

# **X Congreso iberoamericano de periodismo**

## **Conversatorio de la SEGIB**

**Martes 17 de marzo 2015, 10h30'**

Buenos días a todos

Quiero dar las gracias al Grupo Diario Crítico, Educa 20-20 y a la Casa de América, que nos reúnen hoy para reflexionar juntos sobre emprendimiento y periodismo iberoamericano, un tema complejo en estos tiempos de cambios globales, donde han entrado con fuerza los medios digitales y las redes sociales que por un lado posibilitan que cualquier iniciativa, cualquier impulso bien orientado pueda dar grandes frutos en tiempo record, sin requerir necesariamente grandes esfuerzos financieros, además se ha roto

la dicotomía entre el productor y el receptor de información, las audiencias ya no son meros receptores de la información sino que participan en el proceso de producción, son “coproductores” de la información. Esto último sin duda con un gran impacto sobre lo político. Actualmente, la gente no quiere ser un simple elector, o mera receptora de información, sino que desea participar, tener voz, ser escuchado e influir en las decisiones políticas.

Pero por otro lado debemos preguntarnos, permite la inmediatez de la noticia y la fragmentación de las audiencias un análisis y una calidad en la información que dé un espacio a la reflexión y corroboración de los hechos? Es la fragmentación de las audiencias, donde cada quién solo ve y oye aquellos que refuerza las ideas que ya tiene un problema para la construcción de un diálogo social y el entendimiento?

**Quisiera referirme en este aspecto muy rápidamente a .....puntos**

**Sobre la evolución de los medios digitales, la inclusión en el uso de las nuevas tecnologías y sobre el español, y luego pasar a hacer una reflexión sobre el tema de emprendimiento.**

**En cuanto a medios digitales podemos decir que América Latina está en plena ebullición.**

Podemos contabilizar más de 12.000 en el ámbito latinoamericano. El paso desde el papel a internet es muy rápido, por las facilidades y bajos costes que proporciona la red. México, el país anfitrión de la Cumbre de este año, tiene 122 millones de habitantes y 2000 medios de comunicación digitales. Costa Rica, mi país, con 5 millones de habitantes, tiene 140 medios digitales (es decir, uno por cada 35.000 personas).

Sin embargo, hay una discusión sobre la llamada convergencia mediática donde los nuevos medios no han desplazado a los "viejos medios" sino que ha posibilitado la "convivencia". Pero Sin duda impactando el modelo de organización, los contenidos, las empresas, los profesionales de la comunicación y como dijimos antes, los modos de consumir de la gente.

También hay que resaltar que este panorama mediático supone una gran oportunidad en lo que concierne a la accesibilidad para grupos minoritarios, como son los indígenas, los afros, la población rural que vive en zonas remotas, así como las mujeres y los jóvenes, y para personas con discapacidad que hasta ahora tenían un acceso más limitado a los medios tradicionales. Pero esta oportunidad está acompañada del riesgo ligado al grado de penetración de los medios digitales: Cómo evitar generar una nueva forma de exclusión, y ciudadanos que participen de un modo “desigual”, por no tener acceso a los Medios digitales o no estar integrados dentro de los procesos de apropiación y uso de las nuevas tecnologías.

El número de personas que tienen acceso a internet, aumenta a un ritmo intenso en América Latina, con un crecimiento promedio del 13% anual, muy superior al de cualquier otra región del mundo, situándose hoy en términos acumulados en torno al 50% de penetración (por debajo de España que tiene un 72% de

penetración, España está por encima de la media europea que es 70%).

Todas las variables que favorecen el uso de los Medios a través de internet están mostrando un crecimiento acelerado en los países de la región, como es la banda ancha, los *smart phones*, el comercio electrónico, la inversión publicitaria y las redes sociales, que son utilizadas por el 60% de los internautas latinoamericanos.

De los 3.000 millones de usuarios de internet que hay en el mundo ahora, unos 300 millones están en América Latina, el 10% mundial (165 millones en Brasil).

Pero a pesar de las buenas noticias sabemos que hay diferencias sustanciales entre los países, y los promedios son engañosos. Como siempre, lo importante detrás de las cifras son los seres humanos y sus historias, la mejora en su calidad de vida, el progreso que aporta la sociedad de la información para un desarrollo social y económico que nos incluya a todos y que dé voz a distintos grupos sociales. Y no debemos escatimar esfuerzos para que así sea

---

**El valor del español;** Por último en este tema quería llamar la atención sobre el uso del español, ya que el uso de este está creciendo a una gran velocidad en internet, según diferentes fuentes estadísticas (eMarketer, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, publicación *Economía del español*, de Fundación Telefónica...).

