



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Comisión de Estudios de Postgrado
Programa de Maestría en Información y Comunicación para el Desarrollo

Viabilidad de interacción de programas informativos de la televisión

Trabajo de grado presentado para optar al Título de *Magíster Scientiarum* en
Información y Comunicación para el Desarrollo

Autor: Juan J. Hernández A.

Tutor: Prof. Morella Alvarado

Caracas, Septiembre de 2008

DEDICATORIA

A mi mamá, por todo su apoyo y por ser la mano amiga que guió mi camino y me animó para culminar con éxito este nuevo logro en mi vida.

A mi hermana, quien con su ejemplo y su colaboración me animó a culminar esta investigación.

A mis familiares y amigos por creer en mí y ayudarme en los momentos más difíciles.

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso y a la Santísima Virgen María, por guiarme en todos mis proyectos e iluminar siempre mis caminos.

A mi tutora profesora Morella Alvarado, por creer en mí y por todas sus orientaciones en el desarrollo de esta investigación. Gracias por su paciencia y su ayuda desinteresada.

A mis amigos del postgrado, en especial a Carolina, Zoila y José, por estar siempre dispuestos a colaborar y aclarar mis dudas.

A mis profesores del postgrado, por compartir sus conocimientos para culminar este trabajo.

A mis compañeros de trabajo, en especial a Janet, Daniela, Erylin, Inés, Carolina, Fausto, Miguel, Mercedes, Nelva y Daniel por su paciencia y apoyo en el desarrollo de la investigación.

A María Silva, por su dedicación en la obtención de la información contenida en esta investigación.

A Soraya Castellano, por su ayuda en la realización de las entrevistas realizadas para culminar este trabajo.

A mi amiga Raiza Vargas, por facilitarme sus estudios en comunicación para este trabajo.

A todas las persona que de alguna u otra forma contribuyeron con el logro de esta investigación

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Comisión de Estudios de Postgrado
Programa de Maestría en Información y Comunicación para el Desarrollo

Resumen

Viabilidad de interacción en programas informativos de televisión

Trabajo de grado presentado para optar al Título de *Magíster Scientiarum* en
Información y Comunicación para el Desarrollo

Autor: Juan J. Hernández A.

Tutora: Prof. Morella Alvarado.

En el presente trabajo se aborda el pensamiento transdisciplinario, como parte de los nuevos enfoques que tratan de explicar las ciencias de la comunicación en nuestro días, todo ello con la idea de ofrecer alternativas que se adecúen al estudio de las nuevas realidades que como consecuencia del desarrollo tecnológico, están presentes en algunos de los medios de difusión masiva.

Asimismo, se hace referencia al desarrollo de la tecnología digital y su aplicación a los medios audiovisuales y en particular, a la televisión, pues el modelo que comienza a abrirse paso, propone a un receptor como creador/modelador de la programación y por tanto, como elemento activo y participativo, lo cual fortalece la posición de que la audiencia cambia ante la nueva televisión. Así, estamos frente a la posibilidad de un cambio y no tenemos ya, a un “público pasivo” que se limita a recibir los contenidos que otros organizan por él.

En tal sentido, se exploran los retos de la Televisión Interactiva y sus posibilidades en países como Venezuela, tomando como referencia su desarrollo en otros continentes y la incorporación de tecnología de punta en las Gerencias de Información y Opinión de dos empresas de televisión que operan en el país.

Palabras clave: Comunicación, Participación, Servicio Público, Televisión Interactiva, Televisión Digital.

Índice General

	Pág.
RESUMEN	IV
Índice de Cuadros.....	VI
Índice de Gráficos.....	VI
Índice de Imágenes.....	VI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: NUEVOS ENFOQUES EN COMUNICACION	18
1.1 La transdisciplinaridad como nuevo enfoque.....	20
1.2 La Tecnología: procesos y efectos.....	24
1.3 Importancia de las nuevas tecnologías.....	29
1.4 Impacto de las TICs en los medios.....	32
CAPITULO 2: LA TELEVISION INTERACTIVA	47
2.1 Desarrollo de la TVi.....	56
2.2 Interactividad: Definiciones.....	59
2.3 Clasificación de interactividad.....	65
CAPITULO 3: SERVICIOS PRIVADOS Y PUBLICOS EN VENEZUELA	72
3.1 Venezuela camina hacia la TV Digital.....	79
3.2 La Televisión por suscripción.....	88
3.3 El servicio de mensajería de texto (SMS) y sus aplicaciones.....	94
3.4 Servicios asociados al (SMS) que facilitan la interacción.....	98
3.5 Servicios de radiotelevisión públicos en Venezuela.....	106
3.6 Tves ¿Una televisión de servicio público?.....	111
3.7 Tves nace de la mano del Estado.....	115
CAPITULO 4: RCTV y VTV: CASOS ESTUDIADOS	120
4.1 Caso 1: Radio Caracas Televisión.....	121
4.1.1 Descripción de la plataforma.....	124
4.1.2 Proceso de implantación.....	130
4.1.3 Proceso de producción de programas.....	134
4.1.4 Transmisión desde cabinas.....	137
4.1.5 Área de página Web.....	141
4.1.6 Producción de opinión.....	142
4.2 Caso 2: Venezolana de Televisión (VTV).....	147
4.2.1 Descripción de la plataforma.....	148
4.2.2 Estudios de grabación y salida al aire.....	150
4.2.3 Cabinas de transmisión.....	153
4.2.4 Área de redacción.....	157
4.2.5 Área página web.....	161
4.2.6 Análisis de programación.....	169
CAPITULO 5: IDEAS PARA UNA PROPUESTA	188
5.1 Oferta de servicios interactivos.....	194
5.2 Aplicación de la propuesta.....	197
CONSIDERACIONES FINALES	204
RECOMENDACIONES	218
FUENTES CONSULTADAS	223

Índice de Cuadros

	Pág.
Cuadro N° 1: Características de las plataformas de TVi.....	49
Cuadro N° 2: Guía de programación en línea.....	51
Cuadro N° 3: Esquema de los niveles de potencial de interactividad.....	69
Cuadro N° 4: Tipos de Recursos Interactivos.....	69
Cuadro N° 5: Servicios de TV por suscripción en Venezuela.....	93
Cuadro N° 6: Servicios asociados al SMS.....	104
Cuadro N° 7: Comparación de actividades que se realizan en las Gerencias d Información y Opinión de VTV y RCTV.....	168

Índice de Gráficos

	Pág.
Gráfico N° 1: Participación de la audiencia.....	53
Gráfico N° 2: Estructura Organizativa RCTV.....	146
Gráfico N° 3: Estructura Organizativa VTV.....	167
Gráfico N° 4: Estructura Organizativa Propuesta.....	193
Gráfico N° 5: Ejemplo de Guía TV.....	198
Gráfico N° 6: Ejemplo Servicio de tráfico.....	199
Gráfico N° 7: Ejemplo Portal de deportes.....	200
Gráfico N° 8: Ejemplo Portal de noticias.....	201
Gráfico N° 9: Ejemplo Portal de estados y municipios.....	202
Gráfico N° 10: Ejemplo Portal de referéndum.....	203

Índice de Imágenes

	Pág.
Imagen N° 1: Paquete de juegos interactivos.....	54
Imagen N° 2: Pay Per View.....	54
Imagen N° 3: Compras TV.....	55
Imagen N° 4: Ejemplo de transmisión “En Vivo”.....	171
Imagen N° 5: Ejemplo de transmisión “En Directo”.....	171
Imagen N° 6: Ejemplo pantalla divida en 2.....	173
Imagen N° 7: Ejemplo pantalla divida en 3.....	174
Imagen N° 8: Ejemplo pantalla divida en 4.....	174
Imagen N° 9: Ejemplo de insert de contenido informativo.....	176
Imagen N° 10: Ejemplo de insert de contenido variado.....	176
Imagen N° 11: Ejemplo de señal por cortesía en vivo.....	178
Imagen N° 12: Ejemplo de señal por cortesía en diferido.....	178
Imagen N° 13: Ejemplo mensajería de texto.....	180
Imagen N° 14: Ejemplo mensaje de texto.....	180
Imagen N° 15: Ejemplo de promoción del correo.....	181
Imagen N° 16: Ejemplo del uso de un ancla.....	182
Imagen N° 17: Ejemplo del uso de dos anclas femeninas.....	183
Imagen N° 18: Ejemplo de llamada telefónica en entrevista.....	184
Imagen N° 19: Ejemplo de llamada telefónica de la audiencia.....	184
Imagen N° 20: Ejemplo uso de pantalla como material de apoyo.....	185
Imagen N° 21: Ejemplo uso de pantalla para entrevista.....	186

INTRODUCCION

Sin duda alguna, el uso de la tecnología ha marcado al mundo de la comunicación social de tal manera, que en la actualidad, se discuten los nuevos elementos que intervienen y modifican el proceso comunicativo, en su dimensión social.

La incorporación de las nuevas tecnologías, ha impuesto tal velocidad en la difusión de información que medios como la radio, la televisión y los periódicos están en una carrera permanente, las 24 horas del día, para mantener a su audiencia enterada de los acontecimientos noticiosos que ocurren tanto en el país, como en el otro extremo del mundo. Ello nos obliga a dejar atrás la época en que los medios audiovisuales (radio y televisión) se complementaban para su funcionamiento y los periódicos eran el insumo principal.

El investigador Antonio Pasquali (2002), en su conferencia sobre la Sociedad de la Información, afirmó que las Tecnologías de Información y Comunicación por sí mismas no son ni malas ni buenas. Dependerá del uso que se otorgue a las TICs, para que éstas se constituyan en una vía para hacer más participativas nuestras vidas y poder hablar de una “sociedad de la comunicación”, de lo contrario, podrían ser utilizadas para consolidar sociedades cada vez más dirigidas, es decir, sociedades de la información.

Tal afirmación es pertinente en este trabajo, en el que además se utiliza el concepto de comunicación desarrollado por Pasquali, como una manera de reivindicar el papel de los receptores quienes hasta ahora, han desempeñado un rol de minusvalía en todas las sociedades frente a los emisores, debido a la acción de los medios.

Además de tratar de rescatar la idea del interlocutor activo en sustitución de un “receptor pasivo”, la investigación intenta mostrar las posibilidades que ofrecen las Tecnologías de Información y Comunicación para propiciar una “verdadera” comunicación, así como el nuevo paradigma que intenta explicar el proceso desde el pensamiento transdisciplinario.

Se trata de estar al día con las tendencias mundiales referidas a democracia y participación, pero no sólo en los sistemas políticos y sociales, sino también en las relaciones que mantenemos con los demás, ya que resulta contradictorio que en materia de comunicación todavía podemos hablar claramente de una dictadura por parte de los emisores tanto en el sector público, como en el privado, al menos en nuestro país.

La tarea no es fácil porque, definitivamente, resulta complicado desmontar sin que existan resistencias basadas en los patrones antiguos, una relación caracterizada por la autoridad y la supremacía de uno sobre el otro. Sin embargo, creemos que aunque las condiciones todavía no sean totalmente favorables para un cambio, existen caminos que nos permiten visualizar el futuro con optimismo.

Es indudable que las TICs significan una revolución en los medios de comunicación, porque además de modificar los procedimientos, simplificar algunos procesos e imprimir mayor velocidad a la difusión de informaciones, ofrecen una gran oportunidad de participación de la audiencia a través de la interactividad.

Esta revolución también ocurre en las ciencias de la comunicación en las que los paradigmas clásicos han entrado en crisis desde hace varias décadas, sobre todo porque su visión instrumental y pragmática del fenómeno ha impedido ver la multiplicidad y riqueza del proceso comunicativo.

La visión positivista, presente en la teoría de la comunicación en la actualidad resulta insuficiente, para dar cuenta de los cambios que se están produciendo en las relaciones de comunicación, lo que obliga a plantear una recomposición del campo de estudio que traspase las fronteras disciplinarias sobre las cuales se habían sustentado algunas teorías de la comunicación.

De allí que la transdisciplinaridad emerja como un camino teórico-metodológico para enfrentar la pérdida de las certidumbres teóricas en las ciencias sociales en general y en las ciencias de la comunicación, en particular. En tal sentido, considera Del Búfalo (1999) que:

“El enfoque transdisciplinario concibe a los discursos científicos como agenciamientos colectivos de enunciación, que provienen del aumento de dimensiones de una multiplicidad que cambia de naturaleza, diluyendo al

sujeto cognoscente en las prácticas subjetivas con dimensiones sociales, dando paso a una nueva figura de la subjetividad: el individuo social, capaz de una nueva manera de relacionarse, en un espacio liso, heterogéneo, sin puntos fijos, de variaciones continuas, formado por eventos más que por cosas” (Pág.30).

Es así como entendemos los procesos de comunicación en nuestros días en los cuales necesariamente debe existir una nueva forma de relación en la que exista la posibilidad de variar los roles.

En esta investigación, se intenta verificar que la versatilidad que ofrecen los multimedios hasta ahora no ha permitido la constitución en un verdadero canal de participación para los receptores y menos aún, para la democratización de las comunicaciones en la que, los receptores incrementen sus posibilidades de expresión, pero aún así consideramos que las oportunidades que propicia la interactividad podrían contribuir a modificar esta situación.

El desarrollo de la investigación se realizó de acuerdo con el siguiente esquema de trabajo. En la introducción se presenta el problema de investigación, los objetivos y la significación del estudio. En el capítulo 1, la fundamentación teórica. En el capítulo 2, se aborda la Televisión Interactiva, se define y se clasifica la interactividad. En el capítulo 3, se abordan algunos servicios públicos y privados de televisión en Venezuela. En el capítulo 4, se analizan dos empresas de televisión venezolanas a fin de conocer su adaptación a la nueva tecnología. El capítulo 5, contiene los elementos que fundamentan una propuesta de Televisión Interactiva y su

aplicación en programas informativos y de opinión. Finalmente, se presentan las conclusiones, las recomendaciones y las fuentes consultadas.

El presente estudio se realiza como una investigación descriptiva. La descripción tiene un alcance explicativo, al establecer caracteres cualitativos de la realidad, de sus antecedentes y factores que la condicionan.

Recordemos que describir es, desde el punto de vista científico, medir. Esto significa, seleccionar de forma independiente aspectos del problema y analizarlos de forma detallada para así conocer en todos sus aspectos el hecho que se investiga.

El investigador con estudios de niveles descriptivos busca conocer cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. A través de esta descripción busca especificar, medir y evaluar diversos aspectos, propiedades, dimensiones o componentes importantes del fenómeno objeto de estudio.

En el caso que nos ocupa fue importante evaluarlos los procesos y procedimientos que se realizan en las gerencias de información de las empresas de televisión seleccionadas, pues permitió conocer en toda su dimensión el problema y plantear un diseño de estructura que ayude a superar las dificultades que impiden una participación activa de los usuarios en la programación de televisión.

Cuando el investigador tiene como base métodos que permiten recoger los datos en forma directa de la realidad donde se presentan, se habla de investigación de campo. Carlos Sabino (1978) dice que los diseños de campo son aquellos que utilizan métodos que permiten recoger datos en forma directa de la realidad. Estos datos obtenidos directamente de la experiencia empírica, son llamados primarios, porque son de primera mano, originales, producto de la investigación en curso sin intermediación de ninguna naturaleza.

De acuerdo con el planteamiento anterior, este es el caso de la investigación que nos ocupa, donde se utilizaron, como técnicas de recolección de datos, instrumentos que permitieron obtener de la realidad los elementos necesarios para el desarrollo del tema.

Ahora, si bien es cierto que una investigación de campo tiene como base fuentes primarias de información, es preciso destacar, dentro de una perspectiva más general, que los diseños de campo tampoco pueden basarse exclusivamente en datos de fuentes primarias. En efecto, siempre será necesario ubicar el problema y los resultados dentro de un marco referencial, cuya elaboración requiere de consultas o estudios de tipo bibliográfico como los que se llevaron a cabo para en el presente estudio.

Con el fin de obtener la información necesaria para sugerir ideas que puedan ser consideradas en el diseño de una estructura organizativa para programas

informativos y de opinión interactivos, se utilizó un conjunto de técnicas e instrumentos de recolección de datos, que permitió llevar a cabo el diagnóstico de la situación actual que presentan las empresas seleccionadas.

Entre las técnicas de recolección utilizadas están: la observación directa, que permitió conocer y evaluar la forma cómo funcionan las unidades de las gerencias de información de dos empresas de televisión. A través de esta se logró evaluar personalmente las actividades que realizan sus integrantes.

En la fase preliminar de esta investigación se llevaron a cabo entrevistas no estructuradas, al personal de ambas gerencias. Esto permitió un mejor entendimiento del problema. Asimismo, se utilizó la entrevista focalizada para obtener información sobre un tema único.

Para la elaboración del componente teórico de la investigación se revisaron fuentes secundarias. La revisión bibliográfica incluyó textos de gran interés y valor significativo para el problema estudiado. También se consideró relevante la información obtenida a través de sitios en Internet. En este proceso de recolección se utilizaron el fichaje textual, de resumen y bibliográfico.

La población y muestra, tamaño, fue un aspecto importante dentro del proceso de recolección de datos. Estuvo constituida por:

- El personal (directivo y operativo) que integra las gerencias de información y

opinión de las empresas RCTV y VTV.

- Los gerentes de las oficinas de Atención al Ciudadano y de Relaciones Internacionales del Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones.

En relación con la población, la cual puede ser finita en virtud del número limitado de individuos u objetos que la integran o infinita por su número ilimitado, podemos afirmar que en nuestra investigación la población es finita. Para obtener información de la población seleccionada simplemente se realizó una serie de preguntas a cada uno de ellos con el fin de obtener un conjunto completo de datos. Luego de la recolección de los datos, se procedió a organizarlos y codificarlos (procesamiento) para su posterior presentación, facilitando así la comprensión y análisis de los mismos. En cuanto al análisis de los datos verbales, obtenidos a través de las entrevistas, estos se clasificaron y se analizaron de forma sistemática. Posterior a la recolección, codificación y clasificación de los datos se procedió al análisis de la información lo que aportó las bases para la propuesta.

La superioridad del emisor frente al receptor

En nuestro país, el acelerado advenimiento de las Tecnologías de Información y Comunicación, no ha permitido un estudio a profundidad de las ventajas que ello podría significar en el desarrollo de las comunicaciones y en las posibilidades que representa el uso de las TICs para lo que define Antonio Pasquali, como una verdadera relación de comunicación entre emisores y receptores. Por ello, se considera importante una investigación en torno al tema que además de despertar

interés en otros investigadores, contribuya a solventar lo que constituye un problema por lo menos en Latinoamérica, es decir, lo que podríamos calificar como un estado de minusvalía del receptor frente al emisor.

En los medios de comunicación de nuestro país la situación ha variado poco, pues estos muestran los hechos noticiosos que les parecen más importantes y los repiten sin contrastar realidades, con lo cual se ofrece a la audiencia en muchas ocasiones, una visión unilateral de un acontecimiento.

No vemos la posibilidad de igualar las oportunidades de participación en la elaboración del mensaje entre el receptor y el emisor, mientras la interactividad que se presenta como la alternativa que podría mejorar esta relación, parece una meta difícil de alcanzar hoy con las estructuras organizativas tradicionales.

En Venezuela, la mayoría de los medios masivos de comunicación -entre los que encontramos la televisión- aunque hacen gala del uso de las denominadas TICs, no parecen estar interesados en incorporar la interactividad y ponerla al servicio de la audiencia sino, más bien, vemos que subutilizan las opciones que la interactividad proporciona, quizás porque ello implicaría cambios profundos en sus estructuras de producción y sobre todo, en el contenido de la programación, lo cual creemos que la mayoría de las estaciones no están dispuestas a asumir.

Las gerencias de información y opinión de las distintas estaciones de

televisión, trabajan a diario bajo la presión que representan para ellos los números que arrojan las encuestas sobre aspectos como: número de audiencias y posibilidad de incrementar el número de anunciantes, pero existe poca preocupación por la satisfacción de las necesidades de participación de la audiencia.

Además, los programas informativos y de opinión compiten a diario con los diversos medios para la obtención de información y entretenimiento que se encuentran en Internet, así como la proliferación de los servicios que ofrecen las empresas de televisión por cable, los cuales representan una amenaza para las empresas tradicionales de televisión, porque están en capacidad de satisfacer las necesidades específicas de su público al ofrecer canales temáticos para todos los gustos, siempre que el receptor pueda cancelar sus tarifas.

Quienes trabajan en la producción de programas informativos y de opinión se preocupan porque la audiencia está cada vez más compartida y la inversión publicitaria y/o propagandística también, al existir cada vez más medios.

En nuestro país, algunos noticieros de televisión tienen en el aire más de cinco décadas, pero la unidireccionalidad que se observa en la pantalla parece estar asociada a la estructura misma de los medios de comunicación.

Desde hace dos décadas aproximadamente, se conocen las bondades de las TICs, pero es en los últimos diez años cuando la interactividad se promueve como

una ventaja tecnológica sobre todo en Europa y en los Estados Unidos. Sin embargo, en los medios venezolanos, actualmente, se observan pocos intentos de producción interactiva en los cuales el receptor tenga un papel determinante en la programación.

En este orden de ideas, observamos que la televisión en Venezuela presenta una programación en la cual el receptor sólo interviene de manera muy reducida, en programas informativos y de opinión que se concreta básicamente en la intervención a través de llamadas telefónicas y de mensajes de textos. Este modo de “participación”, sólo se refiere a opiniones sobre los temas debatidos durante los espacios antes citados. Mención aparte, merecen los programas de concursos en los que la audiencia tiene una intervención bastante activa, pero siempre limitada a lo que el emisor le ofrece.

En los restantes casos, los receptores constituyen una masa anónima que se mide a través de cifras en las encuestas, las cuales indican la preferencia por ciertos programas y la aceptación o el rechazo de determinada producción. Pero las encuestas no revelan si la oferta televisiva satisface las necesidades de los receptores en los distintos ámbitos.

Frente al panorama ante descrito nos preguntamos ¿Existen las condiciones para implementar la televisión interactiva en Venezuela? ¿Están preparados los productores de televisión para la televisión interactiva? ¿Existe interés en los propietarios de las empresas públicas y privadas del sector? ¿Cuáles son las

alternativas que puede ofrecer la televisión interactiva?¿Cómo implementar programas informativos y de opinión interactivos en Venezuela?

Ofrecer respuestas a las anteriores interrogantes es lo que nos proponemos en este trabajo de investigación, el cual se orientará hacia la consecución de los siguientes objetivos:

Objetivos Generales

- Evaluar los procesos que intervienen en la elaboración de los programas informativos y de opinión en dos canales televisivos en Venezuela, a fin de identificar las posibilidades de interacción con la audiencia.
- Proponer ideas para una estructura de producción para programas informativos y de opinión interactivos.

Objetivos Específicos

- Describir los procesos de las Gerencias de Información y Opinión, de dos empresas de televisión de señal abierta y con alcance nacional.
- Identificar las formas de interacción que se generan en los espacios informativos y de opinión, de las empresas de televisión seleccionadas.
- Describir el impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la interacción con la audiencia.
- Proponer áreas y procesos para una estructura de producción para programas interactivos, en función de los resultados de la evaluación.

-Identificar las competencias del personal técnico y profesional que requiere una estructura interactiva.

La interactividad: ¿Una garantía de participación?

Sin duda, las TICs ofrecen la posibilidad de replantear una relación entre emisores y receptores caracterizada por la unidireccionalidad, pero gracias al proceso de interacción, esto tiende a cambiar. La interactividad se presenta como una de las ventajas de las nuevas tecnologías que no ha sido considerada hasta la fecha por los productores de programas informativos y de opinión en Venezuela, como una herramienta que garantice una participación activa de la audiencia en la programación del canal.

Con esta nueva relación de comunicación entre emisores y receptores propiciada por la interactividad, estos últimos podrían intervenir activamente en la programación informativa y de opinión del canal, participar en el diseño de la programación, construir espacios orientados a solventar sus problemas y el de sus comunidades, introducir nuevas formas de participación ciudadana en los medios y sugerir cambios en aquellos programas que considere no positivos en la formación de los ciudadanos, así como favorecer los que satisfagan sus necesidades.

Por su parte, las empresas de televisión al presentar en su programación espacios interactivos garantizarían, a través de una mayor identificación con su público, niveles de audiencia que, entre otros beneficios, permitirá la captación de un

mayor número de anunciantes y en consecuencia, recuperar la inversión que implica la producción de los espacios informativos y de opinión.

La interacción así entendida, supone una nueva relación entre emisores y receptores, al tiempo que comprende la revisión de procesos en la búsqueda de las informaciones y de edición, modificación de la estructura de los programas, mayor acercamiento entre emisores y receptores, participación activa de la audiencia en la programación, nuevos espacios informativos y de opinión, así como la conformación de una audiencia identificada con una programación participativa y criterios de producción diferentes.

Consideramos que el producto de esta investigación no sólo proporcionará beneficios para la audiencia, sino que también contribuye en la mejora y actualización del trabajo que realizan las personas que laboran en los canales de televisión, entre quienes podemos citar a: reporteros encargados de cubrir y buscar las informaciones; redactores encargados de la estructuración de las noticias; editores, quienes ensamblan el cuerpo de las informaciones; anclas, quienes realizan la locución y presentación de la información; director de Información, quienes realizan las pautas de los noticieros; camarógrafos y asistentes, encargados de realizar las tomas en estudio y exteriores; productores, encargados de los contenidos del noticiero; así como el personal técnico en general.

La investigación se realiza como parte de los requisitos exigidos para egresar

de la maestría en Información y Comunicación para el Desarrollo, la cual tiene entre sus objetivos generales:

1. Contribuir a la formación de profesionales capaces de producir cambios y desarrollar innovaciones en los procesos de información y comunicación con la aplicación de nuevas tecnologías.
2. Propiciar una visión integradora de los procesos tecnológicos de información y comunicación asociados con la acción en diferentes ámbitos de la realidad social.
3. Fomentar una actitud ética en todas las intervenciones de los participantes, especialmente en las actividades relacionadas con sistemas humano – tecnológicos de información y comunicación.

La línea de investigación en la cual se inserta el presente trabajo es Procesos Tecnológicos de Información y Comunicación.

Finalmente y de acuerdo con la consulta bibliográfica realizada, encontramos que no existen estudios de especialización, maestría o doctorado que planteen la incorporación de la interactividad en la programación televisiva en el país y que se puedan considerar como antecedentes, es por ello que consideramos que la investigación representa un valioso aporte.

No obstante, encontramos que existen dos trabajos de investigación de pregrado que pueden considerarse como antecedentes del presente estudio: “El impacto de las nuevas tecnologías en la televisión”(1986) de Gloria Durán y “La

televisión interactiva: nacimiento del medio de comunicación del futuro” (1995) de Germán Muñiz. Ambos trabajos fueron realizados en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

En el primer estudio, Gloria Durán (1986) realiza una compilación monográfica acerca del impacto de las nuevas tecnologías en la televisión en el mundo y en los medios de comunicación. También se describe la evolución de la TV entre los años 40 y 80, haciéndose mención a la TV por cable, digital y de alta definición como próximas a implementarse. Al citar el caso de Venezuela, se menciona el uso de las microondas y el satélite en las transmisiones de televisión como parte de las transformaciones tecnológicas de la época, así como del uso de computadoras en los estudios de RCTV, Venevisión y VTV. Al referirse a la TV Interactiva como parte de la televisión por suscripción, se menciona la posibilidad de intercambio entre el receptor y el televisor, al tiempo que se describe un sistema interactivo de TV que operaba en Estados Unidos y otro que estaba en período de prueba en Japón.

En la investigación que realizó Germán Muñiz (1995), se menciona la necesidad de convergencia que debe existir entre empresas de televisión y telefonía, las cuales a través del cable de fibra óptica pueden ofrecer servicios multimedia interactivos. Se citan los decodificadores como mecanismo para interactuar con el televisor y poder ver lo que se desea. Se aborda la comunicación digital y se establecen diferencias entre las transmisiones analógicas y digitales, las cuales eran

posibles a través de computadoras. De manera breve se menciona la TV Interactiva en Estados Unidos que comenzaba a ofrecer la empresa Directv y se describe su funcionamiento básico. Se mencionan las ventajas de la TV Interactiva y en tal sentido, se habla de la posibilidad que tiene el receptor de comunicarse con la empresa de televisión, pago por visión, compras y educación interactiva. Entre las desventajas de la TVi se destacan los elevados costos para los receptores y finalmente, se abordan de manera resumida las noticias y el periódico interactivo.

CAPITULO 1: NUEVOS ENFOQUES EN COMUNICACION

La comunicación es un proceso que ha experimentado cambios desde sus inicios. En las primeras concepciones mecanicistas, la comunicación era considerada como un proceso mediante el cual un emisor emitía un mensaje que era transmitido a través de un medio de comunicación o canal, el cual, a su vez, llegaba a un receptor.

Con esos elementos, algunos autores consideraron que no se trataba de comunicación, sino más bien de un proceso de transmisión de información, que según Luka Brajnovic (1979)

“Es el conjunto de las formas condiciones y actuaciones para hacer públicos- continua o periódicamente- los elementos del saber, de hechos de acontecimientos, de acciones y proyectos, todo mediante una técnica especial hecha con este fin y utilizando los medios de transmisión o comunicación social” (Pág.33).

A partir de 1960, con la incorporación de la mirada sociológica a los estudios de comunicación, esta se comienza a entender desde una nueva perspectiva, según la cual, se modifican los paradigmas existentes hasta entonces y se incorpora un nuevo elemento al tradicional modelo “emisor - medio – receptor”, es decir, la posibilidad de que el receptor pueda convertirse en emisor y éste en receptor o en otras palabras, se empieza a hablar de la necesidad de incrementar las oportunidades del receptor y se introduce el elemento de la retroalimentación.

Es por ello, que otros autores comienzan a calificar la comunicación como un proceso de mayor complejidad y consideran que en la misma “...dos o más seres o comunidades humanas intercambian y comparten experiencias, conocimientos y sentimientos, aunque sea a distancia y a través de medios artificiales”(Kaplún, 1985:68).

Desde esta perspectiva, se observan los términos “intercambian” y “comparten”, los cuales evidencian cómo la relación entre receptor y emisor comienza a entenderse de manera horizontal y diríamos hasta circular, pues para intercambiar y compartir, es necesaria la retroalimentación a la que se refiere esta nueva concepción.

En esta misma corriente otros autores realizan aportes al entonces nuevo concepto de comunicación y en tal sentido, consideran que “...cuando exista para los participantes una distribución simétrica de oportunidades (...) vale decir, igualdad efectiva de oportunidades para asumir roles de diálogo”, el cual es “nada menos que tomar decisiones conjuntamente”(Habermas,1981: 171).

Hasta este momento, podríamos tener claro un concepto de comunicación, pero otros autores enriquecen el concepto incorporando mas elementos y consideran que la comunicación “...debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre humanos, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia”(Pasquali,1979:37).

Este autor venezolano además de limitar la comunicación a las personas o a la condición humana, intenta establecer diferencias entre la comunicación social entendida como proceso, en el cual interviene un canal que sirve de intermediario entre el emisor y el receptor y una Relación de Comunicación, que no necesariamente sea a través de un medio de comunicación, como aquella del día a día que se puede establecer entre dos personas en la que “...todo emisor puede ser perceptor y todo perceptor puede ser emisor en condiciones de reciprocidad igualitaria y biunívoca” (Pasquali,1979: 53).

Las definiciones anteriores nos permiten identificar el cambio del paradigma de la comunicación mecanicista e influenciada por las teorías de la información, a la comunicación humanista.

1.1 La transdisciplinariedad como nuevo enfoque

A medida que la sociedad evoluciona han surgido nuevos enfoques y paradigmas que a nuestro entender complementan el abordaje de las ciencias de la comunicación, tal es el caso del pensamiento interdisciplinario.

La noción de interdisciplinariedad surgió para proporcionar ese tránsito entre varios compartimentos del saber posibilitando un conocimiento más abarcador y menos excluyente, para de alguna forma, explicar las nuevas realidades de las sociedades contemporáneas.

Varias fueron las propuestas estudiadas para estructurar las posibilidades del trabajo interdisciplinar, hablándose incluso en muchas perspectivas, como multidisciplinaridad, transdisciplinaridad, interdisciplinaridad lineal, cruzada, unificadora, estructural, entre otras. Por ello, se hizo necesario un enfoque que rebasara las disciplinas y se orientarán los estudios hacia la transdisciplinaridad que según Pineda (2004) se refiere a

“... ruptura de límites, de las viejas fronteras erigidas por las disciplinas científicas en la comunicación de los saberes, y se abre al conocimiento bipolar, descentrado, ramificado y entrecruzado y, con ello, da paso a la visión de conocimiento no compartimentado, ni separado por disciplinas en estricto, que sólo permitían abordajes cerrados sobre los problemas” (Pág.110).

La autora afirma que desde el punto de vista del conocimiento científico el pensamiento transdisciplinar

“habla hoy de que la ciencia no es única, de que los resultados de su actividad deben tener vinculación con la vida subjetiva y cotidiana de las personas, de que la ciencia como actividad humana implica una interpretación desde la óptica de quien la realiza y de que los estados afectivos de los sujetos sociales pueden modificar, afectar y alterar los procesos cognitivos, por lo que todo conocimiento no remite a un hecho puro sino a una interpretación y, en consecuencia, de que el problema del conocimiento más que un problema de objeto cognoscente, es un problema del sujeto”(Pág.112).

Esta concepción del conocimiento deja atrás el paradigma científico de ciencias desintegradoras y aisladas para plantear la necesidad de un conocimiento complejo y flexible que acepte la convivencia de corrientes de naturaleza diferentes pero que puedan complementarse entre sí (Mujica,2000).

Para Díaz (2000), el pensamiento transdisciplinar supone nuevas perspectivas y estrategias de intervención frente a un mundo complejo y contextualizado en la red de relaciones que establecemos.

El paso del pensamiento disciplinar clásico al complejo y transdisciplinar implica un cambio en los modos de pensar y constituir saberes que supone, un episteme de la totalidad que requiere de la contextualización para conocer y comprender por intermedio de interconexiones (Morín,1990), lo cual implica una forma mas compleja de entender procesos que cada vez más están relacionados entre sí y que superan los límites de una disciplina.

El pensamiento transdisciplinar se enfrenta a la ruptura entre distintas disciplinas científicas y a que continúen promoviéndose verdades absolutas y buscar formas de promover la cooperación entre disciplinas para trascender a saberes institucionalizados (Ortiz,1999).

No obstante, la transdisciplinariedad que intenta dirigir el proceso de constitución de un conocimiento de la unidad en la diversidad, no debe ser confundida con modalidades como:1) La cruzidisciplinaridad, en la que se plantea la predominancia de alguna disciplina sobre otra. 2) La multidisciplinaridad, en la que las disciplinas no solamente no desaparecen sino que además siguen permaneciendo como comportamientos estancos, como los capítulos de un libro enciclopédico. 3) La

interdisciplinaridad, en la que las fronteras disciplinarias en lugar de desaparecer se reajustan (Fontalvo,1999).

En Francia, Giles Deleuze y Félix Guattari (1994) presentan la noción de “rizoma” para explicar el pensamiento transdisciplinar. El paradigma rizomático es regido por seis principios básicos:

1. Principio de conexión: cualquier punto de un rizoma puede ser/estar conectado a cualquier otro;
2. Principio de heterogeneidad: dado que cualquier conexión es posible, el rizoma se rige por la heterogeneidad;
3. Principio de multiplicidad: el rizoma es siempre multiplicidad que no puede ser reducida a la unidad. El rizoma no posee una unidad que sirva de pivote para una objetivación/objetivación: el rizoma no es sujeto ni objeto, sino múltiplo.
4. Principio de ruptura a significante: el rizoma no presupone cualquier proceso de significación, de jerarquización. Aunque sea estratificado por líneas, siendo, así, territorializado, organizado, etc, está siempre sujeto a las líneas de fuga que apuntan a nuevos e insospechadas direcciones.
5. Principio de cartografía: el rizoma puede ser mapeado, cartografiado, y tal cartografía nos muestra que posee entradas múltiples, es decir, el rizoma puede ser abordado desde infinitos puntos, pudiendo, de ahí, remitir a cualesquiera otros en su territorio. El rizoma posee siempre regiones insospechadas, una riqueza geográfica pautada en una lógica del devenir, de la exploración, del descubrimiento.

6. Principio de calcomanía: los mapas pueden, no obstante, ser copiados, reproducidos; colocar una copia sobre el mapa no siempre es garantía de exactitud, pese a una yuxtaposición perfecta. Lo inverso es la novedad: colocar el mapa sobre las copias, los rizomas sobre las árboles, posibilitando el surgimiento de nuevos territorios, nuevas multiplicidades (Deleuze y Guattari, 1994).

