

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMÉRICA DEL NORTE
CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES MULTIDISCIPLINARIAS
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

**ACCESO PÚBLICO A INTERNET:
LOS CIBERCAFÉS EN MÉXICO**

T E S I S

Que para obtener el grado de
Maestría en Comunicación

P r e s e n t a:

Erika Rueda Ramos

Tutora: Dra. Delia Covi Druetta

Ciudad Universitaria, 2005



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Félix y Alejandra, por su paciencia, por ser parte de mi vida. Los amo.

A mis padres y a mi hermana por creer en mí y por todo su apoyo.

A la Dra. Delia Covi, quien fue mi mano derecha en este proyecto,
gracias por su ayuda y paciencia.

Agradezco infinitamente el apoyo brindado por mis profesores, en especial a María Josefa Santos y Jorge Lizama, por haber sido guías claves en el desarrollo de esta investigación, por compartir conmigo este proceso y despejar mis angustias. Gracias por sus enseñanzas y recomendaciones.

A Rebeca de Gortari por todas sus aportaciones.

A Rodrigo Gómez por su interés en la lectura de esta tesis.

A todos aquellos, familiares y amigos, que me alentaron a terminar este trabajo, por su interés y por sufrir conmigo la angustia de no acabar: Sole y Antonio, la tía Rosy y Araceli.

A mis estimados alumnos por sus aportaciones:
Gracias Perla, Rebeca, Lupita y Héctor.

A la Facultad de la Ciencias Políticas y Sociales-UNAM y a CONACYT

Finalmente, gracias a los responsables de los cibercafés investigados quienes me proporcionaron valiosa información y que hicieron posible este trabajo.

INDICE

Introducción	1
Capítulo I. Internet. Contexto y Desarrollo	4
1.1. Contexto global de Internet	4
1.1.1. Las nuevas tecnologías como clave del desarrollo	4
1.1.2. El concepto de Brecha Digital y el acceso a las TIC	11
1.2. Acceso a Internet en México	14
1.2.1. Inicios de Internet en México.	14
1.2.2. Infraestructura de conexión a Internet	19
Capítulo II. Acceso Público a Internet	21
2.1. Posturas en torno al acceso	21
2.1.1. Economías de acceso	27
2.2. Los espacios de acceso a Internet	30
2.2.1. Los centros de acceso público (CAPs)	31
2.2.2. El acceso comunitario: Telecentros	35
2.2.3. Experiencias de telecentros	40
2.2.4. El acceso público a las TIC en México	48
Capítulo III. Los cibercafés como espacios de acceso público a internet	56
3.1. Origen y tipología de los cibercafés	56
3.1.1. Historia del cibercafé	56
3.1.2. Definición	59
3.1.3. Tipos de cibercafés	61
3.2. Experiencias de cibercafés en el mundo	63
3.2.1. Europa, África y Asia	63
3.2.2. América Latina	70
3.2.2.1. Las cabinas públicas peruanas: una experiencia relevante	70
3.2.2.2. Sudamérica	76

3.2.3. Los cibercafés en México	79
3.2.3.1. Perfil de los cibercafés	81
3.2.3.2. Marco legal de los cibercafés	84
3.2.3.3. Sostenibilidad e importancia de los cibercafés	90
Capítulo IV. Los cibercafés en la Ciudad de México: Un estudio exploratorio	93
4.1. Escenario de Investigación	93
4.2. Descripción de la metodología	96
4.2.1. Tipología de los cibercafés	97
4.2.2. Definición de las categorías	98
4.2.3. Selección de los casos	100
4.2.4. Técnicas aplicadas	102
4.2.5. Dificultades en el trabajo de campo	103
4.3. Hallazgos generales	104
4.4. Comentarios acerca de los resultados del trabajo de campo	112
Conclusiones	116
Fuentes de consulta	127
Anexos	
Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada	141
Anexo 2. Guía de observación	142
Anexo 3. Base de datos de los cibercafés investigados	145
Anexo 4. Infraestructura de conexión a Internet en México	155
Antes de terminar	157

INTRODUCCIÓN

El rápido desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC) especialmente Internet y las potencialidades que se le atribuyen como elemento clave para el progreso, han provocado que diversos países las conciban como la llave mágica de crecimiento y por ende consideren el acceso a las tecnologías como un factor fundamental. De ahí la importancia de analizar qué está pasando con el denominado acceso a la información en el mundo y, especialmente en nuestro país.

Esta investigación es producto de diversas inquietudes sobre el auge que han tenido los centros de acceso público, en especial, los cibercafés. El objetivo es demostrar que estos sitios novedosos están acercando, verdaderamente, a la población al uso de las nuevas tecnologías.

El impacto que estos espacios han tenido ha sido tal, que poco a poco han adquirido características especiales, acordes a cada lugar y a las necesidades de los usuarios. Su importancia radica fundamentalmente en que para muchas personas han sido la única fuente de acceso para el conocimiento y uso de las TIC. Los cibercafés aparecen en la sociedad como un nuevo espacio de tecnología, y en donde la necesidad de los habitantes se ve satisfecha al acceder, usar y hasta aprender el manejo de las computadoras e Internet.

Nos encontramos frente a un fenómeno de proliferación y uso de TIC, en una sociedad en el que el acceso parece ser una salida a los problemas del subdesarrollo. Sabemos que la demanda en materia de comunicación depende del medio ambiente social y cultural y las necesidades de información son sobre estimuladas desde todos los frentes y, los cibercafés se presentan como una oferta accesible para satisfacer estas exigencias.

El estudio de este nuevo espacio de interacción con las computadoras y la red es todavía muy endeble, por ello la importancia de llevarlo a cabo. Es claro que con estos centros de acceso se impulsa un desarrollo descentralizado, se amplía el alcance de los servicios, y de alguna forma, se incorpora a todos los grupos sociales en la vida económica, social y política de la región y del mundo.

Tratar de precisar el fenómeno, su origen, desarrollo y actividades que se realizan dentro de ellos, es todavía muy difícil, sin embargo, esta investigación pretende conocer cómo estos establecimientos están integrando a los mexicanos, de alguna forma, a la sociedad de la información y al mundo.

Para llevar a cabo el análisis se retomaron las posturas en torno al acceso a las TIC a partir de fundamentos como la Sociedad de la Información y la Brecha Digital; asimismo, se trató de englobar las diferentes definiciones que existen del concepto acceso público, como la base conceptual de esta investigación, la cual se presenta desde tres niveles: el acceso a la infraestructura, el uso y la apropiación. A partir de ello, se indagó el nivel en qué se encuentran los cibercafés y las aportaciones que han hecho a la sociedad.

Así también, para explicar el fenómeno, se tomó como base el proceso de la comunicación, específicamente, el papel del emisor, en este caso, los responsables de los cibercafés y los establecimientos mismos como elementos clave para la integración de la tecnología a la sociedad. No obstante, se retoma someramente, el papel de los usuarios como receptores de la tecnología, aunque no es parte de este estudio, con la intención de conocer a quiénes están dirigidos los cibercafés y como están siendo usados.

Dado que este trabajo no pretende generalizar la situación de los cibercafés en el país, se determinó analizar los ubicados en la Ciudad de México. Se creó un método de trabajo acorde al lugar donde se ubican, por ser este un factor que determina los diferentes tipos que existen. En este sentido se llevaron a cabo entrevistas y observación no participante de diez cibercafés ubicados en diversas zonas de la ciudad. El uso de estas

técnicas permitió conocer la realidad de los cibercafés y con ello, poder describir ampliamente sus características y reconocer sus potencialidades como lugares de acceso.

El trabajo está dividido en cuatro capítulos. En el primer apartado se presenta el contexto global de las tecnologías e Internet, así como su importancia como elementos de desarrollo, particularmente en caso de México. De igual forma se trata el tema de la comunicación para el cambio social y cómo la penetración de este nuevo medio, Internet, generan grandes expectativas.

El capítulo dos presenta las diversas posturas que se han trabajado sobre la definición de acceso y las diferentes concepciones de los centros de acceso público a las TIC que se han generado en el mundo, así como algunas propuestas en el país.

Los cibercafés como espacios de acceso público a internet es el tema del tercer capítulo, en el cual se desarrolla la definición de estos lugares, su tipología y las experiencias más sobresalientes en el mundo, resaltando casos como el de las cabinas públicas peruanas y, por supuesto, el caso mexicano.

El capítulo cuatro presenta los hallazgos generales encontrados en el trabajo de campo, a partir de un estudio exploratorio en la Ciudad de México. En este apartado es posible identificar las principales características como espacios de comunicación y socialización de las TIC y concluir que efectivamente los cibercafés están apoyando el acceso a la información a diferentes sectores de la población.

Finalmente, como parte de las conclusiones, se exponen algunas sugerencias para que los cibercafés funcionen adecuadamente como espacios de acceso a las TIC sin perder su objetivo comercial.

CAPÍTULO I INTERNET: CONTEXTO Y DESARROLLO

*“La globalización es la omnipresencia, totalizadora y envolvente, de intercambios y recursos que a menudo hacen creer que el mundo es uno sólo”
Raúl Trejo Delarbre.*

El presente capítulo describe el nacimiento de Internet, así como su historia y las principales posturas que lo consideran un medio relevante para el desarrollo de los países. También se aborda la situación que existe en torno al acceso a Internet a nivel mundial y cómo éste se percibe como una alternativa de desarrollo o cambio social. Se presenta, además, un breve panorama de las telecomunicaciones en México, el progreso de Internet y la infraestructura actual.

1.1. Contexto global de Internet

1.1.1. Las nuevas tecnologías como clave del desarrollo

A medida que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son usadas por más gente en todo el mundo, se han vuelto una alternativa para el progreso en los países; el uso de la tecnología y el manejo que exista de ella, puntualiza el avance y el ingreso a la modernidad y a la globalización de las sociedades, es decir, a la puesta al día de sus estructuras organizativas y sus pautas de comportamiento.

Vivimos en una época que se caracteriza por el auge de la sociedad de la información, que determina las actividades del ser humano en todos los ámbitos; se basa en la tecnología organizada de manera global gracias a las redes de informática y telecomunicaciones y que se piensa es el nacimiento de una nueva sociedad.

La concepción hegemónica de desarrollo que predomina actualmente es la globalización y de acuerdo con Castells (2003), la sociedad enfrenta una particular reestructuración de su modo capitalista de producción denominado informacionalismo, donde la fuente de la productividad y expansión del capital reside en la tecnología de generación del conocimiento, procesamiento de la información y la comunicación. El control y la optimización de los procesos industriales fueron sustituidos por el manejo y procesamiento de información. (Lizama, 2005). El capital se destina principalmente al desarrollo de las TIC y, las empresas de tecnología se convierten en actores centrales de la economía.

La innovación tecnológica para la productividad ha generado las condiciones para que la industrialización sea reemplazada por la industria de la información. Las principales características de la globalización recaen en el poder económico, los mercados se interrelacionan y los países establecen tratados bilaterales de intercambio comercial donde las empresas organizan su producción en todo el planeta. (Ossandón, 2004).

En la globalización, la implementación de la tecnología no sólo opera en los países más desarrollados, sino que también se ha extendido como parte de las prioridades de los países pobres. Su uso ha permitido unificar patrones de intercambio económico en el mundo; la comunicación global se ha hecho fundamental y a medida que hay una mayor estandarización de los avances tecnológicos, más sectores están conectados. (Reyes, 2003)

Las TIC se constituyen como un sistema capaz de procesar y transmitir informaciones cada vez más rápido, en un lenguaje interactivo, en un punto donde las máquinas, y la misma sociedad se fusionan sin tomar en cuenta las distancias ni las fronteras y donde el mundo se vuelve un espacio tecnológico que determina los caminos de la sociedad. La tecnología se desarrolla a la par de la economía de los pueblos, y aunque ésta no es determinante, ya que existen los aspectos culturales y sociales, sí es un factor que establece, la pertenencia o no a la era globalizada.

La base de la globalización se establece por el carácter cada vez más inmaterial de la producción, en el desarrollo informático de los medios de comunicación, en la transferencia de conocimientos y de gestión en tiempo real de los flujos financieros y los

mercados. Bajo esta dinámica, la globalización es el marco de una nueva economía basada en la tecnología.

Esta idea ha penetrado de tal forma en las sociedades que nos encontramos en un proceso de transnacionalización y desterritorialización y como dice Anibal Ford (1994), esto sólo es posible con la oferta tecnológica. Un mundo formado de múltiples naciones y sin un territorio fijo sólo puede concebirse con el apoyo de la tecnología.

Dentro de esta supuesta globalización en la que vivimos, (por lo menos los países del tercer mundo) las nuevas tecnologías se presentan como un aliciente para muchas actividades. Las innovaciones que se están gestando van desde los modos y las relaciones de producción hasta las experiencias y valores en torno a los cuales los individuos y grupos construyen sus nuevas formas de vivir.

No hay que olvidar, que el desarrollo tecnológico siempre es organizado e instrumentado por los países denominados ricos, ellos son los que determinan quiénes y cómo deben usarlo y los que finalmente señalan si estamos inmersos o no en la globalización (Mattelart, 1997). Los rasgos impuestos, en torno a la tecnología, de los países dominantes, nos orienta a ser parte de los países globalizados, tener computadoras y entrar en Internet son elementos clave de modernización y de conocimiento global. La ideología del progreso mediante las TIC propicia que los gobiernos fundan su estrategia en el desarrollo económico.

Trejo Delabre (1999) habla de una sociedad de la información, caracterizada por el uso de las tecnologías de la información, con los cuales es posible, dependiendo del uso que se les dé, generar desarrollo y conocimiento. Y es Internet, principalmente, la punta de lanza de este objetivo, ya que además de ser un medio idóneo para la transmisión de información, ha revolucionado las expectativas y constituye, en nuestro tiempo, el factor principal para favorecer la descentralización y la dispersión de las poblaciones y servicios. Cabe resaltar que esta idea no es nueva, con la aparición de la radio y la televisión se hicieron los mismos planteamientos y aunque estas tecnologías existen casi en la totalidad de las poblaciones, no se ha logrado el desarrollo que se pensaba.

Por su parte, Manuel Castells (1998) concibe la sociedad de la información como un estadio del desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y administración pública) para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera. Esta definición sin duda, está creada pensando en las posibilidades de Internet.

Cabe aclarar, que estas ideas de desarrollo con el uso de las tecnologías de información y de la Internet particularmente, están respaldadas por los principios planteados por la Organización de las Naciones Unidas en torno a la Sociedad de la Información (SI). La visión de la SI se basa en la facultad de comunicarse, como una forma de acrecentar los derechos humanos y fortalecer los vínculos sociales, económicos y culturales de las personas y las comunidades.

En los documentos preparatorios de la Cumbre de Ginebra, se definió a la Sociedad de la Información como "Una nueva forma de organización social, más compleja, en la cual las redes más modernas, el acceso equitativo y ubicuo a la información, el contenido adecuado en formatos accesibles y la comunicación eficaz deben permitir a todas las personas realizarse plenamente, promover un desarrollo económico y social sostenible, mejorar la calidad de vida y aliviar la pobreza y el hambre". (CCT, 2003)¹

De las metas que se propusieron (2003)², resalta la visión que comprende lograr un acceso universal y equitativo; atender a las necesidades del mundo en desarrollo y considerar la información como un bien público común. "La Sociedad de la Información tiene como columna vertebral a la Internet aunque en ella convergen los medios de comunicación convencionales y, en el futuro, habrá otros espacios y mecanismos implicados con la red de redes." (CCT, 2003). La importancia de Internet recae porque se concibe como un conjunto de comunidades, de tecnologías, que satisfacen las necesidades básicas de una comunidad. Es a la vez una oportunidad de difusión mundial, un mecanismo de

¹ En Posición de México, frente a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. Comisión de Comunicaciones y Transportes.

² En la Cumbre Mundial Sobre la Sociedad de la Información (CMSI), Organización de las Naciones Unidas (ONU), Ginebra, Suiza.

propagación de la información y un medio de colaboración e interacción entre los individuos y sus computadoras, independientemente de su localización geográfica.³

Esta postura primordialmente progresista y positiva no es algo nuevo, ya que desde décadas anteriores, fue parte de los planteamientos de teorías de la modernización y las estrategias de información utilizadas por el Gobierno de Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial, mediante las cuales se promovían cambios colectivos y acciones de comunicación desde las comunidades y las teorías de dependencia nacidas de las luchas sociales del tercer mundo. (Gumucio, 2004:1).

Entre las premisas planteadas por estas estrategias destaca que la información y la comunicación son en sí factores de desarrollo. Evidentemente no son propuestas innovadoras, más bien son los modelos de desarrollo que siempre han implementado los países ricos, especialmente de Estados Unidos, los cuales son maquiados época tras época y adaptados a la tecnología de moda.

Nos encontramos frente a propuestas de comunicación para el cambio social donde se combina el uso de los medios masivos con la comunicación educativa y participativa. Y esencialmente se cuestiona el concepto de un desarrollo que promueva la comunicación que permita la participación comunitaria de los sectores más pobres y aislados. (Gumucio, 2004:3)

Las ofertas de modernización pretenden mantener el dominio de los países industrializados a los países pobres con el pretexto de apoyarlos en su desarrollo y seguir dominándolos indirectamente. Esta supuesta ayuda se empezó a dar a través de los acuerdos comerciales a partir de los cuales se mantiene la influencia económica, política y hasta cultural de los países ricos.

Por su parte, las teorías de dependencia también manejaron un punto de vista para el cambio social. La premisa básica era que no existen países o comunidades que funcionen de forma totalmente autónoma y que sean totalmente autosuficientes y tampoco hay

³ En Red Científica Peruana. <http://www.rcp.net.pe/rcp/internet/>

naciones cuyo desarrollo sea exclusivo de factores externos. Cada sociedad es dependiente de otra tanto cualitativa como cuantitativamente. (Servaes y Malikhao, 2004:7).

Además de estos modelos, han surgido posturas como la comunicación alternativa producto de las luchas sociales y como un espacio de expresión pública y la comunicación para el desarrollo y cambio social⁴ donde se hizo énfasis en el uso de una tecnología apropiada para campesinos pobres que establecieran flujos de intercambio de conocimiento e información entre las comunidades rurales y los expertos. (Gumucio, 2004:19-21). Se buscaba capacitar en técnicas de comunicación para producir materiales de acuerdo al contexto cultural, hecho que se busca actualmente con el uso de Internet en espacios comunitarios, donde los usuarios sean capaces de usar el medio para su beneficio particular y el desarrollo de sus comunidades.

Existen una variedad de modelos teóricos que se han presentado como estrategias de comunicación para el desarrollo, sin embargo, dado que cada país es diferente, ninguno ha funcionado a la perfección. Las posturas actuales plantean el aprovechar las oportunidades de las TIC para alcanzar el progreso y es en este sentido que la UNESCO⁵ (Nueva Delhi, 2003) planteó que la comunicación para el desarrollo no debe convertirse en algo conducido por la tecnología, sino más bien fundarse en los asuntos y preocupaciones sociales.

La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información adoptó un Plan de Acción basado en metas internacionales de desarrollo, incluidas las de la Declaración del Milenio, que tiene como objetivos principales crear puntos de acceso comunitario y utilizar a las TIC para conectar aldeas, escuelas, centros de investigación, de salud y gobierno, teniendo en cuenta las circunstancias de cada país, así como fomentar el desarrollo de contenidos y asegurar el acceso a las TIC de más de la mitad de los habitantes del planeta. (Servaes y Malikhao, 2004: 28).

En el caso de México, el tema ha sido abordado por diversas instancias, entre las más importantes se encuentra la Cámara de Senadores, quien a partir de los lineamientos planteados por Asamblea General de las Naciones Unidas realizó la VI Conferencia

⁴ Propuesta implementada por la Organización para la Agricultura y Alimentación (FAO)

⁵ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Internacional denominada, "El reto de México ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (mayo, 2003), con el objetivo de que académicos, comunicadores, y legisladores debatieran sobre la importancia del tema en el desempeño de la sociedad, principalmente en los aspectos de acceso, capacidades humanas y desarrollo de marcos legales de infraestructura para el mejoramiento de las acceso a las redes y la disponibilidad de los servicios de comunicación. (CCT, 2003). En este sentido, han surgido diversas propuestas para expandir la tecnología, tal es el caso del proyecto gubernamental E-México que pretende, en una primera instancia, proveer de telefonía a casi 12 000 poblaciones que tienen entre 50 y 100 habitantes, así como acercar los adelantos tecnológicos a 4500 localidades con más de 100 habitantes. Esta iniciativa pretende lograr que en cinco años 52% de las viviendas tengas acceso a la tecnología. (Crovi, 2002:28).

La nueva era privilegia la importancia del conocimiento, la innovación y la economía basada en servicios y lamentablemente el progreso se sigue planteando desde los países ricos a la par del desarrollo de estrategias para la transferencia de conocimientos en tecnología a los países pobres.

Las TIC y en especial la red de redes es sin duda, la base del nuevo sistema productivo, a través de ella es posible tener el control en todas las áreas de la sociedad. Internet ha generado una economía de mercado diferente, que ha permitido incluir a todos los sectores para producir o consumir información, además de lograr comunicar lo que se quiere y lo que somos en la sociedad mundial.

1.1.2. El concepto de brecha digital y el acceso a las TIC

Uno de los escenarios en donde es posible evaluar la visión del progreso social es el fenómeno de la brecha digital, la cual es entendida como la inequidad en el acceso y el uso de las TIC, se refiere a la diferencia que existe entre los individuos, las casas, los negocios, y áreas geográficas de niveles socio-económicos diferentes para acceder a las tecnologías de información y comunicación y al uso de Internet. Se distingue en dos dimensiones. Por un lado la brecha internacional del progreso tecnológico, desde los países de origen hacia el resto del mundo y por el otro, la brecha doméstica, la cual se centra en la inclusión universal, el crecimiento con equidad y la aparición de una nueva forma de exclusión y de apropiación del conocimiento. (García Fidel, 2005).

Al respecto, Mattelart (1997) rescata el concepto de tecnoapartheid global o economía de archipiélago, el cual está marcado por las fronteras comerciales y de contenido. Si la mayoría de la población en el mundo no tiene la posibilidad de utilizar las tecnologías de la comunicación y la información es porque existe una desigualdad económica y social, que si bien ahora es muy evidente, poco a poco irá desvaneciéndose hasta incorporar a todos a la sociedad de la información.

Crovi (2002:26) retoma este concepto como las diferencias de acceso que existen entre los ciudadanos, ya sea por falta de capacitación para manejar los instrumentos o por falta de infraestructura tecnológica. Y resalta que un este abismo debe interpretarse no sólo como la carencia de equipo, sino en términos de conocimiento y habilidades para el manejo de la tecnología. Menciona como ejemplo el de América Latina, la cual ha sido pionera en materia de uso social de las TIC por medio de sus programas gubernamentales, los espacios de acceso público como los cibercafés y las propuestas de la sociedad civil y privada, experiencias que han permitido sortear la dificultad de una base tecnológica insuficiente.

La variedad de indicadores para estimar la brecha digital son sustancialmente los mismos: conexiones y equipo, así como capacitación para aprovecharlos. La diferencia está en el énfasis que se invierte y los efectos que se logren en la promoción de un uso social extenso de las nuevas tecnologías. Es preciso reconocer una desigualdad originaria, pero

además creciente, en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información. (Trejo, 2003)

Es evidente que la introducción de las nuevas tecnologías genera vías y resultados diversos, pero indudablemente cada país se convierte en informacional a ritmos diferentes y en grados divergentes en conformidad con su nivel de desarrollo.

La sociedad está marcada por su capacidad de acceso y uso de la tecnología, de aquí, la importancia de que ésta esté listas para incorporarse a estructuras sociales determinadas en forma crítica y en función de auténticas necesidades. No vale tener la tecnología, sino existe un uso claro de ella, una aportación real a las actividades diarias y sobre todo un enriquecimiento en la vida de cada individuo.

Estamos inmersos en un gran proceso de transformación social, que modifica cada vez más las relaciones sociales y los modos de producción. Existe un consenso general en afirmar que con las tecnologías se solucionan todos los problemas y se reconoce el papel central del conocimiento y la información como factor de desarrollo de los países. De ahí que un primer paso sea encontrar, en los países en vías de desarrollo, las medidas idóneas para estar conectados y así contribuir a universalizar el consumo de las TIC.

Panorama de las telecomunicaciones

A la par del concepto de brecha digital, Castells plantea lo que denomina la geografía de Internet (2001:235), en la cual evalúa tres distribuciones, la física, la de los usuarios y la de las empresas que crean contenidos. Destaca el dominio que existe por parte de Estados Unidos en los tres aspectos y como en la distribución de Internet existen también diferencias entre los distintos grupos sociales, étnicos, de edad y sexo. El problema, afirma, no se limita al número de conexiones, sino en los efectos que producen la ausencia o la presencia de las mismas.

Evidentemente, existe un alto nivel de concentración en el mundo desarrollado, según datos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2003) el

90% de la población que se conecta a Internet vive en países desarrollados, mientras que en los países con economías subdesarrolladas, sólo el 0.6% de la población tiene acceso. En México, por ejemplo, el acceso a las telecomunicaciones sigue siendo bajo. El INEGI (2003)⁶ reportó que, el 11.6% de las viviendas en 2001 contaban con equipo de cómputo⁷, cifra desfavorable si se compara con los datos de países desarrollados como Dinamarca (69%), Finlandia (50.9%), Japón (50.5%) y los Estados Unidos (56%), disponibles al mismo año, cuya tasa de penetración alcanzó alrededor de la mitad de los hogares.

Para 2005, la *Computer Industry Almanac* (Gómez y García, 2005:50) reporta que a nivel mundial 118 de cada mil personas tienen acceso a Internet, de los cuales el 82% de los usuarios se concentrarán en 15 países; Estados Unidos es el país con mayor porcentaje de acceso y ejerce un liderazgo con más de 110 millones de usuarios (1999), lo que representa casi el 43% de un total de 259 millones de usuarios de Internet en todo el mundo, seguido de Europa y la región Asia Pacífico con 105 y 90 millones de usuarios respectivamente.

En el caso de América Latina, la situación es extrema. En 2005 (Gómez y García, 2005:50) sólo el 12% de la población hispanoamericana tiene acceso a las TIC. Esta cifra tiene cierta relación con la falta de infraestructura y capacitación y los altos costos de comunicación. Brasil, México y Chile tienen las redes más grandes de América Latina. Lo anterior aunado a que, en la medida en que la tecnología forma parte de los países pobres, se genera una disparidad en el uso y la oportunidad de decidir en el contenido, la estructura y la dinámica de Internet.

La oportunidad que los países en desarrollo tienen, en este sentido, es limitada si vemos la rapidez con que la tecnología avanza y la lentitud con que se introduce en cada lugar. Es evidente la desigualdad en el acceso de uso de computadora e Internet entre los países ricos y pobres, debido principalmente a los recursos económicos. A pesar de que "el uso de Internet se está difundiendo rápidamente, ésta sigue un modelo espacial que fragmenta su geografía de acuerdo a la riqueza, la tecnología y el poder." (Castells, 2001:239)

⁶ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. México, 2003.

⁷ El total de viviendas contabilizadas en este estudio fue de 23 millones 205 mil 945.

1.2. Acceso a Internet en México

1.2.1. Inicios de Internet en México

La historia de Internet en México comienza en 1989, cuando el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)⁸ se enlazó por primera vez con la Escuela de Medicina de la Universidad de Texas⁹, en la ciudad de San Antonio. Más adelante, la conexión la estableció el Instituto de Astronomía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)¹⁰ y el Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR),¹¹ de Boulder, Colorado, en Estados Unidos. (Gutiérrez e Islas:2000)

Según NIC México¹², en 1990, otros centros educativos se conectaron a la red y al igual que en la Unión Americana, en nuestro país las principales instituciones de educación superior fueron las primeras en enlazarse.

Debido a los alcances que se vislumbraban con la conexión de Internet, en 1992, surgió una asociación denominada Mexnet, principalmente integrada por instituciones educativas, que promovían la discusión de políticas y procedimientos que debían regir el camino de la red en México. En sus inicios, esta red ofrecía el servicio a Internet de forma gratuita con un ancho de banda de 56 kilobytes por segundo.

Un año después, en 1993, la Universidad de las Américas experimentó con el ambiente web, desarrollando la primera página electrónica y a partir de entonces, la información acerca de Internet se empezó a difundir con mayor intensidad en periódicos y revistas especializadas.

⁸<http://www.mty.itesm.mx>

⁹ <http://www.utsa.edu>

¹⁰ <http://www.unam.mx>

¹¹ <http://www.ncar.ucar.edu>

¹² El Network Information Center - México, (NIC-México) es la organización encargada de la administración del nombre de dominio territorial .MX, es decir, el código de dos letras asignado a cada país. Entre sus funciones están el proveer los servicios de información y registro para México, así como la asignación de direcciones de IP y el mantenimiento de las bases de datos respectivas.

Evidentemente, Internet en sus inicios tuvo un fin primordialmente académico y de investigación, no sólo por las instituciones educativas que tenían el privilegio de estar conectadas, sino por los servicios que se ofrecían, los cuales se limitaban al acceso remoto (Telnet¹³), transferencia de archivos (FTP¹⁴), correo electrónico y Gopher¹⁵. (NIC, 1991).

Como consecuencia de una apertura general, impulsada por aquellos que administraban la red, ésta se volvió accesible a la iniciativa privada, principalmente para el sostenimiento de la infraestructura tecnológica.

En 1994 se creó RedUnam como primer abastecedor de servicios de Internet y con el objetivo de comercializar el servicio de conexión. Posteriormente siguieron Conacyt y MexNet, que formaron la Red Nacional de Tecnología (RTN), que era administrada por INSOTEC y que comenzó a ofrecer líneas y rentar el servicio de enlace a particulares. PIXELnet se convirtió en la primera empresa comercial con un servidor conectado a Internet.

Con todo esto, en México, al igual que otros países, 1994 representó el fin de Internet como aparato tecnológico exclusivo de las instituciones educativas y la fue el inicio de la era comercial del medio de comunicación más importante de los últimos años.

Más adelante, en febrero de 1995, el periódico mexicano La Jornada¹⁶ apareció por primera vez en la web, demostrando así las nuevas posibilidades de Internet para los medios convencionales de comunicación. Hechos como éste comenzaron a provocar un boom de conexiones nacionales a Internet.

A principios de 1995, el número de instituciones educativas enlazadas a Internet era mayor al de las entidades comerciales, pero a finales del mismo año, la cantidad de las primeras fue rebasada ampliamente. Respecto al registro de dominios comerciales

¹³ TELNET -*Telecommunicating Networks* son las aplicaciones de acceso remoto que permiten acceder a un servidor. Se trata de una aplicación que se ejecuta en la computadora y que utiliza Internet para conectarse al ordenador que se le especifica.

¹⁴ FTP (*File Transfer Protocol*) es uno de los diversos protocolos de Internet que permite transferir grandes bloques de datos por la red. La mayoría de las páginas web a nivel mundial son subidas a los respectivos servidores mediante este protocolo.

¹⁵ Gopher fue el primer intento para unificar los recursos de Internet y facilitar la búsqueda de información. Se organizaba por directorios y se integraba por ficheros de texto, imágenes o animaciones. Actualmente es similar a un buscador como Google o Yahoo.

¹⁶ <http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/>

(com.mx), éstos aumentaron mil por ciento en sólo nueve meses. En diciembre del mismo año, se nombró oficialmente al ITESM como Centro de Información de Redes en México (NIC-México) y desde entonces es el encargado de asignar las direcciones IP y los dominios ubicados bajo .mx.

De acuerdo a NIC México, en 1996 se consolidaron los principales proveedores del servicio de Internet en el país, liderado por Teléfonos de México (Telmex). Asimismo, la apertura en materia de telecomunicaciones, impulsada desde el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, provocó un auge en la infraestructura de conexiones e Internet comenzó a masificarse. Para 1997, ya existían más de 150 proveedores de acceso a Internet (ISP's), ubicados en los principales centros urbanos: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Mérida, Nuevo Laredo, Saltillo, Oaxaca, entre otros. (Gutiérrez e Islas, 2000).

Según NIC México,¹⁷ se cuenta con: 134,828 dominios nacionales .mx hasta el 31 de julio del 2005. La distribución de dominios es la siguiente:

.com.mx	122,605	.gob.mx	2860
.net.mx	495	.edu.mx	2954
.org.mx	5742	.mx	172

En la escala de desarrollo tecnológico que establece el Foro Económico Mundial, entre 2002 y 2003 México pasó del sitio 44 al 47 entre varias docenas de países.

De acuerdo con el estudio publicado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en 2005, las condiciones de acceso a las TIC en México se presentan de la siguiente manera:

Se cuenta con 10.8 millones de computadoras personales, y resalta que estos equipos son usados por más de una persona, lo que nos lleva a pensar que el número de usuarios de equipo de cómputo en el país ha crecido considerablemente. De esta cantidad, el 58% (6.3 millones) son equipos disponibles en el hogar, el resto evidentemente son computadoras ya sean instaladas en las escuelas, en las zonas laborales y en sitios públicos como los cibercafés (30%). Este mismo estudio señala que el 55% de estas computadoras en los

¹⁷ Network Information Center (NIC-México). www.nic.mx. Estadísticas

hogares cuentan con acceso a Internet, es decir, unos 3.5 millones de computadoras, mismas que usan los servicios descritos en el siguiente cuadro:

Porcentaje de tipos de conexión a Internet

Tipo de acceso	%
Modem dial up	26%
Cable (banda ancha)	20%
ADSL / infinitud Telmex (banda ancha)	43%
Inalámbrico (banda ancha)	5%
Enlace dedicado (T1/E0)	3%
Celular	0%
Otro	3%

Fuente: AMIPCI (2005)

La conexión a Internet se da, como es posible apreciar, exclusivamente en computadoras personales y en un porcentaje importante (63%) por conexión de banda ancha, del cual el 43% sigue siendo controlado por Telmex.

A pesar del aumento en el número de computadoras en los hogares, sólo la mitad cuenta con Internet y esto refuerza la importancia de que este servicio sea conocido y utilizado en sitios públicos, que si bien no parecen haber causado un impacto todavía, si se identifican como el punto de acceso para uno de cada cinco usuarios.

Un aspecto que vale la pena rescatar es el que emite el INEGI (2004)¹⁸ al señalar que una de las principales razones por las que 21.5 millones¹⁹ de hogares mexicanos no cuentan con una computadora es que éstos no la tienen por falta de recursos económicos (59.3%). Con esto es válido pensar que los sitios de acceso público son una opción para acercar a los mexicanos sin posibilidades económicas, ni habilidades tecnológicas al uso de computadoras.

El desarrollo que ha registrado Internet en México ha sido muy relevante, a tal grado que dejó de ser un medio particular de las universidades para convertirse en una la red pública más importante del país, en materia de tecnología y comunicación, con un

¹⁸ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

¹⁹ La cantidad exacta publicada por el INEGI es de 21,582, 572 hogares sin computadora en México (junio, 2004).

alcance tal que de acuerdo al informe de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) México ocupaba en 2003, el quinto lugar en usuarios de Internet en América Latina. (EFE-Crónica, 2004)

El auge ha sido tal, que organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil misma han aprovechado sus ventajas para comunicar sus inquietudes y dar a conocer información de lo más elemental y de importancia de intereses particulares. Tal es el caso del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) quien logró tener gran presencia a nivel internacional y a través de Internet dio a conocer sus planteamientos como organización subversiva.

El impacto que Internet es posible apreciarlo, no sólo como medio de información y comunicación, sino como un elemento que ha permitido la participación activa de los usuarios logrando ser, hasta el momento, la mejor alternativa de comunicación, de entretenimiento, de herramienta laboral y, acertadamente, de desarrollo de nuevas relaciones sociales, todo ello, cimentado en la información.

Es claro que Internet fue un proyecto de investigación que trascendió a tal grado que ahora contamos con una propuesta de comunicación sin precedentes. Mientras que la radio necesitó 38 años para alcanzar una audiencia de 50 millones de personas, a la televisión le llevó 13 años llegar a la misma meta, a Internet sólo le tomó cuatro años. Su proliferación ha sido tal que representa la mejor oportunidad para acceder a los mercados, tan es así que las empresas dedicadas a las tecnologías de información han sido responsables de la cuarta parte del crecimiento económico alcanzado por los Estados Unidos. (Gutiérrez e Islas, 2000).

La influencia de Internet en México, como en otros países, ha sido dramática. El poder de Internet ha impulsado una transformación tal que ha permitido adecuarse al nuevo orden mundial. Los cambios aparecen en diversas dimensiones, desde ser una nueva oportunidad de crecimiento hasta cambiar las prácticas sociales y culturales de los individuos con miras al beneficio de los pueblos.

1.2.2. Infraestructuras de conexión a internet²⁰

Evidentemente, después del auge a nivel comercial de Internet, la administración por parte de las universidades terminó y se dio un despegue de proveedores del servicio a nivel privado, los cuáles ofrecían Internet por tiempo de uso (hora), hecho que limitaba enormemente el acceso y era posible sólo para los sectores económicamente altos. Estos servicios dependían de una conexión dial-up o conexión telefónica particularmente lenta (28kbps), y que por la poca infraestructura existente, en su momento, proporcionaban un servicio muy limitado. Entre las principales empresas que actualmente ofrecen acceso a Internet se encuentran, Teléfonos de México (Telmex) con su proyecto prodigy (acapara entre el 60 y 65% de las conexiones), Terra Networks (11% de la cuota del mercado) e InfoAcces (5%) (Gómez y García: 50).

Con el auge de la red y las posibilidades de acceso a la información que se iban conociendo poco a poco, otras compañías se sumaron para dar el servicio, Avantel es uno de ellos; las tarifas cambiaron de pago por hora a costos de tiempo ilimitado con contratos mensuales y anuales generalmente. El precursor para establecer estas tarifas fue Telmex, que gracias a la infraestructura con la que cuenta y la posición que tiene como monopolio, ha podido consolidarse como el principal proveedor de servicios de internet en el país.

Asimismo, un dato básico para entender esta situación, es la infraestructura de acceso telefónico, ya que "las posibilidades de crecimiento de Internet están estrechamente relacionadas con la calidad de las líneas telefónicas en cada país y con los niveles de digitalización de las mismas" (Gómez Mont: 2000).

Para abril del 2005, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) registró 18,597.1 líneas telefónicas en México, un promedio de 17.1 líneas por cada 100 habitantes (Cofetel, 2005), casi en su totalidad operadas por Telmex, lo que no quiere decir que todas ellas tengan conexión a internet, ya que esto se ve determinado particularmente por el nivel económico y los intereses de cada persona. Aunque, sí nos confirma el por qué del dominio del servicio de Internet por esta compañía.

²⁰ En los anexos se presentan los diferentes servicios de acceso a internet que se ofrecen en México

La alternativa del servicio vía telefónica ha mostrado una maduración con la consolidación de proveedores y una diversificación importante en las alternativas de comercialización, lo que le ha permitido crecer en los últimos cinco años. Prueba de ello son los sistemas gratuitos, financiamiento, pre-pago y alternativas ilimitadas (AMIPCI, 2002:5)

Otras forma de acceso a la red que está teniendo gran promoción es la conexión vía cable, ADSL (Conexión banda ancha de alta velocidad), satélite, cable y muy recientemente Internet inalámbrico, encabezado por *Ego* de la compañía Multivisión y Prodigy móvil que ya opera en algunos aeropuertos del país y en la cadena restaurantera Sanborns.²¹ En sitios públicos como aeropuertos y centrales de autobuses, es común encontrar módulos de acceso, los cuales operan con tarjetas telefónicas Telmex. El cobro se realiza por minuto y regularmente el servicio es lento.

Muchas son las variantes de servicios y costos para usar Internet. La conexión conmutada concentra un número considerable de usuarios, debido a sus facilidades de conexión y costros accesibles, lo que permite que mayor número de personas accedan a la red. Asimismo los servicios de banda ancha de conexión de alta velocidad ADSL o cable tienden a concentrar una proporción interesante, a pesar de tener barreras como el precio de renta mensual y disponibilidad del servicio. No así los servicios vía satélite o de Internet móvil, que se orientan más a satisfacer necesidades empresariales.

En este sentido, México como país en vías de desarrollo ha mostrado un avance importante en materia de introducción e implementación de la tecnología; en el caso de Internet, cada vez más crecen las posibilidades de conexión, y esto es un factor que permite afirmar que el país avanza en el desarrollo, principalmente por parte de los organismos internacionales. No obstante, es claro que México cuenta todavía con obstáculos que le impiden incrementar el número y calidad de la tecnología, además de la falta de lineamientos que guíen su crecimiento y consolidación.

²¹ Sanborns es una cadena restaurantera a nivel nacional perteneciente a Grupo Carso, uno de los conglomerados más grandes e importantes de América Latina con una gran variedad de empresas del ramo comercial, industrial y de consumo. Su presidente honorario vitalicio es Carlos Slim Helú, dueño también de Teléfonos de México. La conexión inalámbrica ofrecida en estos sitios, depende directamente de los servicios de banda ancha de Telmex, es decir, de las empresas del mismo dueño.

CAPÍTULO II ACCESO PÚBLICO A INTERNET

*“Es posible mejorar el intercambio y el incremento de los conocimientos mundiales para favorecer el desarrollo, si se eliminan las barreras que impiden un acceso equitativo a la información”
Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
Ginebra 2003-Túnez 2005¹*

El presente capítulo tiene como propósito explicar el concepto de acceso y los elementos que lo integran de acuerdo a diversos autores. Asimismo, se exponen los diferentes niveles de acceso a Internet que tienen los países y finalmente se hace una presentación de las principales experiencias de los centros de acceso público en Latinoamérica, denominados telecentros y los proyectos, públicos y privados, que se han llevado a cabo en México.

2.1. Posturas en torno al acceso

A partir de los planteamientos que se han manifestado, en los últimos años, respecto al desarrollo de los países con base en la tecnología, una acción que han realizado la mayoría de las naciones, es la de ofrecer acceso a las TIC a toda la población, como proyectos propios o como copia de otras iniciativas, siempre con la idea de que contar con equipamiento tecnológico e introducirlo en todos los sectores.

Este tipo de propuestas se han iniciado generalmente en los países más desarrollados. En Estados Unidos, por ejemplo, la administración Clinton lanzó en septiembre de 1993, su programa denominado Infraestructura de Información Nacional

¹ Principios y planes de acción del documento de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, en <http://www.itu.int/wsis>, 2004.

(NII), la cual se presentó como un agregado de las redes de la nación, computadoras, software y recursos de información (Brian, 1996).

