

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Periodismo II (Estructura y Tecnologías de la
Información)



EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES
PERIÓDICOS DIGITALES LATINOAMERICANOS
DE INFORMACIÓN GENERAL DESDE
COMIENZOS DEL TERCER MILENIO (2000-2007):
CASO: ARGENTINA, COLOMBIA, MÉXICO Y
VENEZUELA.

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR

Tatiana Hernández Soto

Bajo la dirección del doctor

Jesús Miguel Flores Vivar

Madrid, 2010

ISBN: 978-84-693-6334-8

© Tatiana Hernández Soto, 2010



**Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Información
Departamento de Periodismo II
(Estructura y Tecnologías de la Información)**

TESIS DOCTORAL

***Evolución de los principales periódicos digitales
latinoamericanos de información general desde comienzos
del tercer milenio (2000-2007)***

Caso: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela

Doctoranda: Tatiana Hernández Soto

Director: Prof. Dr. Jesús Miguel Flores Vivar

Madrid, 2009

“Los logros más importantes no se miden solo por los resultados, sino por el esfuerzo que ponemos en realizarlos y no olvides nunca: Si quieres aprender, enseña”.

Anónimo

Datos del autor:



Tatiana Hernández Soto
Licenciada en Periodismo
Especialista universitario en
Comunicación Digital

Dirección particular:

Vía de las Dos Castillas Nº5, 2-1-1,
Pozuelo de Alarcón-Madrid
C.P. 28224

Teléfono: +34-680771223

Correo: thernandezsoto@me.com

Blog: <http://thernandez.blogia.com/>

Curriculun completo:

www.tatianahernandez.es

Agradecimientos

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que me han acompañado, de distintas formas y en diferentes momentos, en el desarrollo de este largo proceso de investigación. Sin su aportación humana y profesional de cada una de ellas, el rumbo este trabajo hubiera sido otro muy diferente.

Quiero agradecer las diferentes aportaciones y ayuda que me brindaron desde México, los doctores Octavio Islas y Amaia Arriba, así como también a todo el equipo que trabaja con Octavio, entre ellos: Arturo Islas y Fernando Gutiérrez (Tecnológico de Monterrey). También el apoyo del Dr. Raúl Trejo Delarbre (UNAM), Enrique Bustamante (diario El Universal de México), Ramón Alberto Garza (INDIGO); Gerardo Albarrán de Alba (Sala de Prensa). Igualmente, agradezco la colaboración de Miladys M Rojano de la Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela); y Guillermo Franco del diario El Tiempo (Colombia).

Asimismo, agradezco la colaboración de todos los profesionales que trabajan en las distintas áreas editoras de los diarios online aquí analizados que contribuyeron con la mayor disponibilidad posible a la realización de este estudio.

También quiero agradecer aquí a dos personas claves en la elaboración de esta tesis doctoral. En primer lugar, a su director, el profesor Jesús Flores Vivar, por su lealtad y constancia, lo que me ha servido de ejemplo y estímulo para mi carrera profesional. Y en segundo, a Xosé López, no sólo por sus valiosos consejos, sugerencias e informaciones, sino también por apoyarme y *soprtarme* en este largo proceso.

Finalmente, quiero expresar aquí mi enorme gratitud a todo el equipo del Grupo Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela, por su apoyo incondicional para poder llevar a cabo esta investigación, sin su asesoría y conocimientos no hubiese sido posible. Especialmente, José Pereira y Antonio Isasis quienes fueron los encargados en asesorarme en la parte metodológica para llevar a cabo el desarrollo de este trabajo.

Por último, también agradezco muy especialmente, el apoyo incondicional de mis padres, hermanos e hijos por su comprensión, paciencia y colaboración. Sobre todo a mi esposo Peter Sacréas, por su asesoría y ayuda, tanto en lo económico como en lo emocional.

A todas y a todos, mi más sincero agradecimiento.

**"No puede responder otra cosa que gracias y gracias"
(William Shakespeare)**

ÍNDICE GENERAL

Introducción	7
Capítulo I: Objeto de la investigación y metodología para la evaluación de los periódicos digitales.....	21
1.1. Situación actual	22
1.2. Objetivo general	22
1.4. Justificación del estudio.....	24
1.5. Planteamiento de la hipótesis	30
1.6. El marco teórico y conceptual	32
Capítulo II: La Sociedad de la Información en América Latina.....	47
2.1. Definición y principios fundamentales de la Sociedad Información	48
2.2. Evolución conceptual de la Sociedad de la Información	55
2.3. La Sociedad de la Información en América Latina. Análisis de una diversidad de experiencias	63
2.3.1. Telefonía móvil	66
2.3.2. Internet	67
2.3.3. Banda Ancha	68

2.3.4. Situación se encuentra América Latina en relación con el plan de acción ELAC2007.....	82
2.3.5. Estrategias nacionales que han lanzado los países de América Latina para la Sociedad de la Información	86
2.3.6. Antecedentes de los programas implantados de la Sociedad de la Información en América Latina.....	87
2.3.7. Sociedad de la información en Argentina.....	87
2.3.8. Sociedad de la información en Chile.....	95
2.3.9. Sociedad de la información en Colombia.....	101
2.3.10. Sociedad de la información en México	106
2.3.11. Sociedad de la infomación en Venezuela	113
2.3.12. Marcos reguladores	127
2.4. Los infocentros en América Latina	133
2.4.1. Definición de los infocentros	134
2.4.2. Análisis de acceso y uso de los Infocentros	136
2.4.3. Algunas experiencias de los infocentros en América Latina	138
Capítulo III: Definición y evolución de los periódicos digitales.....	149
3.1. Concepto de periodismo digital y sus elementoss definitorios	150
3.2. Orígenes y evolución de los periódicos digitales	158
3.2.1. Nando.net primero en sumarse a la red.....	165
3.2.2. Todos al ciberespacio.....	167
3.2.3. Alianzas estratégicas en los periódicos digitales	169

3.2.4. Etapas de los periódicos en la Web	170
3.2.5. La prensa latinoamericana en el ciberespacio	172
3.3. Elementos claves de los periódicos digitales	188
3.3.1. Definiciones del término hipertexto	189
3.3.2. Multimedialidad	196
3.3.3. Interactividad	197
3.3.4. Diseño	203
3.4. La publicidad en los periódicos digitales	221
3.5. Personalización de los periódicos digitales	224
3.6. La Web 2.0	226
3.6.1. Concepto y origen:	227
3.6.2. Diferencias entre Web 1.0 y Web 2.0.....	231
3.6.3. Los weblogs y su identidad dentro de los periódicos digitales	233
3.6.4. Los weblogs en el panorama español y latinoamericano	243
Capítulo IV: El periodismo digital en América Latina (Formación)..	255
4.1. Panorama.....	256
4.2. Evolución de los estudios de periodismo en América Latina	259
4.3. Los periodistas digitales no nacen, sino se hacen: el caso de América Latina.....	260
4.4. Estudios y tendencias dominantes de los planes de estudios de Periodismo en América Latina	263
4.5. Caso Argentina	264

4.5.1. Universidad de Buenos Aires	264
4.5.2. Universidad Nacional de la Plata	264
4.6. Caso de Colombia:	265
4.6.1. Universidad de Antioquía	265
4.6.2. Pontificia Universidad Javeriana	266
4.7. Caso de Chile	267
4.7.1. Universidad de Chile	267
4.7.2. Universidad Diego Portales	268
4.8. Caso de México	269
4.8.1. Universidad Nacional Autónoma de México	269
4.8.2. Instituto Tecnológico de Monterrey	269
4.9. Caso de Venezuela	271
4.9.1. Universidad Central de Venezuela	271
4.9.2. Universidad Católica Andrés Bello	272
4.10. Nuevos profesionales en el mundo digital	273
4.11. Perfil del periodista digital	276
Capítulo V: Descripción de los resultados y estado actual de los periódicos digitales latinoamericanos	291
5.1. Descripción de los resultados	292
5.2. Análisis comparativo diarios latinoamericanos y españoles	327
Conclusiones	345

Bibliografía	353
Glosario.....	395
Figuras.....	407
Anexos.....	411
Anexo 1: Sociedad de la Información en América Latina (Plan de Acción eLAC 2007)	412
Anexo 2: Las TIC en América Latina	424
Anexo 3: Ciudades digitales Iberoamericanas.	431
Anexo 4: Tendencias medios de comunicación en el escenario Iberoamericano (2007)	445
Anexo 5: “DigiWord América Latina 2007”	463
Anexo 6: Presentación “Sociedad de la Información en Venezuela”	469
Anexo 7: Presentación de Pedro J. Navarro sobre el periodismo digital	474
Anexo 8: El Ciberperiodismo en Galicia	479
Anexo 9: Los Weblogs en el Periodismo Tendencias	484
Anexo 10: Estructura de un blog	487
Anexo 11 : Los blogs se duplican cada 6 meses	488
Anexo 12: La blogosfera hispana y su importancia desde dentro	489
Anexo 13:Modelo cuestionario	490
Anexo 14: Modelo plantilla de la base de datos utilizada para el análisis ..	493
Anexo 15: Cuadro con las fechas de los diarios analizados	494
Anexo 16: Portada diario El Espectador de Colombia	502

Anexo 17: Portada diario El Norte de México	503
Anexo 18: Portada diario El Universal de Venezuela	504
Anexo 19: Portada diario Reforma de México	505
Anexo 20: Portada diario Clarin de Argentina	506
Anexo 21: Portada diario El Nacional de Venezuela	507
Anexo 22: Portada diario El Tiempo de Colombia	508
Anexo 23: Portada diario Emol de Chile	509
Anexo 24: Portada diario La Tercera de Chile	510
Anexo 25: Portada diario La Nación de Argentina	511

Introducción

La expansión y consolidación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha supuesto que el monopolio que las instituciones tradicionales de los medios (prensa, radio y televisión) tenían sobre la difusión de las informaciones, se haya visto erosionado por las redes digitales. Pero, no sólo porque cualquiera que tenga acceso a un ordenador puede convertirse en un reportero o editor, sino porque con el simple diálogo e interacción con sus respectivos públicos, logre establecer un acto de comunicación expeditivo con posibilidades de obtener amplitud de información y así satisfacer la necesidad de la audiencia. Todo esto, indica que la función arbitral se ha debilitado desde la década de 1990, reportando cambios en las funciones profesionales y sociales del periodista.

Los periodistas deben hacer frente al desafío que representan otras fuentes informativas sin los mismos criterios profesionales o de calidad. En este sentido, se debe fomentar la formulación de legislaciones que garanticen la independencia y pluralidad de los medios de comunicación, al mismo tiempo que las compatibilicen en la lucha contra los contenidos ilícitos y perjudiciales, incrementando en el usuario, la conciencia de la dimensión ética en el uso de las tecnologías de la Información.

Para afrontar estos y otros retos en el ejercicio de su actividad, los profesionales del periodismo, especialmente cualificados en su rol de análisis e interpretación de hechos, han de estar convenientemente formados y actualizados en cada aspecto de su profesión. Aunque, en

los tiempos actuales, los profesionales han de afrontar barreras que van en detrimento del buen hacer periodístico, como: legislaciones intervencionistas, demandas de las audiencias y supeditación a la publicidad, que afecta inevitablemente el ejercicio libre dentro de un marco democrático pluralista.

A todo esto se suma otros aspectos más preocupantes como: la formación inicial y continuada, la regularización del acceso y ejercicio de la profesión, las condiciones de trabajo y situación laboral y últimamente, el reto que supone los cambios tecnológicos, que por su dinámica pueden, a veces, superar la capacidad de asimilación o aprendizaje del profesional en activo.

Por otra parte, también se suman otros tipo de problemas que tradicionalmente habitan, y dan forma a la realidad latinoamericana impidiendo que el periodismo digital ofrezca una evolución favorable en algunas zonas de América Latina con la misma rapidez que en otros países. Uno de los principales obstáculos en la región son: la falta de infraestructuras, el elevado precio y el difícil acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), lo que conforman la llamada brecha digital, y que no afecta de la misma manera a todos los países: unos están viviendo importantes avances de sus medios en Internet y otros apenas comienzan a dar sus primeros pasos con ciertas dificultades. Cuestión que configura el panorama de un escenario que no está a la altura de los avances y nuevas propuestas; tanto en el

enfoque del periodismo, como en el aprovechamiento útil de las tecnologías que ofrece el mercado.

Por ejemplo, los periódicos estadounidenses y europeos han establecido una presencia más estable, debido a su desarrollo económico y tecnológico de sus comunidades. Contrario a algunos países latinoamericanos que se han encontrado con muchos obstáculos que no han permitido un avance tan acelerado como en otros países del continente.

Pero, a pesar de esos obstáculos que se presentan en algunos países latinoamericanos, tal como se menciona en el párrafo anterior, se reconoce que hoy día los periódicos digitales constituyen un fenómeno interesante debido a su rápida progresión, sobre todo en países desarrollados, y una de sus principales ventajas es que han contribuido a la facilidad y la versatilidad con la que pueden adaptarse los contenidos informativos a la Red.

En este mismo orden de ideas, el uso de Internet como nuevo medio de comunicación, rápido e instantáneo; está redefiniendo los esquemas tradicionales de hacer periodismo. La versatilidad de esta nueva tecnología de comunicación otorga a los periodistas enormes posibilidades de elaborar y distribuir la información más allá de los límites de tiempo y espacio, creando una real diferencia, por no decir contraste, con los medios impresos. Tal hecho ha conducido a que los periódicos en el mundo propongan pasos más decisivos en favor de una presencia más activa en la Red.

En este sentido, el catedrático y filósofo Javier Echeverría señala:

"El fenómeno Internet no es más que la punta del iceberg, es el paradigma de la sociedad digital. Internet es un nuevo medio de comunicación. Primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión. Ahora asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa del siglo XXI. Son las redes de telecomunicaciones, que forman un nuevo espacio cultural y social. También es un nuevo territorio para la comunicación y el periodismo".¹

Sin embargo, Marshall McLuhan afirmó en su *Galaxia Gutenberg o la Aldea Global*:

"que todo nuevo medio trata, en una primera instancia, de integrar a los medios precedentes y referirse a ellos. Esto resulta muy claro en el caso de Internet, puesto que tanto la prensa como la radio y la televisión van emplazándose en la red y abriendo sus respectivas sedes telemáticas. Sin embargo, Internet posee una estructura interna muy distinta a la de los medios de comunicación precedentes, derivada en parte de su origen, y en parte de su evolución ulterior".²

Además, Internet permite que la edición digital de un diario ofrezca una variedad de servicios, además de lo informativo, se suman lo interactivo, participativo, personalizado, asesoría legal, productos, entre otros servicios, que constituyen alternativas a una audiencia ávida por nuevas propuestas que satisfagan sus necesidades informativas.

¹catedrático de Filosofía de la Ciencia de la Universidad del País Vasco. Artículo publicado en la web de Sala de Prensa en 1998, año 1, Vol 1. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art08.htm>. Consultado el 15/05/2007.

² Mc Luhan Marshall "The Gutenberg Galaxy". University of Toronto Press, 1962 Disponible: <http://www.marshallmcluhan.com/main.html> . Consultado el 15/05/2007.

Este rápido crecimiento de la era digital, ha supuesto un nuevo paso futurista para crear un mismo sistema de comunicación de ámbito mundial; en el que cada individuo pueda tener conocimiento de lo que ocurre en cualquier lugar del globo.

Por otra parte, como se comentó anteriormente esta utopía digital muestra grandes lagunas en los países menos desarrollados que, al igual que en otros campos, han visto muy limitados sus avances en el terreno del periodismo digital debido a que requieren altas inversiones, implantación de tecnologías punta y adiestramiento de recursos humanos para el trabajo, bajo un enfoque modernista, que hace necesario derribar barreras y disipar el miedo al cambio.

La evolución del periodismo digital coincide con el desarrollo, el creciente uso de las tecnologías y el significativo aumento universal de los usuarios de Internet. La mayoría de las redacciones comenzaron a trabajar con un capital humano, cuyo perfil era estrictamente tecnológico. Se encargaban de reproducir en línea lo que los periodistas escribían en el papel. Pero esta situación fue cambiando y ha sido necesario rediseñar las funciones de las redacciones y de los productos en la Red.

Es innegable que el impacto de Internet es positivo e incuestionable: tanto en el comercio electrónico, como en la industria de la información. De modo que los medios impresos y electrónicos tuvieron que afrontar a mediados de los noventa el enorme reto de buscar una expresión online novedosa y rentable que, una década después, sigue siendo un desafío

importante, sobre todo porque las audiencias cambian y demandan nuevas propuestas comunicacionales, sobre todo en contenidos que les despierte interés.

Desde hace una década el número de periódicos digitales en todo el mundo se ha multiplicado desde su aparición en la Red. Este hecho ha producido un gran incremento en el consumo de las ediciones online de los periódicos.

No obstante, el año 2000 fue crucial para los periódicos en todo el mundo, ya que supuso una prueba al ampliarse el campo de la edición online. La circulación global de los periódicos en papel cayó exageradamente en los 208 países encuestados, según estudios revelados por la Asociación Mundial de Periódicos³. En este mismo aspecto, señala que las audiencias Web han crecido más de un 350% en los últimos siete años.

La antítesis de toda esta dinámica es que se ha generado una caída en la circulación de 18.000 periódicos de papel y un aumento de más del 4,5% se ha generado a través de la Web.

En otro ámbito de ideas, no puede soslayarse que el mundo de Internet nos permite introducir nuevas dimensiones dentro de la distribución de la información, como el hipertexto: estructura no secuencial que permite enlazar con otras informaciones, otros medios, material de referencia y

³La Asociación Mundial de Periódicos, que tiene su sede en París, es la organización mundial de la industria de la prensa que representa 18.000 periódicos; incluye entre sus miembros a 72 asociaciones nacionales de periódicos, ejecutivos periodísticos individuales en 100 países, 13 agencias de prensa y 9 grupos de prensa regionales e internacionales. <http://www.wan-ifra.org/>

una gran diversidad de materias cuya consulta depende de las necesidades de cada lector.

El avance en las capacidades y cualidades de los ordenadores personales ha permitido que el audio, las animaciones y vídeos sean habituales en la versión Web de cualquier gran diario, lo que convierte al periódico online en un compendio de todos los medios. En algunos casos, la Web puede tener la agilidad de la televisión en la difusión de un video o de un clip de audio, aun si la transmisión en vivo tiene limitaciones en cuanto al número de usuarios que pueden conectarse. La habilidad de un medio digital está en saber dosificar los contenidos multimedia y alejar la tentación de competir directamente con la TV o la radio.

Sin embargo, para los profesionales de la información, Internet ha traído consigo innumerables ventajas –también amenazas y desafíos-. Entre esas ventajas: la posibilidad de acceder a sus fuentes y recibir feedback (retroalimentación) de sus lectores a través del correo electrónico, la oportunidad de contrastar una información recibida con múltiples buscadores y bases de datos, así como una inestimable ayuda en la labor investigadora.

Uno de los autores que mejor ha expresado las ventajas y cambios ha sido Manuel Castells, quien se refiere a Internet con estas palabras:

"Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, que está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado. Las economías de todo el mundo

se han hecho interdependientes a escala global, introduciendo una nueva forma de relación entre economía, Estado y sociedad en un sistema de geometría variable” (1997: Vol. 1. C. 5).

Castells también indica que:

“La Red ha llegado para quedarse y transformará inevitablemente las formas en que la humanidad se comunica, la manera en que interactúa, en que se informa, en que se entretiene. Las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas” (Castells, 1999: pp. 62).

La variada gama de tecnologías de la información y comunicación que hacen posible Internet, han sido introducidas en Latinoamérica a una velocidad sin precedentes en los últimos años. Algunos estudios de medición elaborados por la empresa encuestadora venezolana DATANÁLISIS⁴ destacan que Internet creció más del 100% en la región entre 1996 y 2007. Este hecho se relaciona con hombres de negocios cuya visión de futuro se observa compenetrada en inversiones en sistemas y tecnologías respaldadas en la Red.

Actualmente, Internet mantiene una estructura descentralizada que integra cada vez más a nuevas redes creadas en diferentes países y por diferentes empresas. Los cambios tecnológicos que vive la sociedad actual, la mundialización de la información y especialmente el auge de Internet, han cambiado, de alguna forma, el quehacer de los medios

⁴ www.datanalisis.com

tradicionales. Muchos de estos cambios son más que notorios y empiezan a reflejarse en la digitalización de los medios de comunicación y en que muchos periódicos de edición impresa han colocado en la Red su versión online.

En definitiva, podemos afirmar que la mayoría de los diarios digitales muestran en Internet modernas e innovadoras ediciones. Así, la aplicación y uso de las tecnologías informativas en los medios de comunicación ha trascendido la evolución del periodismo tradicional, y ha permitido el nacimiento del periodismo digital como una novedad que muestra características propias y se diferencia a grandes rasgos del tradicional, lo que bien merece ser analizado para comprobar si los diarios latinoamericanos también están ofreciendo estas mismas características innovadoras.

Por ello, para este trabajo doctoral se abre una línea de investigación sobre la evolución de los periódicos digitales latinoamericanos de información general, desde comienzos del tercer milenio (2000-2007), y cuyos diarios no nacieron con la Web. Es decir, los que provienen de un periódico. En este sentido, hemos seleccionado cinco países del continente americano entre los cuales se encuentran: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela. El objetivo es estudiar su evolución en cuanto a los cambios, diseños y formas de presentación de contenidos de sus principales ediciones digitales que serán posteriormente explicados en el Capítulo I.

A continuación, se ha establecido el siguiente esquema de trabajo:

Primero: se presentará una revisión teórica, conceptual y de referencia que sustentará el desarrollo del trabajo con las aportaciones de conocidos investigadores: Manuel Castells, Ignacio Ramonet, Javier Díaz Noci, Ramón Salaverría, Nora Paúl, Bernardo Díaz Nosty, Raúl Trejo, Octavio Islas, José Pereira, Xosé López, Rosental Calmon Alves, entre otros que también han realizado estudios e investigaciones del periodismo digital.

Segundo: en este apartado se tratará la incursión de los periódicos- a nivel mundial- en la World Wide Web (WWW), y se estudiará cómo ha influido el fenómeno de Internet en el oficio periodístico. Asimismo, se analizará la evolución de los periódicos digitales seleccionados en la región latinoamericana- zona geográfica en la que se centra esta investigación-, a fin de establecer un puente entre los inicios de la transición del papel a la pantalla y el panorama actual.

Tercero: en cuanto a las comparaciones entre los periódicos digitales, se presentará previamente una estrategia metodológica en la que se especificarán los ítems que se someterán a evaluación. En otro apartado, se presentará la aplicación de este método, con los datos que se logren obtener y su debido procesamiento. Finalmente, se ofrecerá un análisis comparativo de resultados, en el que se evaluará si los objetivos planteados fueron alcanzados, y en qué medida se logró lo proyectado.

Es importante destacar en este trabajo doctoral, que se ha estudiado poco la evolución y situación de la emergente Sociedad de la

Información en Latinoamérica y sus efectos en los medios de comunicación social. Por esta razón, se analizarán los periódicos digitales de la zona, partiendo de sus antecedentes y llegando a la situación actual.

No es menos cierto que diversos autores e investigadores han realizado en los últimos años estudios sobre los cibermedios, los cuales han arrojado interesantes resultados, por lo que se ha dispuesto de un importante apoyo para realizar el análisis de la situación actual y llegar al resultado final de esta investigación, es decir, a las conclusiones. Por lo que se confía, en que esta tesis sirva de punto de partida para estudios posteriores que ayuden a seguir profundizando en los fenómenos de la comunicación digital y engloben objetos de interés más amplios, como las ediciones digitales de los diarios especializados, regionales y medios audiovisuales.

Sin embargo, en España así como también en América Latina hay experiencias muy interesantes por conocer. Prestigiosos diarios como: El País, El Clarín, La Tercera, El Nacional, Reforma, El Tiempo, entre otros, líderes en cada uno de sus países, tienen hoy sitios Web que están entre los más visto de sus localidades, lo que merece ser estudiados.

Por último, para la elaboración de este trabajo se ha utilizado una recopilación bibliográfica de libros, publicaciones académicas y profesionales, que se centra en los siguientes temas: Internet, medios de comunicación y nuevas tecnologías, Sociedad de la Información y brecha digital, historia del periodismo y evolución del periodismo digital

en América Latina, diseño de comunicación digital e interactiva y metodología de la investigación. También se han consultado un amplio número de publicaciones académicas en relación con los estudios de los cybermedios en España. Se ha trabajado con algunos sitios Web institucionales, Weblog de los periodistas y fuentes personales directas (editores de los medios analizados y periodistas conocidos).

Una vez presentados los resultados de las comparaciones y las respectivas conclusiones, se podrá establecer si los periódicos digitales en la región latinoamericana están ofreciendo productos y contenidos de calidad de acuerdo con las demandas que hoy exige la sociedad de la información. Y es aquí donde se expondrá si se confirma la hipótesis planteada. Además, se incluye en este trabajo un glosario con los términos de uso más común en el desarrollo periodístico digital.

En términos generales, esta investigación pretende contribuir al desarrollo científico de un campo del conocimiento en auge y expansión, y ofrecer algún tipo de evidencia empírica a partir de los estudios de campo enfocados en los diarios tradicionales con presencia en Internet. Describir la situación actual del periodismo en América Latina es en sí un reto, ya que los periódicos digitales cambian día tras día. Los medios en Internet se encuentran en constante evolución, por lo que debe tenerse en cuenta que pueden producirse cambios significativos en las ediciones analizadas desde el momento de dar por cerrado el período de investigación hasta la lectura de la tesis doctoral.

Capítulo I:

Objeto de la investigación y metodología para la evaluación de los periódicos digitales

1.1. Situación actual

En América Latina los periódicos que han incursionado en la Red han adoptado la llamada “metáfora del diario impreso”, es decir, una página principal o Home Page⁵ que emula a la primera plana y cuyos titulares, llamadas e índices, permiten ir avanzando en niveles de profundidad y detalle. Un gran número de diarios latinoamericanos viene desarrollando valiosas experiencias en beneficio de un mayor contacto interactivo con el lector.

Es por ello, que se analizarán las versiones digitales de los periódicos latinoamericanos identificados en siguiente apartado, con el propósito de comprender la dinámica y evolución de sus contenidos, diseños gráficos, su arquitectura de información y de interfaz.

Se tomará en cuenta un período temporal comprendido desde el 2000 hasta el 2007. Son pocos los estudios que se han enfocado en esta temática desde el punto de vista metodológico-analítico, razón por la cual se considera esencial abordar este tipo de investigación.

El análisis se hará directamente de la realidad: lo observable en la pantalla del ordenador, lo que se denomina como datos obtenidos empíricamente, posteriormente serán almacenados en una base de datos para su respectiva interpretación.

1.2. Objetivo general

El objetivo general ha sido escoger como muestra principal, diez (10) diarios digitales (página principal) de cinco países latinoamericanos, entre ellos:

⁵ HomePage: Página principal. En un sitio web, es la página de partida de un sitio, cuya dirección introduce el usuario.

Diario La Nación y Clarín (Argentina), diario El Mercurio y La Tercera (Chile, diario El Tiempo y El Espectador (Colombia), diario Reforma y El Norte (México), y por último, diario El Nacional y El Universal (Venezuela), lo que nos da una muestra de ciento sesenta (160) ediciones en total. Nuestro objetivo no es otro que establecer una serie de criterios que permitan al final de esta investigación, proponer algunas sugerencias y recomendaciones.

Posteriormente, se realizará una comparación con dos grandes periódicos digitales españoles como: elpaís.com y elmundo.es, para ver si están en sintonía con ellos, si han evolucionado satisfactoriamente, y si cubren las nuevas demandas de la Sociedad de la Información.

1.3. Objetivos específicos

- a. Analizar los aspectos más importantes de las portadas de los periódicos latinoamericanos, tales como: contenidos, diseño, hipertexto, multimedia, interactividad, actualización, infografía, publicidad y otros servicios como: personalización, blog, versión para imprimir, correo electrónico, hemeroteca, enlace a otros medios.
- b. Determinar si están ofreciendo las herramientas necesarias para satisfacer plenamente las expectativas de los usuarios, tales como: actualización de contenidos a lo largo del día, personalización de contenidos, método utilizado para recuperar la información, modalidades multimedia utilizadas y otros servicios ofrecidos.
- c. Contrastar si han evolucionado de acuerdo a las tendencias del mercado en los últimos siete años.

d. Comparar cómo los diarios periódicos latinoamericanos seleccionados están explotando las potencialidades de Internet, a través de la incorporación de:

-Contenidos

-Servicios

-Lenguajes audiovisuales y multimedia

e. Detallar los resultados, aportaciones y conclusiones..

1.4. Justificación del estudio

Analizar el modelo que presentan los periódicos digitales de América Latina, lo que una vez cumplidos más de una década de su aparición, permite saber de qué forma han evolucionado y, si su modelo, atiende a la necesidad de espacios que propicien una mejora de la cultura y la disminución de la brecha digital.

Este estudio pretende aportar datos valiosos para la investigación en un ámbito hasta la fecha poco explorado, pero cuya profundización es indudablemente necesaria.

A pesar de la baja audiencia que todavía tienen los contenidos informativos ofrecidos en Internet, los medios latinoamericanos están realizando un esfuerzo por experimentar con nuevos formatos, conscientes de que, en un futuro, éstos se convertirán en elementos imprescindibles para la publicación en Internet.

Un análisis del panorama actual de los diarios indica que las principales cabeceras se encuentran ya en la Red. El soporte en línea complementa y

fortalece la tradicional posición de medios impresos con influencia en la sociedad.

Los periódicos han sido seleccionados tomando en cuenta los de mayor influencia, difusión y antigüedad, así como también por su fácil acceso. Para ellos hemos consultado la página principal de dichos periódicos, así como también se contactó con sus editores, con el fin de conocer un poco su historia y organización.

A continuación detallamos de cada uno, una breve biografía:

- **Clarín (Argentina)**, es un diario matutino argentino editado en la ciudad de Buenos Aires que fue fundado por Roberto Noble el martes 28 de agosto de 1945. De formato tabloide, es el diario con mayor tirada de la Argentina. La directora del matutino es Ernestina Herrera de Noble, viuda del fundador y accionista del Grupo Clarín, empresa propietaria de la publicación . Su tirada en 2007 alcanzó los 413.665 ejemplares.
- **La Nación (Argentina)**, es un diario matutino de Argentina, editado en la ciudad de Buenos Aires. Fue fundado por el presidente de la República Argentina (1862-1868) Bartolomé Mitre y su primer ejemplar se publicó el 4 de enero de 1870. De formato "sábana", el diario tiene una tirada promedio de 160 mil ejemplares de lunes a sábados y 250 mil los domingos.
- **El Tiempo (Colombia)**, es un periódico colombiano fundado el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo. Es en la actualidad el diario de mayor circulación en Colombia y por siete años prácticamente el único nacional, debido a la crisis de su rival El Espectador, que en

2001 se convirtió en semanario antes de volver a ser diario en el 2008. Sus accionistas mayoritarios son el Grupo Planeta, que adquirió la mayoría de acciones en agosto de 2007, y miembros de la Familia Santos. Es la base de un conglomerado de medios conocido como Casa Editorial El Tiempo (CEET). Su circulación promedio de lunes a sábado es de 240.964 ejemplares, que en la edición dominical asciende a 475.046 (2007).

