

## Iberoamérica: retos, rezagos y oportunidades en el umbral de la convergencia digital

Participación en la Mesa 1. La convergencia digital.  
III Acta Internacional de la Lengua Española:  
"Una nueva era audiovisual y tecnológica".  
La Rábida – Huelva, abril de 2008.

Raúl Trejo Delarbre <sup>1</sup>

La convergencia digital expande, modifica, refuerza y a menudo enriquece, pero también acota con nuevas exigencias nuestras posibilidades para entender al mundo y relacionarnos con él. Gracias a ella tenemos acceso a mecanismos y espacios de comunicación multimediatícos, así como a una cantidad tan descomunal como inasible de información de toda índole. La convergencia digital ha sido definida, de manera breve, como "es el conjunto de procesos de transformación social, económica, organizativa y tecnológica que la digitalización está haciendo posible e impulsando <sup>2</sup>". También es posible entender sus alcances si reconocemos la imbricación profunda que tiene con la sociedad de la información. En otro sitio hemos considerado que "la sociedad de la información es resultado de dos desarrollos tecnológicos: la digitalización y las telecomunicaciones. Ellas hacen posible la existencia de Internet así como de otros dispositivos y sistemas de comunicación. A la creciente interdependencia de medios y formatos se la denomina convergencia tecnológica. Ejemplos de nuevos medios son el correo electrónico y la World Wide Web –que forman parte de ese medio de

---

<sup>1</sup> Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. [rtrejo@servidor.unam.mx](mailto:rtrejo@servidor.unam.mx); <http://lared.wordpress.com> ; <http://raultrejo.tripod.com>

<sup>2</sup> enter, Convergencia digital en España. Madrid, 2006. Disponible en: [http://www.enter.es/enter/file/espanol/texto/convergencia\\_digital\\_en\\_espana.pdf](http://www.enter.es/enter/file/espanol/texto/convergencia_digital_en_espana.pdf)

medios que es Internet- y, por otra parte, dispositivos como los teléfonos móviles -que además sirven como agenda, cámara fotográfica y reservorios de datos entre otras funciones- o los discos duros portátiles que, al estilo del iPod, permiten almacenar y reproducir música y archivos en diversos formatos”<sup>3</sup>.

Digital y/o tecnológica, esa convergencia nos permite ser multiusuarios de información y de los dispositivos necesarios para encontrarla, clasificarla, diseñarla, publicarla, recolectarla y acumularla, según sea el caso. Esos cambios tecnológicos, de los cuales Internet constituye la expresión y el eje más significativos, están modificando nuestras maneras de aprender, entender, relacionarnos e incluso disfrutar una creciente avalancha de bienes culturales. Conectados a nuestro iPod tenemos la posibilidad de almacenar música y oírla dondequiera pero, también -entre centenares de usos- de bajar la guía de cualquiera de los museos más importantes del mundo para escucharla mientras recorremos sus salas. Gracias a la cámara del teléfono móvil, cualquiera puede convertirse en informador y denunciador de los acontecimientos más variados. Las escuelas y profesores que no incorporan el empleo de la Red entre sus instrumentos de aprendizaje tienden a quedar rebasados por sus propios alumnos. En el plano de la política, ahora los candidatos responden en televisión a preguntas que la gente ha videograbado y colocado en YouTube, como sucedió en 2008 en las campañas por la presidencia de España y, antes, en las precampañas de los dos principales partidos políticos en Estados Unidos.

Rodeados, incluso asediados y ahitos de información, a menudo creemos que esos cambios son compartidos por todos o al menos la mayoría de nuestros congéneres. La ubicuidad y profusión de datos que

---

<sup>3</sup> Raúl Trejo Delarbre, *Viviendo en El Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*. Gedisa, Barcelona, 2006, p. 34.

recibimos, aprovechamos o sufrimos, según sea el caso, tiene entre otras la consecuencia de suscitar una apariencia de exuberancia universal. Vivimos circundados por tanta información, y por tan múltiples y maravillosos gadgets para enlazarnos con ella, que nos resulta fácil suponer que se encuentran diseminados uniformemente y por doquier.

Mirar al vaso medio vacío de la convergencia digital y de la sociedad de la información permite advertir rezagos y, también, reconocer a los bienes y al consumo informáticos entre los elementos de la inequidad contemporánea. La brecha digital, como se le ha denominado a la distancia que prevalece entre las comunidades o personas que cuentan con Internet y aquellas sin acceso a tal servicio, tiene expresiones globales y regionales. Al terminar 2007, únicamente 20% de la población mundial disponía de conexiones a Internet. Si miramos el vaso medio lleno podríamos admitir que casi la quinta parte de esta humanidad –nada menos que mil 320 millones de personas– disfrutaba de al menos algunos de los beneficios de la Red <sup>4</sup>. Si atendemos al flanco más que medio vacío, podemos subrayar que todavía había 80 de cada 100 habitantes de este planeta –casi 5 mil 300 millones– que no tenían esas posibilidades.

#### Más riqueza, más conexiones

Así, cada comparación no solamente es odiosa sino, además, desoladora y alarmante cuando se hurga en las insuficiencias que en materia de infraestructura –pero también de capacitación para utilizar estos recursos, producción de contenidos y sobre todo políticas públicas– mantienen una dilatada brecha digital. La sociedad de la información evidentemente no es para todos. Y no lo será durante un largo trecho que no franquearemos al menos en varias décadas.

---

<sup>4</sup> Internet World Stats. <http://www.internetworldstats.com> Información consultada y actualizada en marzo de 2008.

Una de las expresiones más elementales de ese rezago se encuentra en el dispar acceso al servicio telefónico. En 2006 en el mundo había 19.5 líneas telefónicas por cada cien habitantes. Pero ese promedio escondía desigualdades importantes. En Oceanía, contaban con 37 líneas de teléfono por cada cien personas. En Europa eran 41, en América 32.5 y en Asia, 15.7 líneas por cada millar de habitantes. En África en cambio, existían solamente 3.12 líneas de teléfono por cada centenar de personas <sup>5</sup>

Las alrededor de mil 320 millones de personas que al iniciar 2008 disfrutaban de alguna forma de conexión a Internet, significaban un monto considerable en comparación con los menos de 361 millones que teníamos en el año 2000. E inclusive, representaban un avance del 40% respecto de los 939 millones de usuarios que había en 2005 <sup>6</sup>. Durante los primeros 7 años de este siglo los internautas en todo el mundo se triplicaron. Pero ese ritmo de crecimiento no se mantendrá: en los países más desarrollados la mayor parte de la gente tiene ya distintas vías de acceso a la Red. Y en las naciones más pobres se está alcanzando el umbral constituido por aquellos que tienen recursos, interés y disposición para conectarse a Internet.

