

INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA EN LA WEB DISEÑO DE UN SITIO EN INTERNET PARA LA DIFUSIÓN DEL ALBA

Raquel Álvarez de Flores, profesora e investigadora de la Universidad de Los Andes Táchira, adscrita al Centro de Estudios de Frontera e Integración (CEFI);

Evelin Hernández, licenciada en Comunicación Social, egresada de la Universidad de los Andes, Venezuela

Elizabeth Montoya, Licenciada en Comunicación Social, egresada de la Universidad de los Andes, Venezuela.

Compilado por: Diana Cuevas y Johana Floréz, estudiantes de Cuarto año de Comunicación Social.

RESUMEN

La Alternativa Bolivariana para los pueblos de nuestra América (ALBA), se presenta como una propuesta para ayudar a solventar las crisis sociales de los pueblos y continuar los esfuerzos para lograr la unión, especialmente entre los países más cercanos, sea geográfica, histórica o culturalmente, y desmarcarse de aquellos que no tienen los mismos intereses económicos o culturales. El diseño de un sitio Web como base de la propuesta de difusión, se justifica en buena medida por la gran penetración que en los últimos tiempos ha tenido Internet en Latinoamérica y el mundo entero. En el presente estudio se procedió a aplicar entrevistas a un grupo de expertos, conformado por periodistas, abogados, investigadores y docentes universitarios, quienes aportaron distintos puntos de vista sobre la propuesta de integración venezolana. La participación ciudadana se muestra como un factor determinante en el éxito de los procesos de integración, para, a través del consenso popular, sortear las limitaciones y las matrices de opinión contrarias a la integración dentro de la sociedad. El sitio Web que se diseñó para difundir la propuesta de integración ALBA tiene presencia en Internet bajo el dominio www.alternativabolivariana.com.ve, y el mismo cuenta con una navegación que comprende un menú de información, foro, descarga, contacto y entrevistas.

Palabras clave: ALBA, Integración, América, Internet, interactividad, hipertexto, diseño web.

ABSTRACT

The Bolivarian Alternative for the Peoples of the Americas (ALBA), is presented as a proposal to help solve social crises of the people and continue efforts to achieve unity, especially among the countries linked by geography, history or culture. The design of a Web site as a strategy for the dissemination of this proposal is justified largely by the high penetration has had Internet in recent times in Latin America and the world. In the study, it was applied interviews to a group of experts (journalists, lawyers, researchers and university teachers) and social promoters, who provided different views the knowledge of ALBA. The Web site that was designed to disseminate the proposed integration ALBA has a presence on the Internet under the domain www.alternativabolivariana.com.ve, and it has a navigation menu that includes an information forum, download, contact and interviews.

Key Words: ALBA, Integration, America, Internet, Interactivity, Hypertext, Web design.

1. Introducción

La presente investigación tiene como objetivo principal desarrollar una campaña comunicacional para la difusión de la integración latinoamericana y de la Alternativa Bolivariana para los pueblos de nuestra América

(ALBA), tomando en cuenta la importancia del apoyo popular a la consolidación de los acuerdos de integración, que no es posible lograr si no hay un conocimiento certero sobre sus postulados. En este sentido, se plantea la comunicación como herramienta para lograr esa participación social, en especial la funcionalidad de la comunicación digital, dada sus potencialidades difusoras imprescindibles dentro de la Sociedad de la Información.

En la investigación se examinan las bases legales, filosóficas y algunos referentes del ALBA, explicando sus antecedentes en momentos históricos como el Congreso de Panamá, la Federación General entre los Estados Hispanoamericanos y el Tratado de Unión, Liga y Confederación Perpetua, perfilados dentro de la línea del pensamiento bolivariano. Se analiza pues la importancia de la participación ciudadana como factor determinante del éxito de los procesos de integración, dado que el resultado de la investigación es un sitio Web, e igualmente se presentan las características de la comunicación digital, en especial de los contenidos que se publican en Internet.

En los resultados se evidencia cómo a través de las entrevistas semi estructuradas aplicadas a los dos grupos de estudio, mencionados en el desarrollo metodológico de este trabajo, se comprobó que la propuesta ALBA continúa siendo un tema ampliamente desconocido entre la comunidad tachirense, motivado en parte a la ausencia de estrategias de difusión efectivas que generen un conocimiento claro y puntual sobre lo que es la propuesta de integración venezolana.

Aunado a ello, se demuestra cómo en un principio la integración latinoamericana se basó fundamentalmente en relaciones netamente arancelarias y comerciales, descuidando los elementos sociales y culturales, tan indispensables de la integración regional. Respecto a los aportes de la presente investigación, cabe destacar la propuesta de un sitio web (<http://www.alternativabolivariana.com.ve>) y una estrategia de medios complementaria que propicie la democratización de la información y por ende la participación del ciudadano luego de que éste se haya configurado su propio criterio sobre el tema del ALBA. Se señala que tanto el sitio Web como la estrategia de medios complementaria toman como base de sus contenidos, el análisis de los expertos entrevistados durante la investigación.

