

LOS CYBERCAFES EN ARGENTINA: UN INESPERADO ROL SOCIAL EN LA FACILITACIÓN DEL ACCESO A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Dra. Susana Finkelievich¹

RESUMEN

¿Pueden los cibercafés, en general pequeños emprendimientos privados, ayudar a superar la brecha digital –en lo que se refiere al acceso a Internet- y complementar las acciones de los gobiernos y del sector asociativo en este sentido? Este trabajo proporciona información sobre estos nuevos equipamientos urbanos de acceso a la información, y sobre sus usuarios. En el año 2004, el mercado argentino de Internet, en términos de conexiones, creció un 27,8%, a razón de un promedio de 2,3% mensual. El aumento pronosticado para fin de año 2005 supera los dos millones de clientes, mostrando con respecto al año anterior un crecimiento del 28%. El principal motor de este crecimiento vino de la mano de los accesos a Banda Ancha, pero la mayor motivación provino de la implementación de los cibercafés, con acceso rápido y de muy bajo costo, en todo el país.

Se ha producido además un cambio significativo en el lugar de primer contacto con Internet: mientras antes del 2000 lo era la empresa y luego el hogar, *los últimos ingresantes tuvieron su primer contacto con el ciberespacio en un cyber o locutorio*. En Argentina, este nuevo tipo de equipamiento urbano, tan integrado actualmente al paisaje ciudadano que parece haber estado allí desde siempre, convoca a un alto número de clientes. Es notable el crecimiento de usuarios a través del acceso a cybers y locutorios: los cibernautas que se conectan exclusivamente desde estos lugares representan el 35% de los usuarios, más de 2,6 millones de individuos. Se trata en su mayoría de personas de ingresos medios y bajos, habitantes del interior más que de la Capital, y mujeres, en ligera mayoría sobre los hombres: es decir, de grupos más desprovistos o más vulnerables que el resto de la ciudadanía. Este artículo analiza el rol social de los cibercafés, tanto como lugares de acceso a Internet, como en tanto lugares de sociabilización urbana.

1: LOS CYBER: FACTORES DE POPULARIZACIÓN DE INTERNET

Un nuevo espacio social: los lugares privados de acceso público a Internet

¹ Susana Finkelievich es Arquitecta, Master en Urbanismo y Doctora en Ciencias Sociales. Es Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones científicas y Técnicas (CONICET, Argentina), basada en la Universidad de Buenos Aires. Dirige el Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información en el Instituto de Investigaciones Gino Germani (www.iigg.fsoc.uba.ar), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires y es Presidente de LINKS, Asociación Civil para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (www.links.org.ar). Es docente en varias Universidades. Ha publicado siete libros sobre diversos aspectos de la Sociedad de la Información, además de un centenar de artículos. Su último libro es "Desarrollo local en la Sociedad de la Información. Municipios e Internet", editorial La Crujía, Buenos Aires, 2005.

¿Pueden los cibercafés, en general pequeños emprendimientos privados, ayudar a superar la brecha digital y complementar las acciones de los gobiernos y del sector asociativo en este sentido? Este trabajo, que recoge algunas de las conclusiones de la investigación de Susana Finkelievich y Alejandro Prince “El (involuntario) rol social de los cibercafés en Argentina” (2005) se concentra en responder a este interrogante.

Los cibercafés y los kioscos de Internet son equipamientos extendidos a nivel mundial, aunque tienden a concentrarse en las grandes ciudades, las localidades en las que el acceso hogareño a Internet aun no es masivo, y los lugares turísticos. Un cybercafé (también llamado cyber, Internet café, PC café, etc.) es típicamente un emprendimiento comercial en el que las personas acceden a Internet por medio de un pago, generalmente equivalente a una fracción de tiempo de una hora o minuto. Un número creciente de cafés ofrecen acceso inalámbrico ilimitado. En muchos cybers también se venden bebidas, papelería, insumos de computación, cigarrillos y golosinas, o se ofrecen servicios como fotocopias y envío y recepción de faxes.

En América Latina y el Caribe se han extendido los llamados Telecentros, financiados por el Estado, por empresas o por organismos internacionales, frecuentemente atendidos por trabajadores voluntarios; estos telecentros ofrecen con frecuencia cursos sobre TICs, y otras facilidades para la vida comunitaria. Existen aún otras variedades, entre ellas los kioscos de Internet, que funcionan con acceso medido por las monedas que el usuario coloca en una ranura, como en los teléfonos públicos anteriores a las tarjetas. En este trabajo, cuando nos referimos a los lugares privados de acceso público, englobamos en este concepto tanto a los locutorios o franquicias de Telefónica y Telecom, como a los microemprendimientos independientes. Para comodidad del lector, nos referiremos a este conjunto como a “los cyber”.

El primer “boom” de los cyber a nivel mundial data desde los años 1995 y 1996 (Nunes, 1999)². La prensa de la época habla de unos 100 cibercafés en todo el mundo, una cifra que en esos tiempos parecía fabulosa. Pocos años después, muchos de los cibercafés localizados en países desarrollados habían cerrado o se han dedicado a otras actividades más productivas, barridos por la Banda Ancha y la masificación de las conexiones a Internet. Sin embargo, no sólo no todos han cerrado, sino que ha habido un verdadero florecimiento de cybers en los países en desarrollo y en las regiones más turísticas. Nunes (1999) estimaba que, en ese año, existían más 2300 cibercafés en 124 países, de los cuales un 25% estaban en Estados Unidos. Actualmente, en los países desarrollados, los cibercafés están cambiando: no son espacios equipados con computadoras, sino cafés o bares corrientes, que ofrecen servicio de Wi-Fi.

Durante los últimos quince años, Internet ha penetrado en las vidas de las personas. Se ha creado un espacio social de interacciones en red, que a su vez interaccionan con las relaciones en la vida presencial. El espacio social producido por estas comunicaciones en red no empieza ni termina en la pantalla de la computadora: por el contrario se interpenetra con las redes sociales presenciales, y ambas se modifican mutuamente.

En este espacio social, ¿cuál es el rol de los cibercafés? No son, como los cafés tradicionales, lugares de encuentro físicos: aunque las personas estén sentadas en incómoda proximidad, la relación no se da entre ellos, sino con las personas que están “al otro lado” de las redes electrónicas, ya sea en otra ciudad, país o continente. Nunes

² The Realities and Virtualities of Cybercafes, Mark Nunes, 1999, Presented at the 1999 Popular Culture Association Conference, San Diego, CA, <http://www.gpc.edu/~mnunes/cybercafe.htm>

(1999) sugiere que, en vez de servir como lugares de reunión, los cybers funcionan como “espacios de otro lugar” (“spaces of elsewhere”), en los cuales el potencial de desplazamiento en el ciberespacio resulta ser un modo de membresía. Lo que se comparte en ellos es el nomadismo electrónico entre lugares geográficamente dispersos, en lo que Manuel Castells llama “el espacio de los flujos”.

Esta circulación virtual y (en el caso de los viajeros) transgeográfica explicaría por qué, tanto en Argentina como en el resto del mundo, los cyber sirven sobre todo para enviar y recibir e-mails. Pero también son lugares donde los diversos grupos socio económicos coexisten. Algunos cafés de la Recoleta (uno de los barrios de mayores ingresos de Buenos Aires) reciben chicos de la calle en los horarios más vacíos, del mismo modo que algunas personas sin techo utilizan los cybers para “recibir” y “visitar” desde sus direcciones electrónicas. De alguna manera, la “clase cibernauta” se superpone, por unos minutos o de una hora, a las clases sociales. En los cybers, los hombres de negocios, los intelectuales, los estudiantes, los turistas internacionales, pueden compartir los productos materiales de esta sociedad con cibernautas menos favorecidos, aunque esta coexistencia no está libre de prejuicios de clase o de edad. En este sentido, creemos que los cybers son lugares favorecidos para explorar las dinámicas de los espacios en conflicto en la sociedad en red.

En “La era del Acceso”, Rifkin (2000) plantea que el traslado desde un régimen de propiedad de bienes hacia un régimen de acceso, sustentado en garantizar el uso limitado y a corto plazo de los bienes controlados por redes de proveedores, transforma radicalmente nuestras actuales nociones sobre cómo se ejercerá el poder económico en el futuro cercano. Un número creciente de parcelas del comercio estarán ligadas a la mercantilización de una extensa gradación de experiencias culturales en vez de a los bienes y servicios relacionados con la industria tradicional. Entre ellos, el juego, la música, los mundos virtuales del ciberespacio, todo tipo de entretenimiento o de utilización mediada electrónicamente “se convierte rápidamente en el centro de un nuevo hipercapitalismo que comercia con el acceso a las experiencias culturales” (Rifkin, 2000, p.17).

El fenómeno del crecimiento de Internet en Argentina, relacionado en gran parte con el auge de los cybers, ilustra los conceptos de Rifkin. Los números del mercado argentino de Internet han mostrado a lo largo del período de crisis económico-social de 2001-2003 crecimientos bajos pero sostenidos, que llevaron en el 2004 a crecer el doble que el promedio de dicho período, revelando porcentajes superiores al 27% en conexiones y 33% en usuarios. El año 2004 muestra nuevamente la duplicación de los accesos de banda ancha, consecuencia de la fuerte competencia y la interminable lucha de promociones de precios y velocidades. Esto indica que a pesar de la crisis del sector (caída de líneas de telefonía fija y móvil), Internet, en tanto que nuevo medio de información y comunicación, llegó para quedarse. Puede decirse ambigüedades que la tecnología es un viaje de ida.

Es de destacar el crecimiento de los lugares públicos de acceso privado, que permitieron que el nivel de usuarios siguiera creciendo a pesar de la crisis. Los estamentos sociales más bajos encontraron la forma de ingresar al mundo de la Web desde lugares donde por \$1 o \$1,50 (desde U\$0,30 a U\$0,50) pueden navegar durante una hora, a alta velocidad y sin tener que comprar una computadora, por cierto difícilmente alcanzable luego de la devaluación. El caso del uso de los cybers en Argentina ilustra las hipótesis

de Rifkin: el acceso (cuyo concepto es en la actualidad, para millones de personas en el mundo, la ventana a infinitas posibilidades de estudio, trabajo, organización social y política, relaciones y entretenimiento) es también una nueva manera de reconceptualizar las relaciones de propiedad, uso y nueva economía.