Los enlaces a Internet se distribuyen, igual que el resto de los bienes informáticos, de manera dispar. Si bien 18% de los habitantes de este planeta tiene acceso a ese recurso, en Estados Unidos y Canadá son 71%, en Oceanía 57%, en Europa más de 43%, en América Latina y el Caribe 22%, en Asia casi 14% y en África algo menos de 5%. De tal manera que en África, en donde se concentra más del 14% de la población del mundo, menos de 5 de cada 100 habitantes tienen acceso a Internet. En tanto en

---

<sup>5</sup> International Telecommunication Union, datos correspondientes a 2006 consultados en marzo de 2008 en <http://www.itu.int>

<sup>6</sup> Datos calculados a partir de diversas fuentes, especialmente la ya citada Internet World Stats.

Canadá y Estados Unidos, en donde vive el 5% de los habitantes del planeta, ese privilegio lo alcanza más de 70 de cada centenar de personas. Por eso resulta inevitable seguir hablando de brecha digital, aunque ese término comience a parecerles demodé a quienes quisieran solamente reparar en las sofisticadas y desde luego fascinantes novedades con las que continuamente nos sorprenden las empresas de tecnología informática.

La brecha digital no reproduce de manera mecánica las desigualdades nacionales y regionales pero se encuentra estrechamente emparentada con ellas. En todo el mundo hay experiencias novedosas y creativas de cómo distintos segmentos de la sociedad obtienen acceso a Internet y a otros recursos de la convergencia digital a través de proyectos públicos, colectivos y/o comunitarios. Cibercafés, centros de conexión digital, telecentros y otras modalidades, han sido desplegadas en toda América Latina con distintos resultados. Aun así, las tasas de acceso a la telefonía y a Internet son representativas de los ingentes rezagos que aun tienen por enfrentar las sociedades y los Estados en nuestros países.

Cuadro Uno Líneas telefónicas, acceso a Internet y PIB por habitante en países Iberoamericanos				
País	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes en 2006	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes en 2006	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes en 2006	PIB per cápita (dólares de Estados Unidos) en 2005
Argentina	24.17	6.97	20.91	\$ 4746

Bolivia	7.13	1.24	6.20	1028
Brasil	20.54	8.87	22.55	4742
Chile	20.20	6.65	25.24	7626
Colombia	16.98	1.92	14.49	2696
Costa Rica	30.72	3.62	27.61	4627
Cuba	8.61	0.14	2.13	1674
Ecuador	13.07	1.54	11.54	2811
El Salvador	14.81	1.00	10.00	239
España	45.8	16.57	42.83	26599
Guatemala	10.49	---	10.22	2534
Honduras	9.69	0.39	4.67	1162
México	18.33	4.43	18.98	7173
Nicaragua	4.43	0.42	2.77	841
Panamá	14.85	2.63	6.69	4791
Paraguay	5.25	1.03	4.13	1214
Perú	8.46	3.62	22.89	2838
Portugal	40.15	15.00	30.25	17740
Puerto Rico	26.24	6.63	23.15	11519
República Dominicana	9.94	1.88	15.92	3897
Uruguay	28.31	6.10	20.55	5112
Venezuela	15.76	2.79	15.21	4164

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la International Telecommunication Union consultada en marzo de 2008.

El Cuadro Uno compara la cantidad de líneas telefónicas convencionales con el porcentaje de acceso a Internet y el PIB por habitante en 20 países de América Latina, además de España y Portugal. Los contrastes son muy elocuentes y se puede apreciar una relación, no siempre constante, entre la riqueza que se produce en cada país y la disponibilidad de los recursos telefónicos y de acceso a Internet. Cabe recordar que el Producto Interno Bruto es un indicador del desarrollo

económico pero no necesariamente del bienestar en cada país porque, como sucede en la mayor parte de las naciones latinoamericanas, la concentración de muchos recursos en pocas manos se traduce en situaciones de desigualdad e incluso marginación sociales. Con todo, el Cuadro Uno permite apreciar disparidades nacionales y regionales en el acceso a los mencionados bienes comunicacionales. Los países de la tabla con mayor PIB por habitante, España y Portugal, tienen también más líneas telefónicas y enlaces de Internet por persona. Y en América Latina Puerto Rico y Chile, que alcanzan un PIB de 11500 y 7600 dólares anuales por habitante en números redondos, son de los países con tasas de acceso a Internet más altas en la región.



Ilustración 1 DAFO convergencia digital

Una comparación adicional, que incorpora el uso de teléfonos móviles o celulares, se presenta en el Cuadro Dos. Resulta evidente la acelerada expansión que, igual que en todo el mundo, ha tenido la telefonía de esa índole en casi toda América Latina. Gracias a los celulares, el acceso al

servicio telefónico se ha multiplicado. Desde luego, hay personas que tienen más de un teléfono y, por otra parte, en esos datos no se toma en cuenta la significativa cantidad de suscripciones de telefonía celular que van quedando suspendidas conforme los usuarios cambian de línea. Con todo, en países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Uruguay se puede considerar que gracias al celular más de la mitad de la población tiene acceso a la telefonía. Hay situaciones notables como la de El Salvador, que teniendo una de las economías más débiles de la región alcanza más de 55 suscripciones de teléfonos móviles por cada 100 habitantes. Y se confirman rezagos como el de Cuba, con apenas algo más de una línea celular por cada centenar de sus habitantes.



Cuadro Dos			
Suscriptores de telefonía alámbrica y celular en Iberoamérica			
País	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes en 2006	Suscriptores de teléfono celular por cada 100 habitantes en 2006	Total de suscriptores de telefonía por cada 100 habitantes en 2006
Argentina	24.17	80.52	104.69
Bolivia	7.13	30.75	37.87
Brasil	20.54	52.90	73.44
Chile	20.20	75.62	95.82
Colombia	16.98	64.31	81.30
Costa Rica	30.72	32.82	63.54
Cuba	8.61	1.35	9.97
Ecuador	13.07	63.23	76.30
El Salvador	14.81	55.03	69.85
España	45.81	106.39	152.20
Guatemala	10.49	55.60	66.10
Honduras	9.69	30.44	40.13
México	18.33	52.63	70.97
Nicaragua	4.43	32.68	37.11
Panamá	14.85	66.14	81.00
Paraguay	5.25	51.31	56.56
Perú	8.46	30.91	39.37
Portugal	40.15	115.95	156.10
Puerto Rico	26.24	84.80	111.04
República Dominicana	9.94	51.05	61.00
Uruguay	28.31	66.83	95.14

Venezuela	15.76	69.04	84.79
-----------	-------	-------	-------

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la International Telecommunication Union consultada en marzo de 2008.