El paradigma rizomático rompe con la jerarquización tanto en el aspecto de la importancia, como en el aspecto de las prioridades en la circulación. En el rizoma son múltiples las líneas de fuga y por tanto múltiples las posibilidades de conexiones, aproximaciones y percepciones.

Además de creer que el pensamiento transdisciplinario explica los procesos de comunicación en la actualidad, también consideramos necesario abordar el efecto de la tecnología, la cual ha transformado las actividades de quienes se desempeñan en los medios audiovisuales e impresos.

1.2 La Tecnología: procesos y efectos

Históricamente ha existido una vinculación entre tecnología y medios de comunicación que ha estado cargada de diferentes visiones y perspectivas, las cuales moldean y definen la relación entre ambos.

Es por ello, que en esta investigación consideramos necesario definir algunos aspectos relacionados con lo tecnológico y su vinculación con los procesos de comunicación. De allí que hagamos referencia a la definición propuesta por Iraset Páez Urdaneta (1992), quien apunta “en principio, por tecnología entendemos aquel conocimiento integrado y funcionalizable que permite una eficiente intervención del entorno, a objeto de asegurar la sobrevivencia de la especie humana” (Pág.131).

El citado autor también se refiere a un proceso de transferencia tecnológica que define como la movilización de este conocimiento hacia un nuevo ambiente social. Es preciso tener clara esta idea, porque a menudo escuchamos hablar de ello, pero no toda tecnología es transferible y menos aún, no toda transferencia representa una ventaja competitiva.

Asimismo, la transferencia tecnológica se encuentra inmersa dentro de un proceso de mayor complejidad, a saber, la expansión tecnológica que, siguiendo a Páez, comprende cinco procesos:

1) Difusión tecnológica: es aquel que ocurre cuando en un ambiente de investigación se obtiene una iniciativa tecnológica que es utilizada en la industria, o es adaptada en otros sectores, con fines industriales. Un ejemplo de ello son las investigaciones sobre nuevos tipos de cerámicas con propiedades hasta ahora desconocidas, las cuales una vez concluidas y demostradas sus ventajas, se fabrican nuevos productos y se comercializan por la industria.

2) *Diseminación tecnológica*: proceso por el cual la iniciativa tecnológica es divulgada dentro y fuera del ambiente donde tuvo su origen, con propósitos que van desde lo académico hasta lo comercial. La diseminación se realiza a través de cursos, ferias o exposiciones y busca llamar la atención de clientes dentro de la academia o del sector comercio, con fines de exportación y de la elaboración de versiones mejoradas.

3) *Transferencia tecnológica*: se refiere a la exportación de la tecnología por parte del país productor o la importación por parte del país usuario de la tecnología producida por otro. En cualquiera de los dos casos, la forma mas utilizada es la cesión o venta bajo condiciones que obligan al importador a transferir al exportador las mejoras que hayan obtenido de la tecnología.

4) *Apropiación tecnológica*: ocurre cuando el país importador de una tecnología compra el derecho a vender un desarrollo tecnológico a otros países y puede incluir también al país exportador original. Existen casos en los que el importador nacionaliza la tecnología y otros que la replican y la patentan como propia sin realizar ninguna compra.

5) *Asimilación tecnológica o “absorción tecnológica”*: el cual ocurre cuando el conocimiento tecnológico adquirido es replicado y adaptado a un nuevo ambiente social.

A juicio del autor, cuando el quinto proceso se cumple puede ocurrir un sexto proceso, al que denomina *Reinducción tecnológica*, también denominado “*transferencia tecnológica reversiva*” a través del cual, el país autor o exportador de

la tecnología recibe las mejoras que pudiera haber realizado el país exportador o usuario.

Por otra parte, el autor menciona nueve factores que interactúan en el proceso de transferencia tecnológica:

- (a) “Un agente productor de la tecnología;
- (b) Un agente receptor de la tecnología;
- (c) Una tecnología objeto de transferencia;
- (d) Un canal de transferencia de la tecnología;
- (e) Un ambiente o escenario de recepción de la tecnología,
- (f) Un conjunto de metas o propósitos que justifican la transferencia de una tecnología por parte de su agente productor;
- (g) Un conjunto de metas o propósitos que motivan la transferencia de una tecnología por parte de un agente productor;
- (h) Un conjunto de normas que rijan el uso o aprovechamiento de una tecnología transferida por un agente receptor; y
- (i) Un conjunto de retribuciones (en monedas, privilegios políticos, tributarios y comerciales, etc.) que el agente receptor acuerda al agente productor de una tecnología” (Pág. 140-141).

Los procesos arriba descritos, que forman parte de la expansión tecnológica y los agentes que interactúan en la transferencia tecnológica, son de gran importancia para los países en vías de desarrollo, así como para la asimilación adecuada de las nuevas tecnologías que son por lo general, producidas por países de mayor industrialización, a los fines de obtener mejores condiciones al momento de la importación de la tecnología y una utilización más provechosa de la misma, con el objetivo de no solo adaptarla a nuestras necesidades, sino procurar su mejora.

Una vez que la expansión tecnológica ocurre, también es importante conocer sus efectos y en tal sentido, Carlota Pérez (1998), también se refiere a la difusión de la tecnología y afirma

“...que lo que cada revolución tecnológica brinda es la posibilidad de un salto cuántico en productividad potencial para todas las actividades, nuevas o viejas. Por eso su difusión es inevitable a la larga, aunque enfrente una enorme resistencia inicial; pero el proceso es prolongado y complejo porque los ritmos de respuesta en el terreno social e institucional son mucho más lentos que en el plano tecnológico y económico” (Pág.20).

Al hacer referencia a la revolución tecnológica, la autora opina que estas transformaciones implican “un inmenso potencial de generación de riqueza. El éxito en el manejo de ese potencial depende de la capacidad de los individuos y de la sociedad en su conjunto para poner ese potencial al servicio de sus metas” (Pág.21-22).

Para ello, es necesario tener presente todo el proceso de expansión tecnológica descrito con anterioridad e identificar, que la tecnología, es un instrumento para lograr nuestros objetivos. Siguiendo a Pérez, cada transición envuelve tres grandes transformaciones sucesivas en un proceso de realimentación mutua:

- “1) Un cambio tecnológico, en el sentido duro, nuevos procesos, nuevos equipos, nuevos materiales, fuentes de energía, modos de transporte, etc., modernizando el aparato productivo.
- 2) Un cambio organizativo y gerencial, transformando la empresa y sus relaciones.
- 3) Un cambio socio-institucional, abarcando no sólo los modos de intervención del Estado en la economía, sino también modificaciones sustanciales en el campo, educativo, político, ideológico y cultural” (Pág.22).

De esta manera, vemos algunas de las consecuencias que se producen a partir de las revoluciones tecnológicas, y como este es un proceso constante en nuestras sociedades, lo más conveniente es estar preparados para los cambios graduales y profundos que impone la tecnología, tanto para los individuos, como para las organizaciones, de lo contrario estaremos frente a la posibilidad de ser arrojados por las transformaciones y desde el punto de vista individual, corremos el riesgo de disminuir nuestras competencias y nuestras opciones en el mercado laboral. Asimismo, las organizaciones que se resistan, podrían desaparecer del mercado.

Más adelante se presenta cómo toda esta revolución tecnológica influye en los medios de comunicación y concretamente en empresas de televisión y cómo el trabajo de cada uno de sus integrantes cambia cada vez que la empresa asume estar a la vanguardia de la tecnología. A continuación se definen precisamente, las nuevas tecnologías que han tenido un impacto determinante en los medios de comunicación.

1.3 Importancia de las nuevas tecnologías

Antes de referirnos a las Tecnologías de Información y Comunicación, es pertinente hacer precisiones importantes sobre algunas de las nuevas tecnologías que tienen la capacidad de modificar nuestras sociedades y por tanto, nuestras vidas. Para Manuel Castells (1986)

“...las nuevas tecnologías comprenden una serie de aplicaciones de descubrimientos científicos cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información. Por un lado, de la

información simbólica, programando la comunicación inteligente entre máquinas o a través de máquinas en el caso de la Microelectrónica y la Informática”(Pág.23).

El volumen de información es cada vez mayor y precisamente, el reto para los profesionales de la comunicación, es el tratamiento de esa información, pero sin olvidar las posibilidades de intercambio entre humanos que potencia la nueva tecnología.

El citado autor sostiene que entre los elementos que caracterizan a las nuevas tecnologías están su interdependencia, es decir, que

“...constituyan un sistema, en el que los avances de cada campo facilitan el progreso en otras áreas de innovación tecnológica, en base sobre todo a la comunicabilidad de la información obtenida y a su traducción en el código específico de cada campo por medio de ordenadores telecomunicados entre sí”(Pág.:24).

Esa comunicabilidad se facilita a través de las redes que forman parte de las nuevas tecnologías y que permite una renovación constante del conocimiento y su traducción en nuevos productos. Entre las nuevas tecnologías Castells menciona a la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones, por el impacto que éstas tienen en el desarrollo de las sociedades contemporáneas, producto de la cooperación que existe entre ellas. Además de su impacto, resultaría casi imposible separarlas o hablar de una, dejando de lado a la otra, porque además su desarrollo está muy vinculado.

En coincidencia con este autor, Carlota Pérez (1998), al referirse al impacto de las transformaciones tecnológicas sostiene que a partir de los años setenta, la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones digitales comenzaron a transformar un terreno tras otro del mundo de los negocios, y un campo tras otro de la vida cotidiana. En tal sentido, sostiene:

“...está la capacidad de estas nuevas tecnologías para modificar productos, equipos y procesos y para redefinir los, modos de operación e interacción en todos los terrenos: desde las finanzas el comercio y la producción, hasta los medios y los modos de comunicar y educar, de dirigir y gobernar” (Pérez,1998:8).

Es indudable, el impacto de la nueva tecnología en todos los sectores y más aún en los medios de comunicación, producto entre otras de la informática que según Castells (1986), es la ciencia que se ocupa del proceso y almacenamiento de información mediante ordenadores y agrega que esta es considerada “nueva tecnología” porque a través de la microelectrónica, se han hecho más accesibles los equipos informáticos en cuanto a costos y tamaño, lo cual ha facilitado su penetración en procesos industriales y más aún, en aquellos que requieren cierta creatividad y que estaban reservadas al trabajo humano.

Es de destacar, que no se trata de desplazar el trabajo humano por las máquinas, sino de generar un trabajo de cooperación entre ambos para hacer de la tecnología un aliado en el desempeño de nuestras funciones y en particular, en las relativas a la comunicación. En este sentido, Carlota Pérez también desecha la

satanización de quienes ven en la tecnología amenazas y por el contrario, destaca la importancia del valor humano en medio de las revoluciones tecnológicas al considerar que

“...la tecnología de la información abre el camino de la reintegración del trabajo mental y manual, la empresa competitiva basa su capacidad en la creatividad de todo su personal. El uso del término capital humano expresa el cambio de concepción”(Pérez,1998:36).

Es así como asumimos aquella corriente del pensamiento que considera que las tecnologías de información contribuyeron a humanizar el trabajo y más aún promovieron el valor de las ideas, pues el trabajo intelectual adquirió un valor importante en los procesos de producción.

El modelo de producción intensiva en energía y materias primas, está siendo sustituido por un modelo alternativo de producción, intensivo en información y “materia gris”, capaz de permitir una redefinición de los modos de vida, en lo que se imponen nuevas concepciones: descentralización, consenso, heterogeneidad e integración; en contraste a centralización, confrontación, homogeneidad y compartimentación.

Por otra parte, Castells (1986) califica a las telecomunicaciones entre las Tecnologías de Información menos nuevas, pues considera que han sido producto de evoluciones tecnológicas constantes y las define como

“...el conjunto de técnicas cuya finalidad es la transmisión, emisión, o recepción de signos, señales, escritos, imagen, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos”(Pág..38).

Coincidimos con Castells en que las telecomunicaciones son menos nuevas que el resto de las nuevas tecnologías, pues recordemos que desde el siglo XIX se conoce la importancia del uso del telégrafo y en el siglo XX del teléfono, así como los efectos económicos atribuidos al desarrollo de las telecomunicaciones.

Este autor también destaca los aportes de la microelectrónica a las telecomunicaciones y le asigna el poder de haberles concedido una nueva dimensión, es decir, “la posibilidad de descomponer todo tipo de señales (voz, música, dato, etc.) en señales digitales codificadas y, por tanto, en una sucesión de unos y ceros, que permite que cualquier tipo de información sea tratada por un ordenador”(Pág.40).

En este punto, nuevamente observamos la relación directa entre estas tecnologías y más adelante se profundizará sobre la importancia de la digitalización y su impacto en la comunicación. Para el citado autor “la Microelectrónica es la tecnología fundamental como portadora de cambios cualitativos que inciden en los demás sectores económicos. Esta tecnología se difunde y se materializa a través de la Informática y de las Telecomunicaciones”(Pág.43), es decir, que estas últimas son indispensables para que las transformaciones de la microelectrónica lleguen hasta los usuarios.

Es importante destacar, que la tecnología no viene a sustituir el trabajo humano, sino a redimensionar algunas funciones y está en nosotros aprovecharlas, tal es el caso de la interactividad que en la presente investigación tratamos como una forma de reivindicar a la audiencia de los medios. A continuación se abordará el impacto de las TICs en los procesos de comunicación en las últimas tres décadas.

1.4 Impacto de las TICs en los medios

A juicio de Migdalia Pineda (2004), en la década de los ochenta se utilizó de forma indiscriminada la denominación “Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación” para calificar los productos y servicios, resultado de la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y la electrónica, definición que llegó a abarcar a las

“...redes de cable coaxial, de fibra óptica, las antenas fijas o móviles, las redes digitales, las tecnologías de ordenadores y programas informáticos, las tecnologías de inteligencia artificial y circuitos integrados, todas las cuales se mezclaban indistintamente con los servicios ofrecidos a través de las mismas como TV por cable, por satélite, videojuegos, videotextos, teletextos, videotextos, accesos a bancos de datos y redes telemáticas y telefonía celular y por satélite”(Pág.81).

Afirma la autora, que el problema radicaba en que no todo podía ser calificado como “nuevo” en virtud a que existían tecnologías con varias décadas de uso y señala asimismo dos fenómenos: el primero, que un mayor número de personas accedió a las mismas debido a la disminución de sus costos y el segundo, la convergencia tecnológica permitía ofrecerlas a través de servicios integrados que anteriormente se

ofrecían de manera separada. Tal es el caso de los teléfonos y la televisión. Los cuales a partir de entonces se podían contratar a través de una misma empresa y más aún, la TV se podía ver a través del cable, mientras surge la telefonía celular.

En la década de los noventa, se comienza a hablar de Tecnologías de Información y Comunicación para referirse a aquellas que se utilizan para “procesar información utilizada para la toma de decisiones o para resolver problemas aunque no se tocan todavía sus ventajas para favorecer relaciones de comunicación a distancia” (Pág.82).

Y de allí que en 1995, gracias a Nicolás Negroponte se comienza a hablar de medios digitales, para aludir al hecho de que con las TICs la transmisión de los datos no se realiza de manera analógica sino digital, es decir, a través del uso de dígitos numéricos o bits, con lo cual se incrementan las posibilidades de transmisión de video y datos a través de redes de banda ancha, con una mayor calidad y superando las barreras de la distancia pues ya los soportes físicos (átomos) son sustituidos por soportes abstractos (bits).

El autor cree que la auténtica oposición entre soportes de la información es la que tiene lugar entre lo que él identifica como movimiento de bits y movimiento de átomos y al respecto, toma el proceso actual en medios impresos para explicar la digitalización.

“Tomemos como ejemplo el periódico actual. El texto se escribe en el ordenador; los reporteros envían los reportajes por correo electrónico; las fotos se digitalizan y también se transmiten por cable; y la paginación de un periódico moderno se realiza mediante sistemas de diseño asistido por ordenador, que preparan la información para transferirla a una película o para grabarla directamente en planchas. Es decir, que toda la concepción y elaboración del periódico es digital, desde el principio hasta el final, en que la tinta se vierte sobre árboles muertos. Es aquí, al final del proceso donde los bits se convierten en átomos”(Negroponte,1995:76).

En opinión de Pineda (2004), el negocio de la información se basa actualmente, en el movimiento de átomos, es decir, en la distribución de objetos físicos: revistas, diarios y libros, por ejemplo. Sin embargo, la auténtica mercancía de esta industria es la información (bits). Por tanto, su identificación con el movimiento de átomos es sólo histórica y accidental y, dado que es mucho más fácil y económico mover bits que mover átomos, es de prever que en el futuro, todos los medios y tecnologías de la comunicación serán digitales.

Entre tanto, Joaquín María Aguirre (1999), al referirse a la digitalización considera que esta supone la transformación de algunos de los elementos básicos de la construcción social y una de sus manifestaciones es el cambio en los medios de información. Una sociedad de la información no es una sociedad más y mejor informada, que también deberá serlo. Es una sociedad en la que toda una serie de elementos se convierte en "información", en el sentido cibernético del término. Por decirlo metafóricamente, estamos ante una nueva forma de alquimia: la alquimia del bit.

Muchas cosas que antes se producían y consumían en estado sólido, ahora son transformadas, por efecto de la digitalización, en bits, en energía que puede ser modificada, almacenada, transmitida, duplicada, multiplicada. Un ejemplo lo constituyen los periódicos y en general los medios impresos, los cuales tienen ahora como competidor más cercano las páginas web, cuyos suscriptores cada vez más se incrementan a escala mundial.

El bit, es el principio de la nueva Era de la Información y prácticamente todo es una consecuencia de este proceso básico mediante el cual podemos reducir toda una serie de elementos complejos a la expresión numérica binaria. Bit o cifra binaria, es la máxima sencillez alcanzada en la representación y que nos permite hablar de ciudades digitales o virtuales, pues la digitalización es la nueva aprehensión numérica o matemática de la realidad para ser manipulada (Aguirre,1999).

Observamos también la utilización del término medios electrónicos, como una forma de diferenciación de aquellos medios impresos, es decir, aquellos en los cuales no se utilizan técnicas informáticas y electrónicas para la elaboración de las informaciones y donde además su difusión no es en línea.

Los 90 también es la década de los medios telemáticos y se introduce la interactividad como una forma de mayor participación para los usuarios. En estos medios interactivos en los cuales a través de conexiones digitales telefónicas y de redes se permite el intercambio de roles entre emisor y receptor y facilitan al usuario

su intervención en el proceso de producción y envío de mensajes acercándose a un proceso de comunicación en el cual existe un diálogo por medio de tecnologías (Mayer,1997).

Este punto también merece una atención especial para esta investigación. Para Kerckhove (1999) “La interactividad es la relación entre la persona y el entorno digital definido por el hardware que conecta a los dos. La interactividad es el tacto” (Pág.3).

Para el citado autor, la realidad virtual, los multimedia y los sistemas interactivos son proyecciones multisensoriales y sostiene que

“...dentro del rico entorno electrónico que nos hemos creado, a menudo mantenemos relaciones “proprioceptivas” inconscientes, es decir, respuestas activadas por estímulos que están tan profundamente arraigados en los medios que apenas nos damos cuenta de que existen”(Pág.3).

Precisamente, el anterior criterio fortalece nuestra postura en el sentido de que la interactividad es la vía sobre la cual se recuperan las relaciones entre emisores y usuarios y que esta es una necesidad humana.

Para Kerckhove, las redes también son extensiones del tacto y las redes interactivas como el teléfono o la videoconferencia son aún más táctiles, ya que permiten una retroacción inmediata. El autor se refiere al tiempo y el espacio en términos de “telepresencia” en sentido de que puedes estar “aquí” y “allí” al mismo

tiempo por teléfono o por videoconferencia, considerando un “allí” que esté a siete mil kilómetros de distancia, representa que o bien te has vuelto muy rápido, o bien muy grande. Así,

“...una comunicación correcta requiere la retroacción para confirmar que el mensaje ha sido recibido, aunque sea sólo devolviendo la información en una cadena de datos, es en este punto donde se observa la dimensión verdaderamente “táctil” de la relación y la esencia de la presencia” (Pág.3).

También es importante mencionar la referencia que hace el autor a la virtualidad y en este sentido, apunta que están empezando a aparecer mundos tridimensionales, que cuentan con arquitectura virtual, servicios de noticias y de información meteorológica fiables que atraen a miles de habitantes, ejemplo de ello es *Second Life*.

El mundo interactivo y virtual pone de manifiesto las posibilidades que ofrecen las TICs como mediadoras en los procesos de comunicación a distancia, pues permiten al usuario los siguientes tipos de interactividad: informativa, consultativa, comunicacional y transaccional (Pineda,2004). En capítulos siguientes además de profundizar sobre distintos conceptos de interactividad, se presentarán también niveles que de acuerdo con el criterio de algunos autores definen una mayor o menor interactividad.

En 1996, con la World Wide Web nace el concepto de multimedia o hipermedia, que se caracteriza por una escritura no secuencial a través del hipertexto que permite una interrelación de ideas en múltiples direcciones, rompiendo con la idea del relato lineal de los acontecimientos propios del discurso escrito (Armañanzas et al,1996).

En un primer momento, el hipertexto fue utilizado sólo para asociar al texto escrito electrónicamente con otras informaciones vinculadas a un mismo tema que se encuentran en otro documento, pero en los años noventa ha derivado en un concepto más amplio, el de hipermedia, el cual une materiales escritos, icónicos sonoros, para presentar al usuario un producto multimedia integrado que crea asociaciones no solo entre informaciones textuales, sino entre éstas y las visuales y sonoras (Pineda, 2004).

Para Kerckove (1999) hipertextualidad significa acceso interactivo a cualquier cosa desde cualquier parte, mientras que la digitalización es la nueva condición de la producción de contenidos, la hipertextualidad es la nueva condición del almacenamiento y la entrega de contenidos. Por sí mismo, el hipertexto podría considerarse un sistema automatizado muy inteligente de referencias y rastreo basado en el texto, pero la buena noticia de la implementación de los principios de la hipertextualidad en la world wide web es precisamente que el espacio de búsqueda es mundial.

La hipertextualidad está invadiendo los dominios tradicionales del suministro de contenidos en forma de datos, texto, sonido y video. Está cambiando las reglas del almacenamiento, la distribución y la entrega basados en elementos como los libros, los discos, los cassettes, los videos o las películas. En este punto, tanto Pineda como Kerckove, coinciden en concederle al hipertexto atributos que configuran una verdadera transformación tecnológica, es decir, fomentaron en el usuario una estructura multidimensional en la lectura basada en el hecho de que el pensamiento humano funciona por asociaciones.

Como la hipertextualidad se está volviendo omnipresente y, además, responde mucho mejor a los requisitos de entrega inmediata del mercado, está sustituyendo a los métodos más antiguos de entrega de noticias y un ejemplo de ello, lo vemos en los servicios personalizados de envío de información que cada vez más solicitan los usuarios de medios digitales.

Con la incorporación de la hipertextualidad surge una poderosa fuerza de motivación para el cambio en los modos de producción y acceso de medios lineales (analógicos) a no lineales (digitales). La facilidad para

“...reconfigurar los datos, las noticias están pasando de ser distribuciones en masa a entregas personalizadas. La economía de la información está alejándose de las tecnologías de almacenamiento concreto como la analogía, el video, el audio y la impresión, y está aproximándose a máquinas inteligentes que producen la información a petición” (Kerckove,1999:5).

Sin embargo, vemos que Jaime Sánchez (1995), hace una distinción entre hipermedios y multimedios, ya que si bien responden a una misma idea conceptual y al mismo tipo de presentaciones, considera que existe entre ellos una ligera diferencia

“Hipermedios es una extensión de hipertexto o texto automatizado no lineal que incluye texto, video, audio y animación. En cuanto a los multimedios, obedecen a la misma concepción que, como se ha dicho, incluye un grupo de tecnologías de video, sonido, imágenes y texto coordinadas por el computador”(Pág. 163).

Por otra parte, vemos que Luis Joyanes (1997), define el concepto de hipermedia como una nueva filosofía de la realidad que está demarcada por la interacción del multimedia, el hipertexto y la realidad virtual, cuya máxima relevancia la adquiere cuando se integra en la web. "La hipermedia combina simplemente hipertexto y multimedia"(Pág.70).

De acuerdo con los autores consultados, creemos que el concepto de hipermedios más amplio y que más se ajusta con la presente investigación es el de Luis Joyanes, porque además contempla una interacción entre los distintos medios, lo cual sin duda se trasladará a sus usuarios. En lo que no coincidimos con el citado autor es en el aspecto relativo a la Internet, pues creemos que fuera de la red y es lo que pretendemos investigar en este trabajo, existen posibilidades de interacción.

Con la expansión de la Internet en los noventa y el surgimiento de la noción del ciberespacio y los cibermedios, el usuario tiene la posibilidad de fomentar

vínculos e interacciones como una nueva forma de relación entre personas. Esta nueva forma de vinculación humana produce alteraciones en las formas de relacionarse y crear comunidades.

Los cibermedios permiten una relación de muchos a muchos, rompiendo la tradicional relación de los medios masivos, que se establecía de uno a muchos. Ello, permite al usuario un cambio de rol, pues ahora tiene la posibilidad de producir y enviar mensajes o en palabras de Alejandro Pistelli (1998) de tener poder de decisión. Con los cibermedios el usuario puede convertirse en productor de información sin intermediarios, censura y controles, y con mayor poder de decidir sobre los contenidos, siempre que puedan tener acceso a la tecnología, elemento que en nuestro país posee características particulares.

Por otra parte, Montiel (1998) establece una clasificación de los nuevos medios digitales y los divide de acuerdo con varios aspectos: Una primera categoría, para hacer referencia a los viejos medios con nuevos soportes, es decir, a los medios tradicionales de difusión que incursionan en la red sin adaptar sus estructuras a las posibilidades que ofrece la versión electrónica, sólo cambian los receptores, pero la información es la misma que en la versión impresa. Estos no ofrecen posibilidades interactivas. Un ejemplo lo representan algunas páginas web de medios impresos regionales que repiten su versión impresa.

Una segunda categoría son los medios cibernéticos, aquellos que vienen de la edición impresa o que emergen dentro de esta tecnología, pero que se ubican en el ciberespacio apoyados por recursos telemáticos e informáticos, en el que combina el medio impreso con el audiovisual y son interactivos. Aquí podemos mencionar el caso de la mayoría de medios nacionales que además de ofrecer otros servicios interactivos, diferencian entre su versión impresa y web.

La tercera categoría está referida a los medios personalizados, lo cual Montiel describe como la confluencia de toda la información producida en los medios electrónicos y que el usuario selecciona mediante el sistema *Push*, para recibir las informaciones en el correo electrónico, se estructura a la medida del usuario. Sólo se envían al usuario los temas que previamente éste ha seleccionado, es decir, a solicitud del cliente. Un ejemplo lo representan aquellos medios impresos que envían a un determinado grupo de usuarios solo informaciones económicas, deportivas, internacionales, arte, espectáculos o política, de acuerdo al interés de la audiencia.

En este punto también es importante hacer referencia a la conectividad, un elemento que hace posible la interacción en las distintas formas como hasta ahora hemos observado en la presente investigación. Nos estamos refiriendo a la conectividad que Kerckhove (1999) la define como un estado humano casi igual a la colectividad o la individualidad. Es esa condición de fugacidad comprendida por un mínimo de dos personas en contacto entre sí, por ejemplo, conversando o colaborando.

La red, el medio conectado por excelencia, es la tecnología que hace explícita y tangible esta condición natural de la interacción humana. Los otros únicos medios conectados que hemos conocido son el telégrafo y el teléfono, relaciones de uno a uno, punto a punto; extensiones del intercambio vocal. Internet, al combinar ambos y añadir el potencial punto a multipunto (radiodifusión), ha aumentado considerablemente la conectividad útil entre las personas. Lo que mantiene “conectada” a la Red, es que permite y alienta la entrada a individuos dentro de un medio “colectivo”. El resultado es que los procesos de información y la organización social que nacen de ella están conectados y son individuales al mismo tiempo (Kerkove,1999).

Si comparamos a la red con otros “sistemas de información” como pueden ser los libros, vemos que estos en muchos casos promovían el “individualismo”, llegando hasta a aislar a la gente los unos de los otros al hacer de la “comunicación” algo silencioso. El efecto de los libros en algunas ocasiones, fue acelerar el crecimiento de las mentes individuales y de individualismo de esas mentes.

La radio y la televisión son verdaderamente masivos, porque se dirigen a todos al mismo tiempo al igual que los libros, aunque estos no están conectados porque no permiten ni invitan a la entrada por parte de personas individuales en tiempo real. La excepción que confirma la regla son los programas de radio con participación telefónica en directo. Estos, sin embargo, tienen un formato muy cerrado, con mucha selección, y son estrictamente moderados. Sin embargo, desde el

momento en que se organizaron las redes, la conectividad se volvió una alternativa a lo individual y a lo colectivo.

Así, la conectividad se transforma en uno de los recursos más poderosos de la humanidad. Es una condición para el crecimiento acelerado de la producción intelectual humana. Los satélites nos han conducido a una potenciación y a un cambio de escala formidable en nuestro entorno conectado. Ahora cualquier persona puede acceder a la red, descargar imágenes, en tiempo casi real, del planeta Tierra desde un satélite de información meteorológica (Kerkove,1999).

En este punto hemos analizado de manera resumida el impactos de las TICs en los medios de comunicación en los últimos treinta años y hemos explicado los nuevos elementos que caracterizan a los medios y la transformación que la tecnología ha obligado en estos, así como las nuevas realidades que enfrentan los emisores y las cada vez mayores opciones que tienen los usuarios. De igual forma, hemos revisado conceptos que consideramos claves en el desarrollo del presente trabajo para entender nuestra propuesta inicial. A continuación se tratará de explicar en detalle la interactividad y sus posibilidades.

CAPITULO 2: LA TELEVISION INTERACTIVA

El experimento de la CBS en 1953 es considerado como el primer formato interactivo en la ficción que llevó por título "*Winky Dink and you*", un programa infantil de dibujos animados en el que mediante la compra de un kit formado por plásticos transparentes y marcadores, el niño podía participar ayudando al personaje *Winky* y su perro *Woofers*, a sortear innumerables obstáculos dibujando en los plásticos colocados sobre la pantalla del televisor. Por ejemplo, si *Winky Dink* tenía que cruzar un río, el niño dibujaba un puente para que cruzase por él y al final de la serie, los niños podían unir los signos que aparecían en la parte inferior del monitor y formar una palabra secreta.

Luego de más de 30 años y a finales de los años ochenta, es cuando puede hablarse de un punto de inflexión entre la comunicación mediática y la audiencia. Entonces comienzan a realizarse experimentos con equipos pesados que se colocan en las casas de los usuarios y permiten comunicarse vía módem con un ordenador central. Uno de los experimentos más conocidos es el de la *Warner Channel* en el estado de Florida (Estados Unidos). Esas pruebas fracasan porque el equipo era caro, la tecnología poco desarrollada y no existía la posibilidad de que el negocio fuera rentable. Luego hay otros experimentos interesantes, como el que hizo Televisión Española a comienzos de la década de los noventa. El equipo consistía en una pequeña caja que se conectaba al teléfono y una impresora, de tamaño similar a las calculadoras. El usuario podía desplegar menús gráficos sobre la pantalla de

televisión. Este experimento también fracasó, entre otras cosas porque no se definió con claridad el mercado objetivo, y las personas que compraban la caja no eran las mismas que luego veían los programas.

En esa época surgen iniciativas, como la de Teletrébol en España, un servicio por control remoto que permitía a los usuarios contestar a ciertas preguntas mediante impulsos. También salió al mercado un juego de ordenador que los usuarios podían controlar desde sus casas con el teléfono, y que estuvo funcionando en España en Tele 5 y en otros 50 países, poco antes de que llegara la televisión interactiva por decodificador.

Aunque lo descrito anteriormente puede considerarse como antecedente de la TVi, esta puede definirse como una plataforma que trata de unificar en un mismo receptor televisión e Internet, fundamentalmente para dotar de interactividad sus contenidos. Para González (2002)

“...es una televisión enriquecida que ofrece información complementaria a la programación, integración en tiempo real con el programa de emisión, publicidad interactiva y una amplia gama de servicios de valor añadido. Todos estos servicios se irán incrementando con el desarrollo y evolución del nuevo medio (...). La TVi es la plataforma de comunicación más completa de la nueva era y se constituye como el medio idóneo para el intercambio cultural tanto a escala global como a escala local” (s/p.).

Es en la integración en tiempo real donde existe la mayor posibilidad de interacción entre emisores y receptores y donde éstos últimos aumentan su participación en la programación.

Los contenidos de la TVi se distribuyen fundamentalmente mediante cable, satélite y televisión digital terrestre:

-Cable: Sus plataformas se explotan por demarcaciones territoriales y esto facilita la segmentación local de las emisiones. Ofrece una amplia gama de servicios gracias a la banda ancha. Su principal desventaja es el alto costo de implantación.

-Satélite: La interactividad se consigue mediante vía telefónica.

-Televisión digital terrestre: No necesita instalación específica. La señal de televisión llega mediante la antena de radiofrecuencia que utilizan las empresas de TV públicas y privadas. La interactividad se produce a través de línea telefónica (Internet y correo electrónico).

Cuadro N° 1: Características de las plataformas de TVi

	Satélite	Cable	TDT
Implantación	Fácil / Rápida	Difícil / Costosa	Fácil / Rápida
Cobertura	Continental	Local	Local
Ancho de banda	Gran capacidad	Gran capacidad	Limitado
Contenidos	No permite información local	Información local	Información local
Canal de retorno	Limitado(Teléfono, 56 Kbits/s)	Ilimitado(50 Mhz de retorno que equivalen a +300 Mbits/s)	Limitado(teléfono, 56 Kbits/s)

Fuente: (González, 2002)

Desde el punto de vista tecnológico, la interactividad ofrece al usuario contenidos adicionales a los programas de televisión, tales como: informaciones asociadas al contenido audiovisual, la programación de los canales, participar en concursos, votaciones, comprar productos o servicios, e incluso participar en los propios programas de televisión con el mando a distancia. Con La TVi el usuario decide si quiere o no ver y cuándo ver los contenidos.

Ahora, los programas representan una parte de la programación de la TV, pues más allá de éstos existe todo un mundo asociado de contenidos y de posibilidades para el usuario, es decir, la TV es una opción entre los distintos servicios que se pueden obtener a través de la TVi.

Además ofrece la posibilidad de personalizar el contenido accediendo a información enviada durante el proceso de emisión (sólo se hace visible si el espectador lo desea) o a servidores con los que puede intercambiar información, a través de un canal de retorno utilizando el televisor como interface de salida. Es decir, a través del control el usuario puede minimizar la pantalla de TV, mientras consulta las condiciones del tiempo o el tráfico, por citar un ejemplo.

Existen dos escenarios de uso de la interactividad:

1) Interactividad local: el espectador interactúa con la información que está almacenada en el receptor, la cual se renueva con cierta periodicidad. Sus características básicas dependen del receptor o decodificador: Guía electrónica de programación, teletexto mejorado, servicios de información (meteorología, tráfico,

farmacias, etc..), juegos, chats, SMS. Existen diversas experiencias positivas en el uso del teléfono móvil como canal de retorno básico (votaciones, envío de puntuaciones, etc.).

Cuadro N° 2: Guía de programación en línea

Hora :

Ahora

Día :

lunes, 02 de julio de 2007

☐ Todas las Categorías
☐ Películas
☐ Deportes
☐ Especiales
☐ Series
☒ Noticias
☐ Compras

[Búsqueda por Título](#)

	Nro. del Canal	Nombre del Canal	18:00-18:30	18:30-19:00	19:00-19:30 19:30-20:00
nacional	133	TVR			Noticias Promar Noticias TVO
deportes	614	ESP2	Sportscenter		
mundos	704	CNNE			Directo desde EE.UU.
	706	CNNI	Insight	World Sport	CNN Today CNN Today
	708	FOXN	Special Report With Brit Hume		The Fox Report With Shepard Smith
	710	BIT	Bloomberg Live »		
	760	TVE	« España directo		
	762	ANT3	El diario de Patricia		Siete días.
	764	TV5			Le Journal De France.
	766	RAI			Tg3
	768	BBC	BBC News	World News Today	

Fuente:Directv En: <http://www.directv.com.ve/DNNSiteHome/tabid/329/Default.aspx> [Consulta: 02-07-07]

2) Interactividad remota: el espectador interactúa con un proveedor de servicios exterior, al que se conecta mediante un canal de retorno. Esta es la opción más avanzada y con mayor número de posibilidades.

Este modo de interactividad engloba al anterior e incorpora comunicaciones bidireccionales con feedback del espectador (votaciones, apuestas), descargas de información personalizada por cada usuario o transacciones más complejas. El canal de retorno puede tratarse de un módem o de opciones más avanzadas (banda ancha, adsl). Se pueden recibir los siguientes tipos de servicios:

- Guía electrónica de programación avanzada, teletexto mejorado, información básica de meteorología, bursátil, aeropuertos y tráfico, entre otras.
- Información tipo carrusel emitida por el operador: información detallada y particularizada de meteorología, bursátil, aeropuertos, tráfico, entre otras.
- Telecompra, Teleadministración, votaciones, encuestas.
- Información selectiva recibida en todo o en parte por el canal de retorno.