Asimismo, la política federal de George W. Bush fomentó el desarrollo de infraestructura de información para apoyar la investigación básica en la gestión de redes de gran velocidad y proporcionar una plataforma que apoyara la ciencia de la administración (Keller,1996). Con ello y la NII se tuvo claro que Internet no sólo era un modelo para el futuro, sino una plataforma que evolucionaría adaptando las tecnologías a las cuestiones económicas.

Como era de esperarse, estas propuestas iniciadas por la primera potencia hegemónica, se fueron filtrando al resto de los países, a tal grado que ya no sólo era válido tener una infraestructura de gran velocidad para cuestiones gubernamentales, sino que el acceso a todos los sectores se tornó en una realidad; la idea era contar con una red útil para los individuos y las instituciones.

El acceso se concibió no sólo como conexiones físicas a la red, sino además, con un uso específico, como la oportunidad de tener un mínimo de recursos de información en apoyo de la economía. El uso de la red no debía limitarse al recibimiento pasivo de información, sino además, debía existir un ambiente abierto y fácilmente manejable, donde la conexión más básica permitiera a los usuarios actuar como fuentes y destinos de información. (Brian y Keller,1996).

Por su parte, en Latinoamérica, se piensa que para que las TIC contribuyan al desarrollo, es fundamental ir más allá de la conectividad, promoviendo acceso equitativo, el uso y la apropiación social de sus recursos disponibles. (Gómez y Martínez 2001:11)

Ricardo Gómez y Juliana Martínez (2001) en su documento denominado ‘Internet para todos’, definen estos tres ámbitos en torno al acceso a la red:

“Acceso equitativo. Se refiere a fortalecer el acceso, la disponibilidad de conectividad a precios razonables y de capacitación básica en el manejo de las herramientas.

Uso con sentido: Significa poder usar efectivamente los recursos de las TIC, y saber combinarlos con otras formas de comunicación apropiadas, así como producir contenidos propios.

Apropiación social: Es cuando los recursos de Internet han ayudado a resolver problemas concretos para la transformación de la realidad. La evidencia de la apropiación no es el uso de las TIC, sino los cambios que éstas producen en el mundo real para propiciar el desarrollo al ofrecer mejores servicios".²

A pesar de ser conceptos muy elementales de lo que se podría entender como acceso, es relevante que éste no se trata sólo de aprender a usar computadoras o aparatos digitales, sino de sacar provecho de la información que a través de ellos se puede conseguir, producir, procesar, y de potenciar el trabajo para la solución de problemas reales y para el mejoramiento de la calidad de vida.

Otra postura que complementa la propuesta anterior, es la definida como "acceso universal de derecho a la comunicación, de apropiación social y de uso con sentido" (Pimienta, 2003), la cual muestra que para tener un acceso idóneo a Internet, deben tomarse en cuenta los siguientes factores:

- Infraestructura física
- Precio del acceso a dicha infraestructura
- Calidad de la infraestructura (ancho de banda)
- Propiedad vs. Disponibilidad de un dispositivo de acceso
- Capacidad de uso de la herramienta tecnológica: del dispositivo (PC), de las interfaces de programas explícitos (correo, navegador, chat, transferencia de archivos), de las interfaces de programas implícitos (editor, hoja de calculo), de las reglas implícitas del juego en la comunicación y la información (cultura de red o *netiquete*) y de los lenguajes que se utilizan para comunicar e informar.
- Existencia de un soporte usuario apropiado
- Existencia de ofertas de capacitación apropiadas
- Capacidad de apropiación social de la herramienta tecnológica

² Los conceptos de acceso equitativo, uso con sentido y apropiación social fueron desarrollados en colaboración con Kemly Camacho y el equipo de Acceso ,y con la comunidad virtual MISTICA. (Gómez, 2001)

- el entender las apuestas sociales, culturales, económicas, políticas, infoecológicas que trascienden de tras del uso.
- capacidad para transformarse en productor de contenido o animador de una comunidad virtual.
- capacidad de modificar su entorno organizativo para sacar el mejor provecho de la herramienta.
- capacidad de incidir en su propia comunidad
- capacidad de incidir a otros niveles

Por su parte, Delia Crovi (2004:11) aborda el tema de acceso a partir del concepto de brecha digital, descrito en el capítulo anterior, donde considera al menos cinco escenarios, interrelacionados con el acceso y uso de las redes:

“**Tecnológico**, referido a la infraestructura material disponible, así como al grado de actualización de dicha infraestructura.

Económico, relacionado con la carencia o disponibilidad de recursos para acceder a las redes, lo que se manifiesta tanto a nivel personal, como entre los sectores gubernamentales y algunos privados.

Conocimiento informático, es decir, las capacidades cognitivas que deben poseer los individuos para apropiarse adecuadamente de los nuevos medios digitales.

Acceso a los recursos culturales en general, y comunicativos e informativos de la sociedad en particular.

Político, escenario que identifica las políticas públicas sobre el acceso a las redes y la voluntad de generar participación en torno a ellas, es decir, recursos empleados en un contexto democrático con un marco legal y social adecuado”.

Como es evidente, lograr este acceso universal requiere de muchos esfuerzos. Las propuestas anteriores, describe todos los requerimientos que deben existir para conseguirlo y, aunque hacen énfasis en la parte física, ésta no es suficiente, si en realidad se pretende aumentar los niveles de desarrollo.

Aunado a estas posturas, Carracedo Verde (2003) considera que no existe una sola división en la sociedad entre “analfabetos informáticos” y aquellos que saben usar las tecnologías de la información y la comunicación, sino varias “divisiones” y lo define como Estratificación Digital. Este concepto lo mide bajo tres variables: el acceso a las computadoras, la infraestructura de entrada a la red y la adquisición de conocimientos e información, desarrollados en los siguientes elementos:

“Equipamiento o hardware: Todo el equipo físico como la computadora, accesorios y periféricos, tales como impresora, módem, escáner, lector de CD-ROM o DVD, grabadora de CD, DVD o cámaras *web*. Cabe aclarar que este autor no hace mención del uso de software, sin embargo, es un elemento primordial para el acceso.

Infraestructura de Acceso:

a. Calidad: Velocidad, volumen de datos, grado de protección o la privacidad de las comunicaciones, el modelo de “tuberías” que conectan con el servidor (por módem, ASDSL, cable, o satélite) y la disponibilidad o capacidad del servidor para hacer frente a una concurrencia masiva.

b. diseño de su estructura, que existe un emisor productor del contenido, y varios receptores casi sin capacidad de decisión sobre la información recibida. Se busca la democracia digital, aplicando los modelos de tránsito de información para obtener esquemas y nociones de la equidad en el flujo de información.

Lugar de acceso a las TIC. Las estadísticas demuestran que las personas acceden a Internet fuera del domicilio. Las disparidades entre el acceso pagado en el hogar, el centro de estudios (generalmente con accesos limitados temporalmente) o el trabajo (condicionado a las condiciones que fije la empresa) marcan diferentes tipos de acceso y uso. Aquí resalta mucho la calidad de los equipos dependiendo del lugar, escuelas, trabajo, casa, cibercafés o bibliotecas.

Conectividad a la Red o Garantía de estar “On-line”: Como requisito mínimo se debe tener una página *web* o una cuenta de correo electrónico.

Disponibilidad de la Información. No todo está disponible en la red, existen restricciones de acceso a la información, a partir de la mercantilización masiva de Internet”.

Una vez resalta que el acceso físico es un factor para el desarrollo tecnológico, sin embargo las habilidades para el uso y manejo de las computadoras e Internet también son relevantes. Es importante determinar el uso de estas herramientas, acorde a cada contexto y en provecho de los usuarios y sus comunidades.

La denominación del acceso implica conocer las condiciones y posibilidades específicas de cada zona en asuntos como plataforma tecnológica apropiada, velocidad y capacidad de conexión a Internet, tarifas por servicios y opciones de conectividad, software y costo de licencias. (Paz, 2001:6).

La idea no es quedarse en la mera inyección tecnológica³ (Santos y Porras, 2004), es “necesario integrar las nuevas tecnologías a los procesos y actividades cotidianas de las poblaciones, identificar cuáles son los requerimientos de información y determinar cómo se puede contribuir a objetivos de desarrollo a partir de recursos como el uso de la información que circula por la red, las posibilidades de interacción con otros actores sociales, el uso de diversos programas informáticos, la relación entre medios tradicionales y nuevas tecnologías, la producción y oferta de información local, entre otros.” (Paz, 2001:7).

De acuerdo a los conceptos de acceso, uso y apropiación, debemos dejar claro que el proceso de acceso y conocimiento de las tecnologías debe aplicarse a situaciones concretas, donde los diferentes actores sociales estén orientados a crear las capacidades para poder aprovecharlas. La utilidad de Internet depende de cómo, quién y para qué se utilice. Con esto se refuerza la idea de que el simple hecho de estar conectado a la red no implica cambios sustanciales en las condiciones de desigualdad y desventaja de las sociedades y mucho menos en una alternativa de desarrollo.

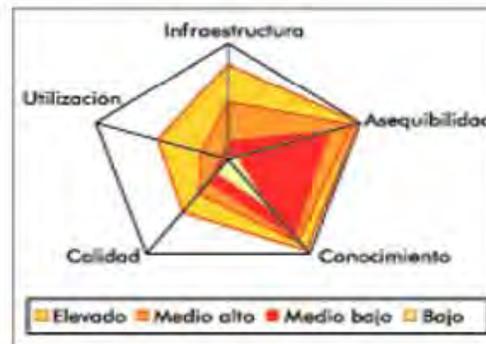
Navegar en la red, no significa tener acceso a ella, es necesario utilizar la herramienta de una forma apropiada, de manera que se sobrepase la simple conexión y que

³ Los autores se refieren a la mera inversión en computadoras, a proporcionar el equipo sin pensar en lo que sigue para su verdadero aprovechamiento.

el uso de la red responde a los requerimientos y visiones particulares de los individuos, comunidades, organizaciones y países.

2.1.1. Economías de acceso⁴

Existen diversas formas de determinar el nivel de acceso a las tecnologías de información, una de ellas es la presentada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) quien evalúa el IAT⁵, a partir de la infraestructura, la asequibilidad, la utilización, la calidad y el conocimiento de cada país. En la gráfica puede apreciarse la proporción de cada categoría para la identificación de los niveles de acceso.



Fuente: UIT.

Economías de acceso elevado: (0.70 a 1) Existen muchos países que han logrado un alto nivel de acceso a las tecnologías digitales en favor de sus habitantes, ya que cuentan con una infraestructura suficiente, precios accesibles y sobre todo, niveles de capacitación acentuados. Lo que distingue a estos países más que el acceso, es la utilización y apropiación de las TIC. Este margen se relaciona más con las características socioculturales de una población, los intervalos de edad y la frecuencia del uso.

En el grupo de países con acceso a tecnología de información, (IAT) superior a 0.8 figuran principalmente las poblaciones nórdicas: Suecia, Dinamarca, Noruega e Islandia⁶. Estas regiones se caracterizan por impulsar un acceso equitativo, crear afinidades tecnológicas y una muy buena infraestructura. El grupo constituido por economías con un IAT elevado es homogéneo, ya que casi todas ellas están situadas en regiones desarrolladas

⁴Desarrollo Nacional en cada una de las categorías de acceso a las TIC de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). <http://www.progressio.org.pe/downloads/ITUDesarrolloNacionalTICs.doc>

⁵ Information Access Technologies. Acceso a Tecnologías de Información. Es un instrumento de medición para evaluar los progresos en torno a las TIC. Se mide en una escala de 0 a 1, donde 1 representa el acceso más elevado. El nivel se indica en centésimas.

⁶ Cabe aclarar, que estos países en conjunto suman alrededor de 19 millones de personas, (Suecia: 9 millones; Noruega, 4.5 millones; Islandia: 293 mil y Dinamarca: 5.4 millones), una cantidad mínima si lo comparamos con los 106 millones de habitantes que tiene México, y evidentemente es un elemento de apoyo para que las TIC estén disponibles para casi la totalidad de su población.

de Europa Occidental, América del Norte, Asia Oriental y del Pacífico. El Fondo Monetario Internacional las clasifica como economías avanzadas.

Economías con acceso medio alto: (0.5 a 0.69) Los países comprendidos en este grupo han logrado un nivel aceptable de acceso, aunque insuficiente en alguna de sus categorías, algunos tienen una infraestructura aceptable, pero disponibilidad baja. Está integrado en su mayoría por países de Europa Central y Oriental, el Caribe, los Estados del Golfo y naciones con economías emergentes de América Latina. Muchos de estos países están interesados en las TIC como motor de desarrollo. Destacan, Emiratos Árabes Unidos con su proyecto denominado la Ciudad Internet de Dubai, Super Corredor Multimedios en Malasia y la Ciber Ciudad de Mauricio que, junto con la República de Seychelles⁷, son las naciones con el IAT más elevado de África. México se ubica en este nivel con una escala de 0.50.

Economías con acceso medio bajo: (0.3 a 0.49) El mayor obstáculo con que tropiezan estos países para conseguir un mayor acceso digital es una infraestructura insuficiente. Situados esencialmente en América Latina, Asia Suroriental, algunos en África, incluida África del Norte, y el Medio Oriente. Los países de este tipo de economía tienen la posibilidad de adquirir un mayor acceso si aprovechan sus logros de infraestructura para promover el acceso digital, fomentar la capacitación y la sensibilización, así como promover servicios innovadores.

Perú ha obtenido una puntuación elevada pese a una infraestructura relativamente insuficiente. Esto se explica por el hecho de que Perú cuenta con un buen acceso a Internet, debido a una amplia oferta de cabinas públicas para sus ciudadanos, lo que contribuye a elevar el nivel de utilización y compensar sus bajos valores en otras categorías. Por su parte, Egipto en 2002 introdujo acceso gratuito a Internet, los usuarios sólo pagan una tarifa nominal por la utilización del teléfono, y el costo se vuelve el más bajo del mundo. Túnez ha logrado conectar en los niveles de secundaria y preparatoria más de 280 lugares de acceso público.

⁷ La República de Seychelles es un grupo de 115 islas ubicadas en el Océano Índico, al noroeste de Madagascar.

Economías con acceso bajo: (0.29 o menos) Estas naciones, tienen una insuficiencia de acceso digital, además del hambre y nula atención de necesidades humanas básicas. Sus costos de acceso son sumamente elevados. Una hora de conectividad diaria a Internet sobrepasa el ingreso medio por día de sus habitantes, por las conexiones internacionales y por falta de infraestructura.

Debe tenerse en cuenta que muchos de los niveles pueden ser mayores unos que otros, como el caso de Zimbawe que tiene un alto grado de alfabetización digital en comparación con Siria que tiene mayor infraestructura. De aquí que este índice contribuya a definir diferentes soluciones para resolver el problema que suscita un bajo nivel de acceso digital en los países.

En América, por ejemplo, en el informe sobre el Estado de las Telecomunicaciones en Centroamérica (Saenz y Galeano, 1996: 13) se menciona que los elementos que limitan el acceso de la sociedad civil a Internet con relación a la disponibilidad y uso de equipos de cómputo por parte de los usuarios finales, es el bajo número de computadoras con capacidad suficiente para el uso pleno de la red, el alto costo de los equipos y la falta de educación y cultura del uso. Y por parte de los operadores, las tarifas elevadas que no toman en cuenta, la capacidad adquisitiva y la falta de conocimiento de la existencia y utilidad de Internet entre la mayoría de la población. Además, no se tienen oportunidades adecuadas de capacitación en el uso básico y práctico de la red. Aunado a ello, la falta de información en español, cultura de intercambio de información y contenidos locales útiles.

Independientemente de las mediciones y perspectivas que pudieran existir en torno al nivel de acceso a las TIC, es claro que hay todavía una gran diferencia entre los países ricos y pobres. Regularmente, el nivel de acceso se determina con el número de usuarios, el cual, no es más que producto de las aproximaciones de las instituciones de estadística públicas de cada país y no necesariamente nos garantiza un dato verdadero que pueda ser comparativo y dé un margen de la realidad del desarrollo en tecnología.

Existe una ausencia de indicadores que reflejen la clara introducción de las TIC, mayoritariamente se limitan a enumerar a los usuarios o las computadoras, sin tomar en cuenta los efectos y transformaciones sociales que pudieran haber provocado. De ahí la importancia de contar además con datos que precisen los beneficios sociales y habilidades

desarrolladas con la introducción de las tecnología, más allá de la simple conexión. Lo destacado es poder tener un parámetro tanto de la penetración tecnológica como del grado de satisfacción de demandas sociales.

2.2. Los espacios de acceso a Internet

Un aspecto que no podemos pasar por alto es el lugar donde los usuarios acceden a Internet. En investigaciones realizadas por la empresa Select a solicitud de la Asociación Mexicana de Internet en México (AMIPCI) en el 2005⁸, prevalece la preferencia de acceso desde el hogar (40%), seguido del cibercafé (30%), el área de trabajo (20%) y la escuela (10%).

El alto nivel de uso en la casa, además de la comodidad que esto conlleva, suele ser producto de las promociones y facilidades de crédito de empresas para la compra de computadoras y renta de Internet. Tal es el caso de Telmex⁹ que ofrece venta de equipos de cómputo con acceso a la red ilimitado en pagos mensuales que se cobran en el recibo telefónico, apoyado de las campañas publicitarias dirigidas exclusivamente a jóvenes estudiantes que dicen requerir un equipo de cómputo para sus actividades escolares y personales. Vale la pena mencionar que el 38% de los usuarios de Internet en México estudian o estudiaron una licenciatura. (AMIPCI, 2005)

El trabajo como segundo espacio de acceso está ligado particularmente a las inversiones en tecnología de información y comunicación por parte de las empresas y la administración pública, bajo el esquema de actualización de sus sistemas que obliga a sus empleados estar a la vanguardia en el uso de las TIC. Lo mismo sucede en las escuelas y universidades, donde cada día sus sistemas administrativos escolares se organizan bajo la tecnología en red y exige a sus miembros ser parte de ella.

⁸ Muestra de 3321 encuestas realizadas en línea en agosto del 2005. AMIPCI y Select (2005). Hábitos de los usuarios de internet en México, 2005. Resumen Ejecutivo. <http://www.amipci.org.mx/contenidos/estudios.html>. Consulta: 3 octubre del 2005.

⁹ Teléfonos de México. Principal proveedor de telefonía e internet en el país. www.telmex.com.mx

Los proveedores de Internet (ISP) ofrecen el servicio a través de conexión conmutada gratuita, que permite a los usuarios conectarse con sólo pagar los costos de SLM Internet¹⁰, estas iniciativas permiten a los usuarios que ya cuentan con computadores acceder a bajo costo a los beneficios de la Red. Siguen este mismo concepto, las tarjetas prepagadas¹¹.

Una iniciativa que ya funciona en el mercado es la de los kioscos que albergan un limitado número de páginas *web* de distintas empresas, mismas que pagan una mensualidad y los usuarios tienen acceso gratuito a navegar y realizar transacciones en dichas páginas. Se ubican en sitios de alto tráfico de personas como los aeropuertos y terminales de autobuses, en ciudades principalmente del norte del país.

El acceso comunitario y público complementa la gama de alternativas de uso de Internet en México, ya que permite a los individuos que no cuentan con una computadora, utilizarla sin necesidad de adquirir un dispositivo o conexión. En este sector encontramos espacios como las bibliotecas públicas, los telecentros, las cabinas públicas y los cibercafés que cada vez más se incrementan en los países, y que serán desarrollados en el siguiente apartado.

2.2.1. Los centros de acceso público (CAPs)

La creciente expansión de los mercados y la reducción en los precios de las telecomunicaciones son los factores que han permitido aumentar el acceso a las tecnologías de comunicación e información. Sin embargo, deberá pasar mucho tiempo antes de que todos los hogares de los países desarrollados y sobre todo en vías de desarrollo tengan acceso a Internet.

Actualmente se habla de lo que Castells ha denominado las "dimensiones de la divisoria digital" (Castells, 2001:276), donde vincula este concepto con la desigualdad en el acceso a Internet y resalta cómo los grupos sociales dominantes están organizados cada vez

¹⁰ Son servicios donde sólo pagas por el tiempo que navegas, los cuales son cobrados a través de las compañías telefónicas. · "SLM Internet" y "Servicio complementario AT&T" son algunos ejemplos de este tipo de servicio. Es un concepto de uso de red y del servicio de conexión de Alternativa Libre a Internet. · Las tarifas por segundo varían mes a mes según la compañía de teléfonos local que provea el servicio, así como por el horario de conexión.

¹¹ Ver anexo 4. Infraestructura de conexión en México

más en torno a éste. Mientras que en Estados Unidos, en agosto del 2000, el ingreso a la red del total de la población era del 45% (Castells, 2001), en México el acceso sólo era del 7%. Además, la mayoría de la población de los países en desarrollo no tiene el poder adquisitivo necesario para comprar una computadora y mucho menos para pagar las conexiones domésticas a Internet. Cabe mencionar que la conectividad es más cara en los países pobres debido a la deficiente infraestructura de telecomunicaciones e insuficiente conexión a los servidores¹² internacionales. El costo de un consumo regular (20 horas de uso) de Internet es mucho más alto que el salario promedio.

Se ha generalizado la idea de que la posesión de Nuevas Tecnologías de Información (NTI) por su capacidad para generar conectividad y procesar, almacenar y transmitir información puede ser una solución casi instantánea a las antiguas desigualdades. Y es en este marco en el que una de las alternativas para eliminar las diferencias de acceso y uso, por lo menos en lo que se refiere a Internet, son los modelos de acceso público, que son un rubro tanto de la propiedad privada como de iniciativas gubernamentales que dan un servicio de uso de computadoras y provisión de conectividad, acorde a las condiciones de cada país y que permiten ofrecer un servicio en forma masiva.

Los centros de acceso público (CAPs) a las tecnologías de información, nacieron de la necesidad de ofrecer, a los que menos tienen, lugares de uso de computadoras e Internet. Cole y Román (1999:1) han identificado unos 30 términos que se han utilizado para referirse a diferentes tipos de centros de información y comunicación, entre los que destacan: cibercafé (en Estados Unidos, *coffe shop*), telecentros, infocentros, centros tecnológicos comunitarios, *telecottages*, locutorios en Argentina, kioscos en la India o cabina pública en Perú.

Independientemente del nombre, los CAPs tienen como objetivo común, aumentar el acceso público a Internet y ofrecer oportunidades para el uso de las TIC a las personas, sin que exista una compra directa de equipo informático o se tenga una línea telefónica, además de que se ofrece calidad del equipo y velocidad de acceso a Internet mucho más rápida de lo ordinario.

¹²Se refiere a las grandes computadoras que almacenan y manejan los sitios *web* y cuyo propósito es proveer datos para otras máquinas. www.masadelante.com/faq-servidor.htm

Menou y Stoll Klaus (s/a), distinguen tres categorías de lo que llaman, puntos de acceso de información públicos (PIAPs) en base a quien los posee, es decir la propiedad de quien tomó la iniciativa de establecerlos y el responsable de su funcionamiento:

- Negocios privados que proporcionan acceso a tecnologías de información y comunicación (TIC) a cambio de ganancias, como lo cibercafés o locutorios.
- Medios públicos que proporcionan acceso a las TIC (Bibliotecas o centros comunitarios).
- Espacios de desarrollo para la comunidad que usan TIC (Telecentros).

Por su parte, Mark Warschauer (2003:76) establece tres elementos que permiten diferenciar estos espacios con base en su administración, ubicación y función:

Tipología de centros de acceso público

Administración		Ubicación		Función	
Tipo	Gestión	Lugar	Comunidad	Servicio	Propósito
Comercial	Individual	Café o restaurante	Urbana	Computadoras individuales y uso de Internet	Acceso individual
Municipal	Múltiple	Telecentros dedicados	Rural	Capacitación	Educación
Escuelas	Franquicias	Librerías públicas		Producción de contenidos	Desarrollo comunitario
Universidades	Redes	Escuelas		Servicios públicos	
Organizaciones no gubernamentales		Universidades		Servicios privados	
		Centros comunitarios			

El primer elemento es la administración, los CAPs pueden ser de tipo comercial, gubernamentales, de instituciones educativas o de organizaciones no gubernamentales. Algunos de ellos son centros creados individualmente y en otros casos operan bajo redes o franquicias.

El elemento que refiere al lugar, establece que los CAPs pueden operar en cafés o restaurantes, generalmente los de uso comercial; otros más operan en colegios, oficinas,

librerías y organizaciones comunitarias y pueden encontrarse en áreas tanto urbanas como rurales.

El tercer componente es la función. Todos los centros, independientemente de su tipo, ofrecen computadoras individuales y/o Internet, además pueden brindar capacitación, producción de contenidos, servicios públicos (correo y comercio electrónico), renta de equipo, soporte técnico y asesorías. Estos lugares pueden tener como intención el simple acceso individual, el entrenamiento a personas en computación o apoyar a la comunidad donde se encuentren establecidos.

Es importante destacar que en los países desarrollados, estos lugares originalmente servían a estudiantes universitarios y profesionales jóvenes de zonas urbanas que buscaban además de disfrutar un café, tener acceso al ciberespacio. Subsecuentemente, cuando el acceso a Internet fue más común, los centros de acceso público pasaron a ser parte de los países pobres. (Warschauer, 2003:75)

Ahora, es habitual encontrar sitios comerciales con turistas escribiendo a casa, más que a universitarios realizando actividades escolares. Además el establecimiento de estos espacios en colonias populares e instituciones públicas como librerías y restaurantes alienta a proveer conectividad al público que no puede pagar el uso particular de una conexión, apoyando así la expansión hacia otros grupos sociales a costos relativamente económicos. (Warschauer, 2003:77)

El crecimiento de los CAPs ha sido tal que, ahora, las instituciones públicas, sobre todo bibliotecas, buscan ofrecer Internet a la población en general, en forma gratuita y con miras al desarrollo de las comunidades, sobre todo si se ve que estos lugares no son sólo un método auxiliar de acceso, sino el principal medio. El objetivo de su implementación, muchas veces de forma arbitraria, no planeada por las instituciones gubernamentales es permitir el acceso a la mayoría de la población, además de proveer, de manera indirecta, habilidades en el uso de las computadoras e Internet y de alguna forma apoyar el desarrollo comunitario.

La implementación de los CAPs, especialmente en Latinoamérica ha tenido un gran auge, sobre todo porque han logrado ser un recurso para proveer algún tipo de

infraestructura de telecomunicación, aunque no suficiente para permitir que la mayoría de las personas tengan acceso.

Los CAPs son modelos de apoyo al desarrollo de las comunidades y complementos idóneos para la educación formal, al plantearse como verdaderos espacios de acceso público a las tecnologías de información y comunicación.

En el caso de México, estos espacios se han presentado como una opción primordial para el acceso a las TIC, tan es así que se han implementado programas, primordialmente del gobierno, para la instalación de equipos de cómputo conectados a Internet en sitios públicos, a la par de programas de promoción y capacitación en el uso de la tecnología. Aunado a ello, los centros como los cibercafés también han proliferado, y han llegado a ser para muchas personas, su única forma de acceso y conocimiento de las TIC. De alguna u otra forma, si puede hablarse de un apoyo para la satisfacción de necesidades inmediatas de información y sobre todo, como complemento educativo.

2.2.2. El acceso comunitario: Telecentros

En los últimos años, se han llevado a cabo esfuerzos para fortalecer el acceso y diseminación de la tecnología para el desarrollo económico y social de los países. Los organismos internacionales consideran a los espacios tipo telecentros como estrategias de progreso acordes a la situación de los países pobres y áreas marginadas, dado el potencial que pueden tener al aumentar el acercamiento a las TIC, además de favorecer el acceso universal. (Proenza, 2001)

Los telecentros nacieron en los países ricos. En Europa se dio una gran proliferación de estos sitios implementados por proveedores de tecnología; en un inicio tenían una vocación rural y la población tenía acceso limitado a información y a servicios tales como: gestión financiera, procesamiento de texto, dactilografía y programación. (REUNA, 2000). Más adelante, por la década de los 80, después de experimentar en Norteamérica y Gran Bretaña, la instalación de cinco computadoras en casas comunitarias para el desarrollo del tercer mundo, emerge la idea de Centros de Acceso Comunitario.

Los telecentros se diferencian por el público que los visita y los intereses que tienen. Gómez, R. *et al.*(1999), distinguen cinco tipos de modelos desarrollados en América Latina y uno en África:¹³

- **Telecentro Básico:** Ubicados en zonas rurales o marginales, en poblaciones con acceso limitado a servicios. Son financiados casi enteramente por organizaciones internacionales, sin fines de lucro o por los gobiernos locales. Las Unidades Informativas Barriales (UIB), son un ejemplo de este tipo de telecentros orientado a comunidades marginales de las zonas urbanas de Bogotá.¹⁴
- **Telecentros en Cadena:** Operados independientemente por sus propietarios, pero interconectados y coordinados en forma central, como una franquicia, generalmente apoyados en un inicio técnica y financieramente por organizaciones locales. Permite aprovechar las economías de escala en la adquisición de equipos, software, mobiliario, además de estandarizar calidad, servicios y precios para hacerlos autosustentables fomentando la incorporación de iniciativas privadas. Un ejemplo de este modelo es la red de 190 cabinas públicas de la Red Científica Peruana (RCP)¹⁵ o la cadena de telecentros de la *Universal Service Agency* de Sudáfrica¹⁶.
- **Telecentro Cívico:** Ubicados en bibliotecas públicas, escuelas, universidades, organizaciones comunitarias y otras instituciones cívicas. Su objetivo es ofrecer servicios de tecnología como complemento a sus otros servicios culturales, educativos o recreativos. El acceso está limitado a los horarios de atención y en algunos casos al calendario escolar. Ejemplos de ellos son los establecimientos de las Aula Municipal de Información, Comunicación y Aprendizaje (AMIC@s) en los barrios de Asunción, Paraguay, el proyecto SCAI y la Red de Bibliotecas de Venezuela¹⁷ y el Programa de Acceso a Servicios Digitales en Bibliotecas Públicas en México.

¹³ Para mayor información sobre la tipología de los telecentros ver el artículo: Gómez, R "Telecentros en la Mira". IDRC <http://www.idrc.ca>.

¹⁴ Implementado en Colombia con el apoyo de IDRC, APC, Fedevivienda, Colnodo y empresas privadas, tiene un fuerte enfoque de trabajo con la comunidad al plantear alianzas con los integrantes y promover una participación activa en la generación de servicios. www.colnodo.org.co

¹⁵ (<http://ekeko.rcp.net.pe/rcp/servicios/cabina/>)

¹⁶ (<http://www.usa.org.za/project.htm>)

¹⁷ (<http://www.reacciun.ve/cabinas/index.html>),

- **Telecentros Comunitarios Multipropósito:** Ofrecen más que servicios básicos de conectividad al incluir aplicaciones como tele-medicina, tele-trabajo y tele-educación. Poseen en general servicios como arriendo de oficinas a cursos de capacitación, y apoyo a pequeñas y medianas empresas. Este tipo de telecentros se han instalado principalmente en países como Malí, Tanzania, Honduras, India, Vietnam, Pakistán y Filipinas¹⁸. El proyecto de Acacia¹⁹ desarrollado en África, es el ejemplo más destacable de este tipo de telecentros. (Chasquinet, 2002:9)
- **Cibercafés:** Se encuentran en general en zonas turísticas y barrios acomodados en muchas ciudades del mundo. A diferencia de los otros modelos de telecentros, los cibercafés tienen una clara orientación comercial, dirigidos a estratos medios altos de la sociedad, turistas o viajeros de negocios. Se centran fundamentalmente en entregar servicios de conexión básicos y una capacitación mínima. Cabe mencionar que en el caso de América Latina, los cibercafés han surgido en zonas de clase media y media baja.
- **Tiendas telefónicas:** En África Occidental, la palabra *télécentre* se usa para referirse a los lugares que prestan servicio telefónico al público. Éstas siguen un modelo comercial, y son implementadas como pequeños negocios por el sector privado. Los servicios varían según las necesidades locales, pueden ofrecer fax y correo electrónico. En Senegal, algunas de las nueve mil teletiendas están ubicadas en zonas rurales y ofrecen servicios de comunicación electrónica”.

Los telecentros son sitios equipados con computadoras que benefician principalmente a zonas marginadas y sectores de bajos recursos. Se han puesto en marcha en diversos países, de acuerdo a las necesidades, recursos y expectativas de cada lugar; mientras unos apoya a la educación, otros trabajan en el sector salud o agropecuario.

Estos sitios se erigen como espacios de investigación, parten de estudios sobre necesidades, de análisis de mercadeo y de diagnósticos comunitarios participativos, con el

¹⁸ Más información en <http://www.itu.int/ITU-D-UniversalAccess>) y (<http://www.idrc.ca/pan/tele04029.html>).

¹⁹ El proyecto Acacia (2001-05) es un programa dirigido por el Centro de investigación internacional del desarrollo (IDRC) de Canadá que apoya la iniciativa africana de la sociedad de información (AIS). Es un proyecto que busca apoyar a las comunidades africanas en la aplicación de las TIC a su propio desarrollo social y económico.
http://web.idrc.ca/es/ev-5895-201-1-DO_TOPIC.html

objetivo de atender las necesidades locales y lograr la autosustentabilidad. (Chasquinet, 2002:58)

No todos los telecentros ofrecen Internet a sus usuarios, la intención principal es que la gente tenga una cultura informática y tome esas herramientas para el beneficio de sus actividades diarias y de sus comunidades. Por ejemplo, en Cuba existe el proyecto denominado Centro de Acceso Comunitario que ha funcionado estupendamente y, por cuestiones políticas y del mismo régimen castrista, no tienen acceso a Internet.²⁰

En términos generales, los telecentros tienen entre sus propósitos: (Chasquinet: 2002: 83)

- Fomentar el uso de Internet en localidades alejadas de los grandes centros de consumo.
- Promover la igualdad de oportunidades en el acceso a las tecnologías de la información.
- Impulsar el aprovechamiento educativo de las nuevas herramientas tecnológicas.
- Promover la generación de contenidos locales, útiles y autoreferenciables por parte de las comunidades y conglomerados humanos.
- Generar hábitos populares de utilización de las tecnologías y un diálogo creativo con los avances tecnológicos.
- Desarrollar productos de información comunitarios "a la medida" destinados a mejorar y facilitar las actividades productivas de la población, el acceso general a la cultura y al conocimiento global.
- Ofrecer servicios destinados al autosostenimiento de los centros como son la navegación por Internet, chat, teleconferencias, correo electrónico, servicio de fax, diseño de páginas electrónicas, tecnología para el comercio electrónico, bibliotecas virtuales y sobre todo capacitación informática.
- Reducir la brecha de desigualdad en el acceso a las tecnologías de información y comunicación (TIC).

²⁰ Para mayor información: Joven Club de Computación y Electrónica. www.informatica2002.com.cu

Las propuestas de telecentros desarrolladas en Latinoamérica y El Caribe son numerosas. En el siguiente cuadro se presenta la cantidad de telecentros que existen, así como las proyecciones a futuro: (Chasquinet, 2002:27)

Tipos	Registrados hasta 2002	Proyecciones a futuro
Telecentros Gubernamentales y Locales Comunitarios 70%	4 560	1 850
Telecentros Gubernamentales y Locales Educativos 28%	1 780	1 500
Telecentros ONG's y privados 2%	106	837 Proyecto del Banco Mundial en torno a las TIC en Latinoamérica y el Caribe.

Fuente. Fundación Chasquinet (2002). Estado del Arte de Telecentros en América Latina y el Caribe

- 4 560 Telecentros Gubernamentales y Locales Comunitarios corresponde a las experiencias desarrolladas en los países de México, Guatemala, Costa Rica, Honduras, Panamá, Cuba, República Dominicana, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil, Argentina, Chile y Uruguay.
- Los 1780 corresponden a bibliotecas o centros de cómputo instalados en centros educativos primarios, secundarios y universidades de cada país. En algunos sitios se han perfeccionado software educativo y alguno de ellos ha sido difundido en la red. En México, Guatemala, Argentina y Colombia se han creado con gran fuerza este tipo de iniciativas educativas impulsadas por el gobierno.

Estas propuestas intentan aumentar el número de personas con acceso a Internet, especialmente en la población con escaso poder adquisitivo, aunque varían en ubicación, funcionamiento, financiamiento y servicios complementarios, se asemejan al ofrecer conectividad y son en su mayoría proyectos de desarrollo comunitario.

Un componente importante de acceso a las TIC es el aprovechamiento de las herramientas de acuerdo con las necesidades de los grupos y personas que acceden a ellas. El rol activo de los telecentros depende de factores como el reconocimiento de las necesidades locales, las capacidades que se generen, el trabajo colaborativo, el liderazgo

en la gestión y el logro de la sustentabilidad financiera, social, política y tecnológica. (Paz, 2001:2)

Para ahondar más al respecto, a continuación presentamos algunos casos sobresalientes.

2.2.3. Experiencias de telecentros

- Telecentros en Centroamérica y el Caribe

Los programas centroamericanos que actualmente procuran la utilización masiva de Internet son: (Gómez y Martínez, 2001)

Internet en América Central: acciones masivas

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá
Programa	Centros digitales	Infocentros	Centros polivalentes	Telecentros	Costarri-cense Com y Telecentros municipales	Infoplazas
Servicio principal	Conectividad	Conectividad	Conectividad	Conectividad	Conectividad	Conectividad
Ejecutor	Privado	Privado	Público internacional	Público	Público	Público
Población a cubrir	Toda	Urbana escasos recursos	Rurales	No definido	Toda	Urbana escasos recursos
Financiamiento	Privado	Público y préstamo externo	Público e internacional	Préstamo externo	Público Presupuesto Nacional	Préstamo externo
Cobertura actual -meta	Pilotos 300 cabinas	Pilotos (5) 100 cabinas	Pilotos (2) No definida	Pilotos (2) No definida	Nacional 81 telecentros municipales más oficina de correos	Pilotos (3) 17 cabinas

Fuente: Retos para el uso social de Internet. IDRC y Fundación Acceso.

Guatemala: En este país, la primera iniciativa provino de un grupo de mujeres que crearon una Asociación autodenominada *Nutzij*, que significa "mi palabra" y que cuenta con un telecentro ubicado en el pueblo de Sololá de Mujeres Comunicadoras Mayas, que atiende las

áreas de capacitación, educación y artesanías. Actualmente existen 18 telecentros instalados en la región, con un promedio de 20 equipos en cada uno²¹. La agrupación se creó con la finalidad de capacitar en el uso de las computadoras y el video a mujeres que no estudian ni hablan el español. El telecentro ofrece facilidades para que trabajar y colaborar con otros grupos sociales a través del uso de las herramientas tecnológicas.

Costa Rica: En este país existen telecentros disfrazados con el nombre de *CaféNet* y Centros de Información, los cuales ofrecen servicio de Internet, financiado, en algunos casos, por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) que se especializa en el campo agropecuario.²² Se caracterizan por disponer de información al usuario y guiarlo en el uso de las herramientas, además de ofrecer el servicio gratis. (Chasquinet, 2002:180-181).

Estos centros de información o bibliotecas especializadas en el campo agropecuario, incluyen el archivo central del MAG, un área de edición técnica que elabora guías de cultivo e informática institucional. Además de coordinar una red de bibliotecas a nivel nacional, recopilan información científica de centros de enseñanza superior agropecuarios y representan al país en algunas redes mundiales o regionales. El público que atiende es predominantemente profesional y estudiantes universitarios del campo agrario; no obstante, también se atiende a productores e inversionistas.

En este país se desarrollan políticas de telecomunicaciones y entre las propuestas electorales del Partido de Liberación Nacional, está un programa para la implementación de telecentros en las municipalidades del país.

El Salvador: El proyecto Conectándonos al Futuro, apoyado por el Banco Mundial, ha abierto cuatro infocentros y 20 más están por implementarse.

Honduras: HONDUTEL (Empresa Hondureña de Telecomunicaciones) dentro de su programa de telecomunicaciones rurales instaló Centros Comunitarios en las zonas apartadas a las ciudades y Centros Polivalentes de teleservicios, que se desarrollan gracias a la participación ciudadana y se enfocan principalmente al servicio de la juventud y la niñez.

²¹Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas: www.rds.org.gt/cmcm. Sobre este caso: <http://www.telecentros.org/CR/burhist-list.php3?id=26>

²² www.mag.go.cr.

Nicaragua: Trabaja en el proyecto Centros Milenio que procura conectar a los individuos y a las comunidades a las nuevas tecnologías y asegurar un continuo aprendizaje mediante la red nacional. Existen 30 Centros Milenio en diferentes zonas del país y se trabaja en la implementación de 20 más.

República Dominicana: Tiene cuatro iniciativas para la implementación de telecentros y tecnologías de información y comunicación, el proyecto Pequeñas comunidades inteligentes, LINCOS, integra siete telecentros; además, existe el proyecto de infocentros de capacitación y alfabetización digital que está bajo el control de las comunidades. El Instituto Dominicano de Telecomunicaciones INDOTEL tiene 15 telecentros comunitarios y con el apoyo del gobierno ha instalado 320 laboratorios de computación en las escuelas públicas del país, aunque no todas con conectividad. Destaca el Centro Rural Alternativo - Limón de Ocoa.²³

Cuba: Con el objetivo de socializar la enseñanza en computación el Movimiento Joven Club²⁴ de Computación y Electrónica creó telecentros dirigidos a niños, jóvenes y mujeres. Actualmente, tiene 300 Joven Club en la Habana, áreas rurales y la montaña y se han especializado en la producción de contenidos locales de carácter educativo. Así también hay Joven Club móviles, que son autobuses preparados con equipos de aire acondicionado y algunas computadoras personales que llegan a sitios con densidades de población muy bajas.

Joven Club inició como un proyecto nacional y social, con el principal objetivo de socializar la enseñanza de la computación y la electrónica en la población, propiciando la recreación y el aprendizaje. Es el primer y único proyecto en el mundo que se ha propuesto contribuir extensivamente en el conocimiento de las técnicas de computación y electrónica. Se le ha llamado la cara desarrollada de la juventud y tiene casi 15 años de fundado. Se localizan en 17 municipios de Ciudad de La Habana, en Isla de la Juventud y en

²³ **Centro Rural Alternativo.** <http://www.sas.cornell.edu/cresp/ecopartners>
<http://www.tele-centros.org/CR/doc/esp/DRLimonCentroRuralAlternativoR1.htm>
<http://www.tele-centros.org/CR/doc/esp/DRLLimon2JorgeWALC.htm>
<http://www.tele-centros.org/CR/doc/esp/DRLLimonLuisMiguelWALC.htm>
<http://www.tele-centros.org/CR/doc/esp/DRLimonCentroRuralAlternativoR1.htm>
<http://www.sas.cornell.edu/cresp/ecopartners>

²⁴ <http://www.jcce.org.cu/cm/munic/naj/htm/jcnjs/>

las 14 capitales de provincia, además de las ciudades de Morón, Manzanillo y Móa (Chasquinet, 2002: 121-125).

