



CONVERGENCIA DIGITAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN VENEZUELA Y EL DESARROLLO HUMANO

Venezuela transita por una etapa novedosa de la información, cultura y entretenimiento a partir del impacto que tiene en la calidad de vida de sus ciudadanos la simbiosis surgida entre medios de comunicación social nacional, alta tecnología disponible y ciudadanización del conocimiento. La trayectoria de la información, que se traduce como patrimonio ciudadano en un sistema de libertades políticas y económicas, está en constante transformación impulsada por los megamedios y la reconfiguración de los actores mediáticos, dando respuestas a nuevas demandas locales y nacionales de la sociedad.

Por una parte se ha producido en esta etapa una descodificación del discurso mediático hegemónico que ostentaban las transnacionales de la información concentradas en el eje norteeuropeo, que han evolucionado hacia nuevas formas de control social plasmadas en alianzas, dominio tecnológico y aparición de nuevos actores de transmisión de contenidos. Esta reconfiguración de los medios de comunicación de masas desempeña hoy una opción orientadora para el desarrollo, que en términos de las Metas del Milenio (PNUD, 2002b) significa contribuir a reducir en un 50% la pobreza extrema y el hambre, detener la propagación del VIH/SIDA y el paludismo, disminuir en dos tercios las tasas de mortalidad infantil y alcanzar la matrícula universal de niños y niñas a nivel de primaria, entre otros objetivos.

Por otro lado, los desequilibrios comunicacionales existentes entre la región centro norte costera y el resto del país, dan paso a una colectividad informativa diferente, que desde la perspectiva del desarrollo humano impone mayores retos para la democratización de la misma. Así tenemos que la construcción de una ciudadanía mediática virtual venezolana ofrece signos de transformación, donde destaca la influencia comunicativa de Internet como espacio público y la progresiva asimilación cultural de emisores y receptores de nuevas herramientas de cambio social incorporadas en los medios.

Desde que en 1984 Donald Maitland y la Comisión para el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones publicaran su informe *El eslabón perdido*—donde se establecía que el auge de las economías de las naciones menos desarrolladas estaba condicionado a la falta de infraestructura telecomunicacional, especialmente de teléfonos (UIT, 2002)—, la fijación de objetivos mundiales de desarrollo para brindar oportunidades a los menos favorecidos establece el derecho a comunicar y un acceso más universal a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como fórmula para reducir la pobreza de información. Así el “eslabón perdido” se ha transformado en “brecha digital”.

A partir del enfoque propuesto por el desarrollo humano en su carrera mundial por la ampliación del conocimiento, se analizarán aquí, desde la perspectiva de la convergencia digital de los medios de comunicación social y nuevos actores de transmisión de contenidos venezolanos y su dimensión en el desarrollo humano, algunos de los objetivos que desde el punto de vista del PNUD (1999) buscan lograr la inclusión para la consecución de una sociedad de la información más justa en Venezuela. Éstos se refieren a la conectividad que propicia el establecimiento de redes de comunicación y computación, centrándose en el acceso del grupo y no en la propiedad individual; formando, en algunos casos, las aptitudes humanas para la sociedad del conocimiento; mejorando el contenido

dentro de las necesidades y limitaciones locales; formulando un sistema de gestión de Internet adaptado al país y, por último, innovando el financiamiento de esta sociedad del conocimiento. Igualmente abordaremos la sociedad de la información desde la óptica de su evolución más inmediata.

Se buscará identificar, entre otros aspectos, la dimensión alcanzada por la interactividad de la comunicación social electrónica entre los receptores venezolanos, junto a las oportunidades sociales, profesio-

nales y comerciales derivadas de las TIC, que no sólo abarcan Internet, como se considera en varios capítulos de este Informe. También será motivo de estudio la estructura operativa de los medios de comunicación social en línea que existen en Venezuela, sus orígenes y contribuciones para la conformación de una colectividad informativa nacional.

Pretendemos valorar el desempeño de los nuevos actores de transmisión de contenidos y aplicaciones móviles (*sites*, portales electrónicos, telefonía celular, portales de texto y voz) y su eventual incidencia en la calidad de vida de la población, sin descartar la trascendencia de la información en la Red como posible multiplicadora de la expresión ciudadana. El análisis determinará si el foro comunicativo bidireccional que ofertan las TIC vinculadas a los medios de difusión, ofrece oportunidades para la construcción de una ciudadanía, a la que se le escucha mejor su opinión al posibilitar más su participación en la supervisión de la gestión gubernamental y las decisiones públicas.

RECUADRO I

Pioneros de la información

El nacimiento de la radio en Venezuela en 1930, y luego la aparición de la televisión en blanco y negro en 1953 (TV a color 1979), es antecedido por la temprana presencia de las agencias internacionales proveedoras de noticias para la mayoría de los diarios latinoamericanos: *United Press* (1917) y *Associated Press* (1919). “Quizás la única excepción fueron los diarios venezolanos, en virtud de un acuerdo que por 20 años suscribió el recién instalado gobierno de Juan Vicente Gómez, el 11 de mayo de 1909, con la Compañía Francesa de Cables Telegráficos, que le daba la exclusividad a la Havas, en la emisión y recepción de noticias extranjeras”.

Díaz Rangel, 1991.

Entre 1900 y 1935, Venezuela comienza a sentir el impacto de la dominación tecnológica y la dependencia informativa.

Orígenes de la colectividad informativa venezolana: medios convencionales vs. nuevos medios

La vanguardia tecnológica-comunicacional de la post-guerra, diseminada en el mundo y que conlleva a divergencias conceptuales relacionadas con la globalización, se fundamenta en el protagonismo de la colectividad informativa, definida ésta como el compendio de modernas tecnologías desechables (cuya velocidad de cambio obliga a estar pendiente de su sustitución), redes locales y transnacionales de la noticia y entretenimiento, marcos políticos regulatorios domésticos y supranacionales, así como sociedades receptoras ávidas o resignadas a contenidos transmitidos por los medios de comunicación social.

Es así como la conformación de una colectividad informativa venezolana debe sortear *a priori* asimetrías derivadas de la dimensión territorial del país, ingreso económico per cápita, analfabetismo, ausencia de organizaciones sociales, exclusión de la población de servicios universales y carencia en infraestructura, relacionadas con conexiones e índices precarios en equipamiento para la puesta en marcha de una cultura comunicacional.

Entre 1900 y 1935, Venezuela, ante la carencia de una política pública comunicacional integrada con las corrientes hemisféricas vigentes –que es reflejo de la falta de libertades políticas–, comienza a sentir el impacto de la dominación tecnológica y la dependencia informativa, donde el mensaje unidireccional proveniente del eje norte-europeo no siempre se corresponde con las expectativas locales para mejorar la educación, la salud y el desarrollo económico para reducir la pobreza.

En esta circunstancia se desaprovecha la aparición de los medios de difusión de masas en Venezuela como propulsores del conocimiento del espectro total de opciones humanas, llegando a convertirse en fenómenos disgregadores para una auténtica unificación nacional.

“La radio sólo fue desde un comienzo un vehículo para vender publicidad, no un maravilloso instrumento para la información, diversión o instrucción (...) las zonas de baja densidad demográficas, incivilizadas, de población no consumidora, fueron sistemáticamente olvidadas (...) Así concebida, la radiodifusión colabora extraordinariamente en ahondar los desniveles y la desconexión entre los pobladores de las regiones económicas y demográficamente privilegiadas, y los de las regiones subdesarrolladas...” (Pasquali, 1980).

Desde el centralismo mediático, la colectividad informativa venezolana inicia su camino hacia una descentralización comunicacional en la medida en que el ingreso per cápita, la escolaridad, la expectativa de vida y, sobre todo, “el mercado de trabajo, que sufre un conjunto de cambios trascendentales de signo positivo, económica y socialmente hablando” (Valecillos, 1994), inciden en el intercambio mediático nacional. La conexión entre la expansión de los medios de comunicación y el desarrollo humano encuentra operadores para la comprensión de este tránsito en la estabilidad democrática que se inicia en 1958, así como en el fortalecimiento de los poderes públicos y en el incremento del Índice del Desarrollo Humano (IDH). La población tiene mayores elementos para participar en el circuito comunicacional, y la sociedad democrática permite su consolidación y expansión.

El *Anuario de la ONU* asigna a Venezuela en 1967 un total de 35 diarios y 617.000 ejemplares vendidos diariamente, es decir, 68 por mil habitantes. Para marzo de 1970 circulaban 36 diarios (ocho caraqueños y 28 del interior del país), un promedio de 66 por mil habitantes y una circulación aproximada nacional de 683.580 ejemplares. Cabe destacar que los primeros ocho diarios del interior del país (*Panorama, Crítica, El Carabobeño, La Columna, La Nación, El Impulso, El Informador y El Tiempo*) aglutinaban un tiraje de 225.000 ejemplares por día (Pasquali, 1980). La industria de los medios de difusión supera una fase inicial de modernización que se inicia en los años 70 y se extiende hasta los 90, en la que los diarios, estaciones de radio y televisión, revistas y agencias de noticias, asimilan las computadoras y otras tecnologías de comunicación en la dinámica cotidiana de crear productos noticiosos y de entretenimiento, de contenido novedoso y actualizado, tal como se discute posteriormente.

