene nada de extraño entonces que a finales de este año cerremos en dos tercios.

A nivel social sí falta un poquito más, porque los venezolanos ya formamos parte de ese fenómeno social mundial. Sí estamos, pero no es un proceso masivo, es muy incipiente. ¿Qué porcentaje de usuarios están escribiendo blog? (estimaciones recientes arrojan una proporción cercana a los 3.200), o están compartiendo videos? Se trata de una proporción todavía muy pequeña.

- Vamos a enfocar un poco este punto. Los que hacen blog o los que participan en los wikis o postean un video, ¿son la misma gente? ¿Tienen a pertenecer a un grupo actitudinal específico con algunas características comunes?

- Sí, hay ciertas características, estamos ahorita en eso, identificándolas, midiéndolas. Estamos midiendo Internet de 2da generación: gente que escriba o "postee" en blogs, que haga o escuche *podcast*, que haga o ponga video. Pero te voy a decir lo que he aprendido, sí hay unas tendencias importantes. A nivel demográfico la tendencia es que hay un perfil psicográfico que favorece a lo masculino, al hombre, a los grupos etáreos más jóvenes, adoptadores tempranos de la tecnología (*early adopters*), pero después se empareja. En la medida en que el desarrollo sea más multimedia más jóvenes serán los usuarios, vale decir: más del 60% de los usuarios tienen menos de 24 años, pero de estas tecnologías, 75% tiene esa edad.

- Ya esto parece una constante cultural porque, pasaba lo mismo con los promotores de comunidades virtuales, pasaba lo mismo con los primeros hackers académicos. Parece ser tendencia común en lo tecnológico, pero en términos sociales pareciera ser esta gente

“

Si tú quisieras que la sociedad del conocimiento en Venezuela tuviera un desarrollo importante eso tendría que ir de la mano más que del crecimiento del PIB, de la mano del crecimiento de la educación, en la medida en que tengas más gente estudiando va a haber más gente en contacto con la tecnología

”

la más permeable al cambio tecnológico. Lo que eso y la ley de Moore son al parecer, constantes. La otra cosa es que sigue siendo una minoría, aunque con valores modernos

- Donde el denominador no es socioeconómico sino educativo.

VERSIÓN PROPIA: LA PROPIA VERSIÓN

- ¿Que haría falta en Venezuela para gestar nuestra propia sociedad del conocimiento?

- Básicamente es un tema de educación. Esto no es un tema económico. Tú puedes navegar una hora en un cibercafé por lo que te cuesta una lata de refresco. Uno preguntaba a la gente que no usa Internet por qué no la usa y respondían "porque no sé cómo, ¿para qué me va a servir?", no tengo tiempo", razones que no son realmente económicas. Si tú quisieras que la sociedad del conocimiento en Venezuela tuviera un desarrollo importante eso tendría que ir de la mano más que del crecimiento del PIB, de la mano del crecimiento de la educación, en la medida en que tengas más gente estudiando va a haber más gente en contacto con la tecnología. Educación tecnológica e inversión en el aprendizaje del idioma inglés, que es el idioma de la globalización. Lamenta-

blemente, en Venezuela no estamos apuntando en ninguna de las dos cosas, y yo creo que si quisiéramos que hubiera una expansión masiva de la Sociedad del Conocimiento en Venezuela habría que generar políticas informativas que apuntaran a eso.

Otro elemento importante, el gobierno electrónico. En la medida en que éste se desarrolle, también tiene un efecto multiplicador sobre la Sociedad del Conocimiento. La parte económica algo influye, pero la parte educativa y el efecto multiplicador que puede tener el gobierno electrónico como las grandes corporaciones, es enorme.

- Uno no se explica cómo con la política de infocentros no hay una política de teletrabajo. Sé de una comunidad en India que vive de digitalizar las historias del Chicago Memorial. Y con tanto archivo que hay que digitalizar en este país...

- A mí me preocupa la política con los infocentros, porque con tantos problemas que hay que atender, tener que gestionar 450 lugares de conexión, mientras que en la realidad hay más de 5 mil cibercafé privados... Además está el estudio que hizo el CNTI junto con IDC para evaluar los infocentros, que arroja la preferencia del público por los cibercafé. Y no es un tema económico, insisto, es que en el cibercafé hay un dueño que le duele su negocio y que se ocupa de darle calidad a su servicio, mientras que en el infocentro, hay recursos limitados, hay una cola...

- Un tiempo de conexión de 30 minutos, gratis, con una velocidad de conexión similar a la de un dial up

- Si yo fuera el Estado, lo primero que haría es decir: "no sé si estoy seguro de tener 450 infocentros, teniendo ya un parque de más de 5 mil cibercafé. En vez de llegar a un acuerdo con ellos".

- Que se informaticen las escuelas

- Sí, que no haya ninguna escuela en el país que no tenga por lo menos un laboratorio de informática con acceso a la Internet. Y ciertos programas educativos más allá de las escuelas. En Estados Unidos tú te metes en la página de la Federal Trade Comisión, que sería como el Procompetencia nuestro, ellos tienen un instructivo frente al spam. En Venezuela habría que tener políticas para eso.

Pero lo resaltante es una política educativa masiva: que la gente sepa qué es Internet, que la gente sepa como puede utilizar Internet para cosas como por

ejemplo tramitar un cupo en dólares. La demostración de que sí se puede son los teléfonos celulares. Este año, la penetración de los teléfonos celulares es de 70%, casi 18 millones de personas con un celular. Venezuela tiene 43% de la población en el estrato E, más pobre, pues de los celulares, 33% están en este estrato. Y así como penetró el celular puede penetrar la Internet, lo que pasa es que hay que congeniar dos cosas, la necesidad y oportunidad, (tiene que tener un uso para algo, una motivación) y por la otra tienes que tener el *know how*, cómo hacer.

En esta cifra, de este 70%, ¿cuántos son usuarios de mensajería de texto?

Más del 90%. Eso fue una revolución, pero es que allí se congenian las dos cosas, necesidad y motivación. Ello llevó a la gente a aprender a usarlo.

Y de allí vamos a la producción social del conocimiento. Eso significa que el fenómeno que se venía detectando que era la modernización vía oralidad secundaria –oral audiovisual, formación vía consumo televisivo- está siendo compensando con un ejercicio que es ilustrado, que es el de la lectoescritura. Si tomamos en consideración de que en este país hay teóricamente 8 millones de analfabetas funcionales, se supone que el uso masivo de la mensajería de texto, debería revertir los índices de analfabetismo funcional.

Es verdad. Otro fenómeno que yo creo que va a ayudar es por ejemplo, ahorita, la iniciativa de El Nacional de **Primera Página**, un periódico gratis.

¿El mercadeo de esto va en la lógica del auge de la mensajería de texto?

- A mi juicio tiene que ver porque lo que tú dijiste ahorita y porque estamos hablando de capacidades. Hay dos corrientes aquí. La tecnológica: así como tengo en una mano un celular en la otra tengo un periódico, yo que no leía periódicos, estoy leyendo unas noticias, unos temas de interés y la de la práctica social. En la medida en que me acostumbro a leer ese periódico en las mañanas, y a mandar mensajes de texto, estoy desarrollando dos habilidades que son las de informarme, leer e interpretar información y la de utilizar una tecnología para algo. Yo creo que eso abona el terreno a Internet.

Uno de los grandes riesgos en Internet es que no lo veamos como vemos el mundo real. Hay que verlo como el mundo real. Primero aprender a caminar para luego correr; explorar, meter páginas en fa-

voritos. Un acercamiento al mundo por tí mismo, caer, levantarte, etc. Tiene que haber políticas públicas que se ubiquen en la racionalidad del ser humano y en lo que el ser humano va a hacer en términos normales, para aproximarse a esta tecnología. Que los muchachos que están aprendiendo a usar el lápiz también usen el mouse. Yo diría que eso sería una política de estado importantísima, que no haya muchachos que estén estudiando que no sepan lo que es un mouse, eso es importante.

Dentro de la pirámide de Maslow nosotros tenemos todavía mucho qué hacer en lo básico, en términos de alfabetización tecnológica. Lo demás yo creo que va a venir solo, teniendo mano de obra capacitada en el uso de esta tecnología comenzarán a aparecer las oportunidades de negocio, las oportunidades de trabajo, pero lo primero que tienes que tener es esa masa.

ESTADÍSTICAS NO HAY

¿Cuánto impacta la Convergencia Tecnológica en términos de PIB?

- Ni idea

¿El comercio electrónico?

- Muy poquito, menos del 1% del PIB. El año pasado estimamos 132 millones de dólares en operaciones B2C (compras de particulares), 10% del total de comercio y a nivel de B2B (Business to Business) estamos hablando de 1.100 millones aprox.

- Siempre nos va a dar un subregistro, porque no estamos estimando otro tipo de contribuciones como las externalidades o el costo social.

- Y aquí no estamos estimando otras operaciones como el P2P (*Peer to Peer*). Está subestimado, pero aquí está el grueso.

- ¿Qué tendríamos que hacer para llegar a unos indicadores más confiables del aporte de las TIC al PIB?

- Lo primero que tendríamos que tener es estadísticas públicas confiables. Si tú te tomas como prioridad las TIC como habilitadores del desarrollo, lo primero que tendrías que hacer, como Estado, es generar un sistema de indicadores que me permita medir eso. ¿Qué estadísticas oficiales hay? solamente las de CONATEL, las de telefonía, pero es muy poco. Lo primero, antes de que se haga nada, es un sistema de cuentas que

permita monitorear; porque, cualquier cosa que hagas, si tú no tienes claro el peso que tiene ¿cómo vas a medir el impacto? Aquí esto es muy pequeño. Te puedo decir, sin ir muy lejos, que el mercado del embutido en Venezuela es de 500 millones de dólares

- El mercado de franquicias, que ya llega a un 8% del PIB, y que es contemporáneo con la penetración de Internet, más o menos desde 1995.

- Correcto, pero a las TIC le hacen falta estadísticas confiables. Por ahí se empieza.