Según las estimaciones de Prince & Cooke (2004)³, en el año 2004 existían en el país alrededor de 7.500.000 usuarios de Internet. Por usuario entendemos a la persona física, el ser humano, que utiliza Internet, independientemente de ser o no el titular de la cuenta o de pagar o no por ese acceso. Este número incluye tanto a las personas que acceden desde sus hogares, como a las que lo hacen desde sus lugares de trabajo, y eliminando la superposición causada por un importante número de personas que se conectan desde más de un lugar (hogar, trabajo, universidad, cyberbar, etc.)

Los cyberbares, o “lugares privados de acceso público a Internet”, ya sean iniciativas de pequeños emprendedores o franquicias de las grandes empresas telefónicas, se han transformado en un vigoroso impulso para la popularización del uso de Internet, sobre todo entre los grupos de bajos ingresos, los habitantes de las provincias, los jóvenes y las mujeres. Este artículo bosqueja la evolución del perfil del usuario argentino de Internet, así como sus actitudes hacia ciertos aspectos vinculados a la Red. Pero el énfasis está puesto en la utilización de cybers y locutorios, que entendemos como equipamientos privados de acceso público democratizadores del acceso a Internet.

2. LA VELOZ DIFUSIÓN DE INTERNET EN AMÉRICA LATINA Y EN ARGENTINA

Según las estadísticas publicadas por las Naciones Unidas en su informe “*E-commerce and development report 2003*”, el crecimiento de usuarios de Internet en Latinoamérica y el Caribe fue el más alto en términos porcentuales: se eleva al 36%, seguido por Asia (33,6%) y África (22%). Sin embargo América Latina y el Caribe representan sólo el 6% de los usuarios a nivel mundial, mientras Asia representa el 34%. Entre los países latinoamericanos, Argentina detenta el 11,5% de usuarios: es la tercera en cantidad de usuarios después de Brasil (40,2%) y México (15,5%). Sin embargo en términos de penetración en la población, Argentina llega al 20% y Brasil a sólo el 11%.

El mercado de acceso a Internet en la Argentina experimentó un período de transición durante 2001 y 2002, marcado no tanto por el crecimiento sino por la migración interna entre los distintos tipos de conexión. El año 2002 cerró con 1.410.000 accesos, lo que representó un crecimiento del 4% respecto de los 1.350.000 de 2001. Se trata igualmente de un crecimiento destacable, considerando el contexto de crisis económica y social en el que se produjo.

En el año 2003, en tanto, el sector mostró un crecimiento más sostenido en cuanto a accesos o clientes. Según un estudio de la consultora CARRIER y ASOC, alcanzó un 26% respecto de 2002, con 1.793.000 accesos o clientes. De acuerdo a la misma consultora, la cantidad de usuarios continuará creciendo de manera ininterrumpida durante el presente año en todo el país. La cifra de crecimiento ascendería a un 13% en relación a 2003. Por otra parte, las empresas proveedoras de banda ancha ofrecen

³ Todas las estadísticas mostradas en este trabajo son del estudio de Prince & Cooke “El Rol Social de Los Cyberbares”, Buenos Aires, 2004, <http://www.iabargentina.com.ar/images/Download/009.pdf> , salvo las que se indican específicamente como provenientes de otras fuentes.

promociones comerciales, y estiman para fin del 2005 un crecimiento interanual superior al 100%. El incremento de la cantidad de usuarios que se conectan desde los cybers es significativo: en cuatro años –de 2000 a 2004– pasaron de ser el 4% de los usuarios al 50 % de los mismos.

INTERNET TIPO DE ACCESO – ARGENTINA 2000-2004					
	2000	2001	2002	2003	2004
Total de accesos	2.400.000	3.500.000	4.000.000	5.200.000	5.900.000
Accesos por Cyber	96.000	350.000	880.000	2.200.000	2.905.000
Relación	4%	10%	22%	42%	50%
Fuente CARRIER Y ASOC. El año 2004 es estimado					

En el año 2004, el mercado argentino de Internet, en términos de conexiones, creció un 27,8%, a razón de un promedio de 2,3% mensual. Si bien este crecimiento parece bajo en comparación con el espectacular incremento experimentado durante el año 2000 (100%) y 2001 (52%), cuando se lo compara con el del 2002 y 2003 muestra un crecimiento superior al doble. El aumento pronosticado para fin de año 2005 supera los dos millones de clientes, mostrando con respecto al año anterior un crecimiento del 28%. El principal motor de este crecimiento vino de la mano de los accesos a Banda Ancha, que pasaron de 240 mil en el 2003 a 475 mil a Diciembre de 2004. El segmento de los usuarios de Internet que se pasan a la banda ancha creció 102,1% en un año, y ya representan el 44,1 del mercado. En el mismo período bajaron el 9% las conexiones dial-up pagas. A esta conclusión llegó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en la primera de una serie de publicaciones sobre Internet⁴.

De los principales datos relevados por el estudio del INDEC, así como por los de Prince & Cooke (2004), se deduce que los usuarios que poseen posibilidades económicas no titubean en pasar del servicio dial-up, o ADSL a una conexión mucho más veloz como la de banda ancha. Pero al mismo tiempo se observa una suba importante, de más del 27%, de los usuarios "free", aquellos que se conectan marcando un número local. Estos no pagan abonos mensuales, pero sus conexiones no gozan de tarifa reducida.

La distribución geográfica de los accesos establece una seria diferencia entre Buenos Aires y el Interior. Entre la Ciudad de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires, representan más del 70% del total: 47% la Capital, 23,7% la Provincia, a diciembre de 2003. Desde la Ciudad de Buenos Aires se realizan el 58,1% de las conexiones por banda ancha, y el 52,7% de los accesos free⁵. El crecimiento de los usuarios fue significativo: pasó de 5,7 millones en el año 2003 a 7,5 millones a fines de 2004, con un incremento mayor al 30% promedio en los últimos dos años. Este crecimiento muestra una penetración país del 20,3%, muy superior a la del Brasil, ya que éste tiene una penetración del 10,6%.con respecto a sus habitantes. Por otro lado, se ha producido un

⁴ <http://old.clarin.com/diario/2005/03/11/sociedad/s-04301.htm>

⁵ <http://old.clarin.com/diario/2005/03/11/sociedad/s-04301.htm>

cambio significativo en el lugar de primer contacto con Internet: mientras antes del 2000 lo era la empresa y luego el hogar, *los últimos ingresantes tuvieron su primer contacto con el ciberespacio en un cyber o locutorio.*

3: CAMBIOS EN EL PERFIL DE LOS USUARIOS: DE LAS ÉLITES A LAS MASAS

El perfil del usuario de Internet fue mutando, desde aquel perfil inicial más relacionado a una elite, con estudios universitarios y altos conocimientos de informática, y con una significativa mayoría de hombres al usuario actual, caracterizado por los siguientes rasgos:

- Mayor penetración de niveles medios-bajos, quienes comenzaron su ingreso entre el 2000 y 2001.
- Los niveles educacionales descienden año a año (un 35% tiene nivel máximo alcanzado de secundario)
- Migración histórica del lugar de acceso: en los primeros tiempos (en el período previo al 2000) fue el trabajo, luego el hogar y por último la mayor parte del ingreso se produjo en los lugares públicos de acceso privado (cybers y locutorios).
- Equiparación de sexos en Internet. La relación entre mujeres y varones se acercó al 50%. Esto se debe principalmente a la masificación de Internet y la aparición de contenidos exclusivos para las mujeres.
- En los últimos años se produjo el ingreso de edades extremas. Los menores de 18 años representan el 26% de los usuarios actuales. La edad promedio se redujo un año a 28 años con respecto a los tres años anteriores.
- Ingreso de usuarios con menores conocimientos tecnológicos, impulsados por los cybers donde el usuario se encuentra navegando al instante, despreocupándose por la conexión, la amenaza de virus y el mantenimiento de la PC.

En Argentina, este nuevo tipo de equipamiento urbano, tan integrado actualmente al paisaje ciudadano que parece haber estado allí desde siempre, convoca a un alto número de clientes. Es notable el crecimiento de usuarios a través del acceso a cybers y locutorios: los cibernautas que se conectan exclusivamente desde estos lugares representan el 35% de los usuarios, más de 2,6 millones de individuos. El uso de los cybers muestra que una sesión tipo dura entre los 30 y los 60 minutos, con un gasto semanal promedio de más de \$4 (US\$1,3). Entre los servicios más utilizados se encuentran el mail, la búsqueda de información y el chateo, y los juegos en red.

La duración de una sesión típica en los cybers es mayoritariamente de entre 30 y 60 minutos –exactamente, el promedio es de 72,76 minutos-, seguida de más de 90 minutos. El tercer lugar en frecuencia lo ocupan las sesiones breves, de hasta 30 minutos. Los usuarios de nivel socioeconómico bajo son los que mas prolongadamente los usan: su sesión tipo es de 79,24 minutos, seguidas del nivel alto (72,70 minutos) y por último, del nivel medio, el más moderado (65,36 minutos).