El protagonismo de la TV y la radio

La apertura de las telecomunicaciones permite liberar las concesiones en la banda VHF y UHF, provocando el desmoronamiento del monopolio televisivo público-privado y la descentralización del espectro mediático nacional con énfasis en la TV, donde hasta mediados de los 80 operaban en Venezuela cuatro televisoras: Televisora Nacional de Venezuela, Venezolana de Televisión, Radio Caracas Televisión y Venevisión (Canelón y Silva, 2001). Este fenómeno expansivo de una audiencia de telespectadores heterogéneos y anónimos, se refuerza cuando en los 90 se avala el funcionamiento de 36 televisoras, 15 de ellas operando en la banda VHF y 21 en la banda UHF (Hernández, 1999).

Esta reconceptualización del esquema televisivo, que es reflejo de una audiencia masiva nacional, mantiene su ritmo entre 1991 y 1996, coincidiendo con una crisis de gobernabilidad intermitente, decrecimiento del acceso a servicios de salud, incremento de marginalidad y desempleo, y disminución del IDH (OCEI y PNUD, 1999), que se combinan con nuevas demandas ciudadanas, donde los medios de comunicación ocupan lugares de relevancia en la vida nacional.

A partir del análisis de Mowlana (1998) de la Teoría de la Modernización –que propone un vínculo entre la ampliación de las comunicaciones y de los medios de información con el grado de cambio social experimentado por la sociedad, el crecimiento económico, la estabilidad política y la institucionalidad democrática–, se impulsa la tesis de que la radio y la TV ayudan a las naciones a efectuar un salto cualitativo hacia la era de la información, lo que está por validarse en el caso venezolano.

Desde el centralismo mediático, la colectividad informativa venezolana inicia su camino hacia una descentralización comunicacional.

La conexión entre la expansión de los medios de comunicación y el desarrollo humano encuentra operadores para la comprensión de este tránsito en la estabilidad democrática que se inicia en 1958.

RECUADRO 2

Televotación

El canal de televisión Venevisión adquirió el servicio Televoto de la Red Inteligente de CANTV, en su modalidad televotación, para algunos programas de opinión. Es el primer sistema de televotación pura que contrata el mercado venezolano en el segmento de medios, el cual permite al canal actualizar su data al conocer las llamadas que se realizan desde cualquier ciudad del país, además de medir el rating de su programación. Se busca promover la participación de su audiencia a través de un medio interactivo. Dos programas de opinión cuentan con segmentos de preguntas y encuestas para televidentes, quienes hacen votaciones al discar un número, respondiendo sí o no a interrogantes planteadas en dichos espacios. Luego de procesar este voto, la Red Inteligente envía información de forma sistematizada a Internet, donde Venevisión, por medio de su acceso creado especialmente para él en la página de Internet de CANTV, obtiene estadísticas invaluable. La televotación ofrece a la audiencia una televisión más interactiva, permitiendo una relación estrecha con los medios de comunicación.

"Yo voto por televisión", 2001.

En principio podría esperarse que las transformaciones emprendidas dentro del espectro radio-televisivo nacional en las últimas décadas, así como las reformas operativas y ajustes estructurales en tecnología, impulsaran el crecimiento como plataforma pública para el acceso, análisis, promoción y evaluación de la gobernabilidad y oferta de políticas públicas, con mayor participación de la sociedad civil. La radio y la televisión con sus fórmulas "ganadoras" de entretenimiento, información y participación, han permitido que la audiencia evalúe parcialmente los efectos de las políticas económicas y sociales, estableciendo métodos de seguimiento que abarcan la estructura pública, en especial los servicios y la calidad de la salud, el saneamiento ambiental, la enseñanza básica, la libertad de expresión y los derechos humanos.

Con un 96% de penetración y una exposición promedio/día/persona de 4 horas (Improved Media, 2001), la fortaleza del medio televisión abierta en Venezuela se basa en su cobertura nacional, alta velocidad comunicacional y una audiencia del 80%, compartida frecuentemente por dos canales nacionales (RCTV y Venevisión). Aún así, se coloca a Venezuela por debajo del promedio mundial al contabilizar el número de televisores por habitante (IDC, 2001). El sistema de televisión pública y privada en Venezuela es reflejo también de la desconcentración mediática, que es producto del incremento de la demanda ciudadana regional y consolidación de espacios de rentabilidad alternos, repercutiendo en los procesos de participación democrática en los estados.

Ante lo expuesto, la corriente libre de información como factor de equidad y democracia tiene, en por lo menos 33 estaciones de TV públicas y privadas venezolanas existentes en el 2002, un marco para promover el cumplimiento de las Metas del Milenio fijadas por los Estados Miembros de las Naciones Unidas. Su implementación dependerá, en todo caso, de la integración de este vehículo comunicacional, es decir, de la disposición de la audiencia a utilizar las nuevas tecnologías y el desarrollo de contenidos vinculados a la promoción del medio ambiente, la gestión pública y los derechos humanos, entre otros. Al respecto, es recomendable fundar un gran servicio radiotelevisivo público independiente, altamente participativo y plural, que cohabite con la radiotelevisión privada y asegure al radiotelevidente venezolano aquellos incontables contenidos que ni la radiotelevisión comercial ni la extranjera le pueden brindar. Un impecable servicio público baluarte de democracia (Pasquali, 2002).

La segmentación de audiencia, su fácil implementación y la gran cobertura nacional han hecho de la radio venezolana, con sus aproximadamente 647 estaciones AM y FM en el territorio nacional (*La guía radial de Venezuela*, 2001; Improved Media, 2001), una herramienta de difusión para este siglo. Dos aspectos se deducen de este desarrollo:

RECUADRO 3

Radio wayuunaiki y español

En Paraguaipoa, Guajira zuliana, una emisora de radio multilingüe (en wayuunaiki y español) informa y alfabetiza a jóvenes y adultos, convirtiéndose en referencia de los indígenas wayuú. La educación se vale de la radio como instrumento para la enseñanza en 46 comunidades, superando fallas en infraestructura vial y ausencia de transporte público. Maestros del Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFE) llevan adelante la instrucción a través de la frecuencia 100.1 FM, que abarca los municipios Páez y Mara. Las organizaciones civiles utilizan la radio para promover la participación de su comunidad, con énfasis en programas de salud, inmunización y nutrición. Se difunden los derechos y educación ciudadana de una sociedad multicultural en una región donde existen cerca de 100 números de teléfonos, por lo que la interacción con la emisora debe ser directa (el radioescucha va al estudio o envía su petición en un sobre). La utilización de Internet para satisfacer los requerimientos comunitarios sigue creciendo. La información se busca en el Infoncentro (Biblioteca Juyou), a fin de retransmitirla por radio. Este método integrador de radio e Internet se lleva también adelante en Machiques, donde Fe y Alegría difunde su señal a través de 105.3 FM, dirigida a la población yukpa, bari y wayuú.

Epieyu, 2002.

primero, el número de radiodifusoras es superior fuera del área metropolitana de Caracas, y el segundo aspecto tiene que ver con las similitudes que se dan frente al componente TV, en tanto que la penetración de la radio alcanza, según Improved Media, un 74% para el segmento D-C en AM y FM.

Las TIC llegan a los medios

Al observar el comportamiento de la industria periodística impresa, advertimos que se cumplen algunos de sus objetivos prioritarios con la llegada de nuevas tecnologías que inciden en el ahorro de costos y optimización del tiempo, tanto en la fase de elaboración editorial como de producción, repercutiendo en las metas de distribución del periódico, con beneficios para el lector. Se mejora el contenido del producto y los estándares de diseño, la utilización del color se hace cotidiana y se agiliza el acceso a servicios informativos internacionales, con énfasis en la calidad del personal profesional y técnico.

La investigación y especialización del hecho noticioso venezolano encuentra un aliado en las nacientes TIC, pasando de las soluciones tecnológicas aplicadas a la prensa a la auto edición. De las computadoras VDT compradas a Harris Corporation por el diario *El Nacional* de Caracas comenzando los 80 —momento en que se saca la tecnología de la sala de producción y se lleva a la redacción—, se llega a la experiencia del periódico *La Columna* de Maracaibo, que en 1989 se convierte en el primer diario totalmente realizado en computadoras personales (Apple Macintosh) con salida en alta resolución *linotronic*. Así, la microcomputación le cierra el mercado a los grandes sistemas editoriales en Venezuela (Suárez, 1997).

El aumento de la tecnología produce una suerte de homologación de la infraestructura mediática nacional para concebir, procesar y distribuir más y variadas noticias. Surgen especialistas en tecnologías de medios impresos, donde convergen administradores de sistemas, técnicos en telecomunicaciones y diagramadores que abandonan el tipómetro y la escuadra para diseñar directamente en la pantalla.