Cuba destina a través de sus Joven Club áreas dedicadas a la producción científico-técnica-educativa de software y promueven eventos de Informática para jóvenes (INFOCLUB), exhibición de multimedia y olimpiadas de juegos por computación. Con la intención de no retrasar el desarrollo de una infraestructura popular de conocimiento se creó el área de hardware con temas de electrónica básica-popular, automática y telecomunicaciones. Joven Club tiene dos eventos nacionales denominados Infoclub y Eleclub, en los cuales se muestran los resultados alcanzados por el movimiento.

- **Telecentros en Sudamérica**

Colombia: Se han desarrollado 13 centros de información apoyados por la iniciativa privada en diferentes partes del país²⁵ y 1500 centros en 261 cabeceras municipales²⁶ de acceso comunitario a Internet y teleservicios, en zonas urbanas y rurales, como parte de un programa estatal de Internet Social llamado Compartel promovido por el Ministerio - Secretaría- de Comunicaciones. Asimismo, posee un proyecto de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte²⁷, en Cauca, que se ha extendido a la población estudiantil y ha aumentado el número de usuarios sobre todo estudiantes de las comunidades.

Venezuela: Por parte de la iniciativa privada existen entre 25 y 30 infocentros y 240 del gobierno ubicados en varias partes del país, los cuales atienden aproximadamente a 7.2 millones de usuarios. El Proyecto Infocentros²⁸ (2000) parte de una experiencia de Cabinas de acceso a Internet (1998), validada dos años atrás. Está auspiciado por varias instancias

²⁵ Para más información: www.colnodo.apc.org e inforcauca.org

²⁷ Telecentro: Telecentro ACIN (Asociación de Cabildos Indígenas del Norte) <http://www.inforcauca.org/>. Más información: <http://www.tele-centros.org/CR/doc/esp/COLOMBIAinforcaucaOLGAPAZ.htm>
http://tele-centros.org/CR/cr_hiscontn.php3?id=19
<http://www.tele-centros.org/CR/burhist-list.php3>

²⁸ Proyecto Infocentro. <http://www.infocentro.gob.ve>
<http://www.tele-centro.org/CR/doc/esp/VENEZinfocentrosbelkyscordero.htm>
<http://www.infocentro.gob.ve>

gubernamentales y pretende sea asumido por los entes promotores (responsables jurídicos de las instituciones que los albergan) y enriquezcan la producción de contenidos.

Están instalados en bibliotecas públicas (85%), museos, parques recreacionales, zoológicos y, en general en lugares clave como Chacao y Sucre, cerca de una estación del metro, que permite que el servicio se les brinde a todas las clases sociales y edades, a personas que saben y conocen el manejo de una computadora personal (PC) y hasta los habitantes que le tienen pánico al teclado. El Ministerio de Ciencia y Tecnología a través del Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI) se ocupa de la instalación de los Infocentros.

Un ejemplo destacado de estos infocentros es el Paulo Freire que organiza un espacio de capacitación entre las asociaciones civiles y una persona de un teleclub para conformar equipos de reflexión y orientar a los usuarios según su capacidad y necesidad de información. En un país donde el 60% de la población no ha tocado una computadora, es un logro que este telecentro atienda aproximadamente 1800 usuarios en un período de un año y sólo con tres equipos (1991).

Ecuador: Hay seis telecentros comunitarios, producto del trabajo colaborativo entre varias ONG's, que atienden a sectores muy particulares como son los niños de la calle.

Perú: No existen muchas experiencias de telecentros comunitarios, más bien lo que predomina son los cibercafé o cabinas públicas, tema que se ahondará más adelante. Sin embargo algunas ONG crearon ocho telecentros.

En la región de Cotahuasi ²⁹ se instaló una cabina de Internet que propicia a la población y autoridades locales a emplear la red para sus actividades y mejorar su calidad de vida (Chasquinet, 2002:105). Se busca el desarrollo sostenible de las personas a través del manejo de tecnologías de comunicación y de información en las zonas apartadas tradicionalmente por los lineamientos políticos, económicos y sociales. Esta cabina ³⁰ busca

²⁹ Ubicada en el departamento costero del sur del Perú, Arequipa.

³⁰ Más detalles: <http://www.tele-centros.org/CR/doc/esp/PERUCabinaCotahuasiLUIS.htm>

http://www.tele-centros.org/CR/cr_hiscontn.php3?id=38

<http://www.tele-centros.org/CR/doc/esp/PERUManuelCotahuasi.htm>

Nota informativa de reunión nacional de Telecentros en Perú: http://www.tele-centros.org/comunidad/encuentros/enc_peru.htm

convertirse en un telecentro con el objetivo de recuperar el sentido de solidaridad, las manifestaciones culturales, la comunicación, los deseos de superación, el trabajo en conjunto y la autovaloración de la población a favor de un desarrollo sustentable.

Aunque todavía es una cabina, ya se empezó con la capacitación de los operadores, quienes reciben cursos en la Universidad de San Agustín o de AEDES³¹. Por el momento está abierto para los líderes de la comunidad, quienes han aprovechado sobre todo el correo electrónico.

Otro caso relevante es el de la Federación de Mujeres de la Unión (FEMULU) que ganó el concurso de la Red de Salud de la Mujer de Latinoamérica y el Caribe con el proyecto titulado Campaña por el ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos, programa que se articuló y diseñó desde la cabina.

Chile: La experiencia chilena presenta otro matiz. (Chasquinet, 2002: 137) El Gobierno implementó aproximadamente 130 infocentros comunitarios y 40 más de las empresas privadas. Éstos prestan servicios informáticos al público para reunir fondos para sus gastos operativos. Las actividades se desarrollan en un aula con cinco máquinas configuradas con Windows 98, una impresora, escáner, aire acondicionado, línea telefónica digital y una conexión dial-up al proveedor de servicios de Internet.

Su principal aportación es el trabajo con niños de la calle y para ello han buscado optimizarlo con talleres de tipo administrativo para los telecentros como son: taller de presentación de la propuesta, plan administrativo, Internet básico y correo electrónico, gerencia del telecentro y de autoestima para los integrantes del proyecto³². Existen dos centros comunitarios relevantes, el de Cunco y el Encuentro, creados en 1997 y 1999 respectivamente, mismos que buscan favorecer el desarrollo personal, social y productivo

³¹ AEDES es la Asociación Peruana Especializada para el Desarrollo Sostenible. Es una organización no gubernamental que ejecuta acciones orientadas a tangibilizar los derechos humanos y políticos de la población, fomentando la autoayuda y el desarrollo empresarial, así como la democratización de los gobiernos locales. Más información en <http://www.aedes.com.pe/>

³² www.tele-centros.org/CR/burhist-list.php?id=37

de la comunidad promoviendo el uso de las TIC, dando acceso a información y capacitación como iniciativa gubernamental. (REUNA, 2000:9.)

Dentro de las iniciativas privadas en Chile, destaca un plan piloto de Salas de Internet creado por la empresa Telefónica CTC³³ en 1999. Está orientado a la comunidad estudiantil, a la cual se le da servicio gratuito y cuentan con 38 centros de negocios con cinco computadoras cada uno. (REUNA: 2000, 10). Además, la empresa ENTEL³⁴ impulsa un proyecto piloto de creación de puntos de acceso públicos a Internet, a través de la incorporación de 250 cabinas en sus propios centros de atención comercial.

Bolivia: En este país, nació en noviembre del 2001 el programa Fundación para el Desarrollo de la Información, las Comunicaciones y el Conocimiento (FundeTic), destinado a cerrar la brecha telemática y digital del Bolivia e impulsar el desarrollo del Internet. Para ello, se formaron grupos especializados de trabajo, a fin de crear proyectos de educación y contenidos instructivos para la creación de un portal boliviano. El gobierno central de Bolivia impulsa la creación de 500 Telecentros Comunitarios desde el 2002.

Argentina: Al igual que en Chile, el gobierno implementó un programa nacional de creación de telecentros, conocidos como CTC (Centros Tecnológicos Comunitarios). Se creó desde la Secretaría de Comunicaciones en el año 1999, con 1350 CTC's en la región. Para cada CTC se capacita a uno coordinador técnico y a otro pedagógico, quienes están a cargo de la gestión. Este proyecto organiza también 1700 bibliotecas populares y 51 centros tecnológicos educativos (CTE) con 10 computadoras cada uno. Asimismo, existen iniciativas de los gobiernos locales, el gobierno de la ciudad de Buenos Aires, a través del Proyecto Internet 2000, instaló nueve centros de tecnología 2000, (actualmente sólo funcionan tres).

Con relación a las iniciativas privadas existe el proyecto coordinado por la Fundación Equidad que cuenta con dos centros. Además, hay 22 centros de acceso comunitario financiado por el Consejo Federal de Inversiones (CFI).

³³ <http://www.telefonicactcchile.cl>. Es una filial de Telefónica de España, S.A. U., empresa líder de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Tiene presencia en 36 países, de los cuales, 17 son de América Latina.

³⁴ <http://www.entelinternet.cl/index.html>. ENTEL es la empresa líder en el mercado de telecomunicaciones de Chile. Cuenta con una subdivisión llamada ENTEL Internet que es principal Proveedor de Servicios Internet (ISP) en este país.

Brasil: El gobierno ha integrado algunas iniciativas en cuanto a TIC. El Comité para *Democratização de Informática* abrió desde 1995, 208 centros de computación a precios muy bajos, beneficiando a 65 mil microempresarios, desempleados y jóvenes residentes de favelas y otras ciudades de Brasil.³⁵

En *São Paulo* actualmente existen diez telecentros y se está trabajando en la implementación de diez más. La organización Sampa es quien coordina este proyecto³⁶. Un caso interesante es el de Netcafé³⁷ en Guaratinguetá, *São Paulo* que nace de la labor conjunta entre una ONG (IECO), quien puso las máquinas y una microempresa (*CyberShop*), la cual apoyó con instalación y el espacio físico. *Netcafé* ofrece la posibilidad de usar las herramientas tecnológicas de la información y la comunicación y opera con un doble propósito: como cibercafé para pagar los costos y ser autosuficiente, y como telecentro para cubrir las funciones sociales. Desde su nacimiento se planteó siempre beneficiar a la comunidad y acortar la brecha digital. *NetCafé* se considera un proyecto piloto para encontrar las fórmulas de la autosustentabilidad financiera de las ONG. Al contar con pocos recursos económicos, trabaja con equipo atrasado que opera con Linux lo que ha hecho que se enfrenten a ciertos problemas de operatividad, oferta de servicios y mantenimiento.

Como se desprende de los ejemplos anteriores, cada telecentro, según el lugar donde se desarrolle y los apoyos institucionales que reciba, apoya cierto sector de la sociedad, mientras en uno es la salud o el servicio comunal, en otros, es la educación. Los servicios de los telecentros están orientados específicamente al apoyo de las actividades de cada comunidad, promoviendo el uso de las tecnologías para sus actividades cotidianas y en proyectos más especializados como los dirigidos a poblaciones indígenas. Los telecentros suelen trabajar con el mínimo de recursos, ya que su importancia radica más en alcanzar la proyección social que en crear espacios de lucro.

³⁵ www.cdi.org.br

³⁶ www.sampa.org

³⁷ Netcafé - Centro de Acceso Público a Internet. <http://www.ieco.org.br>.

http://www.tele-centros.org/CR/cr_hiscontn.php3?id=6

<http://www.guaratingueta.com>

Muchos son los proyectos tipo telecentro en que se han implementado en los países de América Latina, los cuales han funcionado a partir de los diversos apoyos que tienen en cada país. De las experiencias presentadas es posible identificar diversos tipos de telecentros, los cuales tienen similitudes en cuanto a su concepción, pero que con el tiempo adquieren características específicas que los hacen únicos en sus lugares de origen. Estos proyectos son programas con buenas intenciones, pero en muchos casos se han salido del control de sus creadores para convertirse en espacios comerciales, dejando a un lado su objetivo social, principalmente por las limitantes económicas de los países que derivan a proyectos de corta duración y sin una perspectiva de crecimiento.

A partir de estos programas, es importante tener claro que un telecentro debe cumplir con el enriquecimiento colectivo de los pueblos, y tener en cuenta, para su implementación, los inconvenientes que pudieran existir en su desarrollo. Es necesario, además, que los gobiernos de cada país implementen estrategias que permitan que proyectos como éstos funcionen.

2.2.4. El acceso público a las TIC en México

En el caso de México, se han desarrollado diversas propuestas para la creación de espacios de acceso comunitario a las nuevas tecnologías. El Gobierno del Presidente Fox ha impulsado el uso de la informática a través de diversos proyectos, y lo ha planteado en documentos oficiales como en el Programa a mediano plazo 2001-2006 del Consejo Nacional de Educación para la Vida y el Trabajo, (Conevyt, 2002) en el que se expresa que: "El Modelo de Educación para la Vida y el Trabajo contempla las modalidades de acceso y distribución de las nuevas tecnologías de información y de los medios de comunicación como instrumentos de apoyo al aprendizaje y al acercamiento a la información".

El proyecto del presidente Fox es la implementación del programa E-México, el cual es un plan integrador, que articula los intereses de los distintos niveles de gobierno, de diversas entidades y dependencias públicas, de los operadores de redes de telecomunicaciones, de las cámaras y asociaciones vinculadas a las tecnologías de información y las comunicaciones, así como de diversas instituciones, a fin de ampliar la

cobertura de servicios básicos en educación, salud, economía, gobierno, ciencia, tecnología, industria y otros servicios a la comunidad. La meta de E-México es "... hacer del país una sociedad integrada e intercomunicada con un sistema tecnológico y de contenido social, a fin de propiciar que cada mexicano viva en un entorno de igualdad de oportunidades entre si y con el resto del mundo".³⁸

E-México pretende abarcar aspectos más amplios que la cobertura y la penetración de la tecnología, ya que para el gobierno mexicano lo importante es el uso y aprovechamiento que se pueda hacer de la red, mediante contenidos y servicios acordes a las necesidades de los mexicanos. E-México está trabajando en la implementación de 3458 centros comunitarios digitales (CCD's) alrededor del territorio nacional.

Asimismo, existen otros proyectos con el mismo objetivo que se han creado desde diversas instancias y para públicos específicos, entre ellos podemos mencionar a:

- **Centros comunitarios digitales en Hidalgo³⁹**

La creación de los Centros Comunitarios Digitales (CCD's) está enfocada a contar con sitios que mediante una infraestructura de cómputo y telecomunicaciones permitan que la sociedad acceda a contenidos que se desarrollen tanto por el Sistema Nacional E-México como por el Sistema Estatal E-Hidalgo. Ofrecen la posibilidad de dar conectividad a las poblaciones y familias que por limitaciones económicas y geográficas no cuentan con la infraestructura de telecomunicaciones necesarias para tener acceso desde el hogar.

El 3 de diciembre de 2002, se dio el fallo de la licitación correspondiente a la conectividad de los primeros 3200 CCD's. En una primera etapa, se conectaron 110 Centros Comunitarios Digitales (CCD's), para lo cual los sectores educativo, de salud, desarrollo social, comunicaciones y el Gobierno del Estado, han acordado la creación del Comité operativo estatal para la conectividad, como órgano auxiliar del Sistema Nacional e-México

³⁸ http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Resumen_ejecutivo_del_Sistema_Nacional_eMex

³⁹ <http://intranet.e-hidalgo.gob.mx/PGJ/procuratel/procura-tel.htm>

y del Sistema Estatal e-Hidalgo, y cuya función es coordinar, promover, verificar y evaluar la infraestructura y los servicios de conectividad de los CCD´s.

- **Plazas comunitarias INEA**

En coordinación con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), se instalaron como meta inicial, en diciembre del 2001, 200 plazas comunitarias, las cuales integran servicios educativos apoyados en las nuevas tecnologías de la información y comunicación y en los medios electrónicos colectivos. La plaza comunitaria, parte del proyecto E-México, se define como el espacio en el que mayores de 15 años o más sin educación básica, encuentran, sin costo alguno, una oferta integral de contenidos educativos y formación para el trabajo. Estos espacios son un importante servicio de intercomunicación, sobre todo en comunidades del país que durante años han permanecido aisladas y al margen del progreso tecnológico. (Salinas, Porras, Santos y Ramos, 2004:84)

Además de los apoyos impresos y televisivos, los miembros del INEA cuentan con un área equipada con computadoras y con el apoyo de un portal con servicios educativos integrados. Se benefician con un paquete de asimilación de nuevas tecnologías, que consta de un reglamento, un manual multimedia en disco compacto de acceso a la nueva tecnología y un programa de autoevaluación para usuarios.

Para el 2006 se pretende contar con 20 mil plazas comunitarias a lo largo y ancho del país.

- **Centros comunitarios de Puebla⁴⁰**

El Gobierno de Puebla creó un Sistema de Información y Comunicación (SICOM), el cual consta de Centros Regionales que tienen como objetivo facilitar el acceso de información a la población del interior del Estado, mediante los medios tecnológicos de vanguardia como

⁴⁰ http://www.puebla.gob.mx/gobierno/francisco_cur.html# o <http://www.sicomnet.edu.mx/>

las computadoras y el Internet, los programas multimedia, el video o el audio y la capacitación.

Cada Centro Regional cuenta con un área de cómputo con acceso a Internet, correo electrónico, paquetería, software educativo, impresiones, venta de disquetes, fotografía, digitalización de imágenes y documentos; un módulo de consulta con más de 1,000 títulos educativos en audio y video, servicios de grabación y copiado y, una sala de usos múltiples con proyectores y televisores para cursos, conferencias y educación a distancia a través de la señal de EDUSAT.⁴¹ Destaca el centro de Zacatlán⁴², Puebla, el cual tuvo en 1999 alrededor de 125 mil usuarios.

El proyecto surgió en 1994 con la intención de fortalecer la educación con el apoyo de las TIC y en 1996 se institucionalizó el SICOM en el marco de programa educativo poblano sustentado en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. (Salinas, Porrás, Santos y Ramo, 2004:103).

- **Centros del saber en Guanajuato**⁴³

Los Centros del Saber son un sistema de mediatecas de barrio creadas y administradas por el Centro de Ciencias Explora, que ponen a disposición de comunidades urbanas de la ciudad de León, diversos acervos de información basados tanto en formas documentales tradicionales, como en tecnologías y medios modernos de acceso, uso y almacenamiento de información.

El Centro del Saber es una moderna biblioteca informatizada que está a disposición del público en general y que ofrece uso de computadoras, Internet, talleres (de lectura y escritura, computación, inglés técnico, etc.), cuenta-cuentos, cursos de capacitación para el magisterio y pláticas comunitarias.

⁴¹ Edusat es la Red Satelital de Televisión Educativa que está a cargo de la Secretaría de Educación Pública y que transmite a través de receptores instalados en diversas instituciones educativas del país y de otros países de Latinoamérica. Para mayor información: <http://edusat.ilce.edu.mx>

⁴² Centro Regional SICOM de Zacatlán Puebla. Dirección electrónica: isotres@sicomnet.edu.mx

⁴³ <http://www.explora.edu.mx/cesabe.html>

Estos tipos de centros surgieron en 1998 por la necesidad de la comunidad guanajuatense de contar con la tecnología, programas de educación a distancia y diversas herramientas para reforzar la educación y la cultura. La iniciativa contó con el apoyo de los gobiernos federal, estatal y municipal y actualmente existen 53 centros del saber en el estado.

- **Telecentros de correos y telégrafos⁴⁴**

Telecomm Telégrafos, organismo dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes ofrece al público en general acceso a servicios de informática e Internet a través de espacios dentro de sus oficinas. Son denominados telecentros y cada uno se compone de dos a cuatro computadoras y una impresora láser, además de los servicios tradicionales de comunicación como giros, telegramas, fax y telefonía pública.

Además de ofrecer acceso público a Internet por hora, brinda servicio individual de Internet a través de línea telefónica conmutada con una renta mensual.

A la fecha operan 60 telecentros en 28 ciudades de la República Mexicana y se pretende desarrollar una red de 2000 centros comunitarios de informática y comunicación en 1400 oficinas telegráficas y 600 oficinas de correos en los próximos dos años.

- **Centro Comunitario de Aprendizaje (CCA)**

El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) junto con la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), a través de la oficina de Microregiones y el apoyo de 115 organismos gubernamentales y privados, implementaron la creación de centros comunitarios de aprendizaje (CCA)⁴⁵, que son espacios educativos destinados al desarrollo de la comunidad a través de la tecnología.

⁴⁴ <http://www.telecomm.net.mx/redes/telecentros.htm>

⁴⁵ http://www.cca.org.mx/portal/que_cca/descripcion/descripcion.htm

El CCA ofrece la posibilidad de acceder a contenidos educativos orientados a desarrollar las habilidades para el trabajo mediante computadoras conectadas a Internet. Se integran de salas con conexión bidireccional por satélite, enlaces por radiofrecuencia o conexiones inalámbricas; ofrecen cursos específicos para cada tipo de público y cuentan con un asesor en el manejo de la tecnología.

El desarrollo de los contenidos es realizado por el ITESM en colaboración con otras instituciones y con el financiamiento de algunas fundaciones. Éstos son ofrecidos de manera gratuita a través del portal en Internet.

Existen centros en 32 localidades del estado de Nuevo León, 70 más en 19 estados de la república y nueve en Estados Unidos.

- **Programa de Acceso a Servicios Digitales de Bibliotecas Públicas (PASDBP)**

Este programa es la segunda etapa de un proyecto que inició por parte de la Fundación Únete y al que se le denominó Internet en mi biblioteca. El plan lo continuó la Fundación *Bill & Melinda Gates*, dentro de su proyecto *The Library Program*, al donar a México equipos de cómputo para equipar las bibliotecas públicas del país. Esta propuesta forma parte del programa 'Hacia un país de lectores' y consiste básicamente en dirigir fondos para el equipamiento (hardware y software), capacitación y asistencia técnica. El PASDBP es responsabilidad de la Dirección de Desarrollo y Equipamiento Tecnológico del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

En una primera etapa se equiparon 680 bibliotecas en todo el país, lo cual generó un gasto de casi nueve millones de dólares en equipo y siete millones más en software, éste último aportado por Microsoft México. Y en la segunda etapa, programada para 2005, se equiparon 470 bibliotecas más, con un total de 2325 computadoras. El gasto de este equipo fue casi de cuatro y medio millones de dólares en equipo y casi 650 mil dólares en software.

El objetivo principal del programa es acercar las tecnologías de información a los que menos tienen, por medio del acceso gratuito a las computadoras e Internet en las bibliotecas públicas.

Para la Fundación *Bill & Melinda Gates*, evidentemente es una manera de crear la necesidad de uso de sus proyectos tecnológicos, específicamente de sus paquetes de software; en un inicio se ofrecen como una donación que tiene una licencia limitada y que deberá ser renovada mediante el pago de la misma, y ya no sólo serán los 650 mil dólares donados, sino la cantidad irá creciendo conforme se necesite la actualización. Además, tampoco podrán reemplazarse si tomamos en cuenta que la mayoría de los usuarios son la única tecnología que conocen y utilizan⁴⁶.

- **Telecentros: ciudadanía y gestión municipal**

Como parte de un programa de entrenamiento en investigación administrado por el Departamento de Antropología de la Universidad Metropolitana (UAM), Campus Iztapalapa de la ciudad de México nació el proyecto Telecentros, Ciudadanía y Gestión Municipal, el cual se formó de cuatro telecentros en el Estado de Morelos y un punto de acceso en una biblioteca pública en Oaxtepec. El proyecto fue diseñado de forma tal que se brindara entrenamiento a estudiantes locales en el uso básico de las TIC y crear un sistema con información de dominio público.⁴⁷

Además de los programas anteriores, destaca el equipamiento con computadoras en centros educativos pertenecientes a la Red Escolar, el apoyo de la Fundación Únete que ha equipado a casi 500 escuelas, el Proyecto Goles por la Educación de la Fundación Televisa; el Proyecto *Max Shein*, que contempla el equipamiento de 100 aulas de medios en el estado de Chihuahua, y el Programa con el Comité Cívico de *Ford Motor Company*, gracias al cual se ha realizado el equipamiento de 50 escuelas.

⁴⁶Al respecto, en el Tercer Informe de Evaluación del PASDBP, la encuesta realizada a 1187 usuarios de 185 bibliotecas del Programa refleja que la mayor parte de las habilidades tecnológicas de los usuarios se concentra en el uso de aplicaciones de Microsoft Office (Word:81.5%; Excel:39.5% y Power Point:27.1%). Esta encuesta tiene 95% de confianza y un error de estimación no mayor a 3.5 puntos porcentuales. En Santos (IIS-UNAM, 2005).

⁴⁷ Robinson y Silva. http://network.idrc.ca/es/ev-4813-201-1-DO_TOPIC.html

Cada uno de estos proyectos se ha pensado como alternativas de acceso compartido a la comunicación y a la información, sobre todo para las poblaciones de áreas rurales y educativas con muy pocas posibilidades de contar con un equipo de cómputo. Las diferentes experiencias demuestran como cada país crea, de acuerdo a sus posibilidades, propuestas de telecentros, con el objetivo de apoyar las actividades productivas y sociales de las comunidades, además de permitir el fortalecimiento de las comunicaciones con el exterior, y elevar los niveles de educación y bienestar. No cabe duda que el uso inteligente y creativo de nuevas tecnologías de comunicación puede llegar a ser un factor verdadero de desarrollo para cualquier comunidad por más aislada que se encuentre.

Al igual que otros países latinoamericanos, el gobierno mexicano ha buscado abrir espacios, con base en las ideas de progreso, basados particularmente en el acceso y uso de Internet como herramienta de información y como medio de apoyo a las actividades diarias. Sin embargo, muchas de esas propuestas se han quedado en el simple acceso y han carecido de verdaderos programas de capacitación para lograr que los usuarios no sólo conozcan la tecnología, sino que la hagan parte de sus vidas.

El problema radica en que se han creados copias malas de otros proyectos, nacionales e internacionales y, en su mayoría, no se han tomado en cuenta las características y necesidades de los grupos a los que se dirigen, además de que se ejecutan con base en los intereses particulares de sus promotores.

Mientras se acentúan en el mundo las distancias entre quienes tienen acceso a las nuevas tecnologías de información y quienes no lo tienen, en México se debe procurar una política de inclusión de todos los proyectos existentes y tratar de englobarlos en un solo objetivo en beneficio de la economía nacional.

CAPÍTULO III

LOS CIBERCAFÉS COMO ESPACIOS DE ACCESO PÚBLICO A INTERNET

“Las TICs no son positivas ni negativas en sí mismas; pero tampoco son neutras. Dejándolas a la deriva, terminan por reproducir y profundizar las desigualdades existentes en la sociedad.”¹

En este apartado, se abordará el nacimiento y desarrollo de los cibercafés, su definición, tipología y algunas experiencias de estos espacios públicos en diferentes partes del mundo. Finalmente, se ahondará en el caso mexicano, describiendo sus principales características y los aspectos legales para su implementación.

3.1. Origen y tipología de los cibercafés

3.1.1. Historia del cibercafé²

El despliegue de los cibercafés es un fenómeno que dio inicio a la par de los telecentros. No existe una fecha exacta y el lugar donde aparecieron, sin embargo, sí podemos hablar de su nacimiento a nivel mundial durante los años 80, donde existían aproximadamente 100 establecimientos en países del primer mundo y en zonas turísticas, según datos de la Asociación Internacional de Cibercafés. En 2002 se estimaba que existían casi 100 millones de cibercafés en todo el mundo (Acosta, 2002).

¹ En Gómez Ricardo y Martínez Juliana. (2001). Internet... *¿para qué? pensando en las tecnologías de información y comunicación para el desarrollo en América latina y el Caribe ...?* Pág.5.

² Del reportaje de Yahoo Mail sobre el aniversario 10 del nacimiento de los cibercafés en el mundo. <http://www.yahointernetcafe.com/history.php>

De acuerdo a los diversos documentos publicados en Internet sobre el origen del cibercafé, entre ellos el reportaje del décimo aniversario de su aparición, se considera al Café *Cyberia* como el primero en instalarse en el mundo, abierto el 1 de septiembre de 1994 en el Centro Barrio Londinense de *Tottenham Court Road* en Londres. Este negocio empezó con la idea de *Eva Pascoe* de ofrecer navegación en Internet, cuando el acceso era mínimo en los hogares, por el precio de una taza de café. El proyecto se extendió con inversiones a ciudades como París, Tokio, Bangkok, Manila y Corea del Sur, éstos últimos compraron el negocio y lo bautizaron con el nombre de *BTR Internet Café*.

Unos años antes a la existencia de *Cyberia*, nació en 1991, en San Francisco, Estados Unidos, *SFNet* un local que operaba con 20 computadoras-moneda con una conexión de 2400 baudios³. Puede decirse que éste es el precursor de los que existen actualmente.

En la primavera de 1995, se abrió el primer café Internet como tal en Chicago y al mismo tiempo, en Melbourne, Australia se instaló *Cybernet*. Para el verano del mismo año, existían ya 60 cibercafés distribuidos en América del Norte, Europa y Australia. El modelo se extendió a miles de establecimientos para 1997. Este mismo año, surgen en América Latina, en Perú, las cabinas públicas, un fenómeno relevante como espacios de acceso público.

En 1998, estos establecimientos aparecieron en Irán con la idea de un 'café del futuro'. Se dividía el acceso entre hombres y mujeres con la intención de conservar la moralidad pública.

Asimismo, en 1999, *EasyJet*, la aerolínea de *Stelios Haji-Ioannou*, crea el concepto de café internet con la apertura de *Easyeverything* en la Victoria de Londres. Actualmente, se pueden encontrar establecimientos de este tipo en toda Europa.

³ Bits por segundo. Unidad de medida de velocidad de transmisión con que se mide un módem. Es el número de cambios de estado (voltaje o frecuencia) de una señal por segundo de una línea de comunicación, normalmente telefónica.

En el 2000, un pueblo en Irbid, Jordania tenía el registro de más cafés internet, 130 en una sola calle. En el mismo año, en Bhután, reino de Himalaya, se instaló un cibercafé, sólo un año después de tener televisión.

Para, 2002, el líder norcoreano Kim Jong III abrió el primer espacio de acceso público en Pyongyang, cobraba 100 dólares por hora de servicio, pero dado que no tuvo usuarios, el precio bajó a diez dólares En el 2003, Yahoo patrocinó el correo ubicado en el sitio más alto del mundo y el café internet más remoto en el campamento del Everest.

El crecimiento de los cibercafés registrados es posible apreciarlo en la siguiente gráfica. Estos espacios de acceso público a Internet han crecido en un 130% en seis años.⁴

Crecimiento de cibercafés registrados en el mundo

Año	No. Cibercafés	No. Países
1999 (Junio)	2498	125
2005 (Julio)	5763	161
Estimado en 2004	20 mil	171 países

Fuente: The Cybercafe Search Engine⁵

Evidentemente, las primeras experiencias de cibercafés las encontramos en los países desarrollados, principalmente como lugares destinados a los turistas y donde las computadoras complementaban negocios ya establecidos como las cafeterías. Los ejemplos recabados por Yahoo son relevantes sólo como primeras propuestas, pero no así como espacios de acceso público, ya que como se mostrará más adelante, los cibercafés han trascendido esta primera concepción de agregar computadoras como un servicio adicional, convirtiéndose el uso de equipo de cómputo y sobre todo de Internet en la actividad principal. Los cibercafés, en la actualidad, son sitios de acceso, sobre todo para las zonas de bajos ingresos, lo que ha permitido que se mantengan y trasciendan como puntos clave para el acercamiento de las TIC a la población.

⁴ Existe un directorio mundial de cibercafés que puede visitarse en www.netcafeguide.com

⁵ Para mayor información de la base de datos, cibercafés registrados y países donde se encuentran, visite <http://cybercaptive.com>.

3.1.2. Definición

En la conceptualización de estos espacios públicos de acceso a la red, no existe un consenso en la forma de denominarlos; se adquiere según el lugar donde se desarrollen y los servicios que ofrecen. Como se mencionó en el capítulo anterior, podemos hablar de cibercafés, *coffe shop*, ciberbar, cafés internet, centros de conexión, cabinas públicas, kioscos, *telecottages*, locutorios públicos y hasta telecentros, aunque no cumplan la función social de estos últimos. Su característica principal es que son negocios, en su mayoría particulares, que rentan las computadoras y el acceso a Internet y su fin primordial es el beneficio económico de los dueños, más que un servicio a la comunidad.

El Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID)⁶ en América Latina, África y Asia, ha identificado seis tipos modelos de acceso público (ellos le llaman telecentros), entre los que menciona a los cibercafés, mismos que ubican en zonas turísticas y barrios acomodados de muchas ciudades del mundo. "Son operaciones independientes, de carácter comercial, dirigidas a estratos altos de la sociedad, turistas o viajeros de negocios; sin embargo pueden ser utilizados para fines sociales o de desarrollo. Además, en su modelo de operación mercantil se puede encontrar respuesta a los problemas de viabilidad financiera de los otros tipos de telecentros de inspiración no comercial" (Gómez, Hunt y Lamoureux, 1999:37).

Otra definición la encontramos cuando se denomina al cibercafé como un servidor localizado en una comunidad, que conecta varias computadoras a Internet, prestando servicio de paga a usuarios que no son propietarios de estas computadoras. Generalmente los cibercafés son administrados por empresarios locales y forman parte de los restaurantes, cafés o bares. (Richardson, 1997).

La Alianza Mexicana de Cibercafés (AMCC) define al cibercafé o café internet como un "espacio de características agradables, en el cual el asistente puede acceder de forma rápida y eficiente a todos los servicios que se ofrecen en Internet; se pueden utilizar software de procesadores de textos, hojas de cálculo, todo esto haciendo uso de equipo periférico como impresoras, escáners o digitalizador de imágenes, videocámaras, etc.,

⁶ Con sede en Canadá. Mayor información sobre este organismo en: http://www.idrc.ca/index_en.html

disfrutando, además del ambiente y los servicios que tradicionalmente ofrece un café” (Ocampo Téllez, 2003).

Para autores como Crawfoot (1998), en cambio, los cibercafés con sitios para superar los dictados sociales, son un medio para que la gente explore más allá de su mundo físico. Su crecimiento ha representado un cambio en el concepto de interacción social que tenía antes el café, al poner la tecnología. El costo de internet y la experiencia podrían ubicarlo como materia de élite, sin embargo, con los cibercafés el acceso se extiende al espacio para formar relaciones y comunidades.

Por otro lado, Lee (1999:335) los describe como la noción resucitada de los *coffee-house* en donde la gente se reunía a leer, a platicar y hacer lo que llaman *networking*. Además de ofrecer un ambiente social y recreativo para sus clientes, quienes pagan por usar Internet en un medio atractivo, agradable al ocio y al acceso a la computadora para personas con ingresos disponibles.

Sin embargo, la realidad nos lleva a definir a los cafés internet como aquellos lugares donde se alquilan computadoras conectadas a Internet por un precio fijo por hora, además de otros servicios, y donde en la mayoría de los casos, no existe el café. Este tipo de establecimientos no responden a una gestión centralizada u organizada, sino que son producto de iniciativas comerciales e individuales. Ubicados en cualquier punto donde sea posible una conexión a internet, son vistos como el negocio de moda, ya que dan respuesta a la demanda del servicio de acceso a la población.

Definitivamente, los cibercafés están orientados a la prestación de servicios con intención de utilidad empresarial para su propietario, y si acontece un efecto positivo sobre la comunidad, éste es secundario, aunque como cualquier otro negocio exitoso pueden tener efectos indirectos en los lugares donde se localizan.

La mayoría de éstos son dependencias familiares relativamente pequeñas que funcionan con poca inversión inicial, y se ubican, generalmente en locales comerciales y hasta en los garajes de las casas.

Un punto relevante en la denominación de los cibercafés es verlos como un recinto de oferta de medios. Los cafés tradicionales siguen siendo sitios para bohemios que buscan trascender en lo social, político, y económico; de una forma similar, los café internet son espacios para las personas que buscan explorar más allá su mundo físico a través de las tecnologías. En los cafés parisinos, por ejemplo, se daba y se sigue dando el intercambio de ideas; en esta nueva concepción, las personas se comunican, pero mediante, las computadoras. Es la extensión del café como espacio de interacción social.

Aunque la experiencia café e internet se vean como artículos de la élite, se está re-vigorizando la idea de la clase, permitiendo el acceso de las personas que menos tienen. Las computadoras están trascendiendo su lugar en la casa u oficina y están apareciendo en estos lugares. En estos espacios, los medios de comunicación se integran y se vuelven indispensables para las relaciones sociales. (Crawfoot, 1998).

3.1.3. Tipos de cibercafés

Bert Baulder (1997), cuenta con una guía mundial de 375 cibercafés de todo el mundo para los viajeros, denominado *Cyber-Kath*, en el cual se consideran tres categorías de estos espacios:

- **Cibercafé puro:** También llamados en España, centros de conexión; No hacen referencia a un ambiente de café, está integrado con computadoras e internet. El 5% de los cafés Internet pertenecen a esta categoría, según esta guía.
- **Cibercafé indiferente:** es una mezcla de cafetería y de diez computadoras personales conectadas a Internet y donde existe la posibilidad de obtener ayuda. Pertenecen a este rubro, el 65% de los cibercafés.
- **Mit Café Computadora:** Es una cafetería o tienda, donde hay barras, mesas y tienen una o dos computadoras.

- **Estaciones de cyber:** Espacios de Internet en librerías, bibliotecas, tiendas de comestibles, kioscos, aeropuertos y se encuentran a lado o dentro de las cabinas telefónicas.

Por su parte, la Red Científica Peruana (RCP), clasifica a los cafés, denominados en este país como cabinas públicas, de acuerdo a la capacidad tecnológica, administración, ámbito de acción y carácter de la organización que los soporta (Colona, 2003):

Tipo madre: operado por una organización, la cual percibe todos los ingresos y cubre todos sus costos. Se ubican principalmente en las capitales y son generadores de mercado y conocimiento.

Tipo Franquiciado: estas cabinas son instaladas en empresas o entidades sin fines de lucro bajo un modelo de franquicias. En este caso la organización administradora del proyecto entrega al interesado todo el equipo, software y mobiliario necesario para la puesta en marcha de su cabina. Por su parte, éste debe cubrir los costos del local, conexión a la red, gastos generales y personal. Los ingresos producidos por estas cabinas le pertenecen a este último, quien a su vez deberá pagar al dueño de la franquicia un derecho mensual por formar parte de la red.

Monocabinas: concebidas como solución *ad hoc* para zonas de baja densidad poblacional y para ser instaladas en lugares de tránsito fluido como sistemas de comunicación y consulta.

Algunos cibercafés varían por el tipo de servicios que ofrecen, venden alimentos, realizan trabajos de captura, mantenimiento y reparación de equipo de cómputo y dan cursos de capacitación, entre otras actividades; además, pueden diferenciarse por el tipo de personas que los visitan. En términos generales, pueden tener diferentes nombres, según la zona donde se ubiquen y las necesidades que atiendan.

Estos sitios son un producto de la sociedad de la información, surgen a partir de la necesidad que la misma población exige, son una oportunidad que tiene el público para acceder a Internet; son pequeñas empresas creadas con un fin de lucro, pero que sin saberlo son la puerta de entrada a muchas personas a la red de redes.

3.2. Experiencias de cibercafés en el mundo

3.2.1. Europa, África y Asia

- **Europa**

En el **Reino Unido**, específicamente en la ciudad de Manchester, el *Cyberia Internet Café* trabaja con grupos de la comunidad, y es visto como elemento base para aumentar el uso de las tecnologías de la información. La responsable de este cibercafé, Jo Patterson, menciona que las personas tienen intereses muy específicos, y han encontrado beneficios en el uso de la tecnología en estos sitios, además de que proporcionan capacitación con el fin de desarrollar habilidades con las computadoras (Pascoe, 1999).

En Londres, la "mayoría de los operadores de Cybercafés reconocen que el acceso a Internet no es comercialmente viable", ya que necesita ser combinado con un café o restaurante, así como otros servicios (Walker, 1997). De aquí, que los cibercafés en este país y muchas otras partes de Europa, además del uso de la computadora y acceso a Internet, ofrezcan bebidas y alimentos como apoyo a sus ingresos.

En **Ámsterdam (Países Bajos)**, existe un cibercafé librería llamado *ASCII* (Ámsterdam Subversive Code For Information Interchange)⁷, que reúne diversas iniciativas sociales relacionadas con el uso social de la tecnología. El reciclaje de ordenadores, el apoyo a iniciativas políticas autogestionadas y el acceso libre a la red son parte de este proyecto (Barra Punto. 2002).

Por su parte, en **Suecia**, se llevó a cabo un estudio en la comunidad suburbana de *Skarpnäck*, el cual cuenta con un café Internet⁸ en toda la localidad y que abrió oficialmente en abril del 2002. Patrocinado por las dos asociaciones de albergues principales y un proveedor de Internet, está atendido por una persona y abre de lunes a viernes, generalmente por las tardes cuando el encargado no tiene otras cosas que hacer; entre sus objetivos principales está el subvencionar el acceso a las computadoras e

⁷ <http://scii.nl/>. Es un laboratorio de comunicación, un espacio libre de Internet funcionado por hackers y activistas en Ámsterdam que buscan ayudar y compartir el conocimiento de software libre, apoyan en el uso de Internet, la construcción de redes y en el reciclaje de viejas computadoras.

⁸ El sitio de este cibercafé es <http://www.itcafeet.com>

Internet a bajos precios, 2.4 dólares⁹ por una hora y 12 dólares (100 SEK) por una tarjeta de miembro mensual que da el acceso ilimitado (excepto, si el café está lleno, sólo se tiene una hora máxima diaria).