Perfil

Carlos Jiménez es economista egresado de la Universidad Católica Andrés Bello (1990) con una Maestría en Administración de Empresas en el Instituto de Estudios Superiores de Administración IESA (2000) y una Maestría en Economía en la Universidad Central de Venezuela (1996). Igualmente, ha realizado estudios en la Escuela de Organización Industrial de Madrid (1992) y en Goizueta Business School en la Universidad de Emory, Atlanta (1999). Desde el año 2000 es profesor invitado de Inteligencia Competitiva e Investigación en Mercados en el IESA y fue profesor en la Universidad Metropolitana durante el período 1992-1997, dictando las cátedras de Organización Industrial, Análisis de Mercados e Inteligencia Competitiva. En la actualidad se desempeña como Socio Director de Datanalysis, posición que ocupa desde 1992, especializándose en temas relacionados con la investigación de mercados y el mercadeo. Igualmente es Presidente de Tendenciasdigitales.com, empresa especializada en investigación de mercados on line y análisis de los mercados digitales. Es Vicepresidente de la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico [Cavecom-e] y Presidente del Comité de Comercio Electrónico de la Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industria (Venamcham)

CUADRO 1.
USUARIOS DE INTERNET EN VENEZUELA

Año	Total	Penetración (%)
1998	207.000,00	0,85
1999	526.000,00	2,18
2000	852.000,00	3,46
2001	1.200.000,00	4,78
2002	1.585.000,00	6,31
2003	1.365.000,00	5,43
2004	2.200.000,00	7,07
2005	3.100.000,00	11,66

Fuente: Tendencias digitales (2006)

CUADRO 2.
PERFIL DE USUARIOS DE INTERNET EN VENEZUELA 2006 (RESUMEN)

	%	TENDENCIAS
GÉNERO		
Masculino	55,00	
Femenino	45,00	
EDAD		
12 y 17	31,00	
18 y 24	30,00	
25 y 34	23,00	
35 y 49	16,00	
50 y más	1,00	
NIVEL DE INSTRUCCIÓN		
Secundaria	37,00	
Superior	62,00	
ESTRATO SOCIOECONÓMICO		
AB	9,00	
C	25,00	
D	38,00	
E	28,00	
LUGAR DE ACCESO		
Cibercafés y Centros de Comunicación	65,00	Predominio DE, < 24 años
Hogares	18,00	Predominio ABC, > 35 años, Educación Superior
Empresas	13,00	Predominio ABC 25 - 49 años, Educación Superior
Centros de Estudio	7,00	Educación Superior, < 24 años
Infocentros	4,00	25 - 34 años, predominio E, femenino.
USOS		
Búsqueda de información para los estudios	57,30	Mayor en mujeres y 18-24 años
Enviar y recibir correos	46,70	
Mensajería instantánea y chat	42,70	Mayor en hombres, 18-24 años y secundaria
Búsqueda de información para el trabajo	18,30	
Pasatiempos	17,70	Menor en estrato E
Descargas	14,70	Mayor en hombres
Búsqueda de empleo		Mayor en mujeres y 35-49 años
Operaciones bancarias	3,00	
Comercio electrónico	3,00	
FRECUENCIA DE NAVEGACIÓN		
Más de tres veces al día	10,00	
Una o dos veces al día	13,00	Usuarios Heavy
Tres a cinco veces por semana	21,00	
Una a dos veces por semana	35,00	Usuarios Medium
Una vez cada dos semanas	11,00	
Una vez cada tres semanas	3,00	
Una vez al mes	4,00	Usuarios Light

Fuente: indicadores de penetración y uso de Internet en Venezuela. Carlos Jiménez.
Tendencias Digitales (2006)

Murió la periodista italiana *Oriana Fallaci*

Tení 77 años y sufría de cáncer de mamas. Se hizo famosa por sus entrevistas a líderes de todo el mundo, especialmente de países árabes. También publicó libros como “*La rabia y el orgullo*” y “*La fuerza de la razón*”, que suscitaron una enorme polémica por sus alegatos contra el fundamentalismo y el Islam

Periodista precoz, comenzó a los 16 años en un periódico de Florencia, y famosa por sus **entrevistas a líderes políticos**, entre ellos el disidente de la dictadura griega Alekos Panagulis, con el que vivió una historia de amor.

Su estilo agresivo la hizo destacar como reportera de guerra en Vietnam, primero; y, más tarde, en Medio Oriente. Fue tan conocida, que las cintas de las entrevistas donde puso contra las cuerdas a los personajes más grandes del mundo -Gaddafi, Kissinger, Van Thieu, Jomeini y el jefe de la CIA William Colby, entre otros- se conservan en un ambiente climatizado de la biblioteca de Boston.

El cáncer atacó a Fallaci en invierno de 1991 pero no quiso interrumpir la traducción de su libro *Inshallah*, rodeado de polémica, que sería sólo el prelude de las que generó *La rabia y el orgullo*, basado en un artículo que publicó tras los atentados del 11 de septiembre en Estados Unidos.

A *La rabia y el orgullo*, siguieron *La Fuerza de la Razón*, tras los atentados de Madrid del 11 de marzo de 2004, y *Oriana Fallaci entrevista a Oriana Fallaci*.

En *La fuerza de la razón*, la periodista advertía “de las aviesas intenciones del Islam” y dedicaba capítulos a cuestiones como los peligros del pacifismo, al derecho de voto de los extranjeros, la matanza de soldados italianos en Nasiriyah o el Cristianismo.



Fallaci sacó a la venta agosto de 2004 un libro, titulado *Oriana Fallaci entrevista a Oriana Fallaci*, en el que analizaba el “cáncer moral que devora a Occidente” y su propia enfermedad.

En aquel libro escribió que le acechaba la muerte y que tenía “algún anticuerpo en el cerebro, pero no mucho tiempo que vivir y sí muchas cosas todavía por contar”.

Aseguraba que no tenía miedo a la muerte y que lo que sentía era “una especie de melancolía. Me desagrada morir, sí, porque la vida es bella, incluso cuando es fea”.

Obras

1962 — *Penelope alla guerra (Penélope en la guerra)*, Barcelona, Noguer y Caralt Editores)

1969 — *Niente e così sia*

1974 — *Intervista con la storia (Entrevistas con la historia)*, Barcelona, Noguer y Caralt Editores, 1986)

1975 — *Lettera a un bambino mai nato (Carta a un niño que nunca nació)*, Barcelona, Noguer y Caralt Editores, 1990)

1979 — *Un uomo (Un hombre)*, Barcelona, Noguer y Caralt Editores, 1984).

1990 — *Insciallah*.

2001 — *La rabbia e l'orgoglio (La rabia y el orgullo)*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2002).

2004 — *La forza della ragione (La fuerza de la razón)*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2004). Se apunta a la tesis de Eurabia y acusa a la izquierda europea de ser “antioccidental”. Es una secuela de *La rabia y el orgullo*.

2005 — *Oriana Fallaci intervista sè stessa - L'Apocalisse (Oriana Fallaci se entrevista a sí misma - El Apocalipsis)*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2005). Hubo una primera edición en 2004, que no incluía el largo epílogo «El Apocalipsis», con el título *Oriana Fallaci intervista Oriana Fallaci*.

Véase también

de Jorge Halperín: *La entrevista periodística*, ediciones PAIDOS (1995) ISBN 950-12-2701-4

Clarín y otras fuentes: 15-09-2006

Las voces globales de ciudadanos reporteros

www.globalvoicesonline.org

Un proyecto de la Universidad de Harvard ha tenido eco alrededor del planeta a través de Internet. Global Voices se articula en medio de esa gran conversación mundial que está dispersa en los weblogs, o páginas personales, de ciudadanos en todo el mundo.

La idea de un grupo de bloggers que querían utilizar la gran telaraña para promover el diálogo entre distintas culturas, está hoy cristalizada en una red de más de 100 reporteros en todo el mundo que se encargan de publicar en inglés (el idioma mayoritario de la web) un compendio tipo artículos con los acontecimientos de sus respectivos países y las conversaciones que éstos han generado en las blogósferas nacionales.

De esa forma se multiplican las voces y se escuchan distintas versiones. Actualmente la mayor cantidad de artículos, lecturas y visitas son las referidas a China. Y conforme ocurren cosas en cada país que tengan repercusión mundial, se mueven los intereses de los lectores de otras latitudes.

Reciben cada día más de 25 mil visitas únicas. Con su slogan “El mundo está hablando, ¿estás tú escuchando?” buscan mostrar la cotidianidad de los ciudadanos y no las versiones periodísticas que podría hacer un reportero para un medio de comunicación tradicional. Estas fuentes alternativas se aprovechan del nuevo estilo de consumo informativo, en el que un lector enciende su computador y simplemente busca aquellos contenidos que le interesan, y no el modelo anterior en el que se esperaba a que un medio decidiera qué era noticia, qué no y cómo se contaba.

La riqueza de la pluralidad se nutre además del carácter interactivo de los blogs. Cada artículo puede generar a su vez una conversación en la que otros lectores complementen las notas. En lugar de presenciar guerras de versiones (como las páginas en inglés sobre Venezuela, casi todas propagandistas y tendenciosas), se invita al diálogo y al reconocimiento de otras perspectivas. Apunta David Sasaki, politólogo y editor para Latinoamérica de GV, “nosotros ofrecemos las opiniones, historias y vidas diarias de individuos que viven allí”. Así, al mostrar las discusiones del mundo, al cifrar sentimientos en palabras y bits para aprovechar la inmediatez de la red, el mundo sigue hablando, consigo mismo, tratando de escucharse.

Luis Carlos Díaz

Meme: La proliferación del virus cultural Yasuri Yamileth

El etólogo Richard Dawkins explicó en 1976 que los memes se tratan de unidades de información que son parte de procesos de replicación cultural. De esa forma, en el medio social o en ecosistemas comunicacionales, las modas, hábitos, gestos, palabras y signos se infiltran de una persona a otra(s). Éstas se replican, se difunden e imitan emulando el proceso biológico de los genes, pero referido a fenómenos sociales y psicológicos. El meme es un fenómeno público que se integra al entramado de relaciones intersubjetivas porque juega a su misma velocidad.

Nunca se sabrá quién fue el primero en usar una gorra al revés, utilizar una rueda, o colocarse pendientes en las orejas, pero el signo fue imitado por tendencia o necesidad. Los memes también se caracterizan con dos elementos: pugnan por ser atendidos, y logran su cometido cuando son nuevamente replicados. Algunos se consagran cuando son recordados.

Jordi Cortés Morató apunta que una vez en el cerebro, "engendran un amplio abanico de copias que subsisten en diversos medios". Así, el fenómeno se ha propagado todas las plataformas de intercambio de información, y en Internet consiguió refugio gracias a tres características claves de la red: la inmediatez, la masificación y cierto anonimato.

Las viejas esquelas que se antojaban cadenas de mensajes cuyo flujo no debía ser interrumpido so pena de castigo divino, hoy constituyen la delicia del ocio electrónico en formato de e-mail multimedia o mensaje de celular. Incluso salta las barreras idiomáticas y geográficas con una facilidad nunca antes presenciada.

De esa misma forma, en youtube.com, el directorio de videos caseros subidos por usuarios de todo el mundo de forma gratuita, ha acogido una serie de memes. Entre las millones de visitas diarias y una gigantesca base de datos de videos públicos, podemos encontrar, vendiendo la polución informativa o fomentándola, cómo se utilizan las nuevas tecnologías de fácil acceso para la replicación de signos culturales.

El video de bajísimo presupuesto de la cantante panameña, Yasuri Yamileth, constituyó un boom en Internet que generó en su primera semana miles de visualizaciones y al menos 5 réplicas. Es decir, un grupo de usuarios encendía su webcam, colocaba la melodía repetitiva y pegajosa de Yasuri Yamileth, bailaba y colgaba en la red su propio videoclip sin salir de

su casa. La semana siguiente había 30 videos de este estilo y un mes después superaban los 200 ¡ venezolanos, la mayoría de ellos!