Las redacciones de medios impresos y audiovisuales extienden su potencial gracias al fax, el teléfono celular, la digitalización de la imagen y la *laptop*. Proliferan las ediciones múltiples de periódicos a nivel regional (el mismo diario, con añadido de información local, se distribuye en Trujillo, Mérida y Táchira, como es el caso del *Diario de Los Andes*); se hacen cotidianos los programas de diseño gráfico y la utilización de los satélites para transmisión de los despachos informativos. Son nuevas herramientas del discurso noticioso para una población receptora creciente, tomando en cuenta que, según IDC (2001), el número de lectores de periódicos en Venezuela se sitúa dentro del promedio mundial.

El periodismo civil: TV y radio comunitaria

La sociedad de la información en Venezuela también se estructura a partir del concepto estadounidense de “periodismo civil”, cuyas fuentes de cobertura residen en los medios pequeños, que buscan frente a los megamedios distribuir información a la audiencia a partir de una mayor diversidad de visiones y de perspectivas basadas en otro tipo de mundo o modelo que queremos promover (Varis, 2001).

En este sentido, la sociedad de la información en Venezuela ha contado con un programa de democratización mediática, impulsado por el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin Fines de Lucro (enero, 2002), que contempla a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) brindar a la población un canal de participación donde predominen las informaciones de interés general para la localidad. El proceso de habilitación administrativa de las radios y TV comunitarias, adelantado por el ente regulador en 2002, considera planes de capacitación de productores y operadores comunitarios, asesoría legal, giras de inducción por el país y un foro electrónico que pluraliza vía Internet este proyecto de medios comunitarios.

El aumento de la tecnología produce una suerte de homologación de la infraestructura mediática nacional para concebir, procesar y distribuir más y variadas noticias.

Se especifica además que para contribuir a la transparencia y equidad del mensaje de las comunidades, debe crearse una Fundación Comunitaria que estará obligada a capacitar a productores locales con el fin de generar el 70% de la programación. “El objetivo específico consiste en asegurar la comunicación libre y plural de los miembros de las comunidades a través de la prestación de los servicios de

radiodifusión sonora comunitaria y televisión abierta comunitaria, así como coadyuvar a la solución de la problemática de la comunidad” (Conatel, 2002d).

Se establece asimismo la transmisión de publicidad comercial de pequeñas y medianas empresas domiciliadas en la localidad, y la publicidad de grandes industrias y personas naturales de otras comunidades, siempre que no excedan 50% del tiempo de transmisión. Los operadores deben abstenerse de transmitir mensajes partidistas o proselitistas. La localidad para la prestación de este servicio

RECUADRO 4

Internet en la radio comunitaria

Según el IDH 2001 es posible incorporar Internet, a fin de ampliar su alcance, en tecnologías como las de cd-rom, radio, televisión por cable o una combinación de ellas. Una muestra es “Radio Perola, la emisora libre y comunitaria de Caricuao” (Distrito Capital), dirigida a un sector de más de 500 mil habitantes, entre ellos vecinos de localidades como Macarao y La Vega. Con tecnología artesanal y a través del dial 93.5 FM, impulsa una programación promovida por la comunidad en temas de salud reproductiva y prevención VIH/SIDA. Se preparan programas especiales y temas para el debate utilizando la información que provee Internet, gracias al Infocentro de la Biblioteca Aquiles Nazoa. “De alguna manera se suministra acceso gratuito a la Web a sectores excluidos. Su programación se basa en: cultura, derechos humanos, desarrollo sustentable y participación de la infancia y adolescencia” (Carlés, 2002). Se evidencia así cómo un medio comunitario puede servir de trampolín para las bondades que ofrecen las Tecnologías de la Información.

La utilización de la plataforma de radio y TV comunitarias, combinada con el uso de Internet para satisfacer la demanda de conocimiento de las comunidades menos favorecidas, está incrementando los niveles de interactividad de la población.

no podrá ser mayor a un municipio, mientras que el ente regulador dentro del primer año de entrada en vigencia del Reglamento ofrecerá apoyo técnico a las Fundaciones Comunitarias, así como las evaluaciones de la disponibilidad, cobertura e interferencias que se presenten en las localidades.

El desarrollo de la TV-radio comunitaria se inicia en Venezuela hace menos de dos décadas. Para el primer semestre del 2002 Conatel registró 36 televisoras (UHF) y 368 radios en todo el país. En este ámbito de experiencias comunicacionales, el estado Zulia registra cerca de 68 radios y 8 televisoras; Táchira 41 radios y 6 televisoras; Mérida 46 radios y 4 televisoras, y Guárico 18 radios y 3 televisoras.

La utilización de la plataforma de radio y TV comunitarias, combinada con el uso de Internet para satisfacer la demanda de conocimiento de las comunidades menos favorecidas, está incrementando los niveles de interactividad de la población. La conectividad sigue condicionada al establecimiento de redes de comunicación y al acceso directo a Internet dentro de la planta física de las TV-radios comunitarias, que hoy es escaso. Incorporando contenidos para la transformación social y formatos locales a la programación, estos medios pueden convertirse en canales opcionales para conocer las inquietudes que afectan a la audiencia de su comunidad, como lo reflejan TV Catia, TV Caricuao, Teletambores, Radio Perola y el Colectivo Radiofónico de Petare, entre otras.

La aparición de la Red

La aparición de la Red como alternativa para competir bajo parámetros de comunicación distintos a los medios noticiosos tradicionales, ocasiona un dilema que lleva a la industria periodística clásica y su compromiso con el viejo concepto de la sociedad de la información, a un proceso de revisionismo, que va del escepticismo a la búsqueda de oportunidades en un período donde el monopolio de la información se debilita. Las TIC y los *mass media* venezolanos son tomados en cuenta para la salvaguarda de la libertad de expresión, la capacitación del usuario y la transmisión de contenidos, adoptándose sistemas que van desde la encuesta hasta la votación electrónica como medida de control ciudadano.

Más que doblegar el esquema que ofrece la Red, los periódicos, revistas y medios de transmisión electrónicos tratan progresivamente de emplear las TIC en su expresión moderna para fortalecer su presencia en el mercado venezolano. Esto se hace desde una óptica de complementariedad con el esquema vigente que ostentan, donde se da prioridad a la información, el entretenimiento, la supervisión de la democracia y las libertades, la apertura de espacios de participación ciudadana y la aspiración de brindar, como generadores de contenidos, orientaciones para el desarrollo.

Producto de ello, la vigencia en la Red de los medios de comunicación venezolanos es redefinida en su doble rol de suministradores de datos y noticias y de narradores activos de historias de interés público, convirtiéndose en lo que Hans d'Orville (2000) llama "intermediarios del conocimiento". Se trata de sitios en la web que proveen soluciones, con acceso de hipervínculos a sitios estructurados y preseleccionados, que reducen el tiempo de búsqueda, así como los costos de uso.

Las oportunidades digitales —adaptadas a los medios de difusión en Venezuela y que no resuelven problemas complejos como la pobreza— ofrecen mediante la información entendida como bien público común, de acceso universal y equitativo de contenidos, alternativas complementarias para reducir las brechas tecnológica, de atención de la salud, de respeto a los derechos humanos, de desigualdades de género, entre otras.

La red del diarismo electrónico venezolano, en su rol de comunicar y facilitar la interacción con la comunidad nacional, es prolífica en el uso del correo electrónico. El e-mail, que fue el primer utensilio para la formación de una cibercomunidad mediática y que está presente en los 100 más importantes diarios y semanarios de información general y especializada del país, así como en los principales *sites* del sistema de radio y TV, representa un instrumento prioritario de conexión con los medios de comunicación social digitales y tradicionales, dentro de los canales de interacción que ofrecen éstos a los lectores para encauzar quejas y sugerencias. Más de un centenar de correos electrónicos diarios llegan a la redacción de un periódico de circulación nacional con denuncias y comentarios de lectores (Cadena Global, 2002).

Gracias al correo electrónico y a la creación de un espacio llamado "canal comunitario", la versión *online* de una televisora venezolana permite a sus usuarios, mediante un formulario en la web, la oportunidad de hacer denuncias sobre servicios públicos, salud y gestión de gobierno local. Las mismas se destacan en el *homepage* y sirven para nutrir el contenido de las emisiones de los noticieros (televen.com, 2002).

Los periódicos electrónicos en Venezuela, por ejemplo, ofrecen la posibilidad de incorporar un enlace para exponer casos diversos en secciones conocidas como Defensoría de los Lectores, Ombudsman y Cartas al Director, así como para acceder a columnas de defensores de lectores en otros diarios hemisféricos, y a los archivos de esta materia en ediciones anteriores. También permiten al "ciudadano virtual" expresar sus puntos de vista mediante la modalidad de la carta y el artículo de opinión, mientras se le ofrece módulos de auxilio vía Internet para que el internauta exponga sus problemas o los de su comunidad.

