

PONENCIA PARA LA CONFERENCIA INTERNACIONAL VIRTUAL EDUCA 2002

LA VIABILIDAD DE LOS Cybercafés PARA DEMOCRATIZAR LA EDUCACIÓN SUPERIOR A DISTANCIA

*“Se deberá generalizar en la mayor medida posible
la utilización de las nuevas tecnologías,
para que ayuden a los establecimientos de educación superior
a reforzar el desarrollo académico, a ampliar el acceso,
a lograr una difusión universal y extender el saber,
a facilitar la educación durante toda la vida”.*

Declaración Mundial sobre la educación superior en el siglo XXI:
Visión y Acción. UNESCO¹

ÓÁngel Torres Velandia*
toruiz@servidor.unam.mx

Introducción

Desde hace aproximadamente dos décadas las redes de información y comunicación han ganado un sitio importante en el espacio público de las grandes ciudades, de tal forma que se pueden tomar como uno más de los indicadores de los niveles de progreso y modernización de la población.

La rápida expansión de los Cybercafés (CC) y su presencia social es el resultado de la gran demanda, por parte de la población más joven, de los servicios que ofrece *Internet* o sea el sistema cooperativo de envío y recepción de mensajes que enlaza redes de ordenadores a lo largo de todo el mundo. A los servicios que se ofrecen *en línea*, los usuarios que no disponen de su propia computadora pueden tener acceso a través de cualquiera de los cientos de Cybercafés que existen distribuidos, en forma irregular, en las diferentes calles y colonias de las grandes o pequeñas ciudades.

Estos fenómenos de la sociedad de la información y del conocimiento llaman la atención como objeto de estudio pues -desde una perspectiva cultural y educativa-, en este trabajo se consideran

*Profesor investigador, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-X.

¹ UNESCO, *Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XX: Visión y Acción*. Aprobada por la Conferencia Mundial sobre Educación Superior, 9 de octubre de 1998, París, p. 22.

los Cybercafés no sólo como un espacio de encuentro personal, de comunicación y de entretenimiento virtual interactivo -de grandes y chicos-, sino también como una alternativa de acercamiento de los estudiantes de diversos niveles educativos a la información y a los saberes que proporcionan las redes electrónicas.

Lo anterior propició que se orientara el proceso de investigación con base en la siguiente interrogante: ¿ Es factible para las Instituciones de Educación Superior (IES) -con o sin programas de educación virtual y a distancia- que su población estudiantil y docente tenga acceso en condiciones especiales a los servicios teleinformáticos y a los espacios socio-culturales de los Cybercafés, con la finalidad de que dichos recursos humanos puedan conectarse a la red para realizar las actividades académicas que demandan los programas de estudio, tanto en las modalidades presenciales como a distancia?

Para disponer de información confiable que permitiera dar respuesta a dicho planteamiento se trazó como objetivo realizar una investigación diagnóstica -documental y de campo- respecto al estado actual de los Cybercafés de la ciudad de México, mediante la participación de los usuarios y de los propietarios o administradores de dichos centro informáticos. Como parte de la metodología aplicada se seleccionó una muestra estratégica de Cybercafés ubicados en diferentes lugares del Distrito Federal² y se aplicaron dos técnicas de captación de información: un cuestionario para los usuarios (84) y una encuesta para los propietarios o administradores (48) de los centros *Café Internet*.

De los datos obtenidos, se presentan³, en esta síntesis, solamente algunos de carácter general:

- a)** El 79% de los usuarios son jóvenes entre 15-25 años, de los cuales el 67% son hombres y el 33% mujeres;
- b)** La ocupación dominante de los usuarios es la de estudiante (69%);
- c)** La frecuencia de visitas a un Cybercafé es de 2 veces a la semana, (68%) y diariamente (14%);
- d)** Las temáticas más consultadas: aspectos culturales (31%), desarrollo de tareas (31%) y entretenimiento (20%);
- e)** Los servicios más utilizados: Navegación por Internet (27%), uso del correo electrónico

² Nota: Según la Revista etcétera (Abril 2001) del “total de Cybercafés en la República (mil 906), 30% (635) están en la ciudad de México, (datos del 30 diciembre de 2000) lo cual da un total de 11 mil 436 computadoras a lo largo del territorio nacional. Lo interesante en todo caso es que el mayor porcentaje de usuarios de los Cybercafés son jóvenes (13 a 29 años) y adultos. La AMCC estima que entre asociados y no socios se atiende mensualmente a 4.8 millones de usuarios”. <http://www.etcetera.com.mx/pag59ne6.asp> (05-04-02).