Este cibercafé es parte del proyecto internacional de la Universidad de Stirling de Escocia que busca aumentar el conocimiento local y la identidad a través de puntos de acceso públicos, para proporcionar información local y global. Tiene como objetivo aumentar el interés y conocimiento de los nuevos medios de comunicación, apoyados por el ITManager, además de ofrecer cursos y servicio técnico. (Ferlander, 2002)

En **Hungría**, existen los denominados *telecottages*, con características muy similares a los telecentros; los cibercafés como tales no son populares entre los húngaros, pues ofrecen servicios regularmente a extranjeros con tarifas que van desde 1.50 hasta tres dólares por hora y son establecimientos que tienen entre seis a 50 computadoras.¹⁰

España tiene tres mil cibercentros. El 19.7 % de los internautas acceden a la Red desde estas salas. Sus principales cliente son estudiantes, turistas y desplazados inmigrantes. (Criado, 2002)

Los cibercafés nacieron en el Estado Español en 1992, cuando el cibercafé *Tangaworld* de la localidad catalana de *Castelldefels*, abierto desde 1976, puso en marcha el primer servicio de mensajería electrónica en un local público. Mediante un programa informático, basado en el sistema *BBS*¹¹, los usuarios podían comunicarse de una terminal a otra en una especie de chat interno. Cuatro años después, en 1996, el *Tangaworld* Café incorporó Internet a sus computadoras, con una filosofía que todavía mantiene: la de bar con servicio de Internet y no la de sala informática con servicio de bar.

⁹ 20 SEK. Corona sueca o Kronas. 1 SEK=0.12 dólares Tipo de cambio del 14 de noviembre del 2005.

¹⁰ Mayor información en: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/cs/hungary/material/hungary.pdf> .

¹¹ Un BBS (*bulletin board system*), o sistema de boletín electrónico, es un ordenador al que puede accederse mediante un módem con el propósito de compartir o intercambiar mensajes u otros archivos. Según la lista definitiva en este tema, BBS List, hay 40.000 BBSs en todo el mundo. En <http://www2.terra.com/informatica/que-es/bbs.cfm>

- **África**

Debido a la baja penetración de computadoras personales y líneas telefónicas en África, el continente ha experimentado el crecimiento relativamente rápido en los cibercafés y otros espacios de acceso de Internet público como la renta de computadoras en las escuelas, estaciones policíacas, hoteles, centros de negocios y hospitales que comparten el costo de equipo y permiten el acceso a gran número de usuarios.

Existen alrededor de 10 mil puntos de acceso público en varios países de África; la mayoría de éstos funcionan como centros independientes con dos o tres máquinas. En el 2002 se generó la franquicia de los cibercafés regionales con el apoyo del programa ISP AfricaOnline que está presente en nueve países; además, existe el proyecto denominado Busy Internet que se lanzó en Ghana y que será reproducido en toda África. (Jensen, 2002)

En la **África sub-sahariana**¹², el acceso público es la única posibilidad para conectarse, ya que la conexión individual está fuera del alcance de casi todos, llegando en algunos casos a 250 dólares por mes. En África Occidental¹³ se habla de tiendas telefónicas, lugares que prestan servicio telefónico al público, que siguen un modelo comercial y son implementadas como pequeños negocios por el sector privado. El número y tipo de servicios varía de acuerdo con las necesidades locales, y en algunos casos, comienzan a incluir servicios de fax y de correo electrónico.

¹² De acuerdo a la clasificación de los grupos regionales definidos en el informe de Desarrollo Mundial, se integra de los siguientes países: Angola, Benin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Camerún, Cabo Verde, República Centroafricana, Chad, las Comoras, el Congo, República Democrática del Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Eritrea, Etiopía, Gabón, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kenya, Lesotho, Liberia, Madagascar, Malawi, Malí, Mauritania, Mauricio, Mozambique, Namibia, Níger, Nigeria, República de Sudáfrica, Reunión, Rwanda, Santo Tomé y Príncipe, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Somalia, Sudán, Swazilandia, República Unida de Tanzania, Togo, Uganda, Zambia, Zimbabwe. En http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=//docrep/004/ac349s/AC349s04.htm.

¹³ La definición de Africa Occidental por parte de la FAO comprende los siguientes países: Benin, Burkina Faso, Cabo Verde, Côte d'Ivoire, (Costa de Marfil), Gambia, Ghana, Guinea, Guinea Bissau, Liberia, Malí, Mauritania, Níger, Nigeria, Senegal, Sierra Leona y Togo.

En **Uganda**, las perspectivas de las tecnologías de las comunicaciones e información son muy altas, su utilización en los programas de desarrollo está aumentando y creando nuevas oportunidades para la solución de problemas sociales. Este país ha desarrollado políticas para regular y guiar la evolución de las TIC, entre las cuales destaca el acceso universal, el desarrollo del recurso humano y comercial y, aumentar la participación rural. Para lograrlo, instituciones como el Centro de Investigación de Desarrollo Internacional (IDRC) y el Gobierno de ese país, se enfocan en llevar telecentros a las comunidades.

Uganda fue uno de los primeros países de África en tener una conexión de Internet. En 1999, tenía 0.5 usuarios de computadora por cada mil personas. En 2003, Internet creció relativamente rápido y una de las razones es que el gobierno liberó, años atrás, Internet Satelital y los mercados de los datos inalámbricos. Su primera conexión fue vía satélite en 1995 y en 2001, ya existían 15 proveedores de internet autorizados. Para 2003, se calcularon 125 mil usuarios de la red de redes en este país.

Para acceder a Internet, los pobladores de Uganda, utilizan los cafés Internet, sobre todo en las áreas urbanas. El número es considerable, a tal grado que se ha declarado en este país una gran competencia por anunciarse y se han generado guerras comerciales. Los cibercafés cobran alrededor de casi un dólar¹⁴ por hora (Gitta E Ikoja-Odongo, 2003).

La proliferación de los cibercafés en Uganda es alta, sin embargo, estos espacios deben ofrecer sus servicios de renta a altos costos para su población, se ha llegado a casi dos dólares la hora (3000 chelines) debido a que los proveedores de Internet cobran elevadas tarifas por la conectividad. La cantidad que se cobra es relativamente alta si tomamos en cuenta que en este país el 35% de su población vive bajo el nivel de pobreza.

En los cibercafés de Uganda se ven filas de usuarios para entrar, a pesar de sus precios y de que la navegación es lenta. En 2001, existían 35 cafés de Internet en Kampala¹⁵ y sólo 20 eran autorizados. Existen cibercafés cerca de grandes hoteles y que son frecuentados por turistas y con tarifas altas debido a su afluencia. (cuatro dólares por hora, 6000 chelines).

¹⁴ 1500 chelines ugandeses. 1,820.95 chelines ugandeses equivalen a un dólar americano (Noviembre 2005).

¹⁵ Capital de Uganda, con una población de 1.208.544 habitantes (2002). En <http://es.wikipedia.org/wiki/Kampala>

Un estudio realizado a los usuarios de cibercafés en Uganda, demuestra el impacto de los cibercafés como provisos de servicios de información, aunque se ve limitado por las pocas habilidades de los usuarios para usar la tecnología. (Gitta E Ikoja-Odongo, 2003).

- **Asia**

En las ciudades más populosas de China, de algunas partes de la India, de Indonesia, Filipinas y Tailandia, los cafés Internet se establecieron rápidamente en las áreas centrales y comerciales para dar servicios a turistas, hombres de negocios y jóvenes adictos al *chat* y a los juegos *online*.

En la **India** (Sarai, 1999) se dio una propagación de cientos de miles de locutorios públicos (*Public Call Offices*) o cabinas de teléfono que generaron una nueva experiencia de espacio, tiempo y comunicación para millones de personas. Muchos de estos lugares también funcionan como tienda de informática al proporcionar algunos servicios a los clientes como multimedia e Internet. Con el uso de las TIC, en este país se presenta una emergente cultura pública electrónica (Sarai, 2001), no obstante, es el segundo país con mayor población en el mundo, tiene menos de 40 millones de conexiones telefónicas y apenas tres millones de conexiones de Internet. En contraste, exporta más de ocho mil millones de dólares en servicios del software. (Manzar, 2003)

La India cuenta con un proyecto denominado *N-Logue Pvt. Ltd. S.A.* desarrollado por el Instituto indú de Madras que tiene como objetivo de conectar a más de 400 millones de personas. Este programa pretende ubicarse en las zonas rurales debido a que casi el 76 por ciento de la población indú vive en este tipo de áreas, a pesar de que sólo el 1.4 por ciento tiene línea telefónica. *N-Logue* ha logrado acercar a los lugareños al uso de las TIC y ha afianzado las sociedades con las instituciones gubernamentales para la satisfacción de servicios básicos.

Está integrado por un gran número de kioscos de Internet en zonas rurales. Entre los impactos que ha tenido, ha logrado comunicar a granjeros analfabetas en una sesión de video conferencia con sus hijos o arreglar préstamos con el gobierno. El programa comenzó en el Distrito de Madurai en el Tamil Nadu en noviembre del 2001 y tiene registrado kioscos

en 80 pueblos, lo que representa la densidad más alta de kioscos de Internet rurales en el mundo. (Manzar, 2003)

Para la implementación de cada kiosco, cada operador invierte aproximadamente mil dólares (50 mil rupias indias) en infraestructura, la cual incluye una suscripción de *corDECT*¹⁶, una computadora personal Pentium/Celeron, una *webcam*, *software* del idioma local, aplicaciones pertinentes y una copiadora. En mayo del 2003 existían 500 operadores del kiosco y la idea era llegar a 10 mil kioscos para 2004-2005.

El 30% de los kioscos reciben ganancias aproximadas de 40 dólares (2000 rupias indias) por mes. Un caso excepcional es el kiosco de *Tamil Nadu* que obtuvo regalías de 200 dólares en un mes (10 mil rupias indias).

En **Indonesia** (Rusdiah, 2003) existe una comunidad multiusuario de Internet, una especie de cibercafé llamado *Warung* (centro) Internet (*Warnet*) que fue auspiciado principalmente por pequeñas empresas del sector privado. Estos espacios son responsables del 42% del acceso a Internet en este país y, para muchos es la única forma de acceso. Además de los servicios de Internet, proporcionan valor agregado, ya sea al conseguir empleo y oportunidades de negocio, promover productos y servicios, dar cursos de Internet o apoyar a los turistas.

Los *warnet* usan software libre en sus instalaciones y trabajan con clases de *Linux*, dado que los dueños no pueden pagar una licencia de software. Las inversiones para su implementación van de entre cinco a diez mil dólares. Tienen de 12 a 24 computadoras y se localizan en centros comerciales, centrales de autobuses y áreas con gran afluencia. La mayoría usa conexiones de banda ancha, cable o línea combinadas con Internet satelital. Regularmente, estos espacios tienen afluencia después de horas de clase. En lo referente a la legalidad de estos lugares, sólo se han tenido discusiones para la regulación de frecuencias y uso, pero nada en concreto.

En **Camboya**, el *Khmer* (Internet Desarrollo Servicio (KIDS) fue el primer café de Internet público. Con apoyo del gobierno, KIDS pudo reducir el pago de acceso a Internet

¹⁶ Sistema para proveer comunicaciones telefónicas inalámbricas. Más información en <http://www.kombi.com.ar/WII.htm>

de diez a dos dólares la hora. Proporciona habilidades a los niños camboyanos y a los empresarios ambiciosos que quieren aprender Internet con el fin de mejorar su posición socio-económica. En algunos sitios públicos de Phnom Pen¹⁷ se ofrecen cursos de computación a jóvenes a 0.25 dólares por hora (1000 rielees) (Firth, Gray y Minges, 2002).¹⁸

En **China**, los cibercafés son un fenómeno muy popular, ya que una de las actividades de moda entre los jóvenes es pasarse las noches de los fines de semana en locales con Internet, chateando con amigos, buscando pareja o viendo películas que se ´bajan´ de la red. Sólo en Pekín se calcula que hay unos 2,400 cibercafés, aunque según fuentes oficiales, sólo 200 de ellos operan con permiso municipal y es habitual que por la noche cierren sus puertas para burlar la vigilancia policial que hace rondas por las zonas donde están ubicados. Según cifras de finales de abril del 2001, había en China unos 200 mil cibercafés, aunque 17 mil fueron clausurados por operar ilegalmente y, según fuentes periodísticas, uno de cada tres funciona sin autorización (La voz el interior, 2001).

En Europa, los cibercafés se dirigen principalmente a estudiantes e inmigrantes que desea navegar en Internet. En Asia, tienden a localizarse en hoteles y áreas vacacionales. En países como Zimbabwe y Kenia, son regularmente los únicos medios de la gente para tener acceso a la red (Rao, 2002:1).

Cada uno de los casos expuestos permite identificar las diferentes características que tienen los cibercafés, mismas que varían de acuerdo al lugar y a las personas a las que se dirige. Para los países ricos estos espacios se ven como un negocio más, complemento de otros lugares como las cafeterías; a diferencia de éstos, en Asia y África son sitios que están apoyando a eliminar las barreras en cuando al acceso y uso de las TIC que pudieran existir.

En algunos casos predominan los apoyos gubernamentales o de las ONG´s, que buscan introducir a la población en el manejo de las computadoras e Internet, una especie de

¹⁷ Capital de Camboya, con una población de 1.184.945 habitantes (2002)

¹⁸ Mayor información en: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/cs/cambodia/material/KHMCS.pdf>.

telecentros que se identifican como cafés Internet por ser éste un nombre más comercial, y porque de alguna forma para sostenerse, los usuarios deben pagar por los servicios.

Por otro lado, vale la pena destacar que las políticas de tecnología y el monopolio de los servicios de conectividad en algunos países, provoca que los cibercafés sean establecimientos poco accesibles a la población por los costos que ofrecen. Asimismo, este factor está minando el desarrollo de los cafés Internet en lugares donde son el principal acceso. Si los cibercafés no son apoyados con políticas que amparen su implementación e impulso, tenderán a desaparecer y no se extenderá el impacto social y económico que han tenido hasta el momento.

3.2.2. América Latina

3.2.2.1. Las cabinas públicas peruanas: una experiencia relevante

Si bien es cierto que la historia nos ubica el nacimiento de los cibercafés en Gran Bretaña, Perú es un precursor de estos espacios en América Latina, con la creación de las cabinas públicas que han tenido un gran auge en este país y en donde se presenta la mayor concentración de acceso a Internet entre la población. "Más del 85 % de usuarios de Internet de este país lo hace a través de las cabinas" (Fernández, 2003: 213).

Una cabina pública de Internet no es un producto totalmente nuevo, es un híbrido entre las antiguas centrales de servicios telefónicos conectadas y las computadoras. Se identifican tres componentes indispensables en una cabina: servicios telefónicos, microcomputadoras y dispositivos de conectividad. (Chang, 2002)

Perú reconoce como un tipo de cabina pública al cibercafé, como el espacio creado con la finalidad de obtener una renta por un servicio. Este modelo de negocio popular ha proporcionado a un sector importante de la población peruana, sobre todo al comercio informal, una alternativa de desarrollo económico, al presentarse como el negocio de moda, además de que ha incluido a otros sectores convergentes como el de creación de software nacional y el ensamblaje de computadoras (Bossio, 2003).

Las cabinas públicas son pequeños negocios ubicados en los barrios de las diferentes capitales del país, principalmente en Lima, donde se alquilan computadoras a precios económicos principalmente a personas que no tiene acceso a la red desde su casa.

A diferencia de otras propuestas de acceso público en el mundo, en Perú la iniciativa surgió de la Red Científica Peruana (RCP)¹⁹, proveedor de Internet en el Perú y organismo del gobierno, quien creó la primer cabina en 1995, apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de la empresa de telecomunicaciones estadounidense WorldTel. (Colona, 2002).

El concepto de cabina pública se construyó como programa alternativo de red nacional con motivaciones ´sociales o de desarrollo´ denominado ´Modelo RCP de Acceso Universal -Cabinas Públicas-´ bajo la lógica de los mercados de escala que posibilitan que sea autosostenido, además de adaptarse a la realidad económica y de infraestructura disponible en un país en vías de desarrollo. (Herrera, 2003)

Originalmente fue un proyecto desarrollado para hacer frente a las limitaciones que significaba introducir la Internet en un país como el Perú. Pero, además de una opción de conectividad, se contemplaba incluir aulas de capacitación, bibliotecas, *software* propietario, elaboración de contenidos y en general todo lo necesario para que las cabinas se convirtieran en ejes promotores de sistemas de información a nivel local y nacional. En 1994, la RCP inició cursos de capacitación a más de 150 mil personas, de quienes se forjaron los primeros cabineros, pequeños empresarios que vieron en esta propuesta una oportunidad de ingresos económicos, sobre todo en las zonas de clase media y media baja de la ciudad de Lima.

El propósito era disminuir la ´brecha digital´, sin embargo, este modelo se transfiguró al ingresar en el sistema de la economía informal en el que más que una herramienta de desarrollo es un medio de supervivencia (Colona, 2002).

¹⁹ Para más información visite: www.rcp.gob.pe

La primera cabina se ubicó en las oficinas de la RCP y para hacer uso de los equipos, era necesario registrarse y pagar una cuota mensual de 15 dólares por 20 horas de Internet. Este espacio sólo funcionaba de lunes a viernes y en horarios de oficina.

El proyecto inicial fue la instalación de mil cabinas y para ello se diseñó un plan de negocio basado en franquicias. La RCP mantenía la propiedad, la capacitación y la gestión directa de estos sitios y los particulares los trabajaban.

Sin embargo a partir de que en 1998 el sector telecomunicaciones se abrió a la libre competencia, después de cuatro años de monopolio de Telefónica Perú, propició la baja de los precios en los servicios y fue a partir de ahí que se dio el despegue de los pequeños negocios semi-informales de acceso público a Internet, esta vez en centros comerciales o cerca de instituciones educativas (Fernández, 2003: 214).

Estos sitios se denominaron también cabinas públicas de Internet, ya que la gente estaba familiarizada con el término gracias a las campañas de promoción de la RCP, aunque ya no tenían ninguna relación con esta institución. A diferencia del concepto inicial, el esquema eran cibercafés comerciales y mucho más conveniente para los usuarios, pues las computadoras se rentaban por hora o minutos y los negocios estaban abiertos en horarios amplios y fines de semana. Cabe mencionar que en la actualidad algunas cabinas ofrecen servicios las 24 horas del día los 365 días del año.

Las cabinas están provistas de diez a 12 computadoras, algunas hasta 30. Las computadoras son principalmente Pentium III armadas con piezas de Taiwán o Corea, y cuentan con programas sin licencia. Todas las computadoras se conectan a una impresora y algunas pueden contar con reproductor y quemador de discos compactos (*CD y DVD*), cámaras, *escáners*, *josticks* y micrófonos. Otros servicios que se ofrecen son las fotocopias, fax y la venta de *floppy* o CD. En muchos casos, también ofrecen bebidas y dulces. La conexión a la Internet es a través de líneas especializadas desde 64 Kbps hasta 2 Mbps de ancho de banda, aunque la mayoría usa la más baja, 64 Kbps para 12 computadoras o 128 Kbps para 25 computadoras. (Colona, 2003).

Generalmente son negocios familiares, implementados por conocedores de las computadoras, quienes invierten para obtener un beneficio. Además de los gastos de

hardware y *software*, los dueños de las cabinas deben pagar por la licencia para instalar la cabina.

El precio regularmente va de 50 centavos a un dólar por hora²⁰ dependiendo del barrio y la ciudad. Estos costos hacen que el acceso a Internet en las cabinas sea más conveniente que en los hogares, ya que en Perú el costo de la línea es por minuto y no por llamada.

Entre los propósitos de la Red Científica Peruana era que las cabinas sirvieran para lograr el acceso universal. El éxito que han tenido es producto de las iniciativas particulares y la demanda de la población.

Para mostrar el desarrollo de estos espacios públicos, se han llevado a cabo, tres reuniones de cabinas nacionales (2001, 2002 y 2003) y dos presentaciones de la Feria ExpoCabinas. Además, se han creado dos asociaciones que buscan compartir problemas, conocimiento técnico e iniciativas entre sus operadores: Cabinas Perú²¹ y ASPESI (Asociación peruana de servicios de Internet). Esta última diseñó una oficina virtual para la administración de cabinas.

Así también se llevó a cabo un foro virtual internacional para discutir el fenómeno, denominado 'Cabinas Públicas: oportunidad para todos', organizado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYTEC) y el Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL), en el cual el sector empresarial, los organismos públicos, la sociedad civil y la academia, participaron en presentar las diversas experiencias y posturas en torno al fenómeno peruano de acceso a la red de redes.²²

Entre las conclusiones de este foro, destacó que las cabinas, si bien son un apoyo para la población, también son parte del mercado informal, instaladas con equipos de contrabando o de segunda mano, de software pirata y bajo estándares de calidad de atención al usuario que dejan mucho que desear (Venturo, 2002).

²⁰ 1.50 y 3 soles aproximadamente Un sol equivale a 0.30 dólares.

²¹ <http://www.cabinasperu.org>

²² Más información en http://socinfo.concytec.gob.pe/foro_cabinas/default.htm.

En este sentido, aunque la RCP diseñó un proyecto en apoyo a la población y a los mismos ´cabineros´, éste se les fue de las manos y ahora, a pesar de que exista un alto nivel de acceso entre los peruanos, es una alternativa con serias deficiencias debido a la baja calidad de la infraestructura con que operan y sobre todo a la falta de un marco regulador.

El CEO²³ y presidente de Intel Corporation, Craig Barret afirma que el Perú tiene un grado de conectividad excepcional. Apoyándose en una proyección multimedia, Barret señaló que si bien el uso de PCs no es alto, la cifra de internautas peruanos (unos 2'500.000 según sus pronósticos para el 2003) es una de las más altas en América Latina "y esto es un fenómeno único con un valor único: las cabinas públicas" (Luján, 2002).

Este es un dato importante, pues mientras que la determinación del avance de Internet se mide con conexiones telefónicas y suscriptores al servicio, en el caso peruano y muchos otros de América Latina que cuentan con espacios de acceso público, el número de usuarios es considerable y no se toma en cuenta.

Según un diagnóstico de la situación de Internet en Perú²⁴ elaborado por el OSIPTEL, a octubre del 2001, el número de usuarios de Internet alcanzaba el 19% de la población en la capital de Lima, y de esta cifra, el 83% utilizaban las cabinas públicas. El número aproximado de cabinas a nivel nacional para 2001 era de 1740, con diez computadoras en promedio cada una (Colona, 2002).

Se estima que el 70% de las cabinas públicas están en Lima y existe una cabina por cada 25 mil habitantes²⁵. (Maldonado, 2001).

Las cabinas de internet se constituyeron como un factor democratizador en el acceso y uso de las tecnologías, ya que de cada diez internautas, nueve se conectan en estos espacios. De aquí surge la aseveración de un modelo peruano de conectividad popular. (Venturo, 2002).

²³ Chief Executive Officer. Director Ejecutivo con amplio poder gerencial

²⁴ Llevado a cabo en mayo del 2002.

²⁵ Fundación Chasquinet. Estado del Arte de Telecentros.

Estos son algunos datos que nos permiten vislumbrar el impacto de las cabinas públicas en Perú. (Urbina, 2004)

1. Hacia fines del año 2001 se contaban con 1,800 cabinas de Internet, hacia fines del 2002 habían 2,700. Para 2004, se calcula deben existir aproximadamente 5,700.
2. Es un nicho de mercado que ha invertido aproximadamente 50 millones de dólares.
3. Generan un ingreso promedio mensual de 7,5 millones de dólares y tienen un egreso mensual por concepto de servicios (luz y agua) de 700 mil dólares.
4. Genera más de 25,000 puestos de trabajo; de los cuales 15,000 son directos y 10,000 indirectos.

Con la aparición de las cabinas peruanas si puede hablarse de un fenómeno a nivel mundial en cuanto al acceso a las TIC, ya que ha permitido que la mayoría de la población de este país conozca y use la tecnología, pero sobre todo la haga parte de su vida diaria, principalmente como medio de comunicación.

A pesar de lo anterior, este modelo no puede ser un ejemplo a seguir, ya que si bien es cierto que Perú ha alcanzado altos índices de acceso, éste se ha visto viciado por las pretensiones comerciales de los dueños de estos lugares, quien no buscan evidentemente un apoyo a la sociedad, sino una forma de subsistir; lo que lleva a ofrecer servicios de mala calidad, con computadoras viejas, teclados desgastados y software pirata. Aunado a ello, la falta de legislación permite que las cabinas sean idóneas para la circulación de contenidos no deseables (pornografía, pedofilia y terrorismo), ya que no existe ningún tipo de restricción al respecto.

Definitivamente, las cabinas han permitido el acceso a la conectividad, pero la falta de legislación y control ha limitado su calidad. El hecho de que el Estado, a pesar de haber propiciado su aparición y haya tenido, en un inicio, normas generales para regular, en cuanto a capacitación e infraestructura y ahora no mantenga su intervención, habla de un proyecto limitado, pues una vez caemos en el primer nivel de acceso físico, sin poder alcanzar la apropiación social de la tecnología.

3.2.2.2. Sudamérica

Diversos estudios académicos dan cuenta que los cibercafés se han extendido de forma similar en varios países de América Latina. En Quito, **Ecuador** existe un plan de difusión y masificación del uso de Internet por parte de las políticas del Consejo Nacional de Telecomunicaciones para la conectividad en el Ecuador, denominado 'Internet para todos', y tiene como objetivo promocionar, facilitar y permitir el acceso de los sectores más vulnerables de la sociedad, que por su condición económica, social, cultural, étnica o localización geográfica tienen escasas posibilidades de acceder a Internet (Morejón y Rodríguez, 2004).

Los espacios tipo cibercafés pueden integrarse a esta red pero, como condición deben permitir el uso del 40% de total de sus terminales para navegación gratuita por cuatro horas diarias, lo que exenta a estos negocios del pago de registro. En Quito, ciudad de un millón 600 mil habitantes, de los 166 cibercafés registrados legalmente, el 56% tiene menos de un año de operaciones y el 40% de ellos cobra menos de un dólar por hora (Fernandez, 2002:2).

Esta condición para instalar un cibercafé da cuenta de que es posible contar con espacios comerciales que, además de ser un medio de subsistencia para las familias, es también un lugar de apoyo a la sociedad.

En **Argentina**, se dio una gran demanda de Internet después de la crisis económica. Durante el 2001 se multiplicaron los locales ofreciendo el servicio y ante este hecho la mayoría de los 1500 'locutorios' (locales para hablar por teléfono) decidió incorporar Internet como oferta adicional, bajando el costo a la mitad por hora, de uno a 50 centavos de dólar (Davidziuk, 2001).

Ese fenómeno de la proliferación de cibercafés está directamente vinculado con la falta de acceso a una computadora (y por ende también a la conexión a la red) en los hogares²⁶.

²⁶ <http://weblog.educ.ar/educacion-tics/archives/000333.php>. 29 junio 2004.

Argentina, en 2002, tenía, cuatro millones de usuarios en internet. La cantidad de gente conectada desde lugares públicos (cibercafés) creció un 160%, los accesos telefónicos gratuitos un 94%, las conexiones de banda ancha el 44% mientras que las conexiones de renta cayeron el 23%. Los sitios públicos ocupan el tercer lugar en cuanto a puntos de acceso, desplazando a los centros educativos. El 20% de los usuarios de internet en Argentina utilizan un cibercafé o locutorio, en muchos de los casos porque es más económico que conectarse a la red desde la casa y son visitados por jóvenes estudiantes de los sectores medios y medios bajos (Fernández-Maldonado, 2002).

El gobierno de **Chile**, por su parte, mantiene una política clara y efectiva para el acceso universal, tan es así que la Subsecretaria de Telecomunicaciones²⁷ ha establecido infocentros y telecentros comunitarios para las poblaciones de escasos recursos. (Fernández-Maldonado, 2002).

Los cibercafés en este país, siguen un modelo de precios altos, debido a que se establecen en zonas comerciales y centros de negocios. Una experiencia relevante en el uso de cibercafés es la que el gobierno promovió para el pago de impuestos. Con el fin de recabar mayores tributos se incrementaron los espacios públicos de acceso, en algunos casos ofreciendo servicio gratuito, con el propósito de que los chilenos efectuaran su declaración por Internet; para este servicio 260 cibercafés particulares se sumaron a la campaña.

Un hecho importante llevado a cabo en la Ciudad de Santiago, fue la instalación de un cibercafé con un sistema especial para que los invidentes puedan navegar por la red. En este lugar los monitores están en blanco, no hay carteles en las paredes sino estanterías con libros en braille y el sonido de voces metálicas en las computadoras. La idea de montar este establecimiento, fue de la Biblioteca Central de Ciegos, cuyo presidente declara que "según la información que hemos podido sacar de la red, no sería sólo el primero de Chile, sino que ésta debiera ser la primera experiencia de un cibercafé para no videntes en Latinoamérica y no tenemos antecedentes de que existan muchos otros en el mundo". (ISOC-México, 2002) .

²⁷ www.subtel.cl.

Chile tiene el nivel más alto de conexiones domiciliarias a Internet de América Latina, más del 20% de la población total (UNCTAD, 2002).

El Comité para *Democratização de Informática*²⁸ en **Brasil** abrió desde 1995, 208 centros de computación a precios muy bajos, beneficiando a 65 mil microempresarios, desempleados y jóvenes residentes de favelas (barrios bajos) de Río de Janeiro y otras ciudades de Brasil. En este país, el nivel de sofisticación en el uso de Internet (en banca digital, pago de impuestos online y votación electrónica) es notable. Igual que Chile, las tarifas de los cibercafés, siguen siendo altas por las zonas donde se ubican.

Con el paso del tiempo y las nuevas tecnologías, los cibercafés se han multiplicado considerablemente, son negocios que en su mayoría se distinguen por ofrecer computadoras competentes, altas velocidades de conexión a la red y demás servicios que permiten realizar las tareas necesarias para las escuelas, el trabajo y la distracción.

Entre los diversos estudios sobre el papel de los cafés internet en el mundo, podemos mencionar el realizado por Sarah Lee (1999:331) en el cual hace algunas distinciones especiales del uso de Internet en espacios públicos y cómo la tecnología ha logrado ser un elemento importante de consumo. La autora considera que el Internet se percibe de manera diferente en los cibercafés, que en la casa o en el trabajo, dado que, en el ejemplo que ella analizó, el café de *Brighton* (al sureste de Inglaterra, zona exclusivamente turística y universitaria), la tecnología fue significativa en la vida diaria de los usuarios, tan es así que considera que los cafés Internet tienen la capacidad de crear necesidades de uso, por muy someras que estas sean.

Los cibercafés, con una propuesta bien planteada, pueden ser buenos negocios y además ayudar a la integración de los países en el uso y aprovechamiento de las TIC. El caso de Chile en el pago de impuestos es buen ejemplo de las ventajas que ha encontrado el gobierno en estos espacios y cómo han obligado a sus habitantes a usar la tecnología para realizar ciertos trámites. Además de tener un control en este sentido, propician el uso de las computadoras y apoyan a los ingresos de estos lugares.

²⁸ www.cdi.org.br

Los cibercafés ofrecen un ambiente idóneo para que las personas comprendan la tecnología y les dé un significado a través de sus propias necesidades, ya que aquí pueden interactuar, sociabilizar y ser apoyados en el uso de las TIC.

A pesar de las ventajas que pudieran tener los cibercafés, hay que resaltar que no son espacios que garanticen el desarrollo, ya que su aprovechamiento dependerá del contexto, la cultura y la política de los países. Las TIC serán relevantes sólo si se promueven prácticas que inciten el progreso y, sobre todo, que se tenga claro cuáles son los objetivos de su utilización.

3.2.3. Los cibercafés en México

En México se estima que existen más de 20 mil establecimientos comerciales que ofrecen renta de equipos de cómputo y acceso a Internet (Cervantes, 2002). De acuerdo con la Alianza Mexicana de Cibercafés (AMCC), nacieron en la década de los 90 bajo el concepto de integrar cafeterías con computadoras personales e Internet y se han mantenido gracias al servicio rápido a la red que ofrecen y la publicidad que generan. La AMCC tiene 610 cibercafés registrados en toda la República Mexicana, los cuales se concentran en zonas urbanas como el Distrito Federal (61)²⁹, el Estado de México y Veracruz. Sin embargo, podemos asegurar que esta cantidad no es total si tomamos en cuenta los cibercafés que no están registrados en la Alianza, ni legalmente en las delegaciones políticas y, los informales que se establecen en casas habitación. En el directorio comercial de Yahoo México existen 28 cibercafés en el país que cuentan con página web³⁰, mientras que en el directorio de México, existen 79 registros³¹.

²⁹Este dato se obtuvo del sitio web de la AMCC (<http://www.amcc.org.mx/>), la cual estuvo disponible hasta el 2003. Se cree, ya desapareció, debido a que no existe ningún registro de la asociación, ni en internet, ni en el directorio telefónico.

³⁰ En http://mx.dir.yahoo.com/Zonas_geograficas/Paises/Mexico/Economia_y_negocios/Productos_y_servicios_para_el_consumidor/Servicios_de_Internet/Cibercafes/ (Agosto, 2005)

³¹En <http://www.directorio.com.mx/ciber-cafes/> (2004).

Se considera que son negocios, la mayoría de las veces demasiado pequeños que aparecen y desaparecen en forma casi imperceptible por lo que es muy difícil contabilizarlos. (Acosta, 2002).

En el Valle de México se calcula que existen tres mil cibercafés (Chacón, 2004:26A). Éstos comenzaron a funcionar entre 1993-1994 y de 1996 a la fecha, la oferta a nivel nacional ha crecido en un dos mil por ciento, debido principalmente a la baja de precios en los equipos y conexión, así como al uso extendido del servicio.

La aparición de estos establecimientos se dio como una oportunidad para participar en un nuevo modelo de economía donde la información se constituye como un recurso imprescindible. Dadas las exigencias internacionales de ser parte de la Sociedad de la Información, la instalación de los cibercafés en México ha permitido ayudar a esta integración. A pesar de no ser la mejor alternativa, han permitido acercar la tecnología a muchos sectores de la población, no sólo a los menos beneficiados económicamente, sino además han logrado que varias generaciones, niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, hagan uso de las computadoras e internet para la satisfacción de sus necesidades de comunicación e información.

Se presentan como un medio alternativo que permite potenciar las capacidades de las personas para sostener su propio desarrollo en el ámbito de las nuevas tecnologías e integrarlas al mundo de las comunicaciones globales. De hecho los cibercafés se están constituyendo como un factor democratizador en el uso de la computadora y el internet. Se vislumbra un "modelo de conectividad popular"³² donde los cafés Internet, en este momento, son un componente clave.

Estos sitios son un sector de la propiedad privada, un negocio y un servicio que debido a las condiciones de vida actuales en México han surgido de forma espontánea como una salida al desempleo y a los bajos ingresos dentro del comercio informal local, ya que no existen restricciones para su implementación.

³² Se entiende por popular, a lo relativo al pueblo, propio de las clases sociales menos favorecidas y conocido por el público en general.

3.2.3.1. Perfil de los cibercafés

Existen un trabajo de investigación llevada a cabo por Scott Robinson, del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, en el cual se realizó una encuesta (Robinson, 2002)³³ a 259 cibercafés en diferentes localidades de cinco estados de la república mexicana para conocer el perfil del negocio, sus servicios y de los usuarios. De los resultados más relevantes de este trabajo, destacan los siguientes:

El 92% de los cibercafés ofrecen servicio durante todo el día y en un 84% son atendidos por una o dos personas. El 64% de los locales donde se ubican estos establecimientos son rentados.

El tamaño de los cibercafés difiere enormemente, en un 50% tienen de cuatro a seis computadoras, un 25% de siete a nueve, un 15% 10 máquinas y el 10% restante sólo tiene de una a tres computadoras. De estos equipos, el 84 % son ensamblados, y de este porcentaje el 22% son ensamblados y de marca; el 15% restante son equipos de marca conocida. Además pueden tener impresoras, láser y/o color, escáner, cámara *web*, quemador de discos, fax y fotocopidora. Muchos de ellos venden bebidas frías y bocadillos o dulces a los usuarios.

El 98% del *software* que se utiliza es de Microsoft , 95% del cual no es propietario y sólo el 2% usa software libre (Linux). El 64% utiliza algún programa de control y contabilidad de sus servicios.

Las conexiones a internet de estos cibercafés, se realizan en un 68% a través de línea telefónica normal y un 19% más por línea dedicada. Teléfonos de México es el proveedor de internet en un 76%, el 24% restante lo mantiene, Alestra, Avantel y otras compañías.

La renta promedio de equipo es de una hora (65%). El costo es en un 45% de un dólar y medio (14 a 17 pesos), en un 44% de un dólar (11 a 13 pesos)³⁴ y el 9% alquila sus equipos a menos de un dólar (10 pesos). Cabe mencionar que estas tarifas han variado del 2002, que se llevó a cabo esta encuesta, a la fecha (2005), ya que los costos de internet han bajado y

³⁴ Tipo de cambio de 10.57 pesos igual a un dólar al 15 de noviembre del 2005.

es posible encontrar la hora de renta de computadora e internet hasta en 50 centavos de dólar aproximadamente (cinco pesos). En general, los precios de los cibercafés se ajustan a la demanda local; la AMCC³⁵ calculaba que en 1998 el costo era de cinco dólares (50 pesos) por hora, mientras que en el año 2004 el precio más bajo fue de menos de un dólar (siete pesos).

La mayoría de estos lugares, si están registrados legalmente para el pago de impuestos, lo hacen como pequeños contribuyentes, de ahí que no den comprobantes de cobro de servicios. El 62% de los cibercafés encuestados no dan factura.

Sobre los usuarios, el 88% de ellos son estudiantes y los servicios que más requieren son el correo electrónico, el Chat y las páginas *web*. Este valioso porcentaje cambia de acuerdo al ciclo escolar, ya que si no tienen la necesidad de usar el equipo para realizar sus tareas, las visitas a los cibercafés son menores.

Por otro lado, para el establecimiento de estos negocios, los dueños se han limitado a obtener e instalar sus equipos, en su mayoría armados, y al pago de una instalación por red; o bien, si el presupuesto lo permite, a tener una franquicia que, se adquiere al comprar las computadoras y material de conexión a una organización específica y ´gratuitamente´ puede usarse determinado nombre por un año y tener asesoría técnica. El costo promedio para montar un cibercafé asciende a cinco mil dólares³⁶, y con esta cantidad es posible ofrecer los servicios de tecnología a la población, además de tener la posibilidad de abrir el ´negocio de moda´.

La mayoría de estos centros de acceso se han establecido fuera de un marco legal, ya que no existe en el país ningún estatuto que los regule, además de que son negocios que no requieren de grandes inversiones y pueden establecerse en cualquier local comercial, habitaciones en desuso o estacionamientos de casas.

Se estima que la presencia de los cibercafés es mayor en zonas de clase media y media baja, principalmente en estados de la república en donde la penetración de

³⁵ Asociación Mexicana de Cibercafés. www.amcc.org.mx

³⁶ Aproximadamente, 50 mil pesos. Incluye el costo de los equipos (tres computadoras máximo, armadas con software sin licencia), instalación, mobiliario y renta inicial del servicio de conectividad, principalmente.

computadoras personales (PC) en el hogar es limitada. Se localizan predominantemente en los lugares de gran demanda, a lo largo de avenidas comerciales, en los lugares de alta concentración o cerca de instituciones educativas (Acosta, 2002).

Además de los servicios comunes como renta de computadoras e Internet, el 84% de los cibercafés de la Ciudad de México ofrecen asesorías, cursos, instalación de redes, escritorio público, venta de equipo de cómputo, fotocopiado, *escáner*, biblioteca Encarta y fax público (INEGI, 2000)³⁷. Algunos cibercafés se están especializando en servicios para cierta población, como es el caso de los usuarios que hacen sus declaraciones fiscales por Internet, las capturas de textos escolares y los juegos en línea.

La promoción de lo que ofrecen, la llevan a cabo en periódicos y revistas locales, en sus propias páginas *web* o simplemente por medio de volantes o lonas ubicadas en las calles aledañas a donde están instalados. La mayoría de ellos elaboran una estrategia de *marketing* para atraer clientes, como serían horas de regalo por un tanto de horas de renta o las impresiones gratis. Hay grandes diferencias en el tamaño, la situación geográfica, el precio que cobran y el tipo de servicios que brinda.

Para establecer el enlace a Internet predomina el uso de módem y de HUB. Al igual que en Perú, según posibilidades de las zonas donde se instale, un cibercafé puede tener una conexión a internet de punto a punto que permite una velocidad estable; línea dedicada o conexión punto-multipunto que permite alta velocidad cuando hay pocos usuarios conectados al mismo tiempo o tipo conexión por cable. (Yachay, RCP, 2003).

Con respecto a la decoración de estos lugares, ésta varía de acuerdo a los dueños y posibilidades. Pueden ser tipo café, con aire bohemio o simplemente un local con mesas que simulan una oficina. En Morelia, Michoacán, por ejemplo, los cibercafés se han adaptado creativamente a las características arquitectónicas y culturales de la ciudad. La ubicación de los equipos depende, generalmente, del espacio del local; pueden estar ubicadas alrededor de la pared, una detrás de otra, en un solo módulo, todos juntos o tener equipo en zonas privadas.

³⁷ www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/servicios/boletin/2000/Bpi3-00/cibercafe.html.

3.2.3.2. Marco legal de los cibercafés

Desde sus inicios los cibercafés se han desarrollado espontáneamente sin elementos legales claros, hasta llegar a la idea de que nadie sabe que se necesita para implementarlos. En este sentido, se han retomado algunos ejemplos en torno a los requisitos para el establecimiento de los cibercafés.

Para la instalación de una Cabina Internet en Perú, (RCP, 2002) se deben realizar dos trámites; el de la Licencia de funcionamiento que se efectúa en la municipalidad de la zona (delegación política) donde será instalada y el segundo, que es opcional, pero importante, el trámite frente al Ministerio -Secretaría- de Transportes y Comunicaciones que consiste en un registro como empresa portadora de servicios de valor añadido.

Actualmente, en ese país, existe un proyecto de ley en el Congreso de la República, que establece las sanciones correspondientes a quienes participen en la producción, difusión y/o comercialización de Pornografía Infantil por Internet.

Respecto a las formalidades (Morales, 2002) que deben cumplir las cabinas internet, existen las relacionadas con el cumplimiento en el pago de impuestos y por ello deben estar inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), en el régimen que le corresponda. Además del permiso para la instalación del letrero. En el caso de contar con empleados, será necesario tener las planillas (nóminas) respectivas, ya que sino el dueño estará expuesto a recibir a multa o perder en caso de una reclamación laboral de un empleado.

Un problema que se presenta en el interior de las cabinas internet es el de las licencias de *software*, existe una proliferación de programas no propietarios, ´piratas´, lo que es considerado un delito en ese país y no existe una forma de tener un control sobre ello. Al respecto, hay que destacar que cuando los dueños de las cabinas adquieren las licencias, en un determinado momento, éstas deben ser sustituidas por las de programas más modernos, hecho que afecta su economía, además de que los enfrenta a un desfase tecnológico.