Con la Red la proliferación de espacios para la participación ciudadana en medios digitales y convencionales alcanza niveles que sirven para apuntalar la labor de la libertad de prensa en Venezuela,

RECUADRO 5

Club de los Gerentes de Tecnología de Empresas

La creación por parte del Grupo Editorial Producto del Club de los Chief Information Officer (CIOs), propicia un ámbito de discusión entre gerentes de tecnología de empresas para el intercambio de conocimientos y tendencias tecnológicas. El resultado de los foros contribuye a la toma de decisiones que las empresas realizan en TIC. De cara a la comunidad de lectores que tiene el Grupo Editorial, a través de sus publicaciones, versiones digitales y boletines electrónicos, pone a disposición las conclusiones en esta materia. Se trata de una iniciativa promovida por un medio de comunicación, que contribuye a formar aptitudes humanas en un área especializada y mejora el contenido de la web con información de punta. Cumple con parámetros de la sociedad de la información que propone el PNUD, pues "al generarse una comunidad como ésta, los beneficios arrojan no sólo a sus miembros, sino a las instancias relacionadas. Que los CIOs de las empresas estén informados, redundan en el bien de las mismas, pero también beneficia al mercado de TIC, mientras que como medio de comunicación refuerza su función principal: informar y formar lectores".

"Club de CIOs. Una oportunidad para actualizarse", 2001.

Los periódicos electrónicos ofrecen la posibilidad de incorporar un enlace para exponer casos diversos en secciones conocidas como Defensoría de los Lectores, Ombudsman y Cartas al Director, así como para acceder a columnas de defensores de lectores en otros diarios hemisféricos.

“Las TIC pueden proporcionar a los pobres y a los intermediarios que trabajan con ellos nuevos medios para expresar sus preocupaciones y hacer responsables a los gobiernos”.

cuya referencia internacional en cuanto a flujo de información vía sistemas masivos de comunicación está cercana al promedio mundial (IDC, 2001). La utilización de informaciones y la generación de conocimientos por intermedio de los *sites*, se perfilan como actores relevantes para la modernización de la sociedad venezolana, el perfeccionamiento democrático y el ejercicio de la libertad de expresión. Gracias a Internet existen evidencias de un cambio en el esquema de formación de opinión pública, revitalizando el dictamen de la colectividad que apunta a la creación de una mejor sociedad de la información venezolana. El acceso a los cibermedios está convirtiéndose en una alternativa para los asuntos del quehacer general, pues ello implica ahorro de tiempo y dinero en el envío de la correspondencia digital, que sustituye al correo tradicional, y exposición pública a gran escala de los problemas, incluyendo la posibilidad de llegar a los gobernantes.

Existe para el internauta el valor agregado que suponen los *forum*, las votaciones, los juegos o la posibilidad de recibir por e-mail diariamente los titulares de una sección especial, así como la opción de imprimir artículos de opinión o reportajes, o de reenviarlos por correo electrónico. Buena parte de los diarios en línea venezolanos permiten consultar ediciones anteriores, ofreciendo enlaces generales con otras publicaciones y servicios. Así el diseño del contenido informativo no es responsabilidad exclusiva de la industria periodística en la Web, sino el resultado de la respuesta a la atención de la demanda de sus lectores.

Es válido precisar que el acceso a nuevos espacios y contenidos de los *mass media* por las TIC, es reforzado por el sentido de acceso universal que fomentan nuestras políticas. Según el Informe 2002 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, gracias a Internet, teléfonos móviles y otras alternativas digitales, se tiene mejor acceso a la información y servicios en los hogares, escuelas y lugares de trabajo, donde es significativa la población de ingresos medios y bajos. Como lo explica Mark Malloch Brown (2001), “las TIC pueden proporcionar a los pobres y a los intermediarios que trabajan con ellos nuevos medios para expresar sus preocupaciones y hacer responsables a los gobiernos”, y los medios de difusión y nuevos actores de transmisión de contenidos en Venezuela son reflejo de ello.

Digitalización de medios de comunicación y sociedad de la información

Si bien la penetración de los diarios electrónicos en Venezuela es tardía –para 1997, según la Asociación de Periodistas Europeos (APE), de los 230 diarios en español con cabeceras propias en Internet a nivel mundial sólo once eran venezolanos, mientras que existían 23 argentinos y 82 mexicanos (EFE, 1997)–, nuestro país se hace eco del debate sobre la eventual desaparición o debilitamiento del periódico en papel en la era de Internet, lo que hace recordar la situación similar vivida por la radio y el cine cuando apareció la TV.

De un comportamiento renuente que cuestionaba las noticias electrónicas y demás contenidos informativos implícitos en la “visión aristocrática” de los *mass media* venezolanos, se pasa a un deslizamiento de cooperación en el esfuerzo informativo, amparados por el fácil acceso e inmediatez que proporciona el ámbito dinámico de Internet. Se produce un reacomodo del mercado mediático, que enfrenta tendencias antagónicas entre periodistas veteranos y conectados, y por ende entre rapidez y calidad de contenidos.

El periodista venezolano confirma la marcada tendencia a incrementar el tiempo de uso de la Red en las investigaciones reporteriles; en este sentido, de acuerdo al estudio realizado por Cisco Systems en el 2001, los comunicadores sociales de América Latina que utilizan regularmente Internet se sitúan

por encima del 90% (NUA, 2001), destacándose aquellos que según Kaagan Research Associates cubren la fuente de negocios, economía, ciencia y tecnología.

Partiendo de la premisa de Octavio Ianni (1998), según la cual los medios de comunicación de masas durante los siglos de su desarrollo ampliaron tanto la tasa como la escala de cambio social, la misión de estos actores digitales venezolanos se enmarcaría dentro de lo que el PNUD ha identificado como una política de intervención activa en la sociedad de la Red; esto es, una política que evite “la creación de sistemas paralelos de comunicaciones para los que tienen ingreso, educación y conexiones a bajo costo y gran velocidad y los que están bloqueados por barreras elevadas de tiempo, costo e incertidumbre y dependientes de información que ya no está actualizada” (PNUD, 1999).

El aprovechamiento de las fórmulas informativas y de distribución inmejorables que se derivan del periodismo digital lo ubican como una herramienta para la obtención de un mejor desarrollo humano; no obstante, su diseminación depende de una estrategia nacional de las TIC más audaz, que solvete disparidades relacionadas con la ubicación geográfica (urbana, rural), género, renta, índices de escolaridad y salubridad.

Los medios digitales en Venezuela se están transformando gracias a Internet en un aliado para el aprendizaje al ampliar su cobertura y poner en sus versiones en línea, reportajes, entrevistas y noticias, cuya pertinencia, al ofrecerse en tiempo real, las hace especialmente útiles. Al respecto se observan contenidos periodísticos que sirven de guía a la hora de pagar impuestos u optar a microcréditos, difunden las características de la prueba de aptitud académica, propagan campañas de prevención epidemiológica o proveen orientación en procesos electorales; todo ello dentro del cúmulo de información que ofrece la Red, a través de las agencias de noticias, los *holdings* telecomunicacionales, los portales y *sites* especializados.

Otros objetivos de la sociedad de la información desde la óptica del desarrollo humano se están cumpliendo en Venezuela a través de la formulación de contenidos locales por parte de los medios digitales, que son utilizados por una tipología de ciudadanos que requieren información, se comunican entre sí, compran productos y se entretienen. Se observan indicios encaminados a reducir la brecha de la información, en la medida en que estos instrumentos de orientación pública impulsan el conocimiento de manera sencilla entre las comunidades locales.

Es así que encontramos a la protección civil como asunto atractivo para los usuarios de la Red. Esto se refleja en el contenido de un diario electrónico del estado Anzoátegui, donde se ofrecen guías elaboradas por la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud, que exponen las estrategias de asistencia alimentaria, humanitaria y de rehabilitación en situaciones de emergencia y desastres (atención de grupos con necesidades especiales como mujeres y niños, saneamiento de albergues y práctica sanitaria). Su incidencia trasciende lo informativo para convertirse en una aplicación didáctica de uso comunitario (diarioimpacto.com, 2002). También las recomendaciones básicas en primeros auxilios y emergencias forman parte de la oferta que hacen los diarios digitales venezolanos, como es el caso de instructivos que incluyen consejos para atender a las personas ante la eventualidad de accidentes, quemaduras o envenenamientos (el-nacional.com, 2002).

El aprovechamiento de las fórmulas informativas y de distribución inmejorables que se derivan del periodismo digital lo ubican como una herramienta para la obtención de un mejor desarrollo humano.