Una lengua bien implantada como el español aporta valor en todo tipo de transacciones y ofrece un beneficio neto, ya que aparte de su valor económico, opera como vía privilegiada para la transmisión de emociones, imágenes, metáforas y símbolos que en muchos casos sólo pueden ser interpretados en un determinado contexto cultural, que compartimos los ciudadanos iberoamericanos.

En todos estos temas la Secretaria general iberoamericana ha desarrollado diversos programas, menciono solo tres:

- 
- 1- Ciudadania 2.0 : consciente de la importancia que los medios digitales están tomando no solo como medios de

comunicación, sino como un instrumento de interacción con la ciudadana, lanzó esta iniciativa que tiene como objetivo impulsar el ejercicio de la ciudadanía mediante el uso de las tecnologías digitales a fin de lograr una mayor inclusión social.

2- LaTEIB: A través del cual somos también actores directos en el panorama de los nuevos Medios de Comunicación que se expresan en español. En TEib participan 10 países de la región. Cuenta con una red de socios compuesta por 123 instituciones, 45 televisiones y 32 universidades de 21 países. La audiencia de su plataforma web ha logrado más de 700.000 entradas en un solo mes, y sigue creciendo. Recientemente hemos incorporado en esa plataforma un canal específico de Cooperación Iberoamericana, en un esfuerzo por dar visibilidad a nuestros programas, y a través de ello, apropiación por parte de los ciudadanos iberoamericanos.

3- La accesibilidad ofrece también un cauce a la SEGIB para acompañar a los países desarrollando y reforzando la cultura y la alfabetización digital, cumpliendo así, con acciones concretas la voluntad política de los Gobiernos especialmente a través de **los Programas de Cooperación Iberoamericanos en las áreas de Cultura, Cohesión Social y Conocimiento,**

Unas breves palabras sobre emprendimiento:

1. ALC hizo su tarea macro pero no su tarea micro
2. Se requiere una revolución de productividad, que depende de la inversión en educación de calidad y en ciencia y tecnología, así como en infraestructura y logística, donde estamos muy rezagados con respecto a Asia por ejemplo, y en determinadas profesiones especialmente donde tenemos déficits enormes como en la formación de ingenieros.
3. Nuestra capacidad de crecer e incluir depende de ello, pero además es un camino ineludible porque no podemos competir por salarios bajos y no podemos defraudar las

aspiraciones de la población que ha experimentado una importante movilidad social en estos años

4. El 70% de los estudiantes universitarios, el 40% de la población tiene menos de 30 años
5. Por eso hay que apostar a la nueva forma de capital del siglo XXI: el talento, no solo para el empleo sino para el emprendimiento. Según los estudios ALC es una región de emprendedores con un elevado número de emprendedores per capita, en comparación con otros países y no es esto el reflejo del sector informal , la debilidad flagrante en el panorama emprendedor de ALC es la escasez de INNOVACION, tanto en empresas grandes como pequeñas.
6. Hay que apoyar el marco regulador y generar los espacios para los emprendedores y start ups, para que puedan surgir, competir e innovar, no es solo el acceso al financiamiento sino una combinación de instrumentos y de coordinación de políticas que ha sido analizada en varios estudios del Banco Mundial, de la CAF del BID... pero sobre todo, hay que

cambiar la cultura hacia una cultura de la innovación, no castigar el fracaso,

## **Cierre**

Hoy más que nunca, es cierto que nunca hemos contado con tantos medios y posibilidades de construir un mundo mejor, y un desarrollo mas dinamico, incluyente, equitativo y sustentable pero a la vez, estas mismas posibilidades pueden alejarnos de la meta en lugar de acercarnos a ella!

Hay públicos nuevos gracias a los nuevos medios, hay nuevos contenidos, nuevos formatos, nuevas oportunidades y modelos de negocio, pero la segmentación es cada vez más preocupante, y si antes se decía que todo el mundo tenía derecho a su cuarto de hora de fama, ahora me parece que habrá que irse conformando con un minuto de fama por cabeza.

En uno de los tantos viajes que me ha tocado hacer, vi un anuncio de una empresa de telecomunicaciones que me hizo reflexionar

mucho y que creo puede servir como cierre para mis palabras. Decía que “la tecnología no cambia el mundo. La gente, sí”. Precisamente en esa línea, dándole el papel central a la gente, seguiremos trabajando para construir sociedades más modernas y emprendedoras, mas innovadoras y rpomotoras del talento constructivo, con mayor cohesión y conectividad social.

Muchas gracias.