

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**

**TESIS DE GRADO**

**EL DESARROLLO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE  
COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN,  
LOS CIBERCAFÉS EN QUITO**

**AUTORA: KIRA NICOLE PONTÓN LIKHATCHEVA**

**DIRECTOR: DR. PAUL BONILLA SORIA**

Quito – Ecuador

2001 - 2002

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**

**TESIS DE GRADO**

**EL DESARROLLO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE  
COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN,  
LOS CIBERCAFÉS EN QUITO**

**AUTORA: KIRA NICOLE PONTÓN LIKHATCHEVA**

**DIRECTOR: DR. PAUL BONILLA SORIA**

**VISTO BUENO**

**DIRECTOR DE TESIS**

**CALIFICACIÓN**

**Quito – Ecuador**

**2001 - 2002**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco sincera y entrañablemente, la cálida y dedicada colaboración de mis padres, por sus enseñanzas, paciencia, aportes y el constante apoyo y ánimo dado para terminar este trabajo; a mi pareja, Danny Endara, por su permanente ayuda, consejo, cariño y apoyo, antes, durante y después de la investigación y realización del trabajo; a mi director de Tesis, por la minuciosa atención y guía para realizar con éxito mi investigación; y a la “sociedad de la información” ecuatoriana, usuaria de las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, que me permitió realizar la investigación y determinar las conclusiones, en base a sus testimonios.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Por la presente declaro que la totalidad del material escrito, es resultado de mi investigación personal y no ha sido extraído indiscriminadamente de fuentes o publicaciones que no figuren en los pies de página y bibliografías indicadas.

# **ÍNDICE**

<b>Introducción</b>	<b>6</b>
<b>Capítulo I “L a comunicación</b>	
<b>1. Definiciones</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Primeras Formas de Comunicación</b>	<b>15</b>
<b>1.2 Tipos de Comunicación</b>	<b>17</b>
<b>2. Comunicación Masiva</b>	<b>18</b>
<b>3. El Funcionalismo</b>	<b>22</b>
<b>4. Medios de Comunicación</b>	<b>26</b>
<b>4.1 Canales</b>	<b>28</b>
<b>5. Funciones de los Medios de Comunicación</b>	<b>35</b>
<b>Capítulo II “Las NTIC’s”</b>	
<b>2. La revolución del PC</b>	<b>43</b>
<b>2.1 El Internet, la gran red mundial</b>	<b>49</b>
<b>2.1.1 El Ciberespacio</b>	<b>56</b>
<b>2.2 Las NTIC’s</b>	<b>57</b>
<b>2.3 Internet en la actualidad</b>	<b>63</b>
<b>Capítulo III “El Cibercafé”</b>	
<b>3. Qué es un Cibercafé?</b>	<b>68</b>
<b>3.1 Análisis de la situación actual de los</b>	

<b>Cibercafés en la ciudad de Quito</b>	<b>74</b>
<b>3.2 La ciudad y su zonificación</b>	<b>77</b>
<b>3.3 Los Usuarios</b>	<b>79</b>
<b>3.4 Los Dueños</b>	<b>96</b>
<b>3.5 Servicios que presta un Cibercafé</b>	<b>101</b>
<b>3.6 El e-mail</b>	<b>104</b>
<b>Capítulo IV “Conclusiones”</b>	
<b>4. Conclusiones</b>	<b>107</b>
<b>Anexos</b>	<b>120</b>

## Introducción

La presente tesis de grado tiene por objeto dar a conocer al conglomerado vinculado con las nuevas tecnologías, de forma, clara, concreta y explícita, los detalles más relevantes de la comunicación humana que se produce a través del empleo de las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información o NTIC's, y que se observa concretamente en los Cibercafés de la ciudad de Quito, que forman el eje central de mi análisis. Así también, las utilidades que las TIC's prestan en las diarias labores y sus diversas aplicaciones.

Para elaborar este análisis he dividido esta investigación en cuatro capítulos. El primero de ellos, llamado "*La Comunicación*", narra paso a paso las primeras y diversas formas de comunicación que emplea el ser humano. El aparecimiento de los medios de comunicación tradicionales y de sus canales, refiriéndome con esto a la prensa, radio, televisión y cine, que en su debido momento provocaron un giro de 360 grados en la cosmovisión y hábitos de vida de las personas.