Qué operó en ese proceso de difusión del video, meme y la idiosincrasia criolla, seguirá siendo un misterio. Sin embargo, Yasuri Yamileth fue un fenómeno generado desde la web que pronto copó sus espacios y saltó a otros medios "analógicos" para ocupar portadas de diarios, entrevistas televisivas y reproducciones hasta la saciedad en locales nocturnos. Todo esto sin que se invirtiera un bolívar o un dólar de una disquera, una productora o una empresa de marketing.

Fenómeno parecido, pero aderezado de política, lo constituyó Édgar, un chico mexicano al que se le veía caer a un río en un corto video casero. La grabación de la maldad infantil, que mostraba a un primo mayor moviendo el tronco que Édgar pasaba y los gritos desesperados de éste, generó no sólo millones de sonrisas, sino más de 150 videos que recreaban de distintas formas la caída. Desde animaciones al estilo Chaplin con títulos y banda sonora característica, hasta videomontajes en los que el futbolista Zinedine Zidane lo empujaba de un cabezazo, o un jedi con sable láser hacía de las suyas, sirvieron para recrearse en el gusto sádico y risible de ver a un chico mojarse tras su llantouplicante.

El boom no hubiese sido reseñado aquí de no ser porque el fenómeno Edgar cautivó a otros ciudadanos que estaban cansados de la intensa polarización en la oferta política de las elecciones mexicanas y que promovieron la candidatura simbólica del chico-víctima a la presidencia de la República. Con el slogan "no debes caer a Edgar", crearon una página web, franclas, afiches y otros materiales que impulsaban a un candidato cuya inocencia "es la viva imagen de los mexicanos". La invitación indicaba que "Edgar simplemente no tiene corazón para hacerle daño al pueblo". Fue una protesta cívica y satírica poco antes de las reñidas elecciones del 3 de julio.

De esa forma, si gusta, recorte este artículo, fotocópielo o reenvíelo por e-mail o podrá ser víctima de un accidente. Un lector de Charallave no lo hizo y se quedó calvo poco antes de que su suegra fuese a vivir con él.

Luis Carlos Díaz

Noviembre es el mes nacional del libro

FILVEN 2006

La cita editorial venezolana en su segunda edición



Con la participación de grupos culturales, colectivos, organizaciones sociales y consejos comunales de todo el país, y una variada programación literaria y profesional, se realizó en diversas ciudades del país el pasado noviembre, la segunda edición de la Feria Internacional del Libro de Venezuela, teniendo a Cuba como país invitado de honor y al poeta trujillano Ramón Palomares, Premio Nacional de Literatura Mención Poesía 1974 y Premio Internacional de Poesía Víctor Valera Mora, 2006, como invitado especial.

Fue propicia ocasión para dar a conocer los alcances de la política pública editorial del estado venezolano, su inserción en la promoción de la lectura por la vía principal de la dotación bibliográfica, a través de la Plataforma del libro, así como para discutir diversos aspectos de la producción editorial: alternativas para la producción social editorial (cogestión), mercadeo de editoriales alternativas, agencia literaria, redes de escritores, implicaciones legales del derecho de autor y la propiedad intelectual, la reforma del ISBN (el nuevo número de 13 dígitos). Por otra parte se abordaron temáticas sensibles a la producción editorial como parte de la cultura ilustrada tales como la edición en lenguas indígenas, la incidencia de los aspectos formales de la edición en el contenido ideológico del libro, entre otros asuntos.

Entre otros invitados internacionales estuvieron presentes, por Argentina Jorge Bocanegra; por Brasil, Thiago de Mello; por Cuba Miguel Barnet Lanza, Luis Álvarez Álvarez, Teresa Melo Rodríguez, Raúl Rodríguez La O, Aida Bahr Valcárcel, Ana María Valenzuela, Vasily Mendoza, Pedro de la Hoz, Gerardo Alfonso, Luis Suárez, Bladimir Zamora, Enrique Ubieta y Fabián Escalante Font; por Chile: Raul Zurita y Roberto Brodsky; Por España Juan Carlos Monedero, Juan Madrid y Francisco Fernández Buey; y por México Paco Ignacio Taibo II.

En el marco de la FILVEN 2006 se realizó también el Segundo Salón de Derecho de autor, el cual reunió a pequeños editores y agentes literarios de Alemania, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, España, Francia, Guatemala, India, México, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, los cuales intercambiaron derechos de edición y distribución.

Sicarios asesinan a periodista

El Cuerpo de Investigaciones Científicas Penales y Criminalísticas (CICPC) no descartó que el asesinato del periodista Jesús Flores Rojas, ocurrido el pasado 23 de agosto, a manos de sicarios, haya estado relacionado con su labor periodística en El Tigre, estado Anzoátegui.

El comisario José Rivero Alfonso, jefe de la sub delegación del CICPC en El Tigre, confirmó que en el marco de la investigación policial se incluyó la revisión de las columnas de Flores Rojas, para determinar si su trabajo periodístico se relaciona con el asesinato. Para la policía, quedó claro que se trataba de un asesinato por encargo debido a que el hombre que disparó contra el periodista, de 66 años, no robó nada y actuó directamente para vaciar su arma contra el rostro de la víctima. Una hija de Flores Rojas presenció el homicidio. Un total de ocho disparos recibió en su rostro el comunicador, egresado de la Universidad Católica Andrés Bello.

Flores Rojas esperaba que se abriera la puerta del garaje de su vivienda, en El Tigre, en el oriente de Venezuela, cuando un sujeto se acercó hasta la ventanilla del vehículo y lo abaleó. El homicida huyó en un auto que lo esperaba a pocos metros. El periodista se desempeñaba como coordinador de la corresponsalía del Diario "Región" en El Tigre y había trabajado como columnista de otros medios impresos de la zona. De acuerdo con el testimonio de periodistas, el fallecido gozaba de alta estima.

De acuerdo con la familia del periodista, éste no había recibido amenazas de muerte. Flores Rojas, en sus artículos de opinión, era un consistente crítico de la corrupción pública con señalamientos a alcaldías de la zona.

Por su parte, el gobernador del estado Anzoátegui, Tarek William Saab, publicó en la prensa nacional un aviso pagado para lamentar la muerte del periodista, a quien definió como "excelente periodista y luchador social, comprometido con la veracidad informativa".

Pocos días después, el 29 de agosto, en una rueda de prensa, el comisario del CICPC, Lisandro Zapata anunció que los presuntos sicarios fueron encontrados muertos luego de enfrentamiento en la calle dos del barrio San Antonio, en El Tigre. Ambos eran hermanos y uno de ellos, Julio César Torres Pilto, de 25 años de edad, estaba escapado de la cárcel El Dorado.

Julio César Torres era conocido como El Sicario y junto a su hermano Luis Alberto, El Peluca, integraban una banda denominada Los Sanguinarios que opera en la región oriental del país. Zapata dijo que se están adelantando las investigaciones y que sospechan, en cuanto a la autoría intelectual, de funcionarios públicos.

Andrés Cañizález

Matan en América a 13 periodistas

Entre julio y septiembre fueron asesinados trece trabajadores de la prensa en siete países americanos constatándose así una cifra superior a las nueve víctimas que hubo en el primer semestre de 2006 según las estadísticas elaboradas por la Comisión Investigadora de Atentados a Periodistas (CIAP), adscrita a la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP).

El locutor radial colombiano, Milton Fabián Sánchez, de 37 años, fue tiroteado el 9/8/06 en la localidad de Yumbo, y su compatriota y también periodista radial, Atilano Pérez Barrios, fue muerto con el mismo método criminal en Cartagena el 22/8/06. En ambos casos se supone venganzas por las denuncias sobre corrupción.

En El Salvador, mataron el 28/8/06 a Douglas Hernández, de 26 años y corresponsal del diario **La Prensa Gráfica**. Investigaba en el pueblo El Congo y al parecer fue víctima de un fuego cruzado entre policías y delincuentes.

El ocho de agosto/06, en Guyana murieron cinco empleados del diario **Kaieteur News** en una balacera provocada en la sede el órgano informativo a cargo de pistoleros no identificados. Los caídos: Richard Stewart, Chetram Pergaud, Elion Wegman, Mark Mikoo, y Shazim Mohamed.

Eduardo Maaz, informador radial guatemalteco, falleció por cinco disparos el 10 de septiembre/06 en el poblado de Cobán. Era corresponsal de **Radio Punto** y su probable ejecutor, Orlando Vázquez fue apresado 48 horas después del crimen.

En República Dominicana hubo en el último trimestre dos homicidios de gente de prensa: Domingo Disla Florentino, abogado y periodista fue acorralado en agosto pasado en Boca Chica, y Facundo Lavatta, corresponsal de **Radio Comercial** fue tiroteado el 25 de septiembre. En sus funerales, lo despidió Mercedes Castillo, presidenta del Colegio Dominicano de Periodistas.

En México, el nueve de agosto/06 fue encontrado el cadáver de Enrique Perea Quintanilla quien era director de la revista **Dos Caras, Una Verdad**. El cuerpo, con señales de tortura fue ubicado en la carretera Chihuahua-Aldama. Sugestivamente, Perea investigaba asesinatos no resueltos por la policía.

Jesús Flores Rojas, periodista venezolano fue muerto a tiros el 23/8/06 en la ciudad de El Tigre.

A propósito de la permanente desprotección en las tareas informativas, la Relatoría para la Libertad de Expresión de la OEA, afirmó en agosto anterior que la mayor cantidad de asesinatos de periodistas en los últimos diez años se ha producido en Colombia, México y Brasil. Al tenor de esa Relatoría, algunas cifras: Colombia, 83; Brasil, 24 y México, 24.

ATENTADOS

El 12 de agosto/06 fueron secuestrados en Sao Paulo, Brasil, el periodista Guillermo Azevedo

Portanova y el auxiliar técnico, Alexandre Coelho Catado, ambos empleados de la estación televisiva **TV Globo**. El objetivo fue un singular chantaje de la entidad conocida como "Primer Comando de la Capital" (PCC) que, a cambio de liberar a los secuestrados, exigió la exhibición de un video de condena hacia las condiciones inhumanas en las cárceles brasileñas.

Coelho fue liberado con la misión de entregar el video que finalmente fue transmitido cumpliéndose así el requisito para lograr la liberación de Azevedo.

Mercedes Castillo, dirigente máxima del Colegio de Periodistas y Olivo de León, secretario general del Sindicato Nacional de Periodistas, en acción conjunta condenaron la seguidilla de agresiones contra los periodistas en la República Dominicana. Los ataques al gremio incluyen amenazas de muerte, agresión física e interrogatorios abusivos, señalaron. Agrega la denuncia que los agresores son mayormente narcotraficantes, pandilleros, escoltas de altas personalidades, policías y militares.

