



Comunicación

392

CIBERAMÉRICA. EL PORTAL IBEROAMERICANO

Antonio Jiménez Lara

Consultor
Technosite, S.A.

Hernán Caamaño Pais

Técnico de Área
Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)

Palabras clave

Iberoamérica. Sociedad de la Información. Brecha digital. Cooperación Iberoamericana.

Resumen de su Comunicación

El portal Ciberamérica (www.ciberamerica.org) ha nacido con el objetivo de convertirse en lugar de encuentro y punto de referencia de Iberoamérica en Internet. Con doce canales temáticos y una amplia gama de servicios interactivos, Ciberamérica es una plataforma de contacto y cooperación para impulsar el desarrollo de la Sociedad de la Información en Iberoamérica.

El portal Ciberamérica es el resultado del Programa de Cooperación Iberoamericana del mismo nombre, aprobado en la XIII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, que tuvo lugar en noviembre de 2003 en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. El objetivo de este programa es contribuir al fortalecimiento de la identidad iberoamericana, canalizar las expresiones de la creatividad, conocimiento e información del acontecer iberoamericano, facilitar el encuentro y colaboración de diferentes actores políticos, sociales, económicos y culturales, y permitir la expresión y el desarrollo de los valores e intereses comunes de un espacio de cooperación compuesto por los veintidós países que forman la Comunidad Iberoamericana.

Ciberamérica ofrece contenidos de calidad, en español y portugués, orientados a las necesidades y demandas del público iberoamericano. Los contenidos del portal se estructuran en tres grandes bloques: Conferencia Iberoamericana, Conocer Iberoamérica y Canales Temáticos. Ciberamérica ofrece, asimismo, una amplia gama de servicios a sus usuarios, con utilidades específicamente orientadas a la audiencia iberoamericana.

Ciberamérica constituye una decidida apuesta para potenciar el proceso de incorporación de Iberoamérica a la Sociedad de la Información y disminuir las desigualdades de acceso a la tecnología que todavía caracterizan a la región. Un empeño que la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) ha afrontado con ilusión, y para el que cuenta con el apoyo de muchas instituciones iberoamericanas comprometidas con estos mismos objetivos.

CIBERAMÉRICA. EL PORTAL IBEROAMERICANO

1. Introducción

El portal Ciberamérica es el resultado del Programa de Cooperación Iberoamericana del mismo nombre, aprobado en la XIII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, que tuvo lugar en noviembre de 2003 en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. Tiene como antecedente una iniciativa emanada de la X Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada en Panamá en el año 2000.

La finalidad del Programa de Cooperación Iberoamericana Ciberamérica es fortalecer el espacio social, institucional, económico y cultural de Iberoamérica, a través de la constitución de una comunidad virtual que contribuya a afrontar en común los desafíos de la sociedad de la información y superar la brecha digital.

Los objetivos de este programa son contribuir al fortalecimiento de la identidad iberoamericana, canalizar las expresiones de la creatividad, el conocimiento y el quehacer iberoamericano, facilitar el encuentro y colaboración de diferentes actores políticos, sociales, económicos y culturales, y permitir la expresión y el desarrollo de los valores e intereses comunes de un espacio de cooperación compuesto por los veintidós países que forman la Comunidad Iberoamericana.

Apoyado en una oferta de contenidos de calidad y en una amplia gama de servicios interactivos, el portal Ciberamérica ha nacido con la vocación de convertirse en un referente informativo y en un espacio de discusión sobre la realidad iberoamericana, que contribuya a impulsar el desarrollo de la Sociedad de la Información y a reducir la brecha digital en Iberoamérica.

El público objetivo de Ciberamérica está constituido por los gobiernos, las instituciones, las universidades, los programas de cooperación y las redes sociales iberoamericanas, y por todos los ciudadanos de la Comunidad Iberoamericana de Naciones.

La Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) es la titular del programa Ciberamérica. El proyecto cuenta con la financiación del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España. La gestión integral del portal ha sido encomendada por la SEGIB a Technosite, empresa del grupo ONCE especializada en desarrollos para Internet.

2. Desarrollo de la Sociedad de la Información y penetración de Internet en Iberoamérica

La Comunidad Iberoamericana está formada por 22 países en los que viven, en total, unos 600 millones de personas. Según los datos más recientes, más de 90 millones de estas personas son usuarios de Internet, lo que supone una penetración media del 15,8%.