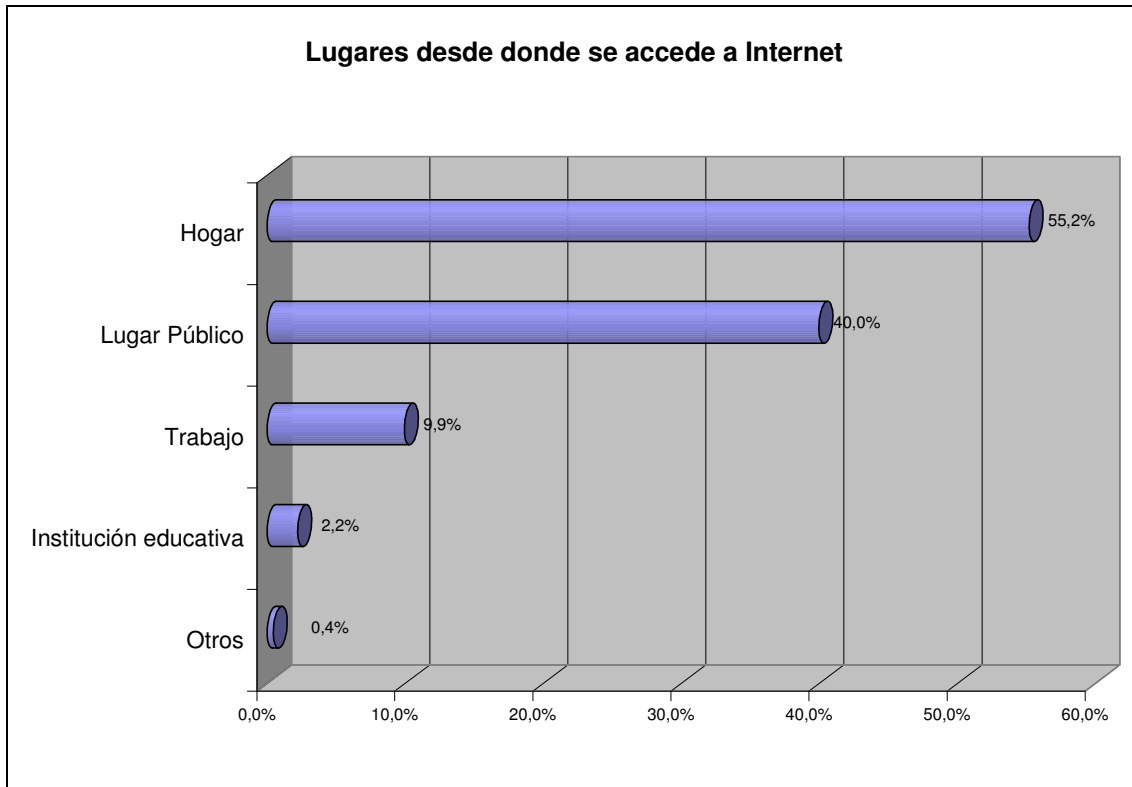
Más de la mitad de los que se conectan desde un cyber lo hacen a causa de carecer de computadora en sus hogares, y el 35% porque no tienen conexión a Internet. Pero también algunos usuarios hogareños, en mucha menor proporción, usan cybers por carecer de conexión en sus hogares, o por tener conexiones lentas. Los usuarios que se conectan desde sus hogares valorizan en los cybers cuestiones como la comodidad, la velocidad y el control de los gastos.

En cuanto a los aspectos negativos del uso de Internet en la actualidad, los que se conectan desde el trabajo le temen más a la falta de seguridad, seguidos de los usuarios de cybers. El costo telefónico, en cambio, es una preocupación prioritaria para los usuarios de cybers y los que se conectan desde el hogar, evidentemente usuarios de dial-up. La falta de velocidad también es una inquietud prioritaria de estos últimos, seguidos de los usuarios de cybers. El costo del abono inquieta tanto a los que se conectan desde el trabajo, como a los que lo hacen en los cybers (probablemente por esta razón ambos tipos de usuarios se conectan fuera del hogar).

Sin embargo, un porcentaje muy minoritario de usuarios se preocupa por temas como la adicción a Internet, la falta de contenidos que consideren útiles, la carencia de contenidos en español o la falta de contenidos locales. Aún menos le temen a factores como el acceso a contenidos inconvenientes, el supuesto aislamiento del que se ha acusado al uso de Internet, el exceso de información, problemas diversos, publicidades o pérdida de tiempo. Evidentemente, los aspectos negativos más considerados por los usuarios conciernen preferentemente factores económicos y tecnológicos.

De casa al cyber

Si bien el hogar es el lugar preferido de conexión de los usuarios argentinos (52,2%), los cyber ocupan un honroso segundo puesto (40%), seguidos muy de lejos por el trabajo (9,9%), las instituciones educativas (2,2%) y “otros” (0,4%).



Fuente: Prince & Cooke, 2004.

Esta preferencia se debe a diversas razones; como elementos positivos: los bajos costos de los cybers, que rondan 1,50\$ (U\$0,50) por hora; la frecuencia del uso de la Banda Ancha en ellos y la velocidad de las conexiones; la no existencia de la necesidad de encargarse de la vigilancia de virus, spywares, y del mantenimiento de las computadoras. Como elementos negativos, el alto costo de la mayoría de servidores de cable o ADSL; la vigilancia creciente hacia el uso del e-mail y de Internet por las empresas hacia sus empleados; y la baja frecuencia de existencia de laboratorios de informática o de telecentros al servicio de los estudiantes en los establecimientos educativos, ya sean primarios, secundarios o universitarios.

Entre las causas que los impulsan a usar los cybers, la fundamental es la no posesión de una computadora, seguida de falta de conexión a Internet. Les siguen razones como comodidad, velocidad, control en los gastos (la misma razón que impulsa a usuarios de telefonía a usar los locutorios en vez de llamar desde sus casas) y no estar en sus casas.

No sólo para los grupos económicamente menos favorecidos, sino también para las mujeres, los adultos mayores y los habitantes del interior del país, los cybers sirven para despegar a las computadoras y las conexiones a Internet del clásico paradigma de la propiedad y el uso individual del hardware y de las conexiones. Los cybers se contraponen a este modelo, dado que no se basan en la *propiedad* de la tecnología, sino en la *compra de tiempo para usarla*. Los cybers hacen que las personas compartan tecnología en espacios privados de uso público, en vez de en lugares individuales. Al favorecer la presencia virtual en la red -a través de una dirección de e-mail o de Messenger, de la participación en un foro o en un chat-, antes que la presencia física (la propiedad de la computadora), también estimulan un modelo “redcéntrico” de apropiación y utilización de las TIC.

Entre los usuarios de cybers, la frecuencia de uso mayoritaria es de una vez a la semana en promedio. La cantidad de los usuarios menos frecuentes (que los usan menos de una vez por semana) y los relativamente frecuentes (los usan una vez por día) son similares. Sólo una minoría va al cyber más de una vez por día.

Esta frecuencia de conexiones, sin embargo, es mayor a la de los usuarios que se conectan desde los hogares. Los que tienen conexión por dial-up se conectan mayoritariamente una vez a la semana, seguido de menos de una vez por semana, y luego de una vez por día. Los usuarios de cable modem se conectan una vez por semana, seguido de una vez por día, y los de ADSL se conectan en igual proporción una vez por semana y una vez por día. La frecuencia de estos dos tipos de usuarios se explica por el pago de la conexión “en paquete”, y porque una vez conectados, pueden estarlo todo el tiempo que sus computadoras estén encendidas.

Las razones para usar los cybers varían según el nivel socio económico: en el nivel bajo la no posesión de una computadora es la causa fundamental: alcanza casi el 70%, que baja al 30% en el nivel medio. En los niveles alto y medio, la posesión de una computadora no siempre es sinónimo de conectividad: en el universo entrevistado, casi 33% de los usuarios de nivel alto y 32% de los de nivel medio no tienen acceso a Internet.

La tendencia anterior se confirma cuando se analiza la frecuencia del uso de cybers, considerando el lugar desde el cual se conectan los usuarios: Los usuarios que se conectan desde más de una vez por día a más de una vez a la semana desde los cybers (57 % del total) lo hacen catorce veces más que los que tienen acceso desde el hogar y más de siete veces más que los que se conectan también desde el trabajo. Los usuarios de cybers que sólo se conectan desde lugares públicos una vez a la semana lo hacen tres veces más que los que poseen acceso hogareño, y casi dos veces más que los que se conectan desde sus puestos de trabajo. Por lo demás, el gasto promedio de los usuarios de cybers en estos servicios es de \$4,29 por semana.

Razones como comodidad y velocidad son mucho más consideradas por los niveles alto y medio, así como el hecho de no estar en su hogar en el momento de necesitar conectividad. El nivel medio es más sensible al control de gastos que los demás. *Entre los servicios usados desde los cybers, el mail posee indiscutiblemente la corona: 91% del uso de cybers es para el envío y recepción de mails. Le sigue, en un 60%, la búsqueda de información, el chat desde muy cerca, y en cuarto lugar, hablar a través de Internet.*

Los usuarios de nivel socioeconómico alto y medio utilizan el e-mail en los cybers en una proporción levemente mayor a los de nivel bajo. La misma tendencia se repite en cuanto al uso del chat. En cambio, los de nivel socioeconómico medio y bajo buscan más información que los de nivel alto, lo que se repite en el uso de telefonía por IP.

Más de la mitad de los usuarios de cybers aducen la no posesión de una computadora como razón fundamental para usar los cybers, y una proporción un poco menor, el hecho de no tener Internet. Los usuarios hogareños aducen la comodidad y la velocidad como razón para usar los cybers (motivo comprensible en hogares en los que hay una sola computadora para toda la familia, o donde no existe conexión por banda ancha), seguidos de control de los gastos, y de no estar en su hogar.

Los usuarios de lugares públicos gastan más en conectividad (un promedio semanal de \$4.90) que los que se conectan desde los hogares (\$2,71). Teniendo en cuenta el

análisis de otros ítems, como control de gastos, posesión de computadoras, conexión a Internet y otros, es probable que encuentren que gastar en los cybers compensa otros factores.

La visión de los usuarios sobre Internet

Los cibernautas que se conectan desde los cybers suelen tener una visión más negativa de Internet, en lo que se refiere a seguridad en la Red, que la de los usuarios hogareños, aunque menos pesimista que quienes se conectan desde sus trabajos. Es viable que esto se deba a que estos últimos se sientan más protegidos por los sistemas de antivirus y anti spies implementados por las empresas en las que trabajan. Los clientes de cybers también emiten opiniones más negativas con respecto a los costos telefónicos (en los cybers, la conciencia de lo gastado es más neta), pero son más positivos que los usuarios hogareños con respecto a la velocidad de conexión, probablemente porque una proporción de éstos últimos usa dial-up.