El uno de septiembre/06, una granada estalló al interior del periódico **Esto**, de Mérida, informó Teodoro Rentaría Villa, Secretario de "Protección al Periodista". En agosto 22/06 fue tiroteada la sede de Radio Universidad de Oaxaca.

La Federación de Asociaciones de Periodistas Mexicanos (Fapermex) y Teodoro Rentaría Arróyave, vicepresidente mexicano de Felap, informaron sobre la creación en las Cámaras de Senadores y Diputados de sendas comisiones que darán seguimiento a los atentados a periodistas.

La Felap repudió "la violencia desatada en estos días en Puerto Rico contra varios periodistas por su desempeño profesional" apunta una declaración emitida el cuatro de septiembre último firmada por el presidente, Juan Carlos Camaño y Nelson del Castillo, secretario general adjunto. Finalmente, otro atentado, pero esta vez a la ética profesional. El 9/9/06 el diario conservador **El Mercurio** (Santiago, Chile) escribió: "Al menos 10 influyentes periodistas que trabajaban en Florida cubriendo noticias sobre Cuba recibieron miles de dólares de parte del gobierno de Estados Unidos, por trabajar en emisiones de radio y televisión contra el régimen de Fidel Castro. La información fue revelada por el diario "The Miami Herald" cuyo grupo periodístico también publica "El Nuevo Herald" (sic) Para complementar la noticia agreguemos: diez de los sobornados fueron despedidos de aquel Herald en español.

La directiva de CIAP está integrada por: Hernán Uribe, presidente (Chile); Ernesto Carmona, Secretario Ejecutivo (Chile); José Dos Santos, Director Ejecutivo (Cuba), José Antonio Calcáneo, Subdirector Ejecutivo (México).

Fuente: Servicio Informativo **Alai-amlatina**. <http://alainet.org>

El Momento Bollywood

En paralelo, muy pocos se atreven a remar contra la corriente. Al mismo tiempo, la generación crítica del pasado termina por zambullirse en el mar de la felicidad. Su silencio acompaña el concierto hueco de la generación Tocar y Luchar, cuyos representantes hacen música para los oídos del tren ministerial del CNAC. El clima general es de conformismo, sumisión y adocenamiento, porque casi nadie quiere ser excluido de la Villa del Cine y sus grandes repartos.

Con un tono de celebración publicitaria en son de propaganda hojillera, la flamante Agencia Bolivariana de Noticias tiene el agrado de informar: "La producción nacional cinematográfica cerrará el presente año con el estreno de 15 películas, lo cual representa un incremento de 375% en comparación con los cuatro filmes venezolanos estrenados en 2005". Cualquier parecido con el boom saudita del cine nacional de los ochenta, no es mera coincidencia.

Treinta años después, regresamos al mismo punto de no retorno, el dramático estallido del populismo audiovisual a paso de vencedores demagógicos de diversa especie.

Los hay decimónicos, "retroprogres", anacrónicos y revolucionarios como Miranda, versión *soft-core* a cargo del realizador de la Libertadora del Libertador. Puro culto a la personalidad, bajo la pluma telenovela de Leonardo Padrón y el empaque de Xica Da Silva. De tal modo, nuestro séptimo arte vuelve a sellar un pacto por conveniencia con la imaginaria de la pantalla chica, para beneficiarse de sus altos índices de audiencia.

Así, el discurso oficial adopta la puesta en escena de la dádiva mediática, en pro de conquistar espectadores y potenciales electores. No en balde, el estreno de *Miranda* coincidió con el inicio de la denominada "Batalla de Miranda". Por cierto, ambas superproducciones contaron con el papel secundario de Tarek William Saab, así como *El Caracazo* de Chalbaud reclutó al diputado Pedro Lander para incorporar a un militar de buen corazón, alter ego del Teniente Coronel, quien curiosamente cerraba la película con una sintomática arenga cuartelera, sobre el futuro promisorio de la nación tras el 27 febrero, todo en primer plano y de frente a un batallón pasivo, como en las cadenas.

Pero todavía hay más buenas nuevas del gusto de Mario Silva. Según *El Nacional*, La Villa del Cine "tendrá 24,3 millardos" para repartir en el 2006. Con razón, nadie dice nada y todos están de lo más contentos con el orden establecido. Para rematar, la directora de la *Cinecitta* de Farruco Sesto, anuncia: "el primer proyecto es una teleserie sobre la vida de Francisco de Miranda, dirigida por Luís Alberto

Entre la euforia y el mito, el cine nacional de los últimos dos años, es un espejo de nuestro propio espejismo como quinta república. El país nada en petrodólares mientras la mayoría de los cineastas surfean a favor de la marea negra. Es el verano sin fin a la Bollywood way, no por Bombay, naturalmente, sino por Bolívar

■ Sergio Monsalve

Lamata. Actualmente se encuentra en posproducción un documental sobre el petróleo y pronto comenzará el proyecto de una teleserie sobre Ezequiel Zamora y un documental sobre los desaparecidos en Venezuela".

Vale acotar, sobre los desaparecidos en Venezuela durante la Cuarta República. No se puede esperar menos de Lorena Almarza, la presidenta de la Villa y ex directora del despacho de medios audiovisuales del CONAC, desde donde contribuyó a censurar, precisamente, a un "documental sobre el petróleo". Me refiero al caso de **Nuestro petróleo y otros cuentos**.

En cuanto a la biografía del prócer de la guerra civil del siglo XIX, sólo queda por desnudar el auténtico trasfondo de semejante empresa. Esto es, contribuir al rescate de la Venezuela Heroica, autorizada y legitimada por el MINCI. Por lo demás, se cae de maduro el parentesco con el rebrote chauvinista de la propaganda fílmica, en tiempos de Stalin, Mussolini, Hitler y Eisenhower. Por desgracia, todavía estamos esperando por los Vertov, los Eisentein y las Leni Riefenstahl de la Quinta República. Será cuestión de seguir apostando por Román Chalbaud, hasta que nos legue su Acorazado Potenkim o su "Carguero Negra Matea". Por lo pronto, el fracaso financiero de *El Caracazo*, lo condena a sumergirse al lado del hundimiento de *El Acorazado Sebastopol*, producido por el doctor Goebbels.

Otro embarcación que naufragó recientemente en las aguas caudalosas de la crítica y la taquilla, fue *La Santa Isabel* de Alfredo Anzola, quien prefirió refugiarse en el pasado bucólico de 1888 en lugar de confrontar el caótico presente de *Secuestro Express*, una de las pocas excepciones a la regla de la uniformizada y homogeneizada oferta criolla posmoderna, aunque heredera de la tradición del realismo social, acometido por Clemente De La Cerda y compañía en lo gloriosos años setenta.

En esta tendencia también se inscribe el fenómeno de Jackson Gutiérrez y sus **Azotes de Barrio en Petare**, cuyo acabado digital la interrelaciona con la opera prima de Jacobowicz. Pero las coincidencias no terminan allí. Como se sabe, estos dos jóvenes cineastas pagaron caro la osadía de expresarse libremente sobre las miserias de su contexto. El status los satanizó, los atropelló públicamente y los sometió al escarnio judicial.

Mientras tanto, las evasiones del cine nacional siguieron acumulándose a lo largo del período 2005-2006. **Havana-Habana** se rodó fuera del país al igual que *El Último Bandonéon*, *El Don* habló de un referente imaginario de dudosa procedencia latinoamericana, **Yotama se va volando** se evaporó en la intimidad del relato de cámara, **Tocar y Luchar** se acometió como un programa institucional del canal 8 (con patrocinio directo del Ministerio de Desarrollo y Salud), **Marojo** complementó la misión redentora del Sistema de Orquestas Juveniles, **Borrador** nos reconcilió con la idea de la redención posible, y **Elipsis** reafirmó el patrón transnacional de **La Mujer de mi hermano** en el sentido de rehuir de cualquier localismo, para hacerse más universal en el mercado des-territorializado de las cinco grandes de la meca.

En definitiva, el balance general arroja resultados en rojo, a pesar del aparente resurgimiento de la industria. En el plano estético, la cantidad no ha sido sinónimo de calidad y renovación, más allá de las tardías adaptaciones de las técnicas impuestas en la metrópoli.

En el ámbito conceptual, predominan ideas reaccionarias y superficiales, amoldadas tanto a las exigencias del gran público como a las expectativas del poder de turno. Tras la aprobación de la Ley de Cine, estas condiciones prometen agravarse. Entre la resignación y la mordaza, entre Edgar Ramírez y Luís Fernández, entre el orgullo por lo nuestro y la búsqueda de prestigio, entre la sociedad del espectáculo y el imperio de lo efímero, entre la ideología y el control, el cine nacional avanza por la senda populista del siglo XXI. En dos palabras, consentir a la audiencia sin espantar al *Big Brother*, es la clave del momento Bollywood.

“La vida y la realidad están en el diarismo”

El periodista Sebastián de la Nuez es el ganador del Premio Transgenérico de la Fundación para la Cultura Urbana, en su sexta edición. Por unanimidad, el jurado otorgó el premio al libro de relatos Calles de lluvia, cuartos de pensión

■ Albinson Linares

Sin miedo a la cábala, los 13 relatos que componen *Calles de lluvia, cuartos de pensión* se alzaron con el Premio Transgenérico de la Fundación para la Cultura Urbana, otorgado anualmente. En esta sexta edición, la distinción recayó en el periodista Sebastián de la Nuez, quien recopiló una serie de “experimentos narrativos” que tienen como tema común el ejercicio del periodismo.

Desde la sede del diario Últimas Noticias, en el que se desempeña como Defensor del Lector, el ganador explicó: “Esas son cosas que fui acumulando con el tiempo y luego hice una selección en la computadora. Incluso, allí hay trabajos que escribí hace como 7 u 8 años, pero que han sufrido fuertes reestructuraciones. Finalmente, para el concurso agrupé los relatos que tenían que ver con el periodismo”.

El jurado, integrado por los intelectuales Karl Krispin, Michaelle Ascencio y Marco Negrón, escogió por unanimidad el manuscrito de *Calles de lluvia, cuartos de pensión*. Resaltó el talento del autor para crear su propia “versión ficcional de ciudad”.

El juego entre la realidad “aparente” y las atmósferas “ilusorias” recreadas en el manuscrito, también fueron ponderadas por el jurado: “Los relatos revelan la voz de un escritor que se apodera como pocos de lo que nos circunda para transformarlo en un universo tan estremecedor como el que quiso padecer”.

Los libros *Crónicamente Caracas*, de Hensli Rahn, y *Terapia para El Emperador*, escrito por Manuel Llorens, fueron recomendados para su próxima publicación.

LA ESTÉTICA DEL PERIODISMO

—¿Cómo fue el tránsito de escribir periodismo a desarrollar historias de ficción?