País	Población estimada 2005	Usuarios de Internet 2005	Penetración	Crecimiento (2000-2005)
Portugal	10.463.170	6.090.000	58,2%	143,6%
España	43.435.136	16.129.731	37,1%	199,4%
Chile	15.514.014	5.600.000	36,1%	218,7%
Andorra	68.584	24.500	35,7%	390,0%
Costa Rica	4.301.172	1.000.000	23,2%	300,0%
Uruguay	3.251.269	680.000	20,9%	83,8%
Argentina	37.584.554	7.500.000	20,0%	200,0%
México	103.872.328	16.995.400	16,4%	526,6%
Perú	28.032.047	4.570.000	16,3%	82,8%
Brasil	181.823.645	22.320.000	12,3%	346,4%
Venezuela	24.847.273	3.040.000	12,2%	220,0%
Panamá	3.074.146	300.000	9,8%	566,7%
El Salvador	6.467.548	587.500	9,1%	1368,8%
Rep. Dominicana	8.978.654	800.000	8,9%	1354,5%
Colombia	45.926.625	3.585.688	7,8%	308,4%
Guatemala	12.328.453	756.000	6,1%	1063,1%
Ecuador	12.090.804	624.600	5,2%	247,0%
Bolivia	9.073.856	350.000	3,9%	191,7%
Honduras	6.569.026	223.000	3,4%	457,5%
Paraguay	5.516.399	150.000	2,7%	650,0%
Nicaragua	5.766.497	125.000	2,2%	150,0%
Cuba	11.295.969	150.000	1,3%	150,0%
TOTAL	580.281.169	91.601.419	15,8%	365,4%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Internet World Stats (<http://www.internetworldstats.com/>), actualizados a 21 de noviembre de 2005.

La mayor penetración se da en Portugal, donde el 58,2% de la población utiliza habitualmente Internet. España, Chile y Andorra cuentan con tasas de penetración que se sitúan entre el 35% y el 37%. Costa Rica, Uruguay y Argentina tienen unas tasas de acceso de entre el 20% y el 23%. En México y Perú, cuyas tasas de penetración se sitúan ligeramente por encima de la media global iberoamericana, alrededor del 16% de la población es usuaria de Internet. En Brasil y Venezuela, la proporción de usuarios de Internet es de un 12%. Panamá, El Salvador, República Dominicana, Colombia, Guatemala y Ecuador tienen unas tasas de acceso comprendidas entre el 5% y el 10%. En el resto de los países de la Comunidad Iberoamericana la penetración de Internet no llega al 5% de la población.

El 75% de los internautas residentes en países iberoamericanos viven en Brasil, México, España, Argentina o Portugal. Chile, Perú y Colombia aportan otro 15%. Venezuela, Costa Rica y República Dominicana suponen un 5% de la audiencia total iberoamericana de Internet. El 5% restante se reparte entre los demás países. Junto a ellos, hay que tener en cuenta a los 14 millones de personas de habla hispana que se conectan a Internet desde los Estados Unidos ¹, y desde otros países.

El crecimiento de la penetración de Internet en Iberoamérica ha sido muy intensa en los últimos cinco años, pues a finales de 2000 la cifra global de usuarios en los países de la Comunidad Iberoamericana no sobrepasaba los 20 millones, con una penetración de sólo el 3,5%.

El incremento de la penetración en los últimos cinco años ha sido de un 365,4% en los países de la Comunidad Iberoamericana, más del doble que el experimentado en el mismo período en el conjunto mundial, y sólo ha sido superado en términos relativos por el crecimiento de la penetración en los países de África (429,8%) y de Oriente Medio (392,1%), que partían de unos niveles de penetración muy inferiores.

Ese crecimiento no ha sido uniforme, pues mientras algunos países, como la República Dominicana, El Salvador o Guatemala, han visto como su número de internautas se multiplicaba por más de diez en sólo cinco años, en otros, como Perú o Uruguay, no se ha llegado a duplicar; en ese período, el número de usuarios de Internet.