³ Nota: Por cuestión de espacio no se incluyen dichos formatos ni las gráficas con los resultados; los interesados en conocerlos pueden solicitarlos al e-mail : toruiz@servidor.unam.mx

(23%) y chateo (12%); **f)** La media en costo -por hora- oscila entre US \$1.5 y \$3 dólares. Es por ello que el 89% de los usuarios estudiantes demandan tarifas especiales para ellos; **g)** Finalmente, el 58% de los usuarios están en contra de que existan controles o censura en la red y el 42% opina que para proteger a la infancia es conveniente que existan.

Para concluir se formularon dos preguntas abiertas. La primera: *¿Cuáles son las ventajas más importantes de un CC?*. Para los usuarios las ventajas de los CC residen en la facilidad de acceso a la *Internet* así como a la cercanía a su domicilio de estas salas. En menor frecuencia se mencionaron los costos accesibles para todos aquellos usuarios que no tienen una computadora ni las herramientas necesarias para acceder a las supercarreteras de la información y el conocimiento.

En cambio, para los propietarios un CC brinda la facilidad de un acceso a la información y el uso de una computadora cuando la gente no la posee. Asimismo, perciben como una ventaja la ubicación de su local y la facilidad de tener en un mismo sitio: servicio de cafetería e *Internet*.

La segunda pregunta : *¿Ud. , como propietario, está dispuesto a realizar convenios con las Universidades para que los estudiantes usen su Cybercafé, con un descuento especial?* Las respuestas ante este interrogante estuvieron divididas: unos consideran favorable el hacer descuentos puesto que son los estudiantes (69%) los que más lo emplean y de ese modo aumentaría la clientela. No obstante, el resto de los propietarios consideran a su negocio como cien por ciento universitario, por lo tanto, no resultaría redituable el realizar descuentos.

Sin embargo, todos coinciden en lo importante que sería llegar a acuerdos con las Instituciones de Educación Superior (IES) del país para que los estudiantes universitarios -que son sus principales clientes- usen dichos servicios con descuento, para así poder desarrollar actividades educativas y culturales.

Conclusiones

En México los Cybercafés aún no logran a cabalidad los objetivos originales propuestos para estos espacios cibernéticos: ser puntos físicos de encuentro y de convivencia entre los usuarios que allí se reúnen. Pero por el contrario, cuentan con una característica *sui generis*: se están convirtiendo en una extensión virtual de la familia, la escuela y la universidad en su dimensión de espacios culturales, educativos y de esparcimiento, constituyéndose en expresiones democratizadoras de las tecnologías de información y comunicación.

El estudio evidenció: Los CC son un negocio que se está expandiendo de manera acelerada en todas las ciudades del país, por la gran necesidad que tiene la población de informarse frecuentemente y de entrar en contacto y comunicación con sus semejantes, a cualquier hora y en cualquier lugar, mediante la Red. La amplia demanda de servicios hace que los propietarios se preocupen por la competencia que se establece entre los Cybercafés lo cual los obliga a ofrecer la mayor cantidad de servicios posibles así como otros nuevos y a mejorar la atención a los usuarios.

Es altamente relevante que los sectores de población que más frecuentan estos lugares sean adolescentes y jóvenes, de ambos sexos y en edad escolar. Esto explica el hecho que las temáticas más consultadas sean las relacionadas con el campo escolar, el cultural y el científico, de tal forma que los mismos propietarios reconocen que los universitarios son sus clientes preferidos. Y por lo mismo, las dos modalidades de comunicación más utilizadas son el correo electrónico y el chat.