—En realidad, teorizar o verbalizar sobre estas cosas es raro o poco usual para mí. Creo que vas acumulando vivencias, querencias, impresiones y todo eso forma parte de los recuerdos que, como dice Ednodio Quintero, son una sopa recalentada. Al final, cuando te sientas a escribir, la novedad está en lo que hacen las palabras, en las frases construidas. En todo esto, también hay una intención inconsciente de arreglar el mundo y arreglar la profesión. Es como saldar cuentas o vengarse de muchas situaciones que he vivido en las salas de redacción.

—¿Se mezclan muchos géneros en este trabajo?

—Eso pasó, aunque no fue nada premeditado. A mí no me gusta posarme en un sólo género: paso de la crónica al reportaje y de éste a la entrevista o al

artículo de opinión porque me gusta mezclarlos. Además, llego a robarle titulares, ideas y sumarios al mismo periodismo.

—¿Cuánto de periodismo y cuánto de ficción hay en estos relatos?

—Hay de ambos, pero me inclino por el periodismo bien escrito que, en los lugares apropiados, echa mano de herramientas narrativas. Esto no quiere decir que mientas o inventes, sino que le des un vuelco a la noticia. Hay que recordar que la vida y la realidad están en el diarismo.

HABLA EL JURADO

Karl Krispin, novelista y ensayista: “Creo que es un libro particularmente interesante. Hace tiempo que no leía cuentos de esta factura en los que los personajes son todos periodistas. Se toma el oficio como excusa para volver a la evidencia del hecho noticioso. Con la bitácora del periodista, el narrador vuelve a la escena del crimen y reescribe la historia usando otros recursos como la épica.”

Estos cuentos me han sorprendido gratamente porque encontré un autor que puede reversionar esta ciudad, lo que es un inmenso hallazgo. Creo que es una promesa para el futuro”.

Michaelle Ascencio, docente y narradora: “Nos sorprendió por su estilo impecable, su escritura sugestiva, en la que logra unir varios géneros como cuentos, crónicas y las memorias. Además, incluye una visión futurista, con la que construye hasta cierto punto una atmósfera figurativa en la que mezcla cosas de cine junto con situaciones de la más absoluta cotidianidad. Es muy sorprendente todo lo que hay allí, sobre todo ahora que estamos en una especie de definición urbana. A pesar de que se tocan temas dispares, me gusta la coherencia con la que los trata”.

Marco Negrón, urbanista: “Siento que es una obra muy notable, no creo que sea el tipo de literatura a la que estamos acostumbrados entre nosotros. Es una visión de la sociedad y de la ciudad muy descarnada, muy franca, sobre lo que estamos viviendo. Los cuentos están muy bien relatados, no hay ningún cliché. En cuanto a la creatividad, todos coincidimos en que es un trabajo notable. Resalta la experimentación de los géneros, como se nota en el último cuento, que presenta la realidad a través de la gramática, lo que es muy inteligente”.

Publicado originalmente en el diario El Nacional en septiembre 2006



El Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO, con el fin de promover y divulgar la investigación académica sobre temas de comunicación, a partir de las diversas disciplinas humanísticas, sociales y económicas, convoca a los estudiantes de educación superior a concursar en el

Premio Bienal ININCO al trabajo de grado sobre comunicación de las universidades venezolanas

BASES

1. El Premio Bienal ININCO será otorgado al trabajo de grado que, a juicio del Jurado, reúna suficientes valores de originalidad, rigor teórico y metodológico, profundidad intelectual y que, por tanto, constituya un aporte significativo al conocimiento de las comunicaciones como fenómeno sociocultural y así pueda contribuir al desarrollo de su investigación en nuestro país.
2. Podrán participar todos los egresados universitarios que hayan presentado sus trabajos para optar a la licenciatura universitaria o título equivalente, en cualquier instituto de educación superior nacional de reconocida solvencia académica, y que hayan obtenido la más alta calificación (numeral y/o mención honorífica). Sólo se admitirán al concurso los trabajos que aborden de manera explícita y directa los temas relacionados con la comunicación social.
3. El Jurado del concurso estará integrado por un calificado grupo de investigadores, ensayistas y docentes de reconocida trayectoria en el ámbito comunicacional venezolano.
4. El Premio único del concurso consistirá en la publicación del trabajo distinguido en forma de libro y en la beca-matrícula para cursar la Maestría en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. De considerarlo conveniente, el Jurado podrá otorgar menciones especiales y declarar el Premio desierto, pero no podrá declararlo *ex aequo*.
5. Podrán participar a la presente apertura del concurso todos los trabajos de grado aprobados, en las condiciones ya señaladas, entre el primero de enero de 2005 y el 31 de diciembre de 2006.
6. Los participantes deberán consignar en la sede del ININCO una copia impresa del trabajo con respaldo en formato digital (diskette, CD-ROM), junto con copia del acta de aprobación y calificación hecha por las autoridades competentes. La fecha límite de la entrega de los trabajos será el 31 de enero de 2007. Una vez publicado el veredicto del jurado, los participantes deberán retirar los ejemplares de las tesis dentro de los siguientes treinta (30) días hábiles; cumplido este lapso, la Institución no se hace responsable de su custodia.
7. La participación en este concurso implica la plena aceptación de sus bases. Lo no previsto en ellas será resuelto por el Consejo Técnico del ININCO.

Para mayor información, pueden comunicarse con el ININCO en horario de oficina. Dirección: Av. Neverí, Centro Comercial Los Chaguaramos, Piso 3, Pasillo Oeste, Los Chaguaramos, Caracas. Telefax: (58-2) 6930077 / 8328205 O por los correos electrónicos: Prof. Gustavo Hernández Díaz, email: gustavo797@cantv.net; Profa. Luisa Torrealba Mesa, email: torrealbamesa@yahoo.com; Prof. Carlos Delgado-Flores, email: cardelf@gmail.com

**“CONMEMORACIÓN 60 ANIVERSARIO DE LA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN”**

LIBROS

CONSTRUCTORES DE CONOCIMIENTO

ME LLAMO KOHFAM

IDENTIDAD HACKER:

UNA APROXIMACIÓN ANTROPOLÓGICA

PAU CONTRERAS

GEDISA EDITORIAL

BARCELONA, 2005

166 PÁGINAS

Una mirada antropológica de la formación de la Sociedad del Conocimiento suele ir por la interpretación diacrónica, comparando las prácticas sociales de comunidades tan distantes en el tiempo como en el plano de realidad; es así que a algunos antropólogos no les tiembla el pulso para encontrar similitudes entre las prácticas sociales de los indígenas premodernos de algunas regiones, con los cibermatas participantes en las comunidades virtuales. Ese es alguno de los aportes del libro de Pau Contreras, a la sazón antropólogo con un master en ingeniería del software, quien es Business Development Manager de Oracle Corporation y colaborador académico en el área de Sistemas de Información del ESADE; pero no es lo medular.

Lo que resulta trascendente es la propuesta de la identidad-red -en armonía con la tesis de Castells de la Sociedad-Red- desarrollada por los Hakers estudiados en sus comunidades virtuales y la observación del modo de producción del conocimiento en ellas, la inteligencia-red que Contreras describe: “Los post de los acontecimientos presentados muestran a un grupo de individuos trabajando de manera coordinada para un fin común. Utilizando un medio de alcance global como es la Internet. Ese conjunto de procesos sociales de creación y distribución del conocimiento configura lo que yo llamo inteligencia-red. En ésta el conocimiento juega un rol fundamental, puesto que las actividades sociales del grupo se articulan sobre la base de su creación y distribución continua. Creo que se trata de una particular forma de construcción social del conocimiento configurando una especie de ‘amplificador operacional’ en el que el conocimiento es a la vez origen y el destino de las transformaciones”. (p. 138)

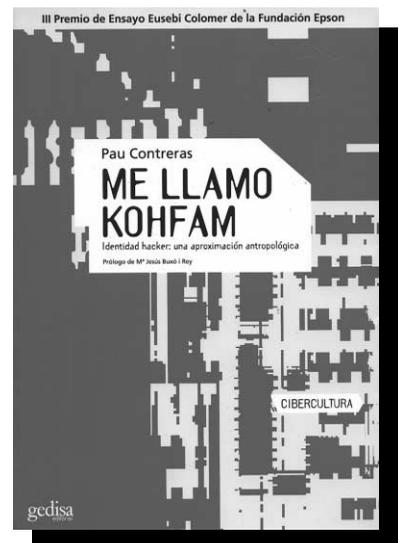
La identidad estudiada es en cierto sentido, borderline: el hacker (a veces confundido con el crac-

ker, malicioso creador de virus informáticos), dispone talento y tiempo para desarrollar proyectos de investigación (craquear una tarjeta de video digital, hackear un firewall para demostrar su falibilidad, cosas que rondan lo delictual pero que él define como “procesos de aprendizaje”), lo que otros realizan como trabajo (compilar largas líneas de código binario, de diversas procedencias para hacer programas y aplicaciones) él lo hace como hobby, gratuitamente, con la única intención de adquirir respeto y estima dentro de la comunidad: una meritocracia que se estructura (acaso por herencia) en el ciberespacio manteniendo algunas referencias de las culturas organizacionales, pero innovando en la horizontalidad, el sentido de la participación colectiva en la construcción social del conocimiento, condición de éste preservada con celo ético.

Porque hay una ética hacker, y hay adherentes a ella que están dentro y fuera del ciberespacio; hay un debate, por esta ética, entre las organizaciones que apoyan el software libre y las que impulsan el desarrollo de código abierto. Hay una genealogía, ya que hubo unos primeros hacker, en 1958-1959 que birlaban la tiranía de los administradores de las grandes computadoras del MIT, para trabajar en ellas, de noche, generando hacks: “un buen *hack* era un diseño original, innovador, simple y eficaz, que resolvía un determinado problema computacional de manera elegante. *Hacking* era el nombre que recibía la actividad en sí y *hacker* el término que designaba a los miembros del grupo. Durante esos años (finales de los cincuenta, principios de los sesenta) iniciaron sus actividades como hackers en el MIT los nombres propios que habrían de marcar una época en el desarrollo e las tecnologías de la información como Minsky, Greenblatt, Knigh, Kotok o Samsom”. (p. 32)

Hacia el final, el antropólogo, devenido en consultor organizacional recomienda la inclusión de la interpretación antropológica o sociológica en el diseño de sistemas de gestión del conocimiento dentro de la empresa, capitalizando el aprendizaje de la observación participante en las comunidades hackers contemporáneas. Acaso su observación sea un hallazgo, al permitir visualizar algo de la organización de la Sociedad del Conocimiento, algo que nos indica, realmente, cuán lejos (o cuán cerca) podemos estar de ella.

Carlos Delgado-Flores



LA COMUNICACIÓN EN 700 TEORÍAS

ENSAYO GENERAL SOBRE LA COMUNICACIÓN

JOSÉ LUÍS PIÑUEL Y CARLOS LOZANO.

PRÓLOGO CARMEN CAFFAREL.

PAIDOS. (COLECCIÓN PAPELES DE
COMUNICACIÓN N°47).