En este país andino se está considerando la implementación eventual de una Ley de Cabinas Públicas de Internet que está relacionada con la prestación de servicios de telefonía de larga distancia a través de Internet.

En el caso de Ecuador, se cuenta con marco legal de cibercafés emitido por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones CONATEL (2002), el cual señala que debe existir un registro para regular y controlar los servicios y permitir la accesibilidad a internet y la no discriminación. Los cibercafés no pueden prestar servicios de telecomunicaciones sin contar con el título que lo habilita como tal, mismo se obtiene en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones y donde, entre otros documentos, deben informar del número de terminales que tienen, tener un registro para el pago de impuestos y contar con el contrato del proveedor de Internet.

EL certificado de registro tiene una duración de un año y puede ser renovado con el pago de derechos (300 dólares y 100 dólares por costos administrativos) y la actualización de información requerida. En caso de no cumplir con los requisitos, los dueños de los cibercafés se hacen acreedores a una sanción.

Dado que Ecuador tiene un Plan de difusión y masificación del uso de Internet, los cibercafés pueden ser parte de este proyecto siempre y cuando permitan el uso del 40% del total de sus equipos para navegación gratuita por cuatro horas diarias, lo que los exenta del pago de registro.

En España, el sector de los cibercafés ha ido creciendo establemente desde 1995, proporcionando acceso a Internet a un grupo importante de la sociedad española, principalmente porque es el único acceso disponible para aquellos usuarios que no cuentan con los medios para adquirir un equipo de cómputo propio. Sin embargo, el sector ve sus actividades en peligro, ya que, de acuerdo al documento de trabajo de la Comisión Nacional de Juego del Ministerio del Interior, algunas Comunidades Autónomas han decidido incluir en su legislación de Juegos, a los cibercafés como Salones de Máquinas Recreativas (tipo A o Arcade), con todas las implicaciones sociales, técnicas y económicas que esto conlleva, muchas de ellas imposibles de cumplir. Estos reglamentos puede dejar fuera de la ley no sólo a los cibercafés, sino también las computadoras puestas a disposición de los

usuarios por ayuntamientos, bibliotecas, universidades y cualquier otra entidad pública que ofrezca a sus usuarios acceso a Internet, así como a fabricantes y distribuidores de ordenadores y juegos (AUI, 2003).

Estas son las únicas propuestas legales sobre la instalación y manejo de los cibercafés que pudieron obtenerse para esta investigación; como es posible ver, ninguna desarrolla un marco acorde a las características de estos sitios. En el caso de Ecuador y Perú, existen aspectos como la capacitación que no es tomada en cuenta y más bien retoman leyes ya existentes o se engloban con otro tipo de negocio como España.

Interesante sería contar con una referencia que incluyera como mínimo, los requisitos físicos esenciales para la instalación de un centro de acceso a internet, las características de conexión, de los equipos, los permisos que deben obtenerse, las licencias y hasta informar de los apoyos que pudieran surgir por parte del gobierno y los beneficios que deben esperar los usuarios. Sin una ley clara, difícilmente, los cibercafés crecerán, seguirán siendo producto del comercio informal sin ningún control y sin ninguna forma de poder exigir los mejores servicios para mayores aportaciones sociales.

México, la legislación de los cibercafés

En México, los cibercafés o centros de acceso a Internet no están legislados. Las normas jurídicas que regulan la operación de las TIC se describen en la Ley Federal de Telecomunicaciones y el Reglamento de Telecomunicaciones (APC, 2002), ambos actualizados a enero del 2001. En ellas, se señala como propósito de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT) proveer de servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional para la atención de servicios públicos y sociales, de las unidades de producción y de la población en general. Específicamente, los lineamientos se refieren a los Servicios de Valor Agregado, que emplean la red pública de telecomunicaciones y que deben contar con un registro. No se hace mención de formas asociativas como cibercafés o telecentros.

Se han previsto reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones, en materia de conectividad. Según el Informe del Presidente Fox (Septiembre del 2001): "Durante el periodo que comprende este Informe se inició la elaboración de un anteproyecto para la definición de una política regulatoria en materia de interconectividad. Actualmente, se identifican espacios de oportunidad para promover el acceso a servicios digitales con calidad en los contenidos. Asimismo se puso en marcha un sistema de consulta y tramitación por Internet de certificados de homologación de equipos y de permisos."³⁸

Particularmente, el Estado de México cuenta con un reglamento para el funcionamiento de establecimientos mercantiles³⁹ que prestan el servicio de renta de equipo de cómputo e Internet. Para la apertura de estos lugares, se debe contar con una autorización o licencia municipal de funcionamiento. Deben especificarse las características del equipo y aclarar que serán usadas para acceder a internet.

Se establece que cada equipo debe tener un espacio de 1.5 metros cuadrados. El horario de servicio comprende de 7:00 a 21:00 horas y puede extenderse previo permiso. Los establecimientos deben disponer de personal capacitado para prestar la asesoría necesaria y, si desean dar cursos deberán tener la autorización de la Educación Pública (SEP), aunque no se menciona que requisitos se necesita para la obtención de este permiso.

Deberán proporcionar, sin costo adicional, audífonos individuales cuando se requiera, y en el caso que se cuente con música ambiental, debe mantenerse el volumen que no afecte a los usuarios; deben existir pantallas protectoras en cada monitor; o en su caso, en rentas mayores de tres horas, lentes para proteger la vista.

Asimismo, deben contar con un reglamento interno y mantener el lugar en condiciones debidas de seguridad, higiene y comodidad. Está prohibido el acceso a páginas sin fines educativos y se debe contar con los dispositivos para restringir el acceso. Deben informar de forma escrita las tarifas y promociones que ofrecen y éstas deberán de ser conocimiento de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco).

³⁸ Informe del Presidente Vicente Fox. 1 Septiembre del 2001

³⁹ Gobierno del Estado de México (s/f). Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles que prestan el Servicio de Renta de Equipo de Cómputo y Acceso.

Por parte de la Comisión de Educación, Cultura y Recreación, de este mismo estado, se estableció que los usuarios que acrediten ser estudiantes, podrán obtener tarifas o precios preferentes. En caso de no cumplir con los lineamientos se aplican sanciones económicas y retiro de licencias.

En la Ciudad de México...

Para el establecimiento legal de este tipo de negocio en la Ciudad de México se necesitan llevar a cabo diferentes trámites. Cabe mencionar que por ser un giro relativamente nuevo, no existen, todavía, lineamientos que deben cumplirse. El cibercafé no existe como tal, se denomina alquiler y venta (si es que se realizará) de equipo de cómputo y debe cumplir para su apertura con los permisos de cualquier negocio como:

1. **Permiso de uso de suelo.** Se obtiene en la delegación correspondiente y debe tramitarse antes de poner el cibercafé. El local debe estar registrado como local comercial y no habitacional como son los estacionamientos de las casas. Debe aclararse que el nombre de cibercafé se refiere única y exclusivamente a la renta equipo y no a la venta de productos alimenticios, ya que de ser así, debe ubicarse en una zona marcada para la venta de alimentos y obtener además el permiso de salubridad. Los papeles que deben entregarse para obtener la autorización es la copia de la boleta predial e identificación oficial del interesado, pago de 49⁴⁰ dólares (en 2001) y el llenado de una solicitud con las características del negocio y un mapa de ubicación. El trámite tarda aproximadamente 15 días.
2. **Permiso de apertura.** Éste se lleva a cabo una vez obtenido el permiso de uso de suelo, es gratuito y se recibe el mismo día del trámite en la delegación.
3. **Permiso para aviso o letrero.** Es gratuito y se realiza con la copia de los dos permisos anteriores, más la fotografía del letrero (impresa en papel fotográfico, no digital) que debe ser denominativo, sólo el tipo de negocio y el nombre, pintado en la pared. No es válido mencionar los servicios que se prestarán, ya que esto requiere

⁴⁰ 517 pesos mexicano. Tipo de cambio: 10.76, 15 noviembre del 2005

de otra autorización y de un pago específico, de acuerdo al tamaño y tipo de información que se desee poner. En el caso de utilizar una lona para publicidad es necesario tramitar un permiso para su colocación por un mes.

4. **Alta de Hacienda.** Si el café Internet se limitara a la renta de equipo, el dueño del mismo deberá registrarse en la Secretaría de Hacienda bajo el régimen de pequeño contribuyente, el cual le obliga a declarar sus ingresos cada seis meses y emitir notas de remisión. Si además de la renta se venderá equipo, es necesario registrarse como régimen intermedio para poder emitir facturas.
5. **Licencias de uso de software.** Cada equipo de cómputo debe contar con una licencia por máquina para el uso del software que tiene instalado. El costo varía de acuerdo al programa. Regularmente las máquinas cuentan con sistema operativo *Windows*, el cual integra navegador Internet *Explorer* y *Office (Word, Excel y Power Point)*. Su costo es de aproximadamente 175 dólares (1800 pesos) para el *windows* profesional y 190 dólares (2000 pesos)⁴¹ para el *Office*, sin contar las licencias de programas especiales de diseño como *Corel Draw*, Encarta, Juegos interactivos, Antivirus, entre otros.

Un hecho que vale la pena destacar que la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) ya puso el ojo en estos establecimientos y recomienda a los usuarios verificar que esos lugares proporcionen el *hardware* y *software* indispensables para navegar en la red, así como la asesoría correspondiente. Esto a partir de que la Profeco detalla que de acuerdo con una encuesta realizada por la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI), de 20 mil usuarios de la red, el 39% acude a ‘cibercafés’. (Admin., 2003)

Es evidente que la legislación sobre la instalación y operación de espacios de acceso público a internet es todavía muy endeble, es evidente que no existe una regulación clara para su apertura y la que existe no es reconocida por los dueños de los cibercafés, ya que se instalan sin cumplir con los permisos mínimos requeridos.

⁴¹ Al tipo de cambio de 10.52 pesos por dólar. 15 noviembre del 2005

3.2.3.3. Sostenibilidad e importancia de los cibercafés

Un punto que no debe olvidarse es que los cibercafés, independientemente del fin social que pudieran cumplir, han sido implementados, en la mayoría de los casos, como medios de subsistencia y buscan, entre otras cosas, generar ganancias. En ese sentido retomando la experiencia de telecentros existen cuatro variables que deben tenerse en cuenta para su sostenibilidad: (Chasquinet, 2002: 65).

La variable económica: Se refiere al pago de los servicios y la ganancia. Cobrar por el acceso a las TIC permite aumentar la valoración social del producto y optimizar los recursos.

La variable tecnológica: Recursos para las licencias de *software*, renovación de *hardware* y consumibles (tóner, papel para fax, fotocopiadoras, disquete y discos compactos), así como la renta de los servicios de conectividad. Cabe mencionar que aunque existe Linux como respuesta a los altos costos de licencias de *software*, el problema es que éste es manejado por un número limitado de personas

La variable social: La capacidad de los cibercafés para ser aceptado en la comunidad, que no se queden en simples escritorio públicos, sino además de satisfacer a los usuarios implemente propuestas alternas de uso de la tecnología.

La variable política: La capacidad del gobierno de legitimar, regular y normatividad y apoyar a estos lugares que aunque comerciales, son iniciativas viables para el ingreso a la sociedad de la información en nuestro país.

Cada uno de estos factores deberá cumplirse en la medida de las posibilidades de cada cibercafé, ya que si uno de ellos falla, difícilmente podrá permanecer como un espacio básico en el uso de las TIC; además de que los beneficios que se han obtenido, hasta el momento, con ellos no trascenderán y serán aprovechados por las grandes empresas que abrirán sus propios centros de conexión y el aspecto social desaparecerá definitivamente.

Importancia de los cibercafés

Los cibercafés como pequeñas empresas son parte ya de la economía nacional, principalmente por el ingreso que generan para la supervivencia de muchas familias. Son una respuesta a las necesidades actuales de la sociedad, debido al gran auge que se da del acceso y uso de las nuevas tecnologías de la información, específicamente de Internet. Para la mayoría de la población que no cuenta con una computadora, en los cibercafés, es posible acceder no sólo a ella, sino a múltiples servicios, además de innovar en los nuevos medios de comunicación.

Este tipo de establecimientos permiten la interacción de los individuos con las tecnologías de la información, cumpliendo de alguna forma con un fin social, ya que proporciona recursos y herramientas que son usados para conseguir metas en áreas como desarrollo económico local, cultural y hasta de diversión.

Otro punto que es importante es el costo de los servicios. Si tomamos en cuenta el pago por hora de computadora e Internet en comparación con el costo mensual ⁴² y la tarifa por llamada telefónica, además del equipo y del *software* que se requiere, evidentemente se tiene una razón puramente económica por la cual los cafés internet son una alternativa popular importante.

Un rasgo que ha contribuido a la popularidad de los cibercafés es el apoyo que los responsables hacen a sus usuarios inexpertos para iniciarse en los programas y aplicaciones básicas. Desde esta perspectiva, dejan de ser únicamente centros de conexión para convertirse en espacios de capacitación e investigación. Así el factor de negocio se traslada a los servicios y entonces el esfuerzo se concentra en el apoyo a los clientes para el desarrollo de sus habilidades y la conformación de redes sociales.

Definitivamente, el aspecto de la capacitación adquiere relevancia en los cibercafés no sólo si es visto como un apoyo social, que es lo que siempre se busca, sino como un servicio que permita acercar a más clientes y así obtener mayores ingresos. Entre más

⁴² Ver anexo 4

ventajas de la tecnología puedan los responsables de los cibercafés mostrar a sus usuarios, éstos encontrarán sentido a visitar estos lugares y utilizar sus servicios.

Asimismo, los internautas visitantes de cibercafés participan de esa inmensa ola de ciudadanos excluidos que a través de diversas estrategias buscan integrarse a una sociedad inmersa en la globalización. Los cibercafés, entonces son parte de este proceso cultural de integración frente a las demanda de usuarios sin recursos y con ´ganas de aprender´.

Las ventajas que ofrecen los cibercafés pueden plantearse desde dos perspectivas: como una empresa comercial y como un espacio sociocultural (Torres, 2003). En primera instancia, son una oportunidad de negocio en contraste con el desempleo que existe en el país, es la oportunidad, si se conoce del tema, de emprender una pequeña empresa que responda a los requerimientos de acceso y uso de nuevas tecnologías. Por la parte sociocultural, el público percibe a los cibercafés como lugares de desarrollo de la sociedad de la información y no sólo como sitios recreativos. Se considera que las actividades que se llevan a cabo en los cibercafés contribuyen a la formación de los que allí acuden, aportando a la sociedad una forma alternativa, activa y sana de ocupación del tiempo libre y de manejo del ocio.

Definitivamente, los cibercafés están aportando elementos a la sociedad mexicana para integrarse a la Sociedad de la Información, de forma indirecta quizás, ya que, además, de ser una fuente de ingresos, apoyan al acercamiento de las TIC y, de paso, a la capacitación en ellas.

IV. LOS CIBERCAFÉS EN LA CIUDAD DE MÉXICO: UN ESTUDIO EXPLORATORIO

*“Un cibercafé ya no es negocio, de nada sirve ofrecer buenos servicios, y valores agregados si la gente no puede pagar. El cibercafé va a desaparecer, ya nadie viene, cada vez somos más. Todos creen en la moda, pero la realidad es otra, no ganamos nada”
Responsable cibercafé Xilef-net¹*

El presente apartado, muestra el trabajo de campo realizado para esta investigación. Iniciamos por describir de forma general nuestro lugar de estudio, la Ciudad de México. Asimismo, se presenta la tipología que se creó a partir de la observación previa para llevar a cabo esta investigación y finalmente se muestra la interpretación de los datos obtenidos.

4.1. Escenario de la investigación

La Ciudad de México

La Ciudad de México o Distrito Federal es la capital del país y es la ciudad más poblada del mundo. Está situada en una cuenca entre dos cadenas montañosas, tiene una extensión de 3129 km² y una altitud de 2240 metros sobre el nivel del mar y se caracteriza por tener un clima semiseco, templado. Cuenta con una población de 16 millones de personas en el área metropolitana. (MéxicoCity, 2004).

La Ciudad de México se divide administrativamente en 16 delegaciones, las cuales albergan colonias de diferentes clases socioeconómicas. Su participación en el producto interno bruto del país es del 24.1%. Tiene registradas 316,000 empresas (80% de las totales del país), 343,000 luminarias (alumbrado público), 2.6 millones de vehículos automotores,

¹ Cibercafé estudiado, ubicado al Oriente de la Ciudad e México.

344 hospitales, 161 museos, 30 salas de conciertos, 106 galerías de arte y 107 cines. Cuenta además, con 11 líneas del metro² y cuatro centrales camioneras para viajar al interior del país (MéxicoCity, 2004).

En lo referente a las tecnologías de información y comunicación, México se ubica entre los países con acceso medio alto. El siguiente cuadro resumen nos muestra la ubicación de México en América Latina y el Caribe con respecto a las TIC:

ESTADO DE LAS TICS EN SEIS PAISES DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE

	México	Guatemala	Jamaica	Perú	Argentina	Brasil	Ecuador
Líneas telefónicas por 100 habitantes	12.47	5.70	19.86	6.37	21.31	18.17	10.00
PC por 100 habitantes	5.06	0.97	4.27	3.51	5.13	4.41	1.98
Porcentaje de PC conectadas a Internet	11.18	1.61	0.33	1.03	14.23	11.69	0.77
Usuarios de Internet por 100 habitantes	2.74	0.59	2.34	1.59	6.75	5.78	1.42
Costo mensual de 20 horas de Internet	24.14	20.00	23.74	No disponible	20.75	14.73	20.61

FUENTE: The Global Information Technology Report 2001-2002: Readiness for the Networked World³

Datos sobresalientes del acceso a internet

Específicamente en lo que se refiere al acceso a Internet, en México, ha crecido considerablemente. Mientras que en el 2002 se registraron 10,032,270 usuarios, en el 2004 se alcanzó un cifra de 14, 901, 700 usuarios, según datos del estudio "Hábitos de los usuarios de Internet en México", realizado por *Select* para la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). En esta cifra no se incluyen personas menores de 13 años, y mayores de 65 años, ni se consideran ciudades con una población menor a 100,000 habitantes, ni aquellos usuarios de Internet que acceden menos de tres veces al mes a la Red. (Islas, 2005).

² Para mayor información sobre las líneas y estaciones, <http://www.metro.df.gob.mx/red/index.html>

³ HARVARD UNIVERSITY, Center for International Development at Harvard University and the World Economic Forum http://www.cid.harvard.edu/cr/gitr_030202.html

En 2005, el número de usuarios de Internet en México alcanzó los 17.1 millones, de los cuales el 59% son hombres y 41% mujeres. Los usuarios en un 8% tiene entre seis y 12 años; el 23% entre 13 y 18; el 50%, tiene entre 19 y 34 años y el 19%, de 35 a 64. Respecto al nivel socioeconómico el mayor número de usuarios (34%) se ubican en los sectores más favorecidos (AMIPCI, 2005).

Respecto al lugar donde se tiene acceso a Internet, el estudio de *Select* reporta que, el 40% es desde el hogar; en segundo lugar el cibercafé (30%), la oficina (20%) y, finalmente, en los centros de estudio (10%). El 71% accede a internet, vías alguna forma de conexión de alta velocidad y un 26% más establece su conexión por medio de línea telefónica, "dial up" o módem, conforme a las modalidades de renta fija, prepago y pago por minuto⁴.

Con relación a los sitios públicos de acceso a internet, como se dijo en el capítulo anterior, no existe una base de datos que registre el total de estos espacios en la Ciudad de México, salvo los 61⁵ que registró en su momento la Asociación Mexicana de Cibercafés, principalmente en zonas turísticas; 37 en el directorio comercial de Yahoo y 20 en la base de datos de México en Internet. Muchos de éstos registros son los mismos cibercafés, ya que el elemento que utilizan estos directorio para integrarlos a sus bases es que cuenten con una página web.

Por otro lado, el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) perteneciente a la Secretaría de Economía y encargado del padrón empresarial mexicano de la pequeña y mediana empresa, tiene registrados, desde 1987, 458 cafés internet en todo el país, de los cuales 233 están en el Distrito Federal; de éstos, 139 presentados con el giro de servicio de Internet, más otra denominación como papelería y 94 con el giro de renta de computadoras. Aunque en el nombre de cada negocio si se mencione cibercafé o café internet, en términos formales no existe en México.

⁴ En el anexo 4, se muestra la relación de los proveedores de internet en México, sus tarifas y características de los servicios.

⁵ Este dato se obtuvo del sitio web de la AMCC (<http://www.amcc.org.mx/>), la cual estuvo disponible hasta el 2003 y la cual, se cree, ya desapareció, debido a que no existe ningún registro de la asociación, ni en internet, ni en el directorio telefónico.

La relación de estos cibercafés describe sus características empresariales más importantes, se definen como prestadores de servicio, ya sea de renta de computadoras o de Internet; el número de empleados no rebasa los dos; sus capitales contables, en la mayoría, van de 0 a 300 mil pesos y su rango de ventas brutas no rebasa los 50 mil pesos anuales. De la información adicional que mencionan resalta la innovación tecnológica, el desarrollo de nuevos negocios y, orientación y consultoría, entre otros.⁶ Los principales lugares donde se ubican estos cafés internet son en las delegaciones Coyoacán y Cuahutémoc, las cuales son zonas con un número significativo de establecimientos comerciales y de recreación.

4.2. Descripción de la metodología

Dado que el objetivo de esta investigación fue analizar si los cibercafés son espacios para el acceso público de internet en la Ciudad de México, así como conocer los servicios que ofrecen y poder determinar el impacto que han tenido en la población defeha, se rescató el contexto en el que este tipo de establecimientos surgen. A partir de la investigación bibliográfica, hemerográfica, y, sobre todo, fuentes de internet se describieron los orígenes de los cibercafés en el mundo retomando algunos casos importantes como el de las cabinas públicas de Perú para finalizar con el surgimiento de estos lugares en México y conocer los diferentes tipos de acceso a Internet que tenemos en el país.

Una vez establecido el contexto en que se han desarrollado los cibercafés, se determinó la forma en que se llevaría a cabo el trabajo de campo para cumplir con el objetivo planteado. En una primera propuesta se planteó trabajar con una muestra de cafés Internet en una delegación con el fin de delimitar mi objeto de estudio, sin embargo, al visitar estos lugares me di cuenta que no sería relevante, sobre todo porque no percibí diferencias importantes.

En segunda instancia, me di a la tarea de visitar 30 cibercafés, durante los meses de marzo a julio del 2004, ubicados en zonas totalmente diferentes, desde los cafés Internet

⁶ <http://www.siem.gob.mx/portalsiem/>

de las zonas habitacionales, hasta los instalados en las estaciones de transporte público. Después de este recorrido, se determinó que los cibercafés se identifican por el lugar donde se establecen, y ello define al tipo de usuarios. Además, también se encontró que todos los cibercafés ofrecen renta de cómputo e Internet, más algunos servicios adicionales, que difieren, según las necesidades de los usuarios y las propuestas de los propios dueños. Estos pueden estar relacionados con las actividades informáticas o con giros totalmente diferentes como es la comida. Lo anterior debido a los problemas de sostenibilidad⁷ que un negocio como {estos tiene, no son autosuficientes, y esto se verá reflejado en las páginas siguientes.

A partir de la información obtenida se determinó la existencia de cuatro tipos de cibercafés, según el lugar donde se ubican, mismos que se describen a continuación.

4.2.1. Tipología de cibercafés.

Cibercafés de zonas habitacionales: Ofrecen todos los servicios en torno a las computadoras e internet, tales como uso de equipo, impresiones, escaneo, fax, uso de cámara digital, micrófono, y quemador de CD y/o DVDs. Son principalmente producto de iniciativas familiares, y pueden establecerse en un local comercial o en el garage de una casa. Apoya las necesidades de diferentes grupos de personas, desde los niños que van a jugar, los estudiantes, hasta personas mayores que desean aprender a usar las computadoras. En muchos casos, estos cibercafés complementan sus servicios al ofrecer comida, bebidas, botanas o artículos de papelería.

Cibercafés de zonas escolares: Como su nombre lo indica, son los cibercafés ubicados cerca de los centros escolares, pero a pesar de estar equipados para ofrecer un buen servicio de acceso a las TICs, suelen ser centros de impresión, ya que los jóvenes sólo se acercan a estos lugares para imprimir sus trabajos que realizan en las computadoras de la

⁷ Este término fue explicado en el capítulo anterior y, se refiere a las variables económica, tecnológica, social y política que permiten que un cibercafé tenga permanencia.

escuela. En general, se utilizan para realizar trabajos escolares y son poco visitados en el periodo vacacional.

Cibercafés de zonas turísticas: Se ubican en zonas primordialmente turísticas, como el centro histórico, ofrecen servicios de cómputo y además resalta el uso de llamadas de larga distancia internacional, ya sea por internet o con una tarjeta prepago que ellos mismos venden. Aquí los principales usuarios son extranjeros.

Cibercafé de paso, en áreas de transporte nacional e internacional. Se ubican en las terminales de autobuses y aeropuertos. Los servicios principales son la renta de Internet y las llamadas telefónicas y los usuarios lo usan como un espacio de uso de medios de comunicación inmediato, por lo que su uso es de minutos y para revisar el correo electrónico, regularmente.

Cibercafés de zonas recreativas: Se ubican en zonas de recreo como los centros comerciales o parques. Sus principales servicios son la renta de Internet para juegos o el Chat. Algunos se complementan con venta de café y bocadillos.

Cibercafé híbrido. Ofrece los servicios de cómputo e Internet, además de otro servicio de igual tamaño como una papelería, tienda o restaurante. Regularmente, el cibercafé es el complemento de negocios que ya existían.

4.2.2. Definición de categorías

Una vez ubicada la tipología de los cibercafés y de acuerdo a los objetivos planteados, se definieron las categorías de esta investigación, las cual responden particularmente a la descripción física de los establecimientos, su infraestructura, su dinámica de trabajo y el perfil de los responsables. Cabe mencionar, que esta investigación se limita a definir los cibercafés como espacios emisores, incluyendo sus encargados. La parte de los usuarios no fue tema de esta investigación debido a las dificultades de tiempo y método para analizarlos.

El siguiente cuadro presenta las categorías que se estudiaron con sus respectivas variables, las cuales sirvieron de base para realizar tanto la guía de entrevista como la de observación, y para el vaciado de la información recabada.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio en el que se brinda el servicio • Accesibilidad • Distribución física del equipo • Tipo de conexión • No y características de equipo • Software utilizado
Servicios (creador de necesidades)	<ul style="list-style-type: none"> • Renta • Venta (consumibles y equipo) • Asesoría • Otros (Mantenimiento equipo, investigación, impresión, cursos, scaneo, llamadas, etc). • Los que solicita el usuario y que no son parte de la dinámica del cibercafé
Expectativas tecnológicas	
Atención	<ul style="list-style-type: none"> • Mecánica de uso. • Imagen local
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> • Carteles • Publicidad en medios • De servicios y costos
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidades de los responsables. Formación académica y técnica. • Tipo de consumo de los usuarios y capacidades (observación y visión del responsable)
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> • Monto de inversión del cibercafé • Individual o pertenece a franquicia (tipo) • Ingresos diarios • Gastos • Historia de creación y permisos • Perspectivas de crecimiento

Con la categoría de infraestructura se pretendió dar cuenta de los espacios, los equipos y servicios que los cibercafés ofrecen, como un primer elemento de acceso. El término, creador de necesidades, se refiere a las actividades que realizan los responsables para los usuarios, con el fin de apoyar sus ingresos y generar usuarios cautivos, como sería el hacer trabajos escolares o crear cuentas de correo electrónico para personas mayores. Las expectativas tecnológicas son todas aquellas peticiones que los usuarios solicitan, todo lo que consideren se puede hacer con un equipo de cómputo y que comúnmente no se realizan en un cibercafé, como la falsificación de documentos.

La mecánica del funcionamiento del cibercafé, la imagen del local y la información que ofrecen a los clientes, determina también qué tanto puede funcionar o no, un espacio como éste. Muchos de estos lugares desaparecen por no cumplir con las expectativas económicas que se plantean los dueños y gran parte de ello se debe a la mala atención del responsable.

Otro factor que también determina la permanencia de los cibercafés son las habilidades con las que cuenta el responsable para asesorar o realizar lo que pidan los usuarios. El simple hecho de rentar el equipo, limita las potencialidades económicas de estos lugares.

Finalmente, la categoría de información adicional permitió conocer un poco más sobre el nacimiento de los cibercafés, las ideas de los dueños para su implementación, su desarrollo y una mirada general sobre si se sabe de los requisitos que se deben cumplir para abrir un negocio como éstos.

La duración total de este trabajo, incluyendo el diseño de la metodología, las visitas previas a diversos cibercafés, así como la recolección de información fue de un año, principalmente por las limitaciones para definir los criterios de selección de los casos y la falta de disponibilidad de los responsables de los cibercafés para entrevistarlos.

Desde la perspectiva de las personas entrevistadas y la observación misma, se buscó indagar sobre las posibilidades de acceso de estos espacios a partir de las diferentes características, su ubicación y el tipo de usuarios que atiende. El diagnóstico es sencillamente una presentación de los datos y las impresiones recogidas. Es un autorretrato de la situación desde la perspectiva de las personas entrevistadas.

4.2.3. Selección de los casos

Una vez determinada la tipología y las categorías de análisis, se eligieron diez cibercafés localizados en diferentes puntos de la ciudad, de diferente nivel socioeconómico, y, donde un caso, por lo menos, cumpliera con los diferentes tipos descritos anteriormente.

Se seleccionó un cibercafé ubicado al oriente de la Ciudad, y donde existe un complejo habitacional de más de mil departamentos. Este espacio de acceso se instaló con la intención de cubrir las necesidades de los habitantes de esta zona. Asimismo, el apoyo del dueño de este cibercafé fue amplio, ya que no sólo permitió que se le realizaran las entrevistas, sino que se llevo a cabo la observación durante seis meses ininterrumpidos.

En el caso de las zonas escolares, se escogieron dos cibercafés, uno cerca de la Facultad de Estudios Profesionales Zaragoza y otro cerca de una Preparatoria del DF. Lo anterior con la intención de encontrar diferencias de acuerdo al nivel educativo.

En tercer lugar, los cibercafés más sobresalientes de las zonas turísticas, son sin duda, los del Centro Histórico, uno ubicado cerca del Palacio de Bellas Artes y otro frente a la Alameda Central. Se determinó esta zona, porque es donde encontramos más afluencia de extranjeros.

De los cibercafés de paso, se estudiaron el ubicado en la Central Camionera de Oriente TAPO y el del aeropuerto. Estos dos se observaron de manera simultánea en el mismo periodo de tiempo.

El último cibercafé seleccionado, fue el del centro comercial. Con la intención de abarcar las diferentes zonas de la ciudad, se seleccionó el negocio instalado en el Centro Comercial Perinorte.

Finalmente, los negocios híbridos, fueron el ubicado cerca del metro Chapultepec y en la Colonia Alfonso XIII, cerca de un parque. En una primera instancia, el cibercafé de Chapultepec se seleccionó como de paso, por estar cerca de un medio de transporte, sin embargo en la observación previa se determinó que pertenecía al tipo híbrido. Lo mismo sucedió con el segundo, el cual se ubicó en un inicio como recreativo. Los dos cibercafés ofrecen computadoras e Internet como complemento de sus negocios principales.

Un factor que también influyó en la selección de los casos, fue que los cibercafés tuvieran usuarios, ya que en algunos sitios visitados en la observación previa, se encontró que difícilmente tenían clientes. Con lo que es posible afirmar que la demanda de cibercafés va en función de su ubicación.

4.2.4. Técnicas aplicadas

En el universo de estudio se aplicaron las siguientes técnicas cualitativas para la recolección de información:

- **Entrevistas semi-estructuradas:** Se llevaron a cabo entrevistas a los encargados de cibercafés a partir de una guía de preguntas. El propósito era abordar temas en torno al equipamiento tecnológico, conocimiento en el uso de la tecnología, los usos del equipo y los costos, entre otros.
- **Observación no participante:** Esta técnica se realizó después de llevar a cabo las entrevistas. Se buscó describir físicamente el lugar donde se formó este negocio, así como las prácticas frecuentes, servicios y rutinas de trabajo.

La información obtenida se vació a una base de datos⁸ de acuerdo con las categorías y variables, previamente establecidas, con el objetivo de realizar una interpretación más precisa.

Las entrevistas y la observación se efectuaron entre los meses de julio y octubre del 2004. El orden de las preguntas se determinó conforme avanzaba la propia entrevista, con el fin de que el entrevistador tuviera la libertad de profundizar en sus respuestas.

La observación sirvió como complemento de la información obtenida en las entrevistas. Se efectuó durante una semana en diferentes horarios, de lunes a viernes, de 10 a 11 horas, de 15 a 16 horas o de 19 a 20 horas. En el caso de los fines de semana, regularmente los cibercafés no abren por la mañana y los horarios de visita fueron sábado y/o domingo de 16 a 17 horas o de 19 a 20 horas.

La observación fue de una semana por cada cibercafé, salvo los del aeropuerto y central Tapo que se visitaron los mismos días.

⁸ La guía de observación, la guía de entrevista y la base de datos están disponible en los anexos.

4.2.5. Dificultades en el trabajo de campo

Uno de los factores que limitaron este trabajo fue la determinación de los casos a investigar, ya que debido a que no existe una base de datos completa, difícilmente podrían escogerse los establecimientos modelo para el estudio. Por ello realizó una visita a diversos cibercafés de forma aleatoria para se pudieran identificar los tipos de cibercafés a partir de la ubicación y los servicios que ofrecen.

Otro factor que atrasó la investigación fue la falta de accesibilidad de los responsables; en casos previos a la selección y aún en ella, no aceptaban las entrevistas o la afluencia de usuarios era tal que era imposible llevar a cabo una conversación fluida. Se tuvo que cambiar tres veces de cibercafés por este motivo.

Las entrevistas que se lograron, en dos casos se tuvieron que repetir, ya que la información recabada, en el primer intento fue mínima y hubo muchos tropiezos para que los entrevistados dieran la información.

Otro inconveniente fue que un cibercafé compartía sus instalaciones con una papelería y tienda de regalos, como la dueña sólo iba en la tarde, era el único momento para poder entrevistarla y además de que era el horario donde se atendían a más clientes. Esta entrevista se realizó en cuatro sesiones. La persona responsable de la mañana no quiso ser entrevistada.

Un problema más que se presentó fue que en las visitas vespertinas, algunos cibercafés se llenaban a tal grado que la gente debía esperar y los espacios eran muy pequeños para poder permanecer ahí como observadora, por lo que fue necesario esperar hasta el otro día para poder desempeñar mi trabajo.

A pesar de estos tropiezos, la información que se obtuvo fue de gran importancia, se entrevistó a todos los responsables y se logró observar la operación del cibercafé.

4.3. Hallazgos generales

De acuerdo con las categorías planteadas, se presentan a continuación los hallazgos más sobresalientes de los cibercafés estudiados. Vale la pena resaltar que es un estudio exploratorio, y que por ningún motivo, busca generalizar la situación de los cibercafés en la Ciudad de México; es sólo un acercamiento a este tipo de establecimientos como espacios de acceso público a la red de redes.

Infraestructura

Espacio en el que se brinda el servicio: Cada uno de los espacios donde se ubican los cibercafés fueron adaptados para este servicio. De los diez sitios investigados, nueve son locales comerciales y uno es un garage acondicionado para ello. Éste último, cibercafé en zona escolar, no ve afectados sus servicios ni la demanda de usuarios por ser un estacionamiento, al contrario, el responsable considera que obtiene más ganancias al no pagar renta. En este caso, el responsable mencionó que para abrir su negocio había llevado a cabo 28 trámites, entre ellas la de los "bomberos", sin embargo, si tomamos en cuenta la limitada legislación que existe en torno a los cibercafés, lo más elemental es el permiso de uso de suelo, el cual no se emite, por ningún motivo, en casas habitación. El resto de los casos ubicados en locales comerciales, aunque dicen haber llevado a cabo trámites y permisos, salvo el ubicado en la zona habitacional, no contaban con ningún comprobante.

En este sentido hay que destacar que en la Ciudad de México los negocios se abren y cierran sin una legislación clara, y si tomamos en cuenta que los cibercafés no existen como giro empresarial, es común encontrar cibercafés en diferentes zonas que se abren como una moda. En el caso de los establecimientos dentro de centros comerciales o de autobuses, el permiso se limita a definirlo como prestador de servicios y no hay un reglamento claro que los controle.

Respecto al mobiliario, todos tienen mesas de madera comprimida especiales para computadoras o en su caso, tablas fijas a lo largo de las paredes. Las sillas, en cuatro de los casos son de plástico, debido según los entrevistados a que las maltratan mucho y reponerlas es más económico. En el aeropuerto, por ejemplo, las sillas son especiales para cómputo, más cómodas y giratorias, sin embargo el costo de los servicios también es mayor.

Tanto el mobiliario como la distribución física de los equipos influyen en la afluencia o no de usuarios. En nueve cibercafés la distribución de las máquinas no permite la privacidad, más bien están colocadas alrededor de las paredes y ninguna cuenta con divisiones. Sólo el cibercafé de la central TAPO tiene módulos, pero los monitores están orientados hacia donde pasa la gente.

Los equipos de todos los establecimientos son Pentium o similares, por lo general armados, sin marca propia; a diferencia del aeropuerto donde las pantallas son planas y marca Dell. Tienen desde *Windows 98* hasta *Windows XP*, todos ofrecen *Office*, y en el caso de la zona habitacional tiene *Encarta*, por petición de sus mismos usuarios. Ninguno de los cibercafés tienen software libre y esto se debe primordialmente a la demanda de los usuarios y al conocimiento generalizado que existe del software propietario.

Los programas, definitivamente, se instalan, a partir de las necesidades del tipo de usuarios, por ejemplo, en el caso de los escolares, tener *Office*, *Encarta* y, a veces programas de diseño es más que suficiente; no así en el de la zona habitacional, el cual, tenía una computadora dedicada a programas específicos, como las utilizadas para el pago de impuestos, *Autocad*, *Netscape* para casos donde *Explorer* no funcionaba como en las inscripciones al Instituto Politécnico Nacional, entre otros. Por su parte, en los cibercafés recreativos e híbridos estudiados, no hubo necesidad de alguna herramienta en especial, dado que los usuarios iban regularmente a chatear o revisar su correo electrónico, además de que sus ganancias se determinan por el negocio principal y no por el cibercafé.

En lo que respecta a las licencias, todos los entrevistados aseguraron que las tenían, sin embargo ninguna pudo corroborarse, ya que no mostraron los discos originales de cada programa. Este es otro elemento que tampoco está legislado, a pesar de que se hable de una supervisión por parte de la Procuraduría General de la República. Los egresos rebasan a los ingresos y difícilmente un cibercafé podría subsanar el gasto de las licencias de cada máquina, sobre todo si se sabe que por si solo un cibercafé no es sustentable, sino que debe complementarse con otro giro, por muy elemental que sea.

Los 10 cibercafés usan Prodigy, dial-up o ADSL, para conectarse. Telmex destaca como proveedor. El cibercafé cercano a la FES Zaragoza controla el uso de Internet

mediante un software, ya que algunos usuarios no hacen uso de él. A diferencia de los nueve cibercafés restantes donde todos los equipos cuentan con Internet y es indistinto si se usa o no.

Sobre la *accesibilidad física*, la mayoría de los cibercafés son visibles y los que se encuentran en un primer piso, como el de la Alameda Central cuenta con las indicaciones impresas necesarias para su localización. La información impresa es importante para que estos negocios subsistan, ya que en parte, depende de ello, la afluencia de los clientes.

Cada uno de los elementos anteriores, influyen en el acceso a Internet. De acuerdo a Ricardo Gómez y Julia Martínez (2001), la infraestructura determina el acceso equitativo de las TIC y constituye el primer factor que debe tenerse si se busca un desarrollo tecnológico. Es evidente que los cibercafés nacieron más como negocios que como espacios sociales y de desarrollo, sin embargo, si han logrado por lo menos, ofrecer el primer nivel de acceso; están apoyando a la extensión del conocimiento de las tecnologías a toda la población. Además, el hecho de tener software y hardware actualizado aumenta su valor como espacio de acceso; difícilmente una familia de clase media, dueña de una computadora, podría actualizar su equipo a la rapidez con que avanza la tecnología, mientras que un cibercafé que ofrece buen servicio y que tiene un público potencial, debe avanzar junto con la tecnología.

Otro factor relevante es el económico, ya que la disponibilidad de recursos para acceder a las redes incrementa el número de usuarios. A diferencia de los telecentros o las bibliotecas, los cibercafés apoyan el acceso a las redes a los que menos tienen; no es lo mismo adquirir una computadora y pagar una mensualidad de Internet, que gastar sólo lo que necesitas, sobre todo si pensamos en personas en las que la computadora no es una herramienta primordial, como en el caso de los estudiantes, sino que encuentran a la computadora como un utensilio para satisfacer una necesidad inmediata y única.

Servicios

Además de la renta de internet y las computadoras, todos los cibercafés ofrecen impresiones, escáner, quemado de CDs, llamadas telefónicas y consumibles de cómputo. La parte de la asesoría sólo fue evidente en el cibercafé de zona habitacional, el híbrido

cercano al parque y el de la preparatoria del DF. El resto de los negocios o servían como centro de impresión, como en la FES Zaragoza o el de la Preparatoria del DF, o los usuarios los visitaban para jugar y/o chatear como el cibercafé del metro Chapultepec.

Los cibercafés con mayor y mejores servicios fue el de la zona habitacional y el híbrido del parque, ya que los responsables no sólo se limitan a asignar los equipos a los usuarios, sino que realizan tareas escolares, investigaciones y ofrecen cursos. En el cibercafé del Oriente de la Ciudad, el responsable destacó diversas actividades, para “jalar” más gente promocionó por las mañanas, cursos de computación a amas de casa, además de ser proveedor de internet de dos vecinos del edificio donde se ubica el local. Esta persona, inducía a los clientes sin conocimiento de cómputo a abrir su cuenta de correo y/o chatear, y promocionaba el uso de los juegos de estrategia.

Es evidente que, aunque sea en uno de los casos, se logra pasar al segundo nivel de acceso, el del ‘uso con sentido’ (Gómez y Martínez, 2001) o ‘conocimiento informático’ (Covi, 2004), donde se tienen las herramientas necesarias para hacer uso de las TIC. Si bien este cibercafé, no plantea como propósito apoyar el desarrollo social de la tecnología, si está ayudando a que esto se lleve a cabo. Destaca el hecho de que el responsable cumple un papel clave, ya que si sólo se limitara a proporcionar el servicio, como el caso de la responsable de la central camionera, que sólo es cajera, difícilmente podría pensarse en esta proyección.