Gráfico N° 1: Participación de la audiencia



Fuente: Grupo Academia Postal En: www.academiapostal.es [Consulta: 09-07-07].

Los Servicios Interactivos se pueden dividir en tres grupos dependiendo de lo que ofrezcan al usuario y si son servicios vinculados directamente a la programación o independientes de esta.

-Servicios de información: ofrecen una información independiente de la programación audiovisual que se está emitiendo en ese momento: guía electrónica de programación, teletexto mejorado y juegos.

Imágen N° 1: Paquete de juegos interactivos



Fuente: Directv En: <http://www.directv.com.ve/DNNSiteHome/Default.aspx?tabid=453> [Consulta:02-07-07]

-Servicios ligados a la programación: Son aquellos que complementan con información suplementaria la programación audiovisual emitida: estadísticas deportivas, información ampliada sobre el programa, noticias desarrolladas, participación en concursos, encuestas, preguntas a invitados, pago por visión.

Imágen N° 2: Pay Per View



Letra y Música
Estreno Vie 5 de Oct



La Granja
Estreno Vie 12 de Oct



Las Torres Gemelas
Estreno Vie 19 de Oct



Juego del miedo 3
Estreno Vie 26 de Oct

Fuente: Intercable En <http://www.inter.com.ve/tv/ppv.html>, [06-02-07]

-Servicios transaccionales: ofrecen la posibilidad de enviar y recibir información de forma personalizada y exclusiva. En este caso la interactividad es externa: reservaciones, consultas bancarias, T-administración y compras.

Imágen N° 3: Compras TV



Fuente: Supercable.Canal Fox Life (2007)

El funcionamiento de una aplicación interactiva ligada a la programación es muy sencillo. Durante la emisión aparece, durante unos segundos, una llamada solicitando una acción, si se desea acceder a los contenidos adicionales:

-Se accede a los contenidos adicionales: aplicación, vídeo adicional y juegos, entre otros.

-Si no se realiza ninguna acción, al finalizar la aplicación o al interrumpir ésta, se regresa a la emisión.

En cualquier momento el usuario puede acceder al programa “lanzadera” que es el menú principal que permite seleccionar las opciones interactivas y cuando el usuario lo desea, regresa a la emisión, navega por la información disponible seleccionando entre las diversas opciones o ejecuta una aplicación.

2.1 Desarrollo de la TVi

Aunque la interactividad en la televisión puede parecer un fenómeno reciente, el medio cuenta con una trayectoria de pruebas y experimentos, que han tenido gran influencia en la configuración de la TVi, la cual a finales de los 90 adquirió un nuevo impulso. En este desarrollo de la Tvi se pueden distinguir cuatro etapas:

1) La primera entre 1950 y 1975, aunque en ese período no se puede hablar propiamente de televisión interactiva, algunos experimentos de esos años sientan las bases para diversas aplicaciones interactivas desarrolladas posteriormente (Carey, 1996).

Algunas de estas iniciativas surgen en Estados Unidos a principios de los años cincuenta con las primeras formas de televisión de pago y en otros casos, las pruebas sirven para desarrollar los primeros prototipos de control remoto del televisor o sistemas de comunicación bidireccional con imagen, como el videoteléfono.

Durante estos años también se realizan varias experiencias importantes que incluían la participación del público en los programas de televisión, como el espacio

infantil *Winky dink and you* de la CBS y las llamadas telefónicas de los espectadores, introducidas por primera vez en el magacín *Today* de la NBC, en 1959.

2) La segunda etapa entre 1975 y 1980, época en la que se realizaron los primeros experimentos de TVi en Norteamérica, Europa y Japón, con objeto de comprobar la eficacia de diversos sistemas tecnológicos y su aceptación entre grupos heterogéneos de usuarios, para desarrollar posteriormente servicios comerciales acordes con sus preferencias.

Entre los más destacados figuran los de Time Warner en Columbus (Ohio) y el proyecto japonés Hi-OVIS en 1977, así como el de France Telecom en Biarritz (Francia) en 1979 (Jensen,1999-a). Estos servicios interactivos no resultaron exitosos, pero a partir de ellos fue posible extraer las primeras conclusiones acerca del tipo de interactividad que el público demandaba y sobre los modelos comerciales que podían resultar viables.

3) La tercera etapa está ubicada entre 1980 y 1990. En esta década continúan las iniciativas experimentales que se desarrollan en un contexto diferente a los años anteriores, pues la tecnología interactiva había penetrado progresivamente en los diferentes aspectos de la vida cotidiana y era aplicada a diversos equipos, tales como el videograbador, el ordenador personal (PC), el CD-ROM y las pantallas de información interactiva en lugares públicos (Jensen,1999-b).

Las pruebas se realizaron con sistemas más sencillos que los anteriores, como el videotexto y el teletexto, los cuales permitían transmitir información escrita y gráficos hasta las pantallas del televisor. Aunque estos servicios obtuvieron baja rentabilidad económica, la investigación también aportó datos importantes acerca de los servicios y contenidos demandados (Carey y Pavlik,1993).

4) La cuarta etapa ocurre entre 1990 y el año 2000, durante la cual ocurren cambios importantes en el mercado de la televisión. Se consolida el entorno multicanal, como consecuencia de la expansión de la televisión por satélite, analógica y digital, así como con la aparición y el rápido desarrollo de Internet, el cual emerge como un nuevo modelo de interactividad.

De manera simultánea la tecnología digital se generaliza desde el proceso de producción hasta la transmisión de la señal televisiva, se produce una creciente aparición de canales y servicios de pago, mientras los medios audiovisuales avanzan en la línea de convergencia con Internet, perfilándose la interactividad como uno de los elementos distintivos de la televisión digital.

La interactividad a comienzos de la década de los noventa, técnicamente comenzaba a ser viable, aunque a los consumidores no parecía interesarle sus aplicaciones. A finales de la década, la situación había cambiado de forma clara, ya que buena parte de las cadenas digitales ofrecían servicios interactivos implantados

comercialmente (Swedlow,2000). En este nuevo entorno, se introducen novedosas aplicaciones de la interactividad y se mejoran las existentes.

2.2. Interactividad: Definiciones

Al tratar de definir la interactividad es necesario precisar que existen dos vertientes que merecen ser analizadas. La primera, es la que define al diálogo que se establece entre el usuario y la máquina. La segunda, es la que hace referencia a la acción recíproca entre emisores y receptores por medio de las posibilidades tecnológicas.

La primera vertiente se puede considerar como una interacción básica es decir, aquella que se produce entre hombre y máquina. En este sentido, Rogers Everett (1986) define interactividad como “la capacidad que tienen los sistemas de comunicación moderna (usualmente contienen un computador) de contestar o responder al usuario, como un individuo que participa en una conversación”(Pág. 4). Se refiere a la respuesta que se obtiene al realizar una aplicación a través del computador y recibir una respuesta.

Entre quienes se inclinan por el estudio del segundo enfoque es decir, el de la acción recíproca entre emisores y receptores se encuentra Sheizaf Rafaeli (1988), quien ha definido la interactividad como “una expresión extensiva que en una serie de intercambios comunicacionales implica que el último mensaje se relaciona con mensajes anteriores a su vez relativos a otros previos”(Pág.110). Se refiere a la

necesidad de comunicación bidireccional en la cual es necesario el feed back o la retroalimentación que mencionamos en el capítulo 1 de la presente investigación.

Tanjev Schultz (1999), quien no comparte la idea de que al diálogo hombre-máquina se puede denominar interactividad, argumenta que

“...curiosear por el WWW, oprimir el ratón o seleccionar distintos enlaces no se considera interactividad. (...) El uso de una máquina y sus aplicaciones no es interactivo. Las máquinas no entienden los mensajes, ni los responden en forma autónoma. Las máquinas no pueden crear ni compartir significados en un sentido estricto. Pero, sin duda alguna, pueden mediatizar, facilitar o dificultar, la comunicación interactiva” (s/p).

Desde este punto de vista se entiende que la interactividad no solo depende de máquinas, sino es necesaria la participación humana para que se complete el proceso, posición que asumimos en esta investigación.

Por otra parte, José Luis Orihuela (2003) desde la perspectiva del periodismo digital, apoya los planteamientos de Shultz al entender la interactividad como

“...la capacidad de participación del usuario en el proceso comunicativo, es decir, la posibilidad de que el usuario dialogue con los textos y sus autores y se convierta en autor de sus textos. La participación efectiva de los usuarios en el proceso comunicativo, no sólo para responder sino también para generar información, socava las bases de la autoridad de los narradores mediáticos profesionales y exige entender de un modo nuevo su función” (Pág.12).

En esta investigación vemos con optimismo el cambio de roles entre emisores y usuarios y no creemos que exista resistencia en replantear una nueva relación, pues

la realidad derrumbó la supremacía del emisor. Es por ello, que consideramos necesario el cambio hacia el enfoque transdisciplinario.

Jensen (1998), establece que los medios de comunicación tradicionales han sido explicados con el modelo de difusión o transmisión de información, en el cual el que provee la información también controla su distribución. Con el surgimiento de tecnologías de transmisión tales como Internet, intranet, multimedia, world wide web y otros recursos, se abren posibilidades de relación entre quien produce la información y quien controla la distribución.

Así, el término de interactividad emerge cuando se abre la posibilidad de que quien produzca la información no sea necesariamente quien la controle y plantea la posibilidad de que sea el consumidor quien lo haga. De esta forma, el concepto de interactividad según Jensen es multidiscursivo, porque presenta diferentes gamas de comportamiento según el contexto en que se le ubique; no es lo mismo hablar de interacción desde un punto de vista sociológico que informático, o desde los medios de comunicación.

De igual forma, en las propuestas conceptuales está la consideración de la intencionalidad del emisor, la cual es esencial por parte de éste para provocar una acción inmediata en el receptor. Sin embargo, si hay que destacar una intencionalidad en el caso de la publicidad interactiva debe ser la del receptor. De hecho, planteamos el paso al estadio definitivamente interactivo determinado por el hecho de que el

receptor, en vez de escoger, busca. El mensaje no es sólo enviado, se trata de algo más significativo y es que el receptor solicita lo que quiere que se le mande. Aquí encontramos la más radical manifestación y la auténtica belleza (esencia) de la interactividad (Victoria,1999).

Autores como Andy Lippman y Gianfranco Bettetini (1991), profundizan en la analogía entre interactividad y diálogo pero no necesariamente aplicada de forma exclusiva a una mediación de tipo tecnológico y "novedoso".

Se trata de una visión que se apoyó en el contacto cara a cara entre humanos y sin que sea necesaria la mediación de la tecnología, el problema de esta postura es que obvia la característica omnipresente de la interactividad, es decir, limita la interacción a la necesidad de estar presentes en un mismo espacio emisor y receptor, lo cual ante el avance de las Tecnologías de Información y Comunicación parece no tener asidero en nuestros tiempos.

También es especialmente sugerente un planteamiento como el de Francisco García (2001)

“La dialógica no es responsable de las decisiones de los sujetos, pero les ofrece una dimensión nueva, otra alternativa para conocer, les permite intercambiar no sólo puntos de vista sino intercambiarse entre ellos, intercambiar la ipseidad por la otredad, y viceversa. Permite ser el otro sin dejar de ser el yo. La humanidad se proyecta hacia un futuro donde las tecnologías de la información y la comunicación hacen posible una explosión de la comunicación a todos los niveles, desde los domésticos a los interplanetarios, pero donde las posibilidades comunicativas sólo actualizarán su potencia con el cambio de actitud de los actores de la

historia del mundo. Esto es: construyendo el futuro a través del diálogo”(Pág..678).

Se trata de la actitud de emisores y receptores frente al diálogo que para el citado autor adquiere un valor esencial cuando se habla de comunicación.

Esta consideración podría estar en sintonía con la "comunicación activa" de Marcal Moliné (1996), quien a partir del origen de la palabra comunicación y su significación dentro de la publicidad, afirma

“Pero, ¿qué quiere decir "comunicación"? La palabra viene del latín “communicare” y tenía entonces un sentido de participar en común (...). Hasta alrededor del siglo XVI tanto en la lengua inglesa como en la francesa expresaba algo muy próximo al concepto de “comunidad”, y esa integración entre dos o más personas tiene mucho que ver con la pretensión que tenemos los publicitarios cuando queremos que el receptor “sienta” lo mismo que nosotros sobre el mensaje, al tiempo que implica una actitud activa que tampoco resulta extraña a los criterios científicos actuales”(Pág.233).

Aunque creemos que el sentido de la interacción es diferente a lo que promueve la publicidad, a través de esta durante varias décadas se trató de activar al receptor a una acción de consumo que puede considerarse una respuesta, pero no en términos de comunicación bidireccional.

Sin embargo, compartimos el criterio según el cual los rasgos fundamentales que identifican al concepto de interactividad, es decir, la instantaneidad, la personalización de los mensajes, la efectividad y el control, estarían presentes en la generalidad de los términos comunicación dialógica y comunicación activa.

Los dos primeros rasgos son evidentes, mientras que la efectividad, parece también demostrar que en una comunicación dialógica y/o activa hay una mayor sensación de igualdad entre los participantes que les motiva a comunicar con cierto orden y sentido. De hecho, la interactividad está en función del grado en que, en una situación de comunicación, cualquier mensaje está relacionado con los mensajes precedentes y también favorece la interactividad una mayor implicación, que facilita el aprendizaje y la modificación de conductas.

Para comprender la dimensión del término interactivo, también hemos recurrido a Nicoletta Vittadini (1995), quien considera que esta es una de las características más innovadoras de las recientes publicaciones electrónicas, ya que es una modalidad comunicativa no permitida por los medios tradicionales. Vittadini, se refiere a la comunicación interactiva y establece tres características:

“La asunción de un nuevo papel del usuario, pues ya no es un simple receptor que puede instaurar con el texto una conversación de tipo simbólico, como en los medios masivos, sino que asume un papel activo, en condiciones de iniciar y desarrollar acciones reales y que permitan orientar el desarrollo de la interacción en relación con las propias necesidades y objetivos. El individuo puede determinar la emisión de las informaciones y elegir la sucesión en el ámbito de intercambio comunicativo. La emisión y la sucesión, en las cuales el usuario se ve implicado activamente, le permite definir los tiempos de interacción, el inicio y el fin de la interacción; por lo tanto puede, disfrutar el curso en función de sus propias exigencias y no en momentos predeterminados por el aparato de emisión”(Pág.151).

De esta manera, se configura un usuario con una gran cantidad de posibilidades que prácticamente asume la autoridad de la relación de comunicación,

pues como mencionamos en el capítulo anterior, nos inclinamos por una relación donde exista el equilibrio.

2.3 Clasificación de interactividad

Tal como hemos visto, la interactividad es una cualidad que crece o disminuye, que evoluciona de modo dinámico. Esta concepción permitiría identificarla y clasificarla, independientemente de medios y tecnologías, en función de una mayor o menor intensidad de presencia de estos grados. Una graduación de este tipo ya se ha establecido cuando se habla de niveles de interactividad, partiendo de la distinción primera entre la percepción sincrónica (se percibe en el mismo tiempo en que se emite (como por ejemplo, los chats) y la percepción diacrónica, es decir, se accede a los contenidos en el momento en que el receptor lo solicita (ejemplo de ello son los foros).

Francisco García (2002), durante las Jornadas de Publicidad Interactiva, que se realizaron en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga (8 de marzo de 2002), hace mención a seis niveles de interactividad, en relación a la televisión:

1. “La interactividad implícita en una guía de canales de forma que se hace posible la multidifusión bajo demanda.
2. La posibilidad de solicitar información adicional.
3. La posibilidad de proporcionar respuestas a las preguntas de la recepción.
4. La posibilidad de consultar las preguntas y las respuestas que otros miembros de la recepción han realizado.
5. La oportunidad de establecer relaciones con los miembros de una misma audiencia.
6. La interactividad total: la realización de la propia programación” (s/p).

En este autor podemos apreciar claramente desde la aplicación más sencilla hasta la más compleja que le ofrece al usuario la interactividad, las cuales veremos explicadas en detalles más adelante.

Un nivel superlativo podría darse a través de las nuevas tecnologías. Un proceso que podría llegar a ser de una intensidad extraordinaria, es decir, una actitud activa podría llevar al receptor, según algunos autores, a un estado de flujo: disposición mental en que entra un usuario de Internet al sumergirse de forma muy integrada en un espacio que le ofrece una experiencia interactiva y con alto valor añadido, lo cual se manifestaría en una "exploración gozosa" del entorno (Sábada,2000).

Sensación que es producto de sentirse escuchado y lo cual redundo en una actividad tan placentera para el usuario que, en este caso, conectado a Internet se olvida de sus preocupaciones, problemas y además, pone en pleno desarrollo su actividad cerebral. Ello se explica en la necesidad de todo ser humano de ser escuchado y tener un interlocutor.

Para otros autores existen formas de interactividad y para la determinación de cada una consideran tres criterios:

1. Si la relación se establece con un dispositivo mecánico programado o con otro ser humano.

2. Un criterio cuantitativo en función del nivel de potencial de interactividad que se establece.
3. Si el resultado de la interacción queda circunscrito a un ámbito privado o alcanza una dimensión pública.

De acuerdo con el primer criterio, Geneviève Vidal (1998) establece diferencias entre los conceptos de interactividad e interacción. Para el autor la interactividad se refiere a una actividad de diálogo entre una persona y una máquina por medio de un dispositivo técnico; mientras el concepto de interacción señala la acción recíproca que se puede establecer entre un emisor y un receptor y que puede desembocar en un intercambio de roles.

Según este criterio, podemos establecer una división cualitativa de los recursos en función de si el usuario actúa hacia una máquina siguiendo una pauta preprogramada o si interactúa realmente con otras personas, responsables de la emisión del mensaje, como otros usuarios. Otro aspecto importante, es que de alguna manera el segundo concepto contendría el primero y sería el nivel deseado de intercambio entre emisores y receptores.

Con relación al segundo criterio, el nivel de potencial de interactividad, se pueden establecer cuatro niveles de intervención del usuario respecto al medio en este caso la web. En el primer nivel se ofrecen mecanismos de contacto entre el usuario y el responsable del web. En el segundo, el usuario participa en alguna

actividad propuesta por los emisores, siguiendo pautas marcadas con anterioridad. En el tercero, el usuario genera contenidos de una forma controlada para los responsables del web y finalmente, en el cuarto nivel, el usuario se convierte en coautor de los contenidos del web y modifica libremente la información inicial ofrecida.

El tercer criterio implica una distinción entre los recursos interactivos con una proyección pública y los que se mantienen dentro de un ámbito privado. Es decir, la proyección pública abarcaría las acciones del usuario cuyos resultados son consultables para todo el mundo que visite el web, mientras que en la privada el resultado de sus acciones quedaría circunscrito a él y a los responsables del web.

En términos genéricos, puede afirmarse que el concepto mecanicista de comunicación ponía el acento en la transmisión del mensaje, mientras la interacción incide en el efecto del mensaje y la interactuación viene determinada por la exigencia de al menos, un tercer estadio. Un proceso, como señala Bretz (2000), para el que rigurosamente sólo serían necesarias tres acciones: una pregunta de A a B; una respuesta de B a A teniendo en cuenta lo que A ha dicho; y una reacción de A a B teniendo en cuenta la respuesta de B.

En los siguientes cuadros observamos en resumen los niveles de interactividad y los tipos de recursos interactivos.

Cuadro N° 3: Esquema de los niveles de potencial de interactividad

Nivel 1	El usuario tiene la posibilidad de contactar con los responsables del web, a pesar de que no quede garantizada la respuesta por parte de los receptores del mensaje. La interacción queda circunscrita a un ámbito privado entre el emisor y el receptor, pero las acciones del usuario no están sujetas al control previo de los responsables. Un ejemplo serían los correos electrónicos.
Nivel 2	El usuario tiene la posibilidad de participar en una actividad previamente pautada y programada por los responsables del web. Por lo tanto, la acción es controlada previamente por el responsable, que determina qué puede o no puede hacer el usuario. La acción queda circunscrita al ámbito privado del usuario. Un ejemplo serían los juegos en línea.
Nivel 3	El usuario puede generar contenidos de forma controlada por los responsables del web. Sería el caso de los foros de opinión, donde el usuario puede expresar su opinión a pesar de que el moderador del foro tiene la capacidad de borrar o no publicar un mensaje si le parece procedente. La acción del usuario tiene proyección pública
Nivel 4	El usuario tiene la posibilidad de convertirse en coautor del web y modificar y/o ampliar la información previamente ofrecida por los responsables. No existe control previo por parte de los responsables y la acción del usuario tiene una proyección pública

Fuente: (Solanilla,2002).

Cuadro N° 4: Tipos de recursos interactivos

	Interactividad	Interacción	
Nivel 1		Correo electrónico	Ámbito privado
Nivel 2	Juegos en línea Itinerarios personalizados	Encuestas	Ámbito privado
Nivel 3		Foros de opinión Libros de visitas	Ámbito público
Nivel 4		Génesis de contenidos	Ámbito público

Fuente: (Solanilla,2002).

Para Jensen (1998), se comprende la interactividad como una serie de niveles; no como un proceso único que pretende conformar un prototipo que la defina, ni como un criterio que trate de comprender todos sus procesos en una sola relación establecida entre los participantes (productores-consumidores). Por ello, siguiendo al autor, se entenderá a la interactividad como niveles y dimensiones, a los fines de la elaboración de la propuesta que se presentará más adelante.

Jensen define el concepto de interactividad como el grado que los medios tienen potencialmente de dejar que el usuario influya en el contenido o formas, creados por los medios de comunicación. Los niveles de la interactividad pueden ser reducidos a cuatro dimensiones, usando el modelo de comunicación: transmisión interactiva, consulta interactiva, conversación interactiva y registro interactivo. A nuestro entender estas dimensiones para no decir que son semejantes, se aproximan bastante a los niveles anteriormente descritos en este punto, lo que permite evidenciar una coincidencia de criterios por parte de los autores consultados en esta investigación.

Frank Banks (1994) aplica una graduación de los medios de acuerdo con la interactividad que ofrezcan y ahí, podemos distinguir desde el nivel más simple hasta el más complejo o en otras palabras

“...desde el texto impreso como ejemplo de interactividad mínima al texto electrónico (multimedia) como interactividad máxima material, sin olvidar el propio corazón del Diseño Interactivo como proceso ideal de interacción entre la mente (mundo interior) y la mano (mundo exterior),

entre ideas modeladas en la mente e ideas modeladas en la realidad. Lo que a manera de slogan se ha llamado pensamiento en acción”(Pág. 64).

Nuevamente, se establecen niveles pero esta vez con una visión más humana o que parte del usuario, un enfoque más humano que deja de lado la preminencia de la mediación tecnológica.

Para Banks, la diferencia principal entre la definición común de interactividad, que ve la interacción entre el hombre y la máquina, es que nuestra definición material se extiende de las máquinas a ciertos objetos e inclusive al ser humano, para incluir la interacción del hombre con el libro y del hombre con el hombre, y un nivel ideal de interacción entre la mente y la mano, en este caso el hombre (mente) interactúa con el hombre (mano), este nivel ideal es el nivel en que se sitúa el propio diseño, podríamos definir el diseño, en su forma más elemental, como el producto selectivo de esta interacción.

En este autor vemos una interacción que podemos calificar como interna y que se produce dentro del propio ser humano y que tiene un resultado que se expresa en lo externo a él. Sin embargo, consideramos que a los efectos del presente trabajo y de la propuesta que se formulará, es pertinente el criterio de entender la interactividad en distintos niveles desde las aplicaciones más sencillas, hasta las más complejas.

CAPÍTULO 3: SERVICIOS PRIVADOS Y PUBLICOS EN VENEZUELA

En este punto de la investigación, trataremos de exponer de manera resumida, el impacto de las TICs en Venezuela, la situación de la TV Digital, así como los servicios que ofrecen las distintas empresas de televisión y de telefonía en el país y que tienen alguna relación con la investigación, ello a los fines de conocer hasta qué punto, existen en el país condiciones para la implementación de servicios de televisión interactivos. Asimismo, se abordará el servicio público de televisión, tomando en consideración que en Europa este representó una oportunidad para la implementación de la televisión digital.

Según las cifras que maneja la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) en el país, aproximadamente 46.373 clientes se incorporaron a los servicios de difusión televisiva por suscripción durante el primer trimestre de 2007. Mientras que durante 2006, cerca de 167.930 nuevos usuarios contrataron el servicio, lo que hace un total de 1.373.873 usuarios en quince meses. Ello estadísticamente indica que 21 de cada 100 hogares, disponen de servicios de televisión por suscripción.

De igual forma, se observa que desde al año 2000, cuando existían 778.904 suscriptores, se han producido altos y bajos, destacando el año 2001 con un incremento cercano al 3%. Luego entre 2002 y 2005, se producen descensos importantes hasta el año 2006, cuando ocurre un repunte cercano a 3%. Estas cifras

no hacen más que revelar un ascenso en los servicios de difusión por suscripción el año 2006, así como en los tres primeros meses de 2007.

Otra de las cifras del sector que revisten importancia para la presente investigación es el incremento en el uso de banda ancha en 12 %, entre los suscriptores a Internet. En este sentido, es importante el aumento sostenido desde el año 2000 en el uso de Internet y que en el primer trimestre de 2007, cerca de 193.938 personas se incorporaron al servicio ubicando la cifra en 4.333.703 usuarios, es decir, 16 de cada 100 habitantes. También destaca el incremento en el número de mensajes enviados en 32, 74% en el primer trimestre de 2007.

Una tendencia similar a la de Conatel con relación al uso de Internet, se observa en las estadísticas de la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico (Cavecom-e). De acuerdo con el estudio realizado por la empresa Tendencias Digitales, el número de usuarios de Internet para el cierre del año 2006 ascendió a 4.195.000 personas, lo cual representa un crecimiento en relación con el año 2005 de 35,30%. Con esto se alcanza una penetración poblacional de 15,31%.

El crecimiento promedio interanual de Internet en los últimos 10 años es de 50%, aun cuando en los tres últimos años se ha visto una ligera desaceleración. La penetración de Internet en Venezuela es menor en comparación con países como Chile, Argentina, Puerto Rico y Costa Rica.

Según Cavecom-e, el principal uso que hacen los internautas con la red, es la búsqueda de información para estudios, seguido por el envío y recepción de correos electrónicos, mensajería instantánea y chats, los cuales se han mantenido durante los últimos tres años. Sin embargo, el mayor crecimiento lo representan acciones como la lectura de noticias, la descarga de archivos y las operaciones bancarias. En el año 2006 surgieron nuevas actividades tales como: ver videos, voz sobre IP y publicación de fotos.

En las cifras de la citada Cámara, se señala que la mayoría de los internautas en el país se conecta de una a dos veces por semana, lo cual conforma el segmento de los usuarios Médium, que es el 54% del total. Aquellos que se conectan más de una vez al día forman parte del segmento de usuarios Heavy (28%), y quienes lo hacen una vez cada tres semanas o mensualmente representan al segmento de usuarios Light, donde se encuentra 18% de los internautas.

La banda ancha es la forma de conexión más representativa actualmente con 70%, mientras que el uso del sistema “dial-up” ha descendido a 29,37%, lo cual deja ver un descenso en este tipo de conexión comparado con 2005 de alrededor de 15%.

En el año 2006 se mantuvo la tendencia de que mayor cantidad de hombres utilizan Internet, siendo la relación de 56% versus 44% de mujeres. Por otra parte, 62% de los usuarios son menores de 24 años de edad; 67% pertenecen a los estratos

D y E, y 97% de los internautas tienen un nivel de instrucción de secundaria y superior.

Con relación al uso de minutos de telefonía móvil fue de 19.426.000 en 2006, mientras que se enviaron 25.757.000 de mensajes de texto.

Los porcentajes de descargas para móviles por tipo de contenido son los siguientes: música 58%; imágenes 23%; videos 13% y juegos 6%. Por su parte, las ventas totales de contenido de Internet móvil alcanzaron los 75,1 mil millones de dólares para el cierre del año pasado.

De las cifras anteriores podemos afirmar que existe un interés en los receptores venezolanos en explorar nuevos contenidos en materia de televisión, aunque ello implique el pago de una renta mensual, sobre todo en el último año, lo cual es muy favorable para una propuesta de televisión interactiva, así como el incremento en el número de usuarios de Internet y de usuarios de la mensajería de texto, pues estas son las vías que permiten la participación inicial en una programación interactiva.

La cifras también evidencian la necesidad de interacción por parte de los usuarios de Internet y de la mensajería de texto, la cual podría ser satisfecha con servicios de televisión interactivos y más aún, si esta iniciativa es asumida por el

Estado, lo cual garantizaría que sería de señal abierta y de uso masivo y gratuito por parte de la población.

Una visión diferente sobre el progreso de la tecnología en Venezuela y que podría parecer contradictoria, ofrece el Foro Económico Mundial en su Reporte Global de Tecnologías de la Información publicado en marzo de 2007.

Con una cobertura récord de 122 economías mundiales, el Informe Global sobre Tecnología de la Información, publicado por sexto año consecutivo, es una evaluación respetada sobre el impacto de las Tecnologías de Información y Comunicación en el proceso de desarrollo y competitividad de las naciones.

En el citado documento, los países de América Latina mejoraron su posición en el último año con respecto al uso de Tecnologías de Información y Comunicaciones. De esta forma, entre los primeros 50 lugares hay 4 países de la región: Chile (31), Barbados (40), Jamaica (45) y México (49).

En el caso de nuestro país, se ubicó en la posición 83, pero el problema es que retrocedió dos posiciones con respecto al año anterior, lo cual contrasta con el criterio existente en el Foro según el cual el progreso de las naciones en TICs está vinculado con el desarrollo económico y financiero de los países. Recordemos que desde el Ejecutivo Nacional se insiste en la mejora progresiva de los índices económicos en

los últimos años, lo que debería tener una incidencia al reportar los datos que conforman las citadas estadísticas.

Los aumentos de posición de muchos países de la región se deben, de acuerdo con el reporte, a las estrategias electrónicas adoptadas e implementadas en la última década por los gobiernos y a la conciencia generalizada acerca de la necesidad de contar con una infraestructura adecuada de TICs para propiciar la competitividad de los países.

Este informe anual, elaborado conjuntamente con la escuela de negocios INSEAD, clasifica a los países de acuerdo con su Índice de Disponibilidad de Red, el cual mide la propensión de los países a aprovechar las oportunidades que ofrecen las TICs en relación con el desarrollo y el aumento de la competitividad, lo cual no parece ocurrir en nuestro país si lo comparamos con otras naciones del continente.

Las tecnologías de redes y conectividad juegan un papel crítico en el Índice de Disponibilidad de Red que examina la preparación de los países para utilizar las TICs de manera eficiente en tres dimensiones:

1. El entorno comercial, regulatorio y de infraestructura general de TICs.
2. La disponibilidad de las tres partes interesadas claves (particulares, empresas y gobiernos) para utilizar y aprovechar TICs.
3. El uso real de la más reciente tecnología de la información y la comunicación disponible.

Los primeros puestos de este índice, están ocupados por países de Europa y en especial por los países Nórdicos. De las 10 primeras posiciones, 8 corresponden a países europeos y de éstos, 5 a países escandinavos. Dinamarca ocupa el primer lugar, seguida de Suecia y Singapur. Estados Unidos ocupa el séptimo lugar, bajando del primero que ocupaba en el reporte anterior.

Con respecto al año anterior, Jamaica (45) ganó 11 posiciones, México (49) ganó 6 posiciones, Costa Rica (56) ganó 13 posiciones, Uruguay (60) ganó 5 posiciones, Argentina (63) ganó 8 posiciones, República Dominicana (66) ganó 23 posiciones, Perú (78) ganó 7 posiciones, Guatemala (79) ganó 19 posiciones y Ecuador (97) ganó 10 posiciones. Brasil (53) perdió una posición con respecto al año anterior, Colombia (64) perdió una posición.

Consideramos que existen contradicciones en las cifras referidas a Venezuela. Creemos que el retroceso en el Reporte del Foro Económico Mundial puede obedecer a la rapidez con que algunos países latinoamericanos asumen el proceso de transferencia tecnológica descrito en el capítulo 1 con relación a nuestro país, así como que pueden resultar poco efectivas las estrategias en materia de TICs implementadas por el Ejecutivo en comparación con otras naciones vecinas, lo cual explicaría el retroceso experimentado en el citado informe.

3.1 Venezuela camina hacia la TV Digital

La TV Digital desde el primer trimestre de 2007 fue asumida por el Ejecutivo Nacional como el principal tema en materia de Telecomunicaciones y como una forma de democratizar el espectro radioeléctrico. A continuación mencionaremos algunas de estas iniciativas y cómo se avanza hacia un nuevo modelo de televisión que busca dejar atrás el modelo analógico por el digital, que entre otras ventajas, ofrece la interactividad.

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones, ente regulador del sector Telecomunicaciones de Venezuela, con miras a planificar el proceso de migración del modelo de televisión analógica que actualmente existe en nuestro país hacia la nueva era de televisión digital, desde el mes de agosto de 2005 ha realizado seminarios sobre Televisión Digital Terrestre con proveedores de los diferentes estándares, pues este figura entre los primeros aspectos a resolver, así como lo relativo a la legislación y al aspecto económico. Otras consideraciones en la elección del sistema, son factores ambientales, políticos, comerciales y consideraciones técnicas.

Para escoger el modelo más apropiado, es necesario tomar en cuenta los factores sociales y económicos, unido al papel que desarrollan las empresas en el progreso de la industria de la televisión. Cualquier sistema que se desee escoger deberá estar adaptado en cuanto a la flexibilidad para afrontar la demanda a corto plazo.

Otro de los factores determinantes que inciden en el desarrollo de la televisión digital son los costos de los receptores, que pueden influir directamente en las personas que van a disfrutar del servicio, pudiendo ser más o menos atractivos de acuerdo a los precios existentes en el mercado. Además se debe tener en cuenta la interactividad como una posición necesaria a ser considerada como futura opción.

La difusión de Televisión Digital Terrestre, debe competir eficazmente contra la derivada del cable y el satélite. Para esto, es necesario que se ofrezcan servicios móviles e interactivos con receptores accesibles y económicos, que permitan pensar más allá de los requerimientos de hoy en día.

Desde ese año 2005, estaban previstas pruebas piloto de Televisión Digital Terrestre bajo el estándar DVB (Europeo) y se acordó realizar contactos con personas del estándar norteamericano (ATSC) y del estándar japonés (ISDB), con el fin de comparar, evaluar y determinar la escogencia óptima del estándar que se adapte a las necesidades de nuestro país y de la región.

En el primer seminario, representantes de la Organización DVB (*Digital Video Broadcasting*) dieron a conocer los beneficios de la nueva modalidad para la televisión digital que ofrece el estándar que es aplicado en varios países europeos y abre nuevas áreas para la industria, para los reguladores y los legisladores.

El mayor énfasis de los tres modelos DVB lo obtuvo el DVB-T (*Digital Video Broadcasting Terrestrial*), dada la gran importancia que tiene en nuestro país la planificación de la migración de televisión analógica a digital, a través de este medio de transmisión.

La flexibilidad de DVB-T en cualquier sistema es quizás el rasgo que reviste la mayor importancia, siendo esta demostrada en algunos países como Reino Unido, Taiwán, Corea, Australia, entre otros. La flexibilidad permitirá personalizar los servicios requeridos y hará posible que se efectúen cambios rápidos necesarios sin incurrir en penalizaciones de costo excesivo.

El estándar DVB en sus especificaciones cubre el entorno de difusión digital incluyendo aspectos como: difusión de datos, acceso condicional e interfaces profesionales. Las normas de difusión de datos DVB, proveen una serie de protocolos independientes de la red optimizados para diferentes aplicaciones.

La televisión interactiva implica la interacción de la televisión con Internet y telefonía terrestre y satelital, entre otros. En nuestro país, en la actualidad la TVi se encuentra limitada a operadores de televisión por suscripción, lo que requiere que las plataformas TVi deben ser armonizadas para facilitar el despliegue de nuevos servicios.

Todo parece indicar que el estándar europeo será el adoptado por el Estado en virtud a que las primeras pruebas que se anunciaron en el marco de la Copa América en Junio de 2007, se realizaron a través de este modelo en distintos centros comerciales de la ciudad capital.

Previo a ello, en marzo de 2007, miembros de Conatel recibieron nuevamente a una delegación del gobierno español. Se analizaron los costos de la migración, ya que este estándar permite con un desembolso de 29 euros ó 35 dólares (en el mercado español), tener acceso a un decodificador y garantizar la inclusión social de la población.