RECUADRO 6

Universidad digital

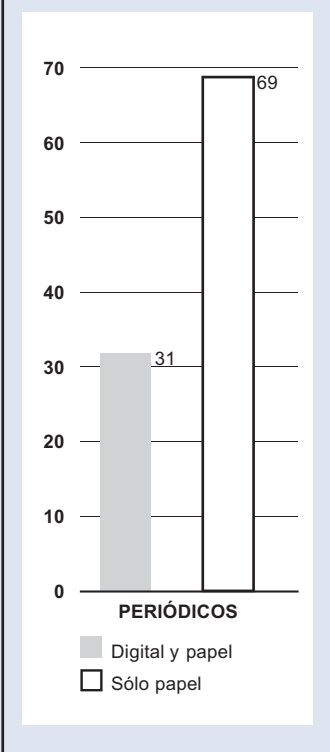
Con el propósito de velar por el aprovechamiento de las TIC, en las Metas del Milenio se exhorta a la colaboración del sector privado. En tal sentido, en el plano de la educación superior, a finales del 2001 la Universidad Central de Venezuela colocó en la Red, horadigital.com.ve, una publicación universitaria de contenido periodístico que da cabida, en tiempo real, a temas científicos, tecnológicos y propios de la comunidad académica. Su desarrollo se enmarca en el propósito del PNUD de acelerar la colaboración para impulsar el desarrollo humano, dado que el sistema de gestión ha estado acompañado de una alianza con el diario *El Nacional* y la empresa Univerxity.com, que ofrece tecnología de punta para portales y periódicos digitales a nivel universitario. La oferta incluye foros vía Internet entre el-nacional.com y horadigital.com.ve, dirigidos a la producción del conocimiento en materias ligadas a la construcción democrática. De esta manera la UCV se ha convertido en una de las primeras universidades de América Latina en desarrollar una versión electrónica. Asimismo, 22 centros de educación superior venezolanos muestran su información en la página web de *El Nacional*, dentro del convenio con Univerxity, con beneficios similares al de la UCV.

Herrera, 2002.

En una consulta realizada en las principales ciudades del país en 2002, los usuarios de Internet mayores de 18 años mencionan los periódicos entre los sitios web más visitados (52,1%).

GRÁFICO I

De los 100 principales diarios, 31 tienen versión electrónica



A diferencia de un buscador, los proveedores de servicios informativos en línea (diarios electrónicos) resumen por medio de su jerarquización editorial y sentido de periodicidad el volumen de información disponible en la Red, en beneficio de lectores que necesitan ser orientados a través de áreas básicas para su consumo. Y a partir de esta catalogación que se expresa en la preferencia editorial, existe una propensión a profundizar en el análisis, la variedad del contenido que demanda la comunidad y la calidad de sus reportajes frente a las desventajas que se derivan de la inmediatez.

La vigencia de los medios de comunicación tradicionales parece no estar en peligro por las versiones en línea. Se trata de productos irremplazables en el corto plazo desde la óptica del hábito manifiesto por los ciudadanos o consumidores de la información en Venezuela, país cuyos lectores de periódicos supera la media mundial (IDC, 2001). Se encuentran bien diferenciados estructuralmente y amparados por una cultura de fidelidad a la línea editorial y de transformación en materia de diseño, formato y precios competitivos.

Es probable que también la presencia del diario tradicional se prolongue debido al lento ritmo de acceso a Internet experimentado en Venezuela, que para el año 2001 alcanza un nivel de 1.200.000 usuarios (Datanalysis y Cavecom-e, 2002), un porcentaje reducido si lo comparamos con las cuatro millones de cuentas registradas en Internet en Taiwán, cuya población es de aproximadamente 23 millones de habitantes ("Medios de comunicación electrónicos, la nueva nobleza del saber", 2000).

Posiblemente la preferencia de los rotativos en el lector venezolano, además de superar factores ligados a la tradición y practicidad que ofrece la manipulación del papel, cambie de acuerdo al ritmo de desarrollo de los centros de navegación de telecomunicaciones (infocentros, centros de comunicación, centros de conexión, cibercafés y otras modalidades de acceso público a la Red), cuyo crecimiento para 2001 fue del 592% (Silva, 2002). Es adecuado para un enfoque analítico del cambio digital en la cultura de medios venezolanos medir el impacto real que tendrá el proceso masificador de penetración de computadoras en hogares, así como el aprendizaje ligado a las TIC en los diversos segmentos sociales.

Si bien los periódicos de papel se mantienen a la vanguardia como proveedores de noticias de los venezolanos —el promedio diario de circulación de *Panorama* es de 104.600 ejemplares ("Si colocamos en línea recta cada página de los periódicos que diariamente vendemos...", 2002), y el de *Notitarde*, 73.000 ejemplares (notitarde.com, 2002)—, según el Comité Certificador de Medios ANDA-FEVAP, en una consulta realizada en las principales ciudades del país en 2002, los usuarios de Internet mayores de 18 años mencionan los periódicos entre los sitios web más visitados (52,1%).

Es importante notar que después de los buscadores (41,1%) y portales (22,1%), los periódicos *online* se ubican con un 10,4% como primera opción de visitas de los usuarios, mientras que en el *ranking* de los doce sitios web venezolanos más visitados, aparecen 7 medios (3 diarios, 3 estaciones de TV y una de radio) (Datanalysis, 2002). Esto augura un espacio de ganancia adicional para la industria de las noticias convencionales.

Diarismo con soporte digital

De los cien más importantes diarios y semanarios que se imprimen en Venezuela —entendiéndose por éstos los medios que ofrecen información general a escala nacional, regional o local dirigidos a todo público— existen en el país para el año 2002 un total de 31 que se editan también en soporte digital (ver gráfico 1). Trece diarios electrónicos se realizan en el Distrito Capital; Aragua y Carabobo concentran cinco; y Nueva Esparta y el Zulia cuentan con dos cada uno. Esto pone de manifiesto una inversión significativa en el sector *online* por parte de las empresas editoras, además de evidenciar un incremento de las audiencias.

El impacto que acompaña la aparición de Internet en los medios de comunicación y sus lectores, está siendo asimilado por las empresas mediáticas a nivel nacional, poniéndose en evidencia el rasgo distintivo que tiene cada negocio. El mercado de periódicos impresos sigue encontrando sus fortalezas en el análisis de sus textos, mientras que los medios electrónicos en Venezuela son capaces de suministrar un mayor flujo de información a bajo costo y a una velocidad de transmisión impensable por el lector convencional. Debido a que en general el traslado de los diarios impresos se hace por vía terrestre, el acceso a una versión digital para un lector del estado Táchira o de un caraqueño que desee informarse sobre el Zulia, redundará en ahorro de tiempo.

Es improbable que a corto plazo la industria de medios impresos y audiovisuales se plantee cualquier tipo de expansión sin tomar en cuenta la Red. Entre las ventajas que ofrece el hipertexto visual, sonoro y animado, están las que describe Roland Barthes (2002) cuando habla de un texto compuesto de bloques de palabras (o de imágenes) unidos electrónicamente en múltiples trayectos, cadenas o recorridos en una textualidad abierta, eternamente inacabada y descrita en términos como *nexo, nodo, red, trama y trayecto*.

Los medios de comunicación no introducen necesariamente en Internet la misma versión de su edición impresa, más bien desarrollan en algunos casos diseños innovadores que permiten al internauta una mayor interactividad y multiplicidad de usos (consulta de leyes, decretos y ediciones anteriores) que no posee la edición tradicional. Atendiendo a las posibilidades que ofrece el soporte técnico, destacan en los diarios *online* los valores sustantivos del ámbito local, regional y nacional, sin olvidar la información foránea.

Cabe preguntarse en qué proporción la nueva red mediática nacional ha influido en la ciudadanía venezolana, que bajo el influjo de las TIC asume con inquietud las novedades de esta colectividad informativa. La llegada del periodismo digital y nuevos formatos de transmisión de contenidos trae mayor libertad para los individuos, quienes acceden a un número indeterminado de contenidos, dentro de extensos parámetros de accesibilidad. Los medios de comunicación y nuevos actores electrónicos han contribuido en los planes de digitalización de información para la obtención de un patrimonio cultural virtual, que ha creado comunidades de consumo en un territorio electrónico creciente. Estas agrupaciones se han erigido a su vez como el epicentro de la red mediática a partir de su necesidad de participar, opinar y generar acciones que conlleven a resultados concretos. Ante las ventajas que impone la libertad de expresión electrónica, la comunidad virtual venezolana se distingue por ser una comunidad de la información, participación ciudadana e intercambio de mensajes.

Las TIC y medios electrónicos, como movilizadores de la expresión ciudadana, tienen en los foros interactivos espacios inéditos para que los usuarios puedan debatir sobre temas de actualidad, donde analistas del acontecer político, económico y social responden vía a Internet las inquietudes de la comunidad.

Otro actor a considerar en esta nueva arquitectura de los medios

RECUADRO 7

Directo al formulario de la OEA

Los usuarios que consultan la versión electrónica del diario *El Nacional* tienen acceso al formulario de la Organización de los Estados Americanos (OEA) para presentar peticiones sobre violaciones a los derechos humanos. En seis páginas, las víctimas de violaciones, sus familiares y organizaciones de la sociedad civil cuentan con la posibilidad de cumplir con celeridad los requisitos que exige la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, con sede en Washington, para transmitir su denuncia vía correo electrónico. El formulario a ser llenado exige relatar la situación denunciada, anexar las pruebas disponibles, identificar testigos de las violaciones e inclusive mencionar las gestiones emprendidas por la víctima o peticionario ante los tribunales del país.

el-nacional.com, 2002.