Las expectativas de la tecnología son parte también de estos espacios. Según los responsable, han tenido clientes que les solicitan trabajos como falsificación de boletas, de tarjetas de circulación y de sellos de banco; los usuarios piensan en estos servicios como algo muy sencillo como el apretar una tecla como es el caso de los estudiantes que pedían sus tareas y esperaban que estuvieran listas en cinco minutos.

El cibercafé de la zona habitacional, ofrece más servicios de acuerdo a las demanda de los usuarios, mientras que el del aeropuerto sólo promociona las llamadas de larga distancia, y debido al alto precio de sus rentas, los clientes hacen uso *express*, es decir consultan Internet sólo unos minutos.

Las horas de servicio: Aunque los horarios de los cibercafés son diferentes en cada lugar, coincidió que por las mañanas existen muy pocos usuarios, y éstos son regularmente desempleados en búsqueda de trabajo y usan internet para visitar las páginas de empleo. Entre las 12 y tres de la tarde, todos los cibercafés están sin usuarios, y algunos optaron por cerrar para ir a comer y abrir más tarde. Los cibercafés cercanos a las escuelas siempre están en uso, pero sobre todo como centros de impresión, más que por la renta de los equipos.

Por las tardes los usuarios más comunes son los niños y se acercan al cibercafé para realizar sus tareas o pagar para que se las hagan. A partir de las siete de la noche, las personas que llegan de trabajar van al cibercafé a chatear o checar su correo electrónico.

Es interesante ver, como en estos espacios, se han creado horarios de acuerdo a las necesidades de los usuarios y a ciertos intereses y es a partir de ello que los dueños o responsables determinan sus tiempos de trabajo.

Atención

La mecánica de uso en los 10 cibercafés fue la misma: llega un usuario, solicita una máquina y se le asigna. Los encargados, en muchos casos, sólo fungen como cobradores, en otros ni siquiera se interesan por aprender más y tampoco dan asesorías. La atención cambia de acuerdo a los usuarios y al mismo perfil de los responsables. Mientras más comprometidos están con el negocio, más es el apoyo que ofrecen a los clientes. En los casos donde los responsables son empleados, es evidente la falta de compromiso, como los cibercafés de la Tapo o el aeropuerto.

Otro elemento que determina la atención, es la ubicación del responsable, ya que de ello depende la supervisión general del lugar y de las actividades de los usuarios y sobre todo el apoyo o no a los clientes. Todos los cibercafés investigados, salvo los híbridos, tienen al principio o al final a su responsable, ello les permite una mejor perspectiva de lo que sucede en cada lugar. En los cafés Internet de tipo híbrido, difícilmente puede controlarse la actividad del espacio, ya que deben atender el negocio complementario.

Existe la prioridad del negocio más redituable contra la renta de computadoras y esto limita, por ejemplo, en cibercafé cercano al metro Chapultepec donde el responsable tiene prohibido realizar tareas escolares o capturas, debido a que descuida la actividad principal que es una paletería.

La perspectiva de negocio está inmersa en estos casos, los dueños no son conscientes de lo que ofrecen al tener computadoras e Internet para el público, ellos sólo vislumbran las ganancias y la paletería se las da.

El conocimiento del idioma inglés por parte de los responsables es muy importante para la atención de los usuarios, y carecer de ello limita el ingreso del establecimiento. Por ejemplo, en los cibercafés turísticos la propaganda y la información de servicios está en inglés y en español, esto debido a que sus principales usuarios son extranjeros. En el cibercafé de la Alameda, se observó que el responsable tiene que comunicarse a señas por no entender el idioma, lo que provoca que los clientes busquen otro espacio donde sean mejor atendidos y entiendan sus requerimientos.

Habilidades tecnológicas:

De los diez responsables, cinco son estudiantes y apoyan en la atención del cibercafé como entretenimiento. De estos cinco, dos no tiene una buena formación en cómputo, la del aeropuerto y la TAPO, pues cuando se les preguntó qué programas manejaban, definitivamente dijeron que ninguno. En estos casos, los usuarios carecen de una asesoría. El perfil de los encargados influye en el buen funcionamiento del cibercafé, sobre todo en función del tipo de servicios que ofrezcan. Mientras que en los escolares es necesario, por lo menos, saber usar programas básicos de captura como *Word* y operar la impresora o el escáner, en el caso de los cibercafés de paso, los encargados sólo se limitan a cobrar, ya que todo está sistematizado y sus clientes potenciales conocen el manejo de los equipos. A pesar de esta limitante los negocios funcionan y logran establecerse en el primer nivel de acceso.

Los encargados de cinco cibercafés tienen conocimientos de cómputo y son dueños de su propio negocio. Tres más son personas que vieron en el cibercafé un buen proyecto económico, pero manejan las herramientas mínimas de cómputo y han aprendido gracias a los usuarios.

Respecto a los usuarios, los responsables aseguraron que todos conocen lo que van a utilizar, un grupo limitado, del cibercafé de zona habitacional, son los que más dudas tienen, pero que se resuelven gracias a la capacidad del encargado.

Tipos y características

A partir de la información recabada y con las consideraciones mencionadas anteriormente, se respalda la tipificación de cibercafés. Las principales características de los cibercafés, según su ubicación y de acuerdo al trabajo exploratorio son:

Cibercafés de zonas habitacionales: El cibercafé investigado, *Xilef.Net@* cuenta con siete computadoras armadas, todas equipadas con *Windows* y *Office XP*, Encarta y Acrobat. Es el cibercafé que ofrece el mayor número de servicios, incluyendo mantenimiento de computadoras. Es al único que le han solicitado trabajos extraordinarios como la falsificación de documentos y tesis profesionales. Tiene una gran diversidad de clientes, de todas las edades. Es el negocio con mayor perspectiva como espacio de acceso público, gracias al perfil y trato del responsable. A pesar de lo anterior, su ubicación en una zona donde la mayoría cuenta con equipo de cómputo, lo hace un negocio poco redituable, ya que sus ganancias son de 20 a 50 dólares diarios, sin contar los gastos de manutención del lugar. Generalmente, recibe 20 clientes por día.

Cibercafés de zonas escolares: Estos cibercafés tienen como clientes potenciales a los estudiantes de las escuelas aledañas, generalmente son usados como centros de impresión de tareas escolares. Los responsables se limitan a auxiliar en aspectos de operación de los equipos más que de conocimiento de los programas. En los dos casos analizados, las temporadas vacacionales les afectan porque no tienen clientela y deben apoyarse de otros

negocios como el reciclado de cartuchos o la venta de bocadillos. Llegan a tener hasta 100 personas diarias.

Cibercafés de zonas turísticas: A diferencia de los escolares, éstos generan más ingresos en épocas de vacaciones, ya que los principales usuarios son extranjeros que revisan su correo electrónico o chatean. Las ganancias se complementan con las llamadas de larga distancia. En caso del cibercafé cerca de Bellas Artes, la dueña es extranjera y encontró en el cibercafé un buen negocio para invertir su dinero. Tiene contratado a dos encargados para auxiliar en aspectos técnicos y ella sólo cobra. En el café Internet de la Alameda, el dueño es una persona mayor, que también vislumbró un buen negocio. Por estar ubicados en zonas de mucho tránsito, generan amplios ingresos y, de acuerdo a sus propietarios, le permiten vivir holgadamente. Atienen en promedio de 50 personas diariamente.

Cibercafé de paso, en áreas de transporte nacional e internacional. Estos son los cibercafés menos sobresalientes, pues sólo ofrecen el servicio de cómputo e Internet y llamadas telefónicas. La observación dejó ver la incapacidad en informática que tienen los responsables, ya que sólo se limitan a asignar equipos y a cobrar. Sus costos son muy altos, en el aeropuerto el costo es de seis dólares la hora. Sus servicios son requeridos por la inmediatez de su ubicación y para actividades rápidas. Los responsables se limitan a asignar los equipos y a cobrar, en ningún momento existe una asesoría de su parte hacia los clientes, principalmente porque carecen de conocimientos en el manejo de las computadoras. El número de usuarios oscila entre 30 y 40 diarios.

Cibercafés de zonas recreativas: El cibercafé estudiado ofrece servicios generales y aunque los encargados tienen la posibilidad de auxiliar a los usuarios, éstos no necesitan de su apoyo, ya que regularmente van a jugar o a chatear. Es un espacio puramente de recreación, extensivo a las actividades del centro comercial. La mayoría de sus usuarios son adolescentes.

Cibercafé híbrido. Estos lugares definitivamente no consideran como su negocio central la renta de computadoras, ya que la paletería y la tienda de regalos, las cuales complementan al cibercafé les reditúa más ganancias, a tal grado que en la paletería tienen prohibido realizar trabajos de captura debido a que el responsable pueden desatender la venta de

helados. Los usuarios son clientes potenciales de los dos negocios, y regularmente las actividades que realizan son de ocio y entretenimiento.

4.4. Comentarios acerca de los resultados del trabajo de campo

El uso de los cibercafés en México se ha dispersado por toda la ciudad y ha adquirido grandes potencialidades como espacios para el acercamiento y uso de las TIC, particularmente de Internet. Si bien estos lugares, en un principio fueron creados como pequeños negocios debido a las condiciones económicas y sociales del país, actualmente se están diversificando y ofreciendo alternativas de uso jamás imaginadas. Se ha demostrado, que los cibercafés en México son espacios para navegar en Internet y no se requiere de locales exclusivos, más bien son sitios acondicionados para recibir gente y ofrecer desde el uso de la computadora, papelería, consumibles de cómputo, mantenimiento hasta un bocadillo o café.

Estos espacios son visitados principalmente por usuarios de diversas edades, no sólo por jóvenes como se pensó en algún momento, sino también niños y adultos se están integrando estas nuevas filas de ´navegantes´ y están logrando con los diversos usos que hacen de los cibercafés, la consolidación y crecimiento de los mismos. Además, el hecho de que existan clientes asiduos constituye el sector de la población que se pensaba podría estar excluidos de esta nueva sociedad.

Los cibercafés han alcanzado tal potencial que no sólo se limitan a la renta de equipo de cómputo e Internet, por más que ese sea su objetivo inicial, sino que han diversificado sus servicios a partir de las necesidades de los clientes. Como ejemplo de ello, podemos mencionar los trabajos escolares, los mantenimientos de equipo, los cursos, la venta de consumibles y hasta la falsificación de documentos oficiales y búsqueda de contraseñas.

En lo que respecta, al *marco tecnológico*, a través de los cibercafés se le ha asignado un significado de Internet y las computadoras como herramientas de apoyo ´necesarias´ para cualquier actividad humana, laboral y de ocio. Mientras que en la escuela es un espacio ineludible para los estudiantes y sus trabajos escolares, en el cibercafé en

general ha sido capaz de formarse como un lugar oportuno y vital para cualquier persona, niño o adulto, con o sin conocimiento de cómputo e Internet.

Con esta investigación se rescata que los cibercafés como sitios idóneos para el uso y conocimiento de las nuevas tecnologías. El simple acceso es ya un primer acercamiento a la tecnología. Los cibercafés como pequeñas empresas están abiertos a sus clientes, y a todos aquellos que tengan la necesidad o la curiosidad de usar las computadoras y navegar en Internet. Además, el simple hecho de que los usuarios tengan expectativas tecnológicas tan diversas hace que los cibercafés sean idóneos para satisfacer las necesidades más inmediatas e integrarse a la sociedad actual.

Asimismo, en los cibercafés se reafirma el conocimiento tácito, como en el caso de los estudiantes donde en estos centros, además de reunirse, ejercitan y aprenden más del uso de las computadoras e Internet. Un ejemplo claro de ello, son las personas que se han acercado a los cibercafés y donde éste ha sido el único lugar para el conocer la tecnología, han creado su correo electrónico y se han hecho una obligación el estar comunicados por ese medio. Poco a poco, han adquirido habilidades técnicas básicas, que si antes no las tenían, la necesidad los orilló a adquirirlas.

El cibercafé también permite la ‘socialización del conocimiento’, los responsables están obligados a auxiliar y enseñar las herramientas de los diferentes programas e Internet y apoyar a los usuarios, explicándoles lo que necesitan y alentando el uso de las TIC al mostrar todas las posibilidades que existen para la satisfacción de sus necesidades. Además, el que los usuarios de los cibercafés vayan acompañados y renten sólo una computadora, propicia la socialización del conocimiento, pues miran o comentan lo que hace el otro y es una manera de aprender.

El conocimiento para el manejo de las computadoras e Internet, en los cibercafés, es posible, sobre todo el de la zona habitacional que, como se ha dicho, recibe a todo tipo de personas y tiene más diversidad de servicios. Estos cibercafés generales, bien establecidos y con responsables conocedores y con perspectivas de un buen negocio, son capaces no sólo de crear interés por el uso de la tecnología, sino de lograr que hagan uso de ellas y la implementen en su vida diaria.

Un caso que puede ejemplificar lo anterior, es el de dos personas de 45 y 47 años⁹ que se acercaron a crear un correo electrónico para comunicarse con un familiar. En un inicio, no entendían como funcionaba abrir, checar y mandar un 'e-mail'; cada vez que visitaban el cibercafé pedían su contraseña porque nunca la guardaron, se les olvidaba y se la exigían al responsable, quien ya tenía una lista de contraseñas de sus clientes. Después de cinco y siete visitas respectivamente, estas personas pudieron comprender cómo funcionaba *hotmail*, sin embargo seguían preguntando sobre el uso del teclado, y los servicios de video y audio que veían usaban los demás. Estas personas abrían su correo en *Messenger*¹⁰, no sabían que la página podría abrirse desde el navegador y cuando por alguna razón del servicio de Internet no se podían conectar, se desesperaban y el responsable tenía que ayudarlos. Finalmente, después de un mes de constantes visitas de siete a ocho de la noche al cibercafé, estos usuarios aprendieron a usar su correo electrónico, chatear y buscar información de su interés.

Aunque éste es sólo un ejemplo de los que sucede en los cibercafés, permite vislumbrar el potencial de estos lugares para el acceso y uso de las tecnologías de cómputo e Internet.

Con estos resultados es claro ver que los cibercafés se han convertido en espacios esenciales para acceder y conocer las tecnologías y para ello, es importante destacar su ubicación física y los servicios que ofrecen. Estos establecimientos han crecido, a tal grado, que han empezado a diversificarse y fusionarse con otros negocios, tales como papelerías, centros de fotocopiado, de revelado fotográfico, además de los servicios de comida, venta de consumibles de cómputo, fax y videojuegos.

Un servicio que es poco ofrecido, pero que confirmaría el papel de los cibercafés como espacios de conocimiento, son los cursos de computación, sin embargo son pocos los dueños que piensan en convertir sus negocios en centros de aprendizaje, no sólo por la disponibilidad de las computadoras en renta, sino por el tiempo y atención que se debe dedicar a esta actividad y que posiblemente no sea redituable.

⁹ Información obtenida al momento de ver el registro de su correo electrónico donde les piden la fecha de su nacimiento.

¹⁰ En algunas ocasiones, el servicio de Messenger no funcionaba, sin embargo si era posible checar el correo a través de la página web www.hotmail.com. (Agosto 2004)

Los cibercafés, a pesar de tener un propósito comercial y cobrar por un servicio, están ayudando a socializar la tecnología, están recibiendo un apoyo directo para cubrir sus necesidades en torno a las TIC, no sólo por ofrecer internet, sino por el uso mismo de las computadoras de aquellas personas que no tiene la posibilidad de adquirir un equipo.

En lo que respecta a la legislación, mientras no exista un marco claro que regule estos espacios, difícilmente el gobierno podrá exigir un apoyo de tipo social y mucho menos podrá aprovechar estos espacios para sus trámites como en el caso de Chile. Es necesario contar con una legislación clara que permita beneficiar tanto a los dueños de los cibercafés como a la población que hace uso de sus servicios. Los gobiernos pueden usar a los cafés Internet para diversos servicios, relacionados con la salud y la educación, ya que a través de ellos se puede tener contacto con áreas remotas e integrar a las comunidades aisladas.

En este sentido, el futuro de los cibercafés puede orientarse hacia dos vertientes, como empresa o como prestadores de servicio social. Este último punto podría lograrse si los cibercafés se integraran a proyectos legitimados del gobierno o de organizaciones no gubernamentales, de lo contrario seguirán siendo pequeñas empresas con ingresos suficientes para seguir manteniéndose a flote y cumpliendo, indirectamente, con el apoyo social limitado como hasta ahora lo ha hecho.

Por otro lado, es necesario abundar que la formación de gestión, técnica y, de preferencia, comunitaria del responsable del cibercafé, es fundamental para el desarrollo de estos espacios como centros de capacitación y como parte de la estrategia para el desarrollo de habilidades tecnológicas en los sujetos.

CONCLUSIONES

“Hacia el final del segundo milenio de la era cristiana, varios acontecimientos de trascendencia histórica han transformado el paisaje social de la vida humana. Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a ritmo acelerado.”
(Manuel Castells)

El objetivo de esta investigación fue un acercamiento a la situación de los cibercafés en la Ciudad de México. Las condiciones en las que se llevó a cabo el estudio, el universo analizado y los instrumentos empleados para su observación, si bien dan cuenta de ello, no nos permiten de ningún modo generalizar los resultados a todo el país. Por el contrario, se buscó identificar si comparten rasgos comunes y determinar si los cibercafés constituyen una oportunidad para acceder y usar las tecnologías, que fue el supuesto original que orientó esta tesis.

A partir de estas aclaraciones, presentamos a continuación las conclusiones de este trabajo, a las cuales hemos agrupado en tres partes. En primer lugar, rescatamos los aspectos más sobresalientes de los cibercafés como espacios de acceso y socialización de las TICs en el contexto de la sociedad de la información. Distinguimos además, los elementos de mayor importancia de los espacios de acceso público de las TICs en el mundo, América Latina y México, tanto de índole social como comercial. Finalmente, en un tercer grupo de ideas se exponen algunas recomendaciones que buscan aportar sugerencias para la sustentabilidad de los cibercafés en México y su aprovechamiento como elementos clave de acceso público y como parte destacada de las prácticas sociales de la sociedad de la información.

La aparición y uso de las TICs ha desatado una profunda transformación en la forma de actuar de los seres humanos, al mismo tiempo que cada vez más son indispensables para

las actividades de la vida cotidiana. La tecnología, tal como lo plantea Castells, es producto de las sociedades y éstas no se pueden entender sin sus innovaciones tecnológicas, ya que son determinantes para los procesos económicos y sociales. Específicamente, Internet es la tecnología que se ha declarado como la pionera para estos cambios y ha revolucionado la forma de ser y hacer de las personas. Ésta ha sido definida por la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información como un conjunto de tecnologías que satisfacen las necesidades más básicas de las comunidades. De aquí que los organismos internacionales la han integrado como uno de los elementos clave para lograr un acceso equitativo y universal a la red de redes que ayude a disminuir la denominada brecha digital, es decir la inequidad en el acceso y uso de las TICs.

Son muchos los discursos con carácter positivo de la tecnología para todos, sin embargo, el problema es superar las buenas intenciones y es claro que el progreso no se ha logrado en la mayoría de los países, aún en las naciones más desarrolladas donde todavía existe una división, quizás no de acceso físico, pero si de manejo de los equipos.

Para autores como Gómez y Martínez (2001) el acceso a las TICs debe integrar no sólo la conectividad, sino el uso con sentido de la tecnología y la apropiación social de la misma; es decir como una herramienta que ayude a resolver problemas concretos que permitan cambios en el mundo real que propicie el desarrollo. La idea es ir más allá, donde la tecnología sea significativa y permita encontrar un objetivo real de uso, pero sobre todo, que se logre una mejora en la vida de las personas.

Bajo estas premisas, la oportunidad que muchos países han encontrado para tratar de cumplir con este propósito es la creación de los centros de acceso público (CAPs), los cuales se han convertido en instrumentos que ayudan democratizar el uso de internet, a pesar de que hasta ahora, siga siendo una tecnología de uso limitado.

El nacimiento de estos espacios de acceso público a internet, son una copia de las iniciativas de las grandes potencia. De tal manera que, mientras que en países como Estados Unidos se crearon programas para ampliar el acceso tanto de infraestructura como de uso, en América Latina se pensó en el establecimiento de centros que ofrecieran el uso de las tecnologías a la población.

Es posible identificar a los CAP´s como telecentros y cibercafés. Los primeros tienen una función primordialmente de desarrollo de las poblaciones donde se ubican, en su mayoría apoyados por organizaciones no gubernamentales; mientras que los cafés internet en general son propuestas comerciales y de iniciativas individuales, creados más bien como fuente de empleo que como apoyo de las comunidades. Pese a estas diferencias, todos los espacios de acceso público, llámense, cibercafés, telecentros, infocentros o cabinas públicas ofrecen servicios de cómputo e internet a precios accesibles y en ocasiones gratuitos, lo que permite apoyar la propuesta de acceso universal, aunque no logren alcanzar los niveles requeridos. Al respecto, si bien puede reducirse a la simple conectividad y/o el uso, es importante reconocer que son parte de los primeros pasos para reducir la brecha digital.

En el caso de los telecentros, éstos se han creado particularmente en países en vías de desarrollo como los de América Latina y algunas experiencias en África. Estas iniciativas se instauran primordialmente en zonas marginadas y en espacios ya legitimados como las bibliotecas públicas o las escuelas, además ofrecen, en la mayoría, planes de capacitación para los usuarios y sus responsables. Por ejemplo, en Venezuela donde se creó un proyecto denominado Infocentros con cabinas de acceso internet instaladas en las bibliotecas públicas y que contaban con una propuesta de capacitación. En México, las opciones tipo telecentros con sentido comunitario, las encontramos en proyectos como los centros comunitarios digitales de E-México, las plazas comunitarias de INEA, los centros de saber de Guanajuato y el equipamiento informático de las bibliotecas públicas, entre algunos otros.

Los telecentros si bien han servido para apoyar la introducción de las TIC y disminuir el problema de acceso, no han podido generalizarse del todo debido a que, casi siempre, son proyectos aislados, implementados para agrupaciones determinadas. Los beneficios recaen regularmente en unos cuantos, indígenas, campesinos, personas del sector salud, dejando fuera a otros grupos que pueden aprovechar la tecnología. La idea de atender sólo a los más desprotegidos, limita no sólo el acceso, sino la realización de una variedad de actividades.

Por su parte, los cibercafés, tema central de este trabajo, a pesar de su objetivo comercial, también cumplen un papel en la democratización del acceso, ya que además de

ofrecer el servicio de computadoras a internet a costos accesibles a la población de los lugares donde se ubican, apoyan la socialización de las TICs al ser espacios públicos de comunicación interpersonal y de esparcimiento.

Los cibercafés han logrado impactar socialmente en el momento que logran cambiar los hábitos de las personas haciendo más fáciles sus actividades diarias, o propiciando servicios que se las faciliten. En estos lugares, los usuarios no sólo buscan el servicio de renta, sino que tienen la oportunidad de recibir asesorías en el uso del equipo o búsqueda de información. Además, casi siempre las personas que hacen uso de estos lugares llegan acompañados, de ahí que se promueva la socialización, no sólo para buscar información sino también para hacer amigos. Asimismo, la relación que se da entre el responsable y el usuario, conlleva procesos de comunicación, y en muchas ocasiones, al aprendizaje, que es una forma elemental de apoyar el uso social de las TIC.

Los cibercafés también han funcionado como espacios de esparcimiento, ya que son lugares con servicios comunicativos como el chat, el correo electrónico y los juegos en línea. De este modo, están apoyando, de forma indirecta, a la sociedad de la información, por ser un recurso que permite el acceso a la red de redes, y a resuelve las tareas cotidianas de los individuos que cada vez más se están digitalizando.

Regularmente son centros ubicados en zonas urbanas de los países en desarrollo, y aunque fomentan el uso de la tecnología, lo hacen por una retribución económica, a diferencia de los telecentros que fomentan el aprovechamiento de las tecnologías de acuerdo a las necesidades y capacidades de los grupos. Por otra parte, el hecho de no tener un sector específico a quien dirigirse amplía las posibilidades de atención para todos.

Las características de los cibercafés varían en cada país. Es posible ubicarlos en las zonas más recónditas como el café internet remoto en el Monte Everest, o operados con monedas como el SFNet de San Francisco en Estados Unidos. Básicamente son centros de conexión que operan con una utilidad empresarial para su propietario.

En Europa y Estados Unidos, los cibercafés funcionan para la atención primordialmente del turismo. El Café Cyberia de Londres es considerado el precursor de

estos lugares desde 1994; también están los telecottages en Hungría y los cibercentros en España, los cuales son más populares entre los extranjeros que entre los habitantes de las zonas. Una característica que prevalece en los cibercafés de estos países, es que los operadores consideran que el simple acceso a internet no es un negocio comercialmente viable, sino que para que subsista debe combinarse con ser café o restaurante. Es lógico que la perspectiva de negocio deba ser dual si atienden fundamentalmente al turismo; no hay que olvidar que los niveles de acceso de América del Norte y Europa alcanzan el 89% de su población, y sus clientes potenciales evidentemente son los extranjeros.

En África, se ha experimentado un crecimiento de cibercafés, en su mayoría funcionan como centros independientes y en varios países son la única forma de acceso. De aquí que, a pesar de seguir un modelo comercial, algunos programas sociales los retomen para reproducirse en todo el continente. En estos países, los problemas que los mantienen en un nivel de acceso limitado son las pocas habilidades de los habitantes para utilizar la tecnología y la falta de infraestructura de internet, situación que se ve agravada por las altas tarifas que cobran los proveedores por la conectividad.

A pesar de la proliferación de los centros de acceso público en el mundo, todavía no se puede afirmar que se esté disminuyendo la brecha digital; sobre todo en la medida en que la economía de los países, seguirá repercutiendo en la consolidación de la sociedad de la información.

Si hacemos referencia al caso de América Latina (AL), éste ha tomado un camino muy particular, pues además de que los cibercafés han revolucionado la forma de conocer y usar la tecnología, en algunos lugares siguen siendo la única forma de acceso, gracias a los cual se han consolidado como pequeñas empresas y constituido como medios de subsistencia de numerosas familias. La experiencia más importante es la de las cabinas públicas en Perú, las cuales fueron un proyecto instaurado por la Red Científica Peruana (RCP), organismo dependiente del Gobierno de este país. Éste consistía en una propuesta desarrollada a través de franquicias que incluía programas de capacitación, y cuyo objetivo era lograr la masificación de la red. Sin embargo, debido a las dificultades económicas de ese país, la iniciativa se les fue de las manos, y si bien los centros se multiplicaron, estos lo hicieron

como negocios privados, fuera de los lineamientos establecidos por la RCP y en muchos de los casos hasta ilegales.

Casos semejantes al anterior, se presentan en países como Ecuador, Argentina, Brasil y Chile, donde los cibercafés, además de ofrecer servicios en torno a las TICs, son pequeños negocios de subsistencia. Es posible encontrar diversos tipos de cibercafés en estos países, mismos que dependen directamente de los usuarios. En Perú, por ejemplo, existen cibercafés abiertos las 24 horas y con servicios especializados como las cabinas privadas para adultos que gustan de ver pornografía. En general, atienden a estudiantes y amantes del chat y el correo electrónico.

Esta situación se justifica por las prácticas culturales y la situación de crisis permanente que vive América Latina, que condicionan a sus habitantes a buscar la supervivencia por cualquier medio, incluso por encima de la legalidad. Para muchos de sus habitantes, la experiencia ha sido única, los cibercafés los han introducido en el uso y aprendizaje de la tecnología y un elemento que los distingue es que son en su mayoría propuestas particulares, sin apoyo del gobierno o de otras organizaciones.

En el caso particular de México, el nacimiento de los cibercafés fue producto de iniciativas privadas, de proyectos familiares que surgieron debido a los problemas de desempleo que tiene el país y como negocio de moda. No son espacios que surgieron para disminuir la brecha tecnológica, sino más bien como medio de subsistencia. Los cafés internet en nuestro país tienen como fin primordial el beneficio económicos de los dueños, más que el apoyo a la comunidad. En muchos casos, su creación está ligada directamente con la profesión del propietario; la creación, administración y mantenimiento de los cibercafés responde a la visión de cada uno de ellos, principalmente ingenieros en sistemas. Es por ello, que el conocimiento de las TIC's por parte del dueño, es un requisito importante que ha contribuido al sostenimiento de los cibercafés, siempre y cuando sea él quien lo opere, ya que permite ofrecer asesorías a los usuarios y reparar o configurar equipos cuando es necesario. En un inicio, los cibercafés se plantearon como espacios de recreación tipo cafeterías, sin embargo ahora son sólo lugares de acceso público a internet, y en la mayoría de las veces, el café ni siquiera existe.

Con base en el trabajo de campo realizado, se pueden distinguir varios tipos de cibercafés que dependen directamente de su ubicación. En general, se han establecido en zonas de clase media y media baja y principalmente en lugares de gran demanda, como son los cercanos a instituciones educativas. En la Ciudad de México, no existe un modelo único, es posible encontrarlos de tipo turístico, escolares, recreativos e híbridos. Todos ellos, ofrecen acceso a internet junto con otros servicios, a cambio de un pago por hora y, en algunos casos, es posible tener asesoría. Las características de cada uno responden a las condiciones específicas de los lugares donde se desarrollan y de la cultura, nivel tecnológico y de aceptación de la zona donde se instalen.

La mayoría de estos lugares pertenece al comercio informal, es decir se han establecido fuera de un marco legal claro y son integrados con equipo armado y software no propietario. Según esta investigación, la mayor parte de los cibercafés operan con software conocido como "pirata", es decir, sin licencia para su uso. Aunque en dos casos de los centros visitados, se habló de licencias, éstas no se mostraron. Por otra parte, si tomamos en cuenta el precio de estos programas en comparación con las ganancias que pudiera tener un cibercafé, difícilmente serían redituables. De ahí que predomine el uso de software "pirata" por su bajo costo, pero sobre todo por la falta de supervisión legal y administrativa que existe en el país.

Al respecto, la única ley que se encontró acerca de la regulación de los cibercafés, fue emitida en el Estado de México y se enfoca en la calidad de los servicios que deben ofrecer, así como a la exclusión de pagos si se ofrece renta gratis de los equipos en tiempos determinados. Fuera de esta normatividad, no existe ninguna ley que rijan a los cibercafés. Los lineamientos a seguir para su establecimiento son los mismos que cualquier otro tipo de negocio, lo que limita tanto el número como la calidad de los servicios.

En lo que respecta a la conexión de internet, en la observación inicial de los 30 cibercafés estudiados en la muestra preliminar, hubo tres casos (10%) en los cuales la conexión también era pirata, es decir, operaban con un usuario y clave proporcionada por quienes les vendieron el equipo. Esta situación se observó en los cibercafés que operan con franquicias. Respecto al universo de los 10 cibercafés analizados, todos contaban con conexión tipo ADSL, operada principalmente por Telmex (Prodigy Infinitum). Con ello, si

bien contribuyen al acceso público a internet, al mismo tiempo participan de la monopolización de la conectividad.

Un componente más que caracteriza los cibercafés investigados, es la asesoría que ofrecen los responsables, la falta de capacidad en el manejo de las computadoras e internet por parte de los clientes se ve solventada con la guía de sus dueños u operadores, aunque sea para solucionar las necesidades inmediatas. Hecho que hace que muchas personas lleguen a estos lugares por el apoyo que reciben. En ese sentido, además, se han convertido en nuevas oportunidades para aprender, pues sin duda son espacios que ofrecen instrucción a bajo costo y fomentan la educación informal a través de sus servicios. Son lugares que forjan la oportunidad de integración de nuevos alfabetizados tecnológicos, al permitir conocer y adaptarse a una realidad nueva y cambiante: la de la sociedad red.

El pago por hora es otro un factor que ha permitido el uso de los cafés internet. La mayoría de la gente no cuenta con un equipo de cómputo y muchos menos con servicio de conectividad, el costo de éstos en comparación con la hora que pagan para la solución inmediata de sus requerimientos se ve solventado en estos lugares, aunque la solución y el acceso sean sólo momentáneos.

Por otro lado, aunque, en este estudio no se llevó a cabo un análisis exhaustivo de las personas que visitan los cibercafés, se pudo determinar que en su mayoría son personas con niveles adquisitivos bajo y medio; en particular, jóvenes estudiantes que en muchos de los casos contaban con equipo de cómputo en casa y utilizaban a los cibercafés para sus dudas, para conectarse a internet o para imprimir. El principal motivo de visita de los cibercafés es el acceso rápido a internet, las impresiones, asesorías y el servicio de soporte técnico. Condiciones que deben ser aprovechadas para orientar y mejorar los servicios.

Hay que resaltar que en México, aunque existe un crecimiento en la oferta de internet, el acceso todavía es limitado: 12.29% de usuarios del total de la población del país. Sin embargo, si se pudiera sumar a esta cifra el número de usuarios de internet que accesa a través de los cibercafés, el porcentaje aumentaría considerablemente. Las personas que hacen uso de internet público, regularmente tienen en este tipo de acceso su

única forma de usar las redes, y en mucho de los casos han conocido la tecnología a través de esos lugares.

Por último, nos interesa destacar que a pesar de que los cibercafés a diferencia de otros proyectos gubernamentales como e-México no cuentan con una infraestructura bien definida, éstos han funcionado a la par de programas como el anterior. De la misma forma, han logrado captar a un nicho de usuarios que los espacios tipo telecentros con personas cautivas no tienen y es el acceso a las TICs de los adultos mayores, quienes regularmente no encuentran sentido al uso de la computadora e internet. En los casos estudiados se logró verificar que las personas mayores habían encontrado algunas de las ventajas que ofrece el uso de la tecnología ofrecida en los cibercafés, además de satisfactorios los servicios que se les ofrecían en esos sitios.

En este contexto, y a partir de los resultados de este trabajo, estamos en condiciones de afirmar que los cafés Internet en México han logrado aumentar el acceso, tal como lo hicieron en su momento las cabinas públicas peruanas, logrando un modelo de conectividad popular. Sin duda, los cafés internet están contribuyendo a disminuir las barreras de desarrollo y acceso a las TICs de las poblaciones y, si es verdad que han logrado establecerse en las grandes ciudades, también lo han hecho en comunidades de medianos y bajos recursos, satisfaciendo las necesidades inmediatas de uso de tecnología.

Esto permite proponer algunas recomendaciones, ya que considero que es necesario aprovechar los beneficios que los cibercafés han aportado hasta el momento. En una primera instancia debe crearse una ley que determine no sólo la calidad de los servicios, sino los requerimientos mínimos con los que debe operar un cibercafé, tanto en hardware, software, espacio, información y en su caso, capacitación. Estas condiciones deben adecuarse al tipo de usuarios y su ubicación. La ley deberá considerar también, los lineamientos planteados para la Sociedad de la Información, que deben satisfacerse las necesidades más básicas de la comunidad en materia de acceso a las TIC's. Si bien es cierto que los cibercafés son en su mayoría negocios manejados por particulares, deben ser aprovechados para el desarrollo de la sociedad de la información y esto sólo puede lograrse si existe una normatividad y regulación que beneficie a todos, sin que sea necesario hacer a

un lado su propósito comercial. Debe establecerse una ley que además de regular a los cibercafés, los apoye.

Dado que la instalación de un cibercafé depende de la visión de un empresario, del capital con que cuente, de la asesoría o destreza técnica requeridas y de un gran esfuerzo, su viabilidad como empresas puede permanecer mientras va creciendo el uso doméstico de internet. Será necesario, entonces, que se modifiquen, que cambien su concepto e integren nuevos servicios para poder subsistir, ya que al igual que los cibercafés europeos, el simple acceso a internet no garantiza su permanencia. Hay que resaltar, además, que los cibercafés luchan por mantenerse en un mercado que se ha ido saturando, donde existe gran competencia en este negocio, a la vez que para los usuarios las opciones de conectividad y de adquirir un equipo cada vez son mayores.

Definitivamente, la oferta de cibercafés deberá crecer y diversificarse ante el aumento de la demanda de conexión a internet. La experiencia de este trabajo nos lleva a pensar en una tendencia a la especialización donde la importancia de estos espacios, radique en generar una visión de interés social de las TIC's, principalmente como promotores en el uso de internet y como lugares de socialización y aprendizaje. Es necesario que se plantee, desde las instancias con poder de decisión y de establecimiento de políticas de regulación, como el gobierno federal, el aprovechamiento de los cibercafés como centros de acceso. Aprovecharlos para actividades tan necesarias como el pago de impuestos, las citas médicas o las inscripciones a escuelas públicas y, de alguna forma, exhortar a la población que no cuenta con equipo de cómputo a usar la tecnología en estos espacios públicos compartidos. Al propiciar su uso podría exigirse a los cibercafés que contaran con los requerimientos de equipo mínimos necesarios para estar a la par del avance tecnológico.

De igual manera, para su supervivencia, los dueños de los cibercafés deberán contar con una estrategia comercial a partir de los servicios que ofrecen, ya que como vimos en el trabajo de campo, en muchos casos, los encargados o dueños no cuentan con los conocimientos técnicos necesarios para su operación. Valdría la pena fomentar que los cibercafés apoyaran directamente el conocimiento y uso de la tecnología como una propuesta comercial, donde exista una verdadera capacitación de los responsables para la

operación y mantenimiento de equipos y se apoye, además, la transmisión de conocimientos. Así se garantizaría seguir concentrando a la generación de internautas que visitan estos sitios, y sería un buen ejemplo de cómo la iniciativa privada también puede apoyar al desarrollo al brindar un servicio a la comunidad.

Así también, debería formarse un órgano regulador de acceso a la tecnología, donde participen los dueños de cibercafés, las compañías proveedoras de Internet, usuarios y el gobierno federal, y en la cual se determine elementos básicos como la calidad de los equipos, al velocidad de conexión, la forma de operar, un programa de capacitación para responsables y el establecimiento de costos, a partir de la ubicación geográfica y el poder adquisitivo de los usuarios. Con ello, se garantizaría un mejor servicio y mayores posibilidades de crecimiento de estos negocios.

El éxito y crecimiento de los cibercafés en México ha sido prácticamente espontáneo, sin la ayuda de organizaciones o el gobierno. Su proliferación ha obedecido a los requerimientos de la sociedad, en la medida que son una respuesta inmediata y popular a una demanda creciente de la población ante la ausencia de un sistema eficiente y económico de telecomunicaciones en el país. La accesibilidad a Internet y a las restantes tecnologías de la información a través de los cibercafés ha constituido un nuevo espacio de comunicación social, a la vez que ha permitido a los usuarios comunicarse en libertad e igualdad de condiciones.

Los cibercafés han acercado a todos a las tecnologías de la información y han brindado una mejor oportunidad para conocerlas y manejarlas. No cabe duda que están ayudando a reducir las barreras de acceso a la tecnología, y aún más, al desarrollo básico de habilidades tecnológicas básicas. Los cafés internet son un instrumento para apoyar el ideal de igualdad y desarrollo para todos y es por ello que deben ser parte integral de los procesos y actividades cotidianas de las poblaciones y responder a los requerimientos particulares de los países.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliografía

- Ballabeni, Antonio J. (2001). *La jerga de los negocios para el nuevo milenio*. AJB Executive Books. 2da. Edición. Perú, 501 pp.
- Boullier D. (1992). *La vie sans mode d'emploi, en Autrement* No. 3, marzo, pp. 157-167.
- Castells Manuel y Himanen Pekka (2000). *El estado del bienestar y la sociedad de la información: El modelo finlandés*. Alianza Editorial. España. 215 pp.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen 1. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel. (2001). *La Galaxia Internet: Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. España. Ed. Areté. 316 pp.
- Charles Nahoum. *La entrevista psicológica*. ED. Kapelusz, Buenos Aires, 1985.
- Crovi Druetta, Delia y Francisco Hernández Lomelí (2004). *Internet y televisión. Una mirada a la interculturalidad*. Colección "Comunicación y diversidad cultural", coordinada por Sarah Corona y Berkin y Carmen de la Peza Casares. Universidad de Guadalajara, Ciudad de Zapopan y Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco. Pp. 16-36.
- Crovi Druetta, Delia (2002). *Sociedad de la Información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. División de Estudios de Posgrado. UNAM. México, D.F. 13-33 pp.
- Deforge Y. (1985) *Technologie et génétique de l'objet industriel*. Paris, Maoloine.
- Doheny-Farina, Stephen (1996) *The Wired Neighbourhood*. New Haven: Yale University Press.
- Galindo Cáceres Jesús. *Etnografía. El oficio de la mirada y el sentido*. 347-383 pp en Jesús Galindo Cáceres. Coordinador. *Técnicas de Investigación Cualitativa*.
- González, García, M. I.; López, Cerezo, J.A. y Luján López, J. L. (1996) *Ciencia, tecnología y sociedad: una introducción al estudio social de la ciencia y la tecnología*. Madrid: Technos, 324 p.
- Gumucio, Dagron Alfonso. (2004). *Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo*. Bolivia. 1 a 26 pp.
- Julio del Río Reynaga (1991). *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*. Ed. Diana. México.
- Kahin, Brian y Keller James. (1996), *Public Access to the Internet*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts. 381pp.

Liff, Sonia y LaeGran Anne (2003). *Cybercafes: debating the meaning and significance of internet access in a café environment*. New Media& Society. SAGE Publications, London.

Mattelart, A. (1997). *La communication dans le monde: histoire des idées et des stratégies*. Paris: La découverte.

Porras, L.; Ramos, J. Salinas, B. y Santos, A. (2004). *Tecnologías de Información, Educación y Pobreza en América Latina: Los telecentros, estudios y tendencias*. Universidad de las Américas. Ed. Plaza y Valdés. México. 204 pp.

Salomón, Gwen; Allen, Nancy J. y Resta Paul (2003). *Toward Digital Equito bridging, the divide in education*. Pearson Education Group Inc. Usa. 280 pp.

Santos, A.,J.A. López y L.H. Porras (1997) *Memorias del IX Congreso de Tecnología y educación a Distancia*. Costa Rica.UNED

Thompson, John B. *Ideología y cultura moderna*. UAM-Xochimilco.México, 2002. 482 pp.

Trejo, R. (1997). *La Nueva Alfombra Mágica*. México. Editorial: Diana. (Cap. 1)

Wilson, M. Samuel y Peterson, Leighton C. (2002). *The Anthropology of online communities*. Annual Reviews Anthropology. 31. 449-67 pp.