### Acceso caro y desigual

No basta, sin embargo, la cantidad de conexiones. Otra de las limitaciones que existen para el desarrollo pleno de la convergencia digital, y de las capacidades de comunicación y apropiación cultural que implica, se encuentra en el precio y la calidad de los accesos a esa información. El acaparamiento de recursos informáticos o el simple acceso a ellos tiende a reforzar a las élites –económicas, sociales, profesionales, culturales– que ya existen pero también crea otras nuevas. La brecha digital cruza a nuestros países y multiplica, a la vez que acota, rezagos culturales y sociales. Algunas naciones e incluso zonas del mundo entendieron a tiempo la importancia de promover la propagación de Internet de manera coordinada y con prioridades establecidas por sus estados. Otras, dejaron ese desarrollo a la deriva de los intereses mercantiles. Hoy en día el interés o la desidia de los estados y sus sociedades en estos asuntos, se traduce en condiciones muy dispares para el acceso a Internet, entre otros bienes tecnológicos. Los países de economías más desarrolladas, en donde a pesar de la enorme influencia de las grandes corporaciones industriales hay regulación de los mercados y promoción de la competencia, tienen precios de acceso a Internet sustancialmente más bajos que las naciones más pobres, en donde las normas para estimular la diversidad en la oferta ante los potenciales usuarios no han existido o no han sido suficientes.

En 2004, el costo de 20 horas de acceso doméstico a Internet era, en promedio, de 24 dólares en los países de Asia, 29 dólares en Europa, 31 en

el Continente Americano, 58 en Oceanía y 62 en África <sup>7</sup>. Aunque en los países más pobres hay gente que accede a Internet sin pagar por ello en bibliotecas, universidades o telecentros, el costo por la conexión es altamente significativo y expresa un círculo vicioso: mientras más caro resulta, dicho servicio será más impracticable para la mayoría de las personas; y mientras más difícil sea el acceso, menor posibilidad habrá de que un mayor número de usuarios permita abatir los precios. Menos usuarios de servicios informáticos implica, sobre todo, mayores rezagos culturales y desde luego, sociales.

Existen grandes diferencias entre enlazarse a Internet con una computadora que trabaja con un procesador 486 –creado en 1989– y un Intel de cuatro núcleos que era comercializado ya en 2007. La capacidad de cada uno de esos microcomponentes al trabajar con los datos que recibe el ordenador podría significar horas de diferencia para bajar archivos multimedia de Internet. Con un procesador antiguo, por ejemplo, es impensable navegar en sitios de video como YouTube. Lo mismo sucede con la velocidad de las conexiones. Los antiguos enlaces por módem telefónico, conocidos como dial up, alcanzaban velocidades de transmisión de datos que han sido decuplicadas e incluso centuplicadas por las conexiones de banda ancha. La brecha digital ahora se manifiesta en la velocidad de acceso e, inevitablemente, en el precio que se paga por enlaces rápidos.

A la insuficiencia de conexiones, se añade la persistencia de precios altos por los servicios de Internet en toda América Latina. En algunos países la ausencia de competencia –pues el mercado se encuentra dominado por uno o dos proveedores– y especialmente la inexistencia de regulaciones

---

<sup>7</sup> International Telecommunication Union, World Telecommunication Development Report 2006. Ginebra, 2006. cit., pp. 160 y ss.

estatales que intervengan en esos costos, propician que tengamos una Internet más cara que en otras regiones del mundo.

Uno de los factores que limita la propagación de la convergencia digital en sus diversas expresiones y usos, es el costo de las conexiones. El Cuadro Tres muestra el precio de 20 horas de conexión a Internet en una veintena de países. Se trata de datos recabados entre 2004 y 2006 por la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Si se les compara con el Cuadro Uno, podrá apreciar una relación muy clara entre el costo y la cantidad de personas que en cada país tienen acceso a Internet. Los precios que aparecen registrados en el Cuadro Tres seguramente han variado en la medida en que la infraestructura y el mercado se desarrollan en cada país. Pero son un parámetro para contrastar por una parte la disparidad de costos de un país a otro y al mismo tiempo, con datos que se presentan más adelante, la desventaja que padecen los usuarios latinoamericanos de servicios de conexión digital que deben pagar tarifas más altas que en otras zonas del mundo.

Cuadro Tres Costo del acceso a Internet en países de Iberoamérica. Precio, en dólares de EU, por 20 horas de conexión. Agosto de 2004.	
Haití	130
Cuba	67.50
Nicaragua	53.4
Guatemala	53.07
Honduras	37.46
Portugal	37.04
Panamá	36.83
Perú	32.67

Paraguay	31.22
España	25.24
Ecuador	30.0
Costa Rica	24.63
El Salvador	24.38
Brasil	21.95
Chile	21.71
México	19.31
Colombia	18.43
Argentina	18.37
Uruguay	15.85
Venezuela	11.78
Fuente: International Telecommunication Union, World Telecommunication /ICT Development Report. Geneva, 2006.	

Un panorama menos amplio, pero con datos más recientes, aparece en el Cuadro Cuatro. Allí se muestra el precio que tiene el acceso a una conexión de banda ancha, de mil kbps, en una decena de países iberoamericanos. Se trata de información recopilada en 2007. El precio más bajo, en Argentina, puede explicarse debido a la competencia entre proveedores de servicios de conexión que hay desde 2006. En cambio en los países con pocas opciones para los consumidores de Internet –Perú y México, entre otros– los costos se mantienen altos.

Cuadro Cuatro		
Costos de la conexión a Internet por banda ancha en algunos países Iberoamericanos.		
Precio en dólares de la conexión mensual por 1000 kbps		
Argentina	78.53 pesos	\$ 25.3 U.S. dlls.
Brasil	80 reales	41

Chile	32990 pesos	61
Colombia	99000 pesos	40
Costa Rica	35 dlls.	35
España	37 euros	50
México	599 pesos	53
Perú	229 soles	72
Portugal	25 euros	33
Uruguay	1260 pesos	51
Fuente: Indagación propia en mayo de 2007. Tipo de cambio en esa misma fecha. Los precios incluyen impuestos. Se trata, en todos los casos, de conexiones ADSL.		

Una política cultural interesada en el empleo de la Red tendría que reconocer esta otra dimensión de la brecha digital que constituye la calidad de las conexiones. En numerosos países los usuarios todavía tienen que conformarse con enlaces dial up, a través del teléfono. O, si desean conexiones de banda ancha, deben pagar precios elevados. Esas condiciones determinan las dificultades para que en América Latina el acceso a conexiones de calidad sea privilegio de unos cuantos.