- **El Espectador (Colombia)**, es un periódico colombiano de pago, redactado en español y de tirada nacional, cuya sede principal se encuentra en la ciudad de Bogotá. Cuenta con 1.850.400 lectores. Fue fundado por Fidel Cano Gutiérrez el 22 de marzo de 1887 en la ciudad de Medellín. En 2007 cumplió 120 años de existencia, siendo el periódico más antiguo en Colombia, uno de los más antiguos de América y el de mayor trayectoria en la historia del país. Debe su nombre a la gran admiración que su fundador le tenía al poeta Víctor Hugo, quien colaboraba en Francia en un diario que llevaba ese nombre. Su tirada en 2007 era de 211.200 ejemplares.
- **La Tercera (Chile)**, diario creado en 1950, con un contenido amplio de las secciones Opinión, Nacional, Internacional, Economía, Deportes, Santiago, Cultura y Última Hora. Su versión digital apareció el 1 de junio de 1997. Es uno de los diarios más leídos y visitados en Chile. Pertenece al grupo Copesa. Tiene una tirada de 123.000 ejemplares diarios, y lo leen 336.000 personas, según datos publicados en la *web* del periódico: www.latercera/cl/medio.
- **El Mercurio (Chile)**, mejor conocido como emol.com, primer grupo de

comunicación de Chile, centrado fundamentalmente en la prensa escrita. El Mercurio es la mayor empresa periodística de Chile, y en la actualidad está compuesta por 15 diarios, tres de ellos publicados en Santiago y los demás en distintas regiones del país. Cadena de diarios de El Mercurio. Apareció en papel el 1 de junio de 1900 y actualmente vende de media 134.577 ejemplares, según datos de Infoamérica⁶. En junio de 1996 comenzó a editar su versión digital.

- **El Norte (México)**, diario de Monterrey (Nuevo León), creado en 1938. Ofrece información amplia en las secciones Noticias de Monterrey, Nacional, Internacional, Deportes, Espectáculos, Cultura, Negocios, Tecnología, Editoriales y Entretenimiento. En la edición digital ofrece: foros, chats, vídeos, juegos, encuestas en línea, servicios y buscador. Pertenece al grupo Reforma–Infosel–Terra. En 1996 empezó con las noticias *online* y fue uno de los primeros periódicos en Internet de México.
- **Reforma (México)**, es un periódico de circulación nacional en México que se imprime en la Ciudad de México y es editado por el Grupo Reforma. Circula desde el 20 de noviembre de 1993. Su director es Alejandro Junco de la Vega. El diario tiene una historia de galardones por libertad de expresión y periodismo independiente. Se crea en 1993. En 1994 el periódico enfrentó el boicot de la Unión de Voceadores del Distrito Federal. Desde entonces, nació una red de microempresarios y empresas independientes que hasta hoy lo siguen distribuyendo. Para el año 2007 cuenta con una tirada de 128.000 ejemplares.

⁶www.infoamerica.org

- **El Nacional (Venezuela)**, periódico fundado en agosto de 1943, en la ciudad de Caracas, actualmente dirigido por Manuel Sucre y Miguel Enrique Otero, este último nieto e hijo de los fundadores del diario. Su primer director fue el poeta Antonio Arráiz (1903-1962). En sus páginas han escrito muchos de los autores venezolanos más reconocidos. De hecho, Arturo Úslar Pietri, uno de los intelectuales más importantes de Venezuela. La edición digital de El Nacional fue inaugurada en 1996. El periódico forma parte del Grupo de Diarios América (GDA), al que pertenecen otros notables diarios de Latinoamérica, como El Tiempo, El Mercurio (Chile) y La Nación (Argentina). Para el 2007 tenía una tirada de 240.00 ejemplares.
- **El Universal (Venezuela)**, es un periódico de circulación matutina de Venezuela y uno de los mayor tirada del país, ya que el promedio diario de ejemplares es de más de 80 mil, y sube a 200 mil los domingos, según el jefe de prensa. Se define a sí mismo como el periódico comercial por excelencia de Caracas. El Universal es fundado el 1 de abril de 1909 en Caracas por el poeta venezolano Andrés Mata acompañado de su amigo Andrés Vigas.
- **Diarios españoles: elpaís.com y elmundo.es**

Si hacemos un recorrido por la historia del diario **El Mundo de España**, podemos destacar que es un diario bastante joven comparado con los diarios de Latinoamérica. Apareció por primera vez el 23 de octubre de 1989, y fue fundado por Alfonso de Salas, Pedro J. Ramírez, Balbino Fraga y Juan González.

Siguiendo la estela del anterior periódico dirigido por Pedro J. Ramírez, Diario

16, El Mundo ha dedicado desde siempre importantes esfuerzos a la investigación periodística.

El diario El Mundo define su línea editorial como liberal. Es habitualmente crítico con el PSOE⁷ y los nacionalismos periféricos y próximo (sobre todo en política española) al PP⁸.

En cuanto a su versión digital, **elmundo.es** hizo su aparición en la Red el 11 de noviembre de 1994. Además, un dato importante es que éste diario, desde que se fundó en 1989 siempre ha producido sus informaciones mediante el ordenador, por lo que todos sus archivos están desde el comienzo en formato digital.

Por otra parte, citamos al **diario El País**, el cual fue fundado por José Ortega Spottorno, y salió a la luz el 4 de mayo de 1976, seis meses después de la muerte de Francisco Franco, y a principios de la transición española.

Sin embargo, su salida al mercado supuso una revolución en el panorama periodístico español, ya que se convirtió en el primer periódico de clara vocación demócrata y europeísta, en un contexto en el que el resto de periódicos españoles venían de una larga historia en el franquismo.

A mediados de los años 1990, El País fue el segundo periódico de España en ofrecer una edición electrónica en Internet. También fue el primer periódico español que, el 18 de noviembre de 2002, impuso el sistema de pago para acceder a los contenidos informativos de su edición digital.

⁷ El Partido Socialista Obrero Español (PSOE) es un partido político de España de ideología socialdemócrata

⁸ El Partido Popular (PP) es un partido político conservador de España fundado en 1989, definido en sus estatutos como de «centro reformista»

No obstante, esta decisión supuso la pérdida de la mayor parte de sus visitas, en beneficio de su competidor, la edición digital de El Mundo. Tanto es así, que el 3 de junio de 2005 volvió a abrir la mayoría de sus contenidos gratuitamente, dejando básicamente a los suscriptores el acceso a contenidos multimedia y a la hemeroteca.

- **Diarios electrónicos analizados**

Medio	Enlace
Clarín digital	www.clarindigital.com
La Nación	www.lanacion.com.ar
La Tercera	www.latercera.com
El Mercurio	www.emol.com
El Tiempo	www.eltiempo.com
El Espectador	www.elespectador.com
Reforma	www.reforma.com
El Norte	www.elnorte.com
El Universal	www.eluniversal.com
El Nacional	www.el-nacional.com
El País	www.elpais.com
El Mundo	www.elmundo.es

1.5. Planteamiento de la hipótesis

El periodismo digital debería ser un periodismo que utilizara todas las posibilidades que brinda el multimedia y la interactividad para contar las

historias de una forma más próxima a la realidad y hacer más partícipes a los usuarios de la información y la opinión sobre los temas que les interesan.

La hipótesis de partida se centra en afirmar: “si realmente en los últimos siete años (2000-2007) los periódicos digitales en Latinoamérica antes identificados, han ido incorporando en sus ediciones una serie de factores que condicionan la evolución, como son: contenidos, estructura, navegación, multimedia, usabilidad y diseño, otros.

Partiendo de la suposición de que serán los periódicos digitales con mayor difusión en el sector latinoamericano, nos hemos apoyado en los objetivos específicos antes señalados, así como en investigaciones previas y aportaciones de los grandes expertos del periodismo digital”.

Sin embargo, a pesar de los más de diez años que tiene el periodismo digital, en algunos aspectos está más desarrollado, como en la inmediatez y el hipertexto. Otros aspectos como los multimedia y la participación del usuario son campos que aún necesitan desarrollar con más destreza.

Por otra parte, en esta investigación nos hemos planteado también las siguientes preguntas:

1. ¿Están los periódicos digitales latinoamericanos ofreciendo contenidos y productos de calidad a sus lectores?
2. ¿Están los periódicos digitales latinoamericanos en sintonía con los cibermedios españoles?
3. ¿Están los periódicos digitales latinoamericanos empleando

herramientas multimedia, infografía, entre otros?

En definitiva, el objetivo es demostrar si realmente los periódicos digitales en América Latina, han venido evolucionando satisfactoriamente de acuerdo con las nuevas demandas de los usuarios y con las tendencias dominantes en el mercado. La hipótesis de partida es que han realizado importantes avances, aunque todavía no han resuelto alguno de los grandes desafíos que están planteados para los diarios digitales en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

1.6. El marco teórico y conceptual

El marco teórico y conceptual tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que nos permitan abordar el problema. El presente estudio tiene su sustento teórico en otros trabajos de investigación y evaluación del fenómeno periodístico en la Red desarrollados en España, otros países de Europa, EEUU y Latinoamérica. Fruto de esas iniciativas han surgido varios textos bibliográficos, ensayos, revistas científicas, congresos, seminarios, postgrados y encuentros en los que se han presentado trabajos muy relevantes relacionados con el periodismo digital.

De España citamos a algunos expertos: Ramón Salaverría (Universidad de Navarra), Javier Díaz Noci, (Universidad del País Vasco), Marita Otero, Xosé Pereira y Manuel Gago (Universidad Santiago de Compostela). En esta investigación se han utilizado sus estudios sobre los cibermedios, entre ellos: *El impacto de Internet en los medios de comunicación en España- Radio*, financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología bajo la referencia BS02002-04206-c04-02, y en el que participan las universidades

del País Vasco, Navarra, Málaga y Santiago de Compostela, con el propósito de analizar el impacto de Internet en los medios “tradicionales” que operan dentro del territorio español.

El segundo estudio, titulado *Análisis de contenido organizacional y formal de los medios de comunicación en Internet de Galicia: experiencias y alternativas* (referencia BSO2001-3119) tiene como objetivo analizar detalladamente los contenidos y la organización de los mismos que se generan en los cibermedios en Galicia.

Cabe señalar que estas tres universidades del Estado español llevaron a cabo un proyecto relacionado con los cibermedios y el impacto de Internet en los periodistas europeos. Consultados los trabajos de Manuel Castell, Octavio Islas, Guillermo Culler, Marita Otero, Xosé Pereira, Manuel Gago, Javier Díaz Noci, y Carlos Abreu Sojo, entre otros investigadores y profesionales, tanto de España como de Latinoamérica, se puede afirmar que existe en la actualidad un conjunto de estudios interesantes sobre la evolución del periodismo digital y su papel en la sociedad.

De igual manera, se han consultado también fuentes como tesis doctorales, encuestas, foros, y comunicaciones de los congresos.

En conjunto, se han analizado numerosos trabajos, que se citarán al final en la bibliografía, en la que se diferencia los que han salido del ámbito universitario –de investigaciones– de las reflexiones que han hecho los profesionales del periodismo y del ciberperiodismo.

El análisis de los periódicos digitales debe estar bien estructurado e iniciarse con la mayor información posible sobre el contexto y los puntos de

vista de los profesionales que lo ejercen. Es por ello que también fue necesario realizar entrevistas a profesionales y expertos en periodismo digital.

1.7. Metodología aplicada

La investigación aporta una información cuantitativa que responde, con base en evidencias empíricas, a cuestiones hasta ahora desconocidas en los medios digitales latinoamericanos, como tendencia, la tipología, el diseño, contenidos, interactividad y multimedialidad

Cabe destacar, que las tesis empíricas se pueden subdividir en observaciones simples, mediante el cual se pueden obtener datos reales. La metodología tendrá un carácter descriptivo y comparativo. El método utilizado para estudiar los periódicos digitales latinoamericanos toma como modelo de referencia, las categorías definidas por el Grupo de Investigación Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela, las cuales fueron adaptadas para esta investigación y serán definidas en el punto 1.8, etapas de la investigación.

De acuerdo a las características de este estudio, se podría afirmar que pertenece a la categoría de Investigación empírica y exploratoria, ya que busca esclarecer una área bastante desconocida, específicamente en la región latinoamericana.

Este trabajo trata de generar una aproximación a las tendencias de una situación determinada: la evolución de los periódicos digitales de América Latina.

Para Tamayo y Tamayo⁹ (2000) la exploración significa:

“Estudio preliminar y sin significación de cualquier unidad, realizado por vía de ensayo, a fin de averiguar los principales elementos que la componen y, en general, para preparar una investigación detenida sobre uno o más aspectos de la unidad” (p. 104).

Para conocer qué periódicos digitales latinoamericanos tienen mayor tráfico, se ha tomado como referencia el ranking de ediciones digitales elaborado, por el portal Infoamérica.org¹⁰.

Posteriormente, se consultó el portal Internet Archive¹¹ con el objetivo de buscar las ediciones anteriores de los periódicos digitales seleccionados para este estudio.

El total de la muestra para esta investigación es de ciento sesenta (160) ediciones digitales. Sólo se analizaron las primeras páginas de los diarios seleccionados para este estudio, y comprendidas en el período desde el 2000 hasta el 2007. Se tomaron para el análisis dos ediciones por cada año seleccionado, aproximadamente una edición por semestre, todos correspondientes a los países antes citados.

Seguidamente, todas las ediciones fueron elaboradas y almacenadas mediante una ficha en el programa Access- para identificar las principales características de cada uno de esos diarios-, y que se incluye en los

⁹ Tamayo y Tamayo, Mario. *Metodología formal de la investigación científica*. Comex, 2000

¹⁰ *Inforamérica* es un portal de la comunicación que ofrece una variedad de temas relacionados con la ciencia de la comunicación. Su dirección Web es: www.infoamerica.org

¹¹ *Internet Archive* es una de las bibliotecas digitales más importantes de la red. Como la mítica biblioteca de Alejandría, entre sus cimientos se encuentra almacenado gran parte del conocimiento de los últimos años.

resultados de esta tesis. El análisis se sustenta en la observación simple y directa de los sitios disponibles en Internet, entrevistas con los jefes de información y/o redacción de los periódicos *Web*, cuestionarios, y en la revisión de los archivos *online* de estos medios.

Igualmente, se contactaron por correo electrónico, teléfono y personalmente a los responsables de las ediciones en internet de estos medios. Asimismo, para recoger información precisa y puntual que pudieran ser tratados estadísticamente, a este grupo de profesionales se les hizo llegar un breve cuestionario por correo electrónico, lo que ha permitido conocer algunas de las características definitorias de sus respectivos diarios. Los resultados de la tabulación de los datos de este cuestionario se detallan continuación. La encuesta que se preparó, comprende quince (15) preguntas, lo que nos permitía obtener unas respuestas concretas. Las preguntas se dividieron en tres grupos:

1. Datos de referencia

2. Biografía del medio

3. Detalles sobre la organización del medio digital

Los datos que se han reunido durante las visitas y los cuestionarios en las redacciones de estos medios, han permitido distinguir algunas etapas cronológicas, y las principales tendencias de la evolución del periodismo digital en Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela. El cuestionario se utilizó exclusivamente para constatar datos con lo observado en la pantalla del ordenador, por lo que los resultados obtenidos fueron para información complementaria.

Al final de esta investigación se podrán consultar en el apartado de los anexos, la base de datos utilizada para este trabajo, así como una muestra del cuestionario empleado para este estudio.

1.8. Etapas de la investigación

a) Primera etapa Recopilación de información bibliográfica, literaria, cuestionarios, entrevistas, observación directa.

b) Segunda etapa: Aplicación y adaptación de la metodología: Se confeccionó un planning, un cuestionario, así como también, se realizaron algunas entrevistas, y visitas a algunas redacciones. Seguidamente, se procedió a la elaboración de la ficha del análisis a través de una base de datos en el programa Access, entre las cuales destacan las siguientes categorías:

- **Géneros informativos:** Orientan a cubrir la necesidad de información actual y de interés general respecto a los acontecimientos, personajes, eventos, novedades, fenómenos que a diario ocurren en sociedad. Describimos a continuación los tipos textuales más comunes dentro del periódico:

- **La noticia:** es un hecho periodístico, equivalente a lo que implica para la historia un acontecimiento. Asimismo, es un género periodístico en el que la noticia es un hecho de actualidad que merece ser informado por algún tipo de criterio de relevancia social. Como en la prensa impresa la noticia es el género principal, también lo es en los periódicos digitales.

El contenido de una noticia debe responder a la mayoría de las preguntas que se conocen como las "6 W", de la escuela de periodismo norteamericana:

* ¿A quién le sucedió?

* ¿Qué sucedió?

* ¿Cuándo sucedió?

* ¿Dónde sucedió?

* ¿Por qué sucedió?

* ¿Cómo sucedió?

- **La entrevista:** la entrevista, como género periodístico, la entendemos como el texto resultante de una conversación, que, en el periodismo escrito, puede estar redactado en primera persona con las palabras textuales de ambos, es decir, una entrevista directa, o como un artículo basado en las declaraciones de un determinado personaje, que es la entrevista creativa.
- **El reportaje:** El reportaje se caracteriza, con respecto a otros géneros periodísticos, por su diversidad funcional, temática, compositiva y estilística. Desde el punto de vista estilístico, es un género muy versátil, ya que puede incorporar y combinar múltiples procedimientos y recursos de escritura, absorber en parte o del todo otros géneros periodísticos informativos -como noticias, informaciones, crónicas, entrevistas...- y de opinión -columnas y comentarios. Sin embargo, con el avance de las nuevas tecnologías y con respecto a la hipertextualidad, hoy en día las ediciones digitales incluyen en sus reportajes enlaces documentales hacia otros artículos del propio archivo o bien hacia fuentes externas del periódico digital.
- **La reseña:** es un género que permite informar a la vez que realiza una crítica. Este género es muy utilizado en la crítica de espectáculos. Por

ejemplo, el periodista, comenta brevemente la película y realiza luego una valoración.

- **La opinión:** los periodistas o colaboradores de los diarios dan su opinión sobre temas diversos de la actualidad, a menudo esto se hace a través de las sección de columnas. En su mayoría, la opinión está a cargo de un especialista que es un conocedor del tema, como por ejemplo la economía, deporte, cultura.
- **La crónica:** es un relato detallado de los acontecimientos. Se diferencia de la noticia porque lo que cuenta al principio es el final, es decir, empieza por el desenlace y luego sigue con los acontecimientos de acuerdo a como fueron desarrollándose temporalmente. Por ejemplo, hoy en día las ediciones digitales, en el caso de una jornada electoral se pueden observar microtextos minuto a minuto, lo que se conoce propiamente como una crónica.
- **El editorial:** el editorial es el género mediante el cual la publicación del diario o una revista da a conocer sus puntos de vista sobre ciertos acontecimientos de la realidad actual. Suele aparecer en un sitio fijo y no esta firmado, ya que la empresa es la que se responsabiliza por la publicación. Hoy en día son muchos los diarios digitales que ofrecen a sus usuarios la posibilidad de valorar el artículo votando por él.
- **La Columna:** La columna es un espacio fijo en un medio. Generalmente esta a cargo de un periodista, pero también puede ser escrita por un especialista como por ejemplo: médico, político o un deportista. Normalmente una columna tiene como objetivo mostrar diferentes puntos de vista ante una noticia y puede expresar una manera distinta al editorial.

- **Géneros gráficos:** Este género se utiliza para expresar gráficamente una noticia, tales como:

- **La infografía:** Considerando los diversos géneros periodísticos y en especial aquellos que son específicos del Periodismo digital, coincidimos con José Manuel de Pablos al considerar a la infografía como un género dentro del periodismo. (De Pablos, pp.40). Consideramos la infografía diferente a los gráficos (gráficos de fiebre o de barras, de queso o de pastel, las tablas numéricas) refiriéndose más a lo que se llama un diagrama periodístico. De Pablos lo llama infoperiodismo para distinguirlo de la infografía publicitaria, y de la animática, para poner el acento en el carácter periodístico e informativo del género.
- **El reportaje gráfico:** Refleja la complejidad de un hecho de mediante un conjunto de fotografías. Es más habitual en la prensa de periodicidad semanal.
- **La caricatura:** Las ilustraciones de cualquier tipo generalmente aportan opinión y pueden tener o no entidad propia, es decir, pueden limitarse a acompañar, a ilustrar un texto aligerando formalmente la página, o pueden convertirse en “*un artículo de opinión*”, en forma de dibujo.
- **Foto noticia:** La fotografía se ha convertido hoy en un recurso informativo más dentro del periódico. Puede completarse con el **pie de foto**. Cumple varias funciones:
 - captar la atención del receptor
 - dar los contenidos de forma instantánea y global
 - provocar emociones
 - aportar dinamismo visual al periódico

- **Tema:** Se trata de la especialidad periodística: política, economía, internacional, deporte, cultura, sociedad, sucesos, farándula, ciencia y tecnología, etc.
- **Actualización:** Cuántas veces al día se actualiza la información en los periódicos digitales. Muchos diarios la actualizan diariamente, otros dos veces al día o diariamente.
- **Multimedialidad:** La multimedialidad es una de las características que definen el ciberperiodismo. No obstante, supone la integración en el hipertexto de distintos medios. Los documentos hipertextuales pueden ser textuales, gráficos, sonoros, animados, audiovisuales o una combinación de parte o de todas estas morfologías; por lo que el término hipertexto puede tener características multimedia. En este apartado incluimos el flash, video y el audio como elementos principales en la evolución de los diarios digitales.
- **El vídeo:** Es la tecnología de la captación, grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento. Hoy en día la mayoría de los diarios en la Red incorporan el vídeo en sus ediciones.
- **El audio:** Los avances tecnológicos permiten que los procesos de comunicación sean más eficientes que antes, es por ello, que hoy en día todos los diarios digitales ofrecen audio a sus lectores, muchos son los periódicos digitales que tienen en su menú emisoras de radio.
- **El flash:** Es una tecnología que combina varios elementos, como los gráficos vectoriales, la animación, la interactividad y la inserción de otros

componentes multimedia, como audio, video o imágenes estáticas, basado en el uso de un sencillo lenguaje de programación propio de esta tecnología, el Action Script.

- **Interactividad:** Se utiliza hoy en día en las ciencias de la comunicación. Permite una interacción a modo de diálogo entre ordenador y usuario. Por ejemplo: uso de chat, foros, encuestas y/o correo electrónico para interactuar con el lector.
- **Chat:** Comunicación simultánea entre dos o más personas en la Red. Según consultado el portal de Wikipedia “El chat (término proveniente del inglés que en español equivale a charla), también conocido como cibercharla, designa una comunicación escrita realizada de manera instantánea a través de Internet entre dos o más personas”.¹²
- **Animación interactiva:** Son aquellos elementos que integran la imagen, el audio y el video de un modo interactivo. El más común y conocido de estos formatos es el “swf” (de FLASH de Macromedia) que vinculan estos lenguajes en único formato.
- **Foro de discusión:** Servicio de Internet por medio del cual las personas escriben y leen mensajes relacionados con un tema en especial.
- **Correo electrónico:** Sistema que permite a una persona escribir un mensaje en un ordenador y enviarlo a través de la Red a otro u otros usuarios.
- **Encuestas:** Hoy en día la mayoría de los diarios en Internet publican

¹² (<http://es.wikipedia.org/wiki/Chat>)

encuestas de diversos temas: político, económico, deporte, social, etc. Lo que se permite conocer la opinión y los sondeos realizados entre los cibernautas.

- **Ediciones anteriores o Hemerotecas:** Permite tener acceso a todas las ediciones ya publicadas de los periódicos, pudiendo seleccionar año, mes, día. Hoy en día la mayoría de los periódicos digitales cuentan con una hemeroteca o archivo de búsqueda.
- **Recuperación de información:** “La recuperación de información, llamada en inglés Information retrieval (IR), es la ciencia de la búsqueda de información en documentos, búsqueda de los mismos documentos, la búsqueda de metadatos que describan documentos, o, también, la búsqueda en bases de datos, ya sea a través de internet, intranet, para textos, imágenes, sonido o datos de otras características, de manera pertinente y relevante”.¹³
- **Hipertextualidad:** Tipos de conexiones que se establecen a partir de un mensaje determinado. Pueden ser internos, que remiten a otras páginas o publicaciones elaboradas por la empresa editora de la publicación estudiada; o externos, en los que la conexión remite a páginas o publicaciones distintas a las estudiadas.
- **Enlace a otros medios:** Permite al lector visitar otros medios de comunicación. Lo que se busca en esta categoría es conocer si los diarios digitales analizados ofrecen esta posibilidad.
- **Enlace a otras páginas:** Normalmente se les llama enlaces o link.

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Recuperacion_de_la_informacion

Consisten en líneas de texto o imágenes que se encuentran dentro de ciertos documentos, generalmente en páginas Web, y que permiten acceder a otros documentos.

- **Ventanas emergentes:** el término denomina a las ventanas que emergen automáticamente (generalmente sin que el usuario lo solicite) mientras se accede a ciertas páginas web. A menudo, las ventanas emergentes se utilizan con el objeto de mostrar un aviso publicitario de manera intrusiva. Una técnica relacionada a esta es la denominada *pop-under* (que consiste en abrir de manera intempestiva nuevas ventanas que se sitúan detrás de la ventana en uso). Los anuncios pop-under (como dicho anteriormente) son una variedad de lo que son los pop-up. Este abre una ventana nueva en el navegador, detrás de ventana activa. Los pop-unders interrumpen menos a los usuarios, pero no son vistos hasta que el usuario cierre las ventanas que está utilizando, haciendo que sea más difícil para el usuario determinar qué página web las abrió¹⁴.
- **Diseño gráfico:** Son muchos los diarios digitales que tienen un diseño gráfico personalizado tales como: menú principal a secciones, menú a servicios, encabezado y galería de fotos.
- **Publicidad:** En esta categoría buscamos si realmente todos los diarios digitales analizados cuentan con los siguientes elementos como: *Banners*, ventanas emergentes y menús.
- **Otros servicios:** Los periódicos digitales también ofrecen otros servicios a sus lectores tales como:

¹⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Ventana_emergente

- **Resumen de noticias:** Muchos periódicos digitales ofrecen a sus internautas la posibilidad de enviarles un breve resumen de las noticias del día.
- **Correos electrónicos:** Los periódicos digitales cada día se suman a esta opción, con la finalidad de interactuar más con el lector. Sin embargo, existen muchos diarios en la Red que no te permite enviar correos directamente al periodista que ha publicado la noticia, sino que tienen un apartado para comentarla.
- **Versión para imprimir:** Esta opción te permite obtener en papel la noticia seleccionada. Casi todos los periódicos digitales ofrecen esta posibilidad.
- **Acceso gratuito o de pago:** Son muchos los diarios en la Red que cobran por el acceso a sus contenidos y servicios, obligadas a dar este paso principalmente por la caída de los ingresos publicitarios y la necesidad de contar con un modelo de ingresos sostenible.
- **Cartas al Director:** Esta sección supone una reflexión sobre el propio periódico, tanto sobre sus noticias como sobre las opiniones que se vierten en él, y en general sobre la línea editorial.
- **Blog:** Un **blog**, o también conocida como una bitácora, no es más que un sitio Web periódicamente actualizado, que tiene como objetivo recopilar cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. Son muchos los diarios en la Red que ya cuentan con una o más bitácoras.

Luego de definir todas las categorías se exportó la base de datos de Accés al programa de Excel, con la finalidad de extraer todos los resultados obtenidos.

Los datos analizados fueron calculados en porcentaje, por ejemplo:

Clarín de Argentina - 3 fotos noticia - 30%

Mercurio de Chile - 5 fotos noticia - 50%

Reforma de México - 2 fotos noticia - 20%

El porcentaje se realiza sobre la suma total de fotos, que en el ejemplo serían diez. Asimismo, se procedió con todas las categorías seleccionadas para este estudio, se calcularon todos los resultados en porcentaje para luego obtener un promedio de los diarios latinoamericanos analizados y comprobar su respectiva evolución desde el 2000 al 2007.

c) Tercera etapa: Resultados, análisis y reflexiones

En esta última etapa de la investigación, se mostrarán todos los datos obtenidos en este estudio, con el fin de determinar si nuestra hipótesis planteada se reafirma o no. Luego se generarán las conclusiones, para evaluar los resultados e identificar claramente como han venido evolucionando los periódicos digitales en América Latina, específicamente: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela.

En conclusión, esta investigación será un gran punto de partida para seguir analizando los diarios latinoamericanos en general, ya que hasta la fecha son pocas las investigaciones realizadas en este ámbito. El periodismo digital en América Latina no ha tenido el auge tan acelerado que ha tenido en países como España y Los Estados Unidos. Es por esto, el interés de presentar una radiografía de algunos diarios de latinoamericanos, con el fin de determinar si están ofreciendo características innovadoras, así como su constante evolución.

Capítulo II:
La Sociedad de la Información en
América Latina

2.1. Definición y principios fundamentales de la Sociedad Información

Es habitual que se perciba este término asociado con las nuevas tecnologías, pero no queda reducido sólo a éstas. En la Sociedad de la Información el conocimiento se transforma en el centro de una estrategia de desarrollo: se genera, se difunde y es utilizado por los agentes económicos y sociales.

Una de las primeras personas en desarrollar un concepto de la Sociedad de la Información fue el economista Fritz Machlup en su libro de 1962 *The production and distribution of knowledge in the United States (La Producción y Distribución del Conocimiento en los Estados Unidos)*. Machlup concluía que Sociedad de la Información es aquella en la que el número de empleos que se basan en la manipulación y manejo de información es mayor que el de los relacionados con algún tipo de esfuerzo físico¹⁵.

En 1973, el sociólogo estadounidense Daniel Bell introdujo la noción de la Sociedad de la Información en su libro *El advenimiento de la sociedad post-industrial*¹⁶, donde formula que el eje principal de ésta será el conocimiento teórico, y advierte que los servicios basados en él habrán de convertirse en

¹⁵ Disponible:./ <http://www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm> / <http://www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm> Consultado el día 01 de julio de 2006.

¹⁶ Bell, Daniel. *The coming of post-industrial society; a venture in social forecasting*. - New York, Basic Books [1973]. - xiii, 507 p. illus. 25 cm. [traducción: *Advenimiento de La Sociedad Post-Industrial* . - Alianza (January, 1992). - ISBN: 8420621498.] [traducción: *Vers la société post industrielle*. - Robert Laffont, 1976]. Disponible: <http://www.infoamerica.org/teoria/bell1.htm> . Consultado 01/07/2006.

la estructura central de la nueva economía y de una sociedad apuntalada en la información.