BARCELONA, 2005

El texto *Ensayo General sobre la Comunicación* (EGC) presenta peculiaridades en cuanto obra científica y de divulgación. Dos movimientos de una intención que alcanzan una materialidad a un tiempo estética y rigurosa, amena y profundamente científica en su impronta y configuración. Esta doble figura es un caso ejemplar de cómo las obras sobre teorías, tienen posibilidades expresivas que acaso quienes nos dedicamos a ella, por pereza o impericia, no hemos explorado y que en EGC, nos enseña, en primer lugar a los profesores de teorías de comunicación, los nuevos modos para difundir y divulgar el conocimiento científico de la comunicación.

El texto presenta una unidad conceptual rigurosa en la que aborda las interrelaciones del saber teórico y científico tanto para la comunicación de los seres vivos, la comunicación humana y la propiamente aplicada a los sistemas de información pública y en particular a los audiovisuales. Es un libro por tanto, como nos parece tendría que ser la tendencia de este tipo de materiales, a lograr reflexionar amplias e integradas que lejos de presentar aspectos parciales de la comunicación mediática, se presente ésta como un todo, en interrelación dinámica con los otros niveles y dimensiones de la comunicación. A final de cuenta, esta decisión conceptual es más importante de lo que parece: en el siglo XX, la “tecnología” y los “medios masivos” secuestraron en algún sentido el debate sobre la comunicación como fenómeno amplio. No pocos hemos caído, parcial o totalmente (en un momento u otro de nuestro trabajo), en atribuir excesiva centralidad sobre la reflexión de la comunicación justamente a los medios y las tecnologías. El problema es que esta re-

ducción ha conllevado consecuencias para el campo académico de la comunicación, para la difusión y el saber comunicación, ya que al reducir la reflexión sobre la comunicación, se han limitado las posibilidades científicas y epistemológicas de la comunicación. Toda esta mención sirve para subrayar que sin renunciar a una reflexión teórica sobre los medios, EGC ubica en su justa dimensión el estudio y teorías de los medios, dentro de un espectro más amplio de comunicación humana. Asistimos por lo tanto a una mirada integral, compleja y completa de los niveles de la comunicación, y aunque su objetivo no es mostrar —como lo hacen otros manuales— los espacios profesionales, laborales y aplicados de este saber, como los propios autores advierten, este libro puede servir para ofrecer elementos científicos de fundamentación a quienes se hayan insertos en el mundo aplicado de la comunicación.

Desde el punto de vista conceptual y formal, son muchas las contribuciones de este libro. En primer lugar el ofrecer un esquema integrado sobre los modos como distintas disciplinas se refieren y reflexionan sobre la comunicación. Rompe así con los equívocos e indeterminaciones por ubicar en cualquier espacio conceptual a la comunicación. En ese sentido pasan revista, en la parte central del ensayo (capítulos 2 a 8), a esos diálogos de la comunicación con las ciencias del comportamiento, ciencias del lenguaje, ciencias de la conducta, ciencias de la vida, humanidades (filosofía, historia, literatura) y ciencias sociales. En un estilo sumamente ágil y dinámico que permite en muchos sentido poder leer muy cómodamente y de golpe cada uno de los apartados, tenemos el estado de la cuestión sobre los problemas, las preguntas, las premisas centrales y los juicios en los que se sustenta el debate y fundamental lo que a veces hemos leído en otros textos mediante formulaciones poco claras. Cumple este *Ensayo...* el examen de lo conocido y con ello logra realizar lo que toda introducción debería aspirar: la visión del todo con una finalidad que invite a entrar mediante un sistema que dé muestras articuladas del todo sin renunciar a algunos matices imprescindibles en la argumentación.

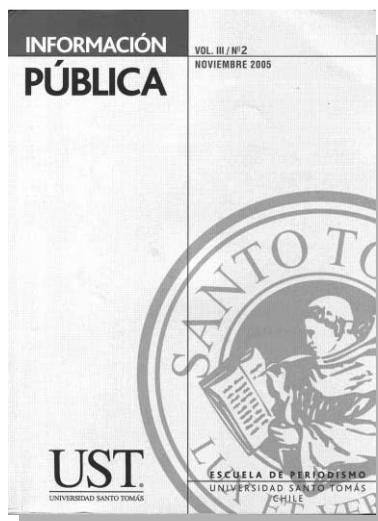
Una contribución que consideramos importante es que no es un texto que se remite a recopilar

saberes ya dichos o conjuntos de teorías más o menos aceptadas. EGC es producto de un trabajo personal de varios años donde los autores condensan saberes de trabajos previos y nos presentan una organización novedosa y sumamente funcional para navegar el fragmentado y complejo espacio conceptual de las teorías de comunicación. El cronista del campo académico mexicano Raúl Fuentes Navarro reconocer en casi 700 teorías los espacios conceptuales para nombrar diversos procesos comunicacional. Si bien ningún libro de teoría podría dar cuenta de todos, tenemos en este *Ensayo...*, sobre todo en su capítulo 9, una agrupación de criterios que puede al profesor o estudiante de comunicación organizar su saber, los modelos y tener más claridad en lo particular, una vez que la visión del bosque se ha iluminado un poco. Queremos resaltar que si bien todos los libros de teorías (con mirar su índice) suponen una agrupación de saberes, no siempre podemos encontrar los fundamentos de dicha sistematización. Además el texto lo presenta al final del libro, de esa manera se aprovecha mucho más la argumentación sostenida desde los capítulos 2 al 8 y se obtiene un recurso de mayor de utilidad didáctica. Cabe resaltar que el libro justamente termina —para quienes buscan en cualquier mención a la comunicación, una mejor comprensión de los medios—, un corolario en un modelo particular y original en el estudio de las representaciones de los medios según el modelo dialéctico que proponen Piñuel y Lozano.

Este *Ensayo...* logra una agrupación, más que de teorías aisladas (como muchos manuales portan), de problemas conceptuales específicos y de interrelaciones de niveles. Es sin duda una propuesta original para comprender a la comunicación tanto humana como mediática. Finalmente la explicación de los criterios de construcción y la interconexión de todos los niveles de producción científica en el saber comunicacional: desde los conceptos y términos hasta la aspiración más filosófica de la ciencia y epistemológica. Libro integral el EGC que nos ofrece todo ello en un lenguaje accesible y preciso, estilo que permite aplicar la idea de experiencia estética a un libro sobre teorías.

Tanius Karam

RESEÑA REVISTAS



INFORMACIÓN PÚBLICA

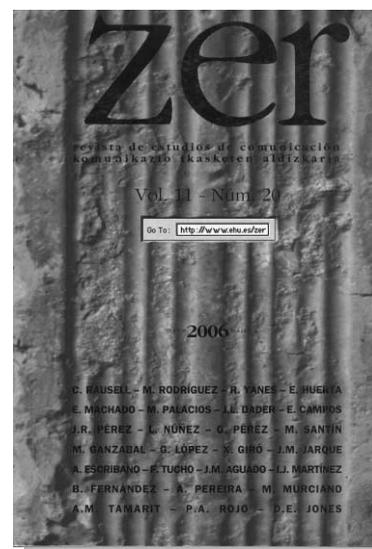
ESCUELA DE PERIODISMO
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS,
CHILE VOLUMEN III, NÚMERO 2.
NOVIEMBRE 2005

Este número de la revista de la Escuela de Periodismo de esta universidad chilena presenta los estudios: “infomercialización” en la web: una herencia de los medios off line, de Samuel Martín Barbero; “Al-Hurra: participación activa de los medios en el diseño de la seguridad internacional”, de Juan Luis Manfredi; “Los vínculos entre el poder y las empresas periodísticas ¿en qué Estado se encuentran los medios?” de Paula Wagner y Julieta Messina; “Violencia, juventud y cámaras ocultas. Una mirada sobre la distorsión hecha realidad”, de Miguel Mendoza Padilla; “El estado mediático” de Javier Esteinou Madrid” y “periodista informador o periodista intérprete: ¿cómo se forma hoy?” de Katia Muñoz y Sergio Celedón. Dedicada, además, un dossier a los 25 años del Informe Mc Bride, con colaboraciones de Cristian Antoine, Abraham Santibañez y Fernando Reyes Matta.

ZER

REVISTA DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO
VOLUMEN II, NÚMERO 20
MAYO 2006

Para esta edición de la revista se incluyen los siguientes artículos: “Narración y descripción: la naturaleza del plano y el sintagma en el discurso audiovisual” de Claudia Rausell; “Políticas de comunicación de las instituciones públicas ante proyectos que originan una gran contestación social. Caso Zabalgardi”, de Miren Rodríguez; Límites éticos del mensaje persuasivo en la comunicación política”, de Rafael Yanes; “Los programas de televisión estadounidenses y la percepción de violencia en televidentes de Monterrey, México”, de Enrique Huerta Wong; “La experiencia de la FACOM, UFBA (1999-2005)” en la enseñanza del periodismo digital”, de Elias Machado y Marcos Palacios; “Internet parlamentario en España (1999-2005), de Losé Luis Dader y Eva Campos; “Lo que los niños ven en la televisión” de Ornía Pérez y Luis Núñez Ladevése; “La guerra de fin y la falsa culpabilización del comunismo internacional por parte del régimen franquista”, de Guadalupe Pérez García; “La autorreferencia como estrategia de promoción: periodismo o publicidad”, de Marina Santini; “La fagocitación de las revistas femeninas por los diarios de servicios”, de María Ganzabal Learreta; “Comunicaciones en red y mutaciones de la esfera pública”, de Guillermo López García; “Prensa escrita e inmigración”, de Xavier Giró y José Manuel Jarque; “La cortesía lingüística como recurso publicitario”, de Asunción Escribano; “La sociedad civil ante el sistema mediático. El movimiento de reforma de los medios en los Estados Unidos”, de Fernando Tucho; “El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consomé cultural”, de Juan Miguel Aguado y María Inmaculada Martínez; “Barullo publicitario: Una aproximación al babel de la publicidad en la Televisión de Galicia”, de Benigno Fernández y Alexandre Pereira Meira; “Las políticas de comunicación ante los retos del nuevo milenio: pluralismo, diversidad cultural, desarrollo económico y tecnológico y bienestar social”, de Marcial Murciano; “Consideraciones sobre el periodista local en Castilla y León” de Ana María Tamarit; “Prensa y convergencia tecnológica: claves para la definición de un nuevo modelo de negocio periodístico en la Era Digital”, de Pedro Antonio Rojo Villada, y “Revistas iberoamericanas de comunicación” de Daniel Jones.