Uno de los tópicos de discusión más sensibles tanto para los usuarios como para los propietarios de los CC es el de control o censura de la información que circula en la Red. Los primeros, en su mayoría están en desacuerdo que existan controles pues esto implicaría coartar el derecho a la libre información de la ciudadanía. Y respecto a los segundos, casi la mitad está de acuerdo de que haya ciertos controles con el fin de proteger a la población infantil que -según los datos obtenidos- tiene poco acceso a éstas salas. Por tanto, las opiniones, al respecto, están divididas.

Por otra parte, la investigación evidencia que estos negocios impulsan fuertemente a los jóvenes y adultos a hacer de la *Internet* un medio masivo de cultura, de comunicación, de teleformación y de educación virtual - expresión y reflejo de la sociedad de la información y del conocimiento-, en la que ya está sumergida una parte importante de las nuevas generaciones; además, gracias a los Cybercafés, para muchos de ellos, estos espacios se han constituido en la primera escuela de *alfabetización digital*.

Finalmente, es oportuno resaltar, por una parte, la solicitud de los usuarios-estudiantes para obtener descuentos favorables en las tarifas vigentes de los CC y la disposición, por otra parte, de un sector importante de los propietarios de estos negocios de entrar en cooperación con las universidades e instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas, para buscar alternativas que permitan a los estudiantes de este nivel educativo tener acceso a la red, con mayor frecuencia y a menores precios. Esto redundaría en beneficio de los programas y de las modalidades de estudio, ya sean de carácter presencial o a distancia.

Recomendaciones

Con base en las conclusiones anteriores es pertinente sugerir a los responsables de las Instituciones de Educación Superior, tanto públicas como privadas, que tomen en cuenta las posibilidades que brindan estos puntos de encuentro ciberespaciales para la extensión, a través de las redes, de los saberes y de la cultura que se generan en estas casas de estudio y de investigación. Para ello se requiere llegar a consensos sobre tres tópicos básicos:

El primero está vinculado con la capacitación técnica: las autoridades universitarias bien podrían ofrecer a los propietarios de los CC programas de capacitación para todo el personal responsable de atender las salas informáticas, pues las deficiencias en este campo han sido expresadas por los mismos usuarios.

El segundo se relaciona con la búsqueda de consensos y acuerdos entre las Asociaciones Nacionales de Cybercafés y la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), que hagan posible que estos espacios cibernéticos, en todo el país, sean usados también para programas de “alfabetización digital”, orientados a que la población universitaria y la ciudadanía en general, en especial los adolescentes, los jóvenes y los adultos, adquiera las competencias requeridas para un manejo eficiente de la informática y pueda disfrutar, en forma libre y a un costo mínimo, los beneficios que ofrece el acceso a las autopistas de la información y el conocimiento, disminuyendo de esta manera la brecha tecnológica que separa a los sectores sociales de la sociedad mexicana.

El tercer tópico se sustenta también en datos relevantes del estudio: **a)** Existe un alto consumo de los servicios de la *Internet* y conexos, por parte de la población universitaria; **b)** Dado el costo actual, sólo tiene acceso a este tipo de servicios una minoría de dicha población; y **c)** Se cuenta con la disposición de los propietarios de estas salas para realizar convenios con las universidades. Para ello, sólo se requiere llegar a acuerdos mutuos que permitan disminuir costos para que un mayor número de estudiantes, a través de las redes teleinformáticas de los Cybercafés, pueda continuar o iniciar programas de estudio en la modalidad a distancia y cumplir con tareas escolares del sistema presencial.

De esta forma se estaría dando cumplimiento a las recomendaciones de la UNESCO que, en su *Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI*, plantea que se generalice, en la mayor medida posible, la utilización de las nuevas tecnologías para reforzar el desarrollo académico y extender el saber, facilitando la educación durante toda la vida.

ÓAngel Torres Velandia
toruiz@servidor.unam.mx
Verano de 2002

[VOLVER AL INDICE TEMAS](#)