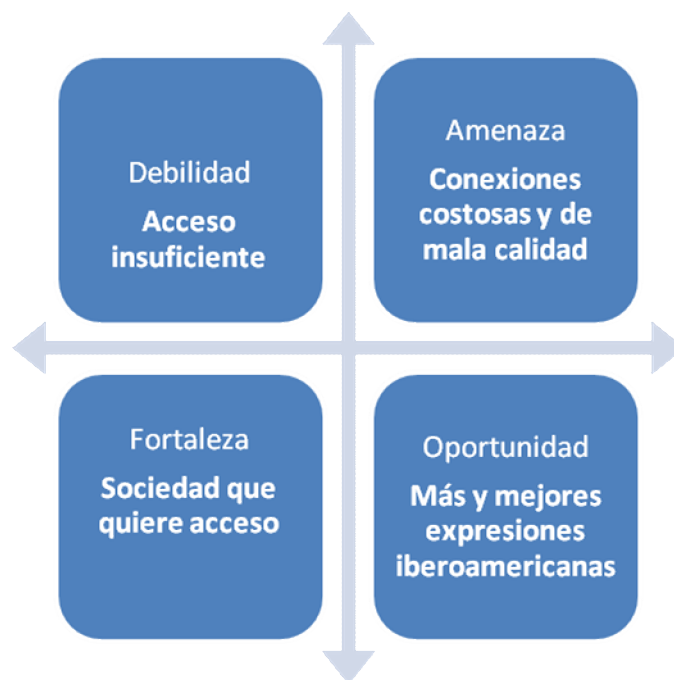


Ilustración 2 DAFO brecha digital

El Cuadro Cinco muestra la marcada diferencia que hay en España y Portugal en comparación con el resto de Iberoamérica en lo que toca a conexiones de banda ancha. En los mencionados países europeos más del 14% de los ciudadanos contaban en 2006 con enlaces de banda ancha (y esa era, en el contexto europeo, una tasa modesta en comparación con los 32 ciudadanos de cada 100 que había en Dinamarca y Holanda, los 27 de Finlandia o los 21 de Francia). En América Latina la tasa más alta se encontraba en Chile con más de 5% de habitantes con ese servicio, seguido de Argentina con algo más del 4% y Uruguay y Brasil con algo más del 3%. En cambio Bolivia tenía apenas dos conexiones de esa índole por cada mil habitantes, Paraguay 2.5 y Nicaragua 3. En casi toda la región se puede advertir un proceso de mejoría en la calidad, paralelo a la concentración geográfica y social de las conexiones: cada vez hay más usuarios de Internet que acceden a la banca ancha, pero la cantidad de suscriptores a cualquier forma de conexión a la Red no crece de la misma manera. Cabe recordar que una conexión suele servir para varios usuarios,

de tal forma que no hay que confundir el porcentaje de ciudadanos que tienen contratado un enlace a Internet con la cantidad de aquellos que disfrutan de acceso a ese servicio aunque no se encuentre documentado a su nombre.

Cuadro Cinco			
Suscriptores de Internet de banda ancha en Iberoamérica			
País	Suscriptores de Internet de banda ancha (2006)	Suscriptores de Internet de banda ancha por cada 100 habitantes (2006)	Porcentaje de suscriptores de banda ancha sobre total de suscriptores a Internet (2006)
Argentina	1 583 700	4.05	58 %
Bolivia	17 600	0.19	15
Brasil	5 921 900	3.14	36
Chile	836 900	5.08	76
Colombia	628 100	1.36	71
Costa Rica	96 700	2.20	61
Ecuador	141 000	1.05	54
El Salvador	61 500	0.88	88
España	6 690 700	15.42	93
Guatemala	27 100	0.22	n.d.
Honduras	-----	-----	-----
México	3 093 800	2.86	64.4
Nicaragua	19 000	0.34	80.5
Panamá	18 200	0.55	21
Paraguay	16 000	0.25	24.6
Perú	484 900	1.71	47
Portugal	1 425 600	13.52	90.1
Puerto Rico	118 300	2.99	46.2
República	108 600	1.20	64



Dominicana			
Uruguay	106 600	3.06	50.1
Venezuela	537 000	1.97	70.7
Fuente: Elaboración propia a partir de información de la International Telecommunication Union consultada en marzo de 2008.			

#### Sitios preferidos por los internautas iberoamericanos

La convergencia digital se traduce en usos culturales y sociales –también mercantiles– muy variados. Todavía está por definirse en qué medida el empleo de los dispositivos tecnológicos que resultan del encuentro de las telecomunicaciones con la codificación binaria de contenidos influye en la información, la educación, en conocimiento o simplemente el ocio de las personas. Internet, especialmente, pareciera encontrarse en una fase de transición de los rudimentos iniciales que hacía falta aprender y adquirir para enlazarse a ella y navegar entre uno y otro sitio web y la utilización natural, instintiva casi, que hacen de ella las nuevas generaciones que están naciendo y creciendo en un ambiente en donde ese recurso es habitual.

Las rutinas y preferencias de los usuarios de la Red se encuentran en constante cambio pero en todo momento indican tendencias relacionadas tanto con los intereses directos de quienes tienen acceso a Internet como con la oferta de contenidos que encuentran en ella. No es sorprendente el hecho de que las zonas más visitadas de la Red sean aquellas que dependen de empresas comerciales y, antes que nada, los sitios que permiten realizar búsquedas de contenido en Internet. Quizá sí lo es la escasa presencia, entre las prioridades de los internautas, de sitios de contenido cultural e incluso de información general.

El Cuadro Seis recoge información de los 15 sitios en español más visitados. Se trata de una estimación que hemos realizado partiendo del índice que establece la empresa Alexa y con un cálculo del promedio de visitantes diarios que debe tomarse únicamente como indicación de

tendencias generales. En las notas del cuadro se explica brevemente la metodología de donde resultan tales estimaciones.