Hay que indicar que, desde el campo científico, existen varias definiciones de Sociedad de la Información y varios enfoques alrededor de este concepto. Aquí se señalarán algunas que son importantes para los fines de este trabajo. Es preciso diferenciar aquellas definiciones que apuntan a caracterizar una realidad existente o emergente, de aquellas que expresan una visión -o anhelo- de una sociedad potencial. Las dos son relevantes: las primeras por su aporte al análisis, las segundas porque orientan políticas y acciones.

En la primera categoría estaría Manuel Castells, por ser uno de los investigadores que más ha desarrollado el tema, además de ser una autoridad reconocida en la materia. Castells prefiere el término “Sociedad Informacional” antes que “Sociedad de la Información” (basándose en la diferencia entre industria e industrial). Él señala que, si bien el conocimiento y la información son elementos decisivos en todos los modos de desarrollo,

“el término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico” ¹⁷.

Más adelante precisa:

¹⁷ Castells, Manuel. - La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red, México, Siglo XXI, 1999. citación: p. 47.

“Lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos”.

Y acota:

“La difusión de la tecnología amplifica infinitamente su poder cuando sus usuarios se la apropian y la redefinen. Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar. (...) Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción”

¹⁸.

En cuanto a la sociedad del conocimiento, en una publicación posterior señala:

“se trata de una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada en el procesamiento de información, en la generación del conocimiento y en las tecnologías de la información ¹⁹.

Yves Courrier, refiriéndose a Castells, diferencia los dos términos de esta forma: “Sociedad de la Información” pone el énfasis en el contenido del trabajo (el proceso de captar, procesar y comunicar las informaciones

¹⁸ idem citación p. 58.

¹⁹ Castells, Manuel. 2002 “La dimensión cultural de Internet”, Universitat Oberta de Catalunya, julio. <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>

necesarias), y “Sociedad del Conocimiento” en los agentes económicos, que deben poseer cualificaciones superiores para el ejercicio de su labor ²⁰.

El mexicano Raúl Trejo en su publicación *La Nueva Alfombra Mágica* dice que la Sociedad de la Información más que un proyecto definido, es una aspiración: la del nuevo entorno humano, en donde los conocimientos, su creación y propagación son el elemento definitorio de las relaciones entre los individuos y entre las naciones. Por lo que Trejo afirma que “el término ha ganado presencia en Europa, donde es muy empleado como parte de la construcción del contexto para la Unión Europea”²¹.

En el Congreso Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI) se redactó *La Declaración de Principios de Ginebra*²², adoptada por los gobiernos -con significativos aportes de la sociedad civil-, y éste es su primer artículo:

“Nosotros (...) declaramos nuestro deseo y compromiso comunes de construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas y respetando plenamente y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos”.

Gómez Segade, señala que:

²⁰ Courier, Yves, “Société de l’information et technologies”, http://www.unesco.org/webworld/points_of_views/courrier_1.shtml

²¹ Raúl Trejo Delabre, *La Alfombra Mágica*.1996.

²²CMSI (2003). “Declaración de Principios”, Ginebra, diciembre. Disponible: http://www.itu.int/wsis/documents/doc_multi.asp?lang=en&id=1161|1160

“la Sociedad de la Información establece, en primer término, sobre la convergencia de instrumentos y medios técnicos suficientemente conocidos y útiles socialmente, como el sistema telefónico, la radiodifusión, los satélites de comunicaciones, las bibliotecas o las bases de datos accesibles a distancia (...) el segundo pilar sobre el que se asienta la Sociedad de la Información son las nuevas tecnologías, en particular la informática y las telecomunicaciones, junto con otras técnicas como la comprensión de datos o el encriptado”.²³

En el informe *Sociedad de la Información en España 2002*, Telefónica pretende plantear de una manera completa toda la complejidad del mundo real. El modelo se compone de cuatro factores fundamentales y bien diferenciados, según lo presentado por Ruth Gomero Tinoco de la Fundación Telefónica²⁴.

A continuación se describe cada uno de ellos:

Participantes: son los agentes (individuos u organizaciones) que crean y utilizan los contenidos y servicios que proporcionan las infraestructuras de comunicación. Son, por tanto, el centro alrededor del cual gira el desarrollo de la propia Sociedad de la Información. Se han considerado tres tipos de agentes en este grupo: ciudadanos, empresas y administraciones públicas.

²³Gómez Segade, José: “El Comercio Electrónico en la Sociedad de la Información” en: GOMEZ SEGADE, José (Dir): Comercio electrónico en Internet, Marcial Pons, Madrid, 2001, pág.22.

²⁴Disponible en la Web (<http://sociedaddelainformacion.telefonica.es>: consultado el 05/06/2006).

Universo multimedia de servicios y contenidos: está formado por el conjunto de informaciones, bienes y servicios a los que se puede acceder desde las infraestructuras de telecomunicación disponibles.

Infraestructuras: son las condiciones técnicas que permiten el acceso a los contenidos y necesitan redes (cuanto más desarrolladas, mejor), terminales, ancho de banda y servidores.

Entorno: los elementos básicos de la Sociedad de la Información se desenvuelven en un medio económico y social del que no son independientes. Por lo tanto, se incluyen dentro del concepto de entorno aquellos factores que tienen una influencia decisiva en el desarrollo de la Sociedad de la Información, pero que existen con independencia de ésta.

Habrán una serie de factores que influirán en la evolución de la Sociedad de la Información: las características de la política económica, social y tecnológica, las actividades de promoción para favorecer una sociedad basada en el conocimiento, el marco legal existente que la favorezca, aspectos históricos y culturales que favorezcan la integración y participación de los diferentes actores económicos y sociales, etc.

Su principal objetivo debe ser el de facilitar la plena utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a todos los niveles, y permitir que todas las personas compartan los beneficios sociales y económicos gracias a un acceso generalizado a las redes de información, preservando al mismo tiempo su pluralidad y su patrimonio cultural.

La Sociedad de la Información debe estar orientada a descartar las diferencias socioeconómicas, y a prevenir la aparición de nuevas formas de exclusión. Debe convertirse en una fuerza positiva para todos los pueblos del mundo, reduciendo la discrepancia entre los países en desarrollo y los desarrollados.

Se indica desde distintos ámbitos -académicos, profesionales, gubernamentales, etc.- que los caminos hacia la Sociedad de la Información pueden ser múltiples, dependiendo de los objetivos que cada sociedad, de acuerdo con sus características y de la situación de partida, se plantee a corto, medio y largo plazo.

El primer requisito para la actividad digital es la infraestructura física, es decir la Red. Pertenecen a este primer estrato redes computacionales, televisión digital, teléfonos móviles, líneas telefónicas, redes de fibra óptica, redes inalámbricas y cualquier otro tipo de dispositivo, telecomunicaciones y servicios de protocolo de Internet (IP).

La Sociedad de la Información ha pasado a ser parte importante de la agenda de políticas de desarrollo en casi todos los países del mundo. Para aprovechar los beneficios y oportunidades que presentan las tecnologías de información y comunicación (TIC) los países de Latinoamérica y el Caribe han establecido e implementado en los últimos años proyectos, políticas y estrategias para acelerar y realizar una eficiente transición hacia la Sociedad de la Información. El mayor nivel de actividad económica, la cada vez mayor estabilidad de los precios y la reducción del desempleo está

haciendo que las nuevas tecnologías penetren en la sociedad y en los negocios de manera rápida.

La Sociedad de la Información es entendida como un motor de nuevos cambios que se basa en las nuevas tecnologías, debido a que surge como resultado del avance tecnológico de las telecomunicaciones y la informática, tales como el empleo de equipos y programas informáticos y la utilización de la red de redes, Internet, que ha desempeñado un papel muy importante como un medio que facilita el acceso e intercambio de información y datos.

El nacimiento de la Sociedad de la Información depende de la facultad de algunos países para gestionar nuevos conocimientos y de su capacidad para generar nuevos productos, procesos, servicios para el desarrollo de una capacidad de competitividad creciente.

2.2. Evolución conceptual de la Sociedad de la Información

En los últimos años hemos sido testigos de la popularidad de estos temas, tanto en los medios de comunicación como en el quehacer académico y en los planes y trabajos de empresas, organizaciones y gobiernos.

Para establecer estrategias que ayuden a construir la Sociedad del Conocimiento, los gobiernos de los países en vías de desarrollo deben comprender los determinantes, mecanismos y variables de la misma: Economía del Conocimiento, Revolución Digital, Brecha Digital, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Los primeros pasos se remontan a la invención del telégrafo eléctrico, pasando posteriormente por el teléfono fijo, la radiotelefonía, la televisión, la telecomunicación móvil y el GPS. Pero, indudablemente, es la aparición de Internet lo que dio impulso al desarrollo de la Sociedad de la Información, convirtiéndose éste en una herramienta tecnológica indispensable para administrar, transmitir y controlar la información.

La evolución tecnológica comprende los avances científicos que se han venido produciendo a lo largo del tiempo, pero es sin duda el campo de la informática el que está teniendo mayor relevancia en el quehacer jurídico, principalmente en materia comercial.

La convergencia tecnológica entre telecomunicaciones y computadores revoluciona la forma de hacer negocios y de adquirir conocimientos. La nueva sociedad que se vislumbra se caracteriza por la aparición de nuevas funciones de los agentes económicos, de maneras de intermediación basadas en reglas diferentes a las tradicionales y de una interacción aún impredecible entre máquinas “inteligentes” e individuos.

De este proceso en constante progresión, hay que destacar que las nuevas tecnologías surgen de la mano de las necesidades sociales, de tal modo que cabe afirmar que existe un auténtico proceso de interrelación entre ambas.

Antes que el término “Sociedad de la Información”, Alvin Toffler²⁵ prefirió usar el de “Tercera Ola” (a la sazón, el nombre de uno de sus best-sellers) porque estamos viviendo en una situación en la que cada aspecto de la sociedad está siendo cambiado radicalmente por esta “ola”.

McLuhan²⁶ fue otro formidable visionario, capaz de anticipar cómo los medios intervendrían en la evolución de las sociedades. La llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento admite ser considerada como fase superior de la aldea global mcluhaniana. El canadiense anticipó además el advenimiento de Internet, el medio de comunicación inteligente:

“Después de tres mil años de explosión por medio de técnicas fragmentarias y mecánicas, el mundo de Occidente entra en implosión. Durante las eras mecánicas prolongamos nuestros cuerpos en el espacio. Hoy en día, después de más de un siglo de técnica eléctrica, hemos prolongado nuestro propio sistema nervioso central en un alcance total, aboliendo tanto el espacio como el tiempo, en cuanto se refiere a nuestro planeta. Estamos acercándonos rápidamente a la fase final de las prolongaciones del hombre, o sea la simulación técnica de la conciencia, cuando el desarrollo creador del conocimiento se extienda colectiva y conjuntamente al total de la sociedad humana, del mismo modo en que ya hemos ampliado y prolongado nuestros sentidos y nuestros nervios valiéndonos de los distintos medios” (McLuhan, 1977:26-27).

Los términos Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad en Red aluden al mismo fenómeno de transformación a partir de

²⁵ Alvin Toffler (nacido el 3 de octubre de 1928) es un escritor y visionario estadounidense doctorado en Letras, Leyes y Ciencia, conocido por sus discusiones acerca de la revolución digital, la revolución de las comunicaciones y la singularidad tecnológica. http://www.wired.com/wired/archive//1.05/toffler_pr.html

²⁶ McLuhan, 1977:p.47

las TIC. Sin embargo, a pesar de su omnipresencia, aún no comprendemos su verdadero impacto social e individual.

Las políticas en torno a la Sociedad de la Información se han desarrollado de la mano de la globalización, cuya principal meta ha sido acelerar la instauración de un mercado mundial abierto, sin fronteras y autorregulado.

Dichas políticas cuentan con la estrecha colaboración de organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial, y van dirigidas a que los países débiles abandonen regulaciones nacionales o medidas proteccionistas que desalentarían la inversión que permitiría el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Uno de los primeros pasos para alcanzar una política global fue dada por la Unión Europea (UE) en el Libro Blanco de 1993 titulado *Crecimiento, competitividad y empleo*. En él se destacaba la importancia fundamental de la Sociedad de la Información para el crecimiento económico, la competitividad, la creación de empleo y una mayor calidad de vida para los europeos.

Igualmente en julio de 1996 la Comisión europea, adoptó un Libro Verde titulado "Vivir y trabajar en la Sociedad de la Información: prioridad para las personas" donde se reitera la importancia de su desarrollo y se formulan diversas preocupaciones en torno a ella, las cuales pueden resumirse en dos. La primera se refiere al empleo, a la creación de nuevos modos o formas de trabajo, como el teletrabajo y cuestiona si estas nuevas

tecnologías disminuirán la oferta laboral. La segunda se refiere a la democracia y a la igualdad: la complejidad y el coste de las nuevas tecnologías pueden convertirse en una fuente de desequilibrios entre las zonas industrializadas y las menos desarrolladas, entre los jóvenes y los viejos, entre los que poseen la información y aquellos que no tiene acceso a ella.

Señala además que para dar respuesta a estas preocupaciones se necesitan unas políticas públicas capaces de ayudar a sacar fruto del progreso tecnológico y de asegurar el acceso equitativo a la Sociedad de la Información para una distribución justa del potencial de prosperidad

En 1999 surge por parte de la UE una iniciativa política llamada “eEurope - Una Sociedad de la Información para todos” dirigida a asegurar que la Unión Europea obtenga el máximo provecho de los cambios que se estaban produciendo. Dicha iniciativa fue plasmada en el plan de acción, “eEurope 2002 - Impacto y prioridades”, pensada para convertir a la Unión Europea en la economía del conocimiento más dinámica y competitiva del mundo de aquí a 2010. Le sigue el plan de acción “eEurope 2005”, aprobado por el Consejo Europeo de Sevilla en junio de 2002, orientado sobre todo hacia la extensión de la conectividad a Internet en Europa. Asimismo, pretende traducir esta conectividad en un aumento de la productividad económica y una mejora de la calidad y la accesibilidad de los servicios en favor del conjunto de los ciudadanos europeos, basándose en una infraestructura de banda ancha segura y disponible para la mayoría.

Una nueva política integrada de la UE, que sucede a las otras, la constituye la estrategia “2010 Una Sociedad de la Información europea para el crecimiento y el empleo” que trabajará por la integración de las políticas de Sociedad de la Información y los medios audiovisuales en la UE, siendo su objetivo particular fomentar el conocimiento y la innovación, al objeto de propiciar el crecimiento y la creación de empleo, tanto cualitativa como cuantitativamente.

En distintas cumbres y conferencias internacionales realizadas durante los últimos años²⁷ los países se han comprometido formalmente a avanzar hacia la construcción de una Sociedad de la Información, transformando las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en instrumentos efectivos para la promoción del desarrollo sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad global. También se ha planteado como desafío la utilización de todo el potencial de las nuevas TIC para cumplir con los objetivos de desarrollo de la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas, en ámbitos como la reducción de la pobreza, la universalización de la educación primaria, el fomento de la igualdad de género, la prevención y atención de enfermedades y la preservación del medio ambiente.

²⁷ Declaración de Principios de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (2003); Conferencia Ministerial preparatoria de América Latina para la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (2003) y Agenda de Conectividad para las Américas (2001), entre otras.

Naciones Unidas²⁸ es una de las organizaciones que más esperanzas ha depositado en la edificación de la Sociedad de la Información, y precisamente por iniciativa suya, del 10 al 12 de diciembre de 2003 se realizó en Ginebra, Suiza, la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Túnez será sede de la segunda fase de la cumbre mundial, del 16 al 18 de noviembre de 2005.

A finales del 2000, los Estados miembros de Naciones Unidas definieron los Objetivos de Desarrollo de la ONU para el Milenio -también conocidos como Metas de desarrollo de la Declaración del Milenio-. Los ocho objetivos que los 191 Estados miembros de Naciones Unidas se comprometieron a cumplir para el año 2015 son:

- Erradicar la pobreza extrema y el hambre.**
- Lograr la enseñanza primaria universal.**
- Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.**
- Reducir la mortalidad infantil.**
- Mejorar la salud materna.**
- Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.**
- Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.**
- Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.**

²⁸ La Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.) o Naciones Unidas es la mayor organización internacional del mundo. Se define a sí misma como una asociación de gobiernos global que facilita la cooperación en asuntos como el Derecho internacional, la paz y seguridad internacionales, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos.

Por otra parte, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina CEPAL (2003), para alcanzar la plena integración de los países de la región como miembros de la Sociedad de la Información con mayor eficiencia, equidad y sostenibilidad, es fundamental contar con amplias estrategias nacionales y regionales.

En conclusión, y según lo planteado en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información celebrada en el 2003, se ha constatado la existencia de voluntad política en los gobiernos para impulsar estrategias nacionales: en efecto, en la Conferencia Ministerial Regional preparatoria de América Latina y el Caribe para la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (2003)²⁹ se acordó promover y fortalecer programas basados en una estrategia nacional proactiva, que identifique a los principales actores involucrados y aliente a participar en las actividades nacionales.

La extensión generalizada de las innovaciones tecnológicas informáticas y de las telecomunicaciones ha generado cambios económicos y sociales importantes, que traspasan las fronteras entre los países, y contribuyen en gran parte y sin duda, a lo que es en la actualidad el fenómeno de la globalización.

En estos tiempos la informática ha adquirido una importancia decisiva, no sólo en el mundo especializado de la ingeniería de sistemas, sino en la vida cotidiana de cada individuo. Hoy en día, resulta muy frecuente el uso de

²⁹ Realizada en República Dominicana entre el 29 y el 31 de enero de 2003, con la colaboración de la CEPAL. Disponible: <http://www.eclac.cl/prensa/noticias/9/11719/Bavarofinalesp.pdf>

herramientas informáticas para la recopilación de información y para la comunicación en general.

2.3. La Sociedad de la Información en América Latina. Análisis de una diversidad de experiencias

A partir de lo antes expuesto, hay que indicar que, de forma mayoritaria, se entiende que la Sociedad de la Información se caracteriza por un determinado nivel de desarrollo social, económico y tecnológico, y se define por la participación de diversos actores (gobierno, empresas, investigadores, centros tecnológicos, organizaciones sociales y ciudadanos) interesados en generar, difundir y usar la información para la producción de conocimiento financieramente útil.

Tiene un carácter dinámico y competitivo. Los constantes cambios asociados a la innovación tecnológica y los servicios que estos posibilitan están transformando nuestra vida cotidiana y la manera de hacer negocios. Estos avances están aumentando el potencial que las personas, las asociaciones y las empresas tienen para participar en una economía emprendedora y cada día más universal.

Para el caso de los países de América Latina y el Caribe se puede, a partir del modelo antes propuesto, obtener una serie de conclusiones. En primer lugar, en la mayoría de los países no se percibe una estrategia clara al respecto, más bien se perciben una serie de impulsos motivados en gran medida por la moda. No hay un entorno económico, social y tecnológico

que favorezca la Sociedad de la Información, la participación de usuarios o la generación de contenidos adaptados a las exigencias de los países.

En la mayoría de los casos, el dispositivo que está determinando la orientación de los países en vías de desarrollo se debe fundamentalmente a las tensiones que induce el entorno social, económico y tecnológico. Estas tensiones han producido toda una serie de medidas que se han centrado fundamentalmente en inversiones de infraestructura, y en menor medida en la generación de ciertos contenidos. Asimismo, los usuarios no participan de forma ordenada, no aparecen claramente definidos como agentes de la Sociedad de la Información. No se perciben mecanismos o estrategias que estimulen de forma coordinada, integrando a diferentes actores en la definición y ejecución misma de la estrategia, la participación de diversos agentes vinculados a los temas centrales que hacen a la Sociedad de la Información como ser: TIC en la Enseñanza, Gobierno Electrónico, TIC en las políticas de apoyo a la competitividad empresarial, TIC en políticas sociales.

La otra gran insuficiencia, que en gran medida es consecuencia de la debilidad de las demás componentes, es la falta de estímulos a la generación de contenidos nacionales, adaptados a las exigencias sociales y económicas de cada contexto. Existe una interdependencia directa entre la generación de contenido nacional y el grado de participación de los agentes sociales y económicos en la Sociedad de la Información.

En definitiva, a mayor participación de usuarios, habrá un mayor estímulo a la generación y uso de contenidos nacionales y viceversa. Si se desea

construir una Sociedad de la Información que vaya mucho más allá de una simple Nueva Economía, será necesario favorecer un conjunto de iniciativas colectivas que puedan producir un nuevo modelo de desarrollo basado en la participación y la capacidad de generación, difusión y utilización de nuevos conocimientos. Se necesitan acciones concretas, estímulos, inversiones que lo promuevan. Esto no lo resuelven las reglas del mercado. Será preciso, primero, hacer una descentralización real de las responsabilidades, dejando e induciendo que los actores participen. Así como necesariamente habrá que promover el desarrollo de infraestructuras, se deberá fomentar e invertir en estímulos a la participación, formación de los agentes, por ejemplo de los maestros en las escuelas, de los jóvenes, de las asociaciones civiles, de los trabajadores, de los niños, e invitarlos a que se integren, a que expresen sus intereses y necesidades, lo que estimulará que surjan empresas capaces de satisfacerlos. Si eso no es posible, entonces tendrá que ser el Estado quien lo respalde a través de incentivos.

La aldea global es, antes que nada, la suma de miles de pequeñas aldeas, será preciso descubrirlas. El poder ser parte activa de un mundo globalizado no es solamente un hecho económico, es necesariamente un hecho social y político. Será preciso que los países de América Latina y el Caribe definan e incidan en un nivel micro de los problemas, están demasiado preocupados con los problemas macro y eso no permite, en estos casos, entrar al fondo del asunto. Hay que pensar el problema desde un ministerio, pero a la escala de un barrio, la escuela de ese barrio, las actividades productivas que lo condicionan, los productores rurales y los

investigadores que estén relacionados con los temas de interés de esa colectividad.

La Sociedad de la Información no se soluciona por decreto. No se puede pasar de un modelo extremadamente centralizado hacia un sistema descentralizado en lo que dura un periodo de gobierno, va mucho más allá de eso, es necesario crear las condiciones que estimulen la participación.

Como primera aproximación a la región, este estudio reflejará brevemente la situación actual en América Latina. Para tener una visión general, se recogen los principales indicadores que definen el grado de avance del desarrollo de la Sociedad de la Información. Entre ellos:

2.3.1. Telefonía móvil

En 2004, tras diez años de liberalización, por primera vez el servicio de telefonía móvil superó en número de usuarios al de telefonía fija, fenómeno común en la mayoría de los países desarrollados. Según datos aportados por la empresa internacional *Internet World Stats*³⁰, en el año 2007 se ha consolidado la industria móvil, incrementándose además la competencia con la entrada de nuevos operadores internacionales. Este hecho ha favorecido el incremento de la cobertura y la modernización de las redes para la prestación de servicios.

Chile es líder indiscutible con un 67,79% de penetración. En Argentina, el crecimiento de líneas móviles se ha visto frenado por la crisis, aunque es

³⁰ Internet World Stats es un sitio web internacional que ofrece al mundo hasta la fecha de utilización de Internet, estadísticas de población y de Internet Investigación de Mercados de datos, por más de 233 países y regiones del mundo. Ver el enlace aquí. <http://www.internetworldstats.com/>

previsible que esta situación cambie, dada la tendencia expansiva del sector y la estabilidad económica que empieza a ser patente. Colombia reduce diferencias con el resto y en 2007 alcanzó una penetración del 47,81%. En cuanto a México y Venezuela se encuentran por debajo de Chile y Argentina, pero con notable ascenso.

2.3.2. Internet

Según las cifras aportadas por *Internet World Stats* en septiembre de 2007, Chile con un 42,8%, se situaba a la cabeza en cuanto a penetración de Internet en la región. A continuación Argentina, que en la misma fecha alcanzó prácticamente el doble de penetración que en 2004. Esta expansión se debe al importante desarrollo de Puntos de Acceso Públicos y a los denominados ISP, *Internet Service Provider* (Proveedor de Servicios de Internet), que ofrecen a los usuarios el acceso gratuito desde el hogar a través de la línea telefónica. A continuación y a gran distancia, se sitúa México, con una penetración del 17,7% aunque su desarrollo en el periodo 2001-2007 ha sido muy superior al experimentado por Chile. Venezuela, que se sitúa con una penetración de 15,3%. Por último, Colombia, con una tasa de penetración del 10,2%.³¹.

³¹ Internet World Stats. <http://www.exitoeportador.com/stats.htm>

Usuarios de Internet al 2007

América del Sur				
Argentina	40,482,000	9,309,000	2007	23.00%
Bolivia	9,247,816	1,000,000	2007	10.81%
Brasil	196,342,592	50,000,000	2007	25.47%
Chile	16,454,143	5,570,000	2007	33.85%
Colombia	45,013,672	12,100,000	2007	26.88%
Ecuador	13,927,650	1,549,000	2006	11.12%
Guyana	770,794	190,000	2007	24.65%
Islas Malvinas	3,140	1,900	2002	60.51%
Paraguay	6,831,306	280,000	2007	4.10%
Perú	29,180,900	7,636,000	2007	26.17%
Suriname	475,996	44,000	2007	9.24%
Uruguay	3,477,778	968,000	2007	27.83%
Venezuela	26,414,816	5,720,000	2007	21.65%
TOTAL (América del Sur)	388,622,603	94,367,900		24.28%

Fuente: <http://www.infotectura.com/2008/>

2.3.3. Banda Ancha

La Banda Ancha se configura como un elemento imprescindible para el desarrollo de los servicios avanzados de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) y en consecuencia, para el desarrollo de la SI en estos países. Su penetración no sólo parte de niveles muy bajos, sino que además, de mantenerse las tasas de crecimiento de los últimos cinco años, se mantendrá e incluso podrá aumentar la brecha con los países más desarrollados. Los bajos ingresos por habitante, los elevados precios de

acceso y la ausencia de infraestructuras de línea fija en muchas zonas, han sido algunos de los elementos que han obstaculizado su desarrollo.

Es importante destacar, la importancia de la Banda Ancha en América Latina, porque tiene una importante implicación en cada uno de las siguientes áreas y sectores, según destaca en su informe la empresa Cisco³²:

- **Educación:** La posibilidad de ofrecer contenidos multimedia, capacitación en línea y otras herramientas de aprendizaje sofisticadas, y hacerlo independientemente de la posición social o la ubicación geográfica depende de una infraestructura adecuada de Banda Ancha. Por medio de la Banda Ancha la educación puede estar abierta a todos, el aprendizaje no está confinado a una hora o lugares específicos si no que es un proceso continuo accesible en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- **Salud:** Sistemas de videoconferencia permiten a los médicos tratar a sus pacientes en las regiones más alejadas del país ayudando a reducir los costos y entregar mejores servicios a la población. En el futuro, con la infraestructura de Banda Ancha, los ciudadanos podrán realizar consultas en línea con un médico experto a cualquier hora del día desde la comodidad de su hogar. Los profesionales de la salud pueden trabajar con un único archivo de pacientes en línea y realizar interconsultas con otros profesionales.
- **Empresas:** Las empresas de todos los tamaños pueden incrementar su productividad y ser más competitivas por medio de la implementación de soluciones de negocio basadas en Internet tales como comercio electrónico y plataformas de manejo de la cadena de proveedores y logística, optimización

³²Cisco Systems es el líder mundial en redes para Internet. Hoy en día, las redes son esenciales para la operación exitosa de empresas de todos los tamaños, y de proveedores de servicios, gobiernos y hogares en todo el mundo. <http://www.ciscoredaccionvirtual.com>

de la fuerza de trabajo y soluciones de movilidad como teletrabajo.

- **Seguridad:** Sistemas de comunicaciones avanzadas y de vigilancia de video ayudan a mejorar la seguridad de los ciudadanos. Puntos de acceso permiten a la gente comunicarse fácil y rápidamente con los servicios de emergencia, mientras que las autoridades pueden responder más rápido y mejor.
- **Entretenimiento:** La Banda Ancha entrega un nuevo conjunto de tecnologías de entretenimiento incluyendo video de alta definición sobre Internet, radio de calidad CD sobre Internet, compartir archivos fotográficos y de video en el hogar, distribución de videos vía Web y una nueva generación de juegos en línea.

Gobierno: La Banda Ancha permitirá al gobierno central y a las ciudades ofrecer más y mejores servicios a sus ciudadanos y comunicarse mejor con ellos. La posibilidad de tramitar licencias y documentación en línea sin necesidad de ir personalmente a las entidades o de tener acceso a los archivos judiciales son sólo algunos ejemplos de cómo acercar los gobiernos a los ciudadanos. Muchas ciudades en América Latina están creando infraestructuras de Banda Ancha más accesibles para atraer más empresas y negocios a sus localidades.

Por otra parte, un elemento que promueve a marcar el inicio de una nueva etapa en la adopción de TIC en América Latina es el desarrollo de la tecnología celular, las innovaciones regulatorias, en particular la introducción del sistema prepago, que dieron un inmenso impulso a la telefonía celular. En los primeros años de la primera década de 2000 la penetración de la telefonía móvil ha superado con creces a la penetración de la fija³³.

³³ Fuente: *Internet World Stats*. <http://www.exitoexportador.com/stats.htm>

En América Latina, el número de suscriptores móviles se incrementó cerca de 25 veces, de 4 millones en 1995 a 135 en 2007³⁴. Este espectacular incremento es un fenómeno relativamente reciente; hasta 1997, la telefonía celular era una opción secundaria para las empresas de telefonía. Pero terminó por asumir un liderazgo como medio para insertarse en nuevos mercados y para ofrecer acceso a segmentos de la población de menores ingresos. Las estrategias de precios (el que llama paga y prepago), se convirtieron en herramientas de acceso universal muy eficaces. Más aún, la gran cartera de clientes móviles podría mejorar las condiciones competitivas.

Por último, otro rubro en el que Latinoamérica liderará el crecimiento según la empresa Cisco Visual Networking³⁵ es el de Web, Email y Datos, una categoría general que comprende la navegación web, el correo electrónico, la mensajería instantánea, la transferencia de archivos de datos y otras aplicaciones de Internet como por ejemplo el video que ha saltado de ser el 12% del tráfico en el año 2006 al 22% en el año 2007.

• Políticas y estrategias con respecto a la Sociedad de la Información

En este apartado se pretende mostrar una referencia de las tendencias de la Sociedad de la Información en la región, más concretamente en cinco de los países analizados en este estudio: Argentina, Colombia, Chile, México y Venezuela.

Las primeras políticas públicas para el desarrollo de la Sociedad de la

³⁴ Internet World Stats. <http://www.exitoeexportador.com/stats.htm>

³⁵ Cisco Visual Networking Index (VNI) es una compañía que analiza el crecimiento y el uso de redes IP en todo el mundo. <http://www.cisco.com>

Información en la región comenzaron en la década de los noventa. Como ejemplos de estos esfuerzos iniciales, que todavía no correspondían a una visión integral del tema, se puede mencionar programas de acceso universal, primeros pasos para la formación electrónica, educación a distancia por parte de los Ministerios de Educación o los primeros esbozos de digitalización de procedimientos administrativos dentro del sector público.