En los intercambios con los representantes del gobierno español, se consideró que el televisor es una vía de entrada a la Sociedad de la Información, porque no todo el mundo tiene acceso a computadores. El modelo europeo puede evolucionar tecnológicamente hacia la alta definición, de ser requerido se dan emisiones en alta definición, pero esto representa una alta barrera para la población que el Estado español no quiere imponer.

En el marco regulatorio cada país puede permitir que entren nuevos canales para enriquecer la programación. En España se apostó por la entrada de nuevos canales, había un canal público que todavía existe, tres privados y ahora en el escenario digital se han sumado otros tres, se ha duplicado la oferta en el radiodifusor

público en el ámbito nacional, regionalmente se tienen otras ofertas paralelas, que provienen de las comunidades autónomas y de las municipalidades.

Para el momento del apagón analógico en España se estima que un ciudadano tendrá acceso a 44 canales gratuitos, y allí entran los nacionales, regionales y locales.

El DVB-T permite desarrollar la inclusión social porque los equipos tienen un costo menos elevado por ser una economía de escala, una norma abierta y porque admite también el desarrollo de la interactividad y aplicaciones de salud, educación y relaciones con el Gobierno.

Para los radiodifusores de televisión, ofrece mayor flexibilidad porque es un sistema que acepta todos los modelos de negocios que los radiodifusores quieran implementar y aumenta el pluralismo de los medios de comunicación, a través de una más amplia cantidad de número de canales televisivos.

Otra de las ventajas del DVB-T es que permite mantener los televisores con un decodificador barato, mercado que no existe para las otras normas (ATSC y ISDB) porque éstas prefirieron la alta definición y allí no se compra un decodificador, sino un televisor de plasma que incluye el decodificador, pero cuestan más de 2000 dólares.

La propuesta europea para el país incluye: promoción de la inclusión social a través de los costos más bajos para los equipos, proyectos de investigación y desarrollo entre organizaciones venezolanas y europeas a través de tecnologías de TV digital, incluso con financiamiento de la Unión Europea, introducción de nuevos servicios y contenidos de interactividad, desarrollo de la industria nacional, fortalecimiento de la diversidad cultural, entre otros.

El DVB-H (*Digital Video Broadcasting by Handheld* en inglés), por su interacción con GSM, se está convirtiendo rápidamente en la tecnología que lidera la televisión móvil digital. El decidido apoyo prestado a esta norma abierta común por operadores de redes, cadenas difusoras, propietarios de contenidos y fabricantes de equipos está acelerando el lanzamiento comercial de servicios DVB-H de TV móvil en todo el mundo. Extensas pruebas y emisiones piloto en los cinco continentes ya han confirmado las posibilidades técnicas y las ventajas económicas de la DVB-H sobre otros sistemas que hasta el momento no han mostrado resultados en la práctica y han puesto de manifiesto el gran interés de la población en contar con estos novedosos servicios.

La posibilidad que tiene DVB de brindar múltiples señales de televisión en un mismo ancho de banda intensificará la generación de contenido local, lo que implica la apertura de nuevas fuentes de trabajo y mayores posibilidades de exportación.

El modelo DVB también permite emisiones desde satélites geoestacionarios (DVB-S o *Digital Video Broadcasting by Satellite* en inglés), por redes de cable (DVB-C o *Digital Video Broadcasting by cable* en inglés).

En este sentido es oportuno citar las declaraciones del ministro del Poder Popular para las Telecomunicaciones, Jesse Chacón y la informática en el diario El Universal el día 20 de junio de 2007, quien anuncia que para agosto de 2008 se estará lanzando el primer satélite perteneciente al Estado venezolano.

Explica el ministro que la intención es montar en Venezuela una fábrica de satélites más pequeños en el futuro cercano. El Bolívarsat será utilizado para desplegar un proyecto de telefonía rural, broadcasting y transmisión de datos e Internet.

En octubre de 2005, Conatel realizó el segundo seminario sobre Televisión Digital Terrestre esta vez sobre el estándar Americano que contó con la participación de los representantes de la Organización ATSC Forum.

En esta ocasión, se analizaron las nuevas oportunidades de negocios a través de la televisión de Alta Definición (HDTV), la interactividad, los múltiples programas simultáneos y la forma de asegurar un uso eficiente del espectro radioeléctrico, permitiendo así recuperar parte del espectro utilizado hoy en día para

las transmisiones de televisión analógica, liberando un espacio valioso que permitirá la incorporación de una amplia variedad de nuevos servicios.

La norma ATSC (*Advanced Television System Committee* en inglés), puede ser una opción ya que existen países en Latinoamérica que utilizan bandas de 6 MHz, que en gran parte comparten un sistema común de transmisión analógica.

Entre las ventajas económicas para la utilización de la norma ATSC resalta que tiene un foco fuerte sobre sistemas HDTV, ya que tiene una amplia variedad de equipos de DTV disponibles con precios que están en baja constantemente. ATSC se ha implementado en canales de 6 MHz, utilizando todos los formatos de los decodificadores.

En el marco de las actividades emprendidas por Conatel sobre el importante tema de implementación de la Televisión Digital Terrestre en Venezuela, se realizaron en 2007 importantes contactos internacionales con reguladores, radiodifusores de televisión, proveedores de equipos y tecnologías y organismos internacionales involucrados con el tema.

Durante los meses de febrero y marzo de 2007, también llegaron al país delegaciones oficiales de Brasil, Francia y Japón, con las cuales el equipo técnico de Conatel intercambió información relevante sobre los temas de Televisión Terrenal Digital relativos a: normativas aplicadas en esos países en el marco de la regulación

de servicios que se pueden ofrecer a través de Televisión Digital Terrenal (TDT); discusión de las acciones y fechas propuestas para realizar la migración definitiva hacia tecnología digital en esos países, inclusión digital, políticas de Estado para tratar los temas de subsidios para equipos de los operadores y usuarios de TDT; experiencia sobre el impacto social causado en la población por la migración de la tecnología analógica a digital, TV digital móvil, experiencia sobre el tema de reordenamiento del espectro radioeléctrico asociado con la entrada de la TDT, requerimientos y condiciones para la realización de las pruebas de TV Digital, desarrollo de aplicaciones y generación de contenidos para la amplia gama de nuevos servicios interactivos de tecnología de televisión digital, transferencia tecnológica, incorporación del sector industrial asociado con la televisión terrestre digital, entre otros.

Venezuela no escapa de la evolución tecnológica de los sistemas de radiodifusión de televisión. Es por ello, que se inicia el camino en búsqueda del estándar que más se adopte a nuestra realidad actual y que pueda evolucionar en un futuro no muy lejano de la manera más apropiada y que no genere un impacto negativo en el consumidor final.

Al analizar cada uno de los estándares no se pueden obviar los factores técnico, social, económico, regulatorio e internacional, ya que nuestro país tiene sus realidades sociales, económicas y culturales, y es pertinente la realización de un

estudio que permita sacar conclusiones y donde se consideren todos los aspectos a fin de que su impacto sea positivo en el entorno de la sociedad venezolana.

La decisión del estándar será de vital importancia para la implementación en Venezuela de la televisión interactiva, por lo que aspiramos que priven las razones técnicas sobre las consideraciones de tipo político.

3.2 La Televisión por suscripción

Considerando que es relevante en la presente investigación conocer también las posibilidades de interacción que se ofrecen en el país a través de las empresas de televisión por suscripción, a continuación se presenta una breve reseña de los servicios que los usuarios pueden obtener en la actualidad previo pago de una tarifa mensual.

Entre las empresas de televisión por suscripción tenemos a Directv la cual ofrece a sus usuarios un servicio de TV por satélite directo al hogar, que desde 1996 ha registrado un crecimiento que le permite cubrir un 97% de su mercado objetivo. Transmite más de 4.000 horas al día del entretenimiento internacional en la que se incluyen programas de América Latina, Estados Unidos, Europa y Asia.

Las transmisiones de Directv son digitales en imagen y sonido, además los clientes pueden disfrutar del sistema, desde una gran ciudad hasta en los lugares más

recónditos de la geografía de Latinoamérica. El sistema satelital está compuesto por tres etapas:

- El Telepuerto transmite la señal de la programación hacia el satélite ubicado en la órbita sobre el Ecuador a 36.000 kilómetros de altura.
- El satélite recibe la señal y la transmite de regreso a la Tierra.
- Una antena parabólica se instala en tu hogar y transfiere esa señal al decodificador conectado a tu televisor.

Se ofrece gran variedad de películas que se pueden adquirir por un mínimo costo a través del control remoto, la página web o llamando al centro de atención al cliente. Además, los usuarios cuentan con más de 30 canales de audio con música continua sin interrupciones comerciales, con el detalle del nombre del CD, canción, intérprete y casa disquera, así como escuchar emisoras internacionales.

Otra de las empresas de televisión por suscripción es SuperCable, la cual ofrece redes de servicios digitales integrales en Venezuela a través de cable e inició sus operaciones desde hace trece años en el país. Arrancó con la construcción de su propia red subterránea de fibra óptica en la zona de Santa Rosa de Lima (Caracas), a través de la cual ofrece su servicio de TV con más de 70 canales y calidad digital.

Con el rápido crecimiento de SuperCable, Caracas se convirtió en 1993 en una de las primeras ciudades en contar con una red de fibra óptica para transmisión de

canales de televisión en el mundo. En 1996 SuperCable comienza un proceso de expansión que lo lleva a otras ciudades del país.

Posee una plataforma tecnológica que desde 2001 incluye el servicio SuperInternet de banda ancha en Caracas y San Antonio de Los Altos. En el año 2005, SuperCable lanzó en Caracas y San Antonio de Los Altos su innovadora plataforma 100% digital, la cual permite un amplio despliegue de servicios que complementan la experiencia de ver televisión.

La totalidad de la red de SuperCable es de cable de fibra óptica con la capacidad de transmisión de banda ancha, lo que hace posible que la compañía pueda transmitir voz, datos y video simultáneamente y a gran velocidad.

También encontramos entre las empresas de televisión por suscripción a Intercable, que también ofrece el servicio de TV por cable y acceso a Internet en toda Venezuela. Fue fundada en 1996, en Barquisimeto y se desarrolló como un ambicioso proyecto de telecomunicaciones en el país, con moderna tecnología. Actualmente, cuenta con una red de más 14.000 kilómetros de fibra óptica y presencia en más de 70 ciudades del país y más de 1.200.000 hogares.

Es una empresa del grupo norteamericano Hicks, Muse Tate & Furst, líder en servicios de banda ancha y es propietario del grupo de empresas de televisión por cable más grande de Latinoamérica.

A través de un decodificador digital permite disfrutar de los exclusivos servicios que la tecnología avanzada puede ofrecer.

Finalmente, en el mercado se encuentra NetUno que es un operador de servicios de transmisión de voz, video y datos, servicios de telefonía básica, larga distancia nacional e internacional, además de acceso a contenido para el mercado corporativo. Simultáneamente ofrece para el mercado residencial televisión por cable, Internet por cable y servicios de telefonía básica, larga distancia nacional e internacional.

Fundada en Octubre de 1995, NetUno se ubica como un proveedor de soluciones excepcionales en comunicaciones en el mercado venezolano y entre sus accionistas se encuentran las empresas Merrill Lynch, Newbridge Andean Partners, Wave International y ZB Wire.

En el sector corporativo es un proveedor alámbrico de banda ancha a través de una red multiservicios de fibra óptica con un ancho de banda de 2.5 gigabaytes. Poseen una cobertura de 500.000 hogares y comercios.

La estrategia de la empresa se basa en la construcción de dos infraestructuras de redes independientes aunque interconectadas entre sí. La primera es una red de cable híbrida (fibra óptica – coaxial) con tecnología de punta y alta capacidad. La

segunda es una red de anillos de fibra óptica con tecnologías SDH (*Synchronous Data Hierarchy* en inglés) para transmisión y ATM (*Asynchronous Transfer Mode* en inglés) para conmutación en las principales ciudades del país.

La red de anillos de fibra óptica está diseñada para redireccionar el tráfico de la red automáticamente en la ruta alterna del anillo en caso de presentarse una ruptura de la fibra o una falla en los equipos. Esta red actualmente posee una capacidad inicial de 2.5 gigabytes, contando con una capacidad de expansión prácticamente ilimitada gracias al exceso de fibra óptica (96 hilos) y los conductos adicionales instalados para almacenar nuevos cables.

A continuación se presenta un cuadro resumen de los servicios que ofrecen algunas empresas de televisión por suscripción en Venezuela, las cuales por una parte demuestran la incorporación de las nuevas tecnologías en las distintas aplicaciones que permiten a su vez a los usuarios tener un “control” sobre la programación que las empresas ofrecen y por otra parte, “seleccionar” lo que desean ver dentro de la oferta televisiva, lo cual representa una nueva oportunidad para los receptores, siempre que puedan cancelar los servicios.

Cuadro 5: Servicios de TV por suscripción en Venezuela

Empresa	Transmisión	Cobertura	Servicios que ofrecen	Otros servicios
Directv	Satélite	América Latina y el Caribe	Guía de programación electrónica, pago por visión, audio alterno y subtítulos, canales de audio con música, bloqueo de programación por edades, creación de listas de programación y TV recorder.	
SuperCable	Cable fibra óptica	Caracas, Puerto La Cruz, Puerto Ordaz, San Antonio de los Altos, Maturín, Maracay, Margarita, Los Teques, Colombia.	Guía de programación impresa, pago por visión y clave personal para ver canales exclusivos para adultos.	Internet.
Intercable	Cable fibra óptica	Todo el país (70 ciudades).	Pago por visión, control de padres, sinopsis, recordatorio, música digital, digital TV recorder, video on demand, gratis on demand.	Internet y telefonía.
Net Uno	Cable	Caracas, Guarenas, Guatire, Maracay, Valencia, Puerto Cabello, Maracaibo, Barquisimeto, San Cristóbal y Mérida.	Debido a que su plataforma es analógica no ofrece servicios adicionales.	Internet y telefonía.

Fuente. Elaboración propia.

En este punto también observamos que la digitalización de las empresas de TV por suscripción en Venezuela es una realidad, así como la convergencia tecnológica que les permite ofrecer servicios integrados de televisión, telefonía e Internet, por lo menos en las empresas que utilizan el cable de fibra óptica para su transmisión, porque en los casos de Directv y NetUno sus servicios se limitan solo a televisión.

Podemos afirmar que los servicios que ofrecen las empresas de TV por suscripción, se encuentran en los niveles de interactividad 1 y 2 descritos en el punto 2.5 de la presente investigación. Sin embargo, son susceptibles de incorporarse a un nivel mayor de interactividad debido a la digitalización de sus plataformas, salvo en uno de los casos estudiados.

3.3 El servicio de mensajería de texto (SMS) y sus aplicaciones

La mensajería de texto se ha ubicado en Venezuela en un puesto relevante en los últimos tiempos, siendo una manera de comunicación breve y económica que ofrece comodidad de interacción a los usuarios de telefonía móvil y es una gran oportunidad de negocio para las empresas que lo manejan.

El servicio de mensajería de texto o SMS es la habilidad para enviar y recibir mensajes de texto a través de teléfonos móviles y fijos. El texto puede constar de

palabras o números o una combinación alfanumérica. El SMS fue creado como parte de la fase 1 del estándar GSM.

Cada mensaje corto tiene hasta 160 caracteres de longitud cuando se usan alfabetos latinos y tiene muchas y variadas aplicaciones, desde la conversación persona a persona, hasta juegos, concursos, información.

La comunicación persona a persona generalmente se realiza desde el teclado del celular por ejemplo, para saludar o decir algo.

Uno de los usos más comunes del SMS es la notificación a los usuarios de teléfonos móviles que tienen nuevos mensajes de voz. La mensajería de texto también es usada para informar que ha llegado un nuevo e-mail a sus cuentas de correo. Estas alertas son provistas en forma de un mensaje corto que típicamente detalla el remitente, el título y las primeras palabras del mensaje del e-mail.

Entre las aplicaciones basadas en SMS están las descargas de tonos de repiques, chatear de la misma manera que se hace en Internet. Igualmente, el SMS puede ser usado para despachar un amplio rango de información a usuarios de teléfonos móviles a precios compartidos, récords deportivos, el clima, informaciones de vuelo, noticias, resultados de las loterías, chistes, horóscopo y cualquier información que entre en un mensaje corto.

También existen aplicaciones corporativas, que no son frecuentemente usadas pero se pueden realizar con SMS, entre ellas el e-mail corporativo, programas de afinidad, que no son más que paquetes ofertados por compañías aliadas los cuales incluyen compañías de televisión, clubes deportivos, supermercados, aerolíneas y bancos. Puede ser usado para proveer a los clientes de información o recordatorios de su estatus de millas, retraso en el alquiler de un video, recordatorio de citas o notificaciones de prescripciones de medicamentos.

Otras de las aplicaciones corporativas en las que se pueden tomar las ventajas de SMS son despacho de trabajos, para asignar y comunicar nuevas actividades desde las oficinas a grupos o personas que se encuentran trabajando fuera como representantes de ventas y servicios o en puntos de venta remotos.

En Venezuela los servicios de mensajería de texto llegaron a través de la empresa de telefonía Digitel en 1998 y se extendieron a las demás operadoras (Movilnet y Movistar) en los años sucesivos. Los volúmenes generados por las operadoras celulares superan los 25 millones de mensajes al día convirtiendo a Venezuela en un mercado atractivo en esta área.

Las aplicaciones que se llevan a cabo en nuestro país son de persona a persona, chat, trivia, contenidos y se utilizan en las empresas de televisión, las cuales desarrollan plataformas interactivas basándose en SMS.

Entre las empresas de telefonía celular que ofrecen el servicio de SMS se encuentran Movistar, Molvilnet y Digitel. Aunque en principio los servicios nacieron asociados al de llamadas telefónicas, en la actualidad se ofrecen de manera independiente, no obstante se requiere en la modalidad prepago disponer de saldo para incorporar las tarjetas que ahora son exclusivas para el servicio de SMS.

En tal sentido, se considera importante en la presente investigación conocer los costos que deben invertir los ciudadanos en los citados servicios, tomando en consideración que los mismos son importantes en la interacción que pueden tener los usuarios con los programas de televisión, pues además esta es una de las modalidades que más se ha hecho frecuente en cuanto a participación se refiere.

En el caso de la empresa de telefonía Digitel, con una cuota mensual de 20,07 bolívares, el cliente prepago podrá enviar mensajes ilimitados durante 30 días por tan sólo 0,01 bolívares cada uno. También existe el servicio X-cribe el cual a través de tarjetas los clientes prepago pueden enviar 300 mensajes de texto durante un mes por un valor de 15 bolívares, sin consumir su saldo de voz. Transcurridos 30 días (líneas móviles) desde su activación, se eliminan los mensajes no utilizados y se bloquea el saldo de voz hasta una próxima recarga. Para hacer uso de los mensajes es condición indispensable estar activo en un plan de voz y que la línea disponga de un saldo mayor a 1 bolívar.

Por su parte, la empresa de telefonía Movistar en la modalidad prepago ofrece la posibilidad de enviar 100 SMS a través de una tarjeta por un monto de 10 bolívares, sin embargo por un monto de 20,60 bolívares ofrece mensajes de forma ilimitada por 0,01 bolívares por mensaje.

Por su parte la empresa de telefonía Movilnet en la modalidad prepago ofrece la posibilidad de enviar SMS por un monto de 22,49 de forma ilimitada por 1,72 bolívares por mensaje. Esta empresa de telefonía estatal es la única que no requiere estar suscrito a los paquetes de mensaje de texto, para recibir y enviar mensajes de texto desde su página web www.movilnet.com.ve, sin costo alguno.

3.4 Servicios asociados al SMS que facilitan la interacción

En la presente investigación se consideraron los servicios disponibles para el usuario y que representan opciones de interacción, en las distintas empresas que ofrecen SMS, es decir, Cycle Logic, Dinama, Merlin, NetPeople y Unplugged.

CycleLogic es una empresa, fundada desde 1996, que desarrolla soluciones que integran telefonía móvil con Internet para ayudar a las compañías a expandir su alcance.

Las soluciones se componen de una serie integrada y a la medida de plataformas de tecnología y servicios de valor agregado que permiten a los operadores inalámbricos proveer a los usuarios acceso a contenido personalizado de

Internet, herramientas y aplicaciones mediante una variedad de tecnologías incluyendo soluciones SMS (servicio de mensajes cortos), WAP (protocolo de aplicación inalámbrica) y voz. Su plataforma SMS esta compuesta por:

-WIS (Servicio Inalámbrico de Internet): es la base de un conjunto integrado de soluciones de alto rendimiento que se comunica con los Centros de Servicio de Mensajes Cortos (SMSC) del operador y con los terminales de búsqueda y procesa grandes volúmenes de tráfico de mensajes de texto cada segundo. Este sistema de salida maneja mensajes cortos del Internet a través de e-mail, formas de mensaje web y protocolos básicos de contenido.

-WMP (Mercado Inalámbrico): es un módulo WIS que envía información de los proveedores de contenido a aparatos inalámbricos a través del SMSC. Los tipos de contenido y aplicaciones que se pueden enviar a través del WMP incluyen una amplia variedad de noticias, deportes, clima, información sobre viajes, compras, mercados verticales, servicios financieros, clasificados en línea, ideas para reclutamiento, información de vuelos; sólo para mencionar algunos.

-TBS (Servidor Transaccional de Facturación): El WIS comunica con el Servidor Transaccional de Facturación que sirve como una solución de facturación escalable y confiable para los operadores. El TBS se integra con el sistema de facturación de los operadores y permite la comercialización y facturación de los servicios SMS de

acuerdo con una variedad de modelos de negocios dependiendo del tipo de contenido, categoría de clientes, preferencias de los clientes y otros factores.

Dinama es una empresa, presente en Venezuela desde mayo del año 2001, que crea, desarrolla y opera soluciones para la industria de las telecomunicaciones inalámbricas móviles y para quienes finalmente las usan como medio de entretenimiento o herramienta de productividad.

La plataforma de Dinama dispone de un sistema de nodos con disposición en “cluster” con redundancia de conexión, procesos y bases de datos ubicados en Miami, Venezuela y México. La interconexión con los operadores móviles locales se ha realizado a través de Internet o enlaces dedicados (frame relay) y con los operadores no locales utilizando Internet.

En los medios televisivos Dinama adecúa un servidor de video con formatos y salidas “broadcast quality” según los requerimientos de interfaces (analógicas o digitales) y empaques gráficos de cada canal. Para los servicios de tercera generación, disponen de servidores con capacidad para interconexión a MMS centers, y sistemas de provisión y facturación de wallpapers, ringtones polifónicos, entre otros.

En SMS la plataforma de Dinama tiene una capacidad mínima de procesamiento de 120 mensajes por segundo con posibilidad de expansión en base a hardware y han llegado a manejar hasta 1.000.000 de mensajes en 16 horas de

interacción ofreciendo tiempos de respuesta para el usuario final no mayores a 3 segundos.

Dentro de las aplicaciones que ofrecen en SMS, están las que son tipo trivia (primera aplicación en SMS de Venezuela lanzada por Digitel con más de 10 de funcionalidades de competencia, que generó cerca de 7.000.000 de mensajes al mes y de la cual evolucionaron todas las trivias ofrecidas actualmente en el país).

En TV trabajaron el concepto de “interacción gráfica” para SMS con el programa “Aló Ciudadano” transmitido por Globovisión canal 33 y CNB 102.3 FM (que llegó a generar más de 25.000 mensajes premium diarios con picos de 100.000). En el área de m-commerce (comercio electrónico inalámbrico a través de dispositivos móviles), construyen su propia plataforma de prepago en asociación con empresas francesas de software transaccional y puntos de venta.

Actualmente maneja cerca de 650.000 mensajes de texto premium al mes entre Venezuela, Ecuador, Perú, República Dominicana y Puerto Rico.

Merlin Telecom es una empresa que desarrolla hiperportales para el mercado latinoamericano, su objetivo es abrir canales de Internet por nuevos medios que permitan a sus clientes acceder información y realizar transacciones sin la dependencia exclusiva de una computadora.

Los dos primeros proyectos lanzados están basados en una avanzada interfaz de voz y especialmente enfocados en los usuarios de telefonía móvil. Estos proyectos son Hiper voz en Chile e Hiper voz (ciudad virtual) en Venezuela que fue lanzado en conjunto con la operadora de telefonía móvil Movilnet y en su primera etapa permitía escuchar y responder correos electrónicos, acceder a sitios de noticias en Internet, así como también escuchar horóscopo y chistes. Desde su lanzamiento se han agregado guías de cine, editoriales periodísticos, noticias e indicadores financieros y resultados de lotería.

Utilizando avanzada tecnología de reconocimiento automático de voz ASR (según sus siglas en inglés *Automatic Speech Recognition*), el sistema reconoce los comandos del usuario, y a su vez da respuesta utilizando aplicaciones de texto a voz TTS (según sus siglas en inglés *text-to-speech*). A diferencia de otras tecnologías con usos similares como WAP (*Wireless Application Protocol*, en inglés), el servicio de Merlin Telecom se puede acceder desde cualquier teléfono sin importar la tecnología utilizada (analógico, digital o WAP).

Los contenidos de Radio-i y TVi incluyen la estimulación de respuestas de la audiencia, toda la tecnología de los diferentes sistemas permite canalizar estos comportamientos interactivos y los procesos de retroalimentación. Merlin Telecom es líder en la creación de soluciones de convergencia de medios que permiten a las personas comunicarse con prácticamente cualquier tipo de sistema informático.

NetPeople es una empresa que funciona desde 1995 y surgió como una compañía que desarrollaba páginas web, actualmente brinda soluciones tecnológicas integrales, se especializan en tecnologías avanzadas como wireless (sistema inalámbrico de interconexión) y e-learning (enseñanza virtual) que ofrecen oportunidades para aumentar la efectividad de los objetivos de sus clientes. Entre los distintos tipos de servicios que ofrecen se encuentran: soluciones de e-business (negocio electrónico), soluciones de e-learning, soluciones wireless y soluciones multimedia.

NetPeople a través de alianzas con compañías que ofrecen contenido y canales de comunicación, por ejemplo call centers, brinda la plataforma tecnológica para llevar sus servicios a un nivel interactivo a través de un sistema de mensajería de texto.

Unplugged es una empresa integradora de telefonía móvil, con presencia en Venezuela desde el mes de Julio del año 2002, dedicada al desarrollo de aplicaciones, productos y servicios soportados por la tecnología SMS, MMS y EMS (según sus siglas en inglés *Enhanced Messaging Service*).

Gráfico N° 6: Servicios asociados al SMS

Empresa	Plataforma tecnológica	Aplicaciones y servicios	Clientes
CycleLogic	WIS (Servicio Inalámbrico de Internet) WMP (Mercado Inalámbrico) TBS (Servidor Transaccional de Facturación)	Ring tones, chat, TV y radio interactiva, agenda, e-mail, trivia, juegos, noticias y entretenimiento, contenido corporativo, mobile enterprise (plataforma que se integra a sistemas de terceros que contienen información útil para los empleados y clientes de una empresa), m-commerce, pagos de servicios y productos desde el celular, tarjetas de prepago virtuales, operaciones bancarias, plataformas para el cobro de mensajes de SMS dentro de las operadoras de celulares.	Movistar y Movilnet.
Dinama	Sistema de nodos con disposición en "cluster". Interconexión a través de Internet o enlaces dedicados. En TV utilizan un servidor de video con formatos y salidas "broadcast quality" y empaques gráficos. Para tercera generación, disponen de servidores con capacidad para interconexión a MMS centers, y sistemas de provisión y facturación de wallpapers y ringtones polifónicos.	Trivia, juegos de aventura, de aproximación, de subasta, oficina móvil (envío y recepción de e-mails en SMS) y chat. Aplicaciones para consultas y juegos multioperadoras con soporte en televisión (interfaz gráfica), así como aplicaciones utilizadas en publicidad interactiva. m-commerce.	Televen, Venevisión, Meridiano TV, Orbivisión, FM Center, Radio Sintonía, Rumbera, Globovisión y CNB 102.3 FM.
Merlin Telecom	Tecnología de reconocimiento automático de voz. Aplicaciones de texto a voz y WAP.	Sistemas de TVi, i-Radio, avatares, streaming de contenido, interactivo para celulares, interacción multi-modal (voz-sms-mms-wap), engines para websites de TV.	Compañías telefónicas y bancos en América Latina.
NetPeople	Tecnologías avanzadas como wireless y e-learning.	Soluciones wireless: chequeo fuera de la oficina, toma de pedidos en línea y facturación, información de facturación. Soluciones de e-business: intranets/extranets, portales o e-commerce, e-learning. Soluciones multimedia: diseño y desarrollo de CDs interactivos,	Cantv, Cargill, Dellcop, El Nacional, Telcel, Rctv y Sony de Venezuela.

		kioscos interactivos y presentaciones multimedia. Delivery de cualquier tipo de contenido, deportivo, arte y espectáculos, noticias, adulto, psíquico, hípico. Call center, chat, trivia, test, envío de mensajes	
Unplugged	Tecnología SMS, MMS y EMS	Mobile marketing, diseño, montaje, seguimiento y reportes de campañas, gerencia de usuarios inbound y outbound, promociones especiales, campañas de broadcasting, cross marketing con campañas existentes según mercados meta, mobile advertisement, campañas inbound y outbound, SMS banners, servicios de entretenimiento, votaciones y competencias, juegos, trivias, servicios de información, soporte de eventos, contenido móvil, creación de contenido, montaje, actualizaciones y promociones, gerencia de contenido, árboles interactivos, multilingües, con variables de tiempo, servicios comunitarios, salas de chat móvil - móvil, WAP y mensajería instantánea, TV interactivo y chat tv, votaciones y competencias, juegos, trivia, salas de chat, manejador de contenido.	Venevisión, Televen , Rumbea 104.5, Radio Portugal FM, 92.9 de Apure, Radio Continente, Radio Deportes, clientes en el mundo web, son integradores para empresas del mercado corporativo, Cines Unidos y WaterBrothers.

Fuente: Elaboración propia

En este punto de la investigación se presentó una breve descripción de los múltiples servicios que ofrecen algunas empresas a través de las operadoras móviles en Venezuela, las cuales no solo facilitan la interacción de los usuarios de los programas de televisión, sino que además y como resultado de la convergencia tecnológica, han convertido a la telefonía celular en vehículos para la transmisión de contenidos interactivos que facilitan la participación de los usuarios y ofrecen la posibilidad de acceder a múltiples contenidos desde cualquier lugar .

La convergencia tecnológica que permite transmitir contenidos, realizar transacciones de distinta naturaleza desde distintos dispositivos y desde cualquier lugar, representa una gran oportunidad para la televisión interactiva, la cual se puede recibir además de la pantalla del televisor, en monitores de computadoras y en teléfonos celulares.

A continuación se presentan algunas consideraciones sobre los servicios de radiotelevisión públicos, porque estos representan una oportunidad para la implementación de un modelo de televisión interactiva, además, durante el desarrollo de la investigación se retomó la discusión en el país sobre estos servicios y más aún, a una estación de televisión de señal abierta no se le renovó la concesión y en su frecuencia fue activado un canal de “servicio público”.

3.5 Servicios de radiotelevisión públicos en Venezuela

En 1977 se publicó el proyecto RATELVE, en el cual se planteaba un modelo de radio y televisión pública. Con RATELVE nuestro país hizo un aporte significativo al debate latinoamericano que propugnaba la democratización de las comunicaciones y se sentaron las bases de cómo debían funcionar los servicios de radiotelevisión públicos.

No obstante, la falta de voluntad política para su aplicación terminó convirtiéndolo sólo en un documento de estudio y con el pasar de los años, expertos como Antonio Pasquali y Elizabeth Safar presentaron otras propuestas que levantaban la bandera del concepto de servicio público, entendiendo a lo público más allá de lo

estatal, colocándole límites a la intervención gubernamental, y poniendo el acento en los roles que pudieran cumplir ciudadanos y académicos.

En el caso de la profesora Elizabeth Safar (1995) es claro su interés es desligar lo público de lo estatal y de lo privado

“El disponer de servicios radiotelevisivos públicos, de alta calidad y utilidad social, y no sujetos a los vaivenes de los intereses de los partidos políticos en el ejercicio del gobierno, es una propuesta cualitativa e innovadora, que debe ser suficientemente argumentada, discutida y divulgada, pues supone la necesidad de desarrollar acciones para ofrecer alternativas frente a la realidad comunicacional del país, en donde hoy día la ciudadanía no tiene otras opciones distintas de aquellas que ofertan o bien los consorcios corporativos comerciales o los grupos políticos cuando ejercen el gobierno nacional”(Pág. 35).

Sin duda, el punto intermedio que propone Safar sería el más indicado sobre todo, porque se observa una preocupación por el usuario que no cuenta con alternativas medias de comunicación.

La autora no se queda solo en una preocupación de quién o quienes poseen la propiedad de los medios, sino que además profundiza en sus contenidos

“No se trata obviamente de un problema cuantitativo de infraestructuras y de desequilibrios en la relación público-privado de la radio-televisión, sino de preguntarnos si el sistema de comunicaciones satisface el conjunto de necesidades y demandas que formula la población en materia de información ciudadana, educación formal e informal, entretenimiento, orientación ciudadana y circulación libre y plural de la opinión, y si en efecto se constituye en una poderosa herramienta de desarrollo social”. (Pág.36).

Desde este punto de vista, se conciben los servicios de radiodifusión pública como medios a través de los cuales se fomenta la formación ciudadana y donde además se fortalece la democracia porque a través de ellos se abre camino a la libertad y a la pluralidad.

Estas premisas asocian de manera directa la existencia de la democracia con la democratización de los medios y más aún, a la participación de los ciudadanos en la aprobación de los instrumentos legales que regulan la actividad.

“No hay sociedad democrática allí donde sus medios no son democráticos. Esto no sólo se refiere al uso sino a la distribución del poder comunicacional en una sociedad y al acceso y la participación del ciudadano en la elaboración de las normas respectivas. La preservación del espacio público del sector radiotelevisivo es vital para asegurar el desarrollo y el fortalecimiento de una conciencia democrática en la ciudadanía. La radio y la televisión deben estar al servicio de un modelo de desarrollo democrático, justo y equitativo”(Pág.36).

Pareciera imposible concebir la existencia de una conciencia democrática desde sectores públicos y privados porque en estos existen intereses, es decir, desde estos se promoverían valores distintos a la justicia y a la democracia.

Safar argumenta su postura en el sentido de no considerarlos servicios radiotelevisivos públicos, toda vez que los estatales desde su nacimiento se han orientado básicamente a difundir la obra de los gobiernos y sobre todo, de los gobernantes.

Al mismo tiempo, una radiotelevisión de servicio público además de racionalizar el uso de las frecuencias destinadas a servicios de radio y televisión, promueve espacios para el ejercicio libre, democrático y plural de la expresión de las ideas y las opiniones.

La autora también centra el ejercicio de los derechos ciudadanos en los servicios de radiotelevisión públicos, negando la posibilidad que ello sea posible cuando privan los intereses gubernamentales y empresariales.

Para Safar, los servicios de radiodifusión debe gozar de plena autonomía para que estos a su vez, puedan ofrecerla a los ciudadanos.

“Es decir, el espacio de lo público y su preservación, a los fines de lograr mayor y mejor democracia, pasan necesariamente porque existan medios de comunicación de servicio público, autónomos frente a poderes de índole gubernamental y corporativo-comercial, cuya finalidad primordial sea la distribución universal de los bienes y riquezas intangibles en una sociedad, esto es, educación, cultura, información, de alta calidad y suficientes para el desarrollo humano. En síntesis, los insumos del saber y del conocimiento puestos al alcance de todos los individuos, sin ningún tipo de restricciones ni discriminaciones”(Pág.43).

Compartimos la postura de Safar, pero la experiencia en el desarrollo de los medios de comunicación en Venezuela, evidencia que no es fácil para las organizaciones independientes de los centros de poder político y privado, lograr mantener con éxito medios de comunicación, entre otras razones, por los costos de operación y las inversiones constantes que requiere el sector.

Las razones que subyacen a la propuesta de una radiotelevisión de servicio público no gubernamental para Venezuela son varias:

“1Incidir en el rescate del rol del Estado en una nación que es estructuralmente débil, para asegurar tanto el ejercicio de sus funciones básicas como su papel de árbitro en la sociedad y, en el sector específico de las comunicaciones sociales, dar un salto cualitativo a todos los niveles: normativo, instrumental y operativo. 2 Preservar el espacio de lo público frente al creciente monopolio privado-corporativo sobre amplios sectores de las riquezas y de los bienes patrimoniales de la nación. Es decir, propender a la equidad y a la justicia distributiva en todos los sectores, especialmente en los que inciden directamente en el crecimiento y desarrollo social y espiritual de una nación. 3 Satisfacer las numerosas necesidades de la población en los órdenes de la educación, la cultura, la información, el entretenimiento y la orientación ciudadana, que no están siendo atendidas ni por los medios radiotelevisivos estatales ni por los corporativo-comerciales” (Pág.43-44).