Ninguna de las tres categorías de los usuarios se queja mayormente de adicción a Internet, aunque es revelador que los usuarios de cybers sean los que menos se quejen del “aislamiento” provocado por este medio, y ninguno de ellos lamenta el exceso de información. Lo que deploran es la falta de contenidos en español, o la carencia de acceso a contenidos considerados convenientes, los problemas varios, la publicidad y en relación a estos ítems, la pérdida de tiempo y consecuentemente, la de dinero.

A pesar de la visión negativa sobre la seguridad en la Red, paradójicamente los usuarios de cybers también están mucho menos preocupados que los usuarios hogareños y laborales por dicha seguridad en Internet (dado que corre por cuenta de los propietarios y administradores de los lugares de acceso), aunque como se verá más adelante, son los que menos lo utilizan para efectuar transacciones comerciales o financieras.

Más de la mitad de los navegantes de Internet, cualquiera sea su lugar de conexión, le temen en primer lugar a los ataques de virus (los más publicitados en los medios de prensa y en la misma Internet), sobre todo quienes se conectan desde el hogar, seguidos de los que lo hacen en el trabajo. La segunda preocupación, para el 35% de los cibernautas, es la violación de información confidencial, que afecta más a los que se conectan desde los cybers. También a estos últimos, junto a los conectados en sus lugares de trabajo, les preocupa más el acceso a sites con contenidos inconvenientes que a los que disponen de conexiones hogareñas. Otros factores, como ataques de hackers, robos de tarjetas de crédito, adicción a Internet, problemas de salud, etc., preocupan sólo a una minoría de usuarios.

4: NIVEL SOCIOECONÓMICO, EDAD, SEXO Y OTROS: LO QUE DEFINE EL USO DE LOS CYBERS

El nivel socioeconómico de los usuarios de los cybers

Cuando se analizan los lugares desde se accede a Internet por nivel socio económico se percibe que, si bien los niveles altos se conectan sobre todo desde el hogar y en segundo lugar desde los cyber, dejando el tercer lugar al puesto de trabajo, la proporción cambia abruptamente en el nivel medio, que prácticamente equilibra el acceso desde el hogar con el cyber. Esta tendencia se acentúa notablemente en el nivel bajo, que se conecta en abrumadora mayoría (78,3%) desde los cyber, en segundo lugar desde el hogar (8,7%) y

desde el trabajo (8,7%). Es interesante notar que, si bien los niveles alto y medio acceden a Internet en muy baja proporción desde establecimientos educativos (respectivamente 1,1% y 2,3%), 4,3 % de los individuos pertenecientes a nivel socioeconómico bajo los utilizan.

El nivel bajo muestra mayor frecuencia de uso de los cybers por día (seis veces más que el nivel alto y dos veces y media más que el nivel medio) y aún más de una vez al día (siete veces más que el nivel alto y cuatro veces más que el nivel medio) que los otros niveles socioeconómicos.

Actualmente se percibe en el uso de cybers una mayor penetración de niveles medios-bajos, quienes comenzaron su iniciación entre el 2000 y 2001. Ya en el año 2003 un artículo del diario CLARÍN⁶ expresaba: "En la actualidad, la conexión desde los locutorios alcanza a la mitad del segmento C3 y al 82 por ciento del D, es decir, a los grupos sociales que los analistas denominan clase media baja. Hoy, los locutorios y cibercafés ofrecen PCs modernas conectadas por banda ancha, lo que los vuelve interesantes para la gente de ingresos más bajos, que no puede afrontar el gasto de una computadora y que, a veces, ni siquiera tiene teléfono". Si se cruzan los datos sobre nivel socioeconómico y lugar geográfico de residencia, se ve que los niveles medio y bajo son los mayores usuarios de cybers en Capital y Gran Buenos Aires. Sin embargo, esta tendencia varía en el interior: los mayores usuarios son de niveles alto y bajo.

En cuanto al análisis de usuarios de cybers por la antigüedad en el uso de Internet, menos del 10% de los usuarios de nivel bajo utiliza este medio desde hace menos de un año, proporción similar a la del nivel medio. La proporción crece a 44% entre quienes la utilizan desde hace entre uno y dos años, entre uno y cuatro años, y disminuye a 26% entre dos y cuatro años, bajando a menos del 20% entre quienes navegan en Internet desde hace más de cuatro años. Puede deducirse que los usuarios de nivel socioeconómico bajo son más noveles que los de nivel medio y alto.

Es significativo que casi 72% de los usuarios de nivel socioeconómico bajo se hayan iniciado al uso de Internet en cybers, contra alrededor de 50% de los de nivel medio y alto. También lo es que los de nivel alto se inicien preferentemente desde sus hogares, y sólo una minoría desde el trabajo, mientras que los usuarios de nivel medio repiten esta tendencia. Es igualmente llamativo el rol poco significativo de las instituciones educativas en la iniciación a Internet: un 10% de los usuarios de nivel alto se han iniciado en instituciones educativas, pero esta proporción baja abruptamente para los de nivel medio y bajo.

Los usuarios de los tres niveles socioeconómicos suelen conectarse con más frecuencia entre 30 y 60 minutos, aunque un cuarto de los usuarios de niveles respectivamente alto y bajo lo hacen por más de 90 minutos, lo que sugiere que además del uso del e-mail lo utilizan para navegar en Internet u otros usos que consumen más tiempo. Los usuarios más cautos son los de nivel medio.

Los usuarios de cybers de nivel socioeconómico bajo suelen gastar un promedio semanal de \$5,75, más que los de nivel socioeconómico alto (\$5,13) y medio (\$4,18). Este gasto puede estar relacionado con el grado de adopción de PCs en el hogar por nivel socioeconómico: sólo el 23,6% de los usuarios de nivel bajo posee computadora, mientras que esta proporción se eleva a 55,8% en los usuarios de nivel medio, y a 79,3% en los de nivel alto. *Cuanto menos se posee computadora en el hogar, más se tiende a gastar en los cybers.*

⁶ Eva Rueda, **A través de los "ciberlocutorios", la clase media baja argentina se conecta a Internet**, TENDENCIAS, Miércoles 10 de diciembre de 2003.

El gasto en los cybers también se relaciona con el grado de adopción de Internet en el hogar: sólo el 14% de los usuarios de nivel medio posee conexión a Internet, mientras que esta proporción se eleva a 30,4% en los usuarios de nivel alto. Aún así, para los usuarios de nivel medio y alto se deben tener en cuenta factores como la velocidad de la conexión o el hecho de tener una única computadora en el hogar.

El uso de los cybers en el interior de país

Los cybers se utilizan más en el interior del país (48,5) que en el AMBA⁷ (33,5%) -sin recortar la Capital Federal-, lo que sugiere su mayor utilidad para regiones en las que las redes de cable o de ADSL no llegan o son escasas. Mientras que en el AMBA la conexión desde el hogar supera ampliamente la conexión desde los cybers, en el interior el uso de ambos lugares de acceso es similar (respectivamente 48,5% y 46,0%).

Este trabajo no efectúa un recorte entre la Capital Federal y el Área Metropolitana de Buenos Aires, pero la observación directa sugiere que existe una diferencia considerable entre el uso de cybers entre los usuarios capitalinos y los habitantes del área metropolitana, a favor de estos últimos. En el interior, los cybers no sirven sólo para los usos que se le dan en la Capital: también son esenciales para mantener el contacto con el resto del país y del mundo (diarios en línea, sitios web, familias que se escriben con jóvenes que han emigrado a otras ciudades por razones de trabajo o estudio) para seguir cursos y carreras en modalidad de educación virtual, teletrabajar y también para los acostumbrados usos de como lugares de juego o de comunicación.

Un estudio estadounidense⁸ revela que las diferencias entre metrópolis y áreas no metropolitanas con respecto al uso de Internet no derivan exclusivamente de las infraestructuras disponibles: las diferencias en ingreso, educación, y otras variables, además de la tecnología, influyen las modalidades de uso entre las regiones metropolitanas y no metropolitanas. Dicho trabajo sugiere que el valor que se le da a la conexión a Internet desde los hogares tiende a incrementarse en tanto crece el número de hogares y empleos conectados en la misma región, debido a un efecto de arrastre. Esto indicaría que *existe a nivel cultural una tendencia de emulación: cuantos más usuarios de Internet existan en un área geográfica, más tendencia habría al incremento de los cibernautas en comparación con otras áreas de menor uso de Internet.*

Los usuarios del interior muestran mayor frecuencia que los cibernautas del AMBA: van más al cyber una vez por día que los del AMBA, y los superan al ir más de una vez a la semana. Los usuarios del interior pasan más tiempo en los cybers que sus pares en el AMBA: la duración de sesión más frecuente es entre 30 y 60 minutos, siguiendo la tendencia general, pero los usuarios que lo hacen superan numéricamente a los del AMBA. En el interior del país se utiliza más el e-mail que en el AMBA. La misma tendencia se observa en el resto de los servicios: búsqueda de información, chat y telefonía por IP.

Los usuarios del interior también tienden a gastar más en los cybers que sus pares del AMBA: los primeros gastan un promedio de \$4,74, mientras que entre los habitantes de

⁷ AMBA. Area Metropolitana de Buenos Aires. Incluye la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.

⁸ Brian E. Whitacre and Bradford F. Mills: **Bridging the Metropolitan-Nonmetropolitan Digital Divide in Home Internet Use**, Choices, 2003, <http://www.choicesmagazine.org/2003-2/2003-2-05.htm> consultado el 7 de marzo de 2005.