A finales de los noventa, los gobiernos comenzaron progresivamente a adoptar una visión integral de la Sociedad de la Información en su agenda política. Impulsada por la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI)³⁶, estas estrategias nacionales, también conocidas como agendas de la conectividad, agendas digitales o nombres similares, se consolidaron rápidamente durante el año 2004 en muchos países de la región. Hoy en día la gran mayoría de estos países cuenta con alguna orientación estratégica y operativa sobre el tema.

No obstante, la gran mayoría de los países en vías de desarrollo o del Tercer Mundo no transitaron un camino similar al de Europa, Estados Unidos y Japón. Éste fue el último en llegar, y por ello mismo es ejemplo claro y notable en la adopción de la ciencia y la tecnología como base del desarrollo y creación de esperanzas.

³⁶ La Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la celebración de la **CMSI** en dos fases. La primera se celebró en Ginebra, del 10 al 12 de diciembre de 2003, y la segunda tendrá lugar en Túnez, del 16 al 18 de noviembre de 2005. Involucrando Jefes de Estado y gobierno y otros líderes mundiales de alto perfil, los eventos de la Cumbre Mundial, buscan, en el largo plazo, poner en el nivel más importante de la agenda global, problemas como la pobreza, la degradación ambiental o el desarrollo de una Sociedad de la información: <http://www.itu.int/wsis> .

De hecho, algunas sociedades asiáticas adoptaron el modelo japonés y esto permitió el renacer de un “optimismo histórico”: sí era posible entrar en ese círculo privilegiado.

Según Sagasti³⁷, fue justamente el éxito de la industrialización japonesa lo que despertó grandes inquietudes sobre el papel que jugaron la tecnología y la educación, y sirvió de inspiración en la medida en que los japoneses crecieron prestando y transfiriendo tecnología más que desarrollándola originalmente.

En opinión de Sagasti, tras la Segunda Guerra Mundial, la ciencia y la tecnología cobraron gran importancia en el mundo industrializado (fenómeno que registró e impulsó la OCDE) y fueron causa del fracaso relativo de los procesos de industrialización de los países en desarrollo. Por lo que ahora estos están interesados en adoptar medidas públicas relacionadas con el fomento de la ciencia y la tecnología.

Ciertos documentos aportaron luz y sentaron las bases conceptuales para orientar las políticas en estos dominios. En 1969, Jorge Sábato y Natalio Botana publicaron: *La Ciencia y la Tecnología en el desarrollo futuro de América Latina*³⁸. Examinan con profundidad las tareas que corresponden al Estado, a la comunidad científica y al sector empresarial, ocupándose de señalar que deben construirse relaciones coherentes entre ellos.

³⁷ Cf. Sagasti F., *Crisis y desafío: ciencia y tecnología en el futuro de América Latina*, en Comercio Exterior (1988), vol. 38, n.º 12. Id., *La ciencia y la tecnología durante el decenio de los ochenta*, en Comercio Exterior (1988), vol. 37, n.º 12. Sagasti F. y Arévalo G., *América Latina en el nuevo orden mundial fracturado: perspectivas y estrategias*, en Comercio Exterior (1992), 42(12).

³⁸ J. S. y Botana N., *La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina*, en Revista de la Integración, INTAL, Buenos Aires 1968, Año 1, n.º 3, pp. 15-36.

Sábato y Botana anticipaban que sin ciencia y sin tecnología no habría viabilidad histórica para las naciones latinoamericanas, y éstas verían reducidas sus soberanías a sus símbolos, banderas e himnos.

El modelo regional de industrialización de tipo proteccionista y de sustitución de importaciones determinó implícitamente, entre otras cuestiones, el uso de productos tecnológicos importados en detrimento de los de origen local. Otros países, en particular los asiáticos, siguieron políticas de exportaciones y de conexión con los mercados mundiales, lo que les condujo a otro tipo de perfil tecnológico mucho más fuerte.

Es importante, para cerrar esta parte, anotar la influencia del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) con sus políticas de financiación de la Ciencia y la Tecnología en América Latina. Debemos a Román Mayorga un documento llamado *Cerrando la brecha*³⁹, de 1997, donde se analiza en un período de unos veinte años la labor de esta entidad, concentrada en actividades e inversiones con un propósito básico: el aumento de capacidad en Investigación y Desarrollo en universidades y centros públicos de investigación, mediante instrumentos como las becas de estudios de postgrado en el extranjero, con miras a la formación y especialización de los investigadores de dichas instituciones; y la construcción y dotación de una infraestructura física para la I+D, como laboratorios, bibliotecas y centros de cómputo. Para finales de los ochenta se reveló un segundo objetivo estratégico de la política de Ciencia y Tecnología del BID: la

³⁹ Mayorga R., *Cerrando la brecha*, BID, Washington D.C., n.º SOC97-101, enero 1997. Disponible en: <http://www.campus-oei.org/salactsi/mayorga.htm>

estimulación directa de la demanda a través de la empresa privada y el intercambio de conocimientos y técnicas entre productores y usuarios.

Mayorga ve esta adición como una consecuencia natural de la creciente atención que se está prestando, en el marco de las políticas económicas de los países miembros, a los asuntos relacionados con la productividad y la competitividad a nivel internacional. Las más recientes políticas del BID indican que se ha centrado en apoyar la construcción de sistemas nacionales de innovación. El resultado de la aplicación de este tipo de políticas es proporcional a la importancia creciente que se le atribuye a la innovación tecnológica en el mundo actual. En particular, ante las urgencias de competitividad que desatan los procesos de apertura comercial en prácticamente todos los países de la región.

Desde la apertura comercial, hace más de diez años, América Latina ha ensayado mecanismos e instrumentos relativamente nuevos. Aunque se vienen produciendo avances tecnológicos, productivos e incluso institucionales, es hora de hacer ciertos balances. Que, con una visión de futuro, ayuden a buscar los modelos productivos más adecuados para la región, aquellos que permitan aprovechar sus recursos humanos y físicos y eviten caer en la *sociedad del desconocimiento*.

Todo indica, en síntesis, que las TIC han hecho más grande la brecha en el mundo globalizado, no solamente entre ricos y pobres, sino entre los que saben y los que no saben, entre los que tienen y no tienen acceso al conocimiento científico y tecnológico, entre quienes están conectados o desconectados a la Red.

Existe, de hecho, una nueva brecha tecnológica en la globalización que divide las economías según su capacidad para la generación, asimilación y difusión del conocimiento. Esta capacidad tiene que ver con el tipo de sociedad, con sus posibilidades de especialización para la competencia internacional y con la flexibilidad de sus ordenamientos normativos.

De acuerdo con Mario Albornoz⁴⁰, Director de la Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT), “la brecha es de tal dimensión que hace inviable cualquier estrategia basada en el supuesto de poder repetir lo que otros países con mayores recursos realizan y obliga a buscar caminos propios para afrontar los desafíos que surgen del contexto actual”.

⁴⁰ Albornoz, 1996: *De la anomalía argentina a una visión articulada del desarrollo científico y tecnológico*, en REDES, volumen 2, nro. 7, pág. 53-77, septiembre.

-El Plan de Acción Regional eLAC2007

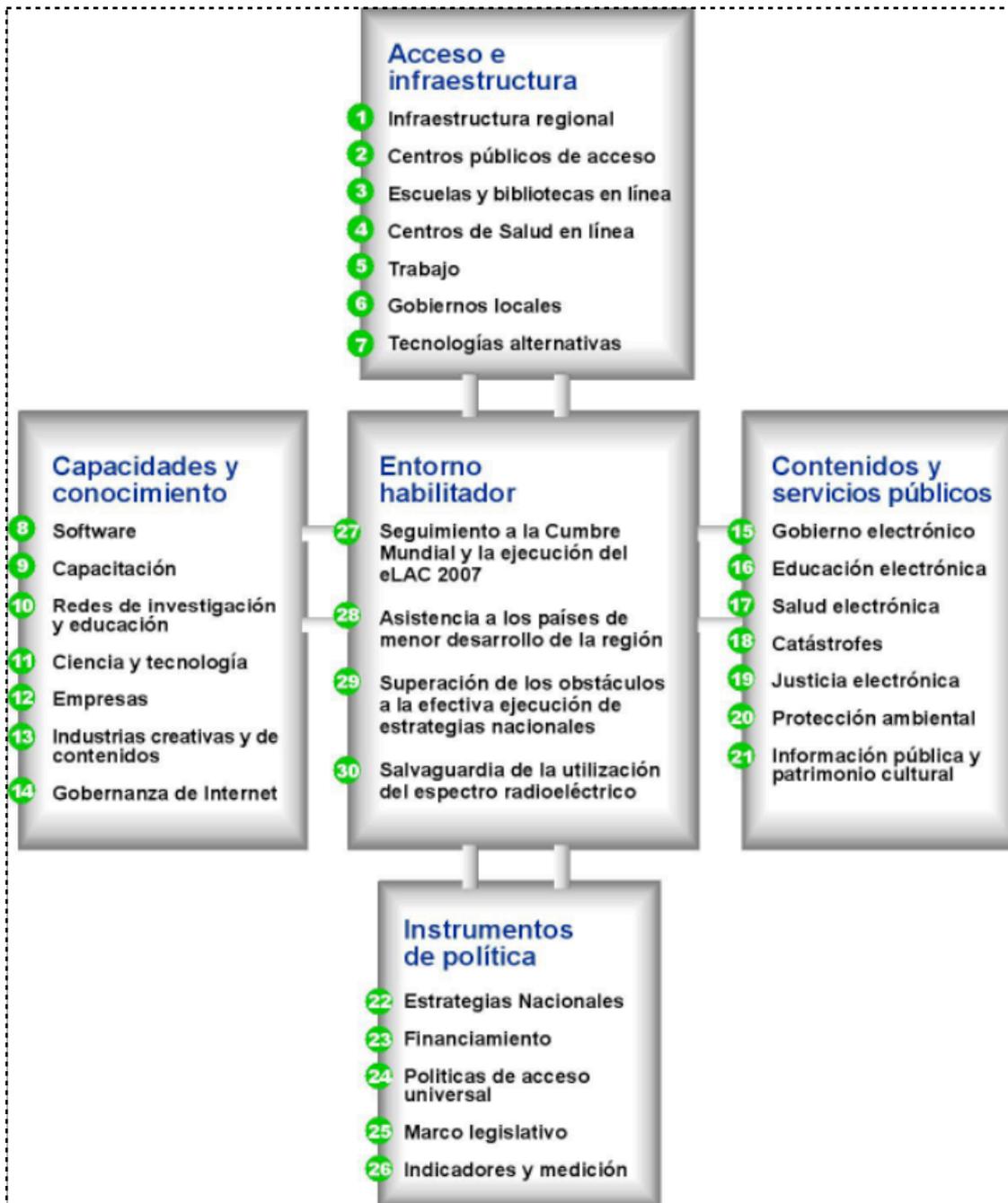
El programa “eLAC2007”, Plan de Acción Regional sobre la Sociedad de la Información para América Latina y el Caribe para los años 2005-2007, es básicamente una agenda concertada en torno a la importancia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para el desarrollo económico y social de la región. Se divide en 30 áreas temáticas con 70 actividades a corto plazo, que contribuyen a la implementación a largo plazo del Plan de Acción global de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (2003-2005), dentro del contexto de los Objetivos de Desarrollo del Milenio ODM. Es una herramienta de intermediación entre las necesidades de los países y el ritmo de desarrollo mundial, facilitando la cooperación regional y el intercambio de mejores prácticas, con lo que se generan economías de escala y reducción de costos y tiempos de aprendizaje en los procesos de adopción de las TIC.

La fase de seguimiento es una etapa clave en el proceso de ejecución, toda vez que permite la evaluación del impacto de la política y su forma de implementación, y muestra que existe un importante progreso de la región en el desarrollo de las sociedades de la información.

En cuanto a las metas que conforman el eLAC2007, podemos decir que se estructuran dentro de cinco áreas críticas de acción identificadas por los países de la región, entre las cuales se encuentran: el acceso e inclusión digital, la creación de capacidades y conocimientos, la eficiencia y transparencia de los contenidos y servicios públicos, los instrumentos de política y el entorno habilitador.

A continuación se puede apreciar en la figura 1 el plan de estructura que conforma el eLAC2007, la cual fue obtenida de la página Web del Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe.

FIGURA 1



De acuerdo al informe presentado por OSILAC (Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe), y publicado en la Web de CEPAL⁴¹, las actividades apuntan a conseguir tres tipos de beneficios potenciales, que retroalimenten su dinámica evolutiva:

Entre ellos destacamos los siguientes:

- **Potenciar proyectos regionales:** se pretende reforzar iniciativas y proyectos de cooperación regional a fin de obtener los beneficios derivados de la sinergia de un trabajo coordinado conjunto.
- **Impulsar estrategias:** se procura alentar iniciativas y resultados en áreas específicas, estableciendo líneas de acción y definiendo indicadores que orienten sobre el grado de avance en el desarrollo de las sociedades de la información.
- **Profundizar conocimiento:** se busca aumentar el conocimiento y la comprensión de áreas críticas para apoyar la definición, el diseño, la implementación y la evaluación de políticas.

De las 70 actividades contenidas en el eLAC2007, 63 están orientadas a la acción y 7 enfocadas al logro de resultados cuantificables. Las primeras apuntan a impulsar estrategias, potenciar proyectos regionales y profundizar el conocimiento en áreas críticas para el desarrollo de las sociedades de la información, mientras las actividades cuantificables se asocian en su totalidad a impulsar estrategias.

⁴¹ Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Disponible en: <http://www.cepal.org/cgibin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/5/29945/P29945.xml&xsl=/ddpe/tpl/p9f.xsl&base=/socinfo/tpl/top-bottom.xsl>

El Plan de Acción que surge de la Conferencia Mundial de la Sociedad de la Información, aunque busca resultados a largo plazo (hacia 2015), está planteado a corto plazo. Esto da la oportunidad de revisar el cumplimiento de las metas y reformular los objetivos, conforme éstos se van cumpliendo y de acuerdo a las nuevas necesidades que emerjan de la dinámica propia de dichas tecnologías.

En el siguiente cuadro podemos apreciar el grado de avance logrado en cada una de las áreas de las actividades contenidas en el eLAC2007, y que han sido monitoreadas por OSILAC (**Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe**).

GRADO DE AVANCE EN CUANTO A LAS METAS DEL eLAC2007		
Ambito	Meta	Grado de avance
A. Acceso e inclusión digital	1 Infraestructura regional	Avance
	2 Centros comunitarios	Avance fuerte
	3 Escuelas y bibliotecas en línea	Avance
	4 Centros de salud en línea	No avance
	5 Trabajo	Avance moderado
	6 Gobiernos locales	Avance fuerte
	7 Tecnologías alternativas	Avance moderado
B. Creación de capacidades y de conocimientos	8 Software	Avance moderado
	9 Capacitación	Avance
	10 Redes de investigación y educación	Avance fuerte
	11 Ciencia y tecnología	No avance
	12 Empresas	Avance
	13 Industrias creativas y de contenidos	Avance
	14 Gobernanza de Internet	Avance
C. Transparencia y eficiencia públicas	15 Gobierno electrónico	Avance
	16 Educación-electrónica	Avance fuerte
	17 Salud-electrónica	No avance
	18 Catástrofes	No avance
	19 Justicia electrónica	Avance moderado
	20 Protección ambiental	Avance moderado
D. Instrumentos de política	21 Información pública y patrimonio cultural	Avance
	22 Estrategias nacionales	Avance
	23 Financiamiento	No avance
	24 Políticas de acceso universal	No avance
	25 Marco legislativo	No avance
E. Entorno habilitador	26 Indicadores y medición	Avance fuerte
	27 Seguimiento a la Cumbre Mundial y la ejecución del eLAC 2007	Avance fuerte

Fuente: OSILAC

Es importante señalar, que en el Trigésimo Primer Período de Sesiones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, realizado en Uruguay del 20 al 24 de marzo de 2006, los gobiernos de la región solicitaron a la Secretaría de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) monitorear los programas alcanzados, con el fin de que permitan evaluar y difundir en forma permanente los adelantos logrados en la región, sobre todo respecto a las metas del eLAC2007”.

El objetivo es “dar apoyo a los países que participan en el eLAC2007 en la realización de su reunión regional de seguimiento, para evaluar la aplicación del Plan de Acción Regional y renovarlo en el marco del proceso de cumplimiento de los objetivos de desarrollo del Milenio, y de los objetivos y las metas del Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información”.

Cabe destacar, que la CEPAL, a través de su Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe (OSILAC), recibe apoyo financiero del Instituto para la Conectividad en las Américas (ICA), del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID/IDRC) y del programa @lis de la Comisión Europea, contribuyen a fortalecer sus trabajos anteriores en monitorear los avances en el marco del Plan de Acción Regional.

Por lo tanto, el monitoreo del eLAC2007 debe considerar las características propias del plan, tomando en cuenta que se compone de metas y actividades que abarcan un amplio espectro de acción (acceso, capacidades, contenidos, instrumentos de política). Además debe reconocer

los diferentes beneficios a los que se apunta, que comprenden actividades con distinta orientación, tendientes a generar acciones o resultados cuantificables.

En conclusión, se puede afirmar que el Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe (OSILAC) ha estado trabajando por un año en este monitoreo del Plan de Acción eLAC2007 (agosto 2006-agosto2007). Se espera poder continuar este ejercicio en el futuro, pues se considera que hacer el seguimiento a los progresos alcanzados a través de la implementación de políticas públicas en TIC es fundamental para fortalecer el desarrollo de las Sociedades de la Información de América Latina y el Caribe.

2.3.4. Situación se encuentra América Latina en relación con el plan de acción ELAC2007

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL)⁴², en cooperación con la fundación Chasquinet, elaboró un estudio con el objetivo de identificar y caracterizar el mayor número posible de programas de Centros de Acceso Público a las Tecnologías de la Información y Comunicación (CAPT), existentes en 14 países de América Latina. El resultado es un mapa que debe ser entendido como una primera aproximación a la situación actual.

No pretende ser exhaustivo, ni ser estadísticamente representativo, o agotar el tema, sino ser un primer paso en un terreno aún bastante desconocido, pero de crucial importancia para el desarrollo de las

⁴² <http://www.eclac.org/>

Sociedades de la Información en la región. Se ha seleccionado una muestra de los países analizados en este estudio. Se excluyen los datos de Venezuela, porque no formó parte de los 14 países seleccionados para la investigación realizada por la CEPAL y Chasquinet. Aunque la meta suena muy ambiciosa, la gran mayoría de los países de la región están en buen camino, como muestra la siguiente tabla:

Se puede apreciar en la tabla que algunos países de la región, especialmente: Argentina y México, están muy avanzados en el uso del acceso colectivo como herramienta en la lucha contra la brecha digital.

DigiWorld América Latina 2007 y la Fundación Telefónica, hicieron un interesante estudio que se encuentra publicado en la *web* de la Fundación Telefónica⁴³:

Cabe destacar, que es el primer análisis regional que se realiza sobre la evolución de la Sociedad de la Información y los niveles de adopción de las nuevas tecnologías por parte de los ciudadanos, las empresas y las administraciones públicas de los principales países de Latinoamérica.

Asimismo, DigiWorld América Latina 2007, también realizó un exhaustivo análisis del desarrollo digital (telecomunicaciones, tecnologías de la información, electrónica de consumo y servicios audiovisuales) de la región y de las principales economías que la integran. Un mercado que en Latinoamérica se encuentra en fase de crecimiento y que en 2005 representaba un 7% del mercado digital mundial, dominado por Europa y

⁴³ www.fundacion.telefonica.com

Estados Unidos (61%). Además, el estudio resalta el potencial de este mercado en Latinoamérica que, una vez superada la crisis financiera de 2001-2002, crece a un ritmo medio anual del 14% entre 2003-2006 (más del doble que el propio crecimiento económico anual de la Región), y se sitúa a significativa distancia de las tasas de crecimiento del mercado digital en Europa o Estados Unidos (5%) y la región Asia-Pacífico (6%).

DigiWorld América Latina 2007 dedica también un amplio apartado al análisis del futuro del desarrollo de los mercados digitales en Latinoamérica en torno a cinco ejes claves:

- 1) Las agendas digitales de los gobiernos, que aún se encuentran en fase de diseño y formulación, deben evolucionar hacia resultados concretos que permitan medir la efectividad de sus políticas.
- 2) El fomento de un marco de regulación estable, en el que los diferentes actores puedan desarrollar su actividad, iniciativas e inversiones en un contexto conocido, y que cuente con una autoridad nacional independiente y dotada de los recursos adecuados.
- 3) La colaboración entres los sectores público y privado, tanto en las iniciativas de reducción de la brecha digital como en la potenciación del mercado de Internet en particular y de las TIC en general.
- 4) La integración regional de los mercados de América Latina, que permitiría un mayor desarrollo de la región a través de economías de escala y la transferencia de tecnología y conocimiento.

5) Y, finalmente, la inclusión digital como desafío, que implica el acceso de los colectivos más desfavorecidos geográfica y socialmente a los beneficios de la Sociedad de la Información a través de programas de extensión de conectividad y disponibilidad de equipos, campañas de alfabetización digital, desarrollo y promoción de contenidos, etcétera.

El estudio revela que la banda ancha aumenta una media anual del 85% en la región, impulsada por el ADSL (Línea de Abonado Digital Asimétrica). Además proporcionó los siguientes datos:

- Entre 2003-2007, en Latinoamérica los mercados digitales están creciendo a un ritmo medio anual del 14%, más del doble de las tasas de crecimiento en Europa o Estados Unidos (5%) y la región Asia-Pacífico (6%).
- Con más de 4 millones de accesos, Telefónica es el proveedor líder de ADSL en América Latina. Esta tecnología, que supone el 74% de las conexiones, impulsa el crecimiento de la Banda Ancha en la Región.
- Entre 2000-2007, los operadores han destinado el 28% de los ingresos a inversión para el desarrollo de la región y de sus redes e infraestructuras, frente a tasas del 13% y del 18% en la UE y EE.UU., respectivamente.
- Desde 1990 y hasta 2007, la evolución de las telecomunicaciones en América Latina ha sido un éxito mundial: se ha multiplicado por tres la penetración de telefonía fija (hasta el 19%) y se ha pasado de 100.000 terminales móviles a más de 230 millones.
- El crecimiento de la telefonía fija, móvil y banda ancha están cerrando la brecha digital en América Latina.

- A finales de 2007 el 70% de las líneas fijas en la Región tenían acceso a Internet, lo que supone conectar al 13% de la población de América Latina
- La tecnología posibilita la prestación de servicios convergentes que el mercado demanda, pero están limitados por las barreras regulatorias.

El estudio analiza la adopción de las nuevas tecnologías por parte de ciudadanos, empresas y Administración en las economías de la zona.

2.3.5. Estrategias nacionales que han lanzado los países de América Latina para la Sociedad de la Información

Muchos países están aplicando estrategias nacionales especiales para integrarse a la sociedad mundial de la información. Pueden comenzar a partir de una iniciativa de gobierno a pequeña escala, pero su objetivo deberá ser integrar a todo el sector público, las instituciones nacionales, regionales e internacionales, autoridades reguladoras, sector privado, el ámbito académico y la sociedad civil. Un elemento clave para aprovechar la oportunidad digital es adoptar un enfoque político, entablando un diálogo abierto con toda la sociedad, así como también entre diferentes países.

Una de las primeras medidas que el sector público debe tomar, es establecer una autoridad nacional que actúe como organismo coordinador. Sin embargo, algunos países de América Latina que se detallarán en el apartado (2.3.7.), ya han lanzado iniciativas nacionales para la Sociedad de la Información, mientras otros países latinoamericanos y del Caribe están determinando cuál es el mejor enfoque para aplicar en este programa.

2.3.6. Antecedentes de los programas implantados de la Sociedad de la Información en América Latina

El análisis que a continuación se detalla, presenta un marco conceptual para visualizar áreas temáticas y las respectivas responsabilidades públicas que se requieren involucrar para establecer una estrategia nacional integral.

En base al estudio de las estrategias implementadas en estos países, se establecen las regularidades, particularidades y factores que caracterizan la institucionalidad de éstas. Pueden caracterizarse por tres etapas, factores externos e internos, y tres estilos de coordinación que determinan la dinámica y funcionamiento de las estrategias nacionales para la Sociedad de la Información. El estudio fue realizado por la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) a finales de 2003 y fue actualizado durante Enero 2006, y se puede consultar en la dirección web.⁴⁴

A continuación, se presenta un análisis de los países en estudio para esta investigación, con el fin de conocer sus planes y estrategias con respecto a la Sociedad de la Información.

2.3.7. Sociedad de la información en Argentina

La República Argentina es un Estado soberano que se encuentra situado en el extremo sur de América. Su territorio está dividido en 23 provincias y una ciudad autónoma: Buenos Aires es la capital de la Nación, y sede del gobierno federal. Cuenta con una población de 40 millones de personas aproximadamente.

⁴⁴ www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/publicaciones/xml.

La primera conexión de Internet en Argentina fue realizada por el Departamento Informático del Ministerio de Relaciones Exteriores en 1985, bajo el mando del gobierno izquierdista de Raúl Ricardo Alfonsín. En esa fecha la National Science Foundation⁴⁵ entregó la administración de los dominios Argentinos a este Ministerio.

En 1997 el gobierno centro-derecha de Carlos Menem declaró el acceso a Internet como de interés nacional “en condiciones geográficas y sociales equitativas, con tarifas razonables y con parámetros de calidad acordes a las modernas aplicaciones de la Multimedia”.⁴⁶ El mismo Decreto destaca que “la revolución en las comunicaciones, crea oportunidades reales, beneficios y desafíos para las sociedades y gobiernos de todo el mundo, que deberán replantear sus políticas de acción”.

En este sentido, también se refiere a lo que se subraya como la “mayor amenaza, esto es, la formación en el seno de su sociedad de grupos humanos que no tienen la información y grupos que sí la tienen”, la brecha digital. En el Decreto se establece, además, que la Secretaría de Comunicaciones será la autoridad a cargo de la aplicación del mismo y tendrá la responsabilidad de desarrollar un plan estratégico para la expansión de Internet en Argentina, que considere la conexión de Bibliotecas, la Red del Sistema Educativo y promueva el desarrollo de una red nacional de telemedicina. Respondiendo a este mismo espíritu, se legisló en el año siguiente sobre la modalidad de facturación para Internet decretando una rebaja de 50% sobre el cargo a las escuelas, universidades

⁴⁵ La National Science Foundation (NSF, Fundación Nacional de la Ciencia) es una agencia del gobierno de Estados Unidos independiente que impulsa investigación y educación fundamental en todos los campos no médicos de la Ciencia y la Ingeniería. www.nsf.gov

⁴⁶ Decreto No 554/97, <http://mepriv.mecon.gov.ar/Normas/554—97.htm>

nacionales y bibliotecas populares.⁴⁷

El gobierno Argentino creó a mediados de 1998, el programa `argentin@internet.todos`,⁴⁸ con el objetivo de “promover el acceso universal a Internet y a la tecnología de la información” y de “promover en el ámbito nacional la constitución de Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC)”. Además se decidió crear:

“una unidad de Coordinación en el ámbito de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia de la Nación responsable de planificar, dirigir y evaluar la ejecución del programa creado por el presente decreto, facultándose a la mencionada dependencia a designar al coordinador del mencionado proyecto”.

El Programa `Argentin@internet.todos` sería financiado a través de un convenio con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y con aportes del Tesoro Nacional. La creación de este programa obedecía a la asunción, por parte del Gobierno, de la obligación de promover Internet en sectores de recursos limitados y de asegurar que las escuelas, centros de atención médica y otras instancias, se beneficiarán de la nueva revolución.

Mediante el Decreto N° 252⁴⁹, en el año 2000 se crea el Programa Nacional para la Sociedad de la Información (PSI), que tiene el objetivo de elaborar “las políticas y proyectos que resulten necesarios para difundir información, conocimientos e intercambios mediante la utilización de procesos informáticos”. El PSI integró el programa `Argentina@Internet.todos`, así como otras iniciativas, como el Programa `Internet2Argentina`.

⁴⁷ Resolución 499/98, http://www.cnc.gov.ar/normativa/pdf/sc0499_98.pdf

⁴⁸ Decreto 1018/98, <http://mepriv.mecon.gov.ar/Normas/1018—98.htm>

⁴⁹ <http://infoleg.mecon.gov.ar/txtnorma/texactdto252—2000.htm>

En este tiempo el PSI dependía de la Secretaría para la Tecnología, la Ciencia y la Innovación Productiva de la Presidencia de la Nación. Sin embargo, con el Decreto N° 243/2001 el PSI fue trasladado al lugar de su antecesor, la Secretaría de las Comunicaciones, al cual también pertenece el ente regulador del sector de las telecomunicaciones (Comisión Nacional de Comunicaciones, CNC). Dados los cambios en la estructura del gobierno argentino entre los años 2000-2003, estas Secretarías cambiaron varias veces de Ministerio (Ministerio de Economía, Ministerio de Infraestructura y Vivienda, Ministerio Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios), motivo por el cual también el PSI cambió su posición dentro de la estructura del aparato público.

Según los decretos mencionados, el Programa Nacional para la Sociedad de la Información (PSI) incluye:

“las actividades vinculadas al diseño e implementación de políticas públicas destinadas a proveer a la universalización de Internet y otras redes digitales de datos, al desarrollo del comercio electrónico, a la formación de recursos humanos especializados en su gestión, al fomento de las inversiones y al desarrollo, en general, de las telecomunicaciones, la informática, la electrónica, el software y demás tecnologías afines”.⁵⁰

Por otra parte, El Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología elabora varios proyectos para la Sociedad de la Información en Argentina. Entre ellos se encuentra el proyecto Educ.ar,⁵¹ que se creó en Abril 2000, bajo el mandato del gobierno de Fernando de la Rúa. Educ.ar es el portal educativo oficial del Estado argentino, para la democratización de la

⁵⁰ Programa Nacional para la Sociedad de la Información www.psi.gov.ar

⁵¹ <http://www.educ.ar> .

educación y la socialización del conocimiento, prestando servicios públicos de educación por Internet mediante la provisión de contenidos y servicios educativos interactivos.

En noviembre de 2003, el Ministerio de Economía y Producción, a través de la Subsecretaría de Industria, lanzó el programa “Foros de Competitividad”. Se seleccionaron nueve sectores productivos con el fin de realizar una convocatoria a los distintos actores involucrados en la mejora de la competitividad de cada uno de ellos. Entre otras razones, el programa reconoce que el país necesita “opciones estratégicas” para reformular su patrón de especialización productiva, para priorizar aquellos sectores que agregan valor y son grandes generadores de empleos cualificados.