La teoría de la comunicación, tan compleja para la mayoría de estudiantes en los primeros años de carrera de Ciencias de la Información, por su presentación casi memorística y plana, es también punto fundamental de mi trabajo, puesto que la teoría es parte de la realidad y debe ser descubierta y desglosada hasta

convertirla en un fenómeno simple, con causas y consecuencias comprensibles y de sencillo análisis.

En el capítulo II, abordo las llamadas Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, TIC's, desde el aparecimiento de ellas en el mundo y de cómo ha sido su despliegue a lo largo de pocos años. Para esto expongo un recuento desde los primeros vestigios de estos en la antigüedad, el Medio Evo y consiguientemente en las revoluciones tecno – científicas de los siglos XIX y XX, hasta la llegada del PC (Personal Computer u Ordenador Personal). Demostrando la importancia de este objeto técnico en las labores comunicacionales cotidianas de la nueva sociedad mundial, llamada la “Sociedad de la Información”.

Por otro lado, pretendo dar una visión sobre como el desarrollo de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, han ido de la mano con el avance bélico. El nacimiento de ARPA como ancestro primero de la gran red de info – comunicación, el Internet, en pocos años transformó el entorno social a nivel mundial, igualmente a las formas más tradicionales de medios comunicativos. Es así como se implementa un sinnúmero de posibilidades de almacenamiento de datos a gran escala, creación de gráficos, transmisión de texto, audio y video, en una inmensa galaxia atemporal, carente de un espacio físico determinado y sin forma vista, pero que sabemos que existe y atraviesa el mundo entero, permitiendo la participación de todos los que deseen ingresar e integrarse a ella.

La investigación continúa en el Tercer Capítulo, con el desenvolvimiento de las TIC's en el territorio ecuatoriano. Cómo estas se han puesto al servicio de la población, haciendo posible el surgimiento de los “Centros de información, comunicaciones y servicios”, llamados Cibercafés.

El creciente número de usuarios de las tecnologías de comunicación, se ha podido determinar, gracias a la investigación realizada en la ciudad capital. La importancia del tema radica en conocer quiénes son esos usuarios, si son hombres o mujeres, de qué edad son, de dónde vienen, de qué nivel socio - económico provienen, qué hacen en un Cibercafé y cuáles son las razones y expectativas que los motivan a escoger un establecimiento en particular.

Los propietarios de estos centros, también exponen su opinión respecto al presente y el futuro del negocio cuando explican el tiempo de establecimiento del mismo, el equipamiento que poseen y los servicios que prestan a su clientela. Pero al mismo tiempo son ellos los que califican y describen a sus usuarios, situándolos en ciertos rangos o grupos que permiten establecer un denominador común del “usuario de las TIC's”.

Para el desarrollo de este análisis la ciudad de Quito fue dividida en tres distritos o zonas: Norte, Centro y Sur, de ahí que se ha podido establecer las similitudes y diferencias zonales entre ellas, y respecto a toda la ciudad. Lo cual permitiría proyectar la situación de los Cibercafés a un entorno nacional.

Para finalizar, en el Capítulo IV, defino las conclusiones a las que he llegado y que he podido deducir a partir de la investigación realizada.

En el fenómeno de la comunicación en el país, las TIC's permiten que se de un cambio en cuanto a los medios tradicionales de una sola vía, de esta manera se produce una notable transformación de tipo social y económico.

Finalmente, a pesar del avance tecnológico de los últimos cinco años subsiste una brecha tecnológica digital en nuestro país, pues mientras un porcentaje de la población tiene acceso libre a las TIC's, otro gran número de personas aun se hallan completa o parcialmente marginadas.

Posiblemente el fenómeno de la migración, iniciado hace poco más de un lustro atrás, fue el detonante para que varios sectores de la población, antes sin acceso a las TIC's, se sumaran poco a poco a la nueva masa consumidora de nuevas tecnologías, puesto que la necesidad de comunicarse, frente a la carestía de tecnología en el hogar, hizo del aparecimiento de los Cibercafés, uno de los servicios públicos importantes para la sociedad ecuatoriana.

Con todo esto pretendo proporcionar una visión general del fenómeno "Cibercafés en Quito" en los últimos años.