RECUADRO 8

Interactividad, minuto a minuto

Eluniversal.com dejó de ser la réplica virtual del periódico para ofrecer al internauta avances noticiosos donde se conoce la hora precisa en que se produce el acontecimiento nacional e internacional. El *site* cuenta con opciones para ilustrarse —a través de infografías animadas, fotorreportajes y fotogalerías— acerca del hecho informativo, avances médicos, fenómenos ambientales y actividades deportivas. Posee mensualmente (junio 2002) 550 mil usuarios únicos y 3.000.000 de visitas al mes. De 70% de usuarios hombres y 30% mujeres, la mitad oscila entre 25 y 40 años, y entre el 10 y 20% reside en el exterior. El tiempo de visita promedio es de 10 minutos. Ofrece un servicio gratuito para el envío de noticias del día mediante el correo electrónico del visitante, y se puede acceder a archivos, documentos, audio, leyes y sentencias de la República. Las visitas variaron en un 120% entre junio 2001 y junio 2002.

De Ornelas, 2002.

es la legislación nacional vigente frente a la aparición de las TIC, que está transformando el papel de la información y los contenidos en la sociedad de la Red venezolana. La perspectiva jurídica para la conformación de una sociedad de la información tiene en Venezuela leyes, decretos y proyectos dirigidos a la conformación de un basamento operacional para el funcionamiento del sector, incluyendo el derecho a la información contemplado en la Constitución nacional.

RECUADRO 9

La eficacia del e-commerce en los medios

El *Informe sobre comercio electrónico y desarrollo* (ONU, 2001) precisa sobre la publicidad en Internet que los proveedores de información general que pueden consultarse en línea, pero que también están disponibles fuera de ésta (periódicos), no podrán cobrar por ella hasta que se haya implantado un sistema para procesar los micropagos que resulte eficaz en función de los costos. La Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo parte así del precepto de que los motores de búsqueda o los sitios web que ayudan a los consumidores a comparar productos, tendrán que seguir dependiendo también de la publicidad, y en el caso de los motores de búsqueda, del cobro por la colocación del sitio web en lugar prominente. Prevé que los servicios en línea deberán cobrar tarifas como principal fuente de ingreso: tarifas de acceso a Internet (en banda ancha) y servicios con valor añadido, como los de traducción, análisis financiero, guías de compra; algo más que datos en bruto.

En el campo específico de los medios de comunicación social y TIC destaca el proyecto de Ley sobre la Responsabilidad Social en la Prestación de los Servicios de Divulgación Audiovisual y Sonora. El ente regulador la califica como “un esquema normativo que procura la difusión de mensajes destinados a contribuir al desarrollo social, cultural y económico de la sociedad venezolana y, en particular, a la formación integral de los niños y adolescentes a través de la televisión y la radio” (Conatel, 2002a).

Es pertinente mencionar el decreto sobre Acceso y Uso de Internet, que puntualiza en su artículo 4° que los medios de comunicación del Estado deberán promover y divulgar información referente al uso de Internet. Asimismo, se exhorta a los medios de comunicación privados a colaborar con la referida labor informativa, tal como aparece en el decreto 825, referido en este Informe. Esta disposición prevé por parte de los entes públicos la utilización prioritaria de Internet para la prestación de servicios comunitarios, tales como bolsas de trabajo, buzón de denuncias, trámites comunitarios con los centros de salud, educación, así como otros servicios que ofrezcan soluciones a la población.

Transformando la información

La carrera de Venezuela por incorporarse a la sociedad de la información encuentra en el objetivo de financiación uno de los retos más importantes, tomando en cuenta que las empresas mediáticas trabajan para combinar rentabilidad con contenido de calidad, desarrollando sitios que puedan promover activamente el naciente comercio electrónico. Algunos factores que inciden en las tendencias comerciales que promueve este sector se vinculan con el desarrollo de infraestructura y prestación de servicios, la digitalización de redes y transformación de infraestructuras analógicas y la aparición de servicios de comunicación personal para abonados de servicios móviles celulares y buscapersonas.

La inversión publicitaria en los medios de difusión electrónicos y otros intermediarios de contenidos en Venezuela, especialmente prensa *online*, buscadores locales y otras revistas electrónicas, se estima en un 70% del mercado publicitario en Internet del país, que según Cavecom-e está por el orden de los 3 mil millones de bolívares anuales. Al igual que una gama de proyectos para el consumo por medio de Internet, los “intermediarios” tienen desde sus orígenes como base viable para su sustentabilidad, el ingreso por concepto de publicidad. El cobro por contenidos o servicios como expresión de una cultura de Internet naciente parece prematuro dado el contexto nacional y mundial.

Es así como la prensa en línea y otros *sites* de información general, conscientes de las oportunidades de interactividad que ofrecen las TIC para negociar, deben solventar en esta etapa los efectos de desaceleración económica y el recorte del gasto publicitario. Es necesario resaltar que el patrón comercial del consumidor venezolano —adherido a la televisión de señal abierta y audiencia de la TV por

cable (*share* 17%) (Improved Media, 2001), a los diarios tradicionales, a las revistas y a la radio— resulta una desventaja cultural para que la publicidad vía Internet alcance los objetivos de masificación deseados. Se trata de un desafío que va hasta la eventualidad de “reinventar” la publicidad *online*.

En Venezuela el establecimiento por parte de Cavecom-e y Cavenal de “capítulos especializados” en medios de comunicación *online* para consolidar su posicionamiento y estimular la rentabilidad del negocio, son novedad del sector, cuya penetración es del 3% (Cavecom-e, 2002). Un esfuerzo nacional para impulsar el uso de las TIC centradas en el cliente, dependerá también del papel de los intermediarios de contenidos electrónicos para compensar la falta de preparación de las empresas y consumidores en el *e-commerce*. La incorporación en ciberdiarios o *sites* de TV de cursos de instrucción en materia de logística electrónica, es apropiado para la consecución de un mayor comercio electrónico, sin importar si la inducción atañe a pagos en línea, despacho de pedidos, servicios públicos o atención al cliente. Aunque la negociación final no se haga en la Red, cualquier negocio requiere de información y análisis comparativo.

Nuevos roles y actores mediáticos en la Red

Como lo explica Hamid Mowlana (1998), la mundialización de los medios de información es parte integral de dos fuerzas antagónicas: expansión económica e innovación tecnológica masiva, frente a un fenómeno de desigualdad, perturbación cultural y enajenación individual, donde la evolución de la tecnología digital y la introducción de nuevas tecnologías de la comunicación están redefiniendo las nociones de la política y estructuras de poder en la sociedad. El poder se concentra en las manos de aquellos que pueden producir, controlar y difundir la información de la manera más eficaz.

En Venezuela el esfuerzo por organizar la comunidad virtual alrededor del teléfono móvil da señales para la conformación de una sociedad de la información que pueda responder al concepto de desarrollo humano, donde se reduzca la brecha que se origina de los beneficios de la actividad económica, el conocimiento y la tecnología. Tal como se ha expuesto en el capítulo 3, el número de abonados móviles supera la red de telefonía fija; el grado de penetración es tal, que las operadoras han tenido que desarrollar sistemas de comunicación basados en la transmisión de datos vía mensajes de textos y portales de voz.

Venezuela reúne características para ser considerada una sociedad móvil, con una red celular vigente desde hace más de una década y próxima a beneficiarse de la entrada de los móviles de tercera generación. La sustitución del teléfono de línea fija por el celular, ubica a Venezuela, según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, entre los países con más móviles que fijos en 2001, confirmando así la tendencia mundial hacia las comunicaciones móviles. Aproximadamente un millardo de abonados al final de 2001 en todo el planeta, y un 90% de países con una red móvil, constituyen un crecimiento que se refleja en el hecho de que casi uno de cada seis habitantes del mundo tiene un móvil (UIT, 2002).

La eventual implantación masiva de aplicaciones móviles personales en aparatos celulares y su sencillez de acceso, daría ventajas a aquellos usuarios que no tienen posibilidad de ingreso a otros medios informáticos o telemáticos, especialmente en una sociedad como la venezolana, donde el 70% de los hogares ya usa teléfonos móviles y su penetración en los estratos más pobres alcanza a 74,7% en la clase D y 55,8% en la E (Datanalisis, 2002).

Es necesario resaltar que el patrón comercial del consumidor venezolano resulta una desventaja cultural para que la publicidad vía Internet alcance los objetivos de masificación deseados.

Venezuela reúne características para ser considerada una sociedad móvil.

RECUADRO 10

Divulgación vía celular

La Universidad Central de Venezuela, utilizando la tecnología como punta de lanza del plan de autogestión 2002, incentiva su uso y divulgación dentro de una comunidad de más de 70 mil personas, creando alianzas con operadoras de telecomunicaciones en sistemas de 3G de celulares. Junto a las empresas Univerxity-Appixtec y Telcel, desarrollan la tecnología requerida para que estudiantes y profesores accedan a calificaciones, materias, horarios y campañas a través del celular.