En este marco, y con esas perspectivas, en el mes de diciembre se pone en marcha el “Foro de Competitividad de Software y Servicios Informáticos”. Estos foros, donde participaron una amplia representación de los Ministerios, agrupaciones empresariales y universidades, repartieron el trabajo en nueve grupos temáticos (Recursos Humanos, Investigación y Desarrollo, Observatorio de oferta y demanda, Exportaciones, Calidad, Financiamiento e inversiones, Propiedad Intelectual y software libre, El Estado y el desarrollo del software y El Software embebido y la industria electrónica). Tras el intenso debate que transcurrió en los foros de competitividad, el Ministerio de Economía y Producción presentó a fines del 2004 el Plan Estratégico de Software y Servicios Informáticos 2004-2014⁵².

El documento incluye la creación de un Comité Estratégico Mixto para la Sociedad de la Información y del Conocimiento para planificar una

⁵² El documento Plan Estratégico de Software y Servicios Informáticos 2004-2014 puede ser consultado en el sitio web: <http://www.mecon.gov.ar/>

estrategia nacional, instancia coordinada por el Estado y que convocará al sector privado, académico y a la sociedad civil.

En el marco de los cambios políticos e institucionales que acompañaron la crisis financiera que afectó al país en los últimos años, varios programas parciales fueron creados en diferentes agencias públicas.

En el 2003, el nuevo gobierno de Néstor C. Kirchner propone crear tres Ministerios con líneas de trabajo activo en la definición de la política pública en el tema. Por un lado destaca el Programa Nacional para la Sociedad de la Información (PSI) de la Secretaría de Comunicaciones, en el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. El PSI refleja una especial preocupación por el acceso universal a la infraestructura TIC. Desarrolla distintos programas para dar conectividad a sectores de la sociedad menos favorecidos (poblaciones rurales, discapacitados, etc.) y a organizaciones de valor público como hospitales, municipios, escuelas y bibliotecas.⁵³ El PSI emplea 15 personas que dependen de un coordinador general y un coordinador operativo.

Por otro lado, el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología en conjunto con Educ.ar y la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (SeCyT) establecieron el “Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva 2004”, con el fin de mejorar la calidad de vida de la sociedad y sustentar el crecimiento económico del país. Este programa

⁵³ Entre sus programas se encuentra el Proyecto Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC), el proyecto de Apoyo Tecnológico para la discapacidad (ATeDis), el proyecto Argentino de Ciudades y Municipios Inteligentes (CIVITAS), Hospitales en la Red, Escuelas sin Fronteras, Bibliotecas Populares y el Plan Nacional de Telefonía para Escuelas Rurales.

estratégico de las TIC⁵⁴ tiene tres fases y su objetivo principal es fomentar, promocionar e impulsar la inversión, investigación e innovación tecnológica en el desarrollo, uso y aplicación eficiente de las TICs en el Estado, los sectores sociales y de la producción.

La Subsecretaría de Gestión Pública (SGP) ha tomado el liderazgo de la modernización del Estado, para lo cual ejecuta varios proyectos en el ámbito de gobierno-e⁵⁵. Realiza estas gestiones a través de la Oficina Nacional de Tecnologías de Información (ONTI), grupo multidisciplinar que tiene a su cargo la formulación de políticas e implementación del proceso de desarrollo e innovación tecnológica para la transformación y modernización del Estado, promoviendo la integración de nuevas tecnologías⁵⁶.

No se puede describir lo que ocurre con la estrategia nacional para la Sociedad de la Información en Argentina, sin mencionar los cambios políticos e institucionales transcurridos durante la crisis económica y financiera de los últimos años.

La inestabilidad política y económica tuvo un fuerte impacto sobre la administración del sector público, que experimentó reorganizaciones

⁵⁴ Artículo V.2.a.vii, del Proyecto de Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva 2004, http://www.secyt.gov.ar/PNCTIP_2004/Proyecto_PNCTIP_2004/pnctip_2004_3.htm

⁵⁵ Entre estos, se destaca el proyecto CRISTAL— Transparencia en la Gestión Pública (<http://www.cristal.gov.ar>), que busca cumplir con el Artículo 8 de la Ley de Responsabilidad Fiscal, según el cual el Estado Nacional debe permitir el libre acceso a información completa y detallada sobre la administración de los recursos públicos, que abarca los estados de ejecución presupuestaria, órdenes de compra, datos referidos al personal estatal, y análisis de la deuda pública, entre otros.

⁵⁶ Decreto N° 1028/03

estructurales y funcionales, así como también reducción de presupuestos. Estos factores externos contribuyeron a que el tema de la Sociedad de la Información perdiera importancia en el debate político, y explican en parte las dificultades que se han presentado a la hora de establecer una estrategia nacional para la Sociedad de la Información.

Algunos informes de la Sociedad Civil (FUNREDES, 2001; Red Wamani, 2003)⁵⁷ resaltan la falta de coordinación entre los esfuerzos, lo que no debiera llamar la atención ya que los proyectos no tienen ninguna política o visión estratégica común.

En definitiva, uno de los obstáculos de la sociedad argentina es la lentitud de la descarga y la dificultad de manejo de los ordenadores, que en muchas ocasiones son dos factores disuasorios para los usuarios.

Sin embargo, la velocidad de descarga ha experimentado una notable mejoría desde los inicios de Internet, y los despliegues de banda ancha fija y móvil van a contribuir a mejorarla notablemente.

En cuanto a la dificultad de manejo, es claro que el PC es un terminal mucho más complejo que otros de gran consumo (televisor, teléfono móvil, etcétera) y que a menudo los ciudadanos sin formación en el uso de

⁵⁷ "Informe preliminar del observatorio Argentino sobre iniciativas para la difusión social de las TICs", Grupo Redes, Junio 2002. <http://funredes.org/olistica/documentos/doc4/>. "Situación de la Argentina sobre políticas públicas en TIC's". Irene Saccone y Rodolfo Rapetti. Enero 2003. Informe preparado para la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) que es una red internacional de organizaciones cívicas que asisten a grupos y particulares que trabajan por la paz, los derechos humanos, el desarrollo y la protección del medio ambiente, a través del uso estratégico de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), incluida Internet. <http://www.apc.org>.

ofimática, encuentran difícil y poco amigable el manejo de un ordenador personal.

2.3.8. Sociedad de la información en Chile

La República de Chile es un Estado soberano que se encuentra situado en el extremo sur de América. Su territorio está dividido en 53 provincias y una ciudad autónoma: Santiago de Chile es la capital de la Nación. Cuenta con una población cerca de unos 15 millones de personas.

En el año 1992, el gobierno de Chile, bajo el mandato de Patricio Aylwin Azócar, inició un programa experimental para proveer conexión a Internet a doce de las escuelas más pobres del país. Este programa, llamado “Red Enlaces”, impulsado por el Ministerio de Educación, conforma actualmente una comunidad con más de 7000 establecimientos que cuentan con una sala de computación, profesores capacitados en informática educativa y recursos digitales disponibles para el uso pedagógico. Hoy en día el programa “Enlaces” está visto como un referente mundial para introducir TIC en las escuelas.

En junio de 1998 se inició la construcción de una visión integral sobre la Sociedad de la Información. El presidente de la República Eduardo Frei Ruiz-Tagle constituyó la Comisión Presidencial “Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación”. Esta comisión presidida por el Ministro de Economía estaba constituida por varios Ministros y Subsecretarios,

senadores y representantes del sector privado y la sociedad civil.⁵⁸ Su trabajo culminó en enero de 1999 con la entrega del informe “Chile: Hacia la Sociedad de la Información”.⁵⁹

No obstante, durante siete meses se convocaron cuatro grupos de trabajo, en los cuales participaron más de cien personas que estudiaron los temas de: Legislación Comercial y Regulación; Nuevas Tecnologías y Redes Digitales para el Desarrollo Productivo y Tecnológico; La Modernización del Estado y el Uso de las Nuevas Tecnologías; y Sociedad de la Información, Equidad y Desarrollo Cultural.

El Documento “Chile: Hacia la Sociedad de la Información”, que sirve como guía estratégica, define los elementos de política con un enfoque compartido por los distintos participantes. El documento se basa en 12 acciones identificadas que ya se estaban implementando en el campo de la Sociedad de la Información.

Estos proyectos destacaron porque ya habían alcanzado un alto grado de visibilidad entre los ciudadanos y tenían un impacto tangible dentro de la administración pública. Entre marzo de 1999 y enero de 2002, cuando se

⁵⁸ La Comisión Presidencial estaba conformada por el Ministro de Economía, Ministro de Planificación, Presidente Cámara de Diputados, Senadores de la República, Comandante en Jefe Fuerza Aérea de Chile, Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subsecretario de Justicia, Alcalde Santiago, Intendente de la Décima Región, Presidente Confederación de la Producción y el Comercio, Presidente Consejo Nacional de Televisión, Director REUNA (red universitaria nacional), expertos internacionales, Presidente ACTI (Asociación Chilena de empresas de tecnologías de información), Universidad de Chile, Presidente Sindicato Ingenieros de Ejecución Compañía Telecomunicaciones de Chile, Ministerio de Educación con el Coordinador Nacional Programa Enlaces, Gerente Desarrollo Estratégico Corfo, Secretario Ejecutivo Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública, Jefe Unidad de Tecnologías de Información y Comunicación de la Secretaría General de la Presidencia.

⁵⁹ Chile: Hacia la Sociedad de la Información. Enero 1999 <http://www.economia.cl/economiaweb.nsf/0/C6E0EE488DF05DBF04256CB0004D9FA3?OpenDocument&5.3&sem>

comenzaron a ejecutar y seguir los proyectos, la Comisión Presidencial cambió su denominación y pasó a llamarse Comisión de Infraestructura Nacional de Información. Realizó los informes de avance con el propósito de mantener un seguimiento de los distintos proyectos que se estaban llevando a cabo.

Sin embargo, tras el cambio del gobierno en 2000, el Presidente Ricardo Lagos incorporó desde el comienzo de su mandato el tema de la Sociedad de la Información como uno de los ejes centrales en su discurso público.⁶⁰ Como consecuencia, en junio de 2000 el Presidente creó el Comité de Ministros de las Tecnologías de Información. Hasta diciembre de 2002, este comité se reunió periódicamente en veinte ocasiones, con el fin de discutir en forma conjunta las orientaciones de los distintos proyectos y la manera de ejecutarlos.

Como resultado del trabajo del Comité de Ministros de las Tecnologías de Información se creó el Grupo Acción Digital en marzo del 2003, que elaboró el documento “Agenda Digital”⁶¹, un plan operativo con miras al Bicentenario de la independencia de Chile en el año 2010, y con 34 iniciativas concretas para el año 2006. Esta instancia de coordinación es

⁶⁰ En el tradicional discurso anual del 21 de Mayo 2000, el presidente estableció el concepto de Gobierno Electrónico como marco orientador estratégico de las acciones que llevaría a cabo el Estado (“El gobierno por su parte hará lo suyo, proveyendo cada vez más servicios a través de Internet”). Un año después, en el 21 de Mayo 2001, continuó impulsando el tema, destacando que la Sociedad de la Información “es una tendencia global que afecta a todos los rincones del mundo, y a la cual Chile debe incorporarse con decisión para no quedar excluido del nuevo mundo digital”, con referencias a los diferentes proyectos que ya se estaban implementando.
http://www.gobierno.cl/buscador_discursos.html

⁶¹ El documento Agenda Digital puede ser consultado en la dirección
http://www.agendadigital.cl/agenda_digital/agendadigital.nsf/vwDocumentosWebLink/27363116E8E6631704256E5800549FE3?OpenDocument

encabezada por el Subsecretario de Economía (del Ministerio de Economía y Energía) quien fue designado por el Presidente como Coordinador Gubernamental de las Tecnologías de Información. En esta etapa se incorporó activamente a todos los sectores.

En marzo de 2003, el Grupo de Acción Digital es la instancia encargada de elaborar la estrategia operativa que será utilizada en Chile para enfrentar los desafíos que plantea la Sociedad de la Información. La Subsecretaría de Economía coordina un grupo interdisciplinar que es el responsable de los proyectos, reporta directamente al Coordinador Gubernamental, y éste directamente al Presidente de la República. Además de la Subsecretaría de Economía se cuentan entre sus integrantes la Secretaría General de la Presidencia, el Ministro de Educación, la Subsecretaría de Telecomunicaciones y la Asociación Chilena de empresas de tecnologías de información, entre otros.

El Grupo Acción Digital entregó en agosto de 2004 una propuesta de Agenda Digital al Presidente de la República, que reafirma la visión estratégica y que propone 34 iniciativas concretas apuntando a proyectos concretos en seis áreas diferentes tales como: Masificación del Acceso, Educación y Capacitación, Gobierno Electrónico, Desarrollo digital de las empresas, Despegue de la industria TIC, y Marco jurídico

Posteriormente, a la exposición de la Agenda Digital se ha definido la institucionalidad para implementar la propuesta. Después de haber diseñado los planes operativos en las seis áreas en forma conjunta entre los distintos participantes, la coordinación de la ejecución queda bajo la responsabilidad de un coordinador central. Asimismo, los objetivos

estratégicos planteados en el documento “Chile: Hacia la Sociedad de la Información” son los siguientes:

- Lograr que el acceso a las redes digitales de información y a los servicios que otorgan, sea tan universal como lo es hoy el acceso a la televisión y la radio, enriqueciendo simultáneamente la oferta nacional de contenidos
- Desarrollar nuevas capacidades competitivas del país, reduciendo también la heterogeneidad productiva. Para ello es menester adecuar el marco jurídico y regulador para promover los mercados electrónicos y la competitividad en los servicios de acceso a Internet, una política de fomento que apoye la difusión de las nuevas tecnologías en las empresas, y un avance sustantivo en materia de formación de recursos humanos.
- Utilizar las nuevas tecnologías para acelerar la modernización del Estado, incrementar la calidad de los servicios públicos para las personas y las empresas, impulsar la descentralización y desconcentración de las instituciones públicas para inducir procesos similares en el desarrollo económico. En tal sentido, el Estado juega un rol catalizador decisivo para acelerar el ingreso de Chile en la Sociedad de la Información.

La experiencia de Chile es un ejemplo de lo complejo que resulta incorporar e institucionalizar un tema como el de la Sociedad de la Información de forma estable, operativa y eficiente, respetando las distintas perspectivas de todos los involucrados. Fue necesario un intenso debate y trabajo entre los diferentes agentes del sector público, para el cual se debieron precisar responsabilidades, determinar poderes y elaborar un plan coherente y compartido por todos los involucrados.

La elaboración del plan de acción operativo “Agenda Digital”⁶² fue realizada con la participación compartida y consensuada de todos los integrantes del Grupo Acción Digital, para posteriormente asignar las tareas de las seis áreas a distintos responsables, siendo posible continuar con un trabajo conjunto entre instituciones públicas y privadas para el impulso, evaluación y seguimiento de la agenda propuesta. El postergar hasta el final la asignación de las iniciativas a los responsables fue una decisión estratégica cuidadosamente tomada. Esto permitió que todos los participantes, independientemente de que fueran del sector público, privado o académico participaran de un intenso debate y, posteriormente, cuando las responsabilidades fueron asignadas, cada participante conociera el trabajo y metas de los proyectos aunque no tuvieran ingerencia en la parte operativa. Este método de trabajo permite que las partes se sientan partícipes y que el contacto entre las entidades no se pierda fácilmente.

Otra característica de la estrategia chilena se basa en que el gobierno juega un rol de catalizador de otras áreas temáticas. A través de servicios que el Estado provee *online*, se intenta incentivar a los ciudadanos y las empresas, especialmente a las pequeñas y medianas, en el uso activo de las TIC. Como los servicios del sector público constituyen un monopolio natural en muchos aspectos, los ciudadanos y las empresas, quienes deben realizar múltiples trámites y transacciones con el gobierno, se ven obligados a incorporar las TIC en su vida cotidiana, con lo cual se genera la necesidad de relacionarse digitalmente con el Estado.

⁶² <http://www.agendadigital.cl>.

En este sentido, el Gobierno electrónico actúa como fuerza impulsora de la estrategia nacional de la Sociedad de la Información.

En el “Global e-Government Readiness Report 2004”⁶³ elaborado por Naciones Unidas, se destaca que Chile ocupa el sexto lugar mundial en cuanto a presencia *online* del gobierno electrónico.

2.3.9. Sociedad de la información en Colombia

La República de Colombia se encuentra situada en la zona noroccidental de América del Sur. Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá. Su territorio está dividido en 6 regiones naturales: Región Andina, Región Caribe, Región Pacífica, Región Orinoquía, Región Amazonia y Región Insular. Está integrada por 32 departamentos, y 1098 municipios. Bogotá es la capital de la Nación. Cuenta con una población de unos 41 millones de personas.

A inicios de 1997, bajo el gobierno del conservador Andrés Pastrana, se creó el Consejo Nacional de Informática, formado por representantes del Gobierno y el sector privado. Como punto de partida para un Plan Nacional de Informática, el Consejo publicó en abril de 1997 los “Lineamientos para una Política Nacional de Informática”. Aunque en el documento se establecieron compromisos claros por parte de cada uno de los sectores involucrados, el “cumplimiento de los mismos ha sido bajo” (CONPES, 2000). Como complemento al documento, el sector privado y representantes del Gobierno constituyeron el Foro Permanente de Alta

⁶³El Global e-Government Readiness Report 2004 puede ser consultado en <http://www.unpan.org/egovernment4.asp>

Tecnología, que presentó al Consejo Nacional de Informática el documento “Bases para una Política Nacional de Informática – Análisis Temático”. Dicho estudio contiene el análisis base de la futura formulación estratégica.

En el Plan Nacional de Desarrollo 1998-2002 se definieron cinco objetivos gubernamentales en materia de telecomunicaciones que buscaban incrementar la productividad y la competitividad, además de contribuir a aumentar la descentralización del Estado colombiano. Uno de estos objetivos era el de “propiciar el desarrollo de la infraestructura Colombiana de la información” reconociendo el papel fundamental que tiene el Gobierno en el apoyo a la comunidad en general, a los establecimientos educativos y a los gobiernos locales en el desempeño de sus funciones para facilitar en su desarrollo económico y social.

Con el propósito de reunir las acciones orientadas a impulsar el desarrollo social y económico de Colombia mediante la masificación de las TIC, se crea en el año 2000 la Agenda de Conectividad.

En febrero 2000 se presenta al Consejo Nacional de Política Económica Social (CONPES) el Documento CONPES 3072⁶⁴, elaborado por el Ministerio de Comunicaciones y el Departamento Nacional de Planeación⁶⁵. Se encarga a la oficina del Alto Comisionado para Asuntos del Estado, con el apoyo del Ministerio de Comunicaciones y el Departamento Nacional de Planeación, la definición del esquema institucional necesario para la coordinación de la Agenda de Conectividad. En el documento se

⁶⁴ http://www.agenda.gov.co/documentos/CONPES_3072.pdf

⁶⁵ El Departamento Nacional de Planeación es la secretaría técnica de CONPES

fundamentan un conjunto de estrategias de programas y proyectos, cuyo objetivo es lograr que Colombia aproveche el uso de las tecnologías de la información para su desarrollo económico, social y político. Además se encarga al Ministerio de Comunicaciones el establecimiento de una Gerencia de Alto Nivel, responsable de coordinar el desarrollo de los programas y proyectos de la Agenda de Conectividad.

Desde su comienzo, el Presidente Pastrana respaldó mediante su discurso público la importancia del tema que se le encomendaba a la Agenda de Conectividad. En la directiva presidencial de agosto del año 2000, el Gobierno reconoció que:

“las Tecnologías de la Información son herramientas que permiten el desarrollo de una nueva economía, la construcción de un Estado mas moderno y eficiente, la universalización del acceso a la información, y la adquisición y eficaz utilización del conocimiento, todos estos elementos fundamentales para el desarrollo de la sociedad moderna”.⁶⁶

En un inicio el CONPES delegó la planificación, coordinación y ejecución al Ministerio de Comunicaciones a través de la oficina de Tecnologías de la Información. Posteriormente mediante el Decreto 0127 de enero de 2001 esta función fue delegada en la Presidencia de la República con el establecimiento del Programa Presidencial para el Desarrollo de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones como organismo encargado de:

“asesorar, diseñar, formular y proponer políticas, planes y programas que

⁶⁶ <http://www.directiva02.gov.co/principal.asp?flag1=directiva>

garanticen el acceso y la implantación de nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, con el fin de fomentar su uso, como soporte del crecimiento y aumento de la competitividad”, así como también de “facilitar y optimizar la gestión de los organismos gubernamentales y la contratación administrativa”.⁶⁷

El traslado de la Agenda de Conectividad del Ministerio hacia la Presidencia de la República le dio un carácter interinstitucional de mayor importancia tras el cambio de gobierno en 2002, bajo el mandato del presidente Álvaro Uribe, se concretó la Junta Directiva de la Agenda de Conectividad. La aprobación de los presupuestos y la ejecución de los proyectos de la Agenda de Conectividad están sujetas a la aprobación de la Junta Directiva, formada por la Ministra de Comunicaciones (en representación del Presidente de la República), el Director del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, y la Viceministra de Comunicaciones (en su calidad de representante legal del Fondo de Comunicaciones, que financia parte del presupuesto de la Agenda de Conectividad). Con este traspaso, la ejecución operativa volvió al Ministerio de Comunicaciones, mientras la Presidencia sigue estrechamente ligada a la institucionalización de la Agenda. Se ratificó la continuidad de la misma como una política de Estado con el Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006, donde se indicó que:

“el Gobierno fortalecerá y desarrollará programas comunitarios dentro de las políticas de acceso y servicio universal, continuará el desarrollo de los programas de la Agenda de Conectividad coordinado por el Ministerio de Comunicaciones y fortalecerá el marco regulador e institucional del sector.”⁶⁸

⁶⁷ <http://www.directiva02.gov.co/Documentos/Decreto0127de2001.doc>

⁶⁸ Ley 812 de Junio de 2003 mediante la cual se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006. <http://bib.minjusticia.gov.co/normas/leyes/2003/l8122003.htm>

En definitiva, la Agenda de Conectividad es uno de los ejemplos exitosos de una estrategia nacional para la Sociedad de la Información integral, con equilibrio entre el liderazgo centralizado en el nivel de coordinación y una división de trabajo descentralizado en el nivel operativo.

La Agenda se fundamenta en una declaración estratégica sólida (etapa Visión Estratégica). El hecho de que fuera traspasada del Ministerio de Comunicaciones a la Presidencia de la República durante la etapa de formulación de políticas, tuvo un efecto positivo en la institucionalización del funcionamiento interno.

El alto nivel jerárquico y la neutralidad en el tema de la autoridad durante la etapa dos, contribuyeron sustancialmente a arraigar la estrategia nacional dentro del sector público con un enfoque amplio e integral, y a crear una red de coordinación, con capacidad para ocuparse de una amplia gama de temas sin que se perdiera la coherencia entre las diferentes líneas de trabajo. Una vez cumplida la compleja tarea de establecer la red de coordinación que constituye la Agenda de Conectividad, la Agenda fue traspasada desde la Presidencia al Ministerio de Comunicaciones.

Finalmente, se puede decir que ésta es una de las valiosas conclusiones que se pueden aprender del caso de Colombia: es muy importante contar con un respaldo de alto nivel jerárquico, al menos durante la etapa de formulación de políticas de la estrategia nacional.

Una vez establecida la funcionalidad de la estrategia nacional, llegando a la etapa de la implementación, el nivel jerárquico pierde importancia. Mientras tanto, la Agenda de Conectividad de Colombia elabora detallados informes de avance que permiten evaluar las diferentes líneas de trabajo en forma

separada, además de ajustar las sinergias entre ellos.

2.3.10. Sociedad de la información en México

México es una república federal integrada por 32 entidades federativas y ocupa la parte meridional de América del Norte. De acuerdo con la Constitución mexicana vigente, el nombre oficial del país es Estados Unidos Mexicanos, y la sede de los poderes de la Federación es la Ciudad de México, cuyo territorio ha sido designado como Distrito Federal. El territorio mexicano limita al norte con Estados Unidos, al este con el Golfo de México y el Mar Caribe, al sureste con Belice y Guatemala, y al Oeste con el Océano Pacífico. Es el territorio más poblado de toda América Latina con más de 103 millones de habitantes.

En México la preocupación por integrar las nuevas tecnologías en la administración pública se inicia en 1971, bajo el mandato del presidente Luis Echeverría Álvarez, con la creación del Comité Técnico Consultivo de Unidades de Informática (CTCUI). El trabajo del comité fue reformulado posteriormente por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), que ha sido responsable de la elaboración de políticas nacionales en el país. Entre sus atribuciones se encuentra el fomento del uso de la informática, especialmente en la administración pública federal.

Con el objetivo de elaborar políticas a nivel nacional, el INEGI convocó a mediados de 1993 a especialistas del sector público, académico y privado. El grupo consultivo debía analizar la situación del país y proponer recomendaciones, trabajo que concluyó con la publicación en Octubre de 1994 del documento "Elementos para un programa estratégico en informática". Posteriormente se realizaron foros de discusión en torno a

este documento, y las recomendaciones surgidas en estos pasaron a formar parte del Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, en el cual se concede especial importancia al uso y desarrollo de las tecnologías de información como herramienta de apoyo para lograr los objetivos nacionales.

En diciembre de 2000 el nuevo Presidente de México, Vicente Fox, encomendó al Secretario de Comunicaciones y Transportes⁶⁹ la elaboración de un programa con el objetivo de reducir la brecha digital con el uso y aprovechamiento de las TICs, lo que constituye el punto de partida al trabajo del Sistema Nacional e-México.⁷⁰ Como parte de la Planeación Democrática del Desarrollo Nacional del Sistema y cumplimiento al Artículo 20 de la Ley de Planeación, se llevó a cabo en marzo de 2001 el “Foro de Consulta Ciudadana del Sistema Nacional e-México”. Fueron dos días dedicados exclusivamente al Sistema Nacional e-México y estuvo organizado a través de siete mesas con temas específicos.⁷¹ En el evento participaron el público en general, la academia y las asociaciones interesadas en las TICs, entre otros. Los resultados de este esfuerzo fueron canalizados a través de la Oficina para la Planeación Estratégica de la

⁶⁹ El cargo de Secretario en México es el equivalente a un Ministro en otros países.

⁷⁰ Esta encomendación esta de acuerdo al Artículo 26 de la Ley de Planeación, que se refiere a Programas Especiales para “prioridades del desarrollo integral del país”. Así mismo en los Artículos 27 y 28 de la Ley de Planeación, se indica que los programas especiales habrán de considerar los aspectos administrativos y de política económica y social, establecidos en los programas anuales de las dependencias y entidades y que deberán especificar las acciones que serán objeto descoordinación con los gobiernos de los estados y de inducción o concertación con los grupos sociales interesados respectivamente. Ley de Planeación: www.cddhcu.gob.mx/leyinfo/pdf/59.pdf

⁷¹ El foro se dividió en las siete mesas siguientes: Infraestructura Tecnológica, Infraestructura Informática, e—Gobierno, e—Salud, e—Educación, e—Economía y Marco Jurídico, Regulador y Tarifario. Se expusieron 86 ponencias con trascendencia internacional y estuvieron presentes 14 entidades y organismos gubernamentales, 7 Cámaras y Asociaciones y 47 empresas privadas, entre otras, y contó con la asistencia de poco más de 850 personas.

Presidencia, de forma tal que las conclusiones de los participantes fueron vertidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006⁷², en el cual se señaló la necesidad de implantar el Sistema Nacional e-México como una política pública del gobierno actual.

Como parte integral del Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 (mayo 2001) el Sistema Nacional e-México forma parte del “Segundo Objetivo Rector: Elevar y extender la competitividad del país”, dentro del Área de “Crecimiento con calidad”. En él se indica que:

“El gobierno desempeña un papel importante en la adopción generalizada de tecnología digital del país. Para ello, el gobierno desarrollará un sistema nacional para que la mayor parte de la población pueda tener acceso a las nuevas tecnologías, y que éstas sean el vehículo natural que intercomunique a los ciudadanos entre sí, con el gobierno y con el resto del mundo”.

“Este sistema, llamado e-México, incluye servicios de educación, salud, economía, gobierno y otros servicios a la comunidad. Dentro de este sistema, existirá una sección de e-gobierno, la cual ofrecerá al ciudadano diferentes servicios y trámites de ventanilla, que agilice y transparente la función gubernamental. Este subsistema permitirá también, entre otros servicios, establecer un contacto directo con los contratistas y proveedores del gobierno, logrando reducir gastos y costos, así como transparentar los procesos de compraventa gubernamentales y combatir la corrupción”.

En agosto del 2001 se presenta al Presidente de la República y a los titulares de las Secretarías de Educación, Función Pública, Salud, Economía y Comunicaciones y Transportes, un esquema funcional del Sistema Nacional e-México, para proponer a este “Consejo del Sistema

⁷² Plan Nacional de Desarrollo 2001—2006: <http://pnd.presidencia.gob.mx/index.php?idseccion=6>.

Nacional e-México” el alineamiento de los objetivos de dichas dependencias con el Sistema.

En diciembre de 2001 se asigna la Coordinación General del Sistema Nacional e-México a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a través de un Coordinador Operativo, dándole personalidad jurídica.

En julio de 2002 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes firma los Convenios Intersecretariales⁷³ de Conectividad e-México con las Secretarías de Educación Pública, Salud, Desarrollo Social, el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos y el Centro de Desarrollo Municipal.⁷⁴ El Presidente de la República dio un impulso personal al desarrollo del Sistema Nacional e-México con frecuentes referencias en sus discursos públicos, destacando que:

“Con el Sistema e-México incorporaremos a nuestro país a la Sociedad de la Información, reduciendo la brecha digital, la brecha entre los que tienen acceso a las tecnologías de la información y el conocimiento y los que no la tienen; un paso fundamental hacia la equidad, hacia la igualdad de oportunidades que estamos impulsando”...

El Sistema Nacional e-México emplea un Coordinador general, tres Directores y ocho Coordinadores para áreas temáticas, quienes se desempeñan en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Ésta colabora con las demás agencias de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, como por ejemplo con COFETEL (Comisión Federal de

⁷³ Convenios intersecretariales equivale a los convenios interministeriales que se llevan a cabo en otros países de la región.

⁷⁴ Como testigos firmaron las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, Economía, Gobernación, de la Contraloría y Desarrollo Administrativo (ahora la Secretaría de la Función Pública). Como testigo de honor firma el Presidente de la República.

Telecomunicaciones), el Instituto Mexicano del Transporte, Servicios a la Navegación en el Espacio Aéreo Mexicano, entre otros. Tradicionalmente la Secretaría y sus agencias se hacen cargo de los asuntos tecnológicos y de regulación de la infraestructura, mientras que la agencia e-México se enfoca en el diseño de los servicios digitales para todos los ciudadanos del país.