El siguiente texto es el resultado de la Tesis de Pregrado “LA ALTERNATIVA BOLIVARIANA PARA LOS PUEBLOS DE NUESTRA AMÉRICA (ALBA). UNA ESTRATEGIA PARA SU DIFUSIÓN”, realizada bajo la dirección de la Profesora Raquel Flores. Su transformación en artículo de difusión estuvo a cargo de las estudiantes de Comunicación Social de la ULA-Táchira Johana Flórez y Diana Carolina Cuevas.

2. Planteamiento

Aunque en América Latina ha habido un fuerte deseo de integración, no hay una verdadera voluntad política para lograrla, pues ha sido evidente una falta de cooperación de los gobiernos para difundir y valorizar eficientemente los diferentes procesos de unión latinoamericana que permitirían “...aumentar la masa crítica en cuanto a la presencia económica en el mundo; incrementar el poder de negociación; disminuir las relaciones de dependencia a la vez que se propician las relaciones de interdependencia en las negociaciones económicas internacionales; y aumentar el aprovechamiento de las economías de escala”. (Reyes, 2006, p. 46)

De acuerdo con estos planteamientos y considerando la necesidad del apoyo popular para la consolidación de la propuesta ALBA, nace el interés de la puesta en marcha de una estrategia de comunicación que se centre en los principales postulados de la propuesta integracionista latinoamericana, y fomente la participación ciudadana tan indispensable en los procesos de integración. Así mismo se constató que además de un sitio oficial del ALBA (www.alternativabolivariana.org), también carece del apoyo de organismos públicos oficiales que dediquen apartados para presentar información relacionada con el proyecto.

A esta observación se agrega que estos sitios no toman en cuenta la participación del usuario, dejando a un lado un criterio básico de la comunicación digital como lo es la interacción, que viene a ser en la actualidad un factor que permitiría fomentar el debate del tema a través de ciertas herramientas tecnológicas como los foros. La comunicación digital permite superar una falsa dicotomía: “la distinción entre comunicación interpersonal y comunicación de masas, una división no tan natural y obvia en la Red” (García y Pou, 2003, p. 54). Esta superioridad de la comunicación en la Red, en contraposición con la de los medios masivos tradicionales es ratificada por Orihuela y Santos al señalar:

Hasta comienzos de la década de los noventa, los medios de comunicación tradicionales –prensa, radio y televisión- gozaban del monopolio de la difusión pública de información. Sin embargo, desde mediados de los años noventa, el crecimiento constante de Internet modifica la situación privilegiada de los medios, poniendo al alcance de cualquier usuario de la Red, una nueva herramienta de acceso y distribución masiva de información. (...) El número de sitios web se duplica cada seis meses, y la cantidad de usuarios de la Red crece exponencialmente. (Orihuela y Santos, 1999, p. 115).

Esta característica supone una ventaja sobre los medios tradicionales, pues implica una comunicación masiva aunque no necesariamente de masas, es decir, la información llega a una cantidad de usuarios casi infinita, pero puede resultar muy específica y generar un proceso de retroalimentación para una comunicación efectiva donde emisor y receptor se funden en un proceso dialógico y esta capacidad, como lo señala Salazar, “está creciendo a un nivel exponencial; cada vez hay mayor cantidad de personas ‘conectadas en línea’”. (Salazar, 2006, p. 71).

Según Powel (2001), el diseño web es multidisciplinario y centrado en el usuario que incluye algún tipo de influencias en los campos de las artes visuales, la tecnología, el contenido y la finalidad, motivo por el cual con frecuencia resulta adecuado tomar prestadas ideas y teorías de los campos relacionados. En este sentido, hace referencia a las artes gráficas impresas y las aplicaciones de software tradicional, aunque resalta que pueden tener puntos en común con el diseño web no se les puede equiparar y pensar sólo en términos de artes gráficas o de software porque es mucho más que eso, es más que la simple conjunción de estos elementos.

En el estado Táchira existen registrados para el 2008 un total de 47 infocentros distribuidos entre los 29 municipios del estado, con el objetivo de ofrecer conexión informática a los miembros de las comunidades. Es importante destacar que el Táchira se constituye como el estado con mayor número de infocentros distribuidos entre sus distintos municipios, después del Distrito Capital que cuenta con 56 infocentros, ubicados sólo en el municipio Libertador, lo cual evidencia una privilegiada situación por parte de la población tachirense con relación a los demás habitantes de la geografía nacional con respecto al acceso gratuito a Internet.