Cuadro Seis					
Los sitios en Internet en español más visitados – Marzo de 2008					
Sitio y características	Índice Alexa (1)	Alcance (2)	Visitantes diarios (3)	País de origen (4)	Visitantes procedentes del país de origen (%) (5)
1. Google Chile – Buscador <a href="http://www.google.cl">http://www.google.cl</a>	21	2.59 %	34.2 millones	Chile	98.1%
2. Google España – Buscador <a href="http://www.google.es">http://www.google.es</a>	25	1.98%	26.13 millones	España	46.9%
3. Google México- Buscador <a href="http://www.google.com.mx">http://www.google.com.mx</a>	30	1.58 %	20.85 millones	México	97.2 %
4. Google Venezuela – Buscador <a href="http://google.co.ve">http://google.co.ve</a>	45	1.24%	16.4 millones	Venezuela	98.9%
5. Google Argentina – Buscador <a href="http://google.com.ar">http://google.com.ar</a>	46	1.33 %	17.6 millones	Argentina	93.3 %
6. Google Perú – Buscador <a href="http://www.google.com.pe">http://www.google.com.pe</a>	55	1.06 %	13.9 millones	Perú	98.2%
7. ¿Sexy o no? – Búsqueda de amistades	97	0.39%	5.15 millones	Estados Unidos	0.8% (6)

<a href="http://www.sexyono.com">http://www.sexyono.com</a>					
8. Sónico.com – Creación de redes de amigos <a href="http://sonico.com">http://sonico.com</a>	119	0.82 %	10.8 millones	Argentina	12 %
9. Softonic – Software y asesoría en computación <a href="http://www.softonic.com">http://www.softonic.com</a>	128	0.84 %	11.1 millones	España	5.5%
10. Vagos.es - Foros de discusión <a href="http://www.vagos.es">http://www.vagos.es</a>	131	0.63 %	8.3 millones	España	11.6%
11. Terra Chile – Portal de servicios de Internet <a href="http://www.terra.cl">http://www.terra.cl</a>	135	0.49 %	6.47 millones	Chile	96 %
12. Google Uruguay – Buscador <a href="http://google.com.uy">http://google.com.uy</a>	166	0.42 %	5.55 millones	Uruguay	93 %
13. Minijuegos – Juegos de computadora en línea. <a href="http://minijuegos.com">http://minijuegos.com</a>	169	0.45 %	5.9 millones	España	6.1% (7)
14. Google Costa Rica – Buscador. <a href="http://www.google.co.cr">www.google.co.cr</a>	184	0.38%	5 millones	Costa Rica	97 %
15. Mercado libre México. Subastas en línea. <a href="http://mercadolibre.com.mx">http://mercadolibre.com.mx</a>	185	0.49 %	6.46 millones	México	81.5 %
16. Mercado libre Argentina - Subastas en línea. <a href="http://mercadolibre.com.ar">http://mercadolibre.com.ar</a>	198	0.43%	6 millones	Argentina	77 %
17. Google Ecuador – Buscador. <a href="http://www.google.com.ec">http://www.google.com.ec</a>	203	0.33 %	4.35 millones	Ecuador	99 %
18. Las Últimas Noticias <a href="http://www.lun.com">http://www.lun.com</a> Diario de corte popular	206	0.42%	5.5 millones	Chile	98 %
19. Música.com – Letras y videos de canciones. <a href="http://musica.com">http://musica.com</a>	213	0.46%	6 millones	España	1.5% (8)

20. Google Puerto Rico. Buscador. <a href="http://google.com.pr">http://google.com.pr</a>	217	0.37%	4.9 millones	Puerto Rico	97 %
--	-----	-------	--------------	-------------	------

#### Notas

(1) Esta clasificación y los datos que la acompañan han sido calculados a partir del índice de la empresa Alexa ([www.alexa.com](http://www.alexa.com)) que evalúa el tráfico en sitios web registrado en la barra de herramientas con la cual realizan búsquedas los usuarios de ese servicio. La ubicación en el índice proviene de los registros levantados en un lapso de tres meses combinados con la cantidad de páginas visitadas por los usuarios de cada sitio. La consulta de estos datos fue realizada el 27 de marzo de 2009.

(2) El alcance es el porcentaje de visitantes que tuvo, diariamente, ese sitio respecto de los usuarios de Internet, promediado con la cantidad de páginas vistas en cada sitio. Se trata de un promedio de los tres meses más recientes.

(3) Los visitantes diarios son una estimación nuestra a partir del alcance indicado en la clasificación de Alexa. Se trata de un cálculo a partir de la existencia de 1320 millones de usuarios de Internet en el primer trimestre de 2008.

(4) El país de origen fue determinado a partir de la información contenida en cada uno de esos sitios. Cuando no la hubo consultamos los datos del registro de ese dominio en la Internet en el servicio [www.uwhois.com](http://www.uwhois.com)

(5) Se trata del porcentaje de visitas que se realizan a cada sitio desde el país en donde de acuerdo con la información que encontramos se produce o diseña la información contenida en él.

(6) De los usuarios de [www.sexyono.com](http://www.sexyono.com) el 17.5% se encuentra en Chile, el 16.5% en Venezuela, el 13.1% en México y el 11% en Argentina.

(7) De los usuarios de <http://minijuegos.com> el 29% se encuentra en Chile, el 13% en Argentina, el 12.6% en Venezuela y el 8% en México.

(8) De los usuarios de <http://musica.com> el 23% se encuentra en Chile, el 13% en México, el 11% en Colombia, el 10% en Venezuela y en 9% en Argentina.

Con datos como los anteriores se puede establecer que los usuarios en nuestros países prefieren visitar sitios nacionales, que les ofrezcan información local. Aunque su cobertura es global, la Red tiene usos en buena medida relacionados con el entorno inmediato de quienes consultan y obtienen contenidos en ella. Varios de los sitios más importantes en la navegación de los internautas hispanoamericanos conducen, precisamente, a páginas y sitios locales. La hegemonía del

buscador Google, en sus diferentes versiones nacionales, resulta impresionante.

En la relación de los 20 sitios en español más visitados se puede apreciar el desarrollo de nuevos espacios de expresión e incluso hábitos de consumo a partir de algunas de las singularidades de la Red. En el primer caso tenemos la creciente consulta de sitios para encontrar amistades y, aunque no se encuentra registrado en la tabla anterior porque no pasa por la WWW, el empleo de programas de conversación sincrónica como el Messenger. En el segundo, la concurrencia a subastas virtuales. De esos 20 sitios más visitados en nuestra lengua, 5 se originan en España. Llama la atención el hecho de que los usuarios de 4 de ellos sean fundamentalmente latinoamericanos. Tres sitios se originan en Chile y otros tantos en Argentina.