# CAPÍTULO I

## LA COMUNICACIÓN

*“la comunicación no es ciencia, y les refuto a todos los que lo crean. Para mí, es la simple y a la vez profunda manifestación del ser”.*

### 1. Definiciones.-

Antigua como el mismo ser humano, la comunicación es un inmenso campo de interacción, donde no solamente lo verbal u oral son el factor predominante; hasta se podría decir que lo que se oye y lo que se ve, pueden llegar a tener mayor grado de influencia en un ser humano, en cuanto a comunicaciones se refiere.

Un gesto, una mirada, una sonrisa o quizás un grito, un ruido estridente o un sonido armonioso, pueden significar más que una frase o palabra dicha. Bien cabe mencionar que “Una imagen vale más que mil palabras”. Lo que se ve, puede llegar a impresionar tanto que se quedará impregnado en la retina y en la mente para la eternidad.

Siendo tan grande el espectro de acción de la comunicación humana esta conlleva a definir varias interpretaciones de la misma, propuestas por los autores o estudiosos de la comunicación y de la sociedad en general.

La comunicación puede surgir a partir de la transmisión de ideas, opiniones, gestos, pensamientos o también tendencias, modas, gustos, etc. La vida en sí está plasmada en el acto comunicativo de cada ser. Por ejemplo, el llamado lenguaje corporal: movimiento de manos y pies durante discursos, reuniones, celebraciones, etc., una ceja levantada o un ceño fruncido, un movimiento de labios o la gesticulación de la boca, todo esto en señal de aprobación, negación, disgusto, duda, burla, agrado, etc, son un síntoma claro de comunicación entre un ser humano con otro u otros, y como la recepción del mensaje a través de la reacción evocó una respuesta, se puede afirmar que la comunicación se ha dado.

El viento y los truenos nos cuentan que va a llover o los ruidos de la ciudad, que también nos comunican un significado concreto. El claxon de un automóvil previene un choque y el músico de alguna esquina nos rememora algún sonido olvidado. Además, en la relación hombre – máquina, también está presente la comunicación, ya mediada por el objeto externo. La transmisión se da a partir de símbolos o señales conocidas o familiares a la persona que interviene en el acto.

El acto comunicativo es involucrador de sujetos, sean estos cercanos o dispersos entre sí. Si son cercanos la comunicación directa (cara a cara) es la más utilizada, pero en cuanto aparezcan las distancias, por más mínimas que estas sean, un medio interviene necesariamente. Así el teléfono, es el medio propicio de comunicación que localiza dentro y fuera de una misma ciudad, país o a nivel mundial si es necesario, más aun si se trata de telefonía móvil o celular que limita

al máximo la privacidad del ser haciéndolo partícipe de la localización instantánea, la tecnología de hoy le da la opción de responder o no a la llamada.

El INTERNET es otro claro ejemplo. Mediante la proporción de datos simultáneos, crea una red comunicativa, en la que todo individuo a nivel mundial, teniendo un equipo técnico adecuado, puede conectarse con otro en cualquier lugar del planeta para poder conversar, intercambiar información, enviar correo electrónico, etc. La pregunta es ¿cuántos son los que tienen acceso a esa alta tecnología y saben o no utilizarla, cuando hay sectores en el mundo a los que aun no ha llegado siquiera la telefonía convencional?.

Al existir comunicación directa o indirecta, se evoca algo en común, se crea un significado, que descrito por el lingüista suizo Ferdinand de Saussure<sup>1</sup>, es aquella representación mental de un sujeto, objeto u idea que se genera al percibir un concepto o significante, que es lo que captamos sensorialmente, la imagen acústica, en vocablo simple, lo que vemos, escuchamos o leemos. Este significado depende de la percepción, cosmovisión general, educación, realidad socio cultural, etc. de los sujetos que intervienen en el acto comunicativo. El acto comunicativo requiere de la intervención de dos o más sujetos. Se genera de: persona a persona ó a varias personas, persona con máquina, máquina a persona, persona con persona con mediación o intervención de máquinas, medio ambiente con persona