OPCIÓN

REVISTA DE CIENCIAS HUMANAS
Y SOCIALES

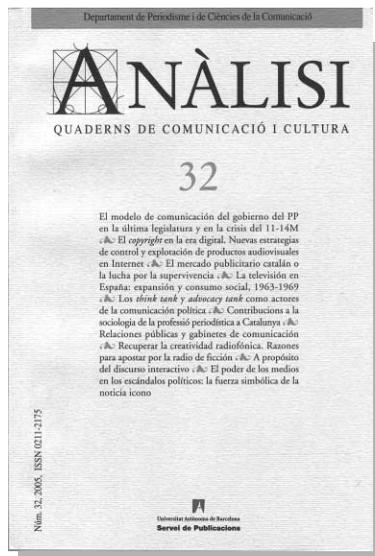
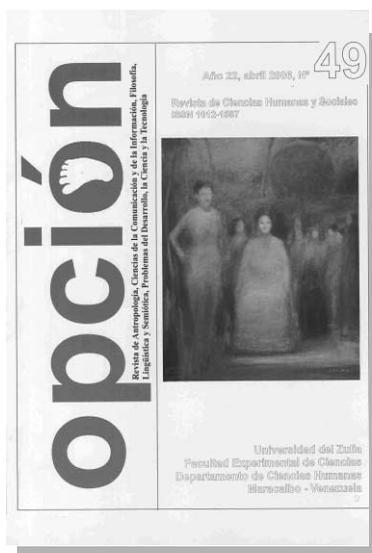
UNIVERSIDAD DEL ZULIA

FACULTAD DE CIENCIAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS HUMANAS

AÑO 22, NÚMERO 49. ABRIL DE 2006

Esta edición incluye los siguientes artículos: “Ciudadanía activa: La construcción del nuevo sujeto indígena”, de Nila Leal Rosales; “Vagos acercamientos a la indiscreta interioridad de la significación” de Eduardo Peñuela Leal; “El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: normas psicosociales y normas discursivas” de Patrick Charaudeau; “Análisis semántico- pragmático de las caricaturas de Pedro León Zapata (Zapatazos)”, de Adriana Chirinos, Antonio Franco y Lourdes Molero de Cabeza; “La racionalidad productiva de la familia campesina” de Orlando José Chirinos; y “Análisis crítico de un estudio acerca de la gerencia del conocimiento en empresas”, de Matilde Flores Urbáez y Jesús Peña Castillo”.



ANALISI

Quaderns de Comunicació i Cultura

Departament de Periodisme

y Ciencias de la Comunicación

Universidad Autónoma de Barcelona,

Bellaterra

Número 32. (2005)

Esta prestigiosa publicación española de estudios de comunicación ofrece en esta edición los siguientes artículos: “El modelo de comunicación del gobierno del PP en la última legislatura y en la crisis del 11-14M” de José Luis Arceo; “El copyright en la era digital: Nuevas estrategias recontrol y explotación de productos audiovisuales en Internet”, de Juan C. Calvi; “El mercado publicitario catalán o la lucha por la supervivencia”, de Dair Roca y Anna Fajula; “La televisión en España: expansión y consumo social 1963 – 1969”, de José Carlos Rueda; “los think tank y advocacy tank como actores de la comunicación política”, de Jordi Cifra; “Contribuciones a la sociología de la profesión periodística a Catalunya” de Jaume Soriano y Pere Soler; “Relaciones públicas y gabinetes de comunicación”, de Ana Almansa; “Recuperar la creatividad radiofónica. Razones para apostar a la radio de ficción”, de Emma Rodero; “A propósito del discurso interactivo”, de Claudia Rausell; y “El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono”, de María José Canel y Karen Sanders. El dossier de este número está dedicado a la memoria de Joseph Maria Baget.

TELOS

CUADERNOS DE COMUNICACIÓN,

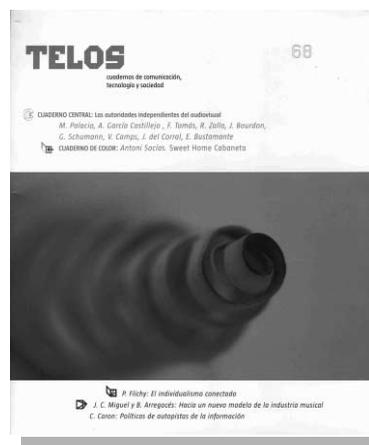
TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

FUNDACIÓN TELEFÓNICA

NÚMERO 68

JULIO-SEPTIEMBRE 2006

Esta edición de Telos está dedicada a las nuevas autoridades independientes en materia audiovisual, en España y el contexto europeo, con los siguientes artículos: “Ciudadanía televisiva y autoridad independiente en España. Un caso excepcional en el contexto audiovisual europeo”, de Manuel Palacio; “Una laguna fundamental del sistema democrático. El consejo estatal de Medios Audiovisuales de España”, de Ángel García Castillejo; “Equilibrios internos y externos de los consejos audiovisuales. Un nuevo sistema de autoridades para el audiovisual español”, entre otros importantes documentos.



Oídos atentos,



Galería de papel. Luis Franco

corazones despiertos

Acciones efectivas contra la pobreza mediante más acciones en comunicación y medios para el desarrollo

Este Manifiesto, en fase aun de borrador, propone un conjunto de pasos que le permitirán a los decisores a nivel local, nacional e internacional y a los financiadores, hacer más efectivas y eficientes aquellas actividades de sus organizaciones, orientadas a combatir la pobreza y otros problemas conexos. La propuesta se basa en un análisis de los principales retos que enfrenta el desarrollo en los niveles local, nacional e internacional y de las excelentes posibilidades de impacto de las acciones en comunicación y medios para el desarrollo.

I. DESAFÍOS DEL DESARROLLO. UN ANÁLISIS DE LO QUE SE REQUIERE PARA ACCIONES DE DESARROLLO MÁS EFECTIVAS

La lucha contra la pobreza, que incluye la carrera hacia las Metas de Desarrollo del Milenio y la puesta en marcha de efectivas Estrategias para la Reducción de la Pobreza (ERP's), requieren la movilización y el aprovechamiento de toda la capacidad y todos los recursos posibles, a nivel global.

En particular, hay una apremiante demanda de capacidades y estrategias que permitan enfrentar de mejor manera y a la escala requerida, la dimensión humana y social de temas como pobreza, gobernanza, salud, educación, conflicto, VIH/SIDA, niñez y otros aspectos prioritarios del desarrollo.

Todos los campos del desarrollo, incluido el tema central de la pobreza, tie-

nen facetas sociales, culturales, políticas, de comportamiento individual y de actitudes, factores históricos, de conocimiento, información y creatividad, que son a la vez, tanto elementos centrales de esos problemas de desarrollo, como oportunidades estratégicas para realizar acciones efectivas.

Si queremos que el desarrollo internacional sea más efectivo y eficiente en relación con las Metas de Desarrollo del Milenio y a las Estrategias para la Reducción de la Pobreza, debemos mantener "oídos atentos". Son las situaciones y experiencias de las personas y comunidades que experimentan directamente la pobreza (y los problemas relacionados con ella), las que garantizarán que nuestras estrategias e iniciativas sean relevantes y efectivas.

Quienes toman las decisiones a nivel local, nacional e internacional pueden mejorar la efectividad y eficiencia de su trabajo manteniendo el "corazón despierto" para las voces de las personas en las comunidades. En esas voces se encuentran valiosas ideas y sugerencias para mejorar la efectividad de los programas.

Porque no se trata solamente de usar más eficientemente unos recursos limitados. Se trata ante todo, del derecho fundamental de las personas a decidir y determinar los cambios que afectarán sus vidas, sus familias y sus comunidades. Es en sus vidas en las que tenemos el privilegio de involucrarnos.

La comunidad de la Comunicación y los Medios para el Desarrollo es un

extenso y dinámico grupo de individuos y organizaciones que busca colaborar en el progreso de esta muy necesaria aproximación al desarrollo. El contexto y el análisis esbozado arriba, determinan la naturaleza de nuestro trabajo. Las características, el alcance y el demostrado impacto de la comunicación y los medios para el desarrollo, nos animan a seguir abogando por un mayor crecimiento y apoyo al campo.

2. COMUNICACIÓN Y MEDIOS PARA EL DESARROLLO. ACCIONES ESTRATÉGICAS Y PROGRAMÁTICAS PARA UNA EFECTIVA ACCIÓN INTERNACIONAL DE DESARROLLO

Con base en los argumentos y análisis anteriores, podemos decir que se requieren -en mayor profundidad y escala- las siguientes cualidades y estrategias, a nivel local, nacional, e internacional. Ellas son los elementos centrales de la comunicación y medios para el desarrollo:

VOZ: más espacio y atención para las voces, perspectivas y contribuciones de los más afectados por la pobreza y otros problemas del desarrollo.

CONOCIMIENTO: una mayor y más amplia divulgación del conocimiento y la información, especialmente de aquella generada dentro de las comunidades y países que soportan el peso de la pobreza y sus problemas conexos.

CULTURA: más maneras de involucrar la diversidad cultural y las diferentes formas en que esas culturas comprenden, enfocan y aprovechan los factores de liderazgo, comunidad, comportamiento, e inclusión, con el objetivo de mejorar sus familias, comunidades y países.

DEBATE: más debates y diálogos públicos y privados sobre las prioridades para cada contexto internacional, nacional y local.

POLÍTICAS: más apertura, participación e inclusión en el diseño de políticas que integren los puntos de vista y las perspectivas de las personas más afectadas por la pobreza y otros problemas de desarrollo.

LEGISLACIÓN: una legislación más efectiva, que incluya los medios, y apoye un entorno pluralista de comunicación, con espacios para un rango amplio de organizaciones y voces.

COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES: tener más presentes aquellos comportamientos relevantes, tanto de la gente afectada como de los decisores, de manera que se puedan acelerar las acciones relativas a los problemas de desarrollo que se estén trabajando.

INFORMACIÓN: mejor recolección, distribución y utilización de la información relacionada con las dimensiones humanas y sociales del desarrollo.

3. DEMOSTRANDO EL CAMBIO. PRUEBA DE LA EFECTIVIDAD DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS PARA EL DESARROLLO

3.1. Cambio histórico

Existen muchos y muy importantes procesos históricos que han incluido estrategias de comunicación y medios como parte esencial de su estrategia. Movimientos sociales como el Movimiento de Derechos Civiles, el Anti-Apartheid, el Anti-Tabaquismo, el de Democracia Representativa, el Movimiento por los Derechos de la Infancia y de las Mujeres, no sólo han contado con estrategias de comunicación como parte importante (y a menudo central) de sus esfuerzos de cambio, sino que únicamente han usado estrategias de comunicación y medios. No podría decirse por ejemplo, que se ha usado una vacuna para los derechos civiles...

3.2. Resultados de investigaciones

Hay un creciente cuerpo de conocimiento, producto de investigaciones y eva-

luaciones, alrededor del impacto directo que tienen las acciones de comunicación y medios sobre la pobreza y los factores asociados, y que contribuyen a ella. Algunos ejemplos:

- **Pobreza:**

Timothy Besley, Robin Burgess. *Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India*, Quarterly Journal of Economics, Noviembre 2002.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2005/evaluations-45.html>

- **Voz de las Mujeres:**

"AWSO Program Helps Arab Women Redirect Their Lives", Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs, Communication Impact! Número 13, Diciembre 2001.