Ilustración 3 DAFO contenidos en sitios WWW

### La brecha educativa

En las páginas anteriores hemos ofrecido algunas miradas, desde diferentes ángulos, al desarrollo de la convergencia digital y de la

apropiación que se hace de ella en Iberoamérica. Hemos insistido en la limitación ingente que significan las diferentes implicaciones de la brecha tecnológica, tanto en la insuficiente cobertura de las redes digitales como en la deficiente calidad que pueden padecer. Vale la pena también recordar, aunque pudiera ser evidente, que la brecha más importante para el aprovechamiento cabal de la información y los bienes culturales que circulan en la Red es, antes que nada, de índole educativa. Para acceder a un sitio de Internet no solamente hacen falta conexiones y equipo. También es preciso saber utilizarlo. Sin embargo en algunos países latinoamericanos los índices de analfabetismo entre la población adulta siguen siendo altos, como se aprecia en el Cuadro Siete. Frente al analfabetismo de únicamente el 1.4% en Argentina y 4% en Chile, tenemos rezagos mucho más dramáticos como el 22% de Nicaragua y el 32% de Guatemala, en ambos casos con datos de 2001.

Cuadro Siete		
Analfabetismo en América Latina		
Porcentaje de analfabetos sobre la población de 15 años y más		
País	Año	Tasa
Argentina	2003	1.4 %
Bolivia	2002	12.7
Brasil	2001	12.4
Chile	2000	4.0
Guatemala	2001	31.7
Honduras	2001	18.7
México	2000	9.8
Nicaragua	2001	22.2
Paraguay	2000	9.4
Perú	2000	11.4

Fuente: Elaborado a partir de datos de SITEAL, Sistema de Información de

El rezago educativo no solamente alcanza a quienes no han tenido oportunidad de aprender a leer y escribir. También es patente en los limitados índices de escolaridad que hay en distintas zonas de América Latina. El Cuadro Ocho muestra el porcentaje de la población mayor de 15 años que no concluyó la enseñanza primaria. Además de los rezagos en varias naciones centroamericanas, se puede apreciar el enorme esfuerzo que todavía tienen por desarrollar en ese campo países como Brasil y Bolivia.

---

Cuadro Ocho  
Nivel educativo en América Latina  
Porcentaje de la población de 15 años y más con nivel educativo hasta  
primario incompleto

País	Año	Tasa
Argentina	2003	10.4 %
Bolivia	2002	40.3
Brasil	2001	44.9
Costa Rica	2000	25.3
Chile	2000	21.4
Guatemala	2001	61.2
Honduras	2001	45.2
México	2000	27.9
Nicaragua	2001	48.9
Paraguay	2000	35.0
Perú	2000	25.8
Uruguay	2002	13.7

Fuente: Elaborado a partir de datos de SITEAL, Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina. [www.siteal.iipe-oei.org](http://www.siteal.iipe-oei.org)

---

Los datos de los Cuadros Siete y Ocho pretenden que no olvidemos las carencias de índole distinta a la específicamente tecnológica cuando nos preguntamos qué beneficiarios y con qué usos podrán tener las redes de comunicación y los contenidos que se propagan gracias a la convergencia digital. Desde luego para hablar por celular o escuchar música en un iPod no hace falta contar con un grado escolar específico y ni siquiera se requiere saber leer y escribir. Desde otro punto de vista, la facilidad de manejo de estos dispositivos los hace accesibles a casi cualquier usuario. Pero mientras más y mejor capacitación formal tenga una persona mayores serán sus posibilidades para lograr una utilización creativa y provechosa de tales instrumentos para obtener y difundir información.



Ilustración 4 DAFO escolaridad

### Híbrido espacio cultural

La convergencia digital se ha convertido en el motor cultural y social de la globalización contemporánea. Más que la apertura de mercados y la



transnacionalización de capitales, pero junto con ellos, la propagación de mensajes más allá de cualquier frontera geográfica o política y la homogeneidad de muchos de esos contenidos han significado un cambio drástico en la apreciación que la gente tiene acerca de sí misma y del mundo en el que vive.

La apreciación catastrofista, que le asigna a la globalización un carácter esencialmente perverso, sirve de poco para entender esos cambios pero, además, conduce a una parálisis analítica y política porque al subrayar solamente sus consecuencias indeseables llega a magnificar e incluso a mitificar los efectos de la internacionalización económica y cultural. La apreciación complaciente, que busca solamente los rasgos virtuosos de un proceso que encierra profundas desigualdades sociales e incluso las acrecienta, tampoco es el enfoque más adecuado en el plano del análisis intelectual ni en el terreno de la elaboración de políticas públicas.

Esa globalización cultural, dinamizada por la convergencia digital, es un proceso abierto, constante, contradictorio e inacabado. No surge de manera súbita. Tampoco conduce a la suplantación drástica de las culturas nacionales y locales. Se trata, más bien, de una sucesión de inter-influencias mutuas, de una serie de hibridaciones como ha sugerido, entre otros, Néstor García Canclini. En ese proceso las culturas nacionales y locales ceden algo de espacio a los contenidos de carácter global –que son fundamentalmente, aunque no de manera exclusiva, de índole estadounidense–. Pero al mismo tiempo un segmento de los valores, rasgos y tradiciones de las culturas locales y nacionales comienza a formar parte de la que, en aras de la descripción breve, podemos denominar como cultura global. Así, en el uso y la propagación del idioma español, nos encontramos con un proceso de interacciones: nuestra lengua, que en tanto que viva y dinámica es susceptible de experimentar influencias numerosas, cambia constantemente. Y a la vez no solo el idioma, sino junto

con él las culturas de los países en donde se habla español, influyen en la cultura global que se difunde especialmente por medios que se propagan gracias a la convergencia digital.

En el espacio cultural iberoamericano concurren, de esa manera, contenidos de toda índole. Allí hay sitio para las culturas locales al mismo tiempo que para expresiones de la cultura transnacional que irradian los medios de comunicación. En todos nuestros países, así como en otras regiones del mundo, la gente se entretiene mirando series estadounidenses como *Los Soprano*, *24* y *Sex and the city* pero también aplaude la música y la figura de Shakira, las composiciones de Chico Buarque, las caracterizaciones de Penélope Cruz y Antonio Banderas, las canciones de Luis Miguel o las jugadas del Barça y el Real Madrid. Los contenidos hispanoamericanos forman parte del caudal que circula en los medios de comunicación de dimensiones globales. Eso no significa que toda nuestra idiosincrasia ni todas nuestras costumbres estén siendo determinantes en esa cultura global.