El perfil de los internautas iberoamericanos también está cambiando, como resultado de esta gran expansión del uso de Internet. Si en el año 2000 los usuarios iberoamericanos de Internet eran, casi exclusivamente, personas residentes en las grandes urbes (el 94% de todos los usuarios iberoamericanos de Internet vivían en alguna de las doce ciudades que registraban la mayor densidad de uso de telecomunicaciones de la Comunidad ²), con un poder adquisitivo medio o alto ³ y en edad de trabajar, en la actualidad son cada vez más los usuarios iberoamericanos de Internet que viven en ciudades de tamaño intermedio o, incluso, en áreas rurales, comienza a extenderse el uso de Internet en todos los niveles socioeconómicos y se está incrementando el número de internautas en las franjas de edad más jóvenes y entre los mayores.

Este cambio se debe, en buena parte, a las iniciativas adoptadas por muchos de los países de la región para reducir la brecha digital. En efecto, son muchos los gobiernos que han procurado hacer realidad la promesa de desarrollo y bienestar asociada a la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, mediante la implementación de iniciativas nacionales tendientes a lograr la universalización del acceso a Internet. Estos programas han priorizado la instalación masiva de equipos de computación conectados a Internet en las escuelas públicas, y la puesta en funcionamiento de telecentros comunitarios. Ambos enfoques programáticos comparten la premisa de que el acceso compartido constituye la manera más eficiente para lograr que amplios grupos poblacionales accedan a la conectividad y así superar la brecha digital que afecta a la región. También se ha apostado a la difusión de Internet como un medio para la promoción del desarrollo local, el fomento de la ciudadanía, la mejora de los procesos de enseñanza-aprendizaje y la construcción de una cultura de Internet, entre otros objetivos.

El impacto cuantitativo de las iniciativas de acceso compartido a Internet ha sido especialmente relevante en la región latinoamericana. En Perú, el principal factor del crecimiento del uso de Internet es la instalación de cabinas públicas y cibercafés, hasta el punto de que, en 2003, eran el lugar de acceso habitual del 69% de los internautas ⁴. En Brasil, Costa Rica, México y Chile, la expansión de las redes disponibles en las escuelas ha sido un factor fundamental del incremento en el número de usuarios, aunque también es importante el acceso compartido a través de telecentros comunitarios: en México, el programa de Centros Comunitarios Digitales cuanta ya (datos de julio de 2005) con 7.500 centros que dan cobertura a 5,8 millones de usuarios, y se prevé que a finales de 2006 estén ya funcionando más de 10.000 centros de acceso a Internet; en Brasil, el programa de Infocentros "Acessa", de São Paulo, cuenta con 515.000 usuarios registrados en diciembre de 2005.

Los gobiernos iberoamericanos han implantado servicios de administración electrónica que son utilizados por un porcentaje creciente de los usuarios de Internet. Según datos referidos a julio de 2005, el 60% de los internautas mexicanos ha utilizado servicios de gobierno por Internet. En Brasil, una encuesta sobre el uso de Internet realizada en 2004 por el Comité Gestor de Internet revela que el 12,7% de la población brasileña había utilizado algún servicio de gobierno electrónico en los últimos doce meses, lo que significa

que un 40% de las personas que han utilizado Internet en los últimos doce meses también accedieron a algún servicio de la administración electrónica. Entre los servicios más utilizados, destacan la consulta de registros, la declaración de la renta, el acceso a información sobre servicios públicos, la inscripción en concursos públicos, el acceso a información sobre empleos y el pago de impuestos, multas o licencias. La utilización de los servicios de gobierno electrónico por parte de las empresas es también alta. En Brasil, el 64,8% de las empresas utiliza Internet para relacionarse con organismos públicos (fundamentalmente para la realización de declaraciones impositivas y para la consulta de registros).

A pesar del gran crecimiento experimentado en los niveles globales de acceso a Internet en los países iberoamericanos, siguen existiendo grandes desigualdades de acceso, ligadas fundamentalmente al nivel socioeconómico y a la zona de residencia. Mientras que el nivel de conectividad de los estratos más ricos de la población es muy elevado (en 2004, el nivel estimado de conectividad a Internet del 15% más rico de la población latinoamericana era del 68,9%; en Brasil llegaba al 81,6%⁵), los niveles de acceso en los grupos de menor ingreso son todavía muy bajos.

El uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones sigue concentrándose geográficamente en los grandes centros urbanos, que cuentan con infraestructuras adecuadas y permiten economías de escala en la prestación de los servicios de acceso. Los países en los que un porcentaje relativamente alto de la población vive en zonas rurales —El Salvador, Guatemala, Paraguay, Nicaragua y Bolivia, entre otros— tienen tasas de penetración de Internet mucho más bajas que los países más urbanizados.