A partir de 1991, con la culminación del periodo denominado como Guerra Fría, se ha desarrollado un proceso reestructurador llamado globalización, el cual pretende hacer converger algunas de las economías mundiales bajo un mismo mercado global, a través de la premisa de la integración. Esto ha permitido el surgimiento de acuerdos, convenios, o mejor llamados Tratados de Libre Comercio, con el fin principal de eliminar las cuotas arancelarias, favoreciendo así la apertura comercial y el libre tránsito de las inversiones y el capital.

Bajo esta premisa, en 1992, Estados Unidos le propone a México formar junto a Canadá el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), cuando esta nación latinoamericana atravesaba uno de los años más difíciles de su historia reciente, pues con la devaluación del peso mejicano y el duplicamiento de la deuda externa, el país se vio en la urgencia de poner en marcha cualquier mecanismo para atraer la Inversión Extranjera

Directa (IED).

Esta evidente desigualdad entre las economías de los países de América Latina y la de Estados Unidos, por un lado, impide aprovechar las posibilidades para el desarrollo económico y social que ofrece el ALCA; pero por otro, ratifica que algunas aperturas comerciales podrían darse entre países que tengan economías más similares y cuyos acuerdos contemplen postulados que consideren las constantes asimetrías de los pueblos, de forma que respondan a las desigualdades sociales y permitan un modelo de inserción que genere una verdadera integración latinoamericana.

A partir de esta reflexión, empieza a cobrar mayor importancia el fortalecimiento de grupos de integración latinoamericanos ya existentes, como la Comunidad Andina (CAN), el Mercado Común del Sur (Mercosur) y la Comunidad del Caribe (Caricom), para fortificar de esta manera la posición de los países de América Latina y el Caribe frente a sus socios más industrializados. A partir de este momento, se comienza a consolidar la idea en la Cumbre del Mercosur de 2005 de una integración latinoamericana que considerara, más allá de lo económico, los factores sociales, culturales y políticos.

El ALBA abarca conceptos de orientación social, política, económica, ambientalista y cultural, lo cual permitiría la construcción progresiva de un bloque regional integrado, con presencia propia en el escenario internacional, que tenga como prioridad la lucha contra la pobreza y la exclusión social para alcanzar el desarrollo y el bienestar. El ALBA antepone el interés de los pueblos por sobre los del capital; o mejor dicho: establece que la economía debe estar al servicio de un colectivo humano con poder de autodeterminación, derecho a la salud, la educación, al derecho, en síntesis, a una vida digna.

3. Objetivo de la investigación

Partiendo de la premisa de que existe una carencia de información puntual sobre el ALBA en la población tachireNSE, el objetivo de esta investigación es precisamente desarrollar una estrategia de difusión de esta iniciativa a través de un sitio Web.

A pesar de la existencia de otros sitios con información sobre el ALBA, incluso un sitio informativo producido por el gobierno nacional que reseña diversos acuerdos de integración (www.alternativabolivariana.org), estos no abordan el tema de manera puntual, clara y sencilla, lo que podría impedir la comprensión de los usuarios. En algunos casos, la información, que es suministrada de manera diaria a través de Internet, es producida por diarios y revistas con una marcada posición ideológica que sólo remiten al lector a los beneficios del ALBA, obviando las posibles desventajas presentes en el proyecto venezolano, lo que dificulta la visión crítica por parte de los lectores al momento de discutir sobre el tema.

Por tal motivo, se considera válido desarrollar una estrategia de difusión a través de un sitio Web que exponga de manera clara y sencilla los principios rectores del ALBA, algunas ventajas y desventajas del proyecto venezolano para poder contrarrestar la falta de información puntual sobre el tema y que a su vez podrían instar al debate por parte de las comunidades.

En el marco de lo expuesto se busca definir el contexto y postulados bajo los cuales se dio origen a la propuesta ALBA, estudiar los objetivos, mecanismos y beneficios determinantes en el proceso de integración latinoamericana. Así mismo indicar si las páginas Web existentes, dedicadas a esta propuesta relacionan los principios rectores del ALBA, su contexto y beneficios a la integración latino-caribeña y, finalmente, presentar

en el sitio Web las ventajas y desventajas de la consolidación de esta propuesta integracionista en la opinión de expertos en el tema.

De allí se delimita una línea de objetivos a alcanzar, que en general parte de presentar una propuesta de difusión para la Alternativa Bolivariana para los pueblos de nuestra América, a través de un sitio web interactivo. En este sentido, se propone ampliar la visión de la propuesta ALBA a partir de la introducción de contenido y análisis de expertos en el tema, diseñar un sitio web dinámico que facilite la comprensión y el debate crítico del tema; además de plantear una estrategia de medios complementaria para la propuesta de difusión del ALBA entre la población tachirense, que amplíe los alcances de promoción del sitio Web.

4. Metodología

La metodología desarrollada en el transcurso de la investigación, fue contextualizada en el tema: la propuesta venezolana de integración, Alternativa Bolivariana para las Américas, así como de las acciones e instrumentos implementados para determinar el grado de difusión del tema ALBA entre la comunidad organizada del

Táchira y las estrategias a seguir para mejorarlas.