<http://www.comminit.com/evaluations/id2002/sld-2431.html>

- **Gobernabilidad:**

Ritva Reinikka y Jacob Svensson. *Power of Information: Evidence From a Newspaper Campaign to Reduce Capture*, World Bank Institute, Diciembre 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2005/evaluations-75.html>

- **Flujo de Información:**

-Roumeen Islam. *Do More Transparent Governments Govern Better?* World Bank Policy Research Working Paper No. 3077, World Bank, Junio 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2005/evaluations-137.html>

- **Nuevas Tecnologías:**

An Evaluation of Gyandoot, Center for Electronic Governance, Indian Institute of Management, Ahmedabad, India, 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/steval/sld-2152.html>

- **Género:**

Dr. Nafissatou J. Diop, Edmond Badge, Djingri Ouoba & Molly Melching. *Replication of the Tostan Programme in Burkina Faso: How 23 Villages Participated in a Human Rights-based Education Programme and Abandoned the Practice of Female Genital Cutting in Burkina Faso*, Population Council, Mwangaza Action, Tostan, U.S. Agency for International Development (USAID) & GTZ Supra Regional FGC Project, Abril 2003.]

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2006/evaluations-218.html>

- **Discusión Interpersonal:**

Andrew Levack, Manisha Mehta, y Dean Peacock. *The Men as Partners Program in South Africa: Reaching Men to End Gender based Violence and Promote Sexual and Reproductive Health*.

<http://www.comminit.com/evaluations/idkdv2003/sld-2350.html>

- **Infancia:**

Improving vaccination coverage in urban areas through a health communication campaign: the 1990 Philippine experience" WHO Bulletin DMS. Vol. 72, 1994.]

<http://www.comminit.com/evaluations/idmay15/sld-2278.html>

- **Promoción - México:**

Ricardo Perez-Cuevas, Hortensia Reyes, Ulises Pego, Patricia Tome, Karla Ceja, Sergio Flores, Gonzalez Gutierrez. "Immunization promotion activities: are they effective in encouraging mothers to immunize their children?" *Social Science and Medicine* 49, 1999.

<http://www.comminit.com/strategicthinking/st2004/thi-king-589.html>

- **Mortalidad Materna:**

C. L. Shefner-Rogers and S. Sood. *Involving husbands in Safe Motherhood: Effects of the SUAMI SIAGA campaign in Indonesia*. *Journal of Health Communication*, 9, 2004.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2006/evaluations-288.html>

- **Eduentretenimiento:**

Evaluation of Smiling Sun Campaign, Bangladesh Center for Communication Programs (BCCP), Marzo 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/idkdv2003/sld-2343.html>

- **Salud y VIH/SIDA**

Charles Westoff and Akinrola Bankole. *Mass Media and Reproductive Behavior in Africa*, Demographic and Health Surveys (DHS) Analytical Reports, Abril 1997.]

<http://www.comminit.com/evaluations/idmay15/sld-2291.html>

- **Multicomunicación Integrada:**

Sue Goldstein y Esca Scheepers. "Using Edutainment for Social Change - Evidence from Soul City Over 6 Series" - Ponencia aceptada para el Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, Octubre 2006 .

No disponible aún. Contacto: Sue Goldstein suegold@soulcity.org.za

● Medioambiente

Arcandina - Impact Data, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs.]

<http://www.comminit.com/evaluations/idkdv2002/sld-2359.html>

● Vinculación de Puntos de Vista y Contribuciones Locales:

Mark Appiah. Co-partnership in Forest Management: The Gwira-Banso Joint Forest Management Project in Ghana, Department of Forest Ecology, Tropical Silviculture Unit, University of Helsinki, Finland, 2001.]

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2006/evaluations-259.html>

Hay muchos otros ejemplos y un amplio rango de datos adicionales.

4. PROPUESTA DE ACCIÓN PARA FINANCIADORES Y DISEÑADORES DE POLÍTICAS NACIONALES E INTERNACIONALES

Nosotros, una comunidad de más de 100.000 personas, de más de 5.000 organizaciones radicadas en todos los países y regiones del globo, que buscan mejorar las acciones de desarrollo internacional, le pedimos a los participantes y a los decisores a nivel local, nacional e internacional, y a todos en el espectro del desarrollo (niños, adultos, funcionarios gubernamentales, técnicos, financiadores, personal directivo de Naciones Unidas, organizaciones bilaterales y fundaciones) tomar las medidas necesarias para impulsar las estrategias y lineamientos programáticos antes expuestos. Ellos se derivan de la prueba de principios, tanto de los movimientos sociales, como de los datos de investigación e impacto. Los pasos clave que estamos demandando son:

4.1. Darle una real y más profunda participación en los procesos de toma de decisiones, diseño de políticas y financiación, a aquellas personas y organizaciones involucradas diariamente en los temas de desarrollo prioritarios para su organización.

4.2. Darle más importancia a los debates y diálogos de temas prioritarios como parte de las estrategias de su organización, tanto a nivel local, como nacional e internacional, con el objeto de equilibrar la tendencia actual a promo-

cionar ciertas respuestas, posiciones o imágenes de organizaciones.

4.3. Otorgarle una mayor importancia a la recolección y análisis de información y datos de impacto de la comunicación y los medios, en relación con las acciones locales, nacionales e internacionales de desarrollo.

4.4. Emplear en su organización más personal con destrezas, intereses y experiencia en comunicación y medios para el desarrollo.

4.5. Establecer en el presupuesto de todos sus programas y proyectos, un rubro para comunicaciones y medios; y un mandato formal para los administradores de programas de destinar entre el 5 y el 10% de sus presupuestos a acciones de comunicación y medios, directamente relacionadas con los temas de desarrollo que se estén atendiendo.

4.6. Incrementar el apoyo financiero de su organización al desarrollo de

estrategias, programas, y otras iniciativas de comunicación y medios.

Estas propuestas están justificadas por la historia, el alcance, y el impacto demostrado por la comunicación y los medios para el desarrollo.

Han sido presentadas teniendo en cuenta las tendencias actuales de financiación, que han trasladado sus énfasis a la efectividad de la ayuda, los apoyos presupuestales y la toma de decisiones descentralizada de las oficinas de país. A través de los análisis y acciones delineadas arriba, la efectividad y el impacto del trabajo de sus organizaciones se verán fortalecidos. Juntos-local, nacional y globalmente- lograremos progresos substanciales en la lucha contra la pobreza y otros problemas prioritarios del desarrollo, a nivel local, nacional e internacional.

Warren Feek es Director Ejecutivo de The Communication Initiative
<http://www.comminit.com/la/>

Un exhorto... a quien corresponda

Mis mejores deseos para todos. En este documento queremos presentar, de forma resumida, los argumentos sobre por qué es necesario un mayor énfasis y una mayor inversión en iniciativas sobre comunicación y medios para el desarrollo, si queremos alcanzar progresos a nivel local, nacional e internacional en el tema de pobreza y en otros aspectos importantes del desarrollo. Los argumentos y evidencias citados aquí, provienen de las experiencias, percepciones e ideas que muchos de ustedes han compartido con The Communication Initiative. Llamo a este documento "El Manifiesto".

Con frecuencia oímos a nuestros colegas de las iniciativas de comunicación y medios para el desarrollo (e incluso a nosotros mismos) afirmar que, como comunidad, no hemos sabido defender nuestra labor. Oímos decir a diversas personas -desde ciudadanos de las comunidades locales hasta profesionales que trabajan en otras disciplinas del desarrollo- que no entienden qué es "Comunicación y Medios para el Desarrollo" y manifestar cierta incertidumbre acerca de las contribuciones (valor agregado) que la comunicación y los medios pueden hacer y de hecho hacen. Con este Manifiesto esperamos contribuir a una mejor comprensión de dichas contribuciones.

El Manifiesto es deliberadamente corto, con muchos datos, y diseñado para que cada uno pueda tomar el formato, corregirlo y adaptarlo a sus particulares circunstancias y prioridades. Está disponible en <http://www.comminit.com/la/pulse.html>

Quiero pedirles el favor de que revisen el Manifiesto y nos comuniquen sus respuestas e ideas.

Muchas gracias.
Warren Feek
wfeek@comminit.com

Galería de papel



Cuerpos sensibles

El desnudo es un tema que no es fácil, es un género de gran importancia en el arte de la fotografía, ya que éste se refiere a la condición de la perfección de la belleza y el refinamiento estético propio de la naturaleza y del arte.

Esta respuesta se deriva directamente de la sensualidad, y se ve complicada por la serie de convenciones y tabúes que se han desarrollado en torno al sexo en todas las sociedades del mundo. No existe ningún estudio del desnudo que no contenga el elemento sensual, o erótico, por más distanciado que el fotógrafo o el observador crea estar.

El desnudo plantea para la fotografía un problema con el que los escultores y pintores han estado lidiando desde hace muchos siglos y tiene que ver con los cambios en las actitudes morales, la política, la religión, y con las ideas continuamente mutantes acerca de la belleza. El problema ahora es del fotógrafo, su desafío consiste en continuar tratando artísticamente a ese "objeto especial", al mismo tiempo que expresarse por sí mismo y en nombre de su sociedad.

El problema es diferente al de la escultura y pintura, ya que ha tenido más de un siglo para desarrollar nuevos encuadres, más profesionales a su sujeto; la cámara es más reveladora, más clínica, y si se quiere, más cruda que un pincel; y ello le lleva a enfrentarse con la diferencia que hay entre desnudo y desnudez, una sutil distinción en esta constante tensión entre el arte y la moral, entre una buena fotografía y otra rayando lo pornográfico, lo que ha hecho que el desnudo sea un desafío tan desconcertante, siempre renovado y siempre cambiante para el fotógrafo.



Por ello, al hacer buenas fotografías de desnudos el fotógrafo ve más allá de lo que está fotografiando, ya que en ese momento transforma un cuerpo viviente en algo bello con su forma de ver; la cámara examina clínicamente esa forma, cómo una recta o una curva va formando una segunda línea. Este complejo proceso compositivo de retransformación depende del fotógrafo.

El desnudo es una criatura de una infinita variedad, una inagotable fuente de belleza para la creación de imágenes. una temática cambiante paralela al cambio de concepción y mentalidad de la sociedad.

Ricardo Ferreira



- Claves para entender el Medio Digital
- Apuntes para una genealogía del pensamiento social sobre las telecomunicaciones
- El conocimiento en la economía digital
- Tendencias del periodismo latinoamericano en línea
- Cibermedios venezolanos bajo la lupa de la usabilidad
- Gobierno electrónico: la lejana democracia digital
- Aproximación teórica a la estructura de la comunicación social
- Implicaciones legales de la convergencia tecnológica en Venezuela
- La sociedad venezolana del conocimiento (versión Beta)
- Oídos atentos, corazones despiertos
Acciones efectivas contra la pobreza mediante más acciones en comunicación y medios para el desarrollo