Los SMS más que una referencia digital se han convertido en una manera de comunicación personal y de adquisición de contenidos, siendo una de sus fortalezas el bajo costo para el usuario.

La red informativa de los SMS

Como se ha argumentado en el estudio, los medios de comunicación electrónicos son transmisores de noticias y contenidos para el desarrollo humano. En este sentido, uno de los nuevos actores que deberíamos tomar en cuenta son las tecnologías de textos, conocidas como “servicios de mensajes cortos” (*Short Message System-SMS*). Los SMS son los sistemas de envío y recepción de mensajes cortos entre celulares móviles (con un aproximado de 150 caracteres por mensaje), añadiendo en otros casos el uso de Internet. Más que una referencia digital se han convertido en una manera de comunicación personal y de adquisición de contenidos, siendo una de sus fortalezas –si lo comparamos con servicios similares– el bajo costo para el

usuario: \$0,03 (Movilnet, 2002). Los SMS, como vehículos de transmisión de noticias, información especializada, ofertas de servicios y entretenimiento a través de un teléfono digital, han permitido, además de la adquisición de habilidades por parte de los usuarios, ampliar el espectro de la sociedad de la información venezolana. Se trata de acoplarse a las comunicaciones globales, juntando información a tiempo real.

Los SMS llevan al usuario a dejar de concebir el celular sólo como herramienta de voz para convertirlo en transmisor de data. En Venezuela el tráfico mensual de mensajería de texto supera los 500 millones de mensajes, un promedio de seis mensajes diarios por persona (Monroy, 2002). El usuario recibe informaciones que escoge entre más de cien categorías vía Internet o centro de atención telefónica, siendo notoria la consulta de periódicos venezolanos y noticieros de TV nacionales y foráneos. Otra modalidad es la de enviar un comando desde el celular a un número específico para recibir una información determinada en el momento que el usuario lo solicita.

El conjunto de ideas antes mostrado nos permite, de acuerdo a lo planteado por Allen L. Hammond (2001), prever la combinación de un capitalismo inteligente con una filantropía creadora, donde se “alquile” al sector privado para que proporcione servicios básicos y se habilite a la sociedad civil para supervisar la actividad, previo requisito de fijación de normas y promulgación de leyes por parte del gobierno para facilitar la labor del mercado.

El modelo de comunicaciones inalámbricas a desarrollar debe estar acompañado del incremento de los contenidos de información pública –lo que en Venezuela es escaso–, y debe asimismo planificarse de abajo hacia arriba. Esto permitiría, por ejemplo, que informaciones propias del desarrollo humano redunden en oportunidades para el bienestar comunitario.

Para promover el desarrollo humano a través de los SMS, con vistas a su implementación masiva, es necesario superar los siguientes retos:

- No todos los celulares cuentan con posibilidades de manejo de texto, aunque su relevo parece más bien un asunto secundario.
- Las operadoras no están autorizadas por la normativa vigente, ni es política de las mismas vender o intercambiar la base de datos de los usuarios para proyectos de difusión masiva de contenido de mensajes (esto sería una barrera para implementar campañas públicas de alerta epidemiológica y de participación electoral, por ejemplo).
- La privacidad es un componente básico al usar el celular, de esta manera los envíos que no son solicitados por el cliente pueden ser interpretados como una invasión a la individualidad.
- Hace falta que el usuario internalice la idea de que el mensaje de texto es una vía de

comunicación para ampliar sus opciones en materia de desarrollo.

- La implementación de una política de difusión debería acompañarse de una normativa de utilidad pública (combate al VIH/SIDA, reducción de la mortalidad infantil y alfabetización, para citar sólo algunos casos).

El Estado ha reconocido la importancia de esta red de SMS promoviendo la interconexión entre operadoras nacionales para acelerar el flujo de mensajería corta nacional, y –en un futuro–, internacional. La interconexión impulsada por Conatel prevé un incremento en el tráfico de mensajes de texto de alrededor de 50 millones mensuales entrantes y salientes para las operadoras de telefonía celular Movilnet y Digitel (“Mensajes de texto entre clientes Movilnet y Digitel”, 2002). De conformidad con el ordenamiento jurídico están previstas nuevas interconexiones con el resto de las operadoras.

Portales de voz, radio y TV digital

En el marco de políticas públicas innovadoras que estimulan el progreso colectivo, los portales de voz, que son sistemas de navegación por Internet ejecutados por medio de un comando verbal, representan también en Venezuela la posibilidad de un acceso universal de información dentro de igualdad de condiciones. Los usuarios encuentran en los portales de voz una oportunidad dinámica para acceder a noticias, entretenimiento, servicios y transacciones, mediante un megaconcepto que tiene las variantes de un portal de Internet. Además, Movilnet y CANTV ofrecen portales de voz que incluyen secciones dedicadas a la comunidad y temas infantiles. La penetración de estos portales está supeditada a una mayor capacitación del cliente, sin obviar que el costo del servicio supera al de los SMS.

En una sociedad como la venezolana, donde el impacto de las comunicaciones rápidas y baratas está redefiniendo el comportamiento social, el incremento de la oferta por parte de empresas integrales de telecomunicaciones que tienen servicios de transmisión de voz, data y video con infraestructura de vanguardia, se erige como instrumento de innovación para el desarrollo colectivo, con ahorro de tiempo y expansión de fronteras.

Gracias a sistemas globales de satélites, telepuertos y enlaces de fibra óptica, la distribución de información y entretenimiento también se logra a través de sistemas de televisión por cable –cuyo número de suscriptores en Venezuela según Conatel asciende para el año 2001 a 977.044–, televisoras afiliadas, operadores de TV con conexión directa a domicilio y proveedores de servicios de Internet. Todo ello posibilitaría una mejor calidad de servicios sociales como la educación y la atención médica, siempre y cuando se produzca su “utilización adecuada” y la debida “apropiación social” (Gómez, Martínez y Reilly, 2001).

El fortalecimiento de las instituciones democráticas y la prosperidad económica en Venezuela pasan también por una adecuada conectividad que tome en cuenta a la mayoría de la población. Esto se traduce en “otorgar al pueblo los derechos, los medios y la capacidad para participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas y para hacer que los gobiernos sean responsables de sus actos. Significa que la gobernabilidad ha de ser justa y equitativa, y, ante todo, democrática” (PNUD, 2002a).

A propósito de esto, el desempeño doméstico que las nacientes televisión y radio digitales pretenden, como nuevos actores mediáticos de transmisión de contenidos, estaría sujeto a factores estructurales de diversidad múltiple. Dado que la televisión digital implica desde la generación de contenidos digitales de interés general hasta la intervención por parte del espectador en las tramas, dibujando y opinando en la pantalla, es lógico suponer que en Venezuela la fusión entre lo digital y lo televisivo dependerá del impulso oficial y privado que se dé a esta nueva tecnología, donde serán claves iniciativas de subvención para renovar el número de televisores en el país.

El impacto de las comunicaciones rápidas y baratas está redefiniendo el comportamiento social.

El fortalecimiento de las instituciones democráticas y la prosperidad económica en Venezuela pasan también por una adecuada conectividad que tome en cuenta a la mayoría de la población.

La vigencia de la TV tradicional o analógica seguirá amparada en la medida que las nuevas aplicaciones interactivas y multimedias para la Televisión Digital Terrestre (TDT) no sean capaces de sustituir esa combinación exitosa: amplia cobertura nacional o regional, gratuidad y ofrecimiento de contenidos variados al gusto de las mayorías; mucho menos si no se concreta la debida “apropiación social” que impulse los postulados del enfoque de desarrollo humano. De igual manera, la expansión del sistema DAB (*Digital Audio Broadcasting*), encargado de emitir programas radiofónicos en formato digital, está limitado por razones similares a las de la TDT, como sería el elevado precio de los aparatos receptores.

Una empresa como Microsoft propone al respecto un reenfoque de su estrategia de televisión digital hacia software más baratos y menos complicados, después de destinar millones de dólares y años de estudio a un software de TV avanzado para el que ha encontrado muy pocos compradores. La mayoría de las firmas de TV por cable mantienen su interés en un software cuyo concepto integrado de servicio de TV, Internet y teléfono disminuya el costo. En este sentido Microsoft lanzó en el año 2002 una guía de programas interactivos que puede ser usada en los descodificadores de televisión en Estados Unidos.

Las obstáculos que encuentra la TDT en el mundo y en nuestro país no han impedido que decenas de estaciones de TV y radio nacionales estén en línea, y que con texto, sonido, voz e imagen sobresalgan en el total de menciones de los sitios web más visitados por los venezolanos, con un 44,2% (TV) y 23,9 % (radio), ocupando el cuarto y séptimo lugar respectivamente de las preferencias (Datanalisis, 2002). Esta opción vía Internet se apoya, en general, en el acceso a la señal en vivo y programas de opinión grabados, encuestas, titulares de noticias, horarios de programación, participación ciudadana en lo concerniente a la demanda de servicios públicos y concursos.