Para este fin e-México trabaja en estrecha coordinación con las Secretarías del Estado, las cuales convocan la participación de instituciones públicas, privadas y la sociedad civil, i.e. a través de la Secretaría de Educación Pública para el e-Aprendizaje, Secretaría de Salud, para e-Salud, Secretaría de Economía para la e-Economía y Secretaría de la Función Pública para el e-Gobierno.

Los distintos actores que participan en el desarrollo del Sistema Nacional e-México, se integran a través de Comités y grupos de trabajo específicos, los cuales son coordinados por la Coordinación General del Sistema Nacional e-México bajo diferentes modalidades acordadas con las instituciones y organizaciones participantes.

Los objetivos estratégicos planteados en el documento “Programa Sectorial de Telecomunicaciones y Transportes 2001-2006”⁷⁵ de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes son los siguientes:

- Promover la conectividad y la generación de contenidos digitales (datos, sonidos e imágenes) vía Internet, a precios accesibles, entre aquellos individuos y familias de menores ingresos, que vivan en comunidades

⁷⁵ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Programa Sectorial de Telecomunicaciones y Transportes 2001-2006, Dec. 2001: <http://www.sct.gob.mx/documental/index.html>

urbanas y rurales del país de más de 400 habitantes, a fin de apoyar su integración al desarrollo económico y social de México, reduciendo la brecha digital.

- Capacitar en el uso de las nuevas tecnologías de la información y difusión del conocimiento a las familias de dichas comunidades, haciendo énfasis en su autosuficiencia para consultar y generar contenidos vía Internet para apoyar a sus particulares necesidades de educación, cultura, salud y desarrollo económico.
- Poner a disposición de la población en general la información referente a los servicios que prestan los gobiernos Federal, Estatales y Municipales, a fin de que exista transparencia y equidad en los mismos y se ayude a mejorar su eficiencia y a disminuir el tiempo que actualmente requiere la realización de diversos trámites.

Por otra parte, las prioridades del Sistema Nacional e-México son:

- e-Aprendizaje: Educación, Capacitación, Cultura, Comunidades Indígenas.
- e-Salud: Servicios de Salud y Seguridad Social, Actualización Profesional, Biblioteca, temas de interés.
- e-Economía: Financiación, pequeñas y medianas empresas (PYMES), Comercio exterior, Desarrollo de negocios.
- e-Gobierno: Judicial, Legislativo, Ejecutivo, trámites y servicios *online*.

La estrategia nacional para la Sociedad de la Información en México se encuentra en plena etapa de implementación. Con el apoyo del Presidente

de la República, el Sistema Nacional e- México, como instrumento de política pública diseñado por el Gobierno para conducir y propiciar la transición hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento, logró pasar de la etapa de Visión Estratégica a la etapa de Implementación y Seguimiento en menos de dos años.

En el Cuarto Informe de Gobierno presentado por el Presidente al Congreso para septiembre de 2004 se incluyó un capítulo completo con el objeto de informar los avances de gobierno electrónico⁷⁶. En este se explica especialmente lo realizado con respecto al acceso a la infraestructura-e, presencia del Estado *online* y destaca especialmente los avances de Compranet. Este sistema de compras electrónicas del Estado es usado por todas las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y 305 municipios en el ámbito nacional. Fruto de los avances en gobierno-e, hay disponibles 834 servicios y trámites que el Estado ofrece mediante Internet.

La presencia *online* del gobierno-e de México ha sido evaluada en el puesto 11 del ranking mundial elaborado por Naciones Unidas en el 2004. Si bien cae siete puestos respecto al mismo reporte de 2003, México sigue en un sitio de liderazgo en cuanto a presencia, por encima de países desarrollados como Suecia, Holanda, Japón, España, Portugal e Italia. Los esfuerzos en México han sido exitosos en su tarea de llevar a la red diversas instancias del gobierno. El Portal Ciudadano obtuvo el premio Stockholm Challenge 2004 en la categoría gobierno-e⁷⁷. El contenido

⁷⁶ El informe completo puede ser descargado desde el sitio http://www.emexicogob.mx/wb2/eMex/eMex_Cuarto_Informe_de_Gobierno

⁷⁷ El Portal Ciudadano puede ser visitado en www.gob.mx y el premio que éste recibió en <http://www.stockholmchallenge.se/>

metodológico del diseño y operación del portal, lo sitúan entre los 24 mejores del mundo en la categoría de e-gobierno.

Actualmente, la plataforma de portales cuenta con más de 5 300 contenidos en materia de e-Aprendizaje, e-Salud, e-Economía y e-Gobierno, hay 11 comunidades interactivas en diversos temas de interés y una red interinstitucional de 180 colaboradores del sector público y de la sociedad civil. Hoy en día se despliegan más de un millón de páginas mensuales desde los portales desarrollados en dicha plataforma.

Finalmente, y a pesar de los logros alcanzados, la necesidad de un alto apoyo político para encaminar un proyecto de largo plazo tan ambicioso como el que se propone, hace que el sistema e-México corra el riesgo de cumplir exclusivamente una tarea “informativa”.

Prueba de esto es que la mayoría de los esfuerzos del programa y recursos del fideicomiso se utilizan para proveer acceso y conectividad y no para coordinar una estrategia integral y participativa, siguiendo el espíritu que originó esta iniciativa.

2.3.11. Sociedad de la información en Venezuela

Federativa Venezuela, oficialmente llamada República Bolivariana de Venezuela, es una república federal situada en la zona norte de América del Sur. La capital de la nación es la ciudad de Caracas. Colinda al norte con el mar Caribe- que a su vez incluye las fronteras marítimas con la República Dominicana, Aruba, las Antillas Neerlandesas, Puerto Rico, las Islas Vírgenes, Martinico, Guadalupe y Trinidad y Tobago-, al este con Guyana el océano Atlántico, al sureste con Brasil y al suroeste con Colombia. Tiene

una población total de 27 millones de habitantes.

En marzo del año 2000, bajo el mandato del presidente Hugo Chávez, se creó el Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI) mediante el Decreto 737.⁷⁸ Su objetivo es:

“Diseñar estrategias en materia de tecnologías de información que permitan fomentar su implementación; proponer la formación de recursos humanos e impulsar las bases para la creación de leyes en el uso de estas tecnologías, a fines de facilitar la interconexión que permita utilizar los servicios de telecomunicación para el intercambio de información a nivel nacional e internacional, para lo cual se utilizarán los servicios de información y la infraestructura que desarrollará el Ministerio de Ciencia y Tecnología”.

En mayo del año 2000 mediante el Decreto 825⁷⁹ la Presidencia declaró “el acceso y el uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela”. Este decreto obliga a los órganos de la administración pública nacional a “incluir en los planes sectoriales que realicen, así como en el desarrollo de sus actividades, metas relacionadas con el uso de Internet para facilitar la tramitación de los asuntos de sus respectivas competencias.”

Este decreto, además formaliza las atribuciones y responsabilidades que tendrán los Ministerios de Educación, Cultura y Deportes, Ministerio de Infraestructura y el Ministerio de Ciencia y Tecnología respecto a la elaboración de políticas e iniciativas relacionadas con la Sociedad de la Información. El Ministerio de Educación, Cultura y Deportes tendrá la

⁷⁸ Decreto 737 de Marzo del 2000 <http://www.cnti.ve/documentos/Decreto737.pdf>

⁷⁹ Decreto 825 de Mayo del 2000. www.cnti.ve/documentos/decreto825.pdf

responsabilidad de proponer y realizar las estrategias con el objetivo de instruir sobre el uso de Internet y comercio-e y, en coordinación con los Ministerios de Infraestructura, de Planificación y Desarrollo y, de Ciencia y Tecnología, presentará un plan anual con el objetivo de proveer conexión a Internet a los planteles educativos y bibliotecas públicas del país. El Ministerio de Infraestructura otorgará los requisitos administrativos necesarios para prestar servicios de acceso a Internet de forma expedita. Al Ministerio de Ciencia y Tecnología se le encomendó promover activamente el desarrollo del material académico, científico y cultural para lograr un acceso adecuado y uso efectivo de Internet, con el fin de establecer un ámbito para la investigación. El último Artículo del Decreto destaca explícitamente que “Todos los Ministros quedan encargados de la ejecución del presente Decreto, bajo la coordinación de los Ministros de Educación, Cultura y Deportes, de Infraestructura y de Ciencia y Tecnología.”

Además de estos acontecimientos, Venezuela organizó el taller LACTIC2000,⁸⁰ donde participaron delegados de 14 gobiernos de la región. El propósito de este taller fue establecer cuatro grupos de trabajo internacionales, para identificar necesidades comunes para la formulación de proyectos regionales en tecnologías de información y comunicación en las áreas de salud, educación, producción y comercio y gobierno electrónico. Lamentablemente estos planes nunca se concretaron.

A diferencia de otros países de la región, en Venezuela no existe una Secretaría Técnica central en un Ministerio, una agencia especial o un

⁸⁰ “LACTIC 2000“, Acta del primer taller Latinoamericano y del Caribe de tecnologías de información y comunicación, Isla de Margarita, Venezuela, 28 de noviembre de 2000, <http://www.lactic2000.gov.ve> .

comité interministerial responsable de coordinar y realizar las políticas nacionales referidas a la Sociedad de la Información. Se estableció una estructura de liderazgo ejercido por tres Ministerios, donde cada uno presenta sus propios proyectos, en cooperación con las agencias correspondientes.

Entre las iniciativas que realizan, destaca el trabajo que ha realizado el Ministerio de Ciencia y Tecnología con la creación, mediante el decreto N° 737 de marzo del 2000, del Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI)⁸¹. Esta entidad, creada como asociación sin fines de lucro adscrita al Ministerio, es la responsable de la creación de leyes adecuadas para el uso efectivo de las TIC, facilitar la interconexión y estandarización de las redes a nivel nacional e internacional, administrar los nombres de dominios (NIC.ve) y actuar como promotora en asuntos de competencia de software, especialmente para el Gobierno.

Por otra parte, el Ministerio de Infraestructura, a través de su Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) tiene entre sus funciones dictar las normas y planes técnicos para la promoción, desarrollo y protección de las telecomunicaciones, coordinar con los organismos nacionales los aspectos técnicos y proponer los planes nacionales de telecomunicaciones.

Por su parte, el Ministerio de la Educación, Cultura y Deportes está desempeñando proyectos para introducir las TIC en las escuelas y para la alfabetización TIC de los ciudadanos. Mediante el decreto 825 de mayo del año 2000, el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes tenía la tarea de

⁸¹ El decreto N° 737 puede ser consultado en http://www.cnti.ve/cnti_docmgr/sharedfiles/EstatutosCNTI.pdf

coordinar que “en un plazo no mayor de tres (3) años, el cincuenta por ciento (50%) de los programas educativos de educación básica y diversificada deberán estar disponibles en formatos de Internet, de manera tal que permitan el aprovechamiento de las facilidades interactivas.”

Desde el año 2002 y hasta la presente fecha, el Ministerio de Planificación y Desarrollo, entre cuyas funciones se encuentran la regulación, formulación y seguimiento de las políticas de planificación, el desarrollo institucional, económico y social del país y la coordinación y compatibilización de los diversos programas sectoriales, estatales y municipales, ha comenzado a coordinar las acciones que realizan las entidades involucradas en el tema. Ha impulsado la discusión en el gobierno sobre la utilización de software de código abierto en todas las dependencias de la administración pública para disminuir los costos en el uso de estas tecnologías.⁸²

Los objetivos estratégicos planteados en el “Decreto 825” son los siguientes:

- Se declara el acceso y el uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela.
- Los órganos de la Administración Pública Nacional deberán incluir en los planes sectoriales que realicen, así como en el desarrollo de sus actividades, metas relacionadas con el uso de Internet para facilitar la

⁸² En agosto del año 2002 se hicieron públicas las políticas que este ministerio respecto al tema, entre las cuales se destaca que toda información publicada por el Estado (incluyendo protocolos) debe estar bajo un formato de datos que sea un estándar internacional abierto con al menos una implementación libre, que todo desarrollo de software contratado por el Estado deberá ser libre; que los datos deben poder ser convertidos de una a otra base de datos transparentemente, y que debe estimular el desarrollo de software libre, involucrando a las empresas nacionales. Foro Nacional: www.foronacional.gov.ve

tramitación de los asuntos de sus respectivas competencias.

- Los organismos públicos deberán utilizar preferentemente Internet para el intercambio de información con los particulares, prestando servicios comunitarios a través de Internet, tales como bolsas de trabajo, buzón de denuncias, trámites comunitarios con los centros de salud, educación, información y otros, así como cualquier otro servicio que ofrezca facilidades y soluciones a las necesidades de la población. Los organismos públicos deberán utilizar Internet con fines operativos tanto interna como externamente.
- Los medios de comunicación del Estado deberán promover y divulgar información referente al uso de Internet.

En el Decreto Presidencial se destaca que todos los Ministerios tienen la responsabilidad y estarán encargados de ejecutar las políticas necesarias para la Sociedad de la Información. Se nombró tres Ministerios diferentes con el objetivo de realizar coordinación nacional (Educación, Cultura y Deportes; Infraestructura; y Ciencia y Tecnología). Esta decisión crea en la práctica tres redes paralelas sin una jerarquía formal establecida entre ellas. Por este motivo no se encuentra un documento guía de la estrategia como sí ocurre en otros países de la región.

Sin un liderazgo establecido ni una estructura clara de jerarquías que permita coordinar las instancias necesarias, es difícil realizar proyectos multidisciplinarios de gran alcance. Un ejemplo es el trabajo del Centro Nacional de Tecnologías de Información adscrito al Ministerio de Ciencia y Tecnología. Este centro tiene una importante cartera de ambiciosos

proyectos en marcha sobre distintas temáticas⁸³. Sin embargo, los cambios que se requieren realizar son difíciles de realizar para un órgano que no es parte de la jerarquía del ejecutivo, siendo solamente una instancia adscrita a uno de los ministerios.

La relevancia de la jerarquía en cuanto a la coordinación puede ser ejemplificada a través del proyecto de “Alcaldía Digital” impulsado por el Centro Nacional de Tecnologías, para acercar la Alcaldía al ciudadano mejorando la entrega de información e interacción y optimizando la gestión interna de éstas. Un proyecto de carácter integral como éste requiere de un elevado apoyo de otros ministerios. Pero, en la práctica, la coordinación y complementación de los trabajos están en gran parte determinadas por la voluntad de las distintas instancias, ya que no existe una formalización de la relación de trabajo entre éstas.

De esta forma, el proyecto corre el riesgo de convertirse solamente en una iniciativa de portales con información estática, sin la interacción necesaria para un correcto funcionamiento del gobierno electrónico. El Ministerio de Planificación y Desarrollo⁸⁴, que inicialmente no formaba parte de los tres Ministerios indicados como coordinadores, ha comenzado a participar con el fin de intermediar entre las diferentes iniciativas y programas.

En definitiva, esto evidencia la necesidad natural de contar con una agencia central que actúe como entidad coordinadora en una Estrategia Nacional, por muy descentralizada que sean las diferentes propuestas y políticas. La experiencia internacional muestra que, sin un liderazgo centralizado, la

⁸³ Una descripción de los proyectos que realiza el Centro Nacional de Tecnologías puede ser visitada en http://www.cnti.ve/cnti_docmgr/proyectos.html

⁸⁴ El sitio web del Ministerio puede ser visitado en <http://www.mpd.gov.ve/>

coordinación con el objetivo de aprovechar las sinergias entre las diferentes redes de proyectos tiende a perder la fuerza necesaria.

En líneas generales, el desarrollo de la Sociedad de la Información en América Latina está enfocado principalmente hacia problemas básicos, como la infraestructura. Mientras gran parte de la discusión en Europa y Estados Unidos se centra sobre temas mas avanzados, como la privacidad, la confianza del consumidor y la legalidad de las actividades digitales, en América Latina la preocupación sobre el acceso y la conectividad a las TIC domina las estrategias nacionales.

Desde la perspectiva de esta problemática, no es sorprendente que gran parte de las estrategias nacionales sean vistas como políticas para la infraestructura tecnológica, dejando en segundo plano políticas dedicadas a guiar las modificaciones que ocurren en las relaciones sociales y económicas. Recientemente, el tema del gobierno electrónico está ganando importancia entre las prioridades temáticas de las estrategias nacionales.

La transformación del funcionamiento del propio Estado ejemplifica los profundos cambios que implica la Sociedad de la Información, y amplifica la agenda pública hacia temas mas sofisticados, como las transacciones *online* y la seguridad de las redes. Llevar las estrategias nacionales para la Sociedad de la Información en América Latina mas allá de la preocupación por el acceso es uno de los mayores desafíos para las estrategias nacionales en la región: Centros Comunitarios Digitales deben transformarse de centros de acceso a centros de servicios.

Los sitios *web* del gobierno electrónico deben transformarse de sitios de información a sitios de transacciones. Las leyes de la firma digital deben

dejar de ser sólo marcos legales y deben implementarse de acuerdo a los requisitos de cada país. El uso de los ordenadores en las escuelas debe ser integrado en el currículo educacional, y las bases de datos en los hospitales deben ser usadas para el beneficio directo del paciente. Mientras la brecha digital sigue siendo un tema de preocupación en la región, los nuevos desafíos están ampliando la agenda de las estrategias nacionales.

Por lo tanto, si se considera la etapa actual como parte de un proceso evolutivo, próximamente nuevos temas como contenido, privacidad, confianza del consumidor y legalidad de las actividades digitales deberán ocupar la agenda de los políticos. Para un pleno aprovechamiento de las oportunidades, es necesario anticipar dónde es necesario actuar para evitar “cuellos de botella”, perfeccionando permanentemente las estrategias nacionales.

Esto implica que además de los esfuerzos notables dedicados a la conectividad que se realizan en la región, las estrategias nacionales deben ser ampliadas, no solamente requieren más recursos, si no también una visión integral, que profundice en problemáticas sociales y económicas.

No obstante, después de siglos de haber estado aislados unos de otros, los usuarios latinoamericanos encuentran finalmente una posibilidad de conocer los principales problemas de los países y regiones vecinas y comunicarse de manera fácil y económica con sus vecinos gracias al correo electrónico, los espacios de chat y el ciberespacio en castellano.

Los países hispanohablantes de América Latina tienen una población de más de 400 millones de personas, en su mayoría urbana y relativamente educada, que comparten un mismo idioma, religión, historia y cultura. A

pesar de estos claros rasgos de identidad latinoamericana, no ha habido una real integración entre los diferentes países. La música y los libros están entre los pocos productos que circulan por toda la región.

La introducción del Internet en América Latina ha hecho furor debido a diferentes razones. Por un lado, representa la modernidad a la que aspiran pobres y ricos, y que fue una de las causas de la enorme migración rural-urbana que ha convertido a la región en un continente de ciudades. Por otro lado llena un vacío en las comunicaciones. La mayoría de las poblaciones de la región son muy móviles y son muchos los que han emigrado del campo a la provincia, de la provincia a la capital, o de la capital al extranjero. Es por eso que casi todas las familias, generalmente numerosas, tienen familiares o bien en las provincias y ciudades o en el extranjero.

Gracias a la llegada de Internet todos podemos estar comunicados a través del correo electrónico, los espacios de chat, el ciberespacio y las comunidades virtuales y listas de discusión.

El correo electrónico es una de las aplicaciones más usadas en el campo de Internet en América Latina, ya que brinda comunicación escrita de manera barata, rápida y eficaz.

Según estudios e investigaciones llevadas a cabo por varias consultoras en distintos países de América Latina, se ha confirmado el incremento de los espacios de chat y correo electrónico entre los usuarios jóvenes de cabinas. Estos espacios se desarrollan generalmente a escala latinoamericana, debido al idioma común. A diferencia de otros medios de comunicación como la televisión, los periódicos o el cine, que en América Latina tienen un

alcance nacional- a excepción de la televisión por cable, reservada a la clase media alta- el ciberespacio tiene la posibilidad de trascender las fronteras sin complicaciones. Y eso es lo que está ocurriendo. Por ejemplo, la mayoría de los periódicos de los países de la región tienen muy buenas ediciones *online*, así como muchas revistas de actualidad. Si algo que nos interesa sucede en otro país de la región, podemos leerlo en el diario como si estuviéramos allí. Esto significa un gran paso para el intercambio de información.

A modo de conclusión, se podría decir que hay que seguir dos pasos. Primero: atender lo urgente, que sería resolver el problema económico y comercial bajo el precepto de que, si el usuario no va hacia el proveedor, el proveedor acudirá a él por medio de ventas personalizadas y módulos de accesos a línea. Segundo: promover una cultura tecnológica, proponer modelos de financiación que permitan a las páginas de contenido local permanecer en la red, lograr convenios internacionales que obedezcan al servicio universal para el mejoramiento de la infraestructura, y buscar la manera de brindar educación que más adelante capacite al usuario para escoger los contenidos que prefiera.

La ventaja de Latinoamérica sobre Estados Unidos, Europa y Japón, es que su población es mucho más joven y son quienes buscarán en Internet información, entretenimiento y comercio electrónico. Amartya Sen, Premio Nobel de Economía de 1968, dijo: "son necesarias la responsabilidad, la confianza y las normas sociales que permitan prosperar a una economía de mercado exitosa". Fomentar el ejercicio de la responsabilidad social en el usuario de hoy, será sembrar una cosecha muy atractiva para los próximos 30 años.

Este capítulo, parte de un criterio básico: para una comunicación democrática y un libre intercambio de información, Internet debe ser un sistema abierto, donde lenguajes y protocolos permitan la intercomunicación entre sistemas diversos, universales y de dominio público. Y a partir de este criterio, se citarán algunos casos y datos que permitan ver hasta qué punto se han dado algunos pasos en esta dirección y el largo camino que todavía queda por recorrer.

El número de usuarios ha crecido en América Latina más que en ningún otro lugar en los últimos años, aumentó 14 veces entre 1995 y 1999. No obstante se trata de una cifra pequeña, comparada con la cantidad de población que está lejos todavía de estos avances tecnológicos. Sólo un 3,5% de los latinoamericanos son usuarios de Internet, según estudios de investigación realizados por la empresa venezolana DATANÁLISIS en el 2006.⁸⁵

Según el estudio de DATANÁLISIS, el país que más internautas tiene en la región latinoamericana es Brasil, con 6,7 millones, de acuerdo con el *NEC Research Institute*⁸⁶, que atribuye el 43% de los usuarios de la gran Red a Estados Unidos, seguidos por Japón, Gran Bretaña, Canadá y Australia. Según la citada fuente, en algunos países latinoamericanos, como México y Argentina, el 33% de los usuarios son mujeres, y en la mayoría de los países, el 70% son jóvenes menores de 30 años que utilizan Internet para

⁸⁵ www.DATANÁLISIS.com

⁸⁶ El instituto de investigación de NEC, es una compañía americana, poseída enteramente por la NEC Corporation de Japón. Fue fundada en 1989, con el objetivo de tener un impacto importante en el mundo de Internet con avances en paradigmas, dispositivos, algoritmos y usos que computan. www.nec-labs.com

navegar por sitios insólitos, buscar buena música y pasar horas conectados participando en *chats* sobre los temas más diversos.

DATANÁLISIS destaca en el estudio que la cifra de población conectada a Internet es muy frágil si se tiene en cuenta que el 99% de los latinoamericanos escucha radio y el 86,5% tiene un televisor en su casa. Los canales de televisión por cable, con casi 70 señales, ya llegan al 12% de los hogares y las empresas de *Direct TV*, televisión por satélite, han abierto oficinas en 20 países en la región.

Sin embargo, América Latina ocupa un lugar importante en el punto de mira de las grandes corporaciones de la comunicación -tanto multinacionales como regionales, que hacen inversiones millonarias para captar más público, más publicidad y más consumo. A nadie se le escapa la importancia del mercado latinoamericano desde el momento en que la *CNN* decidió montar un servicio de informaciones en castellano durante las 24 horas, o que el diario español *El País* se publica simultáneamente en varias capitales de la región y el italiano *Corriere de la Sera* se distribuye gratuitamente junto a otros periódicos de renombre en el continente, por citar sólo algunos ejemplos de la expansión de los productos de referencia en el mercado regional.

En la actualidad, se han logrado avances tecnológicos fundamentales en materia de flujo de información y comunicación, en los cuales Internet cumple un rol importante y que hace que este medio ya no pueda ser olvidado en los análisis sobre el estado de esta cuestión. La mayoría de la información que se produce está en la Red y cada vez en menor porcentaje

en los medios impresos e, incluso, en los medios audiovisuales tradicionales.

Según datos de Alfons Cornella, de la revista virtual *Infonomía*,⁸⁷ sólo un 0.003% del total de la información que se produce anualmente en el mundo se hace sobre papel. El resto está almacenado de manera digital. Es más, la mayoría de la información ya nace en formato digital y así permanece. Anualmente, los 250 millones de usuarios de Internet envían unos 600.000 millones de correos electrónicos, mientras que ya son cerca de 800 millones las páginas en la *Web* y 4 millones los sitios de información a los que se puede acceder, aunque todavía el 86% de los documentos publicados está en inglés.

Una segunda cuestión es que Internet ha evolucionado rápidamente como transmisor de sonido e imágenes, ofreciendo excelentes posibilidades para la radio y la televisión. Un ejemplo son las radios comunitarias e independientes que ya están instaladas en todo el continente americano y transmiten en el ciberespacio con buena recepción por parte de sus oyentes, dispersos en el resto de la región o el mundo. Entre ellas se encuentra *Unión Radio de Venezuela*, que puede escucharse desde la Red en su dirección electrónica.⁸⁸ También Argentina cuenta con *Radio Mitre*, la cual tiene acceso desde el diario *Clarín* o bien desde su *web*: <http://www.radiomitre.com.ar/Index.asp>.

El crecimiento de la conexión a Internet en América Latina es significativo, como ya señalamos anteriormente, pero lo que más debería interesar es la

⁸⁷ <http://www.infonomia.com/blog>

⁸⁸ www.unionradio.com.ve

promoción del acceso universal a este nuevo medio interactivo, que ofrece rápidos adelantos y que ya es sin duda una herramienta de trabajo para millones de personas. Sería importante que los gobiernos y las iniciativas de la sociedad civil favorecieran el acceso a Internet, como manera de cerrar la brecha entre los que poseen información y los que no, porque si esta brecha se profundiza, se ahondará en las desigualdades sociales.

En definitiva, sería interesante animar a una nueva modalidad de trabajo y de obtención de conocimientos, como es el trabajo en red, donde los participantes se constituyen en sujetos de comunicación y, de manera horizontal, comparten ideas, debaten, planifican y toman decisiones basadas en los consensos logrados.

2.3.12. Marcos reguladores

El punto de partida en la tarea de crear un marco regulador para la Sociedad de la Información, es el respeto a los derechos humanos fundamentales. La brecha digital tiene implicaciones que superan las consideraciones económicas y materiales. Se trata de un abismo simbólico en la distribución de información, la participación ciudadana, la inclusión y la representación política, los servicios sociales, la seguridad y las medidas preventivas, el disfrute del arte y los bienes culturales, y la participación en la vida cultural de una comunidad en el sentido más amplio (ya sea local, nacional, regional o mundial). El derecho "de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras" es uno de los derechos humanos fundamentales que sirve de apoyo a todos los demás. El surgimiento de la Sociedad de la Información debería ampliar y reforzar este derecho básico (APC, 2002; CRIS, 2002; Bonilla, 2002). En

este sentido, las TIC, en tanto favorecedoras de la información y la comunicación, son simultáneamente derechos y mercancías, “bienes de valor social” de acuerdo con la terminología de la economía del bienestar.

La infraestructura global de información, es un instrumento para los demás derechos económicos, sociales y culturales, y es uno de los ejemplos más tangibles de un "bien global" que proporciona los fundamentos de la ciudadanía mundial (CEPAL, 2002: p. 83). El objetivo consiste en hacer efectivo el derecho a la información y a la comunicación mediante el bien público global que debe ser la participación en las TIC.

Otro desafío que plantea la creación de los marcos normativos de la Sociedad de la Información, es la regulación de los estratos tecnológicos (infraestructura y servicios genéricos). En América Latina y el Caribe, las tendencias actuales en esta materia son muy variadas. Algunos países han preferido mantenerse en línea con las leyes del mercado y su estrategia se basa en el impulso del sector privado (como sucede en la República Dominicana y Chile), mientras que otros han optado por una empresa de telecomunicaciones pública nacional (por ejemplo, Uruguay y Costa Rica).

Sin embargo, en términos generales la gran mayoría de los operadores de telecomunicaciones de la región pertenecen a inversionistas privados (a menudo extranjeros), ya sea como accionistas principales o como propietarios.

Si se compara con otras regiones en América, se da la mayor concentración en el mundo de sectores privados de telecomunicaciones (UIT, 2000). En muchos casos la liberalización de la industria de las telecomunicaciones y el proceso de privatización han ido por caminos separados en América

Latina y el Caribe (AHCJET, 2002). Esto se debe a que en algunos países el objetivo principal de las políticas de privatización no fue el fomento de la competencia, sino el aumento de la inversión extranjera o la captación de ingresos fiscales (CEPAL, 2001). Consecuentemente, en muchos casos los monopolios privados han sustituido a los monopolios estatales. En muchos países la posibilidad de competir en condiciones de igualdad y de reducir los precios son aún limitadas, sobre todo en aquellos casos en los que las economías de escala y los costos irrecuperables han creado monopolios naturales. Ante estos datos, es necesario actuar en favor de una competencia enérgica, justa y viable en todos los niveles de servicios (es decir, proveedores de hardware de telecomunicaciones y computación, empresas portadoras de telefonía, revendedores de telecomunicaciones y otros proveedores tales como los operadores de comercio-e), a través de todos los medios disponibles (es decir, línea telefónica fija, telefonía celular, enlaces de cable y satélite). Para alcanzar este objetivo, es necesario que un organismo eficiente, imparcial y transparente fiscalice la presencia de condiciones anticompetitivas.

En algunos casos, la mera existencia de un organismo controlador de esas características, sumado a la normativa sobre telecomunicaciones, crea una dinámica positiva entre la institución reguladora del sector y la comisión que se haya creado para favorecer la competencia (Hilbert y Petrazzini, 2001). Los regímenes reguladores también permiten ensanchar el abanico de estrategias de precios, entre las que se incluyen las tarifas fijas de acceso a Internet, y acuerdos sobre los precios de interconexión basados en costos.

Los asuntos reguladores relacionados con los estratos de infraestructura y servicios genéricos trascienden el ámbito de las telecomunicaciones per se.

Se requiere también una estrategia sólida de crecimiento para los mercados de software y hardware. En este sentido, se suele subestimar la trascendencia y la importancia de los estándares técnicos a la hora de diseñar las estrategias de desarrollo tecnológico de América Latina y el Caribe. La falta de atención en este asunto y la búsqueda descoordinada de financiación extranjera han creado un escenario de estándares tremendamente complejo, que puede convertirse en un obstáculo importante para el futuro.