Las anteriores consideraciones nos permiten poner de manifiesto que la discusión y la preocupación por una radiotelevisión de servicio público en el país se remontan hasta varias décadas, aunque varios voceros oficiales se refieran a una televisión de servicio público como una gran novedad y más aún, parecen olvidar que existen estaciones de radio y televisión bajo su responsabilidad, en las cuales no se conocen intentos para ensayar un servicio de vocación pública. Nos gustaría que existieran intentos para transformar en servicio público algunas de las frecuencias de TV que se encuentran en manos del Estado.

Asimismo, llama poderosamente la atención que precisamente la circunstancia del vencimiento de la concesión de RCTV se utilizara para la creación de la primera televisión venezolana de servicio público. Como no es el punto central de este trabajo y por razones de tiempo, no podremos evaluar suficientemente la programación de

Tves para precisar si estamos frente a una televisión de servicio público, pero a continuación presentaremos consideraciones sobre el nuevo canal emitidas por parte de sus directivos o de algunos voceros del Gobierno. También nos referiremos a los artículos que crean la Fundación Tves a los fines de su contrastación con el modelo antes descrito y tratar de determinar si estamos frente a una televisión de servicio público.

3.6 Tves ¿Una televisión de servicio público?

Aunque la necesidad de contar con una televisora de Servicio Público se plantea en el país desde hace varios años, no fue sino hasta el 11 de mayo de 2007 cuando se decretó la creación de la fundación de la Televisora Venezolana Social (TVES) en la Gaceta Oficial número 38.681.

La nueva Tves nace en medio de una gran discusión nacional, pues la misma inició sus operaciones el 28 de mayo de 2007, en el espacio que venía utilizando la empresa Radio Caracas Televisión desde hace casi 53 años, minutos después que el canal de Quinta Crespo culminaba sus transmisiones en señal abierta como consecuencia de la no renovación de la concesión por parte de Ejecutivo Nacional.

Con base en el artículo 108 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, el Ejecutivo Nacional establece la creación de un canal de servicio público, argumentando razones de carácter legal para la no renovación de la

concesión, mientras que los directivos de RCTV insistieron que se debió a razones políticas.

Se pretende utilizar la frecuencia que esta planta televisiva ocupaba en el espectro, para crear un nuevo concepto de televisión, donde se separe el medio del mensaje, es decir, que quien administre la frecuencia, no tenga absolutamente nada que ver con la colocación de contenido, y que por otra parte, estos contenidos sean introducidos dentro de la programación a través de un proceso transparente de selección en el cual puedan participar productores independientes, comunidades venezolanas y todo aquel que en Venezuela desee comunicar o decir algo.

El nuevo canal nace bajo la promesa de un modelo que amplíe el espectro de participación de los venezolanos, más plural y abierto que el modelo privado, en el cual la línea editorial está bajo control de una persona o de una empresa. Ahora los contenidos de la programación deberían producirse por grupos de la comunidad, productores nacionales independientes, cooperativas, y organizaciones sociales, para garantizar la democratización del espacio radioeléctrico.

En todo caso, y como de acuerdo con la experiencia europea la televisión de servicio público ha estado relacionada con el desarrollo de la televisión digital, entre otras razones, porque el cambio de tecnología responde a una política de Estado decidimos referirnos al tema, así como que el cese de las transmisiones de RCTV y el

nacimiento de Tves ocurrió en medio de argumentos a favor de la audiencia, que es una de las preocupaciones que dio origen a la presente investigación.

Desde esta perspectiva el nuevo canal podría representar además una oportunidad para la televisión digital en el país y en consecuencia, donde los usuarios puedan encontrar espacios para la interacción. Es por ello, que resumiremos parte de los argumentos de que apoyaban la continuidad de RCTV, así como aquellos que respaldan a Tves.

Desde RCTV sus directivos, trabajadores y sencillamente, quienes los apoyan se basaban en que con la no renovación de la señal del entonces canal 2 ya “el control” no lo tendría la audiencia, la cual a través del control remoto tiene el derecho de elegir qué desea o no ver a través de la pantalla de su televisión. En consecuencia, se estaría violando el derecho consagrado en la Constitución Bolivariana de la República de Venezuela.

En virtud a que el Tribunal Supremo de Justicia a través de una sentencia en fecha 26 de mayor de 2007 autorizó el uso de las antenas y repetidoras de RCTV por parte de Tves, los directivos de la empresa también argumentaron violaciones a la propiedad privada, pues el nuevo canal no contaría con equipos de transmisión propios.

Por su parte, quienes apoyan el nacimiento de Tves en la misma frecuencia de RCTV, sostienen que ahora un canal que era de unos pocos será de todos los venezolanos y que a través de productores nacionales independientes en el nuevo canal de Estado tendrán voz quienes no la han tenido durante más de 5 décadas.

Además, sostienen que el Estado es el administrador de las frecuencias y que la empresa RCTV incurrió en la violación de la normativa legal vigente, lo cual impedía que le fuera renovado el permiso.

Como vemos, el usuario al parecer se reivindica en esta discusión porque a todos parece preocuparles, ahora nos preguntamos ¿En RCTV el control lo tuvo el usuario? La misma pregunta es oportuna para los canales que administra el Estado ¿Acaso la incorporación de producción nacional independiente representa la incorporación de los usuarios en la producción de contenidos? ¿Realmente el control remoto te permite controlar la producción o sencillamente ver o no ver?

Creemos que las anteriores interrogantes plantean la necesidad de una verdadera discusión en torno a la importancia del usuario en la televisión venezolana, pues de lo contrario estaríamos repitiendo el esquema que ha caracterizado el desarrollo de los medios de comunicación.

3.7 Tves nace de la mano del Estado

El decreto de la Presidencia de la República número 5.349, consta de ocho artículos, autoriza la creación de la Fundación Televisora Venezolana Social (Tves), con personalidad jurídica y patrimonio propio, que estará adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información.

Su adscripción al Minci es la primera evidencia, de acuerdo con el criterio de Safar expuesto en este punto de la investigación, pues tiene un carácter gubernamental y se dedicaría a resaltar obras de gobierno, además este elemento contrasta con la personalidad jurídica y el patrimonio propio que tendría Tves y que están en el decreto.

También se contempla que Tves tendrá por objetivo el uso, aprovechamiento y administración de una concesión de señal de televisión abierta, en frecuencia VHF y sus respectivas habilitaciones administrativas, otorgadas con el amparo de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones sólo como instancia o medio de transmisión y no tendrá como función la producción o generación de contenido o material audiovisual.

En este punto tenemos varias consideraciones, en primer lugar se abre la posibilidad a las producciones independientes nacionales e internacionales, en segundo, no se observan criterios establecidos y claros para la escogencia de esos contenidos a fin de garantizar la pluralidad de todos los grupos sociales, sin incurrir

en exclusiones. Como se infiere que el nuevo canal tendrá una estructura administrativa pequeña, habrá que pensar en una unidad de mayor alcance a los departamentos de página web, a los fines de atender y garantizar respuestas oportunas a los usuarios y que sus demandas estén expresadas en la parrilla de programación.

En ejercicio de sus funciones, Tves realizará las siguientes actividades: diseñar la estructura en atención a lo dispuesto en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte), consistente en Producción Nacional Independiente (PNI), producción regional, producción comunitaria o alternativa, producciones elaboradas por gremios del área audiovisual, producciones elaboradas por universidades públicas y privadas, producción audiovisual y cinematográfica financiadas por órganos y entes públicos y privados, así como establecer el tiempo de los espacios publicitarios y realizar su administración.

Otro elemento que dificulta el funcionamiento como servicio público de la nueva Tves lo vemos aquí, por cuanto la mayoría de sus directivos fue nombrado por el Ejecutivo Nacional, les asignan sus funciones y en consecuencia, deben responder ante el Minci por sus actividades. Ahora, vemos como positivo la preocupación por los usuarios, pero ¿Estamos todos representados en la programación?

El decreto también precisa que el patrimonio de la Fundación está constituido por el aporte inicial de 100% que le asigne la República Bolivariana de Venezuela por órgano del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información,

previamente al cumplimiento de las formalidades legales. También por el aporte que anualmente le asigne la Ley de Presupuesto; por las donaciones y aportes que reciba de las instituciones públicas o privadas, nacionales o extranjeras; por los ingresos que obtenga en el desarrollo de sus actividades y por los demás bienes e ingresos que obtenga por cualquier otro medio lícito.

También los recursos financieros de la nueva Tves provendrán del Ejecutivo, lo que constituye otro hecho que genera dudas sobre su independencia del Ejecutivo.

Se aclara en esta publicación oficial que las donaciones y aportes realizados por las personas antes indicadas no otorgan a éstas derecho alguno, ni facultad para intervenir en la dirección, administración y funcionamiento de la fundación y de los aportes recibidos por Tves, ésta debe rendir cuentas al Estado venezolano mediante el órgano de adscripción.

Sin duda, debemos observar la parrilla de programación, para determinar hasta qué punto quienes anuncian y realizan aportes a la Fundación no influirán en su programación o en todo caso, no se beneficiarán con sus programas. Consideramos, inconveniente en aras de la independencia, que además sus directivos estén obligados a informar al Minci sobre las donaciones que reciban.

De acuerdo con este decreto, Tves tiene su domicilio en Caracas y puede ejercer sus actividades en todo el territorio nacional y en el extranjero, por lo que

podrá establecer las dependencias y oficinas en cualquier lugar del país o del exterior que sean necesarias para el cumplimiento de su objetivo social, previamente a la autorización del consejo directivo y la posterior aprobación del órgano de adscripción.

Vemos que tampoco los directivos tienen independencia para establecer oficinas dentro o fuera del país, sin previa aprobación del Minci.

En este punto se expusieron los artículos sobre los cuales se crea Tves y a través de ellos se observa que estamos frente a un nuevo medio de comunicación al servicio del Estado, sin embargo, es necesario realizar estudios a la parrilla de programación de la Fundación para precisar si los usuarios están reflejados en ella o si este fue una simple excusa para la creación de un nuevo medio al servicio del Gobierno y para sacar del aire a una empresa de televisión con más de 53 años.

Asimismo, hay que observar si a través de Tves como fue el argumento para su creación, el Estado garantiza servicios públicos de radio y televisión con el fin de permitir el acceso universal a la información y si en sus contenidos los ciudadanos de todos los sectores de la sociedad tienen espacios para la libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos, democratización, participación, solidaridad y responsabilidad social, soberanía, seguridad de la nación y libre competencia, según reza el decreto presidencial.

Aunque los primeros pasos de Tves están guiados por el Gobierno es nuestro interés conceder el beneficio de la duda y creer que su pantalla será una oportunidad para una nueva relación entre emisores y usuarios, donde éstos últimos tengan la oportunidad de disponer de contenidos de acuerdo con sus exigencias y requerimientos. Creemos que Tves también sería un buen medio para la implementación de la TV Digital en el país que como vimos en este capítulo, desde hace más de 2 años se explora cuál es el estándar más conveniente.

CAPITULO 4: RCTV Y VTV: CASOS ESTUDIADOS

A continuación se presenta una descripción de los procesos y procedimientos que se realizan en dos empresas de televisión (una privada y una pública), así como la estructura organizativa de ambas, con la finalidad de conocer las transformaciones tecnológicas que han ocurrido y el cambio que las mismas imprimen al trabajo que realizan los profesionales de la comunicación.

La información fue recolectada a través de visitas realizadas a las Gerencias de Información y Opinión de ambas empresas de televisión, en las cuales se observó desde el proceso de producción de los programas informativos y de opinión, hasta la salida al aire de los mismos.

Luego de la observación directa practicada en ambas empresas, se realizaron entrevistas no estructuradas a: Gerentes, Jefes de Prensa, Redactores, Reporteros, Productores y Directores Técnicos, entre otros.

Una vez recolectada la información, la misma fue agrupada por áreas de trabajo a fin de establecer un paralelismo entre ambas que permita por una parte, conocer el impacto de las tecnologías de información en los procesos y por otra, cómo en las estructuras ya existentes puede incorporarse una Gerencia orientada a una producción interactiva que ofrezca mayores oportunidades de participación a los usuarios.

4.1 Caso 1: Radio Caracas Televisión

"El Observador Creole" de Radio Caracas Televisión fue el primer noticiero regular de televisión en Venezuela que salió al aire el 16 de noviembre de 1953 y estuvo en pantalla casi 20 años, bajo la conducción de Francisco Amado Pernía.

En 1958, con "La Voz de la Revolución", se inicia en la televisión de Venezuela la era de los programas de opinión del país.

En la década de los 60 ocurre la primera transformación técnica del medio con la aparición del video tape, que significó la posibilidad de grabar imágenes y sonido.

La primera experiencia de sonido estereofónico en televisión la realiza RCTV en 1961 conjuntamente con la emisora Radio Caracas Radio, con la transmisión de un programa de variedades.

Aunque desde los inicios de los 70 RCTV contaba con equipos policromáticos para las grabaciones de sus espacios y transmitir completamente a color, el Gobierno le obligó a colocar filtros electrónicos.

En el año 1981, Radio Caracas Televisión (RCTV) inició formalmente la transmisión a color.

En el julio de 2005, se inauguró el Centro Nacional de Noticias que cuenta con tres nuevos y modernos estudios equipados con tecnología de punta, una sala de prensa con 35 estaciones de trabajo, 10 cabinas de edición, 10 estaciones de visualización, una departamento de digitalización, una sala gráfica, una sala para la recepción de satélite y microondas.

En materia de equipos el Centro Nacional de Noticias, que sirve de sede a "El Observador", también posee seis cámaras robotizadas y una cámara inalámbrica, un sistema de iluminación integral a base de luces frías y sus espacios son insonorizados.

Tres nuevos estudios de producción de noticias, un cuarto de equipo central y salas de control de estudio, le permiten al canal adquirir materiales en formato digital, mejorar su calidad de señal al aire y prepararse para producir en HD.

Esto incluyó nueve cámaras Grass Valley LDK 200 SD con adaptadores triax, una LDK 300 con adaptador triax inalámbrico, un switcher Zodiak, dos switchers digitales de producción KayakDD, un router de la serie Concerto y un gran número de módulos de distribución y conversión de señales Gecko y Camaleón.

La conversión de RCTV a tecnología digital de Grass Valley, es uno de los últimos negocios significativos de la empresa en América Latina, donde los broadcasters comparten el deseo de aprovechar los beneficios en la relación costo-beneficio de la tecnología digital, teniendo al tiempo un claro camino de migración

posterior hacia la producción en alta definición, posible en toda la línea de sistemas y tecnologías de Grass Valley.

RCTV utilizó cámaras de otros proveedores por varios años, pero el momento era el apropiado para considerar la tecnología de producción de Grass Valley por su flexibilidad, confiabilidad y accesibilidad práctica junto con el excelente servicio y soporte local afirmó Edgardo Mosca, vicepresidente de ingeniería de RCTV, entrevistado para el presente trabajo en fecha 03 de mayo de 2007. Las cámaras LDK 300 ofrecen un desempeño superior que “no podemos encontrar en ninguna otra cámara de este tamaño. Se integra perfectamente con nuestro nuevo sistema robótico para cámaras y nos da la capacidad de adquirir materiales en formato digital, con lo cual mejoraremos nuestra calidad de señal al aire”.

Igualmente al referirse a los switchers de producción XODiak y KayakDD, Mosca afirmó, RCTV ha sido cliente de Grass Valley por décadas y tienen una gran base instalada de switchers de videos digitales y análogos, así como de routers.

El cambio de plataforma a decir de sus directivos, convierte a RCTV en pioneros en el país y una muestra lo constituye la contratación de su personal por parte de otros canales de televisión privados y del Estado, para desarrollar sus nuevos sistemas y que están inspirados en el Centro Nacional de Noticias.

4.1.1 Descripción de la plataforma

Todo el proceso de realización de las noticias está automatizado, digitalizado y centralizado, todos los programas que se producen en la Vicepresidencia de Información y Opinión se trabajan bajo la misma plataforma, es decir, todos convergen en el mismo servidor que contiene audio, video y texto.

La novedad tecnológica radica en beneficios para los miembros de la organización, pues a partir de ahora un video puede ser visto desde distintas estaciones de trabajo por tantos periodistas como sea necesario, con lo cual se elimina la vieja práctica según la cual hasta que un cassette no era visto por un comunicador social, el resto de los trabajadores del área no podían utilizar el material que contenía la cinta de video.

En el caso del texto, por considerar que “El Observador” es un noticiero diario que posee tres emisiones (matutina, vespertina y estelar), se decidió que quienes trabajan ahí pueden visualizar los textos de todos los proyectos de la Vicepresidencia, es decir, “La entrevista”, “La bicha”, “Cita con las estrellas”, “De boca en boca”, “Un ángel en el Observador” y los microprogramas.

En este sentido, es importante destacar que con el nuevo sistema Ainus todas las producciones trabajan bajo un estándar, es decir, montan sus libretos bajo un mismo esquema en cuanto a texto se refiere.

Anteriormente, las Gerencias pertenecían a una misma Vicepresidencia, pero no existían interconexiones entre sus miembros a nivel informativo, ahora desde “El Observador” se pueden visualizar por ejemplo las pautas del día siguiente de “La entrevista” o “La bicha” y viceversa, es decir, que la plataforma permite convergencia de los proyectos bajo ciertas normativas.

Ciertas aplicaciones, por razones de seguridad, están protegidas para el resto de los miembros de la organización y sólo son accesibles para gerentes y supervisores, a fin de protegerse de intenciones “no sanas” o de errores humanos.

El sistema permite a los supervisores y gerentes, que poseen sus oficinas en un piso superior, chequear la producción de las noticias en la planta baja, el status de las mismas y cuando detectan que existe una información que no ha sido procesada, determinar las causas de la demora y tomar los correctivos a tiempo.

En este sentido, la gerente de información del RCTV, Soraya Castellano, entrevistada para la presente investigación en fecha 02 de mayo de 2007, sostuvo que ahora existe un mayor control en el sentido de agilizar procesos y evitar errores, así como el cumplimiento de las pautas acordadas en reunión.

Para Castellano, el nuevo sistema de trabajo además de una estandarización de los procesos, también permitió agilizar los mismos y resaltó que con el anterior sistema podrían tardar entre 20 y 30 minutos para procesar una información y sacar la

misma al aire, mientras que ahora el tiempo se reduce a 5 minutos, con lo cual obtienen mayor inmediatez .

El sistema Unity, es un software asociado que se encuentra en estaciones de trabajo ubicadas de forma estratégica, para el uso común de los miembros de la Gerencia, ya que por el costo del mismo no fue posible instalarlo en todas las computadoras de la Vicepresidencia.

Este software, recibe de manera digitalizada los satélites de las agencias de noticias internacionales que le prestan sus servicios al canal, así como las señales de las microondas y las corresponsalías ubicadas en los distintos estados del país.

En el caso de los satélites, las noticias se reciben y a través del sistema se pueden marcar de una vez los sonidos y las imágenes que son de interés, se envían a una carpeta y los editores, limpian y editan las informaciones cuidando los niveles de audio, video y luego montan la nota.

Este procedimiento también es válido para la señales que llegan vía Internet, pero en este caso, la unidad de grafismo captura todos los videos que llegan a través de esa vía y los depositan en el servidor para procesarlos antes, pues se presenta el problema de la distorsión al tratar de aumentarles el tamaño, razón por la cual en la mayoría de los casos, estas se montan sobre un recuadro conservando su tamaño original.

En el caso de los materiales que llegan de las corresponsalías, los supervisores también pueden chequear el envío de los mismos y cuando detectan demoras, pueden verificar a qué obedecen.

Al momento de la visita a las instalaciones de RCTV, se observó que un material enviado desde la corresponsalía en el estado Carabobo se encontraba almacenado en la carpeta y los coordinadores aún no se habían enterado, en consecuencia, no habían asignado el mismo para ser procesado.

Cabe destacar, que en las corresponsalías el proceso de elaboración de las informaciones se realiza sin cambios significativos, la diferencia consiste en que el material que es enviado para su procesamiento a Caracas, antes era grabado en cassettes y previamente existía todo un proceso de comunicación para su recepción en edición y ahora se recibe en el servidor a través de una carpeta de trabajo.

Se trata de 2 sistemas (iNews y Unity) cien por ciento compatibles y de hecho el fabricante es el mismo, es decir, video y texto. Existen 15 estaciones de trabajo que son integrales (video y texto), mientras 20 permiten procesar solo texto.

Desde el punto de vista de las funciones entre los miembros de la organización, la convergencia tecnológica unificó las actividades de redactores y reporteros. Una vez éstos últimos llegan a la sala, se procede a visualizar el material,

se escoge lo que se digitalizará y se entrega al departamento de digitalización para la edición.

Sin embargo, se produce un cambio significativo en las funciones de los redactores, pues antes era el editor quien escogía las imágenes a digitalizar, mientras que ahora es el profesional de la comunicación quien aplica su criterio para los sonidos y las imágenes.

El sistema también permite controlar las noticias procesadas, por procesar y aprobadas, las identifica a través de un ícono y posee alertas sonoras para avisar mensajes recibidos.

Una vez se realiza la digitalización y son guardadas en el servidor, cada noticia está identificada con un código, lo que garantiza mayor confiabilidad al momento de ubicarlas, anteriormente se le asignaba a cada información un título. Bajo ese código se almacenan todas las imágenes de cada noticia e incluso se pueden visualizar las imágenes por cuadros individuales. El reportero puede realizar acotaciones a las imágenes que servirán de guía al editor.

Al momento de la edición, el editor a través del código llama todas las imágenes. El reportero se encarga del montar sus propias noticias, es decir, libreto, acotaciones, imágenes y off en los casos que sea necesario, mientras los redactores

montan las noticias de los equipos de camarógrafos y las que provienen de las corresponsalías.

Anteriormente, por razones de tiempo los reporteros orientaban a los redactores para el montaje de las informaciones.

El Unity es el servidor con una alta capacidad de seguridad y almacenaje de texto y video que respalda hasta 15 días, lo cual permite a los miembros de la organización utilizar las informaciones en las distintas emisiones y para los diversos programas. Una vez que la noticia es editada, el editor nuevamente envía la noticia con su secuencia de imágenes al servidor, la cual puede ser visualizada desde el sistema integrado de texto y video.

Antes de la implementación de la nueva plataforma, se llevó a cabo un diagnóstico que permitió determinar la existencia de un “cuello de botella” en el departamento de edición que generaba grandes angustias momentos antes de sacar las emisiones al aire.

Toda la modernización implicó un proceso de formación para todo el personal de la Vicepresidencia que se realizó una parte en la academia del canal que funciona en el piso 1 de edificio, mientras que otra parte, viajó a México, Estados Unidos y Alemania, para conocer experiencias tales como TV Azteca y Televisa de manera directa.

Para el proceso de inducción de la nueva plataforma RCTV contrató a especialistas de otros países como Brasil y para su aplicación se organizaron grupos multidisciplinarios que en principio, visitaron empresas de televisión en otros países para conocer qué sistemas podían ser adaptados e instalados con mayor facilidad en el país.

En el canal, el proceso de inducción del personal se desarrolló a lo largo de unos 8 meses una vez se había decidido la plataforma a utilizar. Cabe destacar, que la asimilación de la nueva tecnología por parte de los integrantes de la organización no resultó fácil, razón por la cual se diseñaron manuales para las actividades que se realizan en cada área de la Vicepresidencia.

Castellano, reveló que la inversión del Centro Nacional de Noticias fue cercana a los 15 millardos de bolívares y que la empresa no tuvo acceso a dólar preferencial por parte del Ejecutivo Nacional, lo cual elevó los costos y retrasó el proceso de implantación.

4.1.2 Proceso de implantación

La configuración de la plataforma se realizó en varias etapas. Durante la primera, se realizó un diagnóstico y revisión de los antiguos procesos, donde además de prensa, participaron las Gerencias de Ingeniería, Sistemas y el proveedor externo Avcom, una empresa venezolana que ofrece soporte en el desarrollo de sistemas informáticos.

Esta etapa se realizó durante varias semanas en el caso de “El Observador”, pues no querían levantar la información del diagnóstico con base a experiencias individuales, sino que las mismas reflejarán a la mayoría de los integrantes del equipo.

En ese momento, se observó que gran parte de la responsabilidad recaía en edición y en consecuencia, decidieron repartir las responsabilidades y eliminar algunos vicios. El proceso fue complejo porque el grupo tenía que estar consciente sobre la necesidad de una nueva tecnología.

Para Castellano, el proceso de inducción aún no termina, pues cada cierto tiempo existe la necesidad de recordar procesos y normas que a veces se olvidan a algunos trabajadores.

La segunda etapa, una vez culminado el diagnóstico, fue diseñar el nuevo proceso en el papel, con base a flujogramas que permitían ver cómo se querían los nuevos procesos.

La tercera etapa fue conocer casos en Latinoamérica y considerando los éxitos mexicanos en desarrollo de televisión digital, se optó por TV Azteca y Televisa. En esta etapa, también visitaron la sede de la empresa fabricante del software para conocer el sistema y sus adaptaciones a las realidades de RCTV. Esta etapa duró un mes.

La cuarta etapa, correspondió a la diseminación de la nueva tecnología en toda la Vicepresidencia, sus directivos reconocen que fue el proceso más extenso y tuvo una duración de 4 meses.

En total todo el proceso se desarrolló a lo largo de 2 años y medio, aunque en principio estaba prevista su inauguración para el año 2002, las circunstancias políticas obligaron a su postergación hasta el 2005.

Cabe destacar, que en su concepción inicial el Centro Nacional de Noticias pretendía convertirse en un canal de noticias 24 horas y en tal sentido, se habían establecido contactos con empresas de telefonía como Cantv para el intercambio de contenidos, lo cual con la reciente estatización de la empresa se suspendió. El intercambio de contenidos, buscaba suministrar las informaciones una vez procesadas a la telefónica para que estas fueran compartidas con los clientes de la empresa.

La experiencia de TV Azteca fue enriquecedora para el grupo que visitó las instalaciones, pues al momento de presenciar la salida al aire de las emisiones informativas, los niveles de estrés eran mínimos o no existían, a la vez que todos los miembros estaban concentrados en su computador.

En TV Azteca optimizar el tiempo de sus integrantes es fundamental y una muestra de ello es que premian los equipos que más rápido procesan las informaciones, lo cual estimula la eficiencia entre sus trabajadores. Por las

circunstancias legales que afronta RCTV y por la normativa laboral existente en el país, esta práctica no se ha implementado.

De igual forma, la codificación de las noticias previo a su nacimiento es otra de sus fortalezas, toda vez que con la misma nomenclatura se procesa y se archiva, lo cual facilita su ubicación posterior.

En el caso de RCTV desde junio de 2005 cuando fue inaugurado el CNN, el sistema mantiene archivadas las noticias en formato texto, bajo un código y en caso de requerir las imágenes, con esa misma numeración se solicitan en el departamento de archivo, que cuenta con una base de datos que permite la ubicación de los cassettes. Es importante mencionar que este departamento no fue incluido en la reciente modernización de la plataforma por razones de costos.

Al ser consultada en torno a las nuevas competencias de los nuevos profesionales de la comunicación, Castellano sostuvo que para la contratación es indispensable tener habilidades en el manejo de tecnologías de información y comunicación tales como: navegar en Internet, bajar contenidos de la red, ubicar contenidos en un servidor y relató que en el caso concreto de RCTV, existen profesionales jóvenes que no tienen esas habilidades y que tampoco tienen facilidad de adaptarse a las nuevas realidades tecnológicas. A su juicio, es necesario el manejo de las TICs, porque la experiencia le permite asegurar que en corto tiempo existirán sistemas más avanzados.

En el CNN desde las cámaras hasta la salida al aire de los noticieros, es digital como hemos visto, pero la transmisión continúa siendo analógica y en consecuencia, la señal que reciben los usuarios también.

Luego de la implantación de la nueva tecnología, los proyectos de la Vicepresidencia de Información y Opinión experimentaron un incremento de la audiencia, sin embargo durante los primeros tres meses de 2006 sufrieron una baja que no han podido determinar sus causas, aunque esa tendencia en los meses sucesivos tuvo variaciones muy favorables.

Castellano dijo que de haberse concretado el acuerdo de intercambio de contenidos con Cantv, los usuarios pudieran acceder a las noticias desde sus teléfonos celulares en horas de la tarde y no esperar que el canal saque al aire su noticiero estelar. A su juicio, una de las ventajas de la interacción es que los usuarios pueden acceder a los contenidos al momento que lo requieran.

4.1.3 Proceso de producción de programas

La implementación de la codificación en la producción de los programas es muy importante, pero se debe tener cuidado con la misma porque si por error se borra un código, se perdería toda la información escrita y audiovisual contenida en él, es por ello, que el sistema solo reserva esta opción al nivel supervisor para evitar esa posibilidad.

Cada una de las pautas de los noticieros matutino, vespertino y estelar están separadas y en las plantillas de trabajo se encuentran las informaciones de los negros, así como los tiempos de corte.

Desde la mesa de asignaciones y siguiendo la pauta cada noticia es asignada a través de códigos a cada uno de los reporteros y redactores, quienes desde sus estaciones de trabajo puedan visualizarlas.

En el caso de los reporteros una vez que llegan a la redacción del canal, en el sistema encuentran asignada la noticia que le corresponde y en vez de “pietar” los sonidos como ocurría antes, se dedican a “logear”, es decir, el proceso de selección de las imágenes e incluso las secuencias que acompañarán el texto de la noticia, con sus sonidos y además los describe como una forma de guiar al editor. Una vez cumplido estos pasos, el reportero guarda la información en un pent drive y lo lleva conjuntamente con los cassettes al departamento de ingesta. Allí un operador introduce el cassette en el sistema, ubica los sonidos previamente seleccionados y digitaliza. Seguidamente, el editor al abrir la información encuentra las secuencias seleccionadas por el reportero, quien se dirige a edición para grabar los off y con ambos el editor monta la noticia.

De esta manera, las anteriores funciones del departamento de edición son repartidas en varias unidades.

Antes el editor disponía de menor tiempo para realizar el montaje de las informaciones, ahora son los reporteros quienes no solo llegan a escribir, sino que realizan otras actividades; los redactores también tienen nuevas funciones.

Para reutilizar una noticia esta debe ser ubicada en su codificación original y posteriormente, se le asigna una nueva numeración para evitar confusiones.

Cada uno de los miembros de la Vicepresidencia posee carpetas personales en el sistema en las que puede guardar sus noticias.

El sistema también permite reubicar las informaciones dentro de la pauta. El sistema Media Manager contiene al iNews que es el programa de texto.

Una vez que la noticia está editada es enviada a una carpeta “por aprobar” en la cual el coordinador de cada una de las emisiones chequea la misma, antes para visualizar este se debía trasladar hasta el departamento de edición, posteriormente la envía a la “carpeta aprobada” o en su defecto si observa algún detalle la deja ahí y coloca su observación para que el editor corrija y repita el paso anterior.

El código ID se debe manejar con mucho cuidado porque si algún reportero o editor se equivoca en el número, el código recibirá material que no corresponde con esa noticia.

En la carpeta “por aprobar”, los productores o los coordinadores de producción de cada una de las emisiones, chequean que las noticias cumplan con la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, en caso de no existir errores, se colocan en la “carpeta aprobada”. En caso contrario, la envían a “carpeta reprobada” e indican al editor en el libreto las observaciones.

En caso de ser aprobadas, el editor envía la noticia al programa Air Spe que es el utilizado para sacar la noticia al aire desde las cabinas.

El departamento de ingesta se encarga de vaciar en el sistema todo el material preseleccionado que se encuentra en los cassettes, para que sea utilizado en la edición.

El sistema permite a los editores producir, antes con el sistema Edit Star era una edición corte a corte o cuadro a cuadro.

Estos nuevos pasos que se incorporaron con la implantación del sistema aseguran mayor control y cuando la noticia sale al aire, ha sido previamente chequeada y ha superado varios filtros.

4.1.4 Transmisión desde cabinas

Una vez que se ha completado el proceso de elaboración de las noticias y se encuentran aprobadas, a través de la cabina de transmisión, un equipo conformado

por el director, productor, operador de insert, de telepronter y coordinador de estudio, sacan al aire la emisión con el apoyo de los operadores de audio y video.

Este proceso final por llamarlo de alguna forma, ocurre a través de un consola de video digital que permite realizar un mayor número de efectos, anteriormente se utilizaban dos switcheras para lograr mayor efectividad.

Aunque algunas fases del proceso se mantienen sin cambios, es importante destacar que la incorporación de 2 pantallas planas de televisión de gran tamaño permitió reducir el número de monitores, pues las nuevas pantallas permiten la división en cuadros o ventanas de cada una de las cámaras del estudio, así como el material que será transmitido.

Cabe destacar, que antes del proceso de digitalización y modernización de “El Observador”, existía un solo estudio dividido en varias partes y en el cual se sacaban todos los proyectos de la Vicepresidencia, ahora disponen de un estudio para el noticiero en sus distintas emisiones, uno para los programas de opinión como “La Entrevista” y “La Bicha” y otro para los especiales.

El nuevo sistema permite grabar directamente en el servidor la transmisión de los programas y no se utilizan cassettes, aunque se conservan en los estudios dos máquinas para procesar cintas en casos excepcionales. Sin embargo, la norma indica que para salir al aire el material debe estar previamente digitalizado.

Para los directores, el proceso se realiza con mayor seguridad pues ahora todas las noticias son chequeadas antes de su transmisión. Antes solo la visualizaban al momento de su transmisión y muchas veces ahí observaban los problemas de edición o de audio.

La multiplicidad de estudios con cabinas independientes les permite grabar un programa mientras otro sale al aire, contrario a lo que ocurría antes que debían esperar que los estudios fueran desocupados por un proyecto para ser utilizados por otro.

A juicio de Pedro Guacarán, director de estudio de RCTV, entrevistado en fecha 04 de mayo de 2007, ahora trabajan con un mayor confort, pero las nuevas realidades limitan la creatividad, pues existe un patrón que se debe seguir. Los directores antes pedían las imágenes por rodar y ahora los productores siguiendo la pauta, indican las secuencias de las noticias.

RCTV fue la primera estación de televisión en incluir en sus noticieros a los intérpretes para las personas con discapacidad auditiva. Para cumplir con este requerimiento de la Ley Resorte, se dispone de una cámara y se trabaja en una “cajita” (cuadro de imagen al lado derecho inferior de la pantalla). El intérprete desde el estudio realiza la traducción de las noticias.

Asimismo, para cumplir con la citada Ley las emisiones matutina, vespertina y estelar de “El Observador” incorporan la traducción textual de las noticias, pero esta puede ser visualizada por los usuarios que activen en sus televisores la opción para esa función. También esta es dirigida a personas con discapacidad auditiva. Aquí se repite el mismo texto que leen los anclas en el telepronter.

También se incorporaron cámaras robotizadas, que redujeron el número de camarógrafos y asistentes en el estudio, pues un operador maneja tres cámaras digitales mediante un control que se encuentra en la parte superior del estudio. Las cámaras robotizadas trabajan con posiciones preestablecidas y con un ajuste mínimo del operador logran la posición deseada.

Otra modificación importante que se une a la digitalización en el CNN de RCTV fue la incorporación de luz fría en todas las áreas de trabajo, lo cual elimina el calor de la luz cálida y en consecuencia, no se requiere del apagado y encendido permanente de ellas.

Los dos niveles de redacción (planta baja y piso 1) además de la iluminación fría, poseen cortinas que se pueden cerrar en un momento dado y convertir un área de trabajo en un estudio para realizar una entrevista u otra grabación.

4.1.5 Area de página web

Las áreas de trabajo están divididas aunque en un mismo ambiente funcionan: deportes, internacionales, página web, arte y espectáculos, producción, ingesta y archivo.

Las comunicaciones entre las áreas de trabajo es a través del programa de texto iNews, ahí quienes laboran en el área de página web (tres personas por turno), observan las informaciones a medida que se producen, a la vez que consultan otras fuentes como agencias de noticias a los fines de actualizar la página cada hora.

En esta área también envían correos a las personas que se encuentran suscritas a la página, realizan encuestas semanales y foros, atendiendo a la importancia de los temas. Según sea el caso, pueden recibir 200 correos en una hora y existe un administrador que los reenvía al área que corresponda para que sean respondidos.

En RCTV aún no han implementado los mensajes de textos como mecanismo de participación porque consideran que no solo es costoso para la empresa, sino aún más para los usuarios.

Por lo general, a medida que salen los avances a través de la pantalla, de manera inmediata son montados en la página, al igual que trabajos especiales con sus videos y la mayoría de los proyectos de la Vicepresidencia.

Se ha observado que sobre los videos los usuarios emiten comentarios y opiniones que son recogidas por quienes manejan la web y en la medida de lo posible, tratan de atender las inquietudes, lo cual evidencia por una parte la necesidad de interactuar que existe en la audiencia y por la otra, la importancia que conceden en la empresa a la interacción.