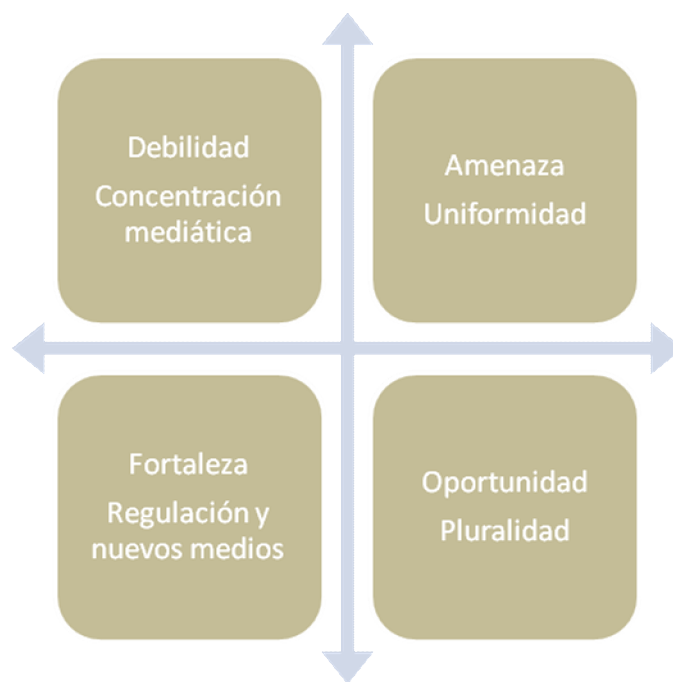


Ilustración 5 DAFO medios de comunicación

En esa avalancha de contenidos se amalgaman expresiones, características y tradiciones de numerosas culturas regionales y nacionales. Al mismo tiempo, por lo menos hasta ahora, las culturas locales y regionales se mantienen gracias a que forman parte de la gente que las nutre y reproduce. La convergencia digital facilita e intensifica esos procesos de amalgama cultural pero, además, propicia nuevas formas de consumo, generación y apropiación de contenidos. Por una parte, los medios que se difunden gracias al desarrollo digital llevan hasta las audiencias más diversas los contenidos de la heterogénea pero omnipresente cultura global. En segundo término permiten algunas formas de intercambio e interactividad que la gente aprovecha para ampliar sus redes de relaciones personales y, en ocasiones, para propagar sus propias creaciones culturales. En tercer lugar, esas nuevas tecnologías hacen posible la reproducción de muchos de esos contenidos por mecanismos de apropiación y circuitos de distribución paralelos y en ocasiones contradictorios con el mercado institucional –la reproducción y distribución de archivos de vídeo y música más allá del copyright tiene delicadas implicaciones legales pero, al mismo tiempo, se ha convertido en una peculiar pero efectiva forma de democratización del consumo cultural–. Esas son algunas de las principales transformaciones que está suscitando la convergencia tecnológica a la que, como hemos venido insistiendo, amplias franjas de nuestras sociedades llegarán tarde o quizá, incluso, no llegarán en absoluto.

Influido y constantemente modificado por la cultura global, el espacio hispanoamericano tiene rasgos que lo singularizan. El primero de ellos es, desde luego, el idioma. El sustrato común que significa el español permite que se mantengan constantes flujos de bienes culturales, mantiene un contexto compartido y, sobre todo, les da a nuestros países una identidad

común. Sin embargo ese sustrato que significa la lengua no es apuntalado con el interés y los recursos que harían falta para sustentar ese asidero de nuestra identidad compartida. Los proyectos bibliográficos, comunicacionales, periodísticos, artísticos y/o cinematográficos que podrían desarrollarse para promover contenidos y la lengua común en estos países, siguen resultando escasos. Ante la insuficiencia de políticas nacionales y regionales de suficiente calado, la identidad común en nuestras naciones es promovida fundamentalmente por los grandes medios de comunicación de masas. En la mayoría de ellos, como es de suponerse, la producción de contenidos no suele estar orientada por la calidad sino por la búsqueda de rendimientos financieros.

En nuestros países la mayor parte de la sociedad depende, para su consumo mediático, de los canales de televisión abierta; el acceso a plataformas de televisión satelital, o por cable, sigue siendo un privilegio al que tienen acceso segmentos aun minoritarios de la población o, en otros casos, solamente los habitantes de las grandes zonas urbanas. Internet no ha llegado a ser un auténtico contrapeso a la hegemonía comunicacional de los medios tradicionales. En la mayor parte de América Latina, como apuntamos antes, las tasas de acceso a la Red todavía son inferiores al 25% de la población. Los contenidos en español se han incrementado pero no tanto como los que se propagan en otras lenguas en la Red de redes. La creación de tales contenidos para Internet ha quedado fundamentalmente supeditada al interés mercantil o al afán comunicativo de pequeños y a veces aislados grupos de usuarios. En pocos países latinoamericanos (Brasil y Chile, destacadamente) ha existido una política estatal para impulsar el desarrollo tanto de la cobertura como de contenidos nacionales en Internet. Y si las políticas nacionales en ese terreno han escaseado, mucho mayor es la ausencia de políticas regionales para Internet.

En ausencia de contrapesos y junto con el declive en la presencia social de otros actores públicos (como las instituciones del Estado, o los partidos políticos) la influencia social de los medios tradicionales ha crecido tanto que, en ocasiones, rivaliza con los poderes establecidos. No resultó sorprendente, por ello, que el Informe sobre la Democracia en América Latina que el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo presentó en 2004 haya identificado a los medios de comunicación entre los poderes fácticos más influyentes pero también más contradictorios en esta región <sup>8</sup>.

Contrastes, opciones, desafíos

¿Fortalezas y debilidades? ¿Amenazas y oportunidades? Enumerarlas una frente a la otra puede esclarecer el panorama que la convergencia digital significa hoy en día para el desarrollo cultural y de esa manera social de las naciones iberoamericanas. Pero también puede inducir a una visión esquemática y polarizada debido a la rigidez de ese esquema. En todo caso, cabe insistir en que las posibilidades de la convergencia digital son parte de los procesos de transformación, remodelación, extensión, apropiación e incluso involución que hay en la relación entre las sociedades de nuestros países y sus entornos culturales.

Debilidades. Si se les puede llamar así para la industria de la convergencia digital, que suele encontrarse esencialmente en manos privadas independientemente del margen regulatorio que mantengan o pretendan los estados nacionales, entre las debilidades que esa situación implica se encuentran el acaparamiento que hacen de las frecuencias de

---

<sup>8</sup> Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos. Buenos Aires, 2004. En ese documento se subraya: (la) "gran influencia de los medios es vista como parte del aumento de los controles que han permitido democratizar el ejercicio del gobierno, pero también, según lo perciben principalmente los políticos consultados, como una restricción al proceso democrático. Los medios tienen la capacidad de generar agenda, de predisponer a la opinión pública a favor o en contra de diferentes iniciativas y de erosionar la imagen de figuras públicas mediante la manipulación de denuncias".

transmisión –hay muchos canales en pocas manos– y, por lo tanto, el monopolio que ejercen sobre las audiencias. En el campo de las telecomunicaciones, la concentración de muchos recursos en pocas empresas suele traducirse en tarifas altas, conexiones no siempre de buena calidad y frecuente incapacidad de los usuarios para asumirse como auténticos consumidores –con deberes pero sobre todo con derechos– de tales servicios.