El tipo de estudio a desarrollar es el denominado Proyecto Factible, que según Balestrini está sustentado en un modelo operativo viable orientado a resolver un problema planteado o a satisfacer necesidades en una institución o campo de interés nacional, para la delimitación de la propuesta inicial, “en función de las demandas de la realidad abordada”. (Balestrini, 1989).

La metodología se ubica dentro de los proyectos especiales que “corresponde a aquellos trabajos que lleven a creaciones tangibles, susceptibles de ser utilizadas como soluciones a problemas demostrados o que respondan a necesidades e intereses de tipo cultural. Se incluyen en esta categoría los trabajos de (...) desarrollo de software, prototipos y de productos tecnológicos en general”. (UPEL, 2001, p. 8).

Por otra parte, para complementar este trabajo se acudió a la investigación de campo, la cual permite “... establecer una interacción entre los objetivos y la realidad de la situación de campo; observar y recolectar los datos directamente de la realidad, en su situación natural”. (Balestrini, 1989, p. 118).

Se procedió a localización por vía telefónica y de manera personal, a los promotores sociales, representantes de las comunidades, quienes por su trabajo de formación de las comunidades en los distintos municipios del estado, permitieron observar y recolectar los datos de primera mano para corroborar la falta de información puntual sobre el ALBA manejada por la comunidad tachirense.

De acuerdo a los objetivos delimitados anteriormente, la investigación se orienta hacia un diseño no experimental, y en ese sentido, según Balestrini (1997), no se manipulan variables sino que se profundiza en la comprensión de los hallazgos encontrados con la aplicación de los instrumentos. Atendiendo a la dimensión temporal de este estudio, el diseño no experimental a desarrollar es transeccional descriptivo, debido a que se estudiarán las características del proceso de difusión del ALBA en un determinado momento y no a lo largo del tiempo.

Ahora, como el objeto final de la investigación fue un producto digital (sitio Web), se procedió a consultar la bibliografía pertinente al desarrollo de sitios Web, las características del diseño y la comunicación digital, a fin

de facilitar la funcionalidad y navegabilidad del sitio Web, base de la presente propuesta de difusión.

Debido a que se debe realizar un diagnóstico de necesidades del hecho estudiado a fin de “formular el modelo operativo en función de las demandas de la realidad abordada” (Balestrini, 1997, p. 9), se procedió a la elaboración y aplicación de entrevistas de tipo semi-estructurada o flexible para el desarrollo de interrogantes en la medida en que avanza la conversación, a fin de tener una visión más específica y clara de los puntos indagados y poder adaptar los ítems de acuerdo al informante.

Se sometieron a la entrevista un grupo de diez expertos en el área (académicos, especialistas, comunicadores sociales, jefes de prensa, abogados, investigadores) y a trece promotores sociales, a quienes se le preguntó acerca de los siguientes tópicos:

- En su opinión, ¿en qué se diferencia la propuesta ALBA del ALCA?
- ¿Cuáles son los beneficios que traería la aplicación del ALBA?
- ¿Cómo podría proyectarse el país en el contexto internacional a través de esta propuesta?
- ¿Considera que el ALBA promueve una integración real en América Latina?
- ¿Qué opina sobre la difusión del ALBA en las comunidades?
- ¿Cree que la elaboración de un sitio web sobre el ALBA mejoraría su difusión?

El esquema básico aplicado a los promotores sociales consta de las siguientes interrogantes:

- ¿Sabe qué es el ALBA?
- ¿Las personas de su comunidad tienen conocimiento de lo que es el ALBA?
- ¿Considera que los medios tradicionales han dado suficiente información sobre el ALBA?
- ¿Cómo podría mejorarse la difusión del ALBA en las comunidades?
- ¿Creó usted que la creación de un sitio Web podría ayudar a aumentar el nivel de conocimiento que tiene la población sobre el ALBA?
- ¿Estaría dispuesto a visitar periódicamente este sitio Web para informarse sobre el ALBA, y de esta manera actuar como multiplicador de la información?

Los conceptos y opiniones recopilados a través de este instrumento, así como los recolectados de la bibliografía utilizada en el desarrollo de la investigación, fueron la base de la información a publicar en el producto digital final.

En este sentido, se planteó que la estrategia para la difusión del ALBA, debía estar al alcance del público en general, explicando qué es en sí el proyecto de integración venezolano, en qué contexto se desarrolla y cuáles podrían ser los beneficios de esta propuesta integracionista para los países de América Latina y del Caribe. De allí que el propósito de esta investigación sea el diseño de un sitio Web, que permitiera llevar -a través de algunos expertos- las diferentes ópticas que comprenden la alternativa venezolana, sin los límites del tiempo y espacio presentes en los periódicos y otros medios de difusión masiva.