Otros factores de desigualdad en el acceso a Internet son el género (la mayor parte de los usuarios de Internet en América Latina y El Caribe son varones, aunque el número de mujeres en línea está creciendo rápidamente) y el origen étnico (de acuerdo con estimaciones de la CEPAL para 2002, la probabilidad de tener una computadora en el hogar era cinco veces mayor en el conjunto no indígena de la población que en los pueblos indígenas).

3. Ciberamérica, el portal iberoamericano

Ciberamérica incorpora en su propio logotipo un lema que sintetiza su visión y sus objetivos: “El portal iberoamericano”.

Para entender en su justa dimensión lo que ese lema implica, es necesario acotar lo que, en ese contexto, se entiende por “portal”. No se trata de una tarea baladí, pues se trata de un término polisémico, como lo es toda metáfora, y, en el contexto de Internet, se utiliza para denominar realidades que son muy diferentes entre sí.

En su acepción más clásica dentro del mundo de Internet, recibieron el nombre de portales una serie de iniciativas, que proliferaron a finales de los años 90, y que se ofrecían a los internautas como las “puertas de entrada” a Internet. Se trataba de sitios web, puestos en marcha por grandes compañías de comunicación, como Time-Warner o por proveedores de servicios telemáticos, como América Online o CompuServe, que nacieron con la pretensión de transformarse en el principal punto de acceso para los usuarios que se conectarán a la Web, o, al menos, en el sitio de anclaje que utilizarán preferentemente los usuarios durante la navegación. Normalmente, ofrecían servicios gratuitos de utilidad para el internauta y contaban con un motor de búsqueda, propio o ajeno. Buscaban su viabilidad económica a partir de la inserción de publicidad y apostaban decididamente por el comercio electrónico.

De estos grandes portales genéricos (denominados también portales horizontales o megaportales) sólo han sobrevivido compañías como Yahoo, Google o Terra, que lograron posicionarse y captar a un gran número de usuarios desarrollando sofisticadas tecnologías de búsqueda y costosas campañas publicitarias. A partir de aquí, la mayor parte de los intentos de nuevos emprendimientos en Internet en el rubro de

los megaportales genéricos, han sido sucesivos fracasos. Incluso algunos portales muy asentados, como Terra, han ido cambiando su modelo de negocio, que actualmente descansa más en la oferta de conexión a través de banda ancha (ADSL) que en la publicidad o el comercio electrónico.

Una segunda acepción de "portal" es la referida a los denominados portales especializados, denominados también portales verticales. Se trata de sitios web que, frente al objetivo de constituirse en la puerta de entrada a la red o en el lugar privilegiado de anclaje para la navegación de los internautas, tienen la ambición más realista de convertirse en un recurso de referencia en un determinado ámbito temático, geográfico o institucional. Los modelos de negocio de estos portales son muy diversos: existen tanto los portales verticales de vocación comercial, que se sostienen de la publicidad, de la venta on-line o del cobro por el acceso a contenidos y servicios, como los portales de servicio público, sostenidos por las administraciones públicas, las organizaciones de la sociedad civil o el patrocinio empresarial. El argumento de éxito de estos últimos portales es la calidad y la fiabilidad de sus contenidos y servicios.

Ciberamérica es un portal de este tipo. Conjuga la especialización geográfica con la variedad temática. Dispone de una amplia oferta de contenidos, estructurada en torno a tres grandes bloques: Conferencia Iberoamericana, Conocer Iberoamérica y Canales Temáticos.

En el bloque dedicado a la Conferencia Iberoamericana, Ciberamérica recoge toda la información generada por las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno, las Reuniones Ministeriales y Sectoriales y los programas y proyectos de Cooperación Iberoamericana, lo que convierte al portal en un excelente recurso de consulta y trabajo y en un canal privilegiado para la difusión de la actividad ligada a la Conferencia Iberoamericana.

En la sección Conocer Iberoamérica se sintetizan los principales datos referidos a cada uno de los veintidós países que componen la Comunidad Iberoamericana. Los usuarios del portal pueden obtener, así, una visión panorámica del territorio, la población, la sociedad, la economía, la historia, la cultura y los principales atractivos turísticos de cada país.