Antes de introducir un nuevo sistema tecnológico (como la tercera generación de telefonía móvil o la televisión digital), debe llevarse a cabo un proceso de pruebas institucionalizado para identificar la mejor solución para cada situación particular. Al aplicar este mecanismo debe tenerse en cuenta el proceso de convergencia de TIC (que implica, por ejemplo, la interdependencia de los sistemas de telefonía celular y de televisión digital, puesto que ambos están llamados a converger). Las extensas pruebas realizadas con la televisión digital en Brasil durante el año 2000 son un buen ejemplo al respecto. De hecho, el estudio llevado a cabo en aquel país con las plataformas de televisión digital fue “el más completo del mundo” (SET/ABERT, 2000). Los resultados han atraído la atención mundial y son el punto de referencia más importante para los países en los que se están llevando a cabo investigaciones similares. Algunos han reconocido el esfuerzo brasileño y están analizando el proceso con detalle, en otros se ha decidido seguir las recomendaciones emanadas de las pruebas de Brasil. Sin embargo, uno de los factores limitadores de este proceso es el alto costo de las pruebas. Dado que numerosos países latinoamericanos comparten ciertas características que son relevantes a la hora de

=====

seleccionar el estándar más adecuado, un mecanismo institucionalizado y de alcance regional para ejecutar este tipo de pruebas permitiría crear sinergias, y favorecería la coordinación de las políticas América Latina sobre estándares.

Otra cuestión crucial, es la evaluación de costos y beneficios de estándares de propiedad exclusiva frente a estándares abiertos. Los análisis económicos constantes y detallados proporcionan información esencial para tomar decisiones bien fundamentadas en este sentido. En principio, se deberían preferir los 25 estándares abiertos porque evitan los “efectos candado”, ayudan a reducir el nivel de desembolsos por regalías, consolidan la integración y la interoperabilidad y, por lo tanto, promueven la participación, la competitividad y las economías de escala sobre una plataforma común. De este tema se deriva la cuestión de los derechos de propiedad intelectual. Es habitual afirmar que la exclusión imperfecta y la no rivalidad deterioran el funcionamiento óptimo del mercado tecnológico, ya que crean una enorme brecha entre los beneficios públicos y sociales derivados de la generación de tecnología. Estas características, son ubicuas en el terreno de las TIC, como puede verse en la controversia provocada en el mercado musical a raíz de los sistemas de intercambio de archivos de sonido en formato MP3, en el tema de las marcas registradas y los nombres propios en los sistemas de nombres dominios (DNS), en el desarrollo de software y la ingeniería inversa para crear nuevos algoritmos y programas computacionales, entre otros muchos.

Es conveniente implantar un sistema de derechos de propiedad intelectual, para crear los incentivos que animen a personas y empresas a avanzar en

la producción de nuevo hardware y software, así como a desarrollar contenidos digitales.

Sin embargo, los sistemas de derechos de propiedad intelectual deben cumplir dos requisitos adicionales: otorgar trato diferenciado a la propiedad intelectual de bienes que tengan un gran valor social y educativo (como puede ser el software para hospitales y clínicas, o para universidades, entre otros), y fomentar el desarrollo tecnológico y el proceso de aprendizaje en los países en desarrollo, protegiendo al mismo tiempo a estos países para que no queden bloqueados por el uso de una tecnología extranjera (Abarza y Katz, 2002. P.47-50). Ambas directrices de política son coherentes con el uso de estándares abiertos, que pueden considerarse un tipo de “bien público”.

No obstante, el proceso de digitalización de los “sectores-e” también requiere un ajuste del marco jurídico. La creación de un clima de seguridad y confianza en la comunicación digital es un elemento clave a este respecto.

Entre las iniciativas de política relacionadas con este área destacan, las medidas para garantizar la autenticidad de los documentos electrónicos, la intimidad y la confidencialidad de los registros personales y empresariales, la participación en el establecimiento de normas internacionales aceptables, y el reconocimiento de documentos electrónicos, firmas digitales y autoridades de certificación, así como restricciones a la exportación de tecnología, sobre todo la que tenga relación con los estándares de encriptación, y los mecanismos de recurso legal para la resolución de controversias.

En conclusión, una infraestructura fiable de pagos ayudaría a incrementar la seguridad y la confianza, así se fomentaría el uso de aplicaciones más sofisticadas. Los sistemas de pago *online* son esenciales. En este campo, es necesario que los gobiernos cooperen con el sector privado, lo cual incluye a las cámaras de comercio y sobre todo al sector bancario y las asociaciones de empresarios de venta minoristas.

El ejemplo de Chile, demuestra que la banca puede representar un papel crucial en el desarrollo de las transacciones en red. También es necesario adoptar perspectivas innovadoras en el desarrollo de mecanismos alternativos de pago para mejorar la eficiencia de estos sistemas, reducir sus costos y garantizar su seguridad.

2.4. Los infocentros en América Latina

El contexto actual de una creciente comercialización y concentración de los servicios de Internet, en el nuevo modo digital de la producción, un proceso acelerado por la situación económica global, aunado al crecimiento de la demanda en medios urbanos, más la oferta de mayor conectividad por tecnologías no telefónicas, más el despoblamiento de los emprendedores en el medio rural, obliga a los defensores de proyectos de telecentros comunitarios en América Latina reorganizar su estrategia general para el futuro inmediato y cercano.

Esta estrategia puede considerar una novedosa figura para el tercer sector de las organizaciones civiles, sin fines de lucro: crear una figura de franquicias nacionales e internacionales que ofrecen múltiples servicios digitales con tecnologías de punta a las poblaciones ahora sin conectividad.

Este fenómeno de "franquicias sociales" involucra alianzas imperativas e insólitas entre el sector público, empresarial y civil, y la oferta de una serie de incentivos a los usuarios. Al no tener negociadas estas alianzas, el riesgo es apremiante que la comercialización galopante de la red de redes niega o atenúa dramáticamente la opción de una participación ciudadana que el modelo de telecentros comunitarios permite.

Según estudio publicado por la empresa Tendencias Digitales en su *web* oficial (www.tendenciasdigitales.com) Latinoamérica se ubica en el promedio mundial de penetración de Internet en el mundo, suman ya 85.040.000 usuarios, lo que representa el 15,35%. La región ha experimentado un crecimiento del 433% en los últimos seis años.

Lo que más les gusta a los latinoamericanos de Internet, es la rapidez para conseguir información (69,2%), disponibilidad las 24 horas (66,9%) y cantidad y variedad de información (55,8%). Por otro lado, lo que menos gusta son los virus informáticos (75,4%), los hackers (49%) y el spam (48,6%)

Los denominados infocentros o cibercafés se constituyen como la principal forma de acceso a Internet, excepto en Puerto Rico y México donde las conexiones desde el hogar son las más comunes. El ranking lo siguen las conexiones en hogares, trabajos y centros de estudios.

2.4.1. Definición de los infocentros

Los infocentros, son negocios en los que el público puede acceder a tecnologías digitales. Con frecuencia, ofrecen también comidas, por lo que, genéricamente, se les llama cibercafés. Con o sin comida, en ellos se

puede utilizar el correo electrónico, navegar por la *Web*, participar en juegos electrónicos, llamar a larga distancia, quemar discos, usar el escáner, la impresora láser, o la cámara digital. Para ganar más clientes, también pueden ofrecer servicios de enseñanza básica del manejo de las herramientas.

También son conocidos como Telecentros, Cabinas Públicas, Centros de acceso y Bibliotecas digitales, entre otros.

Para que los infocentros sean rentables, en general se ubican en zonas donde hay más gente con mejor capacidad de pago, no en zonas rurales marginales urbanas, y tienden a concentrar sus servicios sobre lo que proporcione más beneficio. En los infocentros, el interés social o de desarrollo, si lo hay, ocupa un lugar secundario o se da de manera indirecta.

La aceptación de estas iniciativas ha hecho que en algunos países hayan comenzado a instalarse cabinas públicas que no tienen un mero interés comercial, sino que son parte de proyectos de desarrollo comunitario de mayor envergadura. En las zonas más desfavorecidas de Caracas, en Venezuela, existe un proyecto denominado "Misión Internet", promovido por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, que tiene como objetivo involucrar a organizaciones vecinales, con el fin de mejorar la calidad de vida en la zona y proveer a sus miembros de oportunidades para la formación y el intercambio con personas que comparten intereses.

Este proyecto, ha intensificado y enriquecido las expectativas alrededor de las nuevas tecnologías, comprobándose que las prácticas comunicativas en los barrios han cambiado. Los líderes grupales han visto sus roles

potenciados dentro de la institución se han visto potenciados con el uso de las nuevas tecnologías, y han podido desarrollar aún más sus capacidades.

Según la Asociación Mexicana de Internet, en México hay censados 1906 infocentros. De ellos, el 30% está en la Ciudad de México. Si se calcula que, en promedio, cada infocentro tiene seis ordenadores, se registra un total de 11.436 ordenadores para este servicio. La Asociación Mexicana de Infocentros estima que entre asociados y no asociados se atiende mensualmente a 4,8 millones de usuarios en estos establecimientos.

Por otra parte, en 1999 se crea la Red Latinoamericana: “Somos Telecentros”, impulsada por las Fundación Chaquisnet y el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), de origen canadiense. A finales de 2002, contaba con unos 800 miembros y más de 2.600 telecentros inscritos.

Esta red, se ha constituido como punto de encuentro virtual y foro de intercambio para las experiencias de Telecentros en la región, donde se enfatiza el uso social y la apropiación de las herramientas tecnológicas, en función de un proyecto de transformación social, según informa Ricardo Gómez: (2002).

2.4.2. Análisis de acceso y uso de los Infocentros

Los jóvenes son los usuarios mayoritarios de los infocentros: los que tienen hasta 25 años de edad suman el 48,75% del total revelado. No obstante, en los últimos años se ha registrado la incorporación de edades muy bajas: los menores de 18 años representan el 26% de los usuarios actuales. La edad promedio se redujo un año, de 29 a 28 años, con respecto a los tres años

anteriores. Además, destacan actividades de ocio, como chat y juegos en red.

Las razones que explican la presencia mayoritaria de jóvenes en los cibecafés son las siguientes: familiaridad con la tecnología (que ha entrado como una presencia ineludible en sus vidas desde hace unos quince años, convirtiéndose en un ítem de uso irrenunciable) y la necesidad de uso de Internet para sus estudios (ya sea para buscar información, interactuar con otros estudiantes, cursar carreras o cursos virtuales o buscar becas).

Aunque algunos de estos jóvenes poseen ordenadores en sus hogares, las familias pueden limitar el uso de Internet debido a los costes telefónicos, al uso compartido de ordenadores u otras razones; y los infocentros ofrecen la alternativa. Se han transformado en lugares donde se pasa el tiempo libre, socializándose a través de la Red, en soledad, o acompañados por amigos. La carencia de ordenadores en los hogares latinoamericanos y el alto coste del servicio telefónico, son las principales razones que justifican el abrumador uso de estos centros.

Los mayores de 45 años, usan mayoritariamente la conexión hogareña y sólo acuden a los infocentros cuando están de viaje, tienen problemas con sus conexiones u otras razones. En el año 2002 casi se duplicó el número de personas mayores de 50 años, alcanzando el 10% de los usuarios.

Además, de la explicación clásica (la masificación de Internet), algunas explicaciones plausibles para este fenómeno son las siguientes:

- **La emigración de jóvenes al exterior** en busca de mejores condiciones laborales ha hecho que numerosos adultos mayores -padres,

tíos, abuelos-, que hasta ese momento no se habían interesado por el uso de las TIC, comenzaran a utilizarlas con mucha más frecuencia para mantener contacto con los emigrantes.

- **El avance de la administración electrónica** ha hecho posible que puedan realizarse trámites a través de Internet, como todos los relacionados con pago de impuestos, bajada de formularios, banca a distancia e información financiera. Esto es un estímulo para los usuarios adultos.
- **El alto índice de desempleo** en las clases medias hace que muchos adultos que se conectaban desde sus lugares de trabajo ahora lo hagan desde los infocentros.
- **Muchos adultos, incluso los que tienen ordenadores en sus comercios y consultorios, acuden a los infocentros** para trabajar, ahorrar en las conexiones y evitarse las preocupaciones de renovar o pagar un precio más elevado por el uso de Internet.

Por otra parte, a finales del siglo XX y comienzos del XXI, los gobiernos de Latinoamérica anunciaron planes de conectividad masiva, tales como: Infocentros (El Salvador, Chile y Venezuela), Compartel (Colombia), Huascarán (Perú), Costarricense.com (Costa Rica), E- México (México), Centros Tecnológicos Comunitarios (Argentina), el Programa Sociedad de la Información PSI (Brasil) y Telecentros Polivalentes en Ecuador.

2.4.3. Algunas experiencias de los infocentros en América Latina

Aunque en Europa no es tan común este fenómeno de los infocentros, resulta interesante conocer un poco la experiencia en algunos países de América

Latina. Para este estudio, hemos recorrido los mismos países seleccionados para la investigación. Es evidente, que varios gobiernos de América Latina instalan centros populares de conexión a Internet para reducir la llamada brecha digital dentro de sus sociedades, quizá mayor que la que las separa de los países industrializados. Pero en el siguiente punto hemos querido hacer un recorrido por cada país para ver como es el realmente el funcionamiento de los infocentros en la región.

2.4.3.1. Argentina: los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC)

En Argentina se crearon los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC) en 1999, gracias a una iniciativa gubernamental de Carlos Menem. Se implantaron 1350 de estos CTC en toda la geografía argentina, lo que convirtió a este país en el líder de Latinoamérica en la creación de centros de acceso público auspiciados por el Estado. Ningún país- en ese momento- tenía una cobertura similar.

Estos centros contaban con 5 computadoras, dos impresoras, un escáner, dos cámaras para videoconferencia USB, una cámara fotográfica digital,

además de software y mobiliarios (Davidziuk: 2002). El programa tendría un costo aproximado de 22 millones de dólares y sería ejecutado por la Secretaria de Comunicaciones de la presidencia. El pago se hizo mediante la fórmula de que las telefónicas privatizadas podían cancelarle al Estado en especie, es decir, con computadoras, escáneres, impresoras, etc. Cuando, años después, el gobierno de De la Rúa, quiso cobrar el dinero en metálico, las empresas no aceptaron. El mecanismo de administración consistía en asignar los CTC en comodato a instituciones previamente seleccionadas, responsables de la seguridad de los equipos. Sin embargo,

muchos de ellos se perdieron y nunca llegaron al lugar seleccionado, innumerables denuncias corroboran esta afirmación. Así el periódico digital *La voz del Interior online*, denuncia en septiembre del 2002, que existen más de 80 causas en los tribunales argentinos por computadoras que fueron asignadas y nunca llegaron.

El portal de estos centros www.ctc.gov.ar reseña en junio de 2005 que los CTCs son 1350, instalados en instituciones y organizaciones comunitarias en 723 localidades dispersas en todo el territorio nacional, y que los mismos forman parte del Programa para la Sociedad de la Información (PSI) y se encuentran bajo la jurisdicción de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios de la Argentina. No se encontraron estadísticas de acceso a Internet, vía los CTC.

2.4.3.2. Chile: Infocentros Comunitarios

En el año 2000, el gobierno chileno estableció la necesidad de reformar las políticas de acceso para entrar de lleno al mundo global, para ello creó, un año después, el Programa Nacional de Infocentros Comunitarios, que contempla las acciones que se están desarrollando desde el sector público con el sector privado. Si bien estos no nacieron producto de una decisión del ejecutivo en el ámbito nacional, sí expresan la voluntad de diferentes organismos públicos, regionales y locales así como ONG, de dar acceso a los chilenos de menores recursos.

El portal de este programa, señala que existen alianzas entre instituciones públicas y privadas que han desarrollado iniciativas conjuntas y que, en la actualidad, suman 767 Infocentros implementados en las distintas regiones

del país. En sus comienzos, en el año 2001, la primera tarea de la red consistió en conocer lo existente, mediante la evaluación del estado de situación y caracterización de la red nacional de Infocentros. Se hizo un catastro de los Infocentros en funcionamiento, agrupados en función de su estructura, público objetivo y otros; luego se precisaron las condiciones de funcionamiento y por último, contaron con una línea de caracterización que permitía hacer seguimiento al programa. Esta primera evaluación, terminada en marzo de 2002, permitió conocer la cantidad de Infocentros existentes en el país austral, así como las instituciones responsables.

De igual modo, sirvió para determinar su concentración geográfica. También pudieron detallar el público objetivo, el cual va desde la comunidad en general, jóvenes hasta la mediana y pequeña empresa (MYPE). La mayoría de los Infocentros comenzaron a funcionar a finales del 2001 y comienzos del 2002. Posteriormente, la Coordinación Nacional de Infocentros, realizó el trabajo Informe Semestral, monitoreo junio 2005, donde da cuenta de los resultados obtenidos por estos centros de acceso. Se hizo seguimiento de 672 telecentros, que representan un 88 % del total de los 767 existentes en Chile, los cuales dan conectividad a más de 460 mil personas.

2.4.3.3. Colombia: Cafés Internet

Según estudio revelado en el portal colombiano,⁸⁹ se encontró que en una muestra de tres mil ochocientas veintiuna (3821) personas que viven en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Manizales y Bucaramanga había un 54,2 % de ellos que accedían regularmente a la Red. De estos hay un 28,6% que lo hacen desde su hogar, un 26,1% desde un café Internet y

⁸⁹ www.cafeinternet.com.co

un 20,1% que lo hacen desde la empresa. Los café Internet siguen siendo la segunda opción de conexión para quienes tienen acceso en su casa o en su trabajo, y muy seguramente, la primera opción para quienes no tienen acceso en su propio hogar.

Los cafés Internet tienen, de media, 8,2 ordenadores por local, un 69% usan ADSL como canal para prestar el servicio a sus clientes, un 22% con canales dedicados y un 9% por sistemas de cable.

El estudio además destaca, que el promedio de usuarios diarios es de 44,9, de los cuales 21,1 son habituales, lo que muestra que un buen servicio se gana la fidelidad de los clientes, que son los que dan estabilidad al negocio.

2.4.3.4. México: Centro Comunitarios Digitales

En México se han presentado varias iniciativas sobre la implementación de Telecentros. Los gobiernos locales y el gobierno central han desarrollado proyectos referentes a este tema. El gobierno mexicano implantó en el 2001 el proyecto e-Mexico con el objetivo de establecer un sistema de telecentros que procura cubrir a todo el territorio mexicano. La administración del ex presidente Fox, fue la encargada de presentar, entre otras propuestas, el proyecto e-México, cuyo propósito es: “articular los intereses de diversos espacios de gobierno (dependencias de los distintos niveles de gobierno, principalmente), a través del uso de Tecnologías de la Información que permitan ampliar la cobertura de servicios básicos de educación, salud, economía, gobierno y ciencia, tecnología e industria, así como de otros servicios a la comunidad”.

Uno de los objetivos del Sistema Nacional e-México es cerrar de la brecha digital entre aquellas comunidades con acceso a la tecnología respecto a quienes carecen de ella, de tal suerte que todos los habitantes del país tengan acceso a la tecnología.

Los Centros Comunitarios Digitales (CCD) son sitios de acceso público a Internet, localizados en todo el país, principalmente en escuelas, bibliotecas, centros de salud, oficinas de correos y edificios de gobierno.

La red de CCD forma parte de la estrategia del Sistema Nacional e-México para aprovechar las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en beneficio de la sociedad mexicana en general.

En un CCD, la población mexicana puede utilizar ordenadores con acceso a Internet. La red de CCD cuenta con al menos un centro comunitario en cada municipio de México. Inicialmente fueron inaugurados 3.200 a lo largo de toda la República Mexicana; en 2004 continuó la instalación de otros 4 mil y para 2007 se tienen proyectados más de 10 mil CCD, para que todos los mexicanos tengan la opción de utilizar las nuevas tecnologías e incorporarlos a la red.

Por otra parte, hemos conocido la opinión de Scott S. Robinson, profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa, quien destaca en su publicación de la revista Razón y palabra, Número 14, Año 4, Mayo - Julio 1999 lo siguiente: "la creación de Telecentros no sólo se justifica por un concepto del desarrollo equilibrado, todavía por alcanzarse en México, sino también por la utilidad de estos espacios equipados para enlazarse con la red mundial de telecomunicaciones en la construcción del dominio público, otra dimensión vital de la nueva ciudadanía global y de las sociedades del conocimiento. El dominio público refiere al conocimiento, la información y los datos disponibles vía

instrumentos de acceso público y de bajo costo, sean libros de la biblioteca o archivos de Internet. Las notas periodísticas forman parte del dominio público, junto con artículos científicos, documentos y estudios de organismos no gubernamentales más los informes y datos que los propios estados nacionales producen con recursos públicos para la educación y el bienestar de sus ciudadanos. Vistos de esta manera, los Telecentros son lugares físicos y a la vez, una metáfora del dominio público accesible al público y parte integral del desarrollo sostenido”.

Sin embargo, el mexicano Elías Hernández en su trabajo sobre los Cibercafés y Telecentros públicos en México⁹⁰, explica lo siguiente: “Los cibercafés no son más que negocios privados que ofrecen servicios de conectividad a la Web. Estos establecimientos se localizan en lugares acoplados para dar cabida a unas cuantas computadoras en sus reducidos espacios”.

Asimismo, Elías destaca en su trabajo, el descontento con el plan e-Mexico, ya que al parecer no ha cumplido con su principal objetivo, el cual es integrar a la sociedad mexicana a la Sociedad de la Información. Uno de los principales problemas del país azteca es la falta de infraestructura, así como el suficiente apoyo político para integrar las herramientas innovadoras de Internet. Pero para el gobierno mexicano lo primordial es la conectividad, y al parecer no es suficiente para resolver los problemas.

Según Elías Hernández, los Telecentros instalados en toda la geografía mexicana, no son más que planes político, por lo que al parecer el gobierno no han cumplido los objetivos planteados en cuanto al plan e-Mexico.

⁹⁰<http://www.c3fes.net/docs/cibercafes.pdf>

2.4.3.5. Venezuela: Infocentros

Los infocentros, se han convertido en un lugar altamente viable para las ventas en Venezuela, y está siendo utilizado rápidamente por los sectores privados y públicos. El ministerio de la educación, el Ministerio de la Ciencia y de la Tecnología y los reguladores nacionales de las telecomunicaciones, CONATEL, tienen proyectos para instalar telecentros en el territorio venezolano. El gobierno ha instalado 240 telecentros o Infocentros y se calcula que los unos 7,2 millones de usuarios se benefician anualmente en toda la nación. Cada Telecentro cuenta con por lo menos 30 metros cuadrados que ofrecen diez estaciones de trabajo.

Un estudio sobre la “Evaluación de Impacto de los Infocentros en Venezuela”, muestra un nivel del 65%, lo que indica que tienen una buena aceptación en las comunidades. Desde el punto de vista general, se destaca que entre los beneficios que más resaltan está el “impacto social”: educativo, cultural, económico, tecnológico y político.

Por otra parte, señala DATANÁLISIS según estudio elaborado en el 2002, que el sitio de conexión más usado son los infocentros, con un 39% de las preferencias, que han triplicado en tres años su participación en el mercado. En el 2004 el porcentaje asciende a un 56.60%. La encuestadora venezolana comenta que los Infocentros venezolanos ofrecen los siguientes servicios: Formación, Información y Correo, Servicios de Gobierno Electrónico, de Comercio Electrónico, Navegación de Internet, acceso a los servicios de las redes de Educación, Salud, Comercio, Ciencia y Tecnología.

DATANÁLISIS revela que el año 2003, el gobierno venezolano puso en marcha los primeros 247 centros, luego este proceso de crecimiento se

paralizó por las dificultades políticas por las cuales atravesó el país. Más tarde se reinició el proceso y hoy en día el país cuenta con 300 Infocentros aproximadamente.

En conclusión, y como puede observarse en este apartado, Los telecentros han despertado el interés del Banco, y de la comunidad internacional en general, como una forma de habilitar una estrategia de desarrollo juiciosa, consecuente con la situación en que se encuentran países y zonas pobres. Esa estrategia advierte que no tiene sentido invertir grandes cantidades en ampliar el acceso a esas áreas, dada su limitada capacidad de compra y producción; pero reconoce el impacto potencial que el aumento en acceso puede tener sobre esas capacidades.

El "servicio universal" a cada casa es un objetivo demasiado ambicioso en países y zonas pobres, mientras que a través de recursos compartidos es posible lograr el "acceso universal" en un lapso de tiempo relativamente corto.

Hay muchos términos que se utilizan para las numerosas experiencias de telecentro que han surgido en todo el mundo. La característica común es que se trata de un "local compartido que provee acceso al público a tecnologías de información y comunicaciones".

En definitiva, podemos afirmar que los países de América Latina y el Caribe parten de ciertas deficiencias de carácter estructural que condicionan el aprovechamiento de la capacidad transformadora sobre el tejido productivo y social que posibilitan las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Estas deficiencias se concretan, en la no disponibilidad de adecuadas infraestructuras que garanticen el acceso a Internet en todo el territorio, en el bajo nivel de renta y formación de gran parte de la población, que influye en la

capacidad de utilizar y aprovechar los sistemas de información y comunicación electrónicos o la escasez de recursos financieros que aseguren su implantación.

No obstante, frente a esta situación el Plan de Acción para la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe (eLAC207) tiene como objetivo principal acelerar el proceso de transición de la región hacia la realidad digital. Este plan toma en consideración todos y cada uno de los aspectos necesarios para alcanzar el objetivo propuesto.

Finalmente, se puede destacar que los países analizados en este estudio, han puesto bastante de su parte para no quedarse atrás con las nuevas tecnologías, y han implementados varios programas de comunicación digital, entre ellos, los famosos infocentros los cuales han aportado un importante desarrollo económico para su región. También ha habido un importante incremento en la telefonía móvil, así como en el acceso a la banda ancha, lo que refleja todo esto que América Latina va por buen camino hacia la Sociedad de la Información.

FIGURA 2



Fuente: <http://www.ciudadseva.com/enlaces/mapaal.htm>

Capítulo III:
**Definición y evolución de los periódicos
digitales**

3.1. Concepto de periodismo digital y sus elementos definitorios

Antes de entrar en el propio estudio de los periódicos digitales, conviene reflexionar sobre lo que se entiende actualmente por periodismo digital o ciberperiodismo y por periódico *online* o cibermedio.

Actualmente, al analizar el sistema de medios, la mayoría de los autores ya establecen con claridad que primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión y, desde finales del siglo XX, nació un nuevo soporte y un nuevo medio de comunicación: los cibermedios o periódicos digitales.

Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría afirman:

“que periódicos digitales son aquellos medios de comunicación que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas” (Díaz Noci y Salaverría, 2003: 16).

Por su parte, Adriana Cely⁹¹ define el ciberperiodismo como:

“publicaciones que circulan en la red y comprenden en un único producto la naturaleza de los medios tradicionales hasta hoy conocidos (texto, audio e imagen) además de elementos multimedia ubicados en el ciberespacio con posibilidad de interactividad, contenidos noticiosos y de actualización dinámica”.

Para Concha Edo Bolós, profesora que ha analizado el lenguaje periodístico en la red y las características de los cibermedios,

“el elemento básico de todo sistema de trabajo es el enlace o, mejor, el conjunto de enlaces. Todos deben de estar integrados en una secuencia lógica

⁹¹ Adriana Cely, es profesora de periodismo de la Universidad del Zulia, Maracaibo-Venezuela y ha escrito varios trabajos sobre los cibermedios.

y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido previamente estructurado por el periodista con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado”. Edo, C. (2001: 91).

Quím Gil, periodista español y consultor sobre periodismo digital, afirma lo siguiente:

“Antes de llamarse a sí mismos ‘digitales’, existió el concepto de ‘periodismo electrónico’. A él se asocian medios electrónicos ya clásicos como el teletexto o el diario por fax. Pero electrónico no es equivalente a digital. Medios como la televisión pueden considerarse electrónicos aunque mantengan su condición analógica. Por otra parte, se está consolidando el término inglés ‘online journalism’, sobretodo gracias al esfuerzo de los periodistas en línea norteamericanos”.

El periodismo digital tiene su fuerza en la redefinición de la relación emisor/receptor:

“El periodista digital rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor. Está inmerso en un mar de información y está interconectado a fuentes, periodistas, receptores, interactores, etc. Una buena parte de sus rutinas periodísticas no son coincidentes a las de los periodistas convencionales. Ni siquiera a las de los periodistas convencionales que trabajan y publican en un soporte digital. Es previsible que todo periodista acabe procesando la información con herramientas digitales -computadores, cámaras, etc.- y publicando en medios digitales -Internet, televisión digital, etc.- Por tanto es previsible que todos los periodistas acaben siendo ‘digitales’ de la misma forma que todos han acabado siendo ‘telefónicos’ o ‘fáxicos’. Pero unos podrán trabajar siguiendo unas rutinas periodísticas clásicas adaptadas y evolucionadas hacia el medio digital. Otros, los más avanzados, estarán creando y consolidando unas nuevas rutinas propias de un proceso de

comunicación multimedia, multilínea e interactivo”.⁹²

En esta misma dirección opina también Karma Peiró, quien en su presentación del Congreso de Periodismo Digital celebrado en la Universidad de Santiago el 23 y 24 de noviembre de 2005 afirmó lo siguiente:

“En el mercado ya tenemos un sinfín de nuevos medios en que cada uno requiere una manera distinta de proceder. De ahí que cueste tanto definir qué significa ser periodista digital. La era digital nos va a pedir mucho más -afirma Peiró-. Jugaremos un rol muy importante en el terreno de la comunicación (y no me refiero exclusivamente al hecho de editar o transmitir diariamente unas noticias a una audiencia anónima, que es lo que ha ocurrido hasta ahora en todos los medios tradicionales dentro y fuera de la Red), sino creando redes para que se produzca un flujo continuo de información entre el medio y los lectores aprovechando al máximo la interactividad que Internet concede y que todavía no se ha sabido explotar”.

Es decir, que debido a las condiciones y las facilidades de publicación de contenidos en la red, cualquier usuario es un informador potencial, ya que todos tienen un espacio en la Red y pueden utilizarlo para presentar en él lo que quieran. De este modo se genera una saturación de información y una explosión de informadores, lo que multiplica las dificultades para la verificación por parte de los periodistas.

Después de las definiciones de periodismo digital, y de las aportaciones de investigadores y profesionales que se han citado, es preciso señalar algunos aspectos básicos del periodismo digital o ciberperiodismo, sobre todo porque establecen diferencias con los medios tradicionales, entre

⁹² Quim Gil. *Diseñando el periodista digital*, Sala de Prensa, en www.saladeprensa.org. Consultado el 20 de abril de 2006.

ellos:

- La información actualmente es abundante porque todos los actores producen contenidos. Y donde más se genera es en los cibermedios, porque en estos es posible almacenar más información que en los medios en papel.
- La información también existe fuera de la Red: el periodista digital es consciente de esa realidad y tiene que buscarla para ofrecer un buen servicio a los ciudadanos y a la comunidad.
- El periodista digital puede dar el acceso a las fuentes mediante enlaces (si es necesario) para que los usuarios dispongan de los documentos originales.
- El periodista digital debe valorar la información. En este cometido dispone de mecanismos para tener en cuenta la opinión de los lectores (usuarios).
- El periodista digital debe actualizar los contenidos para que los usuarios dispongan de la última hora.
- Internet es interactivo, por lo que el periodista digital debe propiciar y aprovechar que todo el mundo pueda contactar con todo el mundo.