Muestra:

Con el fin de verificar el grado de conocimiento que posee la población tachirense acerca del tema en estudio se escogieron dos grupos de informantes claves, dado que es inabarcable el total de la población por la presente investigación. Así, la muestra estuvo constituida, por un lado, por los expertos y, por otro, los promotores sociales de Fundacomun, órgano adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Participación y la Protección

Social. Se consideró que eran sujetos idóneos para indagar sobre el nivel de información que se maneja en el

Estado sobre el ALBA, debido a que los expertos son conocedores de la materia y los promotores sociales están en contacto continuo con las comunidades de cada municipio y son los encargados de impulsar los programas de formación que adelanta el Gobierno Nacional.

Se realizó un muestreo del tipo no probabilístico; es decir, en el que la selección de los integrantes y el tamaño de la muestra dependen del juicio del investigador a fin de obtener los casos que lleguen a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos.

Del total de 28 promotores sociales que hay en el Estado, se tomó como muestra cerca del 50 por ciento de ellos (46,42%), es decir, se entrevistaron a 13 promotores sociales, sin embargo con el objetivo de dar mayor validez a la investigación, también se agregó al director de Fundacomún y al supervisor zonal número 1, con quienes se alcanzó una muestra equivalente al 53,57% de la población.

13 promotores sociales representan las comunidades de los municipios Andrés Bello, con cuatro infocentros; San Judas Tadeo, con un infocentro; Samuel Darío Maldonado, con cinco infocentros; Fernández Feo, con dos infocentros; Libertad, con dos infocentros; Francisco de Miranda, con un infocentro; Córdoba, con un infocentro; Libertador, con dos infocentros; Uribante, con dos infocentros; dos promotores sociales de Cárdenas, con un infocentro; y dos promotores sociales de San Cristóbal, con cuatro infocentros; de Cárdenas y San Cristóbal se tomó como muestra los dos promotores por ser los municipios más poblados. El promotor zonal número 1 tiene a su cargo la supervisión de los promotores sociales encargados de la formación de los Consejos Comunales de los municipios Ayacucho, García de Hevia, Cárdenas, Andrés Bello, San Simón, Michelena, Lobatera, Antonio Rómulo Acosta y José María Vargas.

Es importante señalar que no fue posible la aplicación de las entrevistas a todos los promotores sociales por limitantes económicas y de espacio, puesto que en la mayoría de los casos se debió viajar a cada uno de los municipios en más de una ocasión para lograr contactar a los individuos de la población de estudio.

Como se mencionó con anterioridad también se seleccionó un segundo subgrupo conformado por expertos, 10 en total, quienes actuaron en calidad de especialistas en diferentes ramas relacionadas con el tema del ALBA, entre quienes se contaron comunicadores sociales, jefes de prensa, abogados, investigadores y catedráticos en la ciencias políticas.

Las entrevistas de los expertos, cuyo cuestionario fue expuesto con anterioridad permitieron sentar las bases conceptuales de la investigación y servir de sustento para el desarrollo de contenidos para el sitio web del ALBA y el diseño de la propuesta alternativa de medios.

Aunque al grupo de los expertos les fueron aplicadas seis preguntas con el fin de redactar el material periodístico del cual podrían disponer los usuarios a cabalidad en el sitio, cabe destacar que a los fines de validación de la presente investigación, se analizaron por su pertinencia en este caso, sólo las declaraciones de los expertos relacionadas con dos ítems específicos: la difusión del ALBA dentro de la población y la posible necesidad de creación de un sitio Web sobre el tema.

El primer grupo analizado fue el conformado por los promotores sociales de los consejos comunales del estado, a quienes se les hizo preguntas generales sobre el tema del ALBA y otras más específicas acerca del grado de difusión de la propuesta de integración venezolana en las diferentes comunidades y si es posible llegar a ellas

a través de un medio electrónico como lo es un sitio web. A todos los promotores se les formularon las mismas preguntas para ahondar en el tema investigado y establecer criterios tanto recurrentes como disímiles.

5. Resultados

A través de las entrevistas se pudo verificar el tipo y cantidad de información que posee la población tachirense sobre el tema del ALBA y a partir de allí determinar la estrategia a seguir en el proyecto de difusión y las propuestas alternativas formuladas como conclusión.

En los resultados de la investigación, se evidencia cómo a través de las entrevistas semi estructuradas aplicadas a los dos grupos de estudio, mencionados en el desarrollo metodológico de este trabajo, se comprobó que la propuesta ALBA continúa siendo un tema ampliamente desconocido entre la comunidad tachirense, motivado en parte a la ausencia de estrategias de difusión efectivas que generen un conocimiento claro y puntual sobre lo que es la propuesta de integración venezolana.