La unidad de diseño gráfico realiza todo lo relativo al grafismo que puede requerirse para acompañar una noticia como por ejemplo: toaster, recorrido de un marcha, fotografía de desaparecidos o fallecidos, comunicados. Esta unidad aunque maneja básicamente los mismos programas existentes antes de la digitalización, ya no graban en cassettes, sino guardan bajo el código de la noticia asociada el gráfico en el sistema.

4.1.6 Producción de opinión

La Gerencia de Opinión de RCTV también trabaja con la plataforma automatizada y aunque utiliza el material audiovisual de los noticieros que se encuentra almacenado en el servidor y en la unidad de archivo, el proceso de producción de opinión implica actividades diferentes que mencionamos a continuación.

Luego de cada programa de “La Entrevista y La Bicha”, el equipo de producción se reúne para planificar el día siguiente. Una vez se seleccionan los temas del programa, se procede a contactar a los invitados y a través del sistema se

seleccionan las imágenes y los sonidos que servirán de apoyo a la entrevista en el estudio. Seguidamente, montan el libreto con todas las indicaciones a seguir al momento de salir al aire.

Cabe destacar, que anteriormente se hacía mayor énfasis en el número de invitados mientras ahora, las imágenes constituyen el centro de los programas.

En el estudio, el proceso es similar al noticiero, una de las diferencias es la utilización de una pantalla plana de gran tamaño a través de la cual salen al aire los videos, los cuales son visualizados por invitados, moderadores y usuarios. La diferencia con el anterior proceso consiste en que los monitores antes no formaban parte de la escenografía.

Aunque los productores reciben correos electrónicos de la audiencia, éstos solo son utilizados para el programa “La Bicha” con un fin de denuncia y en ocasiones, son tomados como temas para los programas.

Es este punto de la investigación, se observó que el proceso de realización de las noticias en la Vicepresidencia de Información y Opinión de RCTV está automatizado, digitalizado y centralizado, todos los programas se trabajan bajo la misma plataforma, es decir, todos convergen en el mismo servidor que contiene audio, video y texto.

Además de la convergencia tecnológica observada, es preciso destacar la unificación de las producciones bajo un estándar que permite montar los libretos bajo un mismo esquema.

La unificación y la sistematización permiten a los supervisores y gerentes realizar sus funciones de manera más precisa y agilizar los procesos de producción de las informaciones.

Para los redactores y reporteros el trabajo diario cambió como consecuencia de la convergencia tecnológica, pues las noticias se reciben y a través del sistema se pueden marcar de una vez los sonidos y las imágenes que son de interés, para luego archivarlas en una carpeta.

Los profesionales de la comunicación, editores, productores y personal técnico requieren nuevas competencias, ya que las vías para recibir señales son múltiples y simultáneas (satélite, microondas e Internet).

Finalmente, en torno al caso anteriormente presentado es importante hacer mención a la no utilización de mensajes de textos en los programas informativos y de opinión, lo que representa para la audiencia una pérdida de posibilidad de participación y de interacción. Sin embargo, es necesario destacar el elevado número de correos que reciben y sobre todo, la preocupación que existe en los integrantes de

la empresa en canalizar los mismos hacia las áreas de su competencia y posteriormente, la dedicación en la respuesta de los mismos.

4.2 Caso 2: Venezolana de Televisión (VTV)

En agosto de 1964, fue creada la Cadena Venezolana de Televisión (CVTV) y en septiembre de 1974 el canal fue nacionalizado.

El 18 de abril de 1976 el canal adquiere el nombre de Venezolana de Televisión y se puede sintonizar en todo el país con su lema ser "Desde Adentro".

En la década de los 90 durante el segundo gobierno del presidente Rafael Caldera, existían planes para ser privatizada VTV, debido a los bajos niveles de audiencia y a la poca rentabilidad, sin embargo, los planes no se concretan y se decidió fusionar su programación y señal con la Televisora Nacional, que era también del Estado, pero sólo transmitía en Caracas.

Los momentos de mayor índice de audiencia del canal están relacionados con algunas novelas transmitidas en horario nocturno. En la programación también figuraban los programas de variedades, enlatados de otros países, documentales y programas de noticias y opinión.

Desde 1999 cuando se inició el gobierno del presidente Hugo Chávez Frías, el canal ha sido reestructurado y los programas de noticias y opinión ocupan la mayoría en la pantalla, pero sin dejar de pasar programación generalista.

Durante los sucesos ocurridos en el país durante el año 2002, VTV fue cerrado durante varias horas y luego de ese año, comienzan una serie de cambios tecnológicos y de personal que aun se mantienen y que a continuación se describen.

4.2.1 Descripción de la plataforma

VTV tiene capacidad para recibir 6 señales en vivo tanto en prensa, como en el master central del canal, de las cuales 4 señales son a través de microondas y 2 flay web (señal satelital) que funcionan a través de potencias, es decir, pueden trabajar con varias y al momento de utilizarlas, suben o bajan la que requieran.

En el departamento de ingesta tienen visual de seis señales y se encuentra el servidor central que reenvía la señal a un servidor terminal que se encuentra en el estudio de transmisión.

En el departamento de ingesta el material bruto se graba a medida que llega y se transfiere al departamento de edición, previa colocación del ID con el nombre de la noticia. El servidor de ingesta graba hasta un máximo de 72 horas continuas.

Los redactores en sus computadores a través del sistema New Flash también pueden visualizar la señal que llega a través del ingesta y pueden ir marcando y cortando sonidos, a los fines indicarle al editor posteriormente el audio de interés, lo cual facilita el trabajo para ambos.

Existen 7 salas edición cada una con equipos de grabación que trabajan con ambos sistemas, es decir, a través de computadoras (digitales) y con dos máquinas de edición para los cassettes.

Desde el proceso electoral del mes de diciembre de 2006, la sala de redacción cuenta con 15 monitores que además de la señal en vivo del canal y de las microondas, poseen las señales de otros canales nacionales e internacionales a los fines que los redactores monitoreen lo que ocurre.

La nueva plataforma tecnológica se comenzó a instalar desde agosto de 2005 de manera progresiva, es decir, por etapas en cada una de las áreas que conforman la Gerencia.

El proceso de capacitación consistió en formar algunos trabajadores y éstos se convirtieron en agentes multiplicadores con la práctica directa en el sistema.

Para la implantación del sistema fue construida una nueva área de trabajo y una vez que culminaron la obra, se realizó la mudanza de la Gerencia de Prensa a las instalaciones de lo que hoy se conoce como el nuevo edificio. Las nuevas áreas contaban con todos los equipos y con posterioridad, lo que han hecho es incrementar el número de estaciones de trabajo, así como habilitar otros espacios.

Desde las estaciones de trabajo todos los redactores y reporteros pueden visualizar las imágenes digitalizadas, las que se están recibiendo y al mismo tiempo, redactar las noticias, a través del cierre y apertura de ventanas.

4.2.2 Estudios de grabación y salida al aire

Antonio González, director de estudio de VTV, entrevistado en fecha 16 de mayo de 2007, explicó que para sacar al aire el noticiero cuentan con 2 estudios de grabación, uno para internacionales y las cámaras de la intérprete en el caso de la emisión estelar, ambos en vivo pero la intérprete sale a través de un efecto especial en un recuadro, así como otro estudio donde se encuentran las anclas principales.

Una precisión importante, es que cuando se habla de digitalización hay que demarcar los formatos y los archivos, ya que las cámaras desde la utilización del formato Umatic son digitales hasta los actuales Dvcpro, pero cuando se realiza la transferencia a un servidor se utiliza digitalizar por costumbre.

Para las emisiones, avances y titulares, poseen cuatro cámaras con sus camarógrafos y asistentes, existiendo un promedio de utilización de los estudios de 18 horas diarias.

El estudio principal cuenta con 2 pantallas planas de gran tamaño que forman parte de la escenografía y que se ha convertido en un instrumento de apoyo y ayuda tanto para los directores, como para los anclas, pues cuando se trata de pases en vivo,

éstos pueden visualizar la señal sin necesidad de recibir indicación. Las pantallas planas también se utilizan para colocar los stills que identifican los programas o para proyectar material de apoyo visual sobre los temas que son tratados durante las entrevistas. Antes los televisores estaban en los estudios como guías de la señal en el aire, pero ocultos a la cámara.

Los restantes estudios donde realizan los programas de opinión trabajan de manera independiente con el área de prensa, entre otras razones porque se encuentran en la planta baja del antiguo edificio, donde no utilizan servidores, sino cassettes que ruedan a través de una sala de video tape, los cuales son solicitados por el director a medida que son requeridos. El sistema de iluminación es combinado, es decir, luces cálidas y frías.

Incluso el control central también posee un servidor independiente al de prensa, razón por la cual la comunicación se realiza vía radiotransmisores, para coordinar los momentos de salir al aire y los cortes.

Según González, la nueva tecnología también tiene sus problemas como por ejemplo cuando se “cuelga” el generador de caracteres, aparecen sonidos sin insert.

Aunque en este caso aún no utilizan la traducción textual de las informaciones, los avances luego de la seis de la tarde cuentan con intérpretes para personas con discapacidad auditiva.

La comunicación entre el director y los productores con los anclas se realiza a través del coordinador de estudio, pues se trató de utilizar audífonos y los anclas escuchaban todos los ruidos de cabina y se distraían.

Las laptops en los estudios aunque tienen conexión a Internet, no siempre son utilizadas por los anclas y existen casos que no encienden el equipo y más bien lo utilizan para colocar los libretos. No obstante, la conexión a Internet permite en un momento dado ampliar la información sobre un tema en particular.

Existen ocasiones en las que tienen 4 microondas activas y todas tienen importancia y ocurre que a veces, éstas salen al aire durante el desarrollo de algún programa y más aun, cuando son muy importantes el programa que se transmite en vivo muchas veces se tiene que grabar, por la importancia de transmitir al instante lo que ocurre.

Lo anterior es consecuencia de la inmediatez con que ocurren los acontecimientos y la necesidad de transmitirlos al instante, en este sentido existe una norma según la cual deben sacar la microonda al aire antes que otro canal que también se encuentre en el lugar. Aunque no tienen como costumbre pegarse a la señal de otro canal, procuran estar en el sitio y cuando el tema lo amerite, aunque sea a través de la línea telefónica el reportero sale al aire.

Cabe destacar, que la utilización de la señal limpia responde a un protocolo y una permisología que debe otorgar quien emite la señal de origen para que esta pueda ser utilizada por otro canal, sin embargo esta no es una práctica común en VTV ni siquiera cuando se trata de señales de Vive o Telesur.

La inmediatez de las informaciones y el carácter de canal del Estado obligan a los productores y directores en muchas ocasiones a modificar la pauta de trabajo, pues existen transmisiones presidenciales o de algún evento oficial que pueden llegar a durar 45 minutos y ocupar el espacio del noticiero. Cuando esto ocurre, las notas que no fueron utilizadas se ubican en la emisión estelar a través del sistema y si hay mucha información, puede ocurrir que alguna pierda vigencia y no se utilice.

4.2.3 Cabinas de transmisión

La utilización de máquinas para cassettes en las cabinas permite sacar al aire imágenes que se reciben de manera directa siempre que estas sean contundentes. Este material es transferido a través de CANTV y se reciben en el departamento de ingesta.

Otros materiales se reciben a través de IPTV, es el caso de algunas gobernaciones o la Organización de Estado Americanos, que transmiten señal de video a través de Internet, pero con los problemas de imagen y audio propios de esta tecnología.

En VTV la utilización de pantallas planas de gran tamaño dentro de las cabinas representa una forma de trabajo similar al uso tradicional de varios monitores y así trabajan, menos en el control central donde utilizan los plasmas y ahí dividen las pantallas en 16 cuadros.

Cabe destacar, que existen ciertas particularidades en la nueva área de prensa que llaman la atención, entre estas que la cabina de transmisión está detrás del estudio y no en la parte superior como se acostumbra, así como que la cabina de audio está al lado de la principal, lo cual dificulta la comunicación entre sus operadores.

A pesar que entre el estudio y la cabina de transmisión existe un cristal que divide pero que deja ver con cierta limitación, entre cabina de audio y cabina principal hay una pared con ventanillas, simulando dos especies de peceras, por esa razón la comunicación entre el operador del audio y el director es a través del intercomunicador.

Las nuevas cabinas cuentan con consolas de iluminación que permiten una mejor graduación de los niveles de luz, antes se controlaban a través de interruptores que dificultaban una buena graduación de la intensidad.

El operador de telepronter también cuenta con su computador y existe un monitor adicional que le permite al director de cabina monitorear el texto que va rodando.

Los productores también cuentan con una computadora dentro de la cabina con acceso a Internet e interconectada al sistema de prensa para chequear cualquier detalle en los libretos y una pantalla para visualizar la señal al aire.

Existe un equipo único para las señales de IPTV, donde se recibe el material de las 8 corresponsalías o las señales en vivo de cualquier ente internacional

Tienen un operador para las dos máquinas de DVCPRO para cassettes, pues cerca de un 30 por ciento de las imágenes salen por esta vía, mientras un 70 por ciento a través del servidor.

Poseen una pantalla en la que pueden visualizar las imágenes de los 2 servidores identificados como 1 y 2. El uso de los servidores permite rodar videos y al mismo tiempo, realizar ediciones cuando se requiere dar continuidad a una información.

El operador controla los niveles de video de las 4 cámaras de los estudios de manera similar a lo anterior, así como de las microondas y los satélites.

El generador de caracteres utiliza dos canales uno fijo para la hora y en vivo, otro para los inserts, cuyos efectos entran y salen de manera programada a través del mismo sistema y no de la consola como ocurría antes, aunque cuando se requiere de mayor o menor tiempo, el director puede manejarlos. Como es costumbre, el insert se

monta al momento que la noticia está en el aire y aunque existe una plantilla para guardarlos, la dinámica no lo permite lo que aumenta la posibilidad de errores cada vez que los mismos se escriben.

Cabe destacar que pese al cambio de las consolas, las anteriores permitían hasta tres efectos (intérprete, efectos y barra de programas), lo cual en el caso del recuadro de la intérprete se facilitaba su inserción no brusca como en la actualidad.

El uso de recuadros o cajitas en el aire también se acostumbra y durante eventos especiales como procesos electorales pueden usar entre 2 y 5, que por lo general son de un mismo tema, pero en diferentes lugares. En el caso de 5 cajitas, se utilizan 2 estudios para recibir 3 señales en uno y 2 en otro, lo ideal para que sea exitoso es contar con 5 productores para que cada uno se pueda comunicarse vía telefónica con los reporteros para indicar el momento de salir al aire.

Puede ocurrir que los pases entre cada una de las señales se coordinen de manera cronológica o fijas como apoyo de video, pero también que interactúen entre ellos, para lo cual los productores deciden la modalidad.

Las nuevas switcheras permiten grabar hasta 4 stills de video que generalmente identifican los programas en las pantallas planas del estudio, pero también contienen material de apoyo como gráficos, rutas de marchas o mapas, entre otros.

Las pantallas planas están asignadas por auxiliares de las switcheras, no como antes que eran conectados a través de cables, lo que permite ahora montar cualquier imagen proveniente de microondas, cassettes o satélites.

La dinámica de las informaciones obliga a extender el noticiero meridiano de 1 a 2 horas. Los espacios informativos en vivo se han incrementado a tal extremo que en un día pueden llegar a 11 horas de transmisión.

4.2.4 Area de redacción

María Silva, productora general de VTV, entrevistada en fecha 15 de mayo de 2007, señaló que la pauta es asignada por la coordinación de redacción y luego se confirma el nombre de la microonda en el departamento de ingesta, una vez que es ubicada a través del sistema en su estación de trabajo, se procede de manera directa a seleccionar los sonidos de interés. Cabe destacar, que a través del ingesta se graba y los redactores pueden adelantar o regresar los videos a los fines de elaborar la noticia.

El sistema que integra texto y video permite cortar los sonidos y montar de manera simultánea los libretos, lo cual representa una mayor rapidez en el procesamiento de las informaciones. No obstante, cuando se “cuelga” el sistema se retrasa el proceso, pues el material se envía a los editores a través del sistema.

Por lo general, los redactores tienen asignadas fuentes aunque son rotativas con la excepción del Palacio de Miraflores, que es trabajado por una misma persona.

La ventaja del nuevo sistema es la integración texto y video, porque antes se tenían que escuchar los sonidos y marcarlos para luego redactar. El sistema permite la utilización de ventanas para ir trabajando.

En este caso las noticias son identificadas con un nombre, pero además se le coloca la fecha y las iniciales de la emisión a que corresponda (Mat, Mer, Vesp, Av, Est). Cuando se trata de un micro que puede utilizarse en varias emisiones, solo colocan fecha y nombre.

Aunque el sistema está diseñado para el manejo y asignación de las pautas, esa aplicación aún no está operativa.

El sistema tiene una capacidad de almacenaje de las noticias de 3 días, razón por la cual, cuando una noticia es muy importante se coloca “no borrar”, para que al momento del respaldo esta se mantenga en el sistema.

Cuando el redactor requiere grabar y realizar algún respaldo en cassettes, lo entrega en ingesta y realiza la grabación. Existe un operador encargado de grabar el material para el archivo, aunque por error ha ocurrido el borrado de material importante.

El departamento de archivo guarda los materiales respaldados en cassettes de manera tradicional.

Una vez la nota está redactada es enviada a la carpeta del corrector de turno para su revisión. El departamento de edición una vez culmina su proceso envía al estudio a través del sistema.

En ocasiones los redactores tienen más de una microonda asignada lo que genera bastante presión en el trabajo, pues deben estar pendientes de los monitores que se encuentran ubicados en la parte superior de la sala, mientras montan una noticia. Las estaciones de trabajo solo permiten ver una microonda y para visualizar otra que esté llegando deben cerrar la primera.

Los grupos de trabajo laboran durante siete horas y media y guardias durante los fines de semana, en dos grupos.

El número de noticias asignadas por cada redactor oscila entre 4 y 5, luego de la implementación del sistema se incrementó el número de redactores porque aumentaron las horas de noticieros y los avances, es por ello, que existe un redactor para titulares y avances entre los 6 que trabajan en la emisión meridiana y los 9 de la estelar. Existen redactores asignados para: deportes, cultura e internacionales.

Entre el grupo de redactores también se distribuyen las pautas que cubren los equipos de camarógrafos sin periodistas, así como los “calientes” que realizan los reporteros, porque éstos últimos en la mayoría de los casos al llegar al canal montan

las noticias y traen grabados los offs en los cassettes. En el caso de los deportes, monta y edita el bloque completo un solo el redactor.

Cuando tienen microondas el trabajo de los redactores es más rápido, porque no tienen que esperar que los reporteros lleguen con los cassettes.

Existe una rotación entre reporteros, redactores y anclas entre quienes son periodistas, mientras quienes son locutores, solo son anclas. La rotación ocurre comúnmente los fines de semana.

El uso de audífonos es personal por parte de cada redactor y existen carpetas individuales que no pueden ser compartidas, sin embargo los jefes si pueden acceder a todas. En caso que un redactor requiere la noticia de otro y no está en el sistema, se le solicita al compañero a través de la misma plataforma.

Dependiendo de los correctores de turno, se imprime el libreto y se corrige el físico.

4.2.5 Area página web

En esta unidad trabajan en varios turnos 6 y 8 de la mañana y 3:30 de la tarde, pero tienen previsto en el corto plazo incorporar otro grupo a fin de cubrir las 24 horas del día.

Los redactores de esta área escuchan los programas de opinión del canal y a través de un software cortan los sonidos y las fotos, luego de redactar la noticia a través del mismo sistema, suben a la página web la foto del invitado y la nota de acuerdo con la línea editorial del canal.

Se destacan las cifras y lo más importante de acuerdo con el criterio periodístico. La forma de incorporar contenidos en la página se realiza de acuerdo con la siguiente norma: las notas de los programas se montan con foto y texto, las noticias relevantes se suben con el video completo. No obstante, el hosting que tienen con el CNTI (Centro Nacional de Tecnologías en Información) es limitado para aceptar muchos videos y aunque la incorporación de las noticias es permanente, la actualización tarda un poco.

Los planes inmediatos son relanzar la web de VTV a fin de imprimirle más dinamismo, es decir, galerías e imágenes, entre otras novedades.

Es importante mencionar, que la base de datos que recibe las informaciones supera los 5 mil usuarios registrados, sin embargo, la revisión y respuestas a las

sugerencias del usuario es realizada por la Jefa de Redacción que para el momento de realizada la observación, estaba encargada de la gerencia de información del canal, lo cual dificultaba dicha actividad.

Cabe mencionar, que en esta área se pudo obtener uno de los pocos manuales existentes en el canal con una descripción precisa de las actividades que realiza cada uno de los miembros de la web.

Durante la observación también se pudo constatar que el poco personal existente en el área de página web, impide que los correos que envían los usuarios puedan ser respondidos. Sin embargo, la incorporación del nuevo personal al área entre otras actividades se dedicaría a esta función. También se observó que existe preocupación ante la imposibilidad de atender los correos.

La página web del canal se comienza a concebir luego de los sucesos de abril de 2002 y su lanzamiento ocurre en diciembre de ese mismo año, salió con un contenido inicial bastante amplio, pero se ha ido modificando y de acuerdo con los criterios de quienes han coordinado el área, le han disminuido contenidos como la parrilla de programación y la agenda cultural, entre otros.

Cabe mencionar, que el cambio constante de coordinadores ha provocado la rotación a otras áreas y la salida del personal de la página web, lo cual ha incidido negativamente en su consolidación.

Con sólo 3 computadoras, resulta difícil procesar las noticias con la velocidad que se producen y ello unido al alojamiento en el CNTI ha impedido la incorporación de contenidos como reportajes especiales exclusivos en la página. Estos trabajos no se han podido realizar con el personal existente y se espera la incorporación de nuevos redactores para los mismos. Se piensa también contar con pasantes para la citada área.

Para quienes coordinan el área, se ha incurrido en el error de trasladar al área a personas que no necesariamente se sienten cómodas trabajando la web y que lo hacen de manera casi obligada.

Al momento de realizada la visita el equipo de la web presentó un proyecto para realizar trabajos especiales con motivo de la Copa América 2007, que esperaba por la respuesta de la Gerencia.

El relanzamiento de la página cuenta con un proyecto aprobado y con un área de trabajo más amplia, pero esperan lleguen los equipos y las computadoras para luego incorporar al personal.

De igual forma, trabajan en la forma de comunicar la redacción con el área de la web pues en virtud a que no existe un correo interno, los coordinadores que se encuentran en la redacción, deben trasladarse hasta la web para supervisar el trabajo.

Dentro del relanzamiento de la web no están previstos ni los foros, ni los chats, entre otras razones porque debe existir una persona encargada del manejo de los contenidos de manera exclusiva, pero si está en proyecto organizar los contenidos para que no exista la necesidad de abrir tantos links para acceder a una información, así como afinar los criterios del buscador para ingresar de manera más rápida a los contenidos, porque a veces se solicita una información y aparece otra que en nada tiene que ver con la solicitada. El relanzamiento contempla contenidos en español y portugués.

Asimismo, consideran necesario un alojamiento distinto al CNTI en virtud a que cuando se cae la página, la respuesta es tardía, sin embargo en contingencias responden (caso de elecciones y otros).

Cabe destacar, que la existencia de 2 edificios dificulta el trabajo de todo el equipo de prensa, en primer lugar porque los nuevos sistemas están en lo que llaman el nuevo edificio, mientras que en el viejo se mantienen áreas de importancia, como estudios, producción de opinión y archivo, entre otras, lo que implica el traslado constante del personal de un piso a otro.

En este punto de la investigación se observó que en VTV el impacto de las nuevas tecnologías en las actividades diarias de quienes laboran en la Gerencia de Información y Opinión de VTV es evidente y una muestra son las 6 señales en vivo

que reciben de las cuales 4 son a través de microondas y 2 flay web (señal satelital), además de las que llegan a través de Internet.

La inmediatez de las informaciones obliga a los productores y directores a modificar la pauta de trabajo con frecuencia, mientras que los redactores deben monitorear las señales en vivo del canal, así como de otros canales nacionales e internacionales. Esto sin duda, supone nuevas competencias para los profesionales.

El uso de recuadros o cajitas en el aire también se acostumbra y durante eventos especiales como procesos electorales pueden usar hasta 5, en diferentes lugares.

La convergencia del sistema que integra texto y video permite cortar los sonidos y montar de manera simultánea los libretos, lo cual representa una mayor rapidez en el procesamiento de las informaciones, mientras que capacidad de almacenaje de noticias del sistema de hasta 3 días, facilita su localización.

Aunque las posibilidades de participación de la audiencia se limitan al correo y al teléfono, hay que destacar que la incorporación de un nuevo turno de trabajo en el área de página web para cubrir las 24 horas del día, refleja la importancia que conceden a la interacción.

No obstante, el poco personal existente en el área de página web, impide que los correos que envían los usuarios puedan ser respondidos. Sin embargo, la incorporación del nuevo personal al área entre otras actividades, se dedicaría a esta función.

Un dato que resulta preocupante es que dentro del relanzamiento de la web no están previstos ni los foros, ni los chats, entre otras razones porque debe existir una persona encargada del manejo de los contenidos de manera exclusiva.

Cuadro N° 7: Comparación de actividades que se realizan en las Gerencias de Información y Opinión de RCTV y VTV

RCTV	VTV
Proceso automatizado, digitalizado y centralizado.	Proceso automatizado, digitalizado y parcialmente centralizado.
Comunicación interna a través del sistema.	Comunicación interna mixta a través del sistema y de radiotransmisores.
Plataforma en que convergen video y texto.	El sistema integra video y texto.
Acceso a video desde distintas estaciones de trabajo.	Acceso a videos desde estaciones ubicadas en la redacción.
Supervisión automatizada de la producción.	Supervisión a través del sistema y manual.
Mayor inmediatez informativa.	Mayor rapidez en el procesamiento de las informaciones.
Recepción y manejo directo de las noticias.	Recepción y manejo directo de las noticias.
Corresponsalías envían material a través del sistema.	Recepción del material de corresponsalías en el sistema.
Unificación de funciones de redactores y reporteros.	Rotación entre reporteros, redactores y anclas.
Redactores convertidos en editores.	Redactores cortan sonidos e imágenes.
Reporteros monta toda su noticia.	Reporteros montan toda su noticia.
Codificación para localización del material.	Títulos para ubicación de material.
Grabado directo en servidores.	Grabado directo en servidores.
Capacidad de almacenaje de 15 días.	Capacidad de almacenaje de 3 días.
Uso de intérpretes y traducción textual.	Uso de intérpretes.
No hay mensajes de textos.	No hay mensajes de textos.
Administrador de correos.	La recepción de correos está a cargo de la Jefa de Información.
Respuesta a correos.	Correos que envían los usuarios no son respondidos.

Fuente: Elaboración propia

4.3 Análisis de programación

En el desarrollo de la presente investigación se consideró necesario aplicar una breve observación a los programas informativos y de opinión a los fines de conocer la utilización de las nuevas tecnologías y cómo éstas han modificado el producto final que presentan a los usuarios en sus distintas emisiones, así como las posibilidades de interacción para la audiencia.

En principio, la observación se realizó durante 1 hora cada programa en la semana comprendida entre el 04 y el 08 de junio de 2007 en los programas informativos y de opinión de los canales que se analizaron en un punto anterior, es decir, RCTV y VTV. Sin embargo, fue necesario -como veremos a continuación- aplicar la misma observación en dos empresas más como Globovisión (canal 33 en Caracas) y Televen (canal 10 en Caracas) y Venevisión (canal 4), sobre todo porque estas incorporan en su programación el uso de la mensajería de texto a través de los cuales los usuarios pueden intervenir en los programas. Entre los programas analizados durante 1 hora diaria en un lapso de una semana se encuentran “La Noticia” (VTV), “Dando y Dando” (VTV), “En Confianza” (VTV), “El Observador” (RCTV), “La Entrevista” (RCTV), “Entre Periodistas” (Televen), “Aló Ciudadano” (Globovisión), “Noticias Globovisión” y “Primer Contacto” (Venevisión).

Estas son algunos de los nuevos escenarios observados y, a los cuales deben hacer frente los profesionales de la comunicación social, así como el personal que labora en las gerencias de información en los canales de televisión. Elementos que

representan alguna novedad y que tienen relación o son consecuencia del impacto tecnológico. Asimismo, se hace referencia a los elementos tecnológicos que promueven o facilitan la interacción entre audiencia y emisores.

Además, en cada uno de los aspectos se podrá observar la complejidad del proceso de comunicación en nuestros días, razón por la cual en esta investigación creemos que la transdisciplinariedad emerge como el enfoque adecuado para su estudio y comprensión.

Como veremos, es necesario un enfoque abarcador y no excluyente, que se centre en el sujeto como ser subjetivo, que vive en un mundo complejo caracterizado por las relaciones con su entorno y en el cual la cooperación es indispensable y que puede ser explicado desde el paradigma rizomático descrito en el capítulo 1 del presente trabajo. A continuación presentamos algunos de los elementos encontrados:

“En vivo”

Imagen N° 4: Ejemplo de transmisión “En Vivo”



Fuente: VTV (2007)

Imagen N° 5: Ejemplo de transmisión “En Directo”



Fuente: Globovisión (2007)

Existe una tendencia que cada vez se observa más que se orienta a las transmisiones en directo de los acontecimientos y cuando ello no es posible, se simula haciéndose la salvedad que obliga la Ley Responsabilidad Social en Radio y Televisión a colocar la hora en la que fue realizada la grabación. Sin embargo, los cierres de las noticias que realizan los reporteros desde el sitio en los que se producen los hechos, ahora son acompañados por los “calientes”, es decir, una forma de hacerlos ver como acabados de producir. Esta situación, supone nuevas realidades. Las Gerencias de Información de los canales de televisión se ven obligadas a adquirir o alquilar una mayor cantidad de equipos de microondas o satélites, sobre todo cuando las pautas prometen días de mucha actividad informativa. Esto representa para los coordinadores un mayor trabajo con los equipos que están en las calles en la cobertura de las informaciones. Para los reporteros, una mayor precisión al momento de suministrar la información pues el mínimo error sale al aire sin posibilidad de repetir o enmendar. Los redactores, deben estar preparados para cortar y montar los sonidos que llegan al canal en cassettes. Los camarógrafos deben tener mayor precisión al momento de realizar la toma adecuada. Las transmisiones “en vivo” o “en directo” como también se les conoce, supone para las empresas de televisión el traslado hasta el sitio donde se produce la noticia de productores y asistentes, porque la coordinación deber ser perfecta para minimizar errores.

Por parte del usuario, este debe estar atento a lo que ocurre pues sus actividades diarias pueden resultar afectadas por el hecho social, procurar estar cerca de la pantalla del televisor, disponer de un portátil o chequear con cierta periodicidad

las páginas web de los medios. Atrás quedó la época en la cual al final del día podía ver en la tranquilidad del hogar los noticieros, ahora éstos solo muestran un resumen de lo que pudieron ser horas de transmisión “en directo”. Las transmisiones “en vivo” son indispensables en un modelo de televisión interactiva, toda vez que facilitan la interacción entre la audiencia y los emisores y más aún, a través del canal de retorno puede influir con sus opiniones en los contenidos que salen al aire como por ejemplo, hechos donde exista mucha violencia. Asimismo, una programación “en vivo” incrementa las posibilidades de participación de los usuarios de forma directa en los estudios, a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos y mensajería de texto.

Fragmentación de pantalla

Imagen N° 6: Ejemplo pantalla dividida en 2



Fuente: VTV (2007)

Imagen N° 7: Ejemplo pantalla dividida en 3



Fuente: Globovisión (2007)

Imagen N° 8: Ejemplo pantalla dividida en 4



Fuente: VTV (2007)

Estamos frente a otra de las nuevas realidades que se observan cuando nos sentamos frente a una pantalla de televisión, en este punto la actividad de los directores de estudio, productores, operadores de audio y video, operadores de teleprompter e insert, adquiere una nueva dimensión, pues ahora deben sacar al aire de manera simultánea varias señales en vivo que pueden estar alternadas entre microondas, satélites e Internet, las cuales en ocasiones se combinan con imágenes grabadas o en diferido. Aunque la división de la pantalla puede variar de dos hasta cinco cuadros, en la mayoría de los casos predominan las primeras. En este punto los productores deben estar atentos para decidir el orden de salida de cada una o si por el contrario, se trata de interactuar entre las distintas señales. En ocasiones, se observa el predominio del diálogo entre los anclas que están en el estudio, con los reporteros que se encuentran en la cobertura de las noticias.

En otros casos, también se realizan entrevistas con la pantalla dividida en dos cuadros a personas que se encuentran o en un mismo estudio, o en otro estudio del canal. La división de pantallas también permite observar dos noticias en desarrollo simultáneo. Ahora existe un usuario con capacidad para atender hasta cinco acontecimientos que ocurren de manera simultánea. La fragmentación también favorece el modelo interactivo por cuanto el usuario se acostumbra a ventanas con contenidos variados y además, porque los múltiples cuadros pueden ser utilizados para interactuar con la audiencia.

Uso de insert

Imagen N° 9: Ejemplo de insert de contenido informativo



Fuente: RCTV (2007)

Imagen N° 10: Ejemplo de insert de contenido variado



Fuente: RCTV (2007)

Los tiempos en los cuales los operadores utilizaban los inserts solo para identificar a la fuente de la información, al moderador del programa o al ancla, quedaron atrás. En nuestros días la dinámica es diferente. El canal del insert utilizado para la hora, ahora es utilizado en la mayoría de los casos para indicar el momento de la ocurrencia del hecho, es decir, en vivo, vía satélite, vía Internet o si es cortesía de algún otro canal, mientras que el insert que se ubica en la parte inferior de la pantalla, ahora registra los elementos de mayor impacto, noticias derivadas de la transmisión o las frases a destacar de la fuente. Esto amerita nuevas competencias por parte de quienes antes solo se limitaban a transcribir los nombres de la pauta informativa. El insert inferior se ha convertido en el espacio por excelencia para la transmisión de los mensajes enviados por la audiencia.

Sin embargo, en algunos casos, el insert compite con la mensajería de texto, lo que implica para sus operadores una mayor coordinación para evitar que uno se superponga sobre el otro y el usuario no pueda leer ningún contenido.

Por su parte, el usuario tiene que desarrollar competencias visuales y auditivas para escuchar, ver y enviar mensajes bien sea a través de la mensajería de su celular, Internet o llamar a través del teléfono.

Señales por cortesía

Imagen N° 11: Ejemplo de señal por cortesía en vivo



Fuente: Globovisión (2007)

Imagen N° 12: Ejemplo de señal por cortesía en diferido



Fuente: Globovisión (2007)

Es otra práctica que se ha hecho cada vez más común aunque no se reconoce abiertamente por parte de los gerentes. En la mayoría de los casos, la señal de un canal es transmitida por otro bajo la palabra “cortesía”, pero sin cumplir el protocolo de permisología, según el cual un canal debe solicitar con antelación el uso de la señal de otro.

Desde el sector privado se alude a la necesidad del “pagado de señal” como también se le conoce, en virtud a su imposibilidad de asistir a los actos oficiales de manera formal. Desde las empresas de televisión del Estado, se afirma que no incurren en esta práctica aunque los privados lo hagan, lo cierto es que en ambos se observan “en vivo” y en diferido, señales de los otros. Esto supone también nuevas habilidades para el personal técnico de cabina, puesto que la frecuencia del “pagado de señal” ocurre a diario. Esto requiere de la existencia de un personal dedicado a monitorear y grabar de manera permanente el resto de los canales.

La llamada señal limpia (sin logo del canal) se emite en pocas oportunidades para impedir el uso sin la previa autorización de su señal. En ocasiones, para el usuario es difícil precisar cuál canal está viendo. A nuestro juicio este es un elemento que no incide significativamente en la aplicación del modelo interactivo, pero es una práctica que merece la pena mencionar.

Mensajería de texto

Imagen N° 13: Ejemplo mensajería de texto



Fuente: Globovisión (2007)

Imagen N° 14: Ejemplo mensaje de texto



Fuente: Globovisión (2007)

Como se mencionó en un punto anterior, la mensajería de texto en los programas informativos y de opinión es una práctica constante, que sin duda promueve la interacción con los usuarios, quienes pueden emitir sus juicios y demás comentarios, los cuales bajo ciertas condiciones, son publicados en la parte inferior de la pantalla. Una consideración importante, es que en este caso, muchos mensajes se pierden si el usuario no está pendiente de los mismos, pues no se anuncia en el momento en que se corren. Otra consideración, es que los costos son asumidos por los usuarios y si se comparan con un mensaje de texto entre celulares, los que se envían a los canales tienen costos bastante superiores. La mensajería de texto también es utilizada en concursos, encuestas, votaciones sobre temas preestablecidos por los productores de los programas.