MacKenzie, Donakd y J. Wajcman (1985) *The Social Shaping of Technology - How the Refrigerator Got its Hum*. Buckingham. Milton Keynes: Open University Press.

Warschauer, Mark. (2003). *Models of Access: Devices, Conduits, and Literacy, en Technology and Social Inclusión*. Rethinking the Digital Divide. Massachussets Institute of Technology. USA. 260 pp.

Hemerografía

Acosta, Vázquez Nelly. (2002). *Sigue la ebullición de los cybercafés*. Diario El Universal. México, D.F., 4 de noviembre de 2002.

Aladro, Eva. (1997). *Las ciencias de la información, entre la innovación y la erudición*. Cuadernos de información y comunicación. CIC, núm. 3, otoño 1997. Universidad Complutense de Madrid, España, pp. 37-46.

Bustamante Martínez, Enrique (2002). *Internet en México*. El Universal. México, D.F., 18 de noviembre de 2002. Sección I. Computación. p. 3.

Brumby, John. (2001). *A framework for using technology to create and strengthen communities*. Journal Connecting Communities. State Government Victoria, Australia. Marzo 2001. 24 pp.

Cervantes, Rodrigo. (2002). *Cybercafés, son negocio todavía*. Reforma. México, D.F., 4 de noviembre de 2002. Sección A. p. 4.

Chacón, Lilia (2004). *Cybercafés, cumplen 10 años* Diario Reforma. Sección Negocios,. 4 de sept.2004. P. 26A.

Chancerel J. (1991). *Education y Technologie: éléments de réflexion, en Revue européenne des sciences sociales*. Tomo XXIX, No. 91. pp. 159-175.

Criado, Miguel Angel (2002). *Los cibercafés ganan la batalla de Madrid*. . Diario el Mundo, Madrid España. Suplemento Ariadna@. 24 de noviembre del 2002. No. 115 en. <http://www.el-mundo.es/ariadna/2002/115/1038048990.html>

Díaz Cruz y Santos Corral. (2003) *Análisis del poder en la relación entre tecnología y cultura*.

Gutiérrez, Cortés Fernando e Islas C. Octavio (2000). *La influencia de internet en México y su impacto directo en la práctica política y administrativa*. Proyecto Internet-ITESM. Campus Estado de México. Revista Electrónica Proyecciones. Año 1, número 5. Abril-mayo 2000.

Lee, Sarah (1999). *Private uses in public space: A study of and internet café*. SAGE Publications. New Media & Society. London, California and New Delhi. Vol. 1, No. 3, 331-350 pp.

Lévy, Pierre. *Sobre la cibercultura*. Revista de Occidente No. 206 Madrid, 1998.

Luján, Zavala Juan Carlos (2002). *Las cabinas son un alternativa para romper la brecha digital*. Diario El Comercio. Sección Educación. Lima, Perú, 24 de junio del 2002.

Millan, José Antonio. (1998) *La cultura en la comunidad virtual*. Revista de Occidente, No. 206 Madrid.

La voz del interior. EFE (2001). *24 muertos al arder cibercafé chino*. Diario la voz del interior. 17 de junio del 2002. Córdoba, Argentina.

Redacción Computación. (2003) *Crece uso de tecnología inalámbrica de Internet*. El Universal On line . 20 de octubre del 2003. Pág 1. http://www.el-Universal.com.mx/pls/impreso/noticia_supl.html?id_articulo=11113&tabla=articulos

Ruiz, José Luis (2003). *Festeja Fox cifra de autoempleos*. Diario El Universal. Jueves 14 de agosto del 2003.

Torres, A. (2003), *Los Cibercafés: espacios culturales-educativos para las nuevas generaciones*, Revista Casa Abierta al Tiempo Vol. V Época III, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Uotinen, Johanna. (2003). *Involvement in (the information) society - the Joensuu community Resource Centre Netcafé*. Universidad de Joensuu, Finlandia. SAGE Publications. New Media & Society. London, California and New Delhi. Vol. 5, No. 3, 335-356 pp.

Venegas, Juan Manuel (2000). *Microcrédito de mil pesos, base para que cada familia tenga su changarro*. Diario la Jornada. Lunes 11 de diciembre del 2000

Ponencias e investigaciones

Campos, Godínez, Hernández y Romero (2004). *Internet: rituales de apropiación de los jóvenes en 4 cibercafés de Texcoco*. Trabajo Terminal de la licenciatura en comunicación social. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Julio 2004.

Colona Guadalupe, Carla. (2003) *Las Cabinas Públicas de Internet en Lima: Procesos de comunicación y formas de incorporación de la tecnología a la vida cotidiana*. Lima: Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación y Departamento de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, febrero del 2003. 83 pp. (Informe de investigación).

Hernández, Tapia Elias (2004). *Culturas de usuarios de Internet en los Cibercafés de la Sierra Nevada: ¿Aumentando o reduciendo la Brecha Digital Educativa?* Trabajo Terminal de Licenciatura en antropología Social. UAM Iztalapa. Texto proporcionado por el autor.

Hernández, Tapia Elias. (2003) " *Cultura(s) de usuarios de Internet dentro de los Cibercafés: Los piratas de la antigua escritura o la nueva forma de aprender digitalmente en contextos rurales*". Ponencia inédita. UAM Iztalapa.

Hernández, Tapia Elias. (2004). *Cibercafés y telecentros públicos en México*. Ponencia presentada en el Congreso Internacional "Construyendo Sociedades de la Comunicación" Ourmedia / Nuestros Medios IV. Porto Alegre, Brasil. 2004.

Nnafie, Issmail (2002). *Internet cafés in Dar es Salaam: Problems and Opportunities. Recommendations for eThinkTank Tanzania*. Master of Science thesis. Eindhoven University of Technology. Países Bajos. Faculty of Technology Management. Noviembre, 2002. <http://www.ourtanzania.com/cafes.pdf>. Consulta el 22 de Julio de 2004.

Robinson, Scott. (2003) *Los retos culturales de los cibercafés: Los changarros olvidados*. Departamento de Antropología, UAM-Iztalapa. (Ponencia)

Trejo Delarbre, Raúl. (1999). *Desafíos y divergencias de la sociedad de la información en América Latina*. Ponencia para el seminario *Sociedad de la Información en el Mercosur y América Latina*. Buenos Aires, septiembre de 1999

Trejo Delarbre, Raúl (1999). *Internet en Americ@ Latin@. Débil pero influyente presencia, incipientes políticas culturales*. Artículo. En *Las industrias culturales en la integración latinoamericana* coordinado por el Dr. Néstor García Canclini y Carlos Moneta. México, Ed. Grijalbo. 10 pp.

Morejón, Vinuesa, Rodríguez Viviana y Ríos Verónica. (2004). *Los cibercafés en la ciudad de Quito*. Tesis de Grado. Universidad Central de Ecuador. Facultad de Comunicación Social. <http://unesco.org.ec/cibercafesquito/> Consulta: 2 de octubre del 2005

Fuentes de consulta en internet

Admin. (2003) Verifica los servicios de los cybercafés. 18 Marzo de 2003 <http://membres.lycos.fr/cibecafesmexico/html/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=10&mode=thread&order=0&thold=0&PHPSESSID=c22140252ac8fc541449c803969bce74>. En la página de organización de cybercafés en México. Consulta: 06 de abril del 2003 dentro

AMIPCI y Select (2002 y 2005). *Hábitos de los usuarios de internet en México*. Resumen Ejecutivo. <http://www.amipci.org.mx/contenidos/estudios.html>. Consulta: 3 octubre del 2005.

Annan, Kofi (2002) *Kofi Annan's challenge to Silicon Valley*, en: News.com. Perspectives. <http://news.com.com/2010-1069-964507.html?tag=lh> Noviembre 5 del 2002. Consulta el 25 de febrero del 2003.

Arias, Nadia; Gouet Natalia; Neumann Ana Luz; Sepúlveda Milton; Talavera Javier. (2003) *Monitoreando el uso de tecnologías de información y comunicación por parte de dirigentes mapuches juveniles: la experiencia de la red de información comunitaria*. Universidad de la Frontera, Chile. Ponencia presentada en el IV Congreso Iberoamericano de Periodismo e Internet. Lima, Perú. 22 al 31 de octubre de 2003. <http://www.pucp.edu.pe/fac/comunic/kponencias/mapuches-talavera.htm> Consulta el 17 de febrero del 2004.

Asian Development Bank -ADB-(2003). *Toward E-development in Asia and The Pacific*. Our framework , policies and strategies. Noviembre 2003 www.adb.org/Documents/Policies/ICT/ICT.pdf Consulta el 12 de enero del 2005.

Asociación Mexicana de Cybercafés . www.amcc.org.mx

Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) (2002). *Políticas, legislación y nuevas iniciativas en torno a los telecentros y las TIC 's - México*. http://lac.derechos.apc.org/investigacion/telecentros_mexico.doc. Consulta el 12 de mayo del 2005.

Babolla, Domingo; Baigorri Artemio; Fernández, Ramón;; Gómez, Leonor; Santiesteban Ricaro y Akhissi, Huria. (2000). *Los nuevos centros del conocimiento (NCC) como instrumento de integración de los inmigrantes: el caso de Talayuela Cáceres*. Integración bidireccional. Congreso celebrado en enero de 2000 en Cáceres. Extremadura. Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología . España. <http://168.143.67.65/congreso/ponencias/ponencia-31.pdf> Consulta el 1 de abril del 2004

Badshah, Aktar; Khan Sarbuland y Garrido Maria (editors). *Connected for Development: Information Kiosks and Sustainability*. (s/f) United Nations Information and Communication Technologies Task Force Series 4. Departament of Economic and Social Affairs/ONU. <http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf> Consulta el 28 febrero 2005

Barbosa Miguel e. (2004). *Una perspectiva del desempleo en Méxco*. Revista académica de economía: Observatorio de la Economía Latinoamericana. Universidad de Málaga. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/mebb-desem.htm> Consulta: 4 marzo del 2005.

Barra Punto (2002). *Desde el ASCII Coffee de Ámsterdam*. WebBlog Barra Punto de España.
<http://barrapunto.com/article.pl?sid=02/01/16/2042253>
Consulta el 14 de marzo del 2004.

Bossio, Jorge. (2003). *El Fenómeno: Estudios sobre las cabinas de internet en Perú*. Yachay Especiales. Red Científica Peruana. Cabinas internet. Entre la democratización (del acceso) y la informalidad.
<http://www.yachay.com.pe/especiales/cabinas/0.htm>
<http://cabinas.rcp.net.pe/> . Consulta: 13 de marzo del 2003.

Bulder, Bert (1997). *Cyber Café Basics*. SUITE101.COM. Online publishing community.
<http://www.suite101.com/article.cfm/360/3392>
Consulta: 26 de marzo del 2004

Camacho Jiménez, Kemly. (s/f). *Internet, ¿una herramienta para el cambio social? Elementos para una discusión necesaria*. Fundación Acceso. Costa Rica. Consulta el 26 de julio del 2004. 9 pp.
<http://www.acceso.or.cr/publica/telecom/conocimiento22.shtml#Acceso>

Carpintier, Rodolfo. (2003) Cibercafés y las comunidades de Internet. Institute for Executive Development (IEDE) España. Revista Emprendedores.
<http://www.emprendedores.cl/esp4.htm>
Consulta el 12 julio del 2003

Carracedo Verde, José David (2003). "Jerarquías y Desigualdades en el Diseño de las Sociedades de la Información: Explorando la Estratificación Digital (Digital Divide)". Departamento de Ciencia Política y de la Administración III. Universidad Complutense de Madrid. 19 pp.
<http://www.dcc.uchile.cl/~rbaeza/libro/carracedo.pdf>
Consulta: 14 de febrero del 2004.

Cole y Roman (1999). *Communication Centres and Developing Nations. A State of The Report*.
www.devmedia.org/documents/Banga.htm .
Consulta: 5 junio 2003.

Colona Guadalupe Carla. (2002). *Proceso de comunicación en las cabinas públicas de internet en Lima*. Ponencia presentada dentro del Foro Virtual: Cabinas públicas: oportunidad para todos. 10 de diciembre 2002.
http://socinfo.concytec.gob.pe/foro_cabinas/default.htm Visitada el día 16 de febrero de 2003.

Comisión de Comunicaciones y Transportes (CCT). (2003). "Punto de acuerdo referente a la posición de México frente a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información". Senado de la República. México.
http://www.senado.gob.mx/gaceta.php?lk=/gaceta.php?&lg=59&lk=22/9_proposiciones/corral_sociedad_informacion.htm
Consulta: 15 de diciembre del 2005.

CONATEL (2002). Marco Legal de los Cibercafés. Consejo Nacional de Telecomunicaciones. Quito, Ecuador.
www.fiec.espol.edu.ec/vida/anuncios/plan-internet.doc Consulta el 14 de marzo del 2004

Cofetel. http://www.cofetel.gob.mx/frame_economico_estadisticas.html.

Conevyt. www.conevyt.org.mx

Crawfoot, José (1998). Cybercafe, cybercommunity. Pandora Archive. National Library of Australia and Partners. <http://pandora.nla.gov.au/pan/10308/20010818/www.media-culture.org.au/9807/cafes3.html>
Consulta: 17 de mayo del 2003

Criado, Miguel Angel (2002). *Los cibercafés ganan la batalla de Madrid*. . Diario el Mundo, Madrid España. Suplemento Ariadna@. 24 de noviembre del 2002. No. 115 en. <http://www.el-mundo.es/ariadna/2002/115/1038048990.html>. Consulta: 29 jun 2004.

Chang, Chang Walter E.(2002) *El Hardware y el software en las cabinas públicas de internet*. Foro Virtual: Cabinas Internet: oportunidades para todos. 2 all 16 de diciembre del 2002. <http://Yachay.com.pe/forocabinas>. Visitado el 3 de mayo del 2003.

Davidziuk, Alejandra (2001) "A pesar de la crisis, Internet sigue creciendo: ahora gana la calle", en: *Clarín.com. Periodismo en Internet*, 23 de noviembre del 2001. <http://www.clarin.com.ar/diario/2001-11-23/s-321882.htm> (Consulta en enero 2002).

EFE (2004) Las autoridades chinas cerraron más de 8600 cibercafés. Portal T1msn. Sección Tecnología. <http://www.t1msn.com.mx/tecnologia/tips/art302tipschinacibcaf/>
Consulta el 11 de mayo del 2004

EFE Ginebra. México, quinto lugar de uso de Internet. La Crónica de Hoy. México. 19 diciembre, 2004. En <http://www.cronica.com.mx/nota.php?idc=158615>.
Viistado el 3 de nivimebre del 2005.

Edusat. <http://edusat.ilce.edu.mx>

Estadísticas INEGI

www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/servicios/boletin/2000/Bpi3-00/cibercafe.html.

Estadísticas Network Information Center (NIC-México). www.nic.mx.

Del Alamo, Oscar (2003). *Boletín Sol*. Agora Marianista. España www.marianistas.org/comunidad_90_14270.htm
Consulta: 12 noviembre del 2005

Esteinou, Javier (2003). Hacia una nueva sociedad de la información y la comunicación. Revista Electrónica Razón y Palabra. México. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n31/jesteinou.html>
Consulta: 26 de enero del 2005

Fernández-Maldonado Ana María.(2002) *La difusión masiva de Internet en América Latina y el caso peruano*. Universidad Técnica de Delft, Países Bajos. Noviembre del 2002. 4 p. <http://www.bk.tudelft.nl/users/fernande/internet/ConcytecAMFM.pdf> . Consulta el 19 de mayo del 2004.

Fernández-Maldonado Ana María. /2002) Difusión Masiva de Internet en América Latina y el caso peruano. Universidad Técnica de Delft, Países Bajos. Foro Virtual Cabinas Internet: Oportunidad para todos. http://socinfo.concytec.gob.pe/foro_cabinas/default.htm. Consulta: 14 de febrero del 2003.

Fernández, Maldonado Ana María (2003). Perú Cabinas Públicas de Internet. en ICT Task Force. Series 4. Department of Economic and Social Affairs/ONU. Págs. 213-219 <http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>
Consulta el 28 febrero 2005

Ferlander, Sara (2002). The Use of an Internet Cafe and Social Capital in a Local Community. Open and Distance Education and Learning through University Continuing Education (ODELUCE University of Stirling, Scotland.

<http://www.odeluce.stir.ac.uk/docs/caferereport.pdf>

Consulta el 13 de abril del 2004.

Finguelevich, Susana (2002). Hacia una nueva ciudadanía: Argentina y sus TICs. Revista Enredando.

<http://www.enredando.org.ar>

Consulta el 16 abril del 2004.

Foro Virtual. Cabinas Públicas: oportunidad para todos

2 al 16 de diciembre del 2002

<http://www.yachay.com.pe/especiales/cabinas/0.htm>

http://socinfo.concytec.gob.pe/foro_cabinas/default.htm

Consulta: 2 de enero del 2003

Fuchs, Richard (2002). *Telecentros, tecnología al alcance de todos*. Consejo de Ciencia y Tecnología. Perú.

Consulta el 16 de febrero del 2003. 2 pp.

http://socinfo.concytec.gob.pe/foro_cabinas/default.htm

Fuentes, Salinas José. (2000) *Cibercafés y turismo*. Diario La Opinión..

<http://www.laopinion.com/archivo.html?START=2&RESULTSTART=1&DISPLAYTYPE=single&FREETEXT=cibercaf>

%E9s&FDATED12=&FDATED13=&SORT_MODE=SORT_MODE. Consulta: 20 de septiembre 2000

Fundación Chasquinet. "Estado del Arte de Telecentros en América Latina y el Caribe". (2002)

<http://tele-centros.org/estadoarte/main.html>. Consulta: mayo y junio del 2003.

Gitta, Samuel y Ikoja-Odongo J.R. The impact of cybercafés on information services in Uganda.

Peer/Reviewed Journal on the Internet: First Monday, volume 8, number 4 (April 2003),

http://www.firstmonday.org/issues/issue8_4/gitta/index.html

Consulta: 22 de septiembre del 2003

Galeano, Nora y Sáenz María. (1996) Estado de las Telecomunicaciones en Centroamérica. Fundación Acceso, bajo contrato de la Coordinadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales. Publicaciones.,

<http://www.acceso.or.cr/tecoci/>

Consulta: 2 julio 2004.

Gómez, Mont Carmen (2000). *La liberación de las telecomunicaciones en México en el marco el TLCAN*.

En Razón y Palabra (en línea). Consulta: 10 octubre del 2005

Gómez, Ricardo y Ospina Angélica. (2002) *Lámpara sin genio: usando telecentros para el desarrollo sin esperar milagros*.

Temática: Experiencias prácticas: clubes juveniles, cabinas públicas y telecentros. Ottawa, Canadá. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID) en América Latina y en el Caribe 10 p..

<http://idrinfo.idrc.ca/archive/corpdocs/117163/lampara.doc>. Consulta el 16 de julio del 2003

Gómez Ricardo y Martínez Juliana. (2001). *Internet... ¿para qué? pensando en las tecnologías de información y comunicación para el desarrollo en América latina y el Caribe ...?* Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID) e IDRC Canadá, Fundación Acceso Costa Rica, febrero a marzo del 2001. 36 pp.

<http://acceso.or.cr/PPPP/conectividad/>

Consulta el 11 de septiembre del 2004.

- Gómez, Ricardo y Martínez, Juliana.(2001) *Retos para el uso social de Internet*. IDRC y Fundación Acceso. 9 p.
<http://www.acceso.or.cr/PPPP/anexo2.shtml#4>
Consulta: 2 de julio del 2004.
- Gobierno del Estado de México (s/f). Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles que prestan el Servicio de Renta de Equipo de Computo y Acceso. Estado de México.
http://regmun_prdedomex.tripod.com.mx/regmun/id7.html
Consulta: 12 de febrero del 2005
- Gómez, Ricardo; P. Hunt y E. Lamoreux (1999). "Telecentros en la mira: ¿Cómo contribuir al desarrollo social?". Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI. Consulta el 4 de octubre del 2003.
Citado en: <http://www.idrc.ca/pan/chasquiSP.htm>
- Hepp, Pedro y Garrido, Rodrigo (2003). Community Telecenters. Instituto de Informática Educativa (Universidad de la Frontera), Chile en
ICT Task Force. Series 4. Connected for development, information kiosks and sustainability. Department of Economic and Social Affairs/ONU. Págs. 199/205
<http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>
Consulta el 28 febrero 2005
- Herrera, Burstein Yuri. Universal Access Model-Cabinas Publicas in Peru. The Internacional Development Research Centre (IDRC). Canadá. http://www.idrc.ca/telecentre/evaluation/nn/11_The.html
Consulta: 18 febrero del 2003.
- International Development Research Centre (IRDC) (2001) *Desarrollo de Capacidades para el uso de Internet en América Latina y el Caribe*. Tecnologías de la Información y Comunicación para el Desarrollo.
Consulta el 27 de julio del 2004
http://network.idrc.ca/es/ev-4609-201-1-DO_TOPIC.html
- Islas Octavio (2005). Internet en México, balance del año 2004" por Octavio Islas en la Revista Razón y Palabra No. 43. Feb-Marzo 2005. En
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n43/oislas.html#2>.
Consulta: 24 de febrero del 2005
- Jensen, Mike(2002). Information Kiosks and Sustainability: Key Components for Success. Connected for development, information kiosks and sustainability Force. Series 4. Department of Economic and Social Affairs/ONU. Págs. 43-47
<http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>
Consulta el 28 febrero 2005
- Kelly, Tim; Minges Michael y Srivastava Lara. *Internet in a transition economy: Hungary case study*. ITU. Abril 2001. 62 pp.<http://www.itu.int/ITU-D/ict/cs/hungary/material/hungary.pdf> . Consulta el 12 de agosto del 2004
- Kheladi, Yacine (2001). "What Works. The Infocentros Telecentre Model". World Resources Insitute, Digital Dividend. Washington D.C.(USA), en ICT Task Force. Connected for development, information kiosks and sustainability . Department of Economic and Social Affairs/ONU. Págs. 207-212.
<http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>
Consulta el 28 febrero 2005
- Leglisse, Alejandra. (2005). *Problemas de comunicación*. Diario la Portada, 21 de febrero del 2005.
<http://www.jornada.unam.mx/2005/feb05/050221/006n1sec.html>
Consulta: 10 octubre del 2005

- López, Colomer Moisés (2002). Tecnologías de la Información y la Comunicación para el desarrollo. Universidad Politécnica de Madrid. Ingeniería Sin Fronteras, Organización No Gubernamental de Cooperación para el desarrollo. 44 pp.
http://www.isf.uva.es/cursotsd/tsd4/Tecnologias_de_la_Informacion_y_Comunicacion_III.pdf
Consulta: 26 feb 2005
- Manzar, Osama(2003). n-Logue: The Entrepreneurial Information Kiosks . Digital Empowerment Foundation en ICT Task Force. Series 4. Connected for development, information kiosks and sustainability. Department of Economic and Social Affairs/ONU. Págs. 165-170
<http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>
Consulta el 28 febrero 2005
- Marqués Graells Pere (2004). *Nueva cultura, nuevas competencias para los ciudadanos. La alfabetización digital. Roles de los estudiantes de hoy.* Departamento de Pedagogía Aplicada. Facultad de Educación. Universidad Autónoma de Barcelona.
Consulta el 12 de agosto del 2004.
<http://dewey.uab.es/pmarques/competen.htm>
- Martínez Juliana (2000). *Un acceso más equitativo a la Internet en Centroamérica: ideas para el abordaje de la Internet como política.* Fundación Acceso. Publicaciones Internet y Sociedad, Serie Políticas Públicas No. 2. Julio 2000. 6 p. <http://www.acceso.or.cr/publica/telecom/REFL2-pppp.shtml>
Consulta el 2 de julio del 2004.
- Menou Michel y Stoll Klaus (s/a). *Community Development Telecentres.* Centre of Community Networking and Information Policy Studies. Rusia. 10 pp. www.communities.org.ru/ci-text/cdt.doc Consulta el 4 de agosto del 2004.
- MexicoCity (2004). Guía virtual de la Ciudad de México. <http://www.mexicocity.com.mx/>
Consulta el 5 de enero del 2005.
- Minges Michael, Gray Vanessa y Firth Lucy. *Khmer Internet: Cambodia case study.* Marzo 2002. 46 pp.
Consulta el 12 de agosto del 2004.
<http://www.itu.int/ITU-D/ict/cs/hungary/material/hungary.pdf>
- Minges Michael y Gray Vanessa (2002). *Multimedia Malaysia: Internet Case Study.* .ITU. Marzo 2002. 52 pp.
Consulta el 12 de agosto del 2004.
http://www.itu.int/ITU-D/ict/cs/malaysia/material/MYS_CS.pdf .
- Morales Bustamante, Paul Marcel. (2002). *Marco Legal de las cabinas públicas de internet.* Artículo publicado del 11 al 13 de diciembre del 2002 en el Foro Virtual: Cabinas Internet: oportunidad para todos.
http://socinfo.concytec.gob.pe/foro_cabinas/default.htm. Consulta: 3 mayo del 2003.
- Morin, Edgar (1999). Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du future. París: UNESCO/Ed. Idile Jacob.
Consulta el 14 de abril del 2004. 63
[pphttp://www.pensamientocomplejo.com.ar/docs/morin/morin_7saberes-necesarios-para-la-educacion-del-futuro.pdf](http://www.pensamientocomplejo.com.ar/docs/morin/morin_7saberes-necesarios-para-la-educacion-del-futuro.pdf)
- Morris, Merrill and Ogan, Christine L. (1996). The Internet as Mass Medium, University of Indiana. Journal of Communication, 46,1(1996), pp. 39-50. Also found online in the Journal of Computer Mediated Communication. <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/morris.html>
Consulta: 5 de octubre del 2003.

- Nishio, Mite. *Tipos de acceso a internet*. Quik Internet Franquicia Maestra. . 24 pp.
<http://www.quik.com.mx/terminos.htm> . Consulta el 5 de marzo del 2004
- Ocampo Téllez, Dominica. (2000). *Estado de los cibercafés en México*. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Informe preliminar. 2000.
<http://www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/servicios/boletin/2000/Bpi3-00/cibercafe.html>.
Consulta: 5 enero 2003.
- OCDE (2001). *Understanding the digital divide*. Organisation for Economic Co-operation and Development. 1 January 2001. Publications and Documents. Pág. 5-15 y 28 -30.
<http://www.oecd.org/dataoecd/38/57/1888451.pdf>
Consulta: 28 febrero del 2005
- Ossandón, Correa Fernando (2004). *¿Qué comunicación para qué desarrollo?* Magíster de Comunicación. Universidad Diego Portales. Santiago de Chile.
<http://www.udp.cl/comunicacion/magcom/docs/eldesarrollo.doc>
Consulta: 3 de noviembre del 2005.
- Pascoe, Eva (1999) 'An Internet Cafe? They Said it would Never Work'. The Independent, 18 October, URL (consulted September 2002): <http://www.independent.co.uk/story.jsp?story=42414>
Consulta: 23 de marzo del 2004.
- PNUD (2001) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Informe sobre Desarrollo Humano 2001. <http://hdr.undp.org/reports/global>
Consulta: 14 enero del 2003
- Pimienta D. (2003). *Introducción a los conceptos de sociedad de la información*.
<http://funredes.org/socinfodo/pres/DP2.doc> Consulta el 9 de abril 2003
- Paz, Olga Patricia (2001). *Telecentros: Hacia el acceso, uso masivo y aprovechamiento de TIC en América Latina y el Caribe*. Coordinación de telecentros. Colombia. Consulta el 29 de junio del 2004. 16 pp.
[http://www.condesan.org/infoandina/foros/bishkek/Bishkek%20D1-Caso\(O.Paz\).htm](http://www.condesan.org/infoandina/foros/bishkek/Bishkek%20D1-Caso(O.Paz).htm)
- Proenza, Francisco, Roberto Bastidas-Buch y Guillermo Montero, (2001)
Telecentros para el desarrollo socioeconómico y rural: Recomendaciones de diseño y oportunidades de inversión en Centroamérica, 2001.
<http://www.iadb.org/regions/ITDEV/TELECENTROS/index.htm>
Consulta: 14 julio 2003.
- Rao, Madanmohan. (2002) *Bringing The Net To The Masses: Cybercafes In Latin America* Artículo en línea, disponible en <http://www.socio.demon.co.uk/magazine/4/4cybercafe.html>.
Consulta: 24 de noviembre del 2003
- Red Universitaria Nacional -REUNA- (2000). *Análisis de soluciones de acceso público a Internet para acceder a servicio de impuesto interno*. Servicio de impuestos internos de Chile. Chile. Febrero 2000. 27 pp.
Consulta el 17 de febrero del 2004.
www.sii.cl/aprenda_sobre_impuestos/estudios/resumen.doc
- Red.es. (2003). *Puntos de acceso público rural*. Definición del Programa Internet Rural. España. 25 pp.
Consulta el 20 julio del 2004. internetrural.red.es/documentos/2fase/ir_def_v03.pdf

Reyes, Giovanni E. (2003). Principales teorías sobre desarrollo económico y social. Universidad Complutense de Madrid.

<http://www.ucm.es/info/nomadas/4/greyes2.htm>

Consulta: 10 de noviembre del 2005

Richardson Don (1997). *Internet y el desarrollo rural agrícola: Un enfoque integrado*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO y el Departamento de Departamento de Estudios de Extensión Rural de la Universidad de Guelph, Ontario, Canadá.

Consulta el 20 de mayo del 2004

<http://www.fao.org/docrep/w6840s/w6840s00.htm>

Rusdiah Rudi. (2003). APWKomitel: Future Community Warnet - MCI Center. APWKomitel (Indonesian Association of Community Internet Center or Warnet) en ICT Task Force. Series 4: Connected for development, information kiosks and sustainability. Departament of Economic and Social Affairs/ONU.

Págs. 171-177. <http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>

Consulta el 28 febrero 2005

s/a. (2002). Cibercafé en Argentina Notas periodísticas de diferentes periódicos argentinos. www.refritos.ar.

Notas del 2002. Fecga de visita, 15 de abril del 2003.

Sáenz María y Galeano Nora (1996). *Estado de las Telecomunicaciones en Centroamérica: impresiones sobre la situación actual*. Fundación Acceso y Coordinadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales. Costa Rica. Octubre 1996. 107 pp. <http://www.acceso.or.cr/tecoci/telecom-ca.shtml> Consulta el 18 de octubre del 2003.

Sanchez Antulio (2001). Enredo Mexicano. Panorama actual de las telecomunicaciones. Revsista etcétera, abril 2001. www.etcetea.com.mx/pag59ne6.asp. Visitado 22 de mayo del 2003

Sánchez, Tarnawiecki Carlos (Prof. UNMSM). . Internet Social en Colombia.

Ponencia presentada dentro del Foro Virtual: Cabinas públicas: oportunidad para todos. 2-4 de diciembre

2002. http://socinfo.concytec.gob.pe/foro_cabinas/default.htm

www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/servicios/boletin/2000/Bpi3-00/cibercafe.html.

Santos Corral MJ (2005). Tercer Informe del Programa de Acceso Servicios Digitales en Bibliotecas Públicas.

En www.tecnologiaenconstruccion.org

Consulta: Noviembre 2005.

Sarai (1999). Los nuevos medios en Asia del Sur. Sarai, espacio y red para la cultura digital en Delhi. Weblog

context. <http://www.straddle3.net/context/01/010213.es.html>

Consulta el 17 de mayo del 2003.

Sarai (2001). *Los nuevos medios en Asia del Sur*. Sarai, espacio en red para la cultura digital en Delhi. 4 p.

Consulta el 3 de marzo del 2003. <http://www.straddle3.net/context/01/010213.es.html>

Silva María de la Paz. (2001) . *Telecentros: ciudadanía y gestión municipal*. Proyecto Telecentros Morelos.

México. Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y internacional Development Research Centre IDRC

Canadá. 27 diapositivas. Proyecto presentado en el evento global CN 2001 en Buenos Aires, del 4 al de

diciembre en la II Reunión internacional de las redes comunitarias, ciudades digitales y proyectos anexos....

www.ahciet.net/si/ciudades_digitales/puebla/ponencias/bloque3/02Robinson_AHCIET2001.ppt

Consulta el 20 de mayo del 2004.

Red Científica Peruana. www.rcp.net.pe.

Robinson, Scott (1999). *Telecentros en México: Desafíos y posibilidades. Carta abierta a la Comisión Federal de Telecomunicaciones*. Razón y Palabra. Incursiones de la Comunicación. Número 14, Año 4, mayo-julio 1999. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n14/telec14.html>
Consulta el 22 de septiembre del 2003.

Robinson, Scott (2002) *Perfil De Cibercafés - México* http://www.tele-entros.org/CR/cr_doccont.php3?id=314
Consulta, 13 de febrero del 2003

Sistema Nacional e-México
http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Resumen_ejecutivo_del_Sistema_Nacional_eMexic

Sistema E-Hidalgo. <http://intranet.e-hidalgo.gob.mx/PGJ/procuratel/procura-tel.htm>
<http://www.explora.edu.mx/cesabe.html>

Sistema de Información Empresarial Mexicano. <http://www.siem.gob.mx/portalsiem/>

SICOM Puebla. http://www.puebla.gob.mx/gobierno/francisco_cur.html# o <http://www.sicomnet.edu.mx/>

Stoll, Klaus (2003). Basic Principles of Community Public Internet Access Point's Sustainability. ICT Task Force. Series 4. Connected for development, information kiosks and sustainability . Departament of Economic and Social Affairs/ONU. P.61-66
<http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>
Consulta el 28 febrero 2000

Telecomunicaciones (UIT). <http://www.progressio.org.pe/downloads/ITUDesarrolloNacionalTICs.doc>

Telépolis. *¿Cibercafés o salas recreativas? Una lucha sin cuartel*. Telépolis. Vive Internet . Revista española en internet. <http://www.telepolis.com/cgi-bin/web/!urnredir?tema =weekart&dir=week166>. Visitado el 6 de marzo del 2003.

Telecomm. <http://www.telecomm.net.mx/redes/telecentros.htm>

The Cybercafe Search Engine. <http://cybercaptive.com>
Consulta en 25 de septiembre del 2004.

Trejo, Delabre, Raúl (2003). *La Internet como bien público*. Ensayo Diálogos de la FELAFACS.
http://raultrejo.com/ensayosinternet/internetcomobienpublico.htm#_ftnl
Consulta: 3 de noviembre del 2005.

Urbina, Carlos (2004). *Las cabinas públicas y su potencialidad educativa*. Gerencia Internet y banda ancha de Telefónica del Perú. Ponencia presentada en el I Congreso Iberoamericano de Educared Internet al servicio de la educación. Educared Perú.
<http://www.educared.edu.pe/ponencias1.asp>
Consulta: el 22 octubre del 2004.

Venturo, Sandro (2002). *Dilemas, Cabinas, acceso y redes sociales*, Foro Virtual. Cabinas Internet: oportunidad para todos. <http://www.yachay.com.pe/especiales/cabinas/0.htm>
Consulta: 2 de enero del 2003

Yachay Especiales (2002). Red Científica Peruana. Cabinas internet. Entre la democratización (del acceso) y la informalidad. Sección Recursos. <http://www.yachay.com.pe/especiales/cabinas/0.htm>
<http://cabinas.rcp.net.pe/> Consulta el 13 de marzo del 2003

Yahoo Mail (2004). *History of the web café. Ten years of internet cafés*. Internet Café Awards. Sep. 204.
Consulta 13 de septiembre del 2004
<http://www.yahoointernetcafe.com/history.php>

Walker, Mark. (1997). Using Cybercafes as a community resource . Comunidad virtual Partnerships and participation. <http://www.partnerships.org.uk/articles/cafes1.html>.
Consulta. 20 jul 2004

Wormald, Tom y Gáspár, Mátyás (2003). Hungarian Telecottages. Telecottages Association en ICT Task Force. Series 4. Connected for development, information kiosks and sustainability. Departament of Economic and Social Affairs/ONU. Págs. 191-198
<http://www.unicttaskforce.org/wsis/publications/ConnectedfoDevelopment.pdf>
Consulta el 28 febrero 2005

"24 horas en un cibercafé". <http://www.telepolis.com/reportajes/cybercafes/default.htm>. Consulta: el 6 de marzo del 2003

ANEXO 1

Guía de entrevista semiestructurada.

Las entrevistas se realizaron a los responsables y/o dueños de los cibercafés, con el objetivo de conocer su perspectiva ante este fenómeno. Se recabó información en torno a los siguientes aspectos:

1. Nombre del cibercafé (relacionado o no con internet)
2. Historia de su creación. Inversión económica (si se presta en la conversación)
3. Horario de servicio
4. Ubicación (dirección y tipo de espacio en que se brinda el servicio)
5. Espacio propio o alquilado
6. Trámites que realizó para abrir el negocio: administrativos y legales
7. Cantidad y características del equipo con el que se cuenta (Marcas, procesadores)
8. Software (propietario o pirata)
9. Idioma del software que ofrecen: español o inglés
10. Características de la conexión a internet (Teléfono, infinitum, cable, inalámbrico)
11. Formación del encargado: conocimiento de cómputo e internet
12. Servicios que ofrece adicionales a la renta de equipo de cómputo
13. Costos de servicios: hora internet, impresiones, scanner, fax, trabajos (si realizan).
14. Promociones: Si existen, mencionar algunos ejemplos.
15. Manejo de notas o facturas
16. Cómo se lleva a cabo el control de los servicios (Bitácora, cuaderno, software, excel)
17. Pertenencia a franquicias o creación del cibercafé por iniciativa propia
18. Tipo de usuarios que reciben: estudiantes, niños, adultos (horarios y actividades más comunes de cada uno)
19. No de usuarios promedio diario y según la época
20. Tiempos de renta estándar por usuario
21. Actividades principales de los usuarios: correo, Chat, tareas, impresiones, etc. Cambia el uso de las computadoras, según el horario? Por ejemplo, en las mañanas imprimen curriculums, en las tardes hacen tareas y en la noche chatean, o cómo es la dinámica de uso?
22. Actividades poco usuales por ejemplo, falsificación de documentos, scaneo y corrección de los responsables como trabajo o de los mismos usuarios
23. Consideran que los usuarios tienen el conocimiento para usar la computadora o regularmente se apoyan en los responsables.
24. Consideran que sus clientes han aprendido a usar la tecnología en los cibercafés
25. Como responsables transmiten sus conocimientos sobre los programas de cómputo o prefieren hacer lo que requieren los usuarios
26. Prefieren explicar y enseñar o realizar las actividades de los clientes
27. Percepciones de competencia: es un negocio o no. Tiene perspectivas de crecimiento

ANEXO 2

Guía de observación

La observación física y de funcionamiento de los cibercafés se realizó a partir de la siguiente guía:

1. Nombre del cibercafé
2. Localización (Dirección postal)
3. Teléfono (s)
4. Sitio web y correo electrónico
5. Fecha de inicio de operaciones
6. Horario de servicio

Infraestructura

1. Tipo de espacio:
 - a. Diseñado para ello
Si No
 - b. Rentado
 - c. Casa Habitación
 - d. Garage
 - e. Centro comercial
 - f. Para transporte:
Aeropuerto Autobuses Metro
2. Accesibilidad:
 - a. Directo
 - b. Dentro de otro espacio más grande como centro comercial
 - c. En un segundo piso
 - d. Otro.
Describir _____

3. Distribución de las computadoras
 - a. Espacios individuales como cabinas telefónicas
 - b. Juntas alrededor de la pared
 - c. En hileras, como salones de clase
 - d. Otro tipo: Describir.
4. Ubicación del responsable
 - a. A la entrada del espacio
 - b. Al final de espacio
 - c. No existe espacio determinado
5. El responsable cuenta con:
 - a. Computadora
 - b. Escritorio
 - c. Quemador de CD
 - d. Cámara web
 - e. Otros aditamentos. Especificar.
6. Ubicación de equipos periféricos. Describir:
 - a. Impresoras
 - b. Fax
 - c. Scanner
 - d. Teléfono
 - e. Cámara
 - f. Bocinas
 - g. Otros. Especificar
7. Describir ubicación de otros módulos como cafetera, horno microondas, refrescos, comida, si es que existen.
8. Dibujar el espacio físico del cibercafé y cómo está integrado
9. Tipo de conexión a internet. Para determinar la velocidad de acceso.
 - a. Prodigy
 - b. Infinitum
 - c. Cable
 - d. Inalámbrico
 - e. Otro. Describir

10. No de computadoras para renta: _____
Y si existe equipo que no se rente como sería la del responsable

11. Especificar si existe uso exclusivo de la computadora sin internet. Cuántas.

12. Características del equipo:

- a. Monitores _____ Pulgadas
Marca _____
- b. Procesador Pentium _____
Celeron _____

- c. Anterior a Pentium. Especificar
- d. Marca CPU: _____
- e. Cuentan con:

- Mouse
- Bocinas
- Teclado
- Cámara web

- Micrófono
- Impresora individual
- Tarjeta de red
- Diskette de 3 ½
- Quemador
- Lector de CD's

13. Software utilizado:

a. Propietario

- Windows Ver: _____
- Office Versión _____
- Programas de diseño (Corel). Especificar.
- Intervideo Win DVD
- Acrobat
- Juegos. Especificar
- Tipo de navegador: Explorer o Netscape

b. Libre

Servicios que ofrece

14. Servicios que se ofrecen en el cibercafé:

- a. Renta de equipo de cómputo e internet
- b. Venta de equipo de cómputo y/ o consumibles
- c. Asesorías (Se crean necesidades o no)
- Enseña
 - Explica
 - Realiza lo que requiere el usuario
 - No hace caso
- d. Capturas de texto
- e. Investigaciones de tareas escolares u otros documentos

- f. Impresión de tesis / Redacción de documentos académicos
- g. Mantenimiento de equipo
- h. Impresiones
- i. Diseño gráfico.
- j. Scaneos
- k. Fotocopias
- l. Teléfono y/ o llamadas telefónicas de larga distancia por internet.
- m. Cursos de computación
- n. Comida
- o. Papel y pluma para escribir. (Regularmente los clientes solicitan papel para escribir lo que tienen en sus correos)
- p. Ofertas. Especificar.
- q. Otros. Especificar.

Atención

15. Imagen del local

- a. Limpio / Sucio
- b. Organizado /Desorganizado
- c. Llamativo / Agradable / Desagradable
- d. Oscuro/ Con luminosidad
- e. Seguro / Inseguro

- a. Amable / Descortés
- b. Ignoran al cliente cuando existen dudas de operación del equipo
- c. Auxilian cuando se les solicita amablemente / molestos

16. La atención de los responsables es:

17. Permiten operar el equipo a los usuarios:
- a. Computadora Siempre
A veces Nunca

- b. Cámara web
- c. Micrófono y Bocinas
- d. Impresora
- e. Scanner
- f. Realizar llamadas telefónicas por internet

18. Mecánica de uso del cibercafé. Describir como se lleva a cabo la relación entre responsable y cliente al solicitar un servicio, cómo se otorga un equipo, cuando se requiere imprimir o usar un diskette, por ejemplo.