---

<sup>1</sup> “La teoría de Saussure”, 1991, Colombia, en AREAS Consultor Didáctico, Lengua y Literatura, Editorial Planeta

y mass media a personas, pueden ser las combinaciones comunicativas existentes a todo nivel, siempre y cuando exista una reacción o respuesta luego de recibir el mensaje. La comunicación debe usar un lenguaje de significados comunes y familiares para todas las partes que intervienen, para que exista entendimiento, aunque el uso de un mismo código no es netamente indispensable para que el mensaje sea captado, entendiendo por código **“un sistema de señales, signos o símbolos, interrelacionados según ciertas reglas, que se utilizan en la comunicación. Todo mensaje va cifrado o expresado en un código determinado”**, según el Consultor Didáctico Áreas de Lengua y Literatura de Ediciones Planeta. La clave *Morse*, por ejemplo, fue un sistema de telegrafía o código creado para transmisiones de mensajes cifradas con puntos y rayas, en 1832 por el inventor estadounidense del mismo nombre. Otro ejemplo puede ser más complejo, en un partido de fútbol entre la selección de China y la de Ecuador, con árbitro francés, este saca una tarjeta roja para cualquiera de las dos partes, estas a pesar de no hablar el mismo idioma entenderán el mensaje que emite el árbitro y que significa la tarjeta roja. En este caso se ha generado un acto comunicativo sin uso de un idioma común para todos los involucrados pero comprensible para ellos. Para estudiosos como Paoli, la comunicación es **“un acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado”**<sup>2</sup> y para Maletske es **“un mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan relaciones humanas; es decir, todos los símbolos de la mente**

---

<sup>2</sup> PAOLI, J. A., “Comunicación e información, Perspectivas Teóricas”, 1997, México, Editorial Trillas

junto con los medios para transmitirlos a través del espacio y preservándolos en el tiempo”<sup>3</sup>.

Otros conceptos del término comunicación son:

**“El acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que lo rodea”<sup>4</sup>.**

**“El establecimiento de una comprensión común”<sup>5</sup>.**

Todos ellos válidos partiendo de la investigación, realidad y cosmovisión de sus autores y puestos a juicio a la sociedad en general. Con los años la comunicación ha sido mediatizada por un sinnúmero de elementos tecnológicos que comenzaron a aparecer a partir de la misma imprenta, pasando luego por la cámara fotográfica, la radio, la televisión, etc., que le han proporcionado mayor ámbito de acción en todos los campos de la realidad social a nivel mundial, reforzando la idea de *comunicación masiva* y con ello el surgimiento de las NTIC's o Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación mediante la revolución de los PC's (Computadoras Portátiles), satélites, fibras ópticas y redes mundiales de comunicación como el INTERNET. En pocas palabras, la comunicación es parte esencial del ser humano en todos sus aspectos y momentos de la vida, con todo y todos los que lo rodean, creando relaciones sociales unificadoras o disgregadoras

---

<sup>3</sup> MALETSKE, G., “Sociología de la comunicación social”, 1992, Ecuador, Editorial Quipus, pp21

<sup>4</sup> ALONSO G. C., “Principios básicos de comunicación”, 1997, México, Editorial Trillas, pp12

<sup>5</sup> MERRIL, J. “Medios de comunicación social: Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo”, 1992, España, Fundación Germán Sánchez Ruipérez,

( si no se la usa adecuadamente); y a la vez, hábitos y costumbres a todo nivel, que se retransmiten de generación a generación con el uso de diversidad de medios sociales y canales de comunicación e información.

## 1.1 Primeras Formas de Comunicación

*“Apareció el ser y con el la comunicación...”*

Las primeras formas de comunicación aparecen con el nacimiento del ser humano y se desarrollan en el tiempo, hasta la actualidad donde se perfeccionan en velocidad, nitidez o calidad, instantaneidad y capacidad de localización.

Durante la Prehistoria los intentos de comunicación del *Homo Sapiens* imitaron los sonidos onomatopéyicos de la naturaleza. Cantos de aves, zumbidos de insectos, o ruidos fuertes como truenos o golpes, fueron los que complementaron a las formas táctiles y mímicas, que propiciaron el entendimiento entre los primitivos seres humanos que poblaron este planeta hace miles de años (de 10 mil a 3 mil años a.c.). Al mismo tiempo surgieron formas de comunicación a distancia, mediante el uso de señales de humo, (utilizadas también por los indios Siux y Apaches en Norteamérica hasta poco más de un siglo atrás), antorchas de fuego y ruidos de tambores, que son los más conocidos, llegando finalmente al lenguaje oral, que es la forma más perfecta de comunicación hasta hoy.

Los Quipus en América Latina, simbolizaron una de las primeras fases de la comunicación antes de llegar a su desarrollo actual. Estos nudos utilizados por los Incas mucho antes de la llegada de los españoles en 1492, fueron un precedente de la ficha nemotécnica actual y se usaban para recordar tiempos de siembra, cosecha, fertilidad, etc.