Promoción de correos

Imagen N° 15: Ejemplo de promoción del correo



Fuente: Venevisión (2007)

Estos representan otro mecanismo de interacción entre emisores y usuarios, con fines muy parecidos a la mensajería de texto, es decir, concursos, encuestas, votaciones, opiniones y preguntas. Existen diferencias, el correo no tiene un pago directo, pero depende de la existencia de un computador conectado a Internet y, en la mayoría de los casos en nuestro país, las conexiones desde los hogares se hacen a través de pago del servicio. Sería interesante conocer estadísticas que indiquen el número de correos recibidos y contestados oportunamente. Esta es una actividad nueva que, en la mayoría de los casos, es asumida por los gerentes o administradores de la página, quienes envían a cada gerencia las opiniones, no se determinó si existe un seguimiento hasta la respuesta del correo. La promoción de los correos por parte de los anclas es frecuente, pero tampoco se precisó en esta investigación la aceptación por parte de los anclas de las opiniones de los usuarios.

Uso de anclas

Imagen N° 16: Ejemplo del uso de un ancla



Fuente: VTV (2007)

Imagen N° 17: Ejemplo del uso de dos anclas femeninas



Fuente: Venevisión (2007)

La rigidez que antes existía entre quienes narraban las informaciones en los noticieros y quienes moderaban los programas de opinión también ha experimentado cambios. Ahora, no es obligatoria la existencia de dos anclas de distinto sexo (masculino y femenino) aunque los más conservadores lo mantienen, pero también ocurren tendencias nuevas que utilizan una sola ancla independientemente de su sexo o puede observarse en emisiones dos anclas de sexo masculino o dos de sexo femenino. Cuando se trata de programas de opinión se observa un modelo similar a los informativos. La convergencia en las funciones obliga a que un día un periodista se desempeñe como ancla, otro como moderador y otro como reportero. Este elemento tampoco tiene mucha relevancia en modelos de televisión interactivos.

Llamadas telefónicas

Imagen N° 18: Ejemplo de llamada telefónica en entrevista



Fuente: VTV (2007)

Imagen N° 19: Ejemplo de llamada telefónica de la audiencia



Fuente: Globovisión (2007)

Aunque estas desde hace algunos años se utilizaban para darle participación a los usuarios sobre todo en programas de concursos y opinión, en nuestro días la inmediatez por transmitir las informaciones obliga a que muchas veces los reporteros transmiten a través de sus teléfonos celulares y en otros casos realizan entrevistas a través de esta vía desde el lugar donde ocurren los acontecimientos. Desde el estudio, también utilizan la vía telefónica para realizar entrevistas tanto moderadores, como anclas. Las llamadas a través de la telefonía fija es un mecanismo de participación para la audiencias en programas informativos y de opinión, entre otros, que resulta de fácil acceso y económico para los usuarios.

Uso de pantallas planas

Imagen N° 20: Ejemplo uso de pantalla como material de apoyo



Fuente: RCTV (2007)

Imagen N° 21: Ejemplo uso de pantallas para entrevista



Fuente: Televen (2007)

Los monitores de televisión en los estudios además de servir para chequear la salida al aire de los programas, ahora forman parte de la escenografía de los programas informativos y de opinión. Su uso va desde la colocación de imágenes en diferido, hasta señales en vivo. Las pantallas planas también favorecen la interacción con la audiencia, pues a través de canal de retorno de la TV interactiva, éstos pueden reflejar las opiniones y comentarios de los usuarios, así como convertirse en el soporte de la programación en programas sobre el estado del tiempo, tráfico y concursos, entre otros.

En este punto de la investigación se presentaron una serie de elementos novedosos encontrados en las pantallas de televisión que sin duda, modifican las actividades de quienes laboran en las empresas de televisión públicas y privadas, los

cuales son producto de la incorporación de las nuevas tecnologías. Estos nuevos elementos que son: “en vivo”, fragmentación de pantalla, uso de insert, señales por cortesía, mensajería de texto, promoción de correos, uso de anclas, llamadas telefónicas y uso de pantallas planas, forman parte de las nuevas realidades que han modificado el trabajo diario de los profesionales de la comunicación y suponen la adquisición de nuevas competencias para que el personal desempeñe mejor sus funciones.

Cabe destacar, que en algunos casos esas competencias se adquieren con el desarrollo de las actividades diarias, pero es necesaria la aplicación de procesos de capacitación constantes para el manejo eficiente de las mismas.

Otro aspecto importante para la presente investigación es el referido a que los elementos encontrados durante el proceso de observación, facilitan y promueven la participación de la audiencia en la programación y en consecuencia, su interacción con los emisores. También favorecen la aplicación de un modelo interactivo de televisión en el país.

CAPITULO 5: IDEAS PARA UNA PROPUESTA

Antes de describir las ideas que proponemos en esta investigación, consideramos necesario recurrir a la noción de “rizoma” que según Deleuze y Guattari (1994) explican el paradigma transdisciplinario y que fue abordado en el capítulo 1. Ello porque es indispensable para el éxito de la interactividad que las unidades trabajen en función a los principios de conexión, heterogeneidad, multiplicidad, ruptura, cartografía y calcomanía.

En otras palabras, que los miembros de las unidades nuevas y las existentes puedan desarrollar sus actividades bajo un ambiente de cooperación recíproca, en el cual en un momento dado todos puedan realizar el trabajo del otro, que incorporen su relación con el entorno y donde la jerarquización no determine su desempeño y donde exista una apertura que fomente el descubrimiento de nuevos procesos y procedimientos, así como la creatividad que surge a partir de lo existente, pero que se renueva con la actividad diaria.

De igual forma, que se trata del trabajo de seres humanos para seres humanos y que por nuestra naturaleza poseemos una subjetividad que también debe ser considerada para el trabajo creador y sobre todo, nos caracterizamos por una complejidad que describe nuestra esencia.

Aunque la mención de estos principios podría generar dudas y hasta parecer algunos contradictorio con la organización que supone la creación de unidades, no lo es, porque no se trata de anarquía organizacional absoluta, sino más bien de una estructura organizativa transdisciplinaria.

La nueva estructura organizativa propuesta de televisión orientada al servicio público con cobertura nacional incorpora una nueva forma de gerencia de medios, en la que se consideren las posibilidades que ofrecen los medios interactivos. Creemos que una gerencia de estas características servirá de apoyo a las Gerencias de Información y Opinión existentes en los medios, al tiempo que tendrá unidades que se encargarán de cada uno de los nuevos servicios que estarán a disposición de los usuarios.

La actual estructura de las empresas RCTV y VTV deberá someterse a procesos de adecuación a los fines de realizar las fusiones que sean necesarias. En principio, se concibe una Gerencia de Información y Opinión con corresponsales en todos los estados del país para garantizar la cobertura territorial, con un centro de producción informativa en cada uno, así como el necesario equipo de redacción y de captación de noticias y el apoyo de las unidades informativas.

La cifra total de la plantilla prevista por áreas, departamentos y estados, supone un incremento de empleados, como consecuencia de la incorporación de nuevas actividades relacionadas con el ámbito interactivo y de servicios.

Entre tales ajustes, figura la creación de una nueva Area de Medios Interactivos. Con la finalidad de ofrecer nuevas formas de comunicación que deben ser abordadas e impulsadas, como es el caso de las relacionadas con Internet, orientadas a determinados segmentos de población, especialmente a jóvenes y niños, quienes poseen mayores destrezas en su vinculación con las nuevas tecnologías. Para ello, es necesario mantener un área específica para la investigación e implementación de estas nuevas formas de comunicación.

El fin último de este proceso, es proponer una nueva estructura adaptable a las empresas de televisión que sea referencia para los ciudadanos, a los fines de que las mismas sean solventes económicamente y eficaces socialmente, dotada de un sistema de financiación suficiente y sostenible que garantice la prestación de servicios públicos de televisión. Todo ello, con el objetivo de conseguir una gestión eficaz y eficiente del servicio público. En la era de la interactividad es necesario adaptar a las empresas de televisión a ese mercado cada día más cambiante y competitivo.

En la nueva estructura las Areas de Páginas Web se deben convertir en unidades que además de actualizar el contenido de esta, incluyan personal dedicado a la atención de los usuarios durante 24 horas, a los fines de recibir todos sus requerimientos y además de ello, remitirlas a las restantes gerencias para que tengan una incidencia real en la programación.

Otra de las unidades que conformaría la nueva gerencia es un Centro de Llamadas, con operadores capaces de atender a los usuarios y canalizar todas sus inquietudes de manera efectiva durante todo el día, además de sacar al aire las llamadas en los programas que se transmiten en vivo.

La Unidad de Mensajería deberá atender y procesar todos los mensajes de texto que se reciban a través de los teléfonos móviles y a su vez, publicar los mismos durante la programación.

La Unidad de Teletexto Mejorado tendrá a su cargo las aplicaciones sin relación con la emisión y sin canal de retorno. El equipo que conforme esta unidad se encargará del manejo de las aplicaciones relativas a: teletexto mejorado, lanzadera, guía electrónica de programación, así como servicios financieros, tráfico y meteorología, entre otros.

La Unidad de Televisión Enriquecida realizará el manejo de aquellas aplicaciones ligadas a un evento de emisión y que complementan su contenido, es decir, un servicio asociado a algún programa incluido en la parrilla de programación que permita la búsqueda de empleo mediante la conexión a las bases de datos con entes públicos y privados y donde se podría utilizar el canal de retorno de forma opcional. Un servicio asociado a programas que permita la consulta del estado del tiempo y un servicio de T-administración y en el que los ciudadanos pueden pagar sus impuestos, participar en encuestas y acceder a numerosos servicios que ofrece la

administración pública a través del televisor. Un Servicio de Teleformación para la educación y el cual esté asociado a programa de televisión que permita la realización de ejercicios de refuerzo sobre las materias tratadas en el programa de corte educativo.

La Unidad de Televisión Participativa trabajaría aquellas aplicaciones que forman parte del evento en emisión. Participación desde el hogar en programas variados entre estos: de opinión, concursos y encuestas. Posteriormente, se incluirán de manera progresiva nuevos servicios para los usuarios.

5.1 Oferta de servicios interactivos

El desarrollo de la oferta de servicios interactivos se realizará en un período de 2 años y en 4 fases sucesivas de seis meses cada una, en función de los recursos disponibles, el mercado potencial y la disposición de los usuarios. Ello sin afectar el desarrollo normal de las actividades de las gerencias a las cuales la Gerencia de Medios Interactivos prestará apoyo.

Para el desarrollo de las fases se tomó el criterio expuesto en el capítulo 2 de la presente investigación, es decir, de acuerdo con el nivel potencial de interactividad que comprende 4 niveles, desde la interacción básica, hasta la más compleja. De esta forma, cada una de las fases corresponde a cada uno de los niveles.

Fase I: Teletexto mejorado:

- Lanzadera.
- Guía electrónica de programación.
- Servicios: economía y tráfico, entre otros.

Fase II: Televisión enriquecida

- Emplea-T.
- Tiempo al día.
- Servicio de teleformación para la educación.
- Servicio de T-administración.

Fase III: Televisión participativa desde el hogar en programas de opinión, concursos y encuestas.

Fase IV

Una vez consolidadas las anteriores fases se pueden incluir otros servicios que complementarían la fase III, tales como:

- Salud: se incluirían en la programación programas orientados con el tratamiento y prevención de enfermedades, así como aquellos relacionados con el cuidado del organismo y la buena alimentación. En estos casos se incluirían aplicaciones interactivas que permitan realizar consultas con especialistas y la adquisición de medicamentos, comida y otros que puedan ser solicitados desde el hogar. La aplicación también permitiría consultar listado de farmacias y tiendas naturistas, así como centros médicos y de salud.

- Seguridad: la parrilla de programación deberá incluir programas que orienten a los ciudadanos evitar ser víctimas de actos delictivos o actuar inadecuadamente al presentarse una situación de peligro. Estos programas al incorporar aplicaciones interactivas permitirán a los usuarios contribuir con la seguridad a través de sugerencias, denuncias y consultas con especialistas y autoridades policiales. Las aplicaciones interactivas también incluirán y permitirán una comunicación inmediata entre los usuarios y autoridades de seguridad.

- Cultura: programas con contenidos sobre exposiciones, conciertos, teatro y otras manifestaciones artísticas con aplicaciones interactivas que permitan a los usuarios intervenir en el desarrollo de los mismos e influir en su desenlace con su participación, así como sugerir obras y temas. Las aplicaciones también permitirán conocer la oferta cultural y la compra de boletos.

- Religión: espacios en los cuales se aborden temas religiosos de diversa índole en los cuales a través de la interactividad los usuarios puedan participar en diversas ceremonias y eventos de interés.

- Hogar: contenidos destinados al aprendizaje de trabajos del hogar desde manualidades, hasta pintura, albañilería, mecánica, y carpintería, en los cuales a través de la interactividad además de realizar consultar a especialistas, se pueda ordenar la compra de instrumentos y materiales desde el hogar.

- Deporte: programas que incentiven y orienten la práctica deportiva y a través de la interactividad los usuarios tengan la oportunidad de intervenir en el programa, donde además de aprender algunas disciplinas, los usuarios pueden interactuar con los entrenadores.

- Turismo: contenidos interactivos que permitan dar a conocer la riqueza natural y sitios de valor histórico que además de fomentar el turismo interno, ofrezca a través de la interactividad la posibilidad de realizar reservaciones desde el hogar.

5.2 Aplicación de la propuesta

Para el uso de los servicios interactivos será necesaria una Guía de Uso que orientará al usuario sobre cada una de las aplicaciones que aparecerán en la pantalla del televisor.

A través de un control remoto conectado al decodificador el usuario tendrá la opción de pulsar un botón con un color específico para acceder a los servicios interactivos.

Seguidamente, en la pantalla aparecerá un menú conocido como “lanzadera” donde podrá seleccionar qué servicio desea consultar con las teclas de desplazamiento y el botón “ok”. Una vez el usuario ingrese podrá encontrar opciones como por ejemplo:

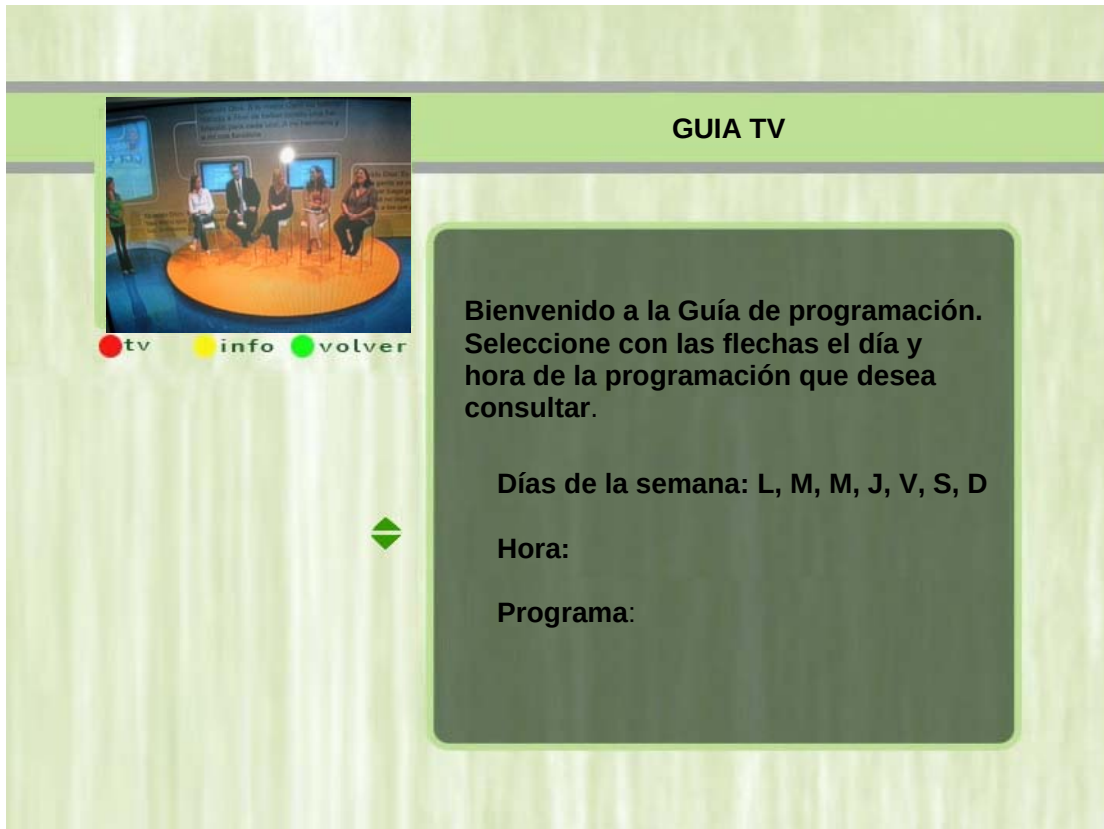
- Volver a ver la televisión.
- Activar/desactivar la ayuda en cualquier momento.
- Volver a la pantalla anterior.

En la pantalla se encontrarán opciones como:

Guía TV

En la guía de programación electrónica podemos seleccionar el canal para realizar la consulta con las teclas de desplazamiento superior e inferior del mando a distancia. Una vez dentro del canal podemos ver la programación de varios días. La búsqueda de cada día se realiza moviendo las teclas horizontales y la hora con las teclas verticales. También se pueden consultar los detalles de los eventos de la programación situándose sobre él y pulsando “ok”

Gráfico N° 5: Ejemplo de Guía TV



Fuente: Elaboración propia

Servicio de Tráfico

En el servicio de tráfico podemos encontrar información sobre las cámaras de tráfico, incidencias, calles cerradas, línea 900 y calidad del tráfico. Se puede acceder a cada una de ellas con las flechas verticales y pulsando la tecla “ok”. Así desde el televisor de su casa podrá consultar cuál es el estado de las vías de circulación en todo momento. En el apartado de calles cerradas, al igual que en el resto, hay que utilizar las flechas verticales para su navegación. Aquí podemos ver las calles que

están sin acceso y el tiempo que permanecerán en este estado. Para mostrar u ocultar la ayuda en cualquier momento pulsar el botón amarillo.

Gráfico N° 6: Ejemplo Servicio de tráfico



Fuente: Elaboración propia

Deportes

En el servicio de deportes podemos encontrar información acerca de las jornadas de distintas disciplinas deportivas y la clasificación de los equipos. Se puede acceder a cada uno de ellos con las flechas verticales y pulsando "ok". Otro servicio que se puede consultar es la quiniela. Para mostrar u ocultar la ayuda en cualquier momento pulsar el botón amarillo.

Gráfico N° 7: Ejemplo Portal de deportes



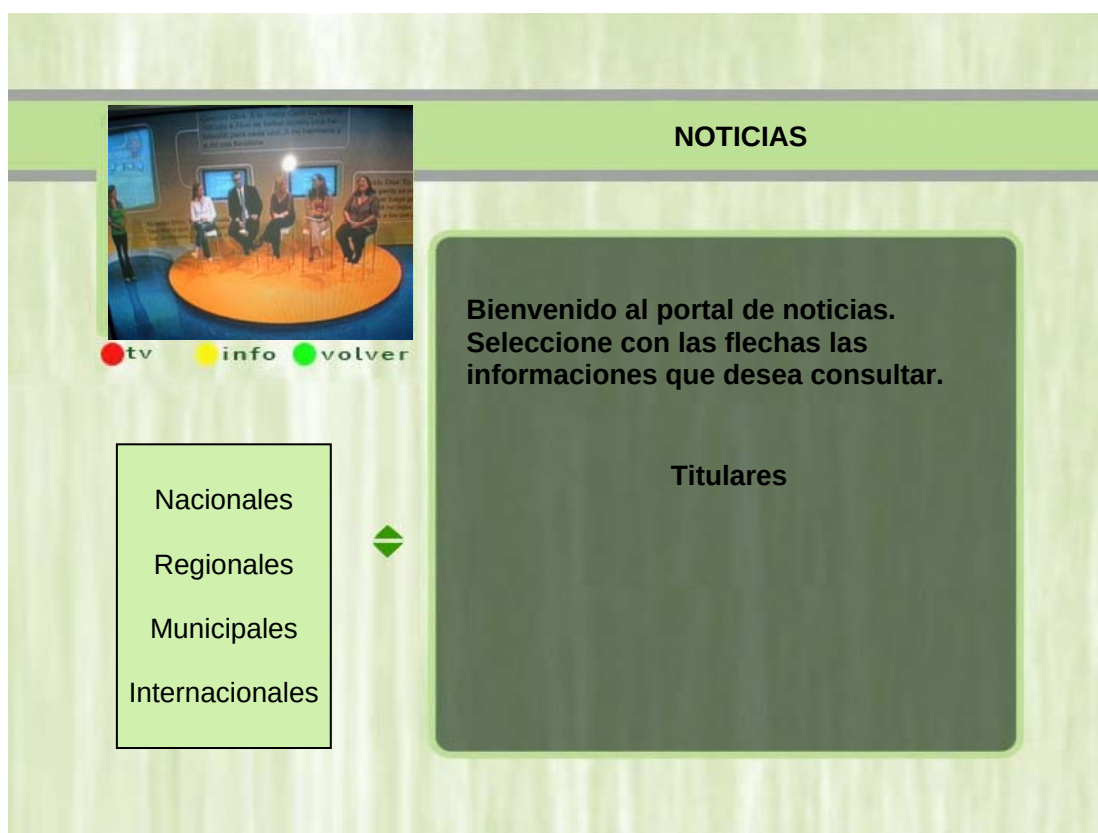
Fuente: Elaboración propia

Noticias

En las noticias se pueden encontrar los principales titulares de las informaciones con la particularidad de que pueden estar agrupadas de acuerdo al estado de donde provengan, con lo cual se concede importancia a lo regional. Con las flechas horizontales nos movemos por cada una de los estados o municipios y con las flechas verticales lo hacemos por cada una de las noticias. Para acceder a la noticia pulsamos “ok.” Una vez dentro se puede ver el titular y el cuerpo de la noticia, este último es desplazable con las flechas verticales. Los usuarios podrán interactuar con

las anclas de las informaciones y con los entrevistados durante los programas de opinión. Para mostrar u ocultar la ayuda en cualquier momento pulsar el botón amarillo.

Gráfico N° 8: Ejemplo Portal de noticias



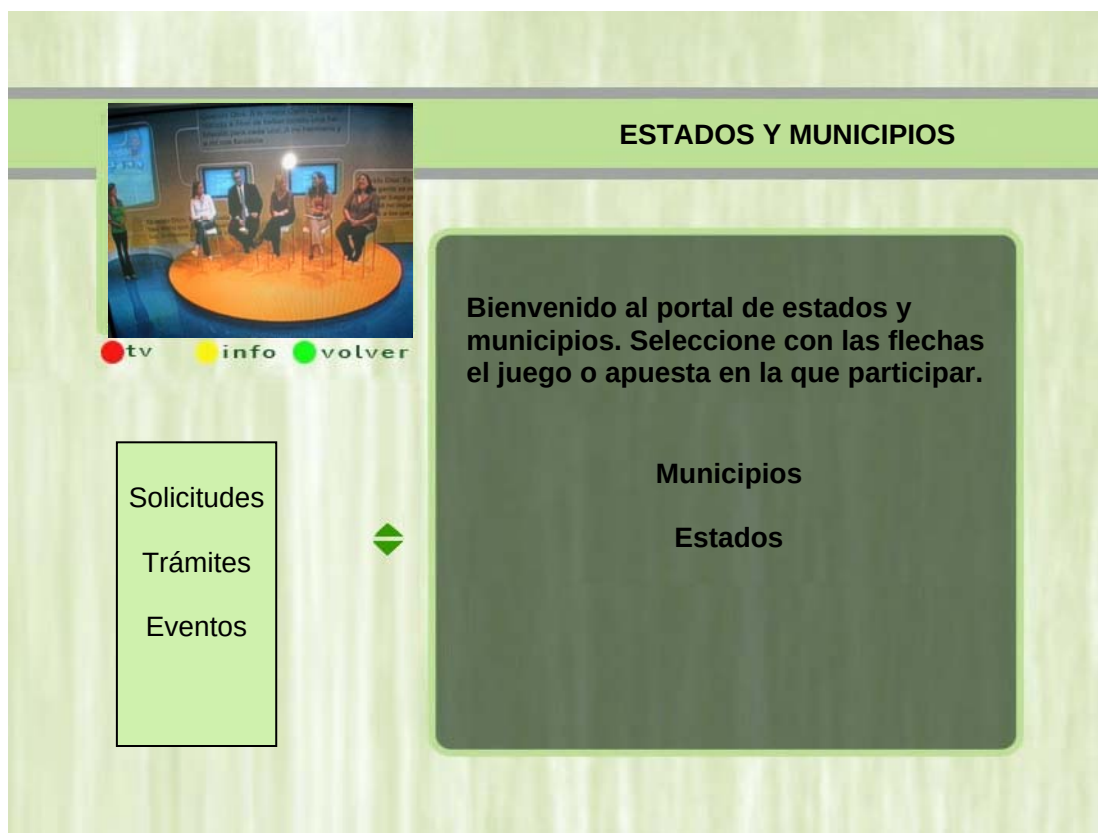
Fuente: Elaboración propia

Estados y Municipios

En este el servicio se puede encontrar información sobre autoridades, noticias y teléfonos de interés. Su acceso se consigue con las flechas verticales y horizontales y la tecla "ok". De vital importancia es el servicio de noticias, donde los medios de comunicación podrán ver la convocatoria de todos los eventos de estados y

municipios. Asimismo, se podrán realizar trámites de interés para el usuario con entes municipales o estatales. Para mostrar u ocultar la ayuda en cualquier momento pulsar el botón amarillo.

Gráfico N° 9: Ejemplo Portal de estados y municipios



Fuente: Elaboración propia

Referéndum

En el servicio de referéndum podemos encontrar información sobre todo el proceso y los resultados que se irán obteniendo a lo largo de la jornada. Se puede acceder a cada una de estas opciones con las flechas verticales y pulsando la tecla “ok”. Se incluirá un submenú donde podremos encontrar información detallada sobre

las materias sometidas a referéndum o la gestión de las autoridades que son evaluadas. Este es el apartado podremos ver información detallada de los resultados que se irán obteniendo en los distintos estados. Además un gráfico acompañará los resultados para poder visualizar los mismos. De igual forma, podemos participar en el proceso desde nuestra casa. Para mostrar u ocultar la ayuda en cualquier momento pulsar el botón amarillo.

Gráfico N° 10: Ejemplo Portal de referéndum



Fuente: Elaboración propia

CONSIDERACIONES FINALES

La realización de la presente investigación arroja las siguientes conclusiones:

La visión positivista, presente en la teoría de la comunicación en la actualidad resulta insuficiente, para dar cuenta de los cambios que se están produciendo en las relaciones de comunicación, lo que obliga a plantear una recomposición del campo de estudio que traspase las fronteras disciplinarias sobre las cuales se habían sustentado algunas teorías.

La noción de interdisciplinaridad surgió para proporcionar ese tránsito entre los varios compartimentos del saber posibilitando un conocimiento más abarcador y menos excluyente, para de alguna forma, explicar las nuevas realidades de las sociedades contemporáneas. Esta concepción del conocimiento plantea la necesidad de un conocimiento complejo y flexible que acepte la convivencia de corrientes de naturaleza diferentes pero que puedan complementarse entre sí.

El paso del pensamiento disciplinar clásico al complejo y transdisciplinar implica un cambio en los modos de constituir saberes, a partir de una visión de la totalidad que requiere contextualizar para conocer por intermedio de interconexiones. El pensamiento transdisciplinar también se enfrenta a que continúen promoviéndose verdades absolutas y trascender a saberes institucionalizados.

Frente a la nueva forma de conocer y constituir saberes, es importante tener presente el factor tecnológico, como elemento transformador de las disciplinas y en particular las referidas a la comunicación. En tal sentido, antes de referirnos a procesos de transferencia tecnológica, es preciso tener presente que estos se encuentran inmersos dentro de un proceso de mayor complejidad de expansión tecnológica que a su vez, comprende procesos de: Difusión, Disseminación, Transferencia, Apropriación, Asimilación y Reinducción.

Además de procesos tecnológicos complejos, el volumen de información es cada vez mayor y precisamente, el reto para los profesionales de la comunicación, es el tratamiento de esa información, pero sin olvidar las posibilidades de intercambio entre humanos que potencia la nueva tecnología.

No se trata de desplazar el trabajo humano por las máquinas, sino de generar un trabajo de cooperación entre ambos para hacer de la tecnología un aliado en el desempeño de nuestras funciones y en particular en las relativas a la comunicación. Ejemplos positivos de esta relación y que fueron abordados en la presente investigación son por un parte, la digitalización que transformó algunos elementos básicos de la construcción social entre estos los medios de información. Por la otra, está la interactividad que vimos no solo depende de máquinas, sino es necesaria la participación humana para que se complete el proceso de comunicación de manera exitosa.

Ante estas nuevas realidades, encontramos un medio con todas las condiciones para modelar una nueva relación entre emisores y receptores. Se trata de la televisión interactiva que es posible gracias a la existencia de la televisión digital, sea terrestre, por cable o por satélite. La diferencia respecto a la televisión analógica que todos conocemos, radica en la posibilidad de tener un canal de retorno que proporciona la interactividad en tiempo real. Los programas interactivos son la evolución de la programación estándar, conocida hasta hoy, con la introducción de la interactividad.

Ejemplos de programas interactivos que existen en otros países como España son: debates con participación de los telespectadores a través del mando a distancia; programas de educación para niños y personas adultas con el objetivo de aprender inglés y actualizarse en cualquier tema profesional. También pueden considerarse aquellos donde existe la incorporación de mucha información en tiempo real en la retransmisión de eventos deportivos en los que se puede escoger la cámara que emite un ángulo de visión concreto o bien conocer el curriculum del jugador que realiza un gol. Otro ejemplo son las subastas en tiempo real, a las cuales puedan acceder las personas desde su residencia y ofertar por los productos que deseen y realizar compras de forma personalizada.

Con la TV Interactiva se transforma el concepto tradicional de televisión generalista dirigida al gran público, para llegar a una televisión más específica, diseñada para públicos concretos y con contenidos individuales, en los que el receptor

estrena un nuevo protagonismo hasta ahora no conocido. El modelo que empieza a abrirse paso y que se presentó en este trabajo, impone la fuerza del receptor como propio creador de su programa, como elemento activo y participativo, técnica y culturalmente. Para ello, es indispensable la motivación de los receptores a los fines de lograr una efectiva participación dentro de la programación de la televisión.

De acuerdo con algunas cifras que se presentaron en la investigación, las tecnologías de información y comunicación han impactado al usuario en Venezuela y su adopción y su adaptabilidad por parte de los venezolanos es progresiva, aunque su uso doméstico requiere de la contratación de servicios de empresas privadas que en la mayoría de los casos ofrecen planes y tarifas que deben ser canceladas de forma mensual.

En las empresas de televisión estudiadas las TICs transformaron significativamente las funciones de quienes laboran en las Gerencias de Información y Opinión, lo que implicó nuevas unidades y la implantación de nuevos procesos, los cuales además de facilitar algunas formas de interacción con la audiencia, permiten la adaptación de sus estructuras organizativas con una estructura interactiva a través de la creación de una nueva Gerencia.

En el caso de la empresa RCTV, los aspectos señalados con anterioridad se expresan a continuación:

-El proceso de realización de las noticias está automatizado, digitalizado y centralizado. En consecuencia, los programas informativos y de opinión se producen bajo una plataforma común en la que convergen video y texto. A partir de ahora un video puede ser visto desde distintas estaciones de trabajo por tantos periodistas como sea necesario.

-La automatización también permite a los supervisores y gerentes chequear la producción de las noticias, el status de las mismas y cuando detectan que existe una información que no ha sido procesada, determinar las causas de la demora y tomar los correctivos a tiempo.

-El nuevo sistema además de una estandarización de los procesos, también agiliza los mismos y permite sacar al aire una información en 5 minutos, con lo cual obtienen mayor inmediatez.

-En el caso de los satélites y las microondas, los redactores reciben las noticias y a través del sistema pueden marcar de una vez los sonidos y las imágenes que son de interés, envían el material a una carpeta y los editores, limpian y editan las informaciones cuidando los niveles de audio, video y luego montan la nota.

-En las corresponsalías el material procesado por los periodistas es enviado a través del sistema y recibido en el servidor en una carpeta de trabajo.

-Desde el punto de vista de las funciones, la convergencia tecnológica unificó las actividades de redactores y reporteros, así como también se produce un cambio significativo en las funciones de los redactores, pues antes era el editor quien escogía las imágenes a digitalizar, mientras que ahora es el profesional de la comunicación quien aplica su criterio para los sonidos y las imágenes.

-Una vez se realiza la digitalización y son guardadas en el servidor, cada noticia está identificada con un código, lo que garantiza mayor confiabilidad al momento de ubicarlas, anteriormente se le asignaba a cada información un título.

-La asimilación de la nueva tecnología por parte de los integrantes de la organización no resultó fácil, razón por la cual se diseñaron manuales para las actividades que se realizan en cada área de la Vicepresidencia.

-Desde las cámaras hasta la salida al aire de los noticieros, el proceso es digital, pero la transmisión continúa siendo analógica y en consecuencia, la señal que reciben los usuarios también.

-Cada una de las pautas de los noticieros matutino, vespertino y estelar están separadas y en las plantillas de trabajo se encuentran las informaciones de los negros, así como los tiempos de corte.

-El nuevo sistema permite grabar directamente en el servidor la transmisión de los programas y no se utilizan cassettes, aunque se conservan en los estudios dos máquinas para procesar cintas en casos excepcionales.

-RCTV fue la primera estación de televisión en incluir en sus noticieros a los intérpretes para las personas con discapacidad auditiva. Para cumplir con este requerimiento de la Ley Resorte, se dispone de una de las cámaras y se trabaja en una cajita (cuadro de imagen al lado derecho inferior de la pantalla). Asimismo, para cumplir con la citada Ley las emisiones matutina, vespertina y estelar de “El Observador” incorporan la traducción textual de las noticias, pero esta puede ser visualizada por los usuarios que activen en sus televisores la opción para esa función.

-En RCTV aún no han implementado los mensajes de textos como mecanismo de participación porque consideran que no solo es costoso para la empresa, sino aún más para los usuarios.

-Según sea el caso, pueden recibir 200 correos en una hora y existe un administrador que reenvía los correos al área que corresponda para que éstos sean respondidos.

-Se ha observado que sobre los videos los usuarios emiten comentarios y opiniones que son recogidas por quienes manejan la web y en la medida de lo posible, tratan de atender las inquietudes.

En el segundo caso analizado destacan los siguientes aspectos como novedades producto del impacto tecnológico:

-VTV tiene capacidad para recibir 6 señales en vivo tanto en prensa, como en el master central de canal, de las cuales 4 señales son a través de microondas y 2 flay web (señal satelital),

-La sala de redacción cuenta con 15 monitores que además de la señal en vivo del canal y de las microondas, poseen las señales de otros canales nacionales e internacionales a los fines que los redactores monitoreen lo que ocurre.

-El estudio principal cuenta con 2 plasmas de gran tamaño que forman parte de la escenografía y que se han convertido en instrumentos de apoyo y ayuda tanto para los directores, como para anclas, pues durante los pases en vivo, éstos pueden visualizar la señal sin necesidad de recibir indicación.

-Las laptops en los estudios aunque tienen conexión a Internet, no siempre son utilizadas por los anclas y algunos no encienden el equipo y más bien lo utilizan para colocar los libretos. La conexión a Internet permite en un momento dado ampliar la información sobre un tema en particular.

-La inmediatez de las informaciones y el carácter de canal del Estado obliga a los productores y directores en muchas ocasiones a modificar la pauta de trabajo, pues

existen transmisiones presidenciales o de algún evento oficial que pueden llegar a durar 45 minutos y ocupar el espacio del noticiero. Las notas que no fueron utilizadas se ubican en la emisión estelar a través del sistema y si hay mucha información, puede ocurrir que alguna pierda vigencia y no se utilice.

-Algunos materiales se reciben a través de IPTV, señal de video a través de Internet, las cuales presentan algunos problemas de imagen y audio.

-El generador de caracteres utiliza dos canales uno fijo para la hora y “en vivo”, otro para los inserts, cuyos efectos entran y salen de manera programada a través del mismo sistema y no a través de la consola como ocurría antes.

-El uso de recuadros o cajitas en el aire también se acostumbra y durante eventos especiales como procesos electorales pueden usar entre 2 y 5, que por lo general son de un mismo tema, pero en diferentes lugares. Puede ocurrir que entre las señales haya interacción.

-El sistema que integra texto y video permite cortar los sonidos y montar de manera simultánea los libretos, lo cual representa una mayor rapidez en el procesamiento de las informaciones. No obstante, cuando se “cuelga” el sistema se retrasa el proceso.