Análisis de los promotores

El primer grupo analizado fue el conformado por los promotores sociales de los Consejos Comunales del estado, a quienes se les hizo preguntas generales sobre el tema del ALBA y otras más específicas acerca del grado de difusión de la propuesta de integración venezolana en las diferentes comunidades y si es posible llegar a ellas a través de un medio electrónico como lo es un sitio web. A todos los promotores se les hizo las mismas preguntas para ahondar en el tema investigado y establecer criterios tanto recurrentes como disímiles.

Ante la pregunta ¿conoce qué es el ALBA?, del total de los 15 entrevistados que trabajan directamente con las comunidades, el 67 por ciento afirmó en un principio tener algún conocimiento del tema, ya sea preciso (34%), o por lo menos una idea somera (33%).

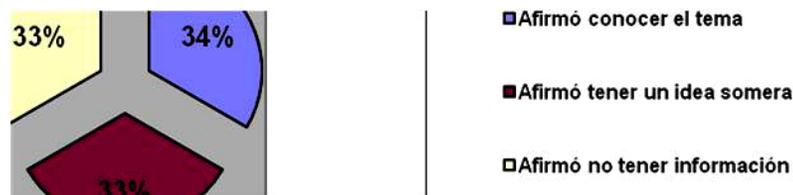


Gráfico 1. Preguntado a los promotores: "¿Sabe qué es el ALBA?"

Sin embargo, en el transcurso de la entrevista, tanto con las preguntas pautadas como a través de otras formuladas a fin de verificar los datos, se pudo evidenciar la desinformación de estos, en especial por el grupo que había asegurado conocer el ALBA y tener más que una idea somera del tema, (promotores de los municipios Samuel Darío Maldonado, Libertad, Francisco de Miranda, San Cristóbal y Uribante).

En el caso del promotor social, representante del municipio Samuel Darío Maldonado, en La Tendida ante esta pregunta, señaló escasamente que sí y "que el ALBA era una organización", pero nunca mencionó siquiera el significado de sus siglas. Por otra parte, el promotor social del municipio Libertad, aunque definió "el

ALBA como un programa integrador de los países suramericanos para fomentar el crecimiento de la economía”, y reconoció que por una falta de difusión no tiene conocimiento sobre sus postulados o las propuestas que engloba el tratado.

El promotor social del municipio Francisco de Miranda, San José de Bolívar, acertó que el ALBA surgió como alternativa al Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) presentado por Estados Unidos, pero denunció que para informarse debió acudir a herramientas como Internet, “ya que por parte de los ministerios que involucra la parte del Estado y los que les corresponde informar claramente sobre esto, no habido trascendencia más allá del gran comunicador que es el presidente”.

Incluso, durante la aplicación de las entrevistas se pudo notar que algunos se pasaban un fragmento de papel como especie de recordatorio en el cual estaba descrito lo que era el ALBA, como fue el caso de la promotora del municipio San Cristóbal, quien antes de iniciar la grabación reconoció que no sabía absolutamente nada del ALBA, pero al momento de grabarla, sorpresivamente empezó a leer el significado del ALBA directamente de una pequeña hoja que sostenía entre sus manos; esta situación sugiere que en la mayoría de los casos estos individuos en su condición de promotores sociales formadores de las comunidades, están conscientes en cuanto a que deberían tener conocimientos claros sobre lo que es el ALBA, y a su vez se evidenció la disposición que tienen para visitar un sitio Web que les permita aclarar sus conocimientos respecto al tema.

Análisis de los expertos

Las entrevistas de los expertos, cuyo cuestionario fue expuesto con anterioridad en el procedimiento metodológico de esta investigación, permitieron sentar las bases conceptuales de la investigación y servir de sustento para el desarrollo de contenidos para el sitio web del ALBA y el diseño de la propuesta alternativa de medios. Como se puede apreciar en el gráfico No 2, el 40 por ciento de los expertos apuntaron que el conocimiento del ALBA que tiene la comunidad tachirense es “escaso” o “insuficiente”.

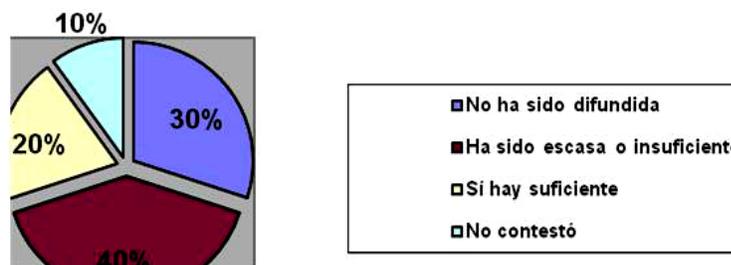


Gráfico 2. Pregunta a los expertos: ¿El ALBA ha tenido suficiente difusión?