Además, conviene tener en cuenta que se puede definir el periódico digital como un producto interactivo y multimedia que integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido; por lo que está revolucionando los conceptos básicos establecidos por el periodismo impreso y audiovisual. De la misma forma, es necesario recordar que el

periodismo en Internet no sólo se encuentra en las páginas de periódicos *online*, televisión *online* o radio *online*. La recepción de información en los móviles y Palm ya es una realidad, y representa un nuevo desafío.

Para ello, vamos a conocer cuáles son las ventajas y desventajas que tiene este nuevo soporte de la comunicación en un trabajo que realizó la periodista Montiel⁹³ y, que a continuación presentamos en la tabla.

• **Ventajas y desventajas de los medios electrónicos**

Ventajas	Desventajas
1. Supone la materialización del sueño de libertad de expresión como ningún otro medio. A nadie se le puede negar el acceso a recibir y/o transmitir cualquier información, lo que hace que se propicie la democratización de la información.	1. Existe un gran vacío legal respecto a estos medios y al uso de la información que circula a través de ellos.
1. Los medios electrónicos permiten la creación y el acceso inmediato a archivos de información. Ofrece la oportunidad de recuperar rápidamente diversos aspectos sobre un tema determinado.	2. El acceso a la información y a los servicios en línea requiere, al menos, una mínima inversión de dinero, lo que limita la posibilidad de que todos accedan a ellos.
1. Acceso a bases de datos nacionales e internacionales.	3. Los países desarrollados presentan mayor número de publicaciones bajo este esquema, lo que lleva a un bombardeo informativo de los más poderosos a los más desfavorecidos, acentuando la relación de dependencia económica, cultural y técnica.
1. En muchos casos se producen en un tiempo real (al momento de ocurrir los acontecimientos), no en diferido (como sucede en la prensa cuyo contenido presenta información con un día de antigüedad). Esto le imprime características nuevas a la búsqueda y tratamiento informativo.	4. Existe un aceleramiento exponencial de estas publicaciones, pero sin un orden establecido y con dificultad para conocer su existencia.

⁹³ Maryalejandra Montiel (2000) “Periodismo electrónico o cibermedios de comunicación” Escuela de Comunicación Social. Universidad del Zulia.

<p>1. No hay límites de espacio (como ocurre con la prensa), tampoco de tiempo (como sucede en la televisión y la radio). Todo depende de la importancia del tema y las consideraciones de quien lo escriba.</p>	<p>5. Los medios propician el consumo de información en condiciones de aislamiento físico y emocional. Esto puede constituir un problema social de dimensiones considerables.</p>
<p>1. Los medios soportados en la comunicación mediante computadora, permite una comunicación muchos -a- muchos, a diferencia de los medios convencionales como la radio, televisión y prensa que son uno a muchos</p>	<p>6. La gratuidad en la información es limitada. En la mayoría de los casos, los contenidos de alto impacto, están disponibles para quienes cancelen el costo de su valor a través de distintas modalidades (tarjetas de crédito).</p>
<p>1. Permiten la práctica comunicativa desde el hogar. Una parte importante de la población podrá trabajar operando con la información desde su casa.</p>	
<p>1. La lectura se hace ahora de acuerdo a las necesidades e importancia del lector, no a lo que diga el editor que se incluirá en la edición del día siguiente. Simplemente son los mismos bits, pero la lectura se experimenta de forma diferente.</p>	
<p>1. En los medios impresos, radio y televisión el grado de importancia de un artículo está determinado por la ubicación de la página, el tamaño del titular o el tiempo en el aire, estos aspectos lo define el editor de acuerdo a los criterios de importancia y equilibrio. En la red es difícil determinar la importancia y el tamaño de la información. No se mide por espacio y tiempo, sino por bits y enlaces.</p>	
<p>1. Presentan dos características bien definidas: Unión y mezcla de bits, y la combinación de sonido, imagen e información en un dispositivo denominado multimedia, que aunque suene complicado decirlo, se trata de la mezcla de bits. (Negroponte, 1996:2)</p>	
<p>1. Entre los efectos sociales apunta la multiplicación de la interactividad y el desarrollo de los fenómenos multimedia.</p>	

Fuente: Maryalejandra Montiel. Trabajo publicado sobre "Periodismo electrónico o cibermedios de comunicación" Universidad del Zulia, Venezuela. 2000

No obstante, hay muchos argumentos para coincidir con los autores que defienden que el periódico digital es un nuevo medio. Jesús Canga, lo dice así de claro:

“El uso de Internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio. La prensa, que en un principio sólo busca un nuevo soporte de distribución, ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la red con nuevos productos. La prensa y el nuevo medio son complementarios. La aparición de uno no tiene por qué suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la información”.⁹⁴

Pero, ¿qué es más acertado, hablar de periodismo digital o de periodismo electrónico? El principal motivo para no utilizar “periodismo electrónico” es que el término “electrónico” se ha asociado, como se puede llegar a deducir de los textos citados, a los medios electrónicos ya clásicos, como el teletexto o el fax. Por tanto, si electrónico no es equivalente a digital, se puede decir que no son los aspectos electrónicos lo que distinguen a este nuevo periodismo. Solamente el periódico digital, aquel que definimos como interactivo, multimedia y que integra tanto texto como recursos audiovisuales, ha revolucionado el periodismo tradicional (el de los medios impresos y audiovisuales). En ese periódico es donde trabaja el periodista digital, que es un profesional con un perfil reciclado y que emplea nuevas técnicas en la construcción de los mensajes. Debe ser capaz de establecer un nuevo lenguaje periodístico, que tendrá aspectos del lenguaje de trabajo común con periodistas tradicionales, documentalistas, diseñadores, programadores o administradores de sistemas y saber utilizar todos los recursos como la fotografía o la edición de documentos audiovisuales.

⁹⁴ CANGA LAREQUI, Jesús: *Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. En Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Número 7. Universidad Complutense, pág. 35.

En conclusión, los nuevos modelos de comunicación digital “provocan un cambio no sólo tecnológico, sino también conceptual, alterando nuestra manera de aprehender el mundo: un modo de acceso al conocimiento basado en la escritura lineal y textual, está siendo progresivamente sustituido por un nuevo modo basado en los tres principios de la plataforma de Internet” (Pélissier, 2001 : 6): Entre ellos:

- La multimedialidad: para las editoras periodísticas supone la posibilidad de integrar en un mismo soporte todos los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, etc.
- La hipertextualidad: una forma multidireccional -no lineal- de estructurar y de acceder a la información en los entornos digitales a través de enlaces.
- La interactividad: un concepto, opaco para nosotros, que remite a la idea “de que el receptor, convertido en usuario, puede iniciar y desarrollar acciones de comunicación” (Martín Bernal, 2004 : 49).

Finalmente, y a más de una década, las editoras de prensa, como ningún otro medio de comunicación, han consolidado su presencia en la Red. Y paralelamente se han ido perfilando un conjunto de criterios que ayudan, por un lado, a medir el grado de innovación de las ediciones online, y, por otro, a diferenciar a éstas de las ediciones impresas: opciones de multimedia, interactividad, personalización, documentación online, búsqueda y creación de comunidad virtual, actualización y procesamiento de datos en tiempo real o las apuestas en el campo de la investigación y experimentación (Martín Bernal, 2004 : 48).

3.2. Orígenes y evolución de los periódicos digitales

El inicio de la historia de los periódicos digitales, es decir de la presencia de los medios de comunicación en Internet, en el caso de América Latina puede situarse aproximadamente entre 1995 y 1996, lo que suma hoy en día una década. No es mucho tiempo, pero sí lo suficiente para estudiar algunos fenómenos con la imprescindible distancia. Las características de los cibermedios están aún en proceso de desarrollo, pero a pesar de que en Internet las cosas van aceleradamente, pueden ya destacarse tendencias e incluso períodos.

Con la llegada de los periódicos a la red, el periodismo impreso entró en una fase de estancamiento que la mayoría de los autores e investigadores, según varios trabajos analizados que se citan al final de esta investigación, calificaron de muy peligrosa para finales del siglo XX, debido a que los gastos de producción cada vez eran mayores, sobre todo el papel.

Algunos periódicos decidieron adoptar medidas para ahorrar en ese capítulo. Además, estaban los otros medios, como la televisión, que daban pasos adelante en la conquista de más porcentaje en el mercado publicitario. Los medios audiovisuales se adueñaron de la mayoría del mercado del público joven, que los medios impresos no supieron conquistar, y de una publicidad que apuesta por un mercado que aún no ha sido explotado.

A final del siglo XX el panorama era poco favorable para los medios tradicionales, especialmente para los medios impresos, que perdían puestos y tenían dificultades para redefinir su papel. Estas dificultades se

multiplicaron tras la aparición de Internet, que abrió nuevos frentes de competencia, supuso nuevos desafíos y marcó el inicio del camino para los periódicos digitales.

El primer diario electrónico nació como antecedente de los diarios digitales, cyberperiódicos o cybermedios, aunque no existe un acuerdo acerca de cuál fue el primero.

Esta confusión viene de asociar el periodismo en red únicamente a Internet. Antes de Internet hubo iniciativas electrónicas en pantalla que son antecedentes y que deben figurar en el ámbito de ese periodismo electrónico que sirvió de campo de experimentación para el periodismo digital. (Abreu: 2003: 23).

En el libro *Diseño y periodismo electrónico* de los autores: Armentia, Elexgaray y Pérez se mantiene que:

“en marzo de 1979, en Birmingham, se puso en marcha el primer periódico del mundo en soporte electrónico. Su nombre era Viewtel 202 y se consideraba como un servicio complementario del diario Birmingham Post and Mail. Las páginas se transmitían por el sistema prestel de teletexto y se requería un descodificador para recibirlo en los televisores de sus escasos abonados.

El servicio funcionaba 12 horas al día, de lunes a sábado, y emitía noticias de carácter general, así como otras de tipo profesional, pasatiempos, juegos y concursos. Los domingos la emisión constaba de cuatro horas, para cubrir la información deportiva”.

El entonces director de *Viewtel 202*, vaticinaba: “El futuro de la información es el periodismo en pantallas, pues la presencia de los medios electrónicos

promoverá una concurrencia feroz que deberá ser asumida por la prensa en un porvenir muy próximo”.

Como era de esperar, la aparición del *Viewtel 202*, hizo aligerar los pasos de sus competidores para no quedar rezagados, en lo que parecía ya “la carrera por el periodismo electrónico”.

Varias semanas después, en la ciudad de Norwich (Reino Unido), el rotativo *Eastern Evening News*, puso en marcha el *Eastel*, otro periódico de similares características. También presentaba en pantalla noticias de todo tipo de información, pero concedía mucha importancia a los anuncios clasificados por servicios. En este medio trabajaban un redactor jefe, un redactor, un informático -que realizaba las páginas- y un documentalista.

A raíz de las investigaciones de los británicos Tomoty Bernes Lee y del francés Robert Caillau, diversos diarios comienzan a ofrecer algunas de sus informaciones en la Red. En 1993 era entre otros el *Mercury Century*, *The Chicago Tribune* y *The Atlanta Constitution*, en donde incluyen determinadas informaciones, sin imágenes.

A continuación se presenta la imagen del portal Chicago Tribune.

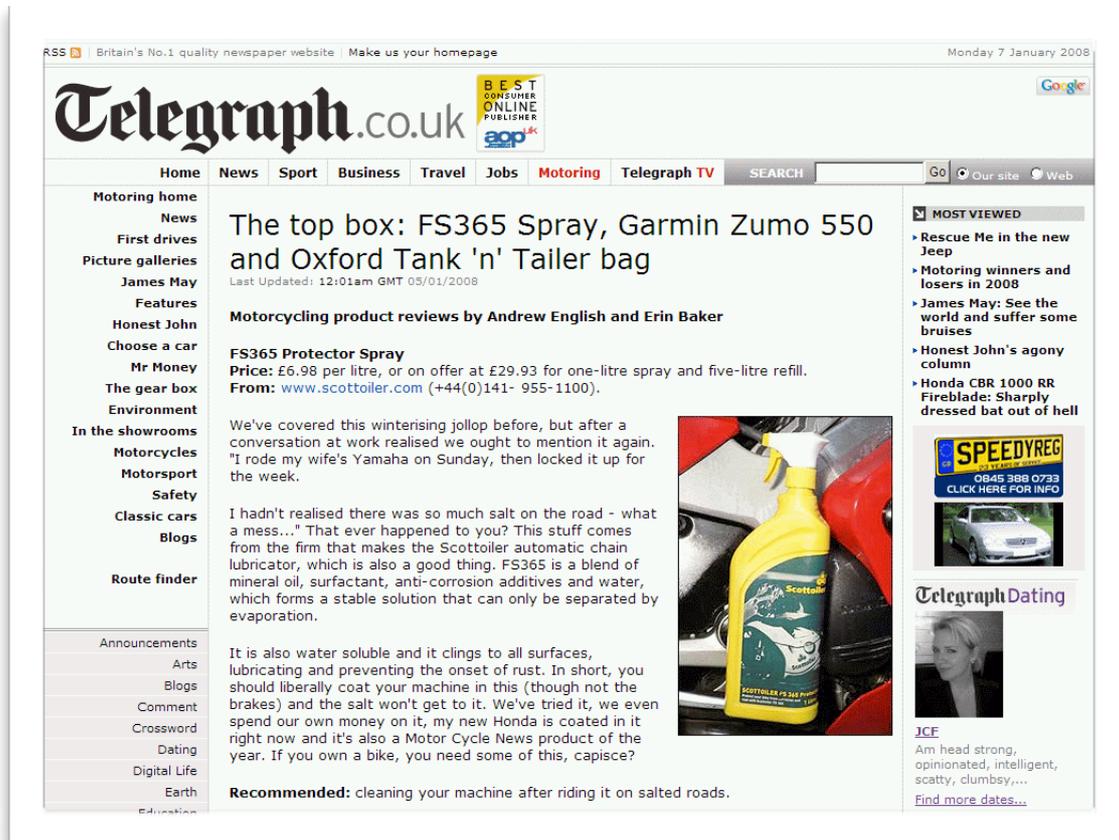
Figura 3



Fuente: [www.http://www.chicagotribune.com/](http://www.chicagotribune.com/)

En 1994, el rotativo británico Daily Telegraph se convierte en el pionero en ofrecer una edición digital de su periódico, el *Electronic Telegraph*. En Estados Unidos, se considera que el primer diario fue el *San José Mercury News*, en 1994. "Primeramente fue un medio de pago (5 dólares mes), pero después fue gratuito". (Palomo: 2004. 50-54).

Figura 4



Portal actual de Telegraph: www.telegraph.co.uk/ Consultado el 07/01/08

En España, se considera, según los mismos autores, que la primera que puso en marcha una edición digital, fue la revista valenciana *El Temps*. Un año después los tres principales diarios de Barcelona: *La Vanguardia*, *El Periódico* y *Avui* podían consultarse en la red. A principios de 1999 el número de diarios españoles en Internet era de 60.

Figura 5 y 6



Portal actual de la revista semanal *El Temps*, primer medio periodístico electrónico en España



Portal actual de *El periódico* de Cataluña. Consultado el 07/05/2

Finalmente, en el año 2001 había más de 120 ediciones digitales, muy pocas de ellos carentes de edición en papel. En el 2005 España ya cuenta con un total de 1.274 cibermedios (Salaverría: 2005: 226).

Figura 7 y 8



3.2.1. Nando.net primero en sumarse a la red

Aun cuando el *Mercury* fue pionero y goza de una gran popularidad, la mayoría de los especialistas coinciden en afirmar que el primer diario en la Red fue el *Nando.net*. *Nando.net* nace a raíz de que Frank Daniels III, el propietario y presidente del *The News and Observer*, tuviera la aspiración de crear un medio alternativo de expresión, un medio digital.

En el año 1993 *Nando.net* se empezó a publicar en un "Bulleting Board" o BBS. No había modelos empresariales para una empresa periodística de tales configuraciones en aquellos años.⁹⁵

En el año 1994, tras el éxito del primer experimento, se decidió publicar el periódico en Internet, con lo que *Nando.net* fue la primera empresa periodística del mundo que lo hizo. Además fueron los primeros tener una plantilla en exclusiva dedicada a ese proyecto y separada de lo que es el *The News and Observer*⁹⁶. El objetivo por aquel entonces era dar acceso a Internet a la comunidad local de Raleigh, por lo que contaban con un servicio de ISP o "Internet Server Provider".

No obstante, también promovieron el uso de Internet en las escuelas por lo que tenían, aparte las 20 mil cuentas de Internet de acceso para consumidores, 11 mil cuentas gratuitas para niños de la región.⁹⁷

⁹⁵ Disponible en: www.cp.com.uy/40/nando40.htm. Consultada el 07/05/06.

⁹⁶ Disponible en: www.cp.com.uy/40/nando40.htm, consultado el 07/05/2006

⁹⁷ Disponible en: www.cp.com.uy/40/nando40.htm. Consultado el 07/05/2006.

En la actualidad, según una entrevista de José Martínez Salmerón, consultor de Nuevos Medios de *Nando.net*, publicada en su sitio Web⁹⁸, el día 07 de mayo de 2006, los objetivos para Nando.net siguen siendo los mismos, aunque se han dirigido hacia el terreno de la publicación más que al del acceso.

De hecho, ya han vendido parte del acceso a Internet a otra empresa. En Nando Internacional, que es la división de la cual se encarga Salmerón, el objetivo inmediato es la penetración en los mercados emergentes de Latinoamérica y ofrece un servicio de consulta a empresas periodísticas en el campo de la publicación electrónica.

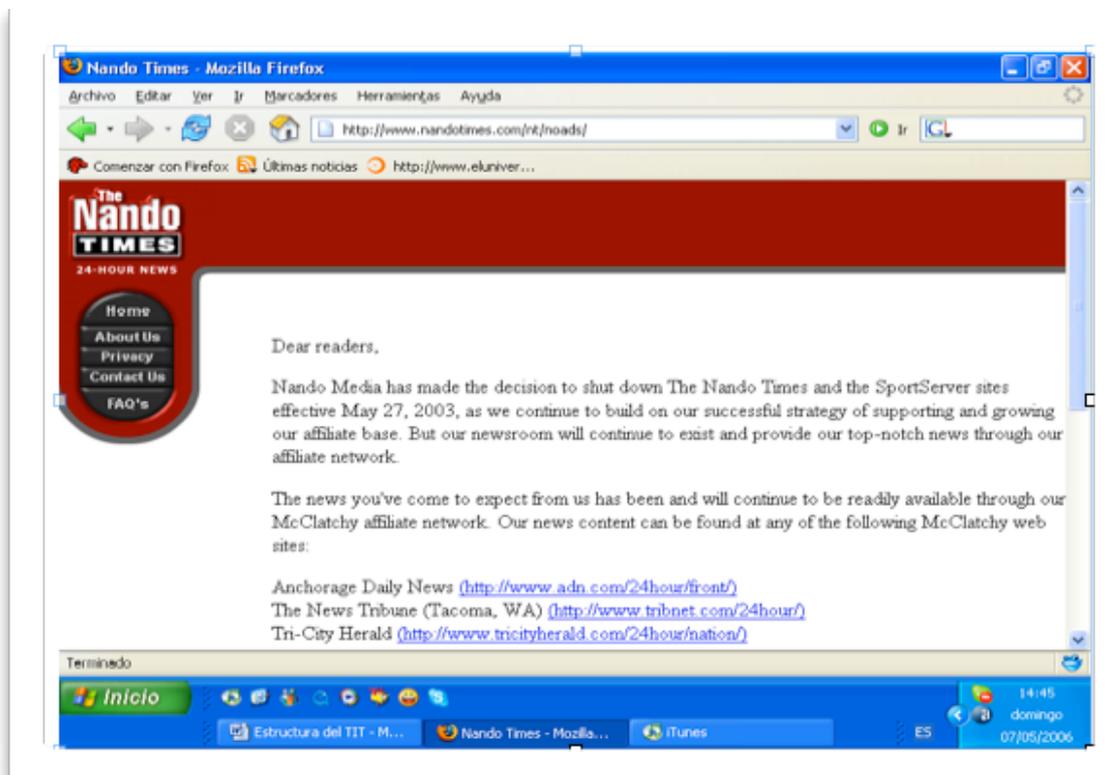
Otra publicación pionera de importancia fue el *Time Online*, versión electrónica del conocido semanario *Time*. Al principio se difundió por America Online y luego pasó a Internet.

Desde sus comienzos ofreció la sección “Cartas al Director” y la posibilidad de mantener correspondencia electrónica con los periodistas. Igualmente, suministraba cada domingo, además del número semanal, los dos anteriores. Su aspecto gráfico y las posibilidades de interacción han mejorado paulatinamente. (VV.AA.: 1996:98-99).

A continuación una imagen del portal Nando.net el cual fue consultado el 15 enero de 2006 y capturada desde la dirección web.

⁹⁸ www.cp.com.uy/40/nando40.htm

Figura 9



Fuente: http://www.xyz.anyisp.co.uk/images/url/000476_www_nando_net

3.2.2. Todos al ciberespacio

Cabe señalar que además de los periódicos, las empresas de televisión también se han lanzado al ciberespacio y suministran información actualizada diariamente. Algunas lo han realizado a través de America Online, mientras otras, como la CNN, por medio de Internet.

Otros servicios informativos también rivalizan con los editores de diarios y las cadenas televisivas. Tal fue el caso, por ejemplo, del servicio *News In*

*Motion*⁹⁹ una edición semanal de origen neoyorquino que nació en 1993 y recogía noticias de un numeroso grupo de periódicos del mundo entero.

El servicio entraba directamente, vía telefónica, en el disco duro del ordenador de cada usuario, y ofrecía alrededor de 55 noticias y diez fotografías semanales, a cambio de una suscripción de 250 dólares al año.

Por otra parte, ese mismo año la empresa Clarinet Communications Corporation¹⁰⁰, de California,¹⁰¹ la primera compañía “.com” del mundo y, durante mucho tiempo, el periódico electrónico más grande, dio origen a un servicio denominado *Clarinews*. Al principio, su principal fuente de información era la agencia United Press International (UPI), pero luego ésta fue sustituida por AP y Reuters. En 1994 contaba con 60 mil usuarios.

Los años 1994 y 1995 fueron clave para el desarrollo del periodismo electrónico o digital. Ya entonces se estimaba que en sólo dos años los periódicos *online* se habían multiplicado por diez en Estados Unidos. (Fischer, 1996:19).

Algunas fuentes, como la Newspaper Association of América, aseguraban que en 1995 se había triplicado el número de periódicos con versiones *online*, al llegar a 175 en Estados Unidos y 600 en el resto del mundo. (Abreu, 2003: 27).

⁹⁹ www.newsinmotion.net

¹⁰⁰ Clarinet Communications Corp. fue la primera compañía de “.com” del mundo. Clarinet fue durante mucho tiempo el periódico digital más grande. Brad Templeton, fue quien fundó Clarinet en 1989.

¹⁰¹ <http://www.clarinet.com/>

Dentro de esta escala estaban incluidos periódicos de renombre como *The New York Times*, *The Washington Post*, *Los Ángeles Times*, *Newsday*, *USA Today*, *The Kansas City Star*, *The Chronicle* y *The Examiner*. Se difundían a través de Internet o de empresas como America Online, Compuserve, Prodigy, Interchange o Delphi. (Abreu, 2003:27).

3.2.3. Alianzas estratégicas en los periódicos digitales

Dentro del proceso de evolución del periodismo digital ha habido alianzas entre algunas empresas. Por ejemplo, en 1995 en Estados Unidos se reunieron ocho de las 20 compañías editoras de diarios más importantes de cara a fomentar el desarrollo de los servicios *online*.

Esta compañía, llamada New Century Work, tenía como objetivo ayudar a los periódicos que quisieran entrar al ciberespacio, a hacerlo con celeridad y suministrar servicios de noticias, opinión, venta de billetes, teletienda, boletines de discusión, correo electrónico, etc.

En ella participaron grupos como: Gannet Co, Inc., Knight Ridder, Advance Publications Inc, Times Mirror Co., Tribune Co., Cox News-Papers, Hearst Corporation y The Washington Post Corporation.

Para entonces, esas empresas publicaban en conjunto 185 diarios, con una difusión global de más de 20 millones de ejemplares, lo que suponía un tercio del total de la industria periodística.

Paralelamente, una de las empresas del grupo, la Hearst Corporation, lanzaba al mercado un quiosco virtual con 250 revistas. El Multimedia Newstand, que así se llamó, ofrecía igualmente la posibilidad de comprar

vídeos, CD's y acceder a las tiras cómicas de una de las franquicias de Hearts.

Otra importante alianza fue la realizada entre la empresa Netscape, la agencia Reuters, la cadena de televisión ABC, *The New York Times*, el *Boston Globe* y el consorcio *Times Mirror/Los Angeles Times*, que a comienzos de 1996 crearon una cadena de servicios gratuitos.

Esta cadena era financiada por la publicidad, podía verse por Internet y permitía actualizar continuamente la información, además de ofrecer textos, imágenes y sonidos. (Abreu, 2003: 29-30).

3.2.4. Etapas de los periódicos en la Web

Hay que hacer el análisis de los periódicos en la *Web* en el momento actual situando las diferentes etapas. Para ello se seguirán los criterios establecidos por Eduardo Castañeda (2001:38), para quien las etapas de los periódicos digitales son tres: la primera marca el comienzo de la prensa escrita en Internet; en la segunda se integran algunos instrumentos propios de la Red para la difusión de informaciones; y en la tercera etapa se comienza a tener conciencia de que se trabaja con un soporte tecnológico que tiene características y recursos específicos.

En la primera etapa, que comenzó en 1993, los periódicos pusieron *online* ediciones electrónicas donde simplemente se volcaba el contenido de la versión en papel. Muchos periódicos no hacían más que poner en sus sencillas páginas *web* la portada del periódico, sin acceso a los contenidos, o solamente la versión de la portada en hipertexto, sin fotos o con muy pocas.

En la segunda etapa, que Castañeda ubica a partir de 1995, los sitios *web* de los periódicos comenzaron a organizarse de modo que pudieran leerse de una manera más cómoda, con una mejor distribución de sus contenidos, empleando con más sentido el hipertexto y las imágenes, aun cuando en algunos casos se abusó de los mismos. Fue la etapa del ofuscamiento por la nueva tecnología.

En esta fase, además fueron integrados algunos modos de interactividad con los lectores en los sitios *web*. Por ejemplo, comunicarse con el *webmaster* o con el jefe de redacción, vía correo electrónico. Igualmente, en este período comenzó a ofrecerse a los lectores la consulta de los archivos del periódico, por medio de conexiones a ediciones anteriores completas y/o búsqueda de artículos.

En la tercera etapa, los sitios *web* de los periódicos y revistas más importantes se han transformado y han agregado, a lo que ya se acostumbraba, foros de discusión, información en audio y vídeo, entrega de boletines informativos, bien generales o a medida de los gustos de sus lectores, encuestas, contenido exclusivo del sitio y, cada vez más, información actualizada en tiempo real.

De esta manera, ambas ediciones de un mismo periódico, tanto digital como de papel, se vuelven complementarias, porque de una se intenta llevar lectores a la otra. Además, en la versión digital los usuarios pueden encontrar otros servicios propios de Internet. Por consiguiente, el periódico *online* se transforma en un medio pensado y trabajado para la nueva plataforma.

3.2.5. La prensa latinoamericana en el ciberespacio

Al igual que en otras partes del mundo, la prensa en América Latina está sufriendo una nueva revolución tecnológica.

Los datos indican que las redes internacionales de ordenadores que conforman Internet están contribuyendo a rediseñar los esquemas tradicionales del periodismo, y los periódicos latinoamericanos, evidentemente, se ven afectados.

La diversidad de los medios digitales brinda al editor enormes posibilidades de manejar y distribuir la información más allá de los límites de tiempo y espacio que impone el papel. Al igual que sus compañeros en el resto del mundo, un creciente número de periódicos en América Latina han dado pasos decisivos en favor de una presencia más activa en Internet.

El crecimiento del número de periódicos que han visto en Internet una nueva forma de hacer periodismo y alcanzar nuevas audiencias ha sido extraordinario. Un ejemplo claro se da en Brasil, donde el crecimiento es mayor: el número de publicaciones periódicas llega hasta 194 o más, según datos publicados en la *web* de Infoamerica.org.¹⁰²

Ante la creciente demanda de periódicos *online* en América Latina, es muy difícil dar cifras concretas. El directorio de periódicos electrónicos Editor &

¹⁰² Infoamérica es un portal de la comunicación que nació para dar expresión a un Proyecto de Investigación (Plan Nacional de I+D+I 2001-2004), financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de España y los fondos europeos FEDER, destinado a identificar y definir los actores que integran el sistema de medios en el espacio cultural iberoamericano, bajo la dirección profesor Bernardo Díaz Nosty, catedrático de Periodismo de la Universidad de Málaga (España), investigador principal del grupo PAIDI SEJ 391.

Publisher¹⁰³, es uno de los sitios más completos en la Red. Actualmente cuenta con aproximadamente 850 cibermedios en América Latina.

Como anécdota destacamos que en un congreso realizado en el Centro Cultural Ateneo de Caracas, Venezuela en febrero de 1997, Miguel Enrique Otero, presidente y dueño del diario *El Nacional*, uno de los periódicos más destacados de Venezuela, indicaba que 4.000 diarios en el mundo podían tener para entonces publicaciones en la Red, y que 170.000 nuevas páginas podrían surgir diariamente (Delgado, febrero de 1997: C/2).¹⁰⁴

Decenas de medios latinoamericanos han dado un salto importante en la conquista del ciberespacio. Antes de que el *New York Times* se decidiera a lanzar su versión en la *Web*, y con mucha menos cautela que *El País* o *El Mundo* de España, diarios como *Hoy* de Ecuador (primer diario *online* de América del Sur, en la Red desde 1994), *El Tiempo* de Bogotá, (diario de circulación nacional ubicado entre los periódicos de mayor difusión en Latinoamérica; entró a la Red en 1995) y la revista *Caretas* de Perú (también en 1995), ya habían estrenado sus ediciones digitales.

A continuación una imagen de portal *Caretas* de Perú capturada el día 15/05/2006 desde su *Web*:

¹⁰³ <http://www.editorandpublisher.com>

¹⁰⁴ Tomado del diario *El Nacional*: www.el-nacional.com en sus ediciones anteriores, publicado el 10 de febrero de 1997.