Capital y su región metropolitana ese egreso desciende a \$3,29 por semana. Por lo demás, *la duración de las sesiones de uso de cybers es levemente más larga en el Interior que en el AMBA, atestiguando del uso más intensivo de la conectividad en los cybers del interior.*

En cuanto a las razones por las que usan un cyber, los usuarios del interior aducen, casi dos veces más que los del AMBA, el hecho de no poseer una computadora. En cambio, para los usuarios del AMBA, el hecho de no poseer conexión a Internet es más importante que para los del interior. La misma tendencia se observa en razones como comodidad, velocidad y control de los gastos, así como por no estar en su hogar.

Los hombres, las mujeres y los cybers

Las diferencias de género en el uso de los cyber son indudables: las mujeres son usuarias más frecuentes que los hombres (45% de ellas se conectan desde los cybers, mientras que 33,7% de los usuarios masculinos lo hacen desde estos lugares). Los hombres tienden a conectarse más desde el hogar (58,4%), mientras que esta proporción se reduce cuando se trata de usuarias femeninas (52,6%). Esto sugiere dos alternativas como posibles explicaciones: la primera es que las mujeres en general poseen ingresos inferiores a los de los hombres dentro de los mismos niveles socio-culturales, por lo cual menos mujeres pueden costearse computadoras o conexiones hogareñas.

Una hipótesis menos clásica atribuye diferencias culturales con respecto al uso: un preconceito muy extendido plantea que en general las mujeres le dan más importancia al uso de la tecnología para la comunicación, mientras que los hombres están también interesados en las computadoras en cuanto objeto tecnológico en sí mismo. Por lo tanto, puede pensarse que para las usuarias femeninas de Internet, no es tan importante la posesión de una computadora, como su uso. La masificación de Internet, la difusión del teletrabajo y la producción de contenidos femeninos, ya sean comerciales o de tipo comunitario (redes de mujeres, etc.) explican en parte el incremento del uso femenino de este medio.

Es significativo que el primer cyber del mundo haya sido creado por mujeres. Alejandro Piscitelli (2004) relata: “Ahora que en Argentina los locutorios concentran un 75% de los visitantes mensuales de la red, cuando los cibercafés han experimentado diversas oleadas de éxito y fracaso y hoy son prácticamente marginales, casi todo el mundo desconoce que las cadenas de cybercafé se iniciaron en ese Cyberia que exportó la idea (loca para el gusto galo instalado en ese momento en el Minitel) e instaló su primer franchise internacional en el Centro George Pompidou...”⁹.

De todas formas, y dado que la tendencia desde hace años es de que las mujeres iguallen a los hombres en el uso de Internet, así como que adopten el teletrabajo como una modalidad laboral creciente, es muy posible que en el futuro cercano las proporciones de uso de cybers para ambos géneros se tornen más parejas.

Usuaris y usuarios en la Red

⁹ Alejandro Piscitelli: “El primer cybercafé del mundo cumplió diez años”, <http://weblog.educ.ar/sociedad-informacion/archives/002534.php>, Jueves 16 de Septiembre de 2004 - (Cultura digital), consultado el 4 de marzo de 2004.

Si bien los usuarios masculinos tienen un uso ligeramente más frecuente que las usuarias cuando se trata de frecuentar los cybers más de una vez por día, las proporciones se invierten cuando se habla de frecuencias de más de una vez a la semana (las mujeres lo usan 1,3 veces más que los hombres) y de una vez a la semana (las usuarias superan a los hombres por casi una vez y media). En síntesis, las mujeres son usuarias menos frecuentes, aunque numéricamente superen levemente a los usuarios en el uso de los cybers. Si bien la sesión tipo de las mujeres es más breve que la de los hombres, las usuarias de cybers suelen conectarse mayoritariamente entre 30 y 60 minutos, tendencia similar a la de los usuarios masculinos. En cambio éstos casi doblan a las mujeres en las sesiones de más de 90 minutos.

Las mujeres utilizan el mail en proporción similar a la de los hombres (alrededor de 90%), pero usan menos la búsqueda de información y el chat, aunque casi se equipara en el habla a través de Internet. El hecho de no poseer una computadora pesa más para ellas que para los usuarios masculinos para utilizar los cybers. Las mujeres tienden a gastar menos que los hombres en los cybers (\$3,76 como gasto semanal promedio, mientras que los usuarios masculinos erogaron \$5,07), probablemente debido a que sus sesiones son más cortas y su frecuencia de uso de cybers es menor.

Internet, el mundo de los jóvenes

Rifkin (2000) opina que para los jóvenes de principios del siglo XXI, que él llama “la generación proteica”, el acceso es una forma de vida, y aunque la propiedad de bienes – como el hardware- continúa siendo importante, lo es más estar conectados: “Las personas del siglo XXI se perciben a sí mismas tanto como nodos insertos en una red de intereses compartidos como agentes autónomos en un mundo darwiniano de supervivencia competitiva. Para ellas la libertad personal tiene menos que ver con el derecho de posesión y la capacidad para excluir a otros, y más con el derecho a estar incluidos en las redes de interrelación. Son la primera generación de la era del acceso” (Rifkin, 2000, Pág. 23).

No es asombroso que sean los jóvenes los consumidores más frecuentes de los cyber: los usuarios que tienen hasta 25 años de edad suman el 48,75 del total relevado. No obstante, en los últimos años se ha registrado la incorporación de edades muy bajas: los menores de 18 años representan el 26% de los usuarios actuales. La edad promedio se redujo un año – de 29 a 28 años - con respecto a los tres años anteriores. Además de actividades muy visibles, como las “de ocio”, como Chat y juegos en red, las razones que explica la presencia mayoritaria de jóvenes en los cybers son las siguientes:

- Mayor familiaridad con la tecnología, que ha entrado como una presencia ineludible en sus vidas desde hace unos quince años, convirtiéndose en un ítem de uso irrenunciable.
- Necesidad de uso de Internet para sus estudios, ya sea para buscar información, interactuar con otros estudiantes, cursar carreras o cursos virtuales, buscar becas, etc.
- Aún si algunos de estos jóvenes poseen computadoras en sus casas, las familias pueden limitar el uso de Internet debido a costos telefónicos, uso compartido de computadoras u otras razones.
- Los cyber se han transformado en lugares donde se pasa el tiempo libre, socializando a través de la red, en soledad, o acompañados por amigos.

La carencia de computadora en el hogar es la primera razón para usar los cybers. Esta tendencia se acentúa aún más entre los que tienen entre 36 y más de 45 años. Estos usuarios también aprecian factores como la comodidad y la facilidad para controlar gastos. Por el contrario, no tener conexión a Internet es una razón para empujar a los cybers a los que tienen entre menos de 18 años hasta los 35 años. Esta franja etaria también privilegia la velocidad, y hasta los 25 años, no estar en su hogar.

La frecuencia del uso de los cybers, considerada por edades, es reveladora: los usuarios de menos de 18 años los usan con más frecuencia una vez a la semana, seguidos de una vez por día. Los usuarios que tienen entre 19 y 35 años continúan utilizándolos una vez a la semana, pero también menos de esa frecuencia. La frecuencia disminuye con la edad: 63% de los cibernautas entre 36 y 45 años a firma no ir nunca a un cyber, pero los que lo hacen los frecuentan más de una vez a la semana. En el universo de los mayores de 45 años, la mitad no va a los cybers, pero los usuarios de ellos van mayoritariamente una vez a la semana y menos.

Entre los mayores de 45 años, puede observarse que usan mayoritariamente la conexión hogareña, doblando al uso de los cybers, salvo cuando están de viaje, tienen problemas con sus conexiones, u otras razones. Sin embargo, en los últimos años se ha incrementado el uso de los cybers por personas mayores. Un grupo de usuarios de Internet que casi se duplicó en el 2002 fue el de las personas mayores de 50 años, alcanzando el 10% de los usuarios¹⁰. Además de la explicación clásica –la masificación de Internet-, algunas explicaciones plausibles para este fenómeno son:

- La emigración de jóvenes al exterior en busca de mejores condiciones laborales. Esto ha hecho que numerosos adultos mayores –padres, tíos, abuelos- que hasta ese momento no se habían interesado por el uso de las TIC comenzaran a utilizarlas con mucha más frecuencia, para mantener contacto con los emigrantes, ver a sus nietos mediante la web cam, y mantener largas charlas por telefonía sobre IP.
- El avance de la administración electrónica ha hecho posible que puedan realizarse trámites por medio de Internet, como todos los relacionados con pago de impuestos, bajada de formularios, home banking, información financiera, etc. Esto es un estímulo para los usuarios adultos.
- La explosión del desempleo en las clases medias hizo que muchos adultos que se conectaban desde sus lugares de trabajo lo hagan ahora desde los cybers.
- Muchos adultos usan los cybers para trabajar. Aún los que tienen computadoras en sus comercios, consultorios, etc., usan los cybers para conectarse con el objetivo de ahorrar en las conexiones, y evitarse las preocupaciones de renovar o mantener la computadora

La sesión tipo por edades sigue las tendencias generales. Los usuarios de más de 45 años son los que mas se conectan por periodos de hasta media hora, mientras que los de menos de 18 son los que mas se conectan por más de 90 minutos. Los usuarios entre 19 y 45 años usan preferentemente las franjas medias: entre 30 y 90 minutos.

El gasto semanal en los cybers es menor cuanto más jóvenes son los usuarios: los de hasta 18 años suelen gastar un promedio de \$4. Entre los de 19 y 25, edad de estudios

¹⁰ LaVaca. Org, Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, La brecha digital en la Argentina, <http://www.lavaca.org/notas/nota421.shtml>, consultada el 5 de marzo de 2005.

universitarios, baja levemente a \$3,75, y aún desciende más, a \$3,54, entre los de 26 y 35 años. A partir de los 36 años, sin embargo, el gasto supera los \$6 por semana.

Los jóvenes de hasta 25 años son los que menos se preocupan por la seguridad en Internet. Esta inquietud crece a partir de los 36 años y se acentúa aún más en los usuarios de más de 45 años.

La observación directa en cybers de Buenos Aires denota cierta segregación por edad: los jóvenes y los adultos no suelen elegir computadoras cercanas. Inclusive muchos cybers que han optado por un público adulto no han colocado juegos en sus computadoras, para evitar los usuarios más jóvenes y ruidosos, que pueden molestar a los adultos que van a utilizar el e-mail.