Información impresa

19. Información del cibercafé:

- a. Publicidad en folletos
- b. Carteles y/o lonas cercanos al cibercafé
- c. Letreros denominativos en la entrada
- d. Carteles con descripción de servicios
- e. Carteles con costos de servicios
- f. Horarios

Habilidades tecnológicas

20. Describir las capacidades que son evidentes al utilizar los equipos:

- a. De los usuarios:
 - Preguntan al responsable
 - Utilizan con facilidad los equipos que solicita
 - Tiene dudas de cualquier índole. Describir
 - a. Siempre
 - b. Regularmente
 - c. Esporádicamente
 - d. Nunca
- b. De los responsables:
 - Qué software manejan. Preguntar al responsable
 - Auxilian cuando se les solicita?
 - Saben operar los equipos?
 - Realizan sin dificultad trabajos que les solicitan?
 - Dan negativas de servicios?. Especificar
 - a. Siempre
 - b. Regularmente
 - c. Esporádicamente
 - d. Nunca

21. Perfil de responsables y No. _____

- a. Nivel académico
- b. Operación de computadoras desde _____ años
- c. Turnos de trabajo

ANEXO 3

BASE DE DATOS DE LOS CIBERCAFÉS INVESTIGADOS

En los siguientes cuadros se presenta el vaciado de la información obtenida mediante la observación y las entrevistas realizadas, a partir de las categorías creadas para el estudio exploratorio. Asimismo se anexa, el croquis de la distribución física de los cibercafés investigados.

Cibercafé Zona habitacional

Cibercafé: Xilef Net@ **Dirección:** Bienes Nacionales No. 92. Col. 4 árboles. Del. V. Carranza

Horario de servicio: Lunes a viernes de 10 a 22:30 horas y domingos de 4 a 22 horas.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> Local rentado. Con acceso directo y cancel de protección. Las computadoras están distribuidas en dos filas, una detrás de otra. Conexión Prodigy infinitum 7 computadoras con procesador celeron, con Mouse, teclado, bocinas, audífonos, y pantallas protectoras. Windows XP, Office XP, Acrobat, Juegos, Encarta, Messenger, QuickTime, Real Player. Sin licencia. Impresora laser, impresora inyección a color, scanner y fax.
Servicios (creador de necesidades)	<ul style="list-style-type: none"> Renta de computadoras e internet. Mantenimiento y actualización de computadoras, fax, llamadas internacionales por internet, capturas de texto, investigaciones, tareas escolares, formatos, oficios. Cursos de computación. Servicio de internet inalámbrico y por cableado. Venta de consumibles, diskettes, cd.rom y folders El responsable se ubica al final del lugar y asesora a los usuarios y si es necesario les hace el trabajo. Sólo él cuenta con cámara web, pero puede instalarla en la PC que lo requiera. Entre las expectativas, los usuarios solicitan tareas universitarias de diseño, transfer de videos de VHS a CD o DVD, presentaciones, traducciones, falsificación de documentos oficiales, falsificación de sellos, contraseñas y tesis de licenciatura.
Expectativas tecnológicas	
Atención	<ul style="list-style-type: none"> El usuario pregunta al responsable qué máquina puede usar, se le indica y se registra en una hoja de cálculo de Excel, la cual cobra según el tiempo y los otros servicios que soliciten. Para scanear, es necesario utilizar la computadora ubicada adelante del responsable. Las impresoras están en red, pero es necesario avisar que se va a imprimir para un mejor control. Las llamadas telefónicas sólo se pueden hacer en la computadora del responsable. El local es pequeño y cuando todas las máquinas están ocupadas se ve muy amontonado, además como tiene cancel, y no tiene ventilación hace mucho calor. En la parte final donde hay papelería y herramienta, hay mucho desorden. El baño está lleno de material y no se presta al público. En si mayoría las computadoras están sucias. EL responsable opera muy bien las computadoras, y auxilia a todas las personas, además de que es el responsable del mantenimiento de los equipos. Existen 2 personas más que apoyan y orientan, no cumplen un horario y sólo apoyan cuando el dueño les solicita. Estos últimos reciben un pago de 30 pesos al día más o menos.
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> Tienen un cartel denominativo a la entrada del local y banderines; lista de servicios y costos y cuando se inauguró repartieron volantes. <p>El costo de los servicios es: 12 pesos por hora internet, \$2. impresiones, \$5. escaneado, \$5, capturas por hoja, llamadas desde \$0.90, \$10. por hoja de fax, \$5.0 diskette, \$10. CD.</p>
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> El responsable es ingeniero en sistemas, con más de 15 años de experiencia en operación y mantenimiento de computadoras y 100% de inglés.

tecnológicas	<p>Los otros encargados de apoyo son técnicos en computación.</p> <ul style="list-style-type: none"> Los usuarios son de todas las edades, y varía el uso de acuerdo a la hora. Por las mañanas son adultos jóvenes que usan internet para búsqueda de trabajo o para capturas, por las tardes son niños para realizar sus tareas escolares o jugar en línea y por las noches son adultos que usan el correo electrónico y el Chat. Hay otro grupo que sólo usa el cibercafé para imprimir. Las rentas son máximo 2 horas e impresiones.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> Más de 70 mil pesos iniciales, incluyendo equipo, renta, trámites y mantenimiento del local. En un inicio fue parte de una franquicia, pero al año se independizó y es un negocio familiar, el cual surgió como negocio y porque no existía algo similar en la zona. Las percepciones diarias son de 200 a 300 pesos. Los gastos son variados, \$1000 de luz, \$1000 de internet, \$2500 renta más consumibles. No es negocio redituable, los mejores días son los martes y domingos por las tareas escolares que deben entregarse, y las épocas más bajas con las de vacaciones. Un servicio que han aumentado los ingresos son las llamadas telefónicas por internet que se ofrecen a un bajo costo. Es un negocio temporal en lo que encuentran otro trabajo.

Cibercafé en zona escolar (Preparatoria)

Cibercafé: Caffeto. Cafetería e Internet. **Antigüedad:** 4 meses **Horario de servicio:** Lunes a viernes de 7 a 22 h.; Sábados y Domingos 10 a 22 h. **Dirección:** Kilómetro 19.5 Carretera federal México-Toluca s/n Col. El Molinito. Del. Cuajimalpa de Morelos. Frente a la preparatoria Josefa Ortiz de Domínguez. (preparatoria del DF)

Observaciones: No se dan notas ni facturas. Existen dos carteles de atención: "En este sitio asisten menores de edad. Absténgase de entrar a páginas hot-line y XXX. Gracias" y "Amigo, el equipo que utilizas es tu herramienta de trabajo, cuidalo. Gracias".

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> Local rentado, parte de una casa habitación. Poca, se ubica en un callejón, aunque es muy accesible para los alumnos. Cuatro computadoras pegadas a la pared Prodigy infinitum, Telmex de 256 Kbps. 4 computadoras Pentium II. Celaron con Mouse, bocinas, teclado, unidad de disco de 3 ½, quemador y lector de CD´s. Todas conectadas a internet. El software que utiliza dice que cuenta con licencia. Tiene como programas de diseño corel, photo shop, flash, autocad, así como acrobat, los navegadores de Explorer y netscape y el juego de age of the empires. 2 impresoras, una a b/n y otra a color, fax, scanner. Teléfono, estéreo artículos de papelería y alimentos.
Servicios (comunes y que permiten crear necesidades en los usuarios)	<ul style="list-style-type: none"> Renta de computadoras e Internet Venta de consumibles de cómputo, papelería y comida. Sí, por parte del responsable, quien se ubica al final del espacio. Él cuenta con una laptop, un escritorio y el quemador de Cd´s. Se encarga de enseñar, explicar y en ocasiones hace el trabajo en la computadora que necesitan los usuarios. <p>Impresiones, mantenimiento de equipo, investigación de tareas escolares y otros documentos, mantenimiento de equipo, cursos de computación, scaneo, llamadas telefónicas, capturas de texto, fotocopias, comidas y bebidas. Papel y pluma para escribir.</p>
Atención	<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios llegan al local y se dirigen al responsable, en ocasiones sólo con contacto visual para que éste le asigne una máquina. Cuando los usuarios sólo revisan su correo no se les cobra, si lo usan más tiempo pagan de acuerdo a la tarifa establecida. Las dos impresoras están conectadas en red y los usuarios imprimen sus trabajos sin ayuda del responsable. Los usuarios pueden pedir alimentos que ahí mismo se preparan. El control de los servicios se lleva en una bitácora. Los clientes potenciales son estudiantes de preparatoria. Limpio y organizado. Existe música ambiental, y los usuarios pueden pedir que les pongan música en ele estéreo. Existen dos responsables. La del turno matutino es una chica de 25 años que cursa el 10 semestre de licenc., tiene un 80% de conocimiento de inglés y es la encargada de asignar máquinas, de realizar cursos, de asesorar y cocina los alimentos que los clientes piden.

Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> • En la entrada del lugar, así como letreros denominativos en la entrada. • No existe publicidad en medios • Sí, hojas de colores pegadas en las paredes del interior del cibercafé donde se especifican los horarios y precios. • Renta de Internet: cada 5 minutos \$1.00; 10 min.: \$2.00 y 15 min. Por \$3.00 Discos 3 ½, \$5.50; Impresión b/n \$1.00; impresión color: De \$2.50 a \$10.00. Llamada local \$5.00 Llamada celular \$10.00 por minuto. • Los lunes con los más concurridos y los viernes menos.
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Conocen el uso de la computadora entre el 80 y 90%. Sí saben operar el equipo y realizan los trabajos que le solicitan. • Según el responsable el 50% de los clientes que los visitan saben usar la computadora, el otro 50% no. La mayoría va a chatear y son en su mayoría mujeres.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> • \$25,000.00 • Es un negocio individual por iniciativa propia • Aproximadamente \$400.00 • Aproximadamente \$200.00 • Se creo con la finalidad de ser un negocio, realizó los trámites para abrir un negocio en la delegación.

Cibercafé en zona escolar (Universidad)

Cibercafé: Café Internet Six (**Dirección:** Batallon de Zacapoaxtla 12ª, Col. Ejercito de Oriente. Cerca FES Zaragoza¹

Horario de servicio: 7 a 20:30 horas, calendario académico UNAM

Observaciones: Cobran por fracciones de servicio y dan precio especial a los alumnos de nuevo ingreso.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Instalado en una casa habitación, en el garage. Propio. No está diseñado para un negocio tipo cibercafé. Su acceso es directo. • Las computadoras están acomodadas juntas pegadas a la pared, alrededor del local. 14 computadoras con procesadores Celaron, Intel, AMD, Athol y Pentium, con Mouse, bocinas, teclado, tarjeta de red, diskette 3 ½, lector de CD's y quemador en algunas máquinas; dos impresoras, una con fax y escáner, conectadas en red. Teléfono. • Conexión Prodigy. Módem. • Software: Windows Windows 98 hasta Win XP; Office 2000 hasta office XP, Intervideo Win DVD Cyberlink Power DVD, Acrobat, Navegador Explorer. Propietario sin corroborar licencias. Diversas versiones para evitar las incompatibilidades.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Renta de computadoras e internet. • Venta de disquetes, cd rom, y papelería. Impresiones y scaneos.
Expectativas tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Los responsables hacen trabajos. Ofrecen papel y pluma para escribir. Realizan capturas de texto, investigaciones de tareas escolares u otros documentos. • Cursos de computación, actualizaciones.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> • El usuario pregunta al encargado que máquina puede utilizar, el dependiente le cuestiona sobre qué programas va a utilizar y prosigue a asignarle la computadora que se adapta a sus necesidades y provee el servicio de internet si le es solicitado, además de proporcionarle una hojita en donde se le indica al usuario la hora exacta en la que empieza a darse el servicio. El usuario maneja libremente el equipo hasta que le surja alguna duda sobre su uso. El servicio de impresión debe de ser confirmado, ya que la impresora está en red. • La conexión a internet es proporcionada y controlada por el administrador por medio de un software. Es posible prescindir del servicio de internet.

¹ Facultad de Estudios Profesionales Zaragoza de la Universidad Nacional Autónoma de México.

	<ul style="list-style-type: none"> • El control de los servicios es mediante un software y en un cuaderno. • La imagen del local es limpio y organizado. Existen música ambiente, aunque cada quien puede escuchar lo que quiera, mientras sea a un volumen moderado o con audífonos. • El responsable se ubica al final del espacio. Cuenta con computadora, escritorio, quemador de Cd's, soporte para hojas al costado del monitor y lector del DVD, así como los consumibles de venta. La computadora del responsable se renta cuando hay mucha demanda. El responsable es amable y auxilia cuando se le solicita.
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> • Existen lonas cercanas al cibercafé, tiene un letrero denominativo en la entrada, carteles que describen los servicios y horarios. <p>Costos: por acceso via telefónica que son dos áreas tiene un costo de 12 pesos por hora, y el básico cuesta 10 pesos la hora, lo que mas consumen es cd o diskette, 5 pesos al publico.</p>
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Los dos responsables auxilian cuando se les solicita, saben operar los equipos y realizan trabajos que les solicitan sin dificultad. Tienen una experiencia de 10 años en el uso de computadoras, uno de ellos, de 20 años, estudia ingeniería industrial y llevó un diplomado en informática y programación y solventa los problemas de la red local. • Los usuarios utilizan el equipo con facilidad, y sólo preguntan cuando necesitan imprimir. • Los servicios que mas utilizan son office e internet.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> • Se consideran un buen servicio por la velocidad y los costos que ofrecen. • Tiene 5 años de antigüedad . La idea de instalarlo fue porque el dueño no tenía nada qué hacer, y su papá puso el 50% y el otro 50% de la inversión. Empezó con 3 computadoras, y ahora brinda servicios especialmente a alumnos. Sobren los trámites, según llevó a cabo 28, entre ellos, alta de hacienda, tesorería, 2% sobre nomina, uso de suelo y bomberos. El negocio no es redituable, salvo por las impresiones y la manufactura de cartuchos que le permite ahorrar porque los costos de luz y teléfono son elevados. • Regularmente tienen entre 80 y 100 personas diarias. Y la época más concurrida es al final de cada semestre. Y recibe 300 libres diarios.

Cibercafé en zonas turísticas

Cibercafé: Work Line Center: el mundo en conexión **Dirección:** Motolinía No. 38-2 Col. Centro Histórico (Cerca de Bellas Artes)

Horario de servicio: Lunes a sábado de 9:00 am a 8:00 pm .

Observaciones: Emiten notas de consumo que los usuarios no se llevan; manejan promoción con tarjeta de cliente preferente, cada 30 horas reciben una mochila con el logotipo del café internet.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio y acondicionado. Local rentado. • Local ubicado fácilmente y en la parte baja de un edificio. • Dos filas alrededor de la pared y cuatro máquinas al final del local de frente a la entrada, incluyendo la del responsable. Un refrigerador y un horno de microondas. • 13 computadoras Pentium marca LG. Sólo las máquinas de la entrada cuentan con cámara web y micrófono. Tienen Mouse, bocinas, teclado, diskettera 3 ½ y lector de CD's. La Pc's del responsable tiene, además, lector de DVD's, quemador y cámara web. • Prodigy Infitum • Windows xp, office, acrobat, corel draw y algunos juegos. Todos con licencia. (sin corroborar) • Impresora, fotocopidora, scanner y teléfono.
Servicios (creador de necesidades)	<ul style="list-style-type: none"> • Renta de computadoras e internet • Venta de comida y bebidas. • El responsable se ubica en medio del espacio, tiene una computadora, el scanner y el teléfono en su escritorio. Es amable, recibe a los clientes y auxilia cuando lo necesitan. • Venta de refrescos, aguas, cuernitos y sincronizadas. Trabajos escolares, diseño gráfico, fotocopias, clases personalizadas de computación, fax,

	recarga de cartuchos y tóner, y llamadas de larga distancia a todo el mundo.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> Se recibe a la entrada a los clientes y les asignan la máquina. Cuando requieren de algún servicio sólo levantan la mano, el responsable acude y lo atiende. Finalmente cobran el servicio y entregan la nota. El control de los servicios lo hacen en Excel y en un cuaderno. La mayoría de las personas rentan el servicio por media hora. Lugar amplio, limpio, ventilado y bien organizado. Computadoras separadas y consumibles en un lugar específico sin estorbar. Los responsables tienen conocimiento de cómputo y de inglés para poder atender a los extranjeros. Son tres personas que cubren horario corrido, uno es Ingeniero en sistemas, otro estudia computación y la dueña quien se encarga de llevar el registro de los servicios.
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> Se publicitan a través de volantes, en inglés-español. La promoción va dirigida principalmente a extranjeros. Existen 4 letreros afuera del café, en inglés y en español, donde promocionan el costo del internet, las llamadas telefónicas, los servicios que ofrecen y los horarios con los que cuentan. Estos anuncios sólo están pegados debido a que el INAH les prohíbe colocarlos en el monumento histórico. 15 pesos por hora, 3 pesos por impresión, 6 pesos o más a color, 7 scanner, 5 diskette, 15 CD virgen. Llamadas: USA 3 pesos, Canada 3, Alemania 4, Francia 4, España 6, Chile 6 y Argentina 6 pesos por minuto.
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> Los responsables auxilian amablemente cuando lo solicitan, conocen bien los equipos y saben como operar,. Realizan trabajos con facilidad y rápidamente, excepto los de diseño gráfico que les lleva más tiempo. En las clases de computación muestran paciencia y aclaran todas las dudas. La mayoría de los usuarios son extranjeros, de ahí el nombre en inglés del cibercafé. Generalmente utilizan el equipo con facilidad y sólo preguntan cuando tienen problemas al acceder a algunas páginas de internet.. Generalmente sólo asisten a revisar su correo y a hacer llamadas de larga distancia. Hay también estudiantes que realizan sus trabajos escolares, la mayor parte de los clientes son turistas o personas mayores de edad que sólo revisan su correo electrónico.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> Atienden diario entre 60-65 personas. Las temporadas bajas son las vacaciones y cuando hay marchas. Los mejores días son los lunes y los martes. Los costos de mantenimiento de las máquinas son bajos gracias a que los responsables lo realizan. Tiene una antigüedad de 3 años y se creó como negocio con la idea de que es una buena inversión; la dueña es extranjera. Trámites: alta en hacienda y en INEGI. El permiso tardó mucho en otorgarse. Permisos al INAH para poder colocar anuncios porque se encuentra en un edificio considerado como patrimonio nacional. La dueña (extranjera) considera que es un buen negocio, le permite vivir cómodamente, aunque tiene competencia, su lugar tiene la ventaja de ser limpio y agradable y ofrece buenos precios

Cibercafé: Internet World Dirección: Alameda Central no. 145 primer piso. Horario de servicio: Lunes a sábado de 9 a 20 horas
Observaciones: Cada usuario recibe una tarjeta de cliente preferente y cuando tienen 40 horas se le regala una pluma con el logotipo del establecimiento y una hora de internet gratis.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> Espacio rentado y diseñado para ello. Se ubica dentro de un edificio y se tiene que subir al primer piso para entrar al café internet. Difícil encontrarlo, sólo tiene un letrero y el edificio está rodeado de ambulantes. Dos filas alrededor de la pared, los usuarios se encuentran de espaldas. LA impresora y fotocopidora a la entrada del local. Un horno de microondas y una cafetera al fondo del local. Prodigy-infinity 9 PC's armadas con servicio de internet. Cuentan con Mouse, bocinas, teclado, diskettera 3 ½ y lector de Cd's Windows Xp, office y algunos juegos. (licencias sin corroborar)
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> Renta de computadoras e internet, trabajos escolares, impresiones, recarga de cartuchos, venta de comida y bebidas, scanner y copiadora. El responsable se ubica a la entrada del espacio, no tiene escritorio, su computadora está junto a las que usan los clientes, tiene cámara web,

	scanner, impresora, quemador de Cd's y el teléfono.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> Se recibe a los clientes, les asignan equipo y cuando los usuarios requieren algún servicio se lo brindan y los apuntan en una libreta, que es donde llevan el control de sus servicios. Si los clientes requieren un trabajo escolar, deben pedirlo con una hora de anticipación. Lugar pequeño, limpio y ordenado. Es incómodo cuando está lleno, y hace mucho calor. El responsable es amable con los clientes, los reciben y auxilian cuando lo solicitan. No habla inglés y muchas veces se comunican con señas con los extranjeros. Tiene estudios de ingeniería trunco, aunque trabaja en el internet sólo para concluir su carrera. El dueño sólo se encarga de abrir, cerrar el negocio y de su contabilidad.
Información sobre el cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> Tiene un cartel afuera del edificio con los horarios y servicios en español e inglés. Dentro del edificio existen dos carteles con flechas que indican que se encuentra en el primer piso. 15 pesos por hora, 3 pesos impresiones, 5 pesos o más a color, 8 scanner, 6 diskette y 10 CD virgen.
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> Los responsables conocen los equipo. Los trabajos los realizan con facilidad. Los usuarios utilizan el equipo con facilidad y sólo acuden al responsable cuando requieren otro servicio, la mayoría son extranjeros y ocupan las computadoras aproximadamente 30 minutos.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> Atienden diario entre 50-55 personas. Sus temporadas bajas son las vacaciones y los mejores días, los viernes y sábado, ya que hay más turistas. Los visitan muy pocos estudiantes. El establecimiento nació como un negocio. El dueño es jubilado del ejército y por consejo de su hijo instaló el cibercafé. Hasta la fecha es un buen negocio. Como ventajas encuentra sus buenos precios y conexión rápida y está en negociaciones para comprar el local donde renta. Como trámites se dio de alta en hacienda, se registró en el INEGI y dio de alta en el seguro social a su trabajador. Tardó mucho tiempo en obtener los permisos. El responsable realiza el mantenimiento de las máquinas.

Cibercafé en de paso, en áreas de transporte nacional e internacional

Cibercafé: Llamadas telefónicas e Internet Dirección: Sala Internacional del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

Horario de servicio: Lunes a domingo 10 a 22 horas

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> Local ubicado en un espacio comercial con acceso directo. Las PC's están distribuidas alrededor del local pegadas a la pared. Prodigy infinitum 6 computadora Pentium con pantalla plana, Mouse, teclado, audifonos. Con Windows XP y Office. Impresora y fax.
Servicios (<ul style="list-style-type: none"> Renta de computadoras e internet Venta de telefonía celular y tarjetas telefónicas. Fax e impresiones Las responsables se ubican a la entrada en un módulo de atención.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> Edecanes invitando a hacer llamadas y asignación de equipo. El control de rentas se hace en un libreta. El local es limpio y bien decorado. Las encargadas sólo sólo se limitan a asignar y a cobrar.
Información del el cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> El costo por hora es de 59 pesos o un peso el minuto.
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> Las responsables sólo signan equipo, no existe asesoría alguna. Sirven como promotoras del negocio El principal consumo es de correo electrónico y máximo 15 minutos.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> No existe información al respecto. Su principal servicio son las llamadas telefónicas, en un principio tenían las computadoras, pero no contaban con internet por falta de proveedor.

Cibercafé: Centro de Negocios **Dirección:** Dentro de la Central de Autobuses de Oriente TAPO

Horario de servicio: Lunes a domingo, de 6 a 22 horas

Observaciones: .

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Local rentado ubicado en la parte de central de la Central de Autobuses, junto con negocios de comida. • Las computadoras están ubicadas como cabinas telefónicas, en forma circular. • La computadora del responsable ubicada al centro del módulo tiene un vidrio proyector y está oculta, la impresora, el scanner y el fax están en uno de los módulos individuales. Existen 3 teléfonos, dos ubicados en los módulos externos y uno en la mesa del responsable. Además cuentan con material de papelería. • La conexión es prodigy, pero la encargada ignora de qué tipo es. • 4 computadoras para renta, Pentium 3, con Mouse, teclado, tarjeta de red y lector de CD´s. • Software propietario (sin corroborar): Windows 2000, Office 2000 y navegador Explorer.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Renta de computadoras e internet, impresiones, scaneo, fotocopias, llamadas telefónicas locales y de larga distancia. Reservación de boletos ADO y venta de papelería. No se ofrecen asesorías. • El responsable se ubica al centro del establecimiento y cuenta con escritorio, computadora, teléfono y máquina registradora. No ofrece asesorías.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> • El usuario pregunta al encargado que máquina puede utilizar, el dependiente le asigna el equipo y lo auxilia en caso de no poder iniciar el cronómetro de la computadora o para almacenar información. Una vez que solicitan la cuenta, el encargado termina el servicio desde la computadora central y ésta imprime automáticamente el monto a cubrirse. El control de los servicios lo llevan mediante un software que señala el tiempo de uso y la cantidad exacta a cobrar. • El local es limpio, organizado y llamativo. La responsable es amable. No existe música ambiental, ni las computadoras tienen bocinas.
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> • Existe publicidad en carteles cerca del cibercafé, en la entrada y con información de los servicios y costos. • Hora de internet: 20 pesos
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Los responsables se limitan a auxiliar sólo cuando preguntan por el CPU que no es visible, pero no saben operar los equipos, se limitan a cobrar. Son dos responsables, una de ellas tiene la preparatoria concluida, conoce de computadoras desde hace 2 años, pero sus conocimientos en cómputo son básicos. • Los usuarios, en su mayoría, manejan el equipo y lo que más utilizan son internet y las llamadas telefónicas.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> • La gran ventaja del cibercafé es su ubicación y un servicio de inmediatez. Se creó desde hace año y medio y la encargada tiene 4 meses. No sabe que trámites debieron llevarse a cabo. • Se tienen, por lo menos, en el turno de la tarde, de 20 a 30 personas diarias y los días más concurridos son los viernes y sábado y la temporada vacacional.

Cibercafé en zonas recreativas

Cibercafé: Intercopy

Página y/o correo electrónico: intercopy_cibercafe@hotmail.com

Antigüedad: 7

Horario de servicio: Lunes a viernes de 9 a 21 horas; Sábados y Domingos de 10 a 21 horas

Dirección: Local dentro del centro comercial pericentro

Observaciones: Tienen una tarjeta de cliente preferente con ofertas. El correo electrónico lo usan para envío de información de los servicios que ofrecen a los clientes.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñado para ello, dentro de un centro comercial, rentado. • Dentro de otro espacio con múltiples negocios, el centro comercial. • Como espacios individuales como cabinas telefónicas. • Prodigy • 15 computadoras con Internet, Pentium con Mouse, teclado, tarjeta de red, unidad de disco de 3 ½ y lector de cd. Cuatro de los equipos tienen bocinas, dos cámaras web y tres quemadores de cd´s. Impresora, fax y fotocopidora. • Windows XP Y Office xp. Cuentan con Intervideo win dvd y los juegos básicos de Windows como solitario y buscaminas. Con licencia.
Servicios (comunes y que permiten crear necesidades en los usuarios)	<ul style="list-style-type: none"> • De equipo de cómputo e internet • Consumibles de cómputo y refrescos (ubicados a lado del responsable en un refrigerador) • El responsable se encuentra al final de espacio y cuenta con escritorio, computadora, quemador de cd´s, fax, impresoras, teléfono bajo el escritorio, fotocopidora. • Papel y pluma para escribir en cada máquina, impresiones, fotocopias y cursos de computación.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> • El cliente solicita la máquina al responsable, pero escoge entre las que están libres, terminado el uso de la máquina, el cliente pide al responsable el costo del servicio, quien al cobrar le da un ticket. Las impresiones deben solicitarlas al responsable. El control de los servicios se lleva a cabo mediante software. • Limpio, organizado y llamativo. No existe música, y los usuarios sólo la pueden escuchar con audífonos. • Dos responsables, con carreras técnica en informática. Sexo femenino, 19 años, técnico en informática, con conocimientos mínimos de inglés, estudiante y trabaja medio tiempo. Percibe \$500 pesos semanales.
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> • Letreros denominativos en la entrada. • No publicidad en medios, ni de servicios y costos • 1 hora de Internet \$25.00; Impresiones: \$2.00, copias a color \$9.00, copias b/n \$0.50, Fax: \$6.00 por hoja. • Se atienden alrededor de 50 personas diario. Los días más concurridos son los sábados y domingos y usan Internet principalmente.
Capacidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • El responsable asesora amablemente lo que se le solicita, no crea necesidades de servicios, explica lo que se le pregunta y en ocasiones hace el trabajo de los usuarios. Cuenta con un software para el control de los servicios creado por el mismo y maneja con facilidad el equipo
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> • Se inició como negocio. Y realizaron los trámites básicos para abrir un negocio • No tienen competencia en el centro comercial y se consideran un buen negocio

Cibercafés híbridos

Cibercafé: *IGC-internet, Internet Games Club* **Dirección:** Av. Chapultepec 564 , Col. Roma. Del. Cuauhtémoc. A 60 mts del metro Chapultepec

Página : www.igcinternet.com

Horario de servicio: Lunes a viernes de 7 a 22 horas; Sábados y Domingos de 10 a 22 horas

Observaciones: Sólo se aceptan hombres como responsables.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Paletería. No fue diseñados exclusivamente para el cibercafé • El acceso es directo, saliendo del metro Chapultepec y dentro de la paletería • 12 PC juntas frente a la pared • Alta velocidad, infinitum Telmex. Todas las pc´s cuentan con conexión a internet. • 12 computadoras armadas pentium 4 con mouse, bocinas, teclado, tarjeta de red, unidad de disco de 3 ½, lector de cd´s. Existe un quemador en la computadoras del responsable. La página de inicio es propia, tiene links a cartoon network, google y un diccionario traductor, además de lo servicios que ofrecen, sus sucursales y promociones.. • Windows 98. Acrobat y juegos Wnr Catt, Star Cratt, Wolfestein, Age of empires, Counter, Half, Life Mame, todos en línea. • Computadora del responsable, una impresora a blanco y negro, scanner, teléfono del responsable, no público.
Servicios (creador de necesidades)	<ul style="list-style-type: none"> • Renta de computadoras e internet • Venta de paletas, helados, aguas de sabores, diskettes y fólder • Sí, por parte del responsable, pero sólo lo que pide la gente, es muy elemental. El responsable cuenta con escritorio y computadora y se ubica al final del espacio. • Impresión en blanco y negro y scanner. <i>No se dan cursos y no se hacen trabajos debido a que no está permitido por el dueño pues se desatiende el negocio.</i>
Atención	<ul style="list-style-type: none"> • El usuario llega y pide al responsable le asigne una máquina, el cual le asigna cualquiera que esté desocupada, al mismo tiempo que la registra en el <i>ciber -reloj</i>, un programa de cómputo con 12 relojes (uno por máquina) ,el cual le permite llevar el control de tiempo de uso de cada máquina. Si el usuario desea imprimir, éste debe guardar su documento en la unidad "D" ya que el responsable es quien controla las impresiones desde su máquina. Cuando el usuario termina de usar el equipo, éste pregunta cuánto debe, lo cual se verifica en el <i>ciber reloj</i>. Si el usuario tiene dudas, pregunta al responsable. No dan comprobantes de gastos. • Es atractiva, ya que los monitores de la computadoras son de pantalla plana y el protector de pantalla que utilizan es de helados de colores. Tiene colorido por el mismo giro del negocio principal. Limpio y organizado, no existe música de fondo. De primera vista, no parece cibercafé. • Existen tres responsables, uno por la mañana y dos en la tarde. El nivel académico del uno es de preparatoria, con conocimientos básicos de cómputo y ha operado las computadoras desde hace un año. Sabe operar los equipos y auxilia sólo cuando se le solicita.
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> • No existe, aunque los protectores de pantalla son helados y hacen alusión al giro, pero no tiene el nombre de la Michoacana que es la paletería. • Sí, hojas de colores pegadas en las paredes del interior del cibercafé donde se especifican los horarios y precios. 10 minutos de renta de equipo: \$2.50.; impresiones: \$2.00; Diskette 3 ½: \$8.00; Fólder: \$3.00.
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • No existen, son mínimos y sólo se limitan a indicar el tipo de computadora que los clientes usarán. • La mayoría de los usuarios van a jugar, o a chatear. Las habilidades de los usuarios se centran a saber utilizar el Mouse, jostick para los juegos.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> • Aprox. 3 ó 4 mil pesos del armado de las computadoras, más 20 mil pesos de renta de lugar. • Es una cadena de 6 sucursales ubicadas en los metros Sevilla, Portales, Ermita, Universidad, Chipalcingo y Chapultepec. • Aproximadamente de tres mil a tres mil quinientos pesos diarios. • En el mantenimiento de las computadoras y la renta del local. • No conoce la historia ni los permisos que tuvieron que seguir para instalar el cibercafé

Cibercafé: Sin nombre **Horario de servicio:** Lunes a Sábado de 9:00 a 21:00 hrs. y Domingo 12:00 a 21:00 hrs.

Dirección: Franz Hals no. 10. Col. Alfonso XIII. Del. Álvaro Obregón. (Cerca de un parque)

Observaciones: En vacaciones es 2 X 1 la renta de equipo o se baja el precio de la renta debido a que la demanda es menor. Emiten facturas con IVA desglosado.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio rentado frente a un parque • Para acceder es necesario pasar por un local intermedio que sirve de recibidor del cibercafé y la tienda de regalos. • Las Pc´s están ubicadas individualmente como cabinas de teléfono. • 8 computadoras Pentium 4, con mouse, bocinas, teclado, tarjeta de red, diskette de 3 ½. Quemador, uno en la máquina 1, es para el servicio del cliente..Un refrigerador. • Prodigy infinitum • Windows 98, Office 2000, Acrobat, Navegador Explorer
Servicios (creador de necesidades)	<ul style="list-style-type: none"> • No ofrecen juegos porque el servicio está enfocado a tareas y trabajo. Ofrece renta de cómputo e internet. • Venta de diskettes 3 1/2 , y porta CD´s, plumas, folders, sobres, impresiones blanco y negro y a color, scaneos, fotocopias, fax, llamadas por internet, capturas de texto, investigaciones a nivel primaria y secundaria botanas, refresco. Algunas veces se ofrecen cursos de forma individual de 22 horas de introducción a Windows, Excel, Word y navegar por la red.
Expectativas tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Les han solicitado, aunque no lo hacen, son las investigaciones a nivel universitario, guías de examen, el arreglo de computadoras y la venta de consumibles. Le han solicitado programas de diseño como Autocad o Corel, pero no los pone por falta de licencia.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> • El responsable de ubica en local central y cuenta con una computadora. El fax, el scanner y el teléfono se encuentran junto a su computadora. La impresora está a un costado de la máquina 1. El control de los servicios lo llevan en Excel. Para utilizar una máquina, el cliente llega, solicita un equipo y se le indica que pase y use la que quiera. Si va a introducir un diskette debe vacunarlo con el responsable y si va a imprimir debe avisar. • El local es limpio, organizado y llamativo • La responsable y dueña es contadora con conocimientos de cómputo empíricos, sin embargo enseña y explica a los usuarios que lo requieren.
Información del cibercafé	<ul style="list-style-type: none"> • Existen carteles con la descripción y costos de servicios. • Renta 1 hora, 18 pesos, 2 h, \$35.00, 3 h. \$51.00, 4 h, \$66.00 . Impresiones: 3 pesos.
Habilidades tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Los responsables auxilian cuando es necesario, aunque casi no sucede. • El tiempo de renta estándar es de una hora. En promedio lo visitan entre 45 y 50 personas al día, sobre todo entre las 16:00 y las 21:00 hrs. Generalmente saben usar el equipo.
Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> • La instalación del cibercafé fue circunstancial, sin conocer de computadoras guiados por el instinto de un buen negocio. El primer año el ingreso fue bajo, pero al ofrecerles el local de a lado, complementaron el cibercafé con una tienda de regalos. Para ampliar la inversión fue de 30 mil pesos de albañilería. Tienen distribuidos los servicios en tres locales. Hasta el momento no han recuperado su inversión, y a futuro se busca actualizar el equipo y remodelar para mayor privacidad de los clientes. • Para abrir el cibercafé, tramitaron el uso de suelo, y el registro ante Hacienda. No hubo un rubro específico para registrarlo. Tiene la licencia del software instalado para tener todo en orden y sin problemas con los inspectores.

ANEXO 4

Infraestructura de conexión a internet en México por tipo de servicio

El presente cuadro muestra, en forma general, los tipos de servicios de acceso a internet, así como proveedores y costos que se ofrecen en el país. Es evidente, que México ya cuenta con una infraestructura aceptable para el acceso técnico a internet. A pesar de la variedad de opciones, el principal proveedor a nivel nacional y de los cibercafés es Teléfonos de México. Prodigy de Telmex ha logrado extender su poder al mercado de internet, maneja el 60% del acceso, gracias a su dominio de telefonía local (96.3%).

Debido a la escasa competencia en este mercado, los precios que se pagan por el servicio en México son muy superiores a los de otros países. El costo promedio de una llamada local en México es 16 centavos de dólar mientras que en Estados Unidos es de nueve y en Japón y España es de siete, según la UIT.²

Tipo de servicio características	Velocidad de conexión KBPS	Nombre comercial	Empresa responsable	Costo mensual en pesos (1usd=10.59 pesos al 10 agosto del 2005)	Observaciones
Línea telefónica dial up	56	Prodigy Esmas Internet	Telmex Televisa	\$189.00 \$179.00	El costo no incluye la renta mensual de la línea telefónica (\$156.55), ni el costo por llamada (\$1.48). De 20:00 a 8:00 horas, sábados y domingos todo el día.
		Terra Premium Terra Joven	Terra Terra	\$179.00 \$58.00	
Línea telefónica dial up Prepago	56	Unicard Esmas Internet Todito Card Terra pago	A&TT y Telemedia Televisa Electra Terra	850 minutos -\$85.00 15 y 30 h. \$4.96 por hora 15 horas - \$100.00 \$1.45 por hora	Principales ciudades Vigencia de 3 meses una vez activado 3X1 en horario de 21:00 a 7:00 hrs-
Tecnología ADSL. Banda ancha a exceso de velocidad. Sin uso de línea telefónica. Módem inalámbrico	256, 512 y 2 Mb	Prodigy Infinitud	Teléfonos de México	\$499.00 más IVA \$999.00 \$4599.00	Pago en recibo telefónico y compromiso año de servicio
	256, 512 y 2 Mb	Terra Plus	Terra	Habilitación línea \$2999.00 \$499, \$899 y \$4499	Pago en recibo telefónico Telmex

² Leglisse, Alejandra. *Problemas de comunicación*. Diario la Portada, 21 de febrero del 2005. <http://www.jornada.unam.mx/2005/feb05/050221/006n1sec.html>

Tipo de servicio características	Velocidad de conexión KBPS	Nombre comercial	Empresa responsable	Costo mensual	Observaciones
Sin línea telefónica, transmite su señal vía radiofrecuencia.	128 Kbps 256, 384 y 512	E go	Multivisión	\$349.00, \$4.99.00, \$699.00 \$899.00 Módem ego interno \$3995.00 Móden externo \$4995.00	Cobertura limitada IP Fija \$500.00 mensuales \$250.00 servicio técnico para configuración de ego.
Conexión por cable	64kbps y 384 K 384, 512, 1024 y 2048. 64 y 256 64, 128, 256, 512 y 1024 64, 128, 256 y 512	Megared Resid. Megared Empre Unimedia Cable@access Cybercable	Megared A&TT y Telemedia Cablevisión Telecable & grupo Hevi	PC principal y TV básico \$300.00 más \$299 y \$499 \$299, \$650, \$999, \$2500 y \$4999. \$350.00 instalación más \$250.00 y \$400 \$104.00 a \$875.00 más gastos del equipo. \$1799 módem más \$199 contratación \$299, \$320, \$449 y \$818	Debe contar con servicio de TV 17 ciudades de la republica Sólo en 6 ciudades Nvo Iaredo, zapopan y Cd Guzmán. Puerto Vallarta
• Banda ancha vía satélite	Superior a los 400K	Internet satelital	Telecomm telégrafos	De 150 a 250 dólares, más \$1450 del equipo y 130 usd de activación. Telecomm telégrafos ofrece la renta de \$70.00 USD	Sobre todo se ofrece en zonas rurales.
• Navegación inalámbrica en sitios públicos con equipo portátil	Acceso de alta velocidad	Internet móvil	Teléfonos de México	\$0.50 por minuto con tarjeta prepago Multifon \$99.00 pesos mensuales si es cliente Prodigy Infnitum	En sitios públicos como aeropuertos, restaurantes, centros comerciales, entre otros.

Fuentes de consulta: <http://www.megared.net.mx/>; <http://www.terra.com.mx/>; http://www.telmex.com/explorer/hogar/00_hogar_prod-infnitum.html
http://www.prodigy.com.mx/prodigymovil/h_quees.html; <http://www.cybercable.com.mx/>

Antes de terminar...

Una profesora de educación de la Universidad de Harvard, Eleanor Duckworth¹, ha planteado diversas posturas sobre el aprendizaje, rescata que la mejor forma aprender es descubrir algo por sí mismo, que el conocimiento es una construcción colectiva, un intercambio intelectual en la búsqueda por entender. Estas ideas deben ser verdaderas conquistas personales, y en este sentido, esta tesis logró ese cometido, repercutir en mí como futura investigadora, ya que me permitió construir y vivir un gran proceso.

Este trabajo tiene un poco de todo: alegría, risa, entusiasmo, frustración, confianza, confusión, fascinación, determinación, mismos que me ayudaron a lograr lo que tienes en tus manos. Esta es mi tesis de grado, hecha con mucho cariño, que si bien no es la mejor, para mí sí es un gran logro personal.

No es mi intención que con este trabajo se me reconozca como una investigadora, sino más bien dejar claro el compromiso que se requiere para lograrlo; es importante destacar que mediante un trabajo de investigación se tiene la oportunidad de conocer problemas y potenciar un cambio hacia condiciones de mayor equidad y justicia social y, no debe limitarse la intencionalidad de las investigaciones hacia la comprobación de hipótesis que, en la mayoría de los casos, no tienen capacidad para explicar la realidad.

¹ Duckworth, Eleanor (1986). *Inventing Density*. North Dakota Study Group on Evaluation USA. ND. www.exploratorium.edu/ifi/resources/classroom/inventingdensity.html. Visitado el 28 de febrero del 2005.

Erika Rueda
México, D.F.
correo electrónico: erueda4@yahoo.com.mx

157