Top Net Radio, una de las primeras radiodifusoras en transmitir programación de manera exclusiva por Internet, posee 80% de oyentes en las oficinas, pues su programación está diseñada para acompañar a las personas durante el trabajo. De allí que sus horas pico sean distintas a las de las estaciones de radio convencional, y que arroje cifras de doce horas continuas de audición, en contraste con sus competidores que ocupan de cuatro a cinco horas diarias de programación. Mensualmente la emisora cuenta con 30 mil visitas (Fuentes, 2002).

RECUADRO 11

Apagado analógico para el 2012

España y el Reino Unido son los pioneros de la Unión Europea en la implantación de la televisión digital, que mejora la calidad de la imagen, permite el acceso a servicios interactivos y el uso simultáneo de TV e Internet, entre otras ventajas. En España (abril, 2002), los cuatro canales de televisión más importantes (TVE, Antena 3, Tele 5 y Canal +) empezaron a emitir su señal de TDT para unos 200 mil españoles. El Ministerio de Ciencia y Tecnología prevé que la televisión digital no se generalizará en España sino hasta el año 2005 debido, entre otras razones, a que no hay disponibles para la venta televisores digitales ni descodificadores preparados para recibir la señal. Sólo para 2012 está previsto “el apagado” de las actuales televisiones analógicas.

LaVanguardia.es, 2002.

RECUADRO 12

El PNUD y el pluralismo de la información

Los medios de comunicación tradicionales, especializados en prensa escrita y audiovisual, así como los medios de información estrictamente virtuales, están llamados a seguir desempeñando un rol crucial en el campo de la democracia y participación. En este sentido el “PNUD se esfuerza por mejorar el entorno jurídico y de regulación de la libertad y el pluralismo en la información pública, proporcionando opciones de política y ejemplos comparativos de legislación sobre medios de comunicación, códigos, estrategias de cooperación para el desarrollo de los medios de comunicación y el fortalecimiento de la gobernabilidad por medios electrónicos. Se capacita a personal de los medios de comunicación, subrayando la independencia, la ética y las responsabilidades en las sociedades democráticas, utilizando la capacitación para ampliar el número y las calificaciones de las mujeres en los medios de comunicación”.

PNUD, 2002a.

Mientras no se democratizan las nuevas tecnologías vinculadas a la radio y la TV digital, su expansión se verá limitada en Venezuela. Una convergencia mediática digital relacionada con el desarrollo humano, que responda a las necesidades de la población, debe incluir la evolución sostenida que registran otros actores comunicacionales como revistas académicas, boletines electrónicos, cuadernos de documentación, agencias de noticias nacionales, regionales y vecinales. Sus contenidos e interactividad deberán ser capaces de interesar a los hacedores de política, en un proceso a través del cual se multipliquen las oportunidades de los individuos y la sociedad.

Conclusiones

La utilización de la plataforma de radio y TV de señal abierta y comunitaria en Venezuela, combinada con un uso de Internet que satisfaga la demanda de conocimiento de las comunidades menos favorecidas, puede incrementar los niveles de interactividad de la población. Pero la conectividad sigue condicionada al establecimiento masivo de redes de comunicación, a la penetración de computadoras personales en hogares y escuelas, y al acceso directo a Internet dentro de la planta física de las TV y radios comunitarias, lo que actualmente es escaso.

Dentro del marco del progreso económico-social y las libertades civiles, es evidente la necesidad de establecer un servicio radiotelevisivo público independiente, altamente participativo y plural, que cohabite con la radiotelevisión privada y asegure al radiotelevidente venezolano aquellos numerosos contenidos que ni la radiotelevisión privada del país ni la foránea le pueden brindar.

De los 100 más importantes diarios y semanarios impresos de Venezuela, 31 se encuentran en línea para el 2002. Convertidos en instrumentos de orientación pública que impulsan el conocimiento, éstos hacen énfasis en ampliar su cobertura, ofreciendo en sus versiones electrónicas, entrevistas, noticias, infografías, fotorreportajes, archivos documentales sobre leyes y sentencias, etc., cuya pertinencia, al ofrecerse en tiempo real, las hace útiles para la promoción del desarrollo humano. Asimismo, debido a que la mayoría del espectro mediático nacional posee servicios de correo electrónico, se ha producido un incremento de la exigencia pública de los ciudadanos en cuanto a la rendición de cuentas de sus gobernantes. Se observa entonces la proliferación de secciones como Defensoría de los Lectores, Ombudsman, Cartas al Director, módulos de auxilio vía Internet y espacios para artículos de opinión. Todo ello implica la capacitación del usuario y la transmisión de contenidos de utilidad pública, adoptándose sistemas de participación interactiva que van desde la encuesta y los foros hasta la votación electrónica como medida de supervisión ciudadana. La propuesta periodística digital y nuevos formatos de transmisión de contenidos, como lo son los portales electrónicos, han asumido funciones de “intermediarios del conocimiento”.

Todavía están por crearse en aras del bien público las campañas y mensajes innovadores que refuercen las Metas del Milenio, que de abajo hacia arriba asuman la representación de todos. Es previsible la supervivencia de los medios convencionales y sus extensiones digitales, siendo improbable que la industria de periódicos, así como la de radio y televisión analógica se planteen cualquier tipo de expansión sin tomar en cuenta a Internet. El aprovechamiento de la fórmula informativa y de distribución inmejorable, implícita en el periodismo digital, lo ubica como opción orientadora para la consecución del desarrollo humano. Su crecimiento dependerá de estrategias audaces que conecten rápidamente a Internet a los que tienen menos dinero.

En Venezuela el esfuerzo por organizar a la comunidad virtual alrededor del teléfono móvil ofrece señales alentadoras para la conformación de una sociedad de la información que responda al

La utilización de la plataforma de radio y TV de señal abierta y comunitaria en Venezuela, combinada con un uso de Internet que satisfaga la demanda de conocimiento de las comunidades menos favorecidas, puede incrementar los niveles de interactividad de la población.

Debido a que la mayoría del espectro mediático nacional posee servicios de correo electrónico, se ha producido un incremento de la exigencia pública de los ciudadanos en cuanto a la rendición de cuentas de sus gobernantes.

Todavía están por crearse en aras del bien público las campañas y mensajes innovadores que refuercen las Metas del Milenio.

concepto de desarrollo humano, donde se reduzcan las brechas económica, del conocimiento y del acceso y uso de la tecnología. Se ha producido una evolución donde el ciudadano que concibió inicialmente al celular como un utensilio de voz, lo ha convertido también en un trasmisor de data. A partir del demostrado tráfico de los SMS (servicio de mensajes cortos), su viabilidad e impacto en el desarrollo humano dependerá de la concepción de un modelo innovador de altruismo rentista, que involucre gobierno, sector privado y comunidad.

Parece improbable un desarrollo de la TV-radio digital en Venezuela como componente del desarrollo humano. La “apropiación social” de esta tecnología estará supeditada a programas oficiales de subvención masiva que renueven los aparatos analógicos, y a la generación de contenidos digitales que promuevan la totalidad de las opciones humanas; deberán ser capaces de competir con la gratuidad, cobertura y programación con las que cuentan la radio y TV convencionales. Es recomendable insistir en el hecho de que no sólo Internet es la vía para la consecución de una política de intervención activa para el desarrollo humano. Al respecto, serían objeto de consideración la elaboración de programas educativos en *cd-rom* y la difusión televisiva por suscripción en Venezuela.

PRINCIPALES CIBERDIARIOS VENEZOLANOS DISPONIBLES

www.abril.com.ve
www.cambio.andes.com.ve
www.diarioelprogreso.com
www.el-aragueno.com
www.el-carabobeno.com
www.elimpulso.com
www.elmundo.com.ve
www.el-nacional.com
www.elhorte.com.ve
www.elorientalonline.com
www.elperiodiquito.com
www.elsiglo.com.ve
www.eluniversal.com
www.extra-digital.com
www.diariofrontera.com
www.horadigital.com.ve
www.diarioimpacto.com.ve
www.lahora.com
www.la-nacion.com.ve
www.razon.com
www.iglesia.org.ve/lareligion
www.laverdad.com
www.letrasenlinea.com.ve
www.meridiano.com.ve
www.notitarde.com
www.panodi.com
www.quintodia.com.ve
www.diario-el-sol.com
www.talcualdigital.com
www.ultimasnoticias.com
www.2001.com.ve

TELEVISORAS Y RADIOS NACIONALES EN LA RED

www.rctv.net
www.venevision.net
www.televen.com
www.globovision.com
www.meridianotelevisionbloquedearmas.com.ve
www.trt-tv.com
www.telecolor.com
www.unionradio.com.ve
www.kysfm.com
www.jazz955.com
www.mirumbera.com
www.reloj93.com
www.topnetradio.net
www.somoslaradio.com
www.radioscratch.com