La “primera vez” en Internet: los cybers, lugar de iniciación al ciberespacio

Los cybers parecen ser el lugar por excelencia de iniciación en el ciberespacio: el número de personas que aprendió pragmáticamente el uso de Internet en los cybers (con frecuencia, guiados por comprensivos dueños o empleados de los mismos) es ligeramente inferior al de quienes se instruyeron en sus hogares, y supera largamente a los que lo aprendieron en sus lugares de trabajo, dejando en un lejano cuarto lugar a las instituciones educativas.

Los usuarios de lugares públicos se inician en los cybers en una proporción de 65%, pero aún los usuarios que se conectan desde el hogar se han iniciado en los cybers en una proporción no despreciable: 21,3%.

Las razones par esto pueden atribuirse a:

- Los usuarios experimentan en los cybers para aprender de manera informal antes de instalar conexiones hogareñas.
- En los cybers, los usuarios pueden aprender a navegar en el ciberespacio aún sin ser propietarios de una computadora, o poseyendo un modelo de computadora obsoleto para la navegación.
- Se usan los cybers como lugares informales de aprendizaje, asistidos por dueños o empleados, o por otros usuarios.
- El uso de los cybers como lugares de aprendizaje de uso de Internet evita el pago de cursos formales.
- Los usuarios desean iniciarse en Internet sin tener que hacerse responsables de problemas como virus, spyware, etc.
- No es necesario ser un experto en tecnología informática para aprender a usar Internet desde un cyber, mientras que la percepción colectiva incluye el “saber tecnológico” como paso previo a instalar conexiones de Internet hogareñas.
- Muchos usuarios jóvenes se inician por medio de juegos o chats, en compañía de amigos y en la atmósfera social de los cybers.

La iniciación en Internet desde lugares de acceso público está directamente relacionada con la experiencia como usuarios de computadoras. Los usuarios “inexpertos” y “básicos” suman 78,3% de los usuarios de cybers, mientras que éstos se reducen a 18,1% entre los de nivel intermedio, y bajan a 6,3% entre los “avanzados” y “expertos”. La antigüedad en el uso de Internet también define la preferencia por el uso de cybers: cuanta más antigüedad como cibernauta se tiene, más los utiliza. El 68,8% de los usuarios que tienen una experiencia de entre uno y cuatro años utilizan los cyber. Pero cuando cuentan con menos de un año de antigüedad prefieren el hogar y el trabajo, y

cuando se cuenta con más de cuatro años de antigüedad, el uso del cyber pierde a favor del acceso hogareño, y en forma mayoritaria, del lugar de trabajo. Esto puede deberse a que, entre los usuarios con poca antigüedad, se cuentan los que se iniciaron ya con descenso de los costos de computadoras y de conectividad. Entre los de más antigüedad, su acostumbramiento a la tecnología los lleva a instalar conexiones hogareñas, y sus niveles socioculturales o sus habilidades tecnológicas, a tener trabajos donde poseen conexiones a Internet.

A su vez, las cifras sugieren una relación directa entre el nivel sociocultural de los usuarios y la iniciación a Internet en los lugares de trabajo: los empleos que utilizan trabajadores más especializados, o las ocupaciones de orden administrativo, les brindan formación, formal o informal, en el uso de las TIC, y ponen computadoras y conexiones a su disposición, pero los individuos de nivel socio ocupacional bajo u ocupaciones manuales no disponen de esos recursos. Por estas razones, su necesidad de conexión es satisfecha por los cybers.

Nivel educativo y accesos

Los mayores usuarios del acceso a Internet, ya sea desde el hogar, los cybers o los lugares de trabajo, son los individuos que han cumplido sus estudios secundarios, y los que cuentan con estudios universitarios incompletos. Si bien las personas que sólo poseen educación primaria completa parecen conectarse indistintamente desde el hogar o los cybers (lo que indicaría, junto con el bajo porcentaje de usuarios, que se trata de niños o de usuarios de muy bajo nivel socio económico), las cifras de conexión desde los cybers se incrementan abruptamente a partir del nivel de secundario incompleto y universitario incompleto, lo que sugiere la fuerte presencia de estudiantes en los cybers. En el primer caso, secundario incompleto (10,6% de los usuarios de Internet), el acceso desde los cybers supera significativamente al hogareño; esto indica tres tipos de usuarios: i) los que no poseen computadoras, o tienen un modelo demasiado obsoleto para navegar en ella; ii) los que no pueden pagar una conexión dial-up, ADSL o cable modem, y iii): los que usan el cyber como lugar de reunión social.

En cambio, entre los que completaron los estudios secundarios (24,1% del total de cibernautas), el acceso desde los cybers supera ligeramente al hogareño, que a su vez es similar al acceso desde los lugares de trabajo. En el caso de nivel universitario incompleto, el uso de los cybers es también inferior al acceso hogareño en un 10%. Aunque en este trabajo no hemos cruzado las variables de nivel socioeconómico y nivel de estudios, puede suponerse que los estudiantes universitarios, así como en particular los usuarios con estudios universitarios completos, poseen mejores situaciones económicas y laborales para acceder a Internet desde sus hogares y sus trabajos. Los usuarios con estudios terciarios incompletos son menos del 8% de los usuarios de Internet, pero aún así, se conectan más desde los cybers que desde el hogar o el trabajo. Los que han concluido los estudios terciarios muestran relativamente mayor utilización de Internet (11,3% del total de usuarios), y se conectan en primer lugar desde sus hogares, en segundo desde los cybers, y en tercer lugar desde el trabajo.

Estas cifras sugieren que *el nivel de estudios no tiene ya una relación directa con el uso de Internet*: actualmente, como se menciona más arriba, el pico del uso se da entre los que poseen estudios secundarios completos y universitarios incompletos, pero desciende en el nivel de universitario completo y aún más en el de postgrado. Probablemente, esta tendencia está relacionada con las características de la sociedad argentina, en la que el

nivel de estudios avanzados ya no garantiza un nivel alto de ingresos ni mayores facilidades para encontrar empleo.

9: LOS CYBER: ¿EL FORDISMO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN?

Los datos disponibles sugieren fuertemente que en los próximos años Internet continuará creciendo a ritmos parecidos a los del 2004, sobre todo en el acceso a la banda ancha de aquellos que actualmente poseen accesos dial-up, ya sea mediante abonos fijos o nuevas promociones, por la dinámica propia de la Ley de Moore y la de Metcalfe. Es necesario recordar que en 1965 Gordon Moore afirmó que el número de transistores por pulgada en circuitos integrados se duplicaba cada año y que la tendencia continuaría durante las siguientes dos décadas. Algo más tarde modificó su propia ley al afirmar que el ritmo bajaría, y la densidad de los datos se doblaría aproximadamente cada 18 meses. Esta progresión de crecimiento exponencial -doblar la capacidad de los microprocesadores cada año y medio-, es lo que se considera la Ley de Moore. La consecuencia directa de esta Ley es que los precios caen al mismo tiempo que las prestaciones suben: la computadora que hoy vale 3.000 dólares costará la mitad al año siguiente y estará obsoleta en dos años. Esta ley también se ha usado en otros aspectos tecnológicos, como la memoria o el ancho de banda¹¹.

Por su parte, La ley de Metcalfe expresa que el valor de un sistema de comunicaciones aumenta proporcionalmente al cuadrado del número de usuarios del sistema (N^2). Formulada por primera vez por Robert Metcalfe, esta Ley explica muchos de los efectos de red de las tecnologías y redes de comunicación, como Internet. La ley suele ejemplificarse con el caso de aparatos de fax: un único aparato de fax es inútil, pero el valor de cada máquina de fax aumenta con el número total de faxes en la red, dado que el número total de personas que pueden enviar y recibir documentos se incrementa. Esto discrepa con los modelos tradicionales de la oferta y demanda, en los que, si aumenta la cantidad de algo, disminuye su valor, como en el caso del oro¹².

De acuerdo a ambas leyes, puede sugerirse que la frecuencia de uso de los cybers aumentará debido al creciente interés despertado en los usuarios individuales y grupales por el sistema de comunicaciones en red. Se prevé en los usuarios la continuación de una fuerte tendencia al efecto de ingreso a Internet y a las TIC a través de los lugares públicos de acceso privado, que llevarán sin duda a una penetración de usuarios sobre población total del 27% en el año 2005.

El aumento de los usuarios de cibercafés es un fenómeno típico de la nueva economía, aunque paradójicamente esto se deba *a un principio fordista de los dueños de los cybers: apuestan al incremento del número de usuarios, más que al valor alto de la unidad de tiempo utilizada*. Los cyber no sólo proveen conectividad a casi la mitad de los cibernautas argentinos: se la proveen preferentemente a los grupos socioeconómicos más bajos, a los habitantes del interior, a los jóvenes y a las mujeres. ¿Puede decirse entonces que cumplen un rol social? Sin duda, aunque este rol sea la consecuencia secundaria y no deliberada de iniciativas económicas en pequeña escala.

El rol involuntariamente social de los cybers no se limita al acceso de los usuarios al ciberespacio. En América Latina y el Caribe, las investigaciones académicas y los

¹¹ <http://www.baquia.com/com/legacy/14184.html> , consultado el 13 de marzo de 2005.

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Metcalfe

estudios de mercado, así como las asesorías para decisores políticos, se han enfocado prioritariamente sobre la conectividad: la atención fue puesta sobre cuáles segmentos de la población tiene acceso a Internet o son usuarios de este medio (Finkelievich et al., 2004). La famosa brecha digital ha sido conceptualizada en términos binarios: un individuo o grupo social tiene acceso o no a Internet, usa esta tecnología o no. Este enfoque ultra simplista de la brecha digital implica que, cuando en un país sube el número de habitantes conectados - ya sea debido a políticas estatales o, como en el caso argentino, a la iniciativa privada-, se declara prácticamente ganada la batalla contra esta brecha, dado que una proporción significativa de la población utiliza Internet.