A través de los canales temáticos, Ciberamérica ofrece información detallada sobre una amplia diversidad de aspectos, teniendo en cuenta la especificidad de cada uno de los países de la Comunidad Iberoamericana. Desde la educación y la cultura hasta el medio ambiente o la salud, desde la economía y el turismo hasta los derechos humanos o la cooperación, los doce canales de Ciberamérica permiten profundizar en el conocimiento de la realidad iberoamericana. Los canales temáticos de primer nivel que actualmente ofrece Ciberamérica son los siguientes:

- Educación
- Cultura
- Ciencia y Tecnología
- Sociedad
- Gobierno y administración
- Economía y empresa
- Turismo
- Medio Ambiente
- Salud
- Cooperación
- Derechos Humanos
- Identidad y Diversidad

El contenido de los canales se elabora teniendo en cuenta principalmente fuentes oficiales, y está apoyado en una labor continuada de contraste y actualización de datos. Los canales principales se subdividen, a su vez, en otros más específicos, conformando un muy amplio árbol de contenidos. Todos los canales

están interrelacionados a través de enlaces internos que permiten ampliar la información dentro de Ciberamérica. Asimismo, los contenidos se amplían con enlaces comentados y catalogados por temática y país, que remiten a fuentes externas de calidad e interés.

Ciberamérica ofrece asimismo un amplio abanico de servicios, orientados a facilitar a los usuarios herramientas de comunicación e interactividad (correo electrónico, foros, chat, videoconferencia, libro de visitas, weblog, tablón de anuncios, agenda personal) y de acceso a la información (enlaces, guía iberoamericana, agenda de eventos, efemérides, preguntas frecuentes, diccionario, test). Destaca el servicio de enlaces catalogados y la Guía Iberoamericana, un repertorio de direcciones postales, teléfonos, e-mails y páginas web de organismos públicos, empresas y organizaciones de la sociedad civil de interés en el marco iberoamericano, en el que se pueden hacer búsquedas por nombre, temática y país.

Ciberamérica es un portal bilingüe, que ofrece todos sus contenidos y servicios en español y portugués. Además, Ciberamérica ofrece a sus usuarios el traductor de Universia, que permite la traducción automática del español al portugués y viceversa de los contenidos de cualquier Web a la que se acceda desde Ciberamérica.

Desde su apertura al público, en junio de 2005, Ciberamérica ha registrado un tráfico creciente. Aproximadamente el 40% de sus visitas proceden de países de América del Sur, alrededor del 30 por ciento de países de América del Norte, un 20% de países de Europa occidental y un 3% de países de América Central y El Caribe. El claro predominio de las visitas procedentes del ámbito americano, seguidas de las procedentes de Europa occidental (correspondientes, en su mayor parte, a España y Portugal), indica el interés de los contenidos del portal para los distintos territorios de Iberoamérica.

Ciberamérica constituye una decidida apuesta para potenciar el proceso de incorporación de Iberoamérica a la Sociedad de la Información y disminuir las desigualdades de acceso a la tecnología que todavía caracterizan a la región. Un empeño que la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) ha afrontado con ilusión, y para el que cuenta con el apoyo de muchas instituciones iberoamericanas comprometidas con estos mismos objetivos.

1 Datos para 2005, tomados del tercer estudio anual realizado por America Online(R) / RoperASW sobre el mercado hispano de Internet en los EEUU.

2 Se trata de Buenos Aires (Argentina); São Paulo y Rio de Janeiro (Brasil); Santiago (Chile); Santafé de Bogotá (Colombia); San José (Costa Rica); Madrid y Barcelona (España); México, D.F. y Monterrey, (México); Lisboa (Portugal); y Montevideo (Uruguay).

3 Casi la quinta parte del 15% más rico de la población latinoamericana y caribeña ya tenía una conexión a Internet en el año 2000, mientras que la tasa global de conectividad regional era de sólo el 3% en el mismo año. (CEPAL: Los caminos hacia una Sociedad de la Información en América Latina y El Caribe, 2002).

4 Apoyo Opinión y Mercado. Perfil del Internauta (Lima metropolitana) 2003.

5 Martin Hilbert, Latin America on its Path into the Digital Age: Where Are We?, serie Desarrollo productivo, N° 104 (LC/L.1555-P), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), junio de 2001.