Las limitaciones de los usuarios para ser reconocidos como ciudadanos y no únicamente como clientes, van de la mano con la distancia que se mantiene entre la demanda necesaria y la cobertura real de los servicios ligados a la convergencia digital. La brecha que se mantiene tanto en el acceso y la infraestructura como en la disparidad en la educación para con-vivir con estas tecnologías y la calidad de los servicios correspondientes, se ha añadido a otros rezagos en las condiciones materiales así como en las oportunidades para el desarrollo cultural, en el sentido más amplio del término, en muchos países latinoamericanos. Débiles de por sí la mayor parte de esas economías, sus rezagos en materia de cobertura digital con frecuencia incrementan la marginación de los sectores más desprotegidos en sus sociedades.



Ilustración 6 DAFO ciudadanía

De allí varias de las amenazas que se pueden identificar junto a tales disparidades. La primera de ellas radica en que, marginados de los nuevos medios, muchos de los habitantes de estos países sigan dependiendo, para su consumo cultural y en materia de información, de los contenidos que producen las metrópolis mediáticas, fundamentalmente estadounidenses, que suelen acaparar espacios en la televisión.

El entre 75% y 80% de los latinoamericanos que aun no tiene acceso Internet continuará atado a los medios convencionales. La segunda amenaza radica en las limitaciones, simplificaciones y deformaciones que el empobrecimiento de la cultura social y popular signifique para nuestras sociedades y especialmente para bastiones de su identidad y patrimonio culturales como el que constituyen el uso y la riqueza de nuestro idioma. Una tercera amenaza se encuentra en la escasa o dudosa calidad de los contenidos (así como los intereses, valores y prácticas) que difunde la mayoría de los sitios en español de mayor audiencia en Internet.

Entre las fortalezas de este panorama se puede mencionar, por mucho que parezca evidente, la opulencia y la vitalidad de las culturas que se

practican y extienden en los países en donde el español es la lengua principal. Parte de esa energía radica en la creatividad tanto del quehacer cultural en las más variadas actividades como en el ingenio con que las sociedades de nuestros países adaptan las tecnologías digitales.

Especialmente, aunque este no es un rasgo exclusivo de los países que hablan castellano, el interés de los jóvenes para conocer, obtener y utilizar las nuevas tecnologías puede constituirse en plataforma de una auténtica renovación cultural. Para ello, serían necesarias acciones conjuntas tanto de las instituciones relacionadas con la propagación de la cultura (gobiernos nacionales y locales, universidades, organismos sociales y civiles, etcétera) como de los grupos y compañías privadas que suelen trabajar, emprender y producir en esas áreas.



Ilustración 7 DAFO jóvenes

La producción audiovisual en español tiene hoy la enorme oportunidad de difundirse a través de cauces nuevos y cada vez más accesibles (canales en televisión satelital y de cable, espacios en la Red, videos y



archivos de audio reproducibles y/o intercambiables en dispositivos portátiles de almacenamiento digital, etcétera). Será importante que esa producción audiovisual mantenga e incremente su calidad para que no se singularice únicamente por tener una cobertura de mayor cantidad.

Entre las oportunidades, junto con algunas de las ya sugeridas, se puede considerar que la convergencia digital, si es alentada por proyectos estatales auténticamente estimulados por el interés público, puede extender y solidificar las expresiones culturales en los países de lengua española. Los medios de comunicación de audiencias masivas (que todavía son, fundamentalmente, la televisión y la radio y en menor medida el cine) tienen la ocasión de contribuir al desarrollo social y cultural de nuestros países. De esas dimensiones son las responsabilidades de los medios convencionales.

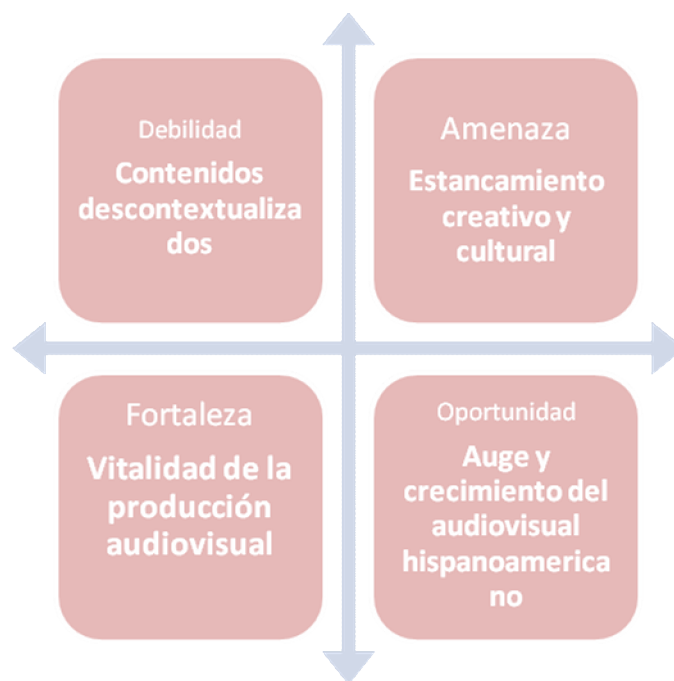


Ilustración 8 DAFO producción audiovisual

Por lo que toca a nuevos medios como Internet, parece claro que están en condiciones de alojar nuevas formas de expresión y apropiación

culturales y tecnológicas. Para ello es preciso que existan espacios, facilidades y de ser posible promoción institucional para el desarrollo, con plena libertad, de las más variadas manifestaciones ideológicas y artísticas en los formatos y modalidades más versátiles.

Todavía están por conocerse los usos que pueden alcanzar, por ejemplo, espacios en la Red como los blogs, dispositivos de reproducción y propagación de contenidos como los de formato MP3 e incluso instrumentos de comunicación bidireccionales como el teléfono móvil. Y es que la convergencia digital, aun cuando ha transformado las rutinas de trabajo, las oportunidades de información y consumo cultural e incluso las modalidades de relación personal de quienes tenemos acceso a ella, apenas empieza a desarrollarse. Nos encontramos en el comienzo de ese cambio tecnológico cuyas posibilidades han sido enfatizadas en la denominación misma de la sociedad de la información. Lo importante es no quedarnos atónitos o resignados en ese umbral y franquearlo.

--0--