Por ejemplo, el representante del Colegio Nacional de Periodistas (CNP), el periodista Humberto Contreras, señaló que “ha sido escasísima, hay muy poca gente incluso profesionales que te pueden decir en qué estado está en este momento el ALBA, hay un vacío informativo, porque no suena para nada no se sabe qué hay ahora con el ALBA, si algo está progresando o algo se está dando creo que hay un vacío comunicacional, si no está estancada”.

Asimismo, el profesor universitario de Comunicación Social, Reinaldo Cortés, opinó que en realidad no creía que la propuesta integracionista fuese suficientemente difundida:

En realidad hay muchas lagunas al respecto, ha sido difícil de proyectar hacia la población. Pero lo que

considero más nocivo es que no ha habido un debate amplio. No es tanto la información, porque ésta se generaría si se diera un debate amplio abierto y lo suficientemente profundo para que la sociedad venezolana se enterara de los alcances del ALBA. De repente el proyecto es beneficioso y nos hace falta es conocerlo. Puede ser que en mi caso sea así, pero es que si no existe ese debate se hace demasiado difícil que se genere una información pertinente.

Por su parte, Misael Salazar, jefe de la Oficina Regional de Información, consideró que como concepto el ALBA “no ha bajado a la comunidad, pero sí ha bajado como beneficio directo a las comunidades”, refiriéndose a los planes gubernamentales como las misiones que se desarrollan en asociación con Cuba. Otra periodista, Omaira Labrador, jefe de Redacción del Diario La Nación, quien también entra dentro del grupo que consideró que la difusión ha sido escasa, destacó que generalmente cuando aparecen informaciones del ALBA, éstas se encuentran supeditadas a una comparación con el ALCA. En este sentido, el 30 por ciento de los entrevistados consideró que no ha habido una difusión del ALBA como tal dentro de las comunidades. Según Luis Eduardo Zambrano Velasco, profesor universitario, especialista en Historia y Fronteras, esta poca difusión que ha tenido dentro de la población se debe a que ha sido politizado el proyecto.

La propuesta

El sitio Web que se diseñó para difundir la propuesta de integración ALBA tiene presencia en internet bajo el dominio www.alternativabolivariana.com.ve. Para su diseño se tomaron en cuenta las necesidades propias del proyecto en cuanto a interactividad y a una necesidad de actualización frecuente, dependiendo de los avances de la propuesta integracionista en los diferentes países de Latinoamérica. Se decidió escoger un diseño dinámico que permitiera estas características a bajo costo y esfuerzo. Los datos incorporados al sitio Web del ALBA fueron el resultado del procesamiento de la información recolectada con los promotores sobre los desconocimientos más comunes que se reflejaban en la comunidad. Así mismo de las entrevista con los conocedores del tema se pudo obtener la base para el desarrollo de un sitio web divulgativo y una estrategia de medios orientada a mejorar su difusión en la comunidad tachirenses.

6. Conclusiones

Entendemos que el desconocimiento del ALBA puede llegar a ser un obstáculo decisivo para la consolidación de esta estrategia política-económica-social en el proceso de integración latinoamericana y caribeña. En este sentido, es posible coincidir con Flores (2005) en que la mejor forma de encarrilar definitivamente el proceso, es dándole soporte y vialidad política partiendo de una intensa divulgación que lo lleve al conocimiento popular y haga posible un decisivo apoyo en todas las naciones de la región.

Nuestros intercambios con otros compatriotas latinoamericanos y caribeños nos han revelado que al igual que en Venezuela, tampoco en otros países existe un conocimiento popular sobre la integración latinoamericana y caribeña, sus objetivos, mecanismos, beneficios; ni en general, sobre la marcha del proceso. (Flores, 2005, p. 60).

Dado que esta propuesta está pasando por un proceso de consolidación, la información puntual que se encuentra, tanto en bibliografía como en la Red, es muy poca a pesar de que existe un sitio Web oficial sobre el ALBA, www.alternativabolivariana.com.org, puesto que en la mayoría de los casos los textos son repetidos por distintas fuentes, y en ciertos casos sólo se limitan a extraer fragmentos de los discursos presidenciales o de notas de prensa donde son esbozadas actividades que se han concretado en el hemisferio como parte del proceso ALBA,

pero no se especifican ni definen de manera clara y sencilla sus postulados, ventajas, desventajas y objetivos

De igual manera, durante el desarrollo de este trabajo se detectó la necesidad de plantear una estrategia de medios complementaria, la cual podría ser implementada posteriormente como complemento para la estrategia de difusión Web. Sin embargo, es importante puntualizar que la base de la propuesta comunicacional de esta investigación es un proyecto de comunicación digital (sitio web) que ofrezca una amplia visión sobre el tema del ALBA y que contenga las herramientas necesarias para asegurar la interactividad con el usuario y la posibilidad de expresar sus opiniones e ideas respecto a la alternativa de integración.