Este enfoque, muy popular en nuestro continente, asume erróneamente que tener acceso a Internet anula o morigerar las inequidades presentes y potenciales, consecuencia de la falta de acceso y uso de este medio. Sin embargo, más allá de la conectividad, existen factores que deben ser considerados cuando se debaten los impactos posibles de Internet en las inequidades socio económicas existentes.

Además del acceso al ciberespacio, deben ser meditados algunas medidas para su uso:

1. Medios técnicos (calidad del hardware, conexiones, defensa de virus, seguridad de datos, etc.)
2. Autonomía y facilidades de uso (costos de acceso, localización de los accesos, libertad de usarlos para las actividades que prefieran los usuarios, no discriminación de edades, género u otras para los usuarios, etc.)
3. Soporte técnico y de aprendizaje (disponibilidad de otros individuos a los que puede recurrir en busca de asistencia para utilizar Internet).
4. Posibilidad de acumular experiencia (tiempo de utilización de la tecnología, experimentación con nuevos servicios, softwares, etc.).
5. Posibilidad de compartir habilidades, experiencias e información con otros usuarios/cibernautas.

Estos factores – todos los cuales son proporcionados por los actuales cybers en Argentina - contribuyen, no solo a la capacidad de los individuos de utilizar una tecnología en forma efectiva y eficiente, sino también a la e-readiness de una sociedad.

Según un trabajo anterior (Finkelievich, 2004), Para poder beneficiarse de las oportunidades mencionadas más arriba, los ciudadanos deben estar preparados para las evoluciones económicas, sociales culturales y tecnológicas que transforman el mundo en el que habitan. *La e-readiness de los ciudadanos describe el grado de preparación de la sociedad de un país para participar como agentes proactivos en los diversos sectores y niveles de Economía del Conocimiento, y de capitalizar las oportunidades de participación ofrecidas por el nuevo ambiente económico y tecnológico* (IAP, 2000).

Esta e-readiness necesita, entre otros, de los siguientes elementos:

- Acceso a las infraestructuras de TICs: hardware, software, conectividad, etc.)

- Formación en el uso de TICs (no solo alfabetización Tecnológica, sino también formación en gestión de empresas, organizaciones, etc. usando las TICs).
- Educación y formación a lo largo de toda la vida en carreras, profesiones y destrezas relacionadas con la Economía del Conocimiento.
- Acceso a Internet rápido, gratuito o a bajo costo.
- Información y creatividad para identificar los nichos de oportunidad ofrecidos por la EC.
- Voluntad, información y organización social para reclamar a los gobiernos las infraestructuras en TICs, sistemas innovadores de educación, legislación e información pública, necesarios para aprovechar las oportunidades de la EC...
- Uso Efectivo de las TICs. Según Gurstein (2003), *el Uso Efectivo puede definirse como la capacidad y la oportunidad de integrar exitosamente a las TICs en el cumplimiento de objetivos propios o colaborativos.*

Los cybers, si bien no son garantía de factores importantes de las e-readiness, tales como la voluntad y la organización social, proveen acceso a las infraestructuras y a Internet, veloz y a bajo costo, formación, acceso a la información, y oportunidades para el uso efectivo de las TICs.

Cybers, telecentros y políticas estatales

El éxito de los cybers en Argentina con respecto a la satisfacción de las necesidades de acceso de parte de la población más pobre, de personas del interior del país y mujeres, ¿significa acaso que el impulso a la conectividad y a la e-readiness debe dejarse completamente en manos privadas? No, o al menos no necesariamente, y ciertamente no sin regulaciones. Pero estas iniciativas privadas han ocupado el lugar dejado, o ineficazmente ocupado, por las carencias o deficiencias de políticas estatales tendientes a la conectividad y a sobrepasar la tan comentada “brecha digital”. Alejandra Davidziuk (2002)¹³, en su estudio sobre las estrategias estatales referidas a la implementación de telecentros o Centros Tecnológicos Comunitarios en el territorio nacional, examina el papel que tuvieron dichos centros como motores para la inclusión comunitaria y el desarrollo social, al proveer de un acceso físico a bajo costo o gratuito a las TIC. Davidziuk tomó como caso de estudio al Proyecto CTC¹⁴, parte del Programa Nacional para la Sociedad de la Información (PSI) y se encuentra actualmente bajo la jurisdicción de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio de Infraestructura y Vivienda.

Esta investigadora escribía: “Dos años después de su inicio, el proyecto sigue estancado en una etapa de revisión y reformulación, mientras que los administradores y coordinadores de los centros poco saben de los cambios, las mudanzas, las

¹³ Davidziuk, Alejandra, Las TIC como instrumento de inclusión comunitaria y desarrollo social. El caso del Proyecto CTC, Tesina de grado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires, Tutora: Susana Finkelievich, Buenos Aires, 2002.

¹⁴ A fin de no generar confusiones, Davidziuk llama “CTC” específicamente a los centros tecnológicos comunitarios implantados por el Proyecto CTC y “centros tecnológicos comunitarios” o “telecentros comunitarios” a la modalidad general de este tipo de centros, que brindan acceso público a las TIC. Cabe destacar que desde 1998, año en que fue lanzado por la Secretaría de Comunicaciones de la Nación, el Proyecto CTC cambió sucesivamente de nombre: Argentina Internet Todos, Inform.Ar y finalmente Proyecto CTC.

designaciones y las metamorfosis del proyecto que de alguna manera los representa. Menos aún del Plan de Crisis iniciado por los empleados de la oficina central del Programa por sueldos atrasados. Los recursos económicos debían llegar por el desembolso de aportes patronales de las empresas telefónicas de alrededor de 40 millones, los cuales no se sabe si serán ajustados a pesos o a dólares. Esta suma de dinero quedó supuestamente “trabada” en el Ministerio de Economía con la medida de “déficit cero”¹⁵. La SECOM recibe al PSI desfinanciado y toma la determinación política de darle continuidad y fortalecerlo, abocándose a destrabar las condiciones de financiación y normalizar su funcionamiento. Comenzó entonces, una etapa de redefinición de objetivos, funciones, procesos internos y normalización de los CTC (Rabadan, 2001)”.

Por su parte, Bassi y Rabadán (2002) relatan la experiencia del proyecto Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC), que había instalado aproximadamente 1350 CTCs distribuidos en todo el territorio nacional. A ellos se suman 1745 Bibliotecas Populares, hoy integradas al Proyecto CTC. Estas autoras reconocen que “Si bien los CTCs instalados son un hecho, el funcionamiento de los mismos según los objetivos planteados, está muy lejos de optimizarse. La mayoría presentan serias irregularidades, y los que funcionan se encuentran subutilizados”. Bassi y Rabadán enumeran las principales dificultades detectadas en visitas a 300 CTCs y expresadas por sus coordinadores, clasificadas en dos áreas: aspectos sociales e institucionales (incluyen factores como la ausencia de un criterio de selección de las instituciones responsables acorde a los objetivos comunitarios planteados, la elección de los futuros coordinadores de CTCs por parte de dichas instituciones no respetó el perfil solicitado, ni los mismos fueron instruidos previamente con respecto a las características del proyecto, falta de definiciones e información acerca de los alcances y límites de la autogestión de los CTCs) y aspectos técnicos, como falta de conexión a Internet en aproximadamente el 50% de los CTCs instalados debido a los altos costos que implica la conexión en las localidades sin servicio de telefonía con descuento (llamado servicio 0610)¹⁶ o la necesidad de contar con un soporte técnico provisto por el proyecto CTC ante la frecuente desconfiguración de las redes y otras dificultades técnicas. Evidentemente, y por óptimas que hayan sido las intenciones del Estado argentino para vencer la brecha digital e impulsar la conectividad entre los ciudadanos argentinos, las estrategias implementadas no han sido suficientes para ello, y admiten un alto grado de perfeccionamiento.

Por otra parte, el Consejo Federal de Inversiones ha puesto en marcha Centros de Acceso¹⁷ en las ciudades capitales de las provincias argentinas. Son espacios físicos atendidos por personal entrenado para las actividades que se desarrollan, en los cuales se dispone, básicamente, de una sala con computadoras y de la infraestructura necesaria para realización de videoconferencias, seminarios, cursos de capacitación, etc. Entre sus objetivos que llevaron al CFI a instalar estos centros se pueden enumerar los siguientes: difundir el uso de Internet y del correo electrónico; contribuir a la formación de vínculos de cooperación entre empresarios; brindar una mayor integración del proceso de

¹⁵ Medida tomada por el ex ministro Domingo Cavallo para lograr la confianza del Fondo Monetario Internacional y renegociar el pago de la Deuda Externa.

¹⁶ El 0610 es un servicio telefónico de tarifa reducida para acceso a Internet. El PSI bonifica \$100 mensuales de la línea telefónica, lo que cubre aproximadamente 6 horas diarias de conexión a través de 0610 o en llamadas locales.

¹⁷ <http://www.cfired.org.ar/esp2/eventos/acceso/acceso.htm>

educación entre el medio local y el regional y fomentar la participación entre las distintas entidades representativas de la comunidad. Sin embargo, aunque eficientes, estos centros son escasos para satisfacer las necesidades de conectividad de los argentinos.

Organizaciones de la Sociedad Civil y acceso a las TIC

La sociedad civil no está ausente de la difusión y aún de la provisión de conectividad a la ciudadanía: por el contrario, posee un papel fundamental en la definición de los nuevos tipos de relaciones y construcciones sociales que deberían desarrollarse a partir de la incorporación de las TIC. No se trata solo de una cuestión de estrategias de gobierno y empresas: es fundamental el fortalecimiento de la presencia de las OSC en la generación y gestión de las estrategias de conectividad, no solo para promover la solidaridad y confianza entre las personas, sino también para incidir en las estrategias públicas y políticas. Las OSC asumen cierta incidencia política, para influir en las decisiones y los resultados de las políticas públicas. Inciden fundamentalmente en la visibilidad de los problemas y demandas, ya que en general poseen experiencia y capacidad para descubrirlos y hacerlos públicos, en la formulación de soluciones y propuesta de políticas y en el seguimiento de las acciones emprendidas.