- El sistema permite la utilización de ventanas para ir trabajando. Una vez la nota está redactada es enviada a la carpeta del corrector de turno para su revisión.

-El sistema tiene una capacidad de almacenaje de las noticias de 3 días, razón por la cual, cuando una noticia es muy importante se coloca “no borrar”, para que al momento del respaldo la noticia se mantenga en el sistema.

-En ocasiones los redactores tienen más de una microonda asignada lo que genera bastante presión en el trabajo, pues deben estar pendientes de los monitores que se encuentran ubicados en la parte superior de la sala. Sin embargo, las microondas agilizan el procesamiento de las informaciones, porque los redactores no tienen que esperar que los reporteros lleguen con los cassettes.

-Entre los redactores también se distribuyen las pautas que cubren los equipos de camarógrafos sin periodistas, así como los “calientes” que realizan los reporteros, éstos últimos en la mayoría de los casos al llegar al canal montan las noticias y traen grabados los offs en los cassettes.

-Existe una rotación entre reporteros, redactores y anclas entre quienes los periodistas. La rotación ocurre comúnmente los fines de semana.

-Existen carpetas individuales que no pueden ser compartidas, sin embargo los jefes si pueden acceder a todas. En caso que un redactor requiere una noticia y no esté en el sistema, la solicita al compañero y la recibe a través del sistema.

-En la unidad de página web trabajan entres turnos (6 y 8 de la mañana y 3:30 de la tarde), pero tienen previsto en el corto plazo incorporar otro grupo a fin de cubrir las 24 horas del día. Los redactores de esta área escuchan los programas de opinión del canal y a través de un software cortan los sonidos y las fotos. Luego de redactar la noticia, a través del mismo sistema, la suben a la página web.

-La base de datos de usuarios que recibe las informaciones supera los 5 mil usuarios registros, sin embargo, la revisión y respuestas a las sugerencias del usuario es realizada por la jefa de redacción que para el momento de realizada la observación, estaba encargada de la Gerencia de Información del canal, lo cual dificulta dicha actividad.

-El poco personal existente en el área de página web, impide que los correos que envían los usuarios puedan ser respondidos. Sin embargo, la incorporación del nuevo personal al área entre otras actividades se dedicaría a esta función, ya que existe preocupación ante la imposibilidad de atender los correos.

-Con 3 computadoras resulta difícil procesar las noticias con la velocidad que se producen y ello unido al alojamiento en el CNTI, impide la incorporación de contenidos como reportajes especiales exclusivos en la página. Estos trabajos no se han podido realizar con el personal existente y se espera la incorporación de nuevos redactores para los mismos.

-Dentro del relanzamiento de la web no están previstos ni los foros, ni los chats, entre otras razones porque debe existir una persona encargada de su manejo de forma exclusiva.

Algunos de los nuevos elementos encontrados durante la observación a 5 empresas de televisión, específicamente a programas informativos y de opinión, a los cuales deben hacer frente los profesionales de la comunicación social, que tienen relación o son consecuencia del impacto tecnológico y que promueven o facilitan la interacción entre audiencia y emisores, se mencionan a continuación:

-Las transmisiones “en vivo” son indispensables en un modelo de televisión interactiva, toda vez que facilitan la interacción entre la audiencia y los emisores y más aún, a través del canal de retorno puede influir con sus opiniones en los contenidos que salen al aire y que por ejemplo, pueden tratarse de hechos donde exista mucha violencia. Asimismo, una programación “en vivo” incrementa las posibilidades de participación de los usuarios de forma directa en los estudios, a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos y mensajería de texto.

-La fragmentación también favorece el modelo interactivo por cuanto el usuario se acostumbra a ventanas con contenidos variados y además, porque los múltiples cuadros pueden ser utilizados para interactuar con la audiencia.

-El insert inferior se ha convertido en el espacio por excelencia para la transmisión de los mensajes enviados por la audiencia. Por su parte, el usuario tiene que desarrollar competencias visuales y auditivas para escuchar, ver y enviar mensajes bien sea a través de la mensajería de su celular, Internet o llamar a través del teléfono.

-La mensajería de texto en los programas informativos y de opinión es una práctica constante, que sin duda promueve la interacción con los usuarios, quienes pueden emitir sus juicios y demás comentarios, los cuales bajo ciertas condiciones, son publicados en la parte inferior de la pantalla. Otra consideración, es que los costos son asumidos por los usuarios y si se comparan con un mensaje de texto entre celulares, los que se envían a los canales tienen costos bastante superiores. La mensajería de texto también es utilizada en concursos, encuestas, votaciones sobre temas preestablecidos por los productores de los programas.

-Los correos electrónicos representan otro mecanismo de interacción entre emisores y usuarios, con fines muy parecidos a la mensajería de texto, es decir, concursos, encuestas, votaciones, opiniones y preguntas. Existen diferencias, el correo no tiene un pago directo, pero depende de la existencia de un computador conectado a Internet y, en la mayoría de los casos en nuestro país, las conexiones desde los hogares se hacen a través de pago del servicio.

-Las llamadas a través de la telefonía fija son un mecanismo de participación para la audiencia en programas informativos y de opinión, entre otros, que resulta de fácil acceso y económico para los usuarios.

-Las pantallas planas también favorecen la interacción con la audiencia, pues a través de canal de retorno de la TV Interactiva, éstos pueden reflejar las opiniones y comentarios de los usuarios, así como convertirse en el soporte de la programación en los casos de programas sobre el estado del tiempo, tráfico y concursos, entre otros.

RECOMENDACIONES

Tomando en consideración que de acuerdo con las estimaciones de Conatel en 10 años la TV Digital debería estar expandida en todo el país, se sugieren dos años para diseñar un plan definitivo para adoptarla en el cual estén incluidos los usuarios, así como aspectos relativos a las áreas técnica, de contenidos y formación de recursos humanos, entre otras. En este período deberían realizarse encuestas que permitan conocer las expectativas que pueden existir en la ciudadanía con respecto al nuevo sistema de TV.

Creemos que si la TV digital ofrece contenidos similares a los disponibles en la TV analógica, aunque sea con mayor calidad técnica de imagen, no habrá interés por adoptarla, pues la experiencia en Europa y Estados Unidos demuestra que se necesitan contenidos atractivos y diferentes para estimular la demanda por esta tecnología.

En virtud a que en las entrevistas realizadas a funcionarios de Conatel se observa un interés en el estándar europeo (DVB), se sugiere no descartar el estándar estadounidense (ATSC), pues parece ser el más adecuado para la realidad venezolana, debido a que las emisiones digitales podrían realizarse en el mismo ancho de banda actualmente utilizado por las analógicas, es decir, 6 megahertz (MHz). En cambio, el sistema europeo requiere 8 MHz.

Aunque voceros de Conatel sostienen que el calendario de pruebas técnicas preliminares fue superado con éxito, es importante que el mismo se extienda hasta mediados de 2008, en virtud a que se presentaron problemas para las emisiones digitales en las fechas previstas y durante el inicio de la Copa América en 2007.

La asignación de las frecuencias es un tema que genera conflictos razón por la cual se debe manejar con prudencia, autoridades de Conatel han anunciado que los canales excedentes una vez implementado el sistema digital, no serán operados por los actuales poseedores de las concesiones de televisión analógica y que se busca democratizar el espectro de frecuencias. No obstante consideramos que para promover la participación de los operados de TV analógica de televisión abierta, estos deben recibir como ocurrió en los Estados Unidos sin costo ni condición alguna, una concesión adicional de 6MHz en la banda UHF para emitir en digital (las emisiones normales son por la banda VHF). Los operadores seguirían transmitiendo simultáneamente su señal por VHF en analógico y por UHF en digital.

En virtud a que el sistema digital requiere de decodificadores para poder captar la señal por parte de los usuarios y tomando en cuenta que la opción de comprar televisores digitales resultaría costoso para la población, se recomienda que el Estado de manera progresiva asuma los costos de instalación de decodificadores para lo cual se podría diseñar un plan atendiendo los 10 años estimados por Conatel para la implantación de la TV Digital. También se considera conveniente un período de transición con ambos sistemas (analógico y digital) y una vez digitalizado por

completo el parque de receptores, se terminarían las emisiones analógicas y el Estado recibiría de vuelta las concesiones VHF para redestinarlas a otros fines como telefonía móvil.

Para las frecuencias disponibles con el cambio de sistema, se sugiere realizar licitaciones en las que participen nuevos operadores, propietarios de empresas de TV por suscripción, asociaciones civiles y comunitarias, instituciones públicas o privadas, gobiernos regionales o locales, centros de investigación y universidades, así como interesados de cualquier sector de la población, a fin de democratizar el espectro radioeléctrico.

Se debe establecer cuál será el mecanismo para que el Estado recupere las frecuencias en VHF desocupadas luego del apagón analógico, las cuales tienen una vigencia establecida. Una salida podría estar en negociar la entrega de las citadas frecuencias a cambio de las nuevas digitales.

El estándar europeo aunque requiere un mayor ancho de banda, permite recepción móvil de TV digital lo cual es muy importante para la transmisión de video por telefonía celular. El estándar japonés (ISDB) no parece tener muchas oportunidades de imponerse en Latinoamérica, pese a algunos intentos preliminares en México que obtuvieron resultados aceptables. El estándar chino (DMB-T) se encuentra aún en desarrollo y tampoco parece viable de ser adoptado por otros países. Al respecto, el gobierno brasileño es un caso excepcional en Latinoamérica pues está

abocado a desarrollar un estándar adecuado a su realidad económica que no acentúe las desigualdades sociales, que contribuya a masificar la tecnología digital, que sea independiente de Europa y Estados Unidos y que sea funcional a la condición de Brasil en cuanto fabricante y exportador de receptores y componentes electrónicos.

De acuerdo con la experiencia en otros países, los canales públicos han sido los más entusiastas por la TV digital, dadas las posibilidades de ofrecer contenidos especializados y de explorar nuevas maneras de financiamiento. Por ello y ante el interés del actual gobierno en la TV digital es oportuna la propuesta que se hace en este trabajo, ya que a veces los canales privados tienen reparos en invertir en tecnología y mantenerse emitiendo en “simulcast” (analógico-digital) por varios años. No obstante, la posibilidad de ofrecer canales y servicios adicionales es interesante estratégicamente en el largo plazo.

En este sentido, la interactividad será un incentivo importante para que los usuarios adopten la TV digital, sobre todo por las aplicaciones relacionadas a los programas ofrecidos (horarios de películas y similares), así como compras o e-mail, guías de programación, apuestas, juegos, entre otras.

Dentro de las posibilidades de la TV digital como un todo, el cable es la plataforma más adecuada. En cambio, TV satelital no permite señales de retorno y en la TV digital terrestre no siempre es posible contar con ellas, de hecho, los decodificadores sencillos no permiten esa función, por lo que se considera que si el

Estado asume los costos de los decodificadores, lo conveniente es que los mismos sean aquellos que permitan el retorno.

Otra oportunidad que se observa en nuestro país para la implantación de la TV digital es la creación de Tves como televisora de Servicio Público, ya que las corporaciones públicas de radiotelevisión como la BBC (Londres), TVE (España) y RAI (Italia) fueron esenciales para incentivar la adopción de TV digital en Europa, ya que estas tienen especial interés en las posibilidades de ofrecer señales más especializadas con fines educativos o culturales. En tal sentido, es necesario superar la definición tradicional de TV pública restringida al canal estatal de televisión, para entenderla como un sistema televisivo orientado al bien común.

Finalmente, atendiendo a la convergencia tecnológica es recomendable no crear nuevas oficinas para la supervisión del sector telecomunicaciones, sino más bien adaptar las existentes dentro de Conatel para la operación en el país de la TV digital y como en la Ley de Telecomunicaciones no se menciona la materia, legislar con urgencia sobre el tema.

FUENTES CONSULTADAS

AGUIRRE, J. (1999).“Las fronteras de la información en la era digital”.**Espéculo Revista de Estudios Literarios**, Universidad Complutense de Madrid, España. Disponible en: http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/era_digi.html, [05-12-06].

ARMAÑANZAS, E., DÍAZ, J., MESO, K. (1996).**El periodismo electrónico: Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio**. Barcelona, España: Editorial Ariel.

BANDRÉS, E., GARCÍA, J., PEREZ, G. (2000).**El periodismo en la televisión digital**. Barcelona, España: Paidós.

BANKS, F (1994).**Teaching Technology**. London: Routledge.

BETTETINI, G., COLOMBO, F. (1995).**Las nuevas tecnologías de la comunicación**. Barcelona, España: Paidós.

BRAJNOVIC, L. (1979).**Tecnología de la información**. España: Eunsa.

BRAUNER, J., BICKMANN, R., MARCHAIN, N. (1996).**La sociedad multimedia**. Barcelona, España: Gedisa.

BRETZ, R. (2000).“Media for interactive communication”.**Comunicación y Sociedad**, Vol. XIII, Nº 1. Pamplona: Universidad de Navarra. pp. 139-166.

BÚFALO, E. del (1999, Mayo).“El triunfo de la economía de mercado y el ocaso de la teoría pura”. **Ponencia presentada en el seminario ¿Fin de la Ciencia?**. CIPOST/ Instituto de Filosofía del Derecho. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. pp.1-31.

CÁMARA VENEZOLANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO (Cavecom-e). (2007).Disponible en: <http://www.cavecome.org.ve/info.php?type=info&info=1952&seccion=122&nombresecc=Noticias%20Cavecom-e>, [15-01-07].

CAREY, J., PAVLIK, J. (1993).“Videotex: The Sword In The Stone”.**Demystifying Media Technology**, Mayfield Publishing, Mountainview (California), pp.163-168.

CAREY, J. (1996).“Winky Dink To Stargazer: Five Decades of Interactive Television”,**Comunicación presentada en el Congreso Unived Conference on Interactive Televisión**. Edimburgo (inédito).

CASETTI, F., CHIO, F., LACALLE, CH. (1999).**Análisis de la televisión: instrumentos métodos y prácticas de investigación.** Barcelona, España: Paidós Ibérica.

CASTELLS, M. (1986).**El desafío tecnológico España y las nuevas tecnologías.** Madrid, España: Alianza Editorial.

CYCLE LOGIC. (2007). Disponible en: <http://www.cyclelogic.com>,[15-02-07].

COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES.(2005,Agosto).**Seminario sobre Televisión Digital Terrestre sobre el Estándar Europeo.** Caracas.

COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES.(2005,Octubre).**Seminario sobre Televisión Digital Terrestre sobre el Estándar Americano.** Caracas.

COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES.(2006,Agosto).**Seminario sobre Televisión Digital Terrestre sobre el Estándar Japonés.** Caracas.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. (2001).**Gaceta Oficial N° 5.453.** Imprenta Nacional.

DAYAN, D. (1997).**En busca del público: recepción, televisión, medios.** Barcelona, España: Gedisa.

DECRETO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA NÚMERO 5.349.**Gaceta Oficial N° 38.681**,viernes 11 de mayo de 2007.

DELEUZE, G., GUATTARI, F. (1994).**Mil mesetas.** Valencia, Venezuela: Pre-textos.

DÍAZ DE MARIÑA, N. (2000).“Del homo sapiens sapiens al homo sapiens orgánicus”.**Revista UNESER Gerencia 2000**,Vol.1,Año1,Enero/Marzo,Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, Caracas,Venezuela, pp.12-25.

DIGITEL.(2007).Disponible en: [http://www.digitel.com.ve.//Secciones/Corporativo.asp?level=172&Seccion=174&Menu=A3\\$5¬i=226](http://www.digitel.com.ve.//Secciones/Corporativo.asp?level=172&Seccion=174&Menu=A3$5¬i=226), [22-01-07].

DINAMA. (2007). Disponible en: <http://www.dinama.com/portalDinama/index.htm>, [29-01-07].

DIRECTV.(2007). Disponible en: <http://www.directv.com.ve>,[05-02-07].

EVERESTT, R. (1986).**Communication Technology.The New Media in Society**. New York: The Free Press.

FONTALVO, R., REGNASCO, M., GUTIERREZ, A. (1999). "Postmodernidad, transdisciplina, complejidad".**Revista Latinoamericana de Estudio Avanzados**, N° 7, Enero-Abril. CIPOST,Caracas,Venezuela, pp. 81-98.

FORO ECONÓMICO MUNDIAL (2007, Marzo).**Reporte Global de Tecnologías de la Información 2006-2007**.Ginebra, Suiza

GARCÍA, F. (2001).“La dialógica: construyendo el futuro”.**Estrategias de comunicación**, Ariel Comunicación, Barcelona, España. pp. 678-680.

_____ (2002)."La Publicidad en la televisión interactiva", **IV Jornadas de Publicidad Interactiva**, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, 7, marzo, España.

GONZÁLEZ, J. (1999).**El discurso televisivo espectáculo de la posmodernidad**. Madrid, España: Cátedra.

GONZÁLEZ, O. (2002)."La televisión interactiva: del reto a la realidad".**IV Jornadas de Publicidad Interactiva**, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga, 8, marzo, España.

GRUPO ACADEMIA POSTAL.(2007). Disponible en: www.academiapostal.es, [09-07-07].

HABERMAS, J. (1981).**Teoría de la acción comunicativa**. Tomo II. España:Taurus.

HURTADO L, I., TORO G, J. (1998).**Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio**. Valencia: Clemente.

INTERCABLE. (2007). Disponible en: <http://www.intercable.com.ve/servicios/>, [06-02-07].

JENSEN, J. (1999-a):"A short history of ITV trials and ITV consumer studies". **White Paper on Interactive TV**,Technical University of Denmark, pp.21-53, Disponible en: <http://www.intermedia.uni.dk/publications/>,[07-12-06].

JENSEN, J. Y TOSCAN, C. (1999-b).**Interactive Television, TV of the Future or the Future of TV?**. Aalborg University Press, Aalborg.

JENSEN, J. (1998)."Interactivity. Tracking a New Concept in Media and Communication Studies".**Nordicom Review**,Vol.19,N°1,junio, Göteborg: Nordicom,

Göteborg University. pp. 185-204. Disponible en: <http://www.nordicom.gu.se/reviewcontents/ncomreview/ncomreview198/jensen.pdf>, [10-12-06].

Jesse Chacón y la informática. (2007, Junio 20). El Universal. Pág. 3-2

JOYANES, L. (1997). **Cibersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo digital**. Madrid: McGraw - Hill Interamericana de España.

KAPLÚN, M. (1985). **El comunicador popular**. Quito: Ciespal.

KERCKHOVE, D. de (1999). **La piel de la cultura, investigando la nueva realidad electrónica**. Barcelona, España: Gedisa.

LACALLE, CH. (2001). **El espectador televisivo: los programas de entretenimiento**. Barcelona, España: Gedisa.

LAFRANCE, J. (1994). "La televisión y su público". **Telos**, 39. Madrid.

LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO Y TELEVISIÓN. **Gaceta Oficial N° 38.333. Gaceta Oficial N° 38.352**. Ediciones La Piedra.

LEY DE TELECOMUNICACIONES. **Gaceta Oficial N° 36.970**. Ediciones La Oriental.

LIPPMAN, A., BETTETINI, G (1991). **Lippman on interactivity. The Media Lab**. Nueva York: Penguin Books.

MAYER, P. (1997). "Tipologías para análise de aplicações de comunicação mediadas por computador". **Temas contemporâneos em comunicação**, São Paulo: Edicon Intercom, pp. 91-108.

MARTÍN A, J. (1978). **Fundamento de la tecnología de la información**. España: Pirámide.

MERLIN. (2007). Disponible en: <http://www.merlin-telecom.com/index.htm>, [24-01-07].

MIRABITO, M., ALVAREZ, J. (1998). **Las nuevas tecnologías de la comunicación**. Barcelona, España: Gedisa.

MOLINÉ, M. (1996). **La comunicación activa. Publicidad sólida**. 3ª edición. Bilbao: Deusto.

MONTIEL, M. (1998). **Innovación tecnológica, globalización de la información y nuevos medios de comunicación**. Tesis de Maestría no publicada, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

MORIN, E. (1990). **Introducción al Pensamiento Complejo**. España: Gedisa Editorial.

MOVILNET.(2007). Disponible en: http://www.movilnet.com.ve./site/sp_tarifas.jsp, [26-01-07].

MOVISTAR.(2007). Disponible en: <http://www.emocion.movistar.com.ve>, [28-01-07].

MUJICA, M. (2000). “Nuevas estrategias para gerenciar: una visión epistemológica”. **Revista UNESER Gerencia 2000**, Ob. Cit, pp. 61-76.

NEGROPONTE, N. (1995). **El mundo digital**. Barcelona: Ediciones BSA.

NETUNO. (2007) Disponible en: <http://www.netuno.net>, [07-02-07].

NETPEOPLE. (2007).Disponible en: <http://www.net-people.com>, [27-01-07].

ORIHUELA, J (2003).“El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad”. **Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación**, N° 83, septiembre, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).Disponible en <http://chasqui.comunica.org/content/view/151/62/>, [02-12-06].

ORTIZ, R. (1999). “Ciencias sociales, gobalización y paradigmas”.**Pensar las ciencias sociales hoy.Reflexiones desde la cultura**, Iteso, Universidad de Aguascalientes/ Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara. México. pp. 17-46.

PÁEZ, I. (1992).**Gestión de la inteligencia, aprendizaje tecnológico y modernización del trabajo informacional: retos y oportunidades**.Caracas: Universidad Simón Bolívar/Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas.

PASQUALI, A. (1979).**Comprender la comunicación**. Caracas: Monte Avila Editores.

_____ (1998). **Bienvenido villa global**. Caracas: Monte Avila Editores.

_____ (2002, Julio). La sociedad de la información. **Ponencia presentada en la maestría en comunicación social**, Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), Universidad Central de Venezuela, Caracas.

PÉREZ C. (1998). **Innovaciones Sociopolíticas para enfrentar los Nuevos Desafíos Empresariales y Sociales**. Caracas: Ediciones Eureka.

PINEDA, M. (2004). **Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI**. Maracaibo, Venezuela: Editorial de la Universidad del Zulia (Ediluz).

PISCITELLI, A. (1998). "Ágora o panóptico?: Los peligros del fundamentalismo digital. **Ponencia presentada en el evento Visionarios 98**, CONICIT/Reaccun, 2 al 24 de abril, Caracas, Venezuela.

RADIO CARACAS TELEVISION. (2007). Disponible en: <http://www.rctv.net>, [04-02-07].

RAFAELI, S. (1988). "Interactivity: From new media to communication". **Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science**, N° 16, Beverly Hills: Sage, pp. 110-134.

RUESCH, J., BATESON, G. (1951). **Communication, the social matrix of the psychiatry**. Nueva York: Norton.

SABINO, C (1978). **Metodología de investigación**. Caracas. El Cid Editores.

SÁDABA, M. (2000). "Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la world wide web". **Comunicación y Sociedad**, Vol XIII, N° 1, Pamplona: Universidad de Navarra, pp.158.

SÁNCHEZ, J. (1995). "Multimedia e Hipermedia en Educación", **Encuentro Iberoamericano de Informática Educativa**, Arequipa, Perú, Noviembre 6-11, pp.1-20.

SAFAR, E. (1995). "Criterios para una política de Radiotelevisión de Servicio Público No Gubernamental en Venezuela". **Anuario ININCO**, N° 6, Universidad Central de Venezuela, Caracas.

SCHULTZ, T. (1999). "Interactivity options in online journalism: a content analysis of 100 U.S. newspapers". **Journal of Computer Mediated Communication**, Vol 5, N°1, septiembre. Disponible en: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue1/schultz.html>.

SOLANILLA, L. (2002). "¿Qué queremos decir cuando hablamos de interactividad? El caso de los webs de los museos de historia y arqueología". **Revista Digital Digit**

HVM, N° 4, Abril. Disponible en: <http://www.uoc.edu/humfil/articles/esp/solanilla0302/solanilla0302.html>, [30-11-06].

STUCCHI, G. (1994). "Innovación tecnológica y mercado audiovisual en Europa". **Telos**, 39. Madrid.

SUPERCABLE (2007). Disponible en: <http://corp.supercable.com/supercable/index.shtml>, [10-02-07].

SWEDLOW, T. (2000). **Interactive enhanced television: a historical and critical erspective**, American Film Institute. Disponible en: <http://www.interactive-pioneers.org/itvtoday3.html>, [20-12-06].

UNPPLUGGED (2207). Disponible en: <http://www.unplugged.com>, [23-01-07].

VICTORIA, J. (1999). "Interactividad (1): ¿Se ha preguntado alguien acerca de lo que opina el consumidor", **Anuncios**, 848, 27 de septiembre, p. 34, y "Interactividad (y 2): Una propuesta de integración medio-consumidor", **Anuncios**, 849, 4 de octubre, p. 26.

VIDAL, G. (1998). "L'interactivité et les sites Web de musée". **Publics et Musées**. Presses Universitaires de Lion. N° 13 (enero-junio).

VITTADINI, N (1995) "Comunicar con los nuevos media", **Las nuevas tecnologías de la comunicación**, Barcelona: Paidós, pp.103-171.

VENEZOLANA DE TELEVISIÓN. Disponible en <http://www.vtv.gob.ve>, [08-02-07].

Fuentes Orales

CASTELLANO, S. Gerente de información de RCTV. Entrevista personal. Mayo 02, 2007.

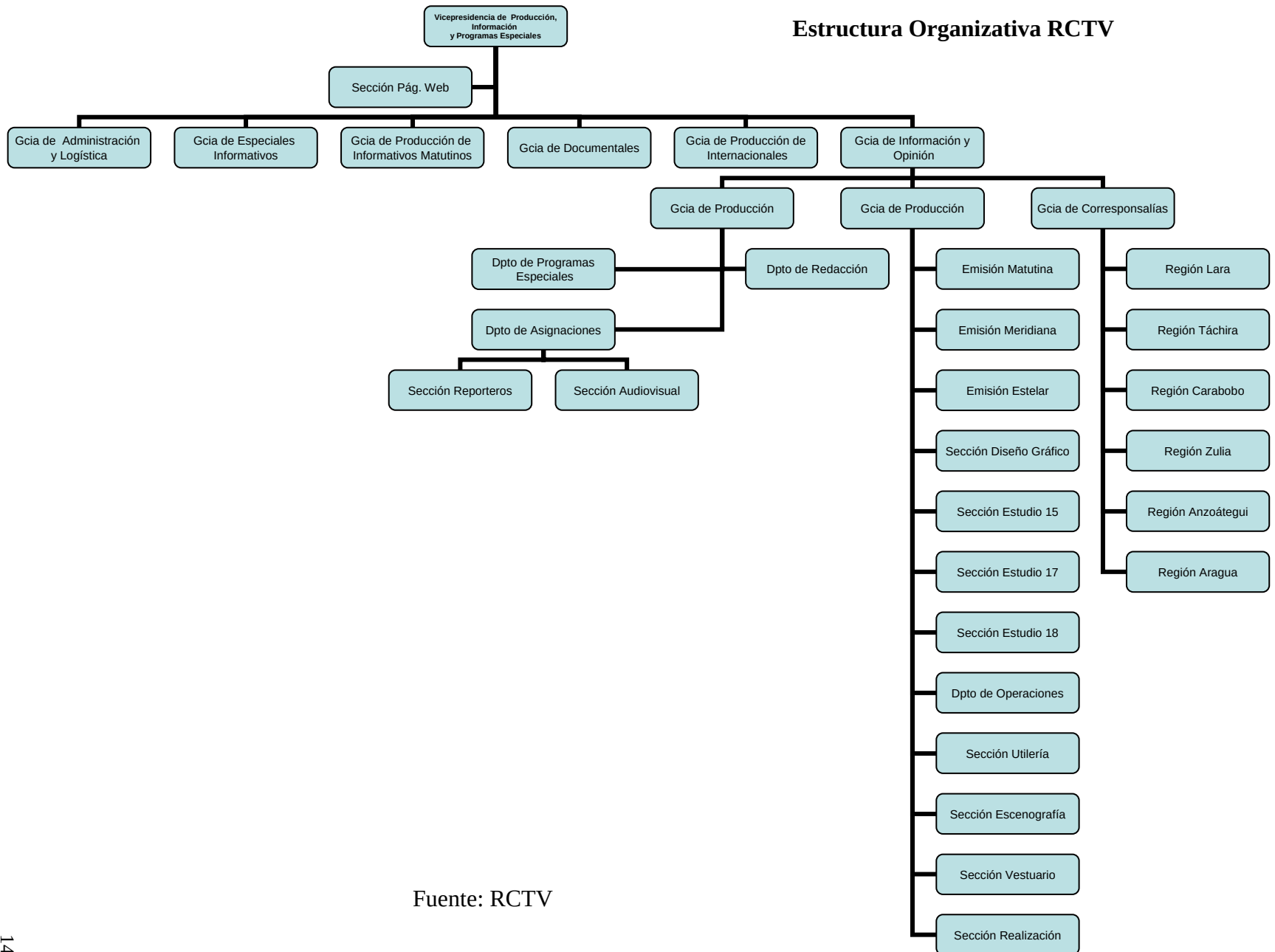
GONZÁLEZ, A. Director de Estudio de VTV. Entrevista personal. Mayo 16, 2007.

GUACARÁN, P. Director de estudio de RCTV. Entrevista personal. Mayo 04, 2007.

MOSCA, E. Vicepresidente de ingeniería de RCTV. Entrevista personal. Mayo 03, 2007.

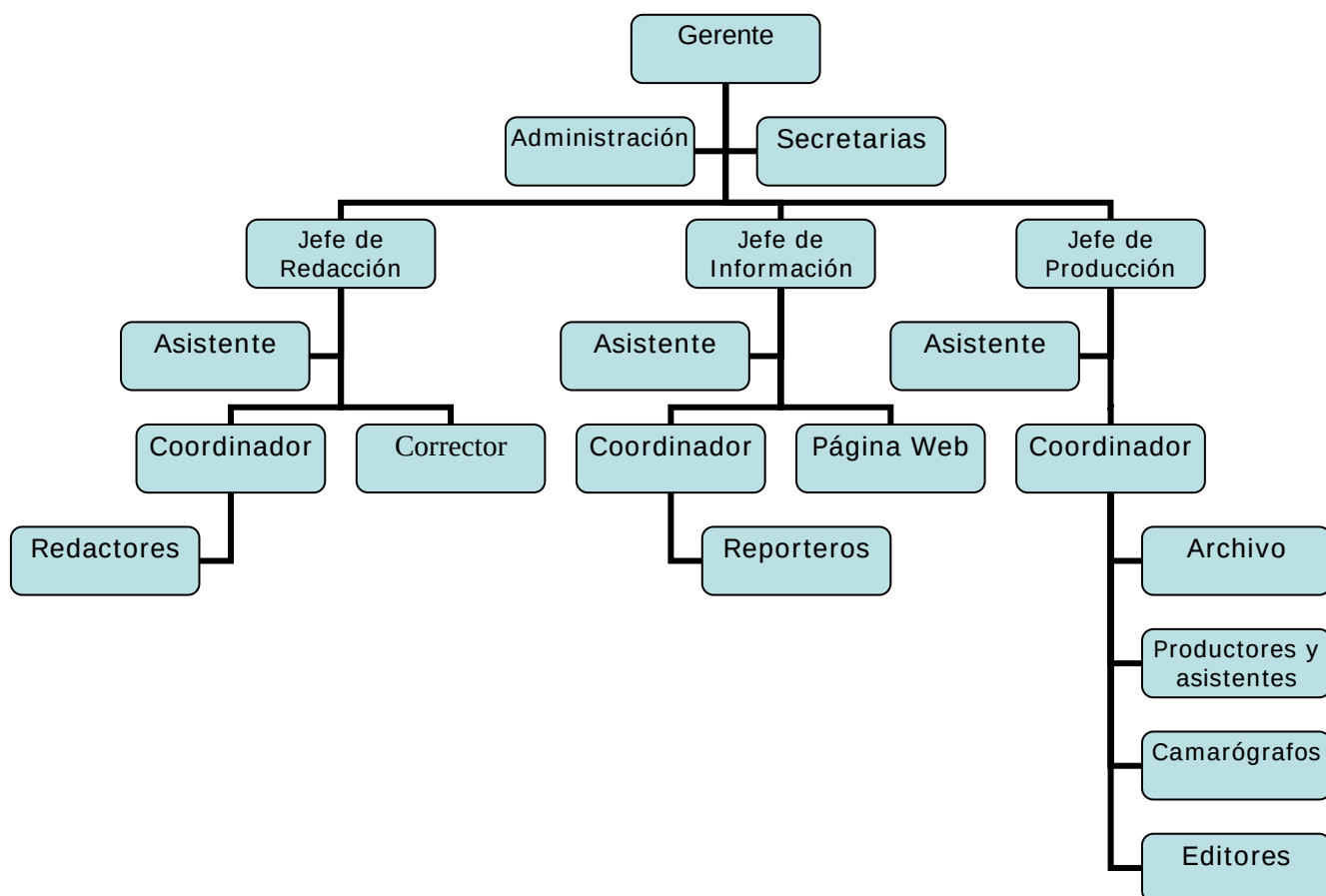
SILVA, M. Productora General de VTV. Entrevista personal. 2007. Mayo 15, 2007.

Estructura Organizativa RCTV



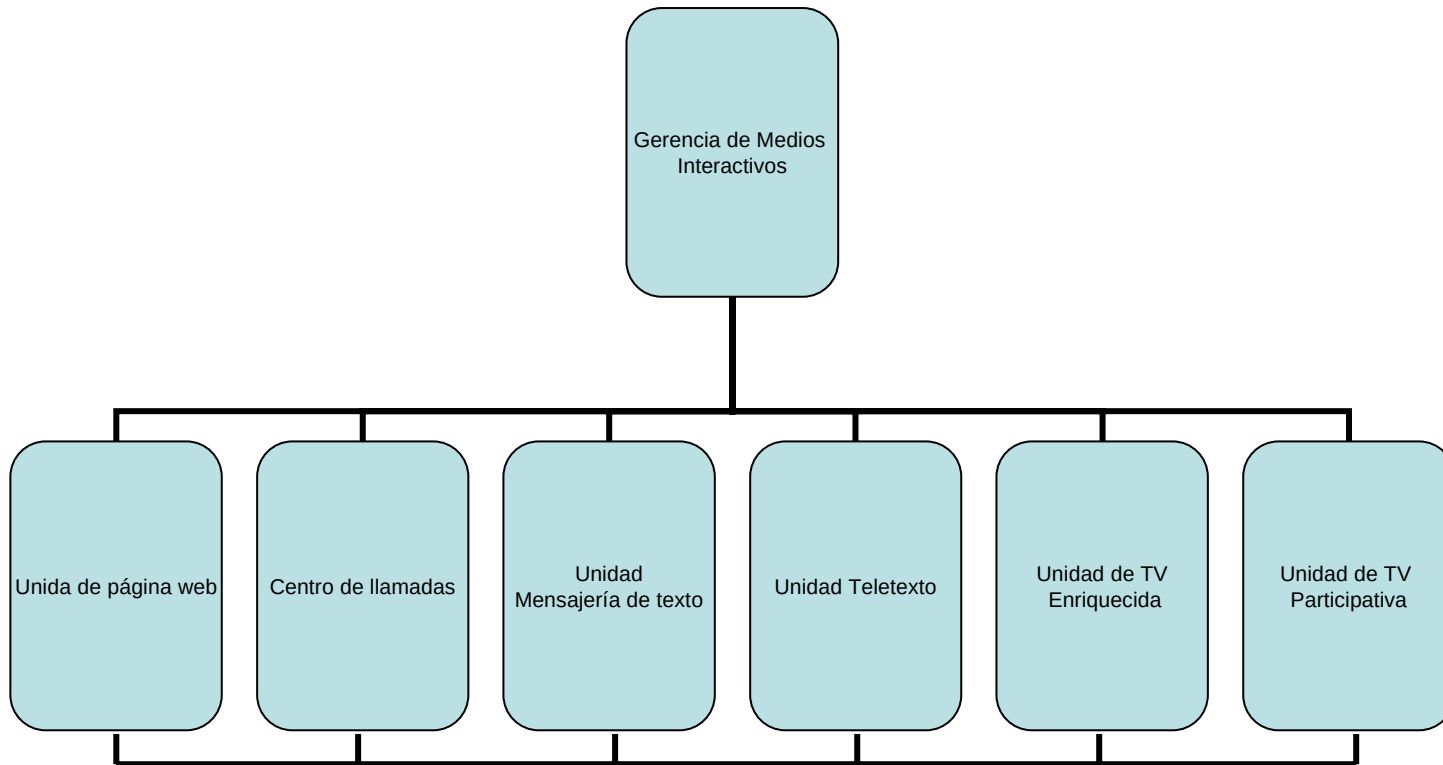
Fuente: RCTV

Estructura Organizativa VTV



Fuente: Elaboración propia

Estructura Organizativa Propuesta



Fuente: Elaboración propia