En este sentido, Linares asegura que el avance de los grupos subregionales existentes, llámese CAN, Mercosur, u otros en la región, “se ha debilitado en concordancia con una escasa participación, falta de sentido de pertenencia de sus ciudadanos con el proceso de integración y ausencia en la discusión de temas para el desarrollo de las comunidades involucradas en dicho proceso”. (Linares, 2005, p. 304).

Esta participación ciudadana, que permitiría una verdadera integración, sólo se logra a través de la capacitación de los ciudadanos, de configurar una conciencia clara de las consecuencias de pactar acuerdos de apertura comercial, a fin de que la sociedad civil tenga una participación responsable y organizada, al momento de discutir y/o aprobar cualquier política o decisión. Más allá de los intereses políticos, la integración deja de ser un simple concepto y se convierte en un mandato social primigenio para avanzar en el tan anhelado desarrollo de los países de Latinoamérica.

Ante la falta de información sobre el ALBA en la población tachirense y la necesidad de un apoyo social a las nuevas propuestas de integración para lograr su consolidación, la investigación presenta como proyecto factible para mejorar esta difusión. En este contexto, la participación ciudadana se muestra entonces como un factor determinante en el éxito de los procesos de integración, pues sólo con el consenso popular se pueden sortear las limitaciones y fibras sensibles de la sociedad ante la integración.

Asimismo, Internet implicaría “la recuperación del poder del control social por parte de la ciudadanía” (Llorca, 2005, p. 25) al asegurarle al usuario-ciudadano un espacio para exponer sus opiniones e ideas sobre los diversos aspectos de la realidad social, constituyéndose en un lazo entre la sociedad civil y la administración pública; lo que según Llorca (2005), supone un desafío de las deterioradas reglas del juego democrático y de las formas de comunicación tradicionales.

Dada la heterogeneidad de la población a la cual se quiere llegar y que se encuentra dispersa en todo el territorio nacional y fuera de él, es decir, aquellas personas que pudieran estar interesadas o relacionadas con el avance de la alternativa integracionista, el medio de difusión que se perfila como el más idóneo para este proceso comunicacional es Internet, visto que éste posee el poder paradójico de reunir en la distancia a los individuos, en torno a unos modelos de opinión y comportamiento.

7. Referencias Bibliográficas

1. BALESTRINI, Miriam (1989). *Cómo Elaborar un Proyecto de Investigación*. México. Grijalbo Ediciones.
2. BAUTISTA, Alejandro (2001) “Conviene ingresar al ALCA. Perfil de una alternativa”. *Aldea Mundo*, año 5, N° 10.
3. BRICEÑO, José y BUSTAMANTE, Ana (2005). *El Área de Libre Comercio de las Américas*. Perspec-

tivas desde Venezuela. Mérida. Editorial Venezolana.

4. FLORES, Rafael (2005). Construyendo el Alba “Nuestro Norte es el Sur”. Caracas. Ediciones del XL Aniversario del Parlamento Latinoamericano.
5. GARCÍA, Elvira y Pou, María (2003). Características de la comunicación digital. Manual de redacción ciberperiodística. (Díaz y Salaverría, Comp). Editorial Ariel. Barcelona, España. pp. 49- 76.
6. HASSAN, Y. (2004). Factores del diseño Web orientado a la satisfacción y no- frustración de uso. En <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/291/353> (20-09-2007)
- LINARES, Rosalba (2005). ALCA o ALBA: imposiciones y desafíos. En Impacto político, legal e institucional del ALCA en Venezuela. El Área de Libre Comercio de las Américas perspectivas desde Venezuela. (Briceño y Bustamante, Comp). Mérida. Venezolana. pp. 303- 319
7. LLORCA, Germán (2005). Comunicación interpersonal y comunicación de masas en Internet. Emisor y receptor en el entorno virtual. El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet (López comp). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. pp. 21- 29. Disponible en <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>.
8. REYES, Giovanni y BRICEÑO, José (2006) Actualidad de la Integración en América Latina y el Caribe. Viejos dilemas, nuevos desafíos. Mérida. Editorial Venezolana.
9. ORIHUELA, José y SANTOS, María (1999). Introducción al diseño digital. Madrid. Ediciones Anaya Multimedia, S.A.
10. POWEL, Thomas (2001). Diseños de sitios web: Manual de referencia. España. Ediciones Mc Graw Hill.
11. SALAZAR, María (2006). Implicaciones legales de la convergencia tecnológica en Venezuela. Revista Comunicación. Centro Gumilla. Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura. Caracas, cuarto trimestre 2006, N° 136. pp. 64-75

NOTA:

El presente artículo está basado en la Memoria de Grado titulada “LA ALTERNATIVA BOLIVARIANA PARA LOS PUEBLOS DE NUESTRA AMÉRICA (ALBA). UNA ESTRATEGIA PARA SU DIFUSIÓN”, presentada para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad de Los Andes - Táchira, en el Año 2008.