Esta participación está relacionada a la construcción de la noción de ciudadanía, entendida como el conjunto de prácticas (jurídicas, políticas, económicas y culturales) que colocan a una persona como miembro competente de una sociedad, prácticas que tienen su fuente de legalidad y legitimidad en la titularidad de derechos. Se pueden definir dos dimensiones en este concepto: la titularidad, que implica la existencia legal de los derechos propios de los ciudadanos y la provisión, referida al acceso real a los beneficiarios – sean bienes y servicios materiales o simbólicos – de los que se tiene titularidad (Rozengardt y Del Gizzo, 2005).

La actitud de las OSC hacia la gestión de la conectividad difiere según las organizaciones: algunas consideran que se debe intensificar la relación con lo público y que las propias organizaciones pueden encargarse directamente de ejecutar algunos programas con manejo propio de los recursos y evaluación del Estado (sobre todo en el nivel municipal). Otras organizaciones no están dispuestas a ocuparse de las funciones que le corresponden al Estado y creen que su actividad debe desarrollarse sólo en el ámbito de lo social y en el control de lo público (Finkelievich y Kisilevsky, 2005).

Dentro de este sector, existen iniciativas provenientes de OSC, tales como las de la Fundación Equidad, que implementan centros de acceso comunitarios. Por ejemplo, un *Centro Equidad* es un lugar público, que brinda acceso a computadoras, capacitación en el manejo de aplicaciones básicas de software, navegación y servicios sociales por Internet (cursos, búsqueda de trabajo, trámites gubernamentales, diseño de páginas web, compra y venta de productos y servicios, etc.). En general, se encuentra ubicado en un espacio cedido por un centro vecinal, organización comunitaria, ONG, escuela, hogar, parroquia o club, entre otras instituciones. La gestión del centro está a cargo de la organización comunitaria y el modelo supone lograr la auto-sustentabilidad del centro brindando servicios de bajo costo¹⁸.

¹⁸ <http://www.equidad.org/centros.htm>

De todas formas, el sector asociativo argentino no está aún en condiciones de proveer de acceso a la tecnología a la mayoría de la población del país: la realidad es que los ciudadanos de menores recursos, que carecen de computadoras o cuyo equipamiento es demasiado antiguo, una gran parte de habitantes del interior del país, y los más jóvenes, se conectan por ahora, en alta proporción, desde los cybers.

La satisfacción de las necesidades sociales

En síntesis, los cibercafés, producto en su mayoría de microemprendimientos privados, son actualmente la puerta de acceso al ciberespacio para casi la mitad de los cibernautas argentinos. Las sociedades, según Steven Johnson (2001), poseen la posibilidad de autoorganizarse en sistemas emergentes¹⁹ no jerárquicos, encontrando las mejores soluciones a sus problemas y sus necesidades. Los microemprendimientos que han dado lugar a la conectividad por medio de los cybers parecería una forma de autoorganización social para satisfacer una necesidad social no completamente resuelta por el Estado, las organizaciones comunitarias ni los establecimientos educativos.

Sin embargo, sería engañoso reposar (sólo) en este concepto: dado que la implementación de cibercafés se debe fundamentalmente a iniciativas privadas en busca de lucro, no se tiene en cuenta las necesidades de acceso de la sociedad como un todo. Por esto es que son más numerosos en términos absolutos en las ciudades grandes y medianas, que poseen universidades y en los centros turísticos. Parte de una población de muy bajos recursos, o habitantes de lugares remotos o de baja densidad poblacional continúan excluidos del acceso, excepto que les sea provisto por cooperativas de telecomunicaciones o por organizaciones comunitarias. Tampoco la conectividad es suficiente por sí misma para integrar a la población a la sociedad de la información: se necesita formación de individuos y grupos, agrupamiento de las personas en emprendimientos, instrumentación de las herramientas de la sociedad de la información para el desarrollo humano, entre otros.

¿Significa esto que es el Estado quien debe asumir la tarea de la implementación y gestión de los cybers, como se ha intentado recientemente? De ninguna manera. Nuestro trabajo tiende a demostrar que no es siempre necesario que el Estado provea equipamientos sociales de conectividad, aunque sí a regular y optimizar el funcionamiento de estos equipamientos privados de uso público.

Regular significa establecer normas de equipamiento (calidad del hardware, por ejemplo), de comodidad de los usuarios, de horarios de uso, de facilitar el establecimiento de cybers en regiones de baja densidad poblacional mediante beneficios fiscales u otros, asegurar que las organizaciones comunitarias puedan establecer acuerdos con los cybers para el uso de la infraestructura con objetivos sociales, etc. Optimizar quiere decir, en este caso, incrementar las funciones de los cybers, incluyendo cursos de formación en uso de TICs, su utilización para fines sociales, etc. De este modo, el Estado se libera de la necesidad de implementar costosas infraestructuras, y al mismo tiempo se asegura de que toda la población esté cubierta por el acceso a Internet y a los servicios asociados a el.

¹⁹ Según Johnson, emergencia es lo que ocurre cuando un sistema de elementos simples se organiza espontáneamente y sin leyes explícitas hasta dar lugar a un comportamiento inteligente.

Por otro lado, la población, ya familiarizada con el uso cotidiano de los cybers para todo tipo de comunicación, estará más dispuesta a avanzar hacia otros usos de las tecnologías, que superen el mero acceso, y sirvan para el desarrollo humano, económico y social de las comunidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, Benedict. *Imagined Communities*. Second ed. New York: Verso, 1991.
- Bassi, Roxana y Silvia Rabadán: **Centros Tecnológicos Comunitarios: La experiencia argentina**, Congreso Apropiación Social de Tecnologías de la Información y la Comunicación en América Latina y el Caribe, Perú, 17 al 24 de marzo del 2002, <http://www.links.org.ar/infoteca/ctc-peru.rtf>
- Castells, Manuel. *The Rise of the Networked Society*. Cambridge: Blackwell, 1997.
- Castells, Manuel (1997): *The Information Age: Economy, Society and culture*, Vol.I, II, and III, Blackwell Publishers, Malden, Mass.
- Davidziuk, Alejandra, **Las TIC como instrumento de inclusión comunitaria y desarrollo social. El caso del Proyecto CTC**, Tesina de grado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires, Tutora: Susana Finkelievich, Buenos Aires, 2002.
- Evenson, Laura. "[Coffeehouse Patrons Get Wired Cybercafes offer e-mail, Web access.](#)" *San Francisco Chronicle* 2 Sep. 1996: E1.
- ECLAC (2002): **Panorama social de América Latina 2001-2002**, <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/11254/P11254.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl>
- **Finkelievich, Susana, y Graciela Kisilevsky: LA SOCIEDAD CIVIL EN LA ERA DIGITAL: REDES SOCIALES SUSTENTADAS POR TIC EN ARGENTINA, Documento de Trabajo, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2005.**
- Finkelievich, Susana, Coord. (2000): **“¿Ciudadanos, a la Red!”** Ed. La Crujía, Buenos Aires.
- Finkelievich, Susana (2000): “ICT and Local Governance: A view From the South”, en: Gurstein Michael **“Community Informatics: Enabling Communities with Información and Communication Technologies”**, Idea Group Publishing, Hershey, USA
- FINQUELIEVICH, Susana; LAGO MARTÍNEZ, Silvia; JARA, Alejandra; Vercelli, Ariel. **TIC, desarrollo y reducción de la pobreza: Políticas y propuestas**. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2004. (IIGG Documentos de Trabajo, N° 37). Disponible en la World Wide Web: <http://www.iigg.fsoc.uba.ar/docs/dt/dt37.pdf> ISBN 950-29-0797-3
- FINQUELIEVICH, Susana. **La sociedad civil en la economía del conocimiento: TICs y desarrollo socio-económico**. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2004. (IIGG Documentos de Trabajo, N° 40). Disponible en la World Wide Web: <http://www.iigg.fsoc.uba.ar/docs/dt/dt40.pdf> ISBN 950-29-0829-5.

- Finquelievich, Susana (2003): **ICT and sustainable development in Latin America and the Caribbean**, in: Stewart Marshall and Wal Taylor, Editores: **Proceedings of 5th International IT in Regional Areas Conference 2003**, pp. xii-xxv, Central Queensland University, Rockhampton, Queensland, Australia, ISBN 186674423, 2003.
- Gurstein Michael (2003): **Community Informatics and Community Innovación. Building National Innovación Capability from the Ground Up**, School of Management, New Jersey Institute of Technology, Newark, NJ
- Gurstein, M. (Ed.) **Community Informatics: Enabling Communities with Información and Communications Technologies**, Idea Group Publishing, Hershey PA, 2000
- Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Boletín Nro. 4, “Internet en números. Un mercado que crece”, noviembre de 2004, <http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/observatorio/boletin/gacetilla4.htm>, consultado el 5 de marzo de 2004
- Jonson, Steven: **Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software**, Turner Publicaciones, Fondo de Cultura Económica, Madrid, 2001.
- Rifkin, Jeremy: **La era del acceso. La revolución de la nueva economía**, Paidós, Buenos Aires, 2000.
- Rodríguez, Paula: **Pensar los Cybercafé**, Maestría de Políticas de la Sociedad de la Información. MÓDULO: GESTIÓN LOCAL PARA LA INTERNET, JUNIO 2003, dirigida por Susana Finquelievich y Scott Robinson.
- Adrián Rozengardt y Florencia Del Gizzo, “LA SOCIEDAD CIVIL Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: LO LOCAL COMO EJE DE CONVERGENCIA”, en Susana Finquelievich, **TIC y desarrollo local. Municipios e Internet**, La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- Whitacre, Brian E. and Bradford F. Mills: **Bridging the Metropolitan-Nonmetropolitan Digital Divide in Home Internet Use**, Choices, 2003, <http://www.choicesmagazine.org/2003-2/2003-2-05.htm> consultado el 7 de marzo de 2005.