La fase pictórica es la segunda en la escala del desarrollo comunicativo humano. Se manifiesta a través de la expresión o arte rupestre (dibujos o pinturas) realizado en las paredes de roca de cuevas y cavernas. Dibujos de animales, personas y momentos de caza que datan de la época paleolítica ( inicios de la humanidad a 25.000 años a.c., aprox.) y registran la vida del ser humano de aquel entonces. Se encuentran en su mayoría en cavernas del sur de Francia y norte de España.

Posteriormente aparecen los curiosos jeroglíficos, una combinación de figuras y símbolos, muchos de ellos aun no descifrados por científicos y arqueólogos, pero cargados de alto grado de simbolismo y significados diversos, como por ejemplo los del antiguo Egipto, que narraban *ideográficamente* tanto significados individuales como historias completas de acontecimientos, dioses o personajes. Un vivo ejemplo de esta *fase ideográfica* es el idioma chino, el más antiguo y utilizado hasta hoy, cuenta con más de 4.000 años y está diseñado de tal forma que cualquier chino, independiente de cual sea su dialecto local, entienda el

mensaje que transmite el ideograma. Cabe recalcar que la fase ideográfica está plasmada por los distintos códigos que proporcionan entendimiento a todo nivel.<sup>6</sup>

La fase fonética es la última y más importante en la comunicación actual pues gracias al apareamiento de las letras y los alfabetos se forman los fonemas y con ello las palabras, mediante las cuales hoy nos comunicamos de forma oral u escrita. Así también nació en el siglo XI, la imprenta en China, posteriormente perfeccionada en 1440 por el alemán Gutenberg para la difusión mundial de la Biblia.

## 1.2 Tipos de Comunicación

**Verbal y Escrita.-** Hablar y escribir son dos formas habituales que nos comprometen a utilizar cierto tipo de lenguaje para comunicar hacia los demás lo que deseamos, opinamos, etc., y que ellos a su vez, nos comprendan. Los *grafemas* son las unidades mínimas de escritura, o sea, las letras o grafías que nos permiten comunicarnos mediante escritos físicos o impresos. Los *fonemas* en cambio son los sonidos abstractos que tienen los grafemas y que se materializan mediante el habla para la comunicación oral.

---

<sup>6</sup> Códigos, definición, pp 3, tercer párrafo

Interpersonal e intrapersonal.- *“Pienso, luego existo”*, dijo el filósofo francés Renato Descartes en el siglo XVII, refiriéndose a que *“para ser filósofo no basta creer sino que hay que pensar”*<sup>7</sup>. Este es el caso de la comunicación intrapersonal, que mencionando un sistema cerrado de comunicación como lo sitúa John Merrill en “Medios de comunicación social”, nos permite percibir y entender cualquier concepto, dentro de nuestra propia mente. En pocas palabras “pensar”. Continuando con la misma frase descartiana, luego de pensar sobre cualquier hecho, idea, acontecimiento, etc., podemos transmitirlo hacia los demás, generando así la comunicación interpersonal, que puede ser directa, si se realiza cara a cara o indirecta, en el caso de que utilice un medio externo, que transfiera la comunicación en espacio y tiempo pero con simultaneidad de emisión y percepción, en otras palabras, la comunicación indirecta es parte de la comunicación masiva.

## 2. Comunicación Masiva

*“Si algo está en boga la comunicación masiva se encarga de difundirlo y también de popularizarlo... A veces también de entrañarlo en la mente y la sensibilidad humana”.*

Gol, es el grito multitudinario que se escucha en un estadio y la gente se levanta, salta, grita y zapatea. Otros lloran de euforia o por la depresión. Pero no solamente

---

<sup>7</sup> DESCARTES, R., “Discurso sobre el Método”, 1994, Colombia, Ediciones Universales, pp15

en el estadio la gran masa de personas ha presenciado y se ha emocionado por ese gol. Al exterior del recinto deportivo cientos o miles, o quizás millones de telespectadores, radioescuchas o cibernautas, se han enterado del gol y han sido comunicados o simplemente informados, sobre los acontecimientos del estadio a través de un medio de comunicación que retransmitió instantáneamente y simultáneamente ese suceso que ha llegado a toda la multitud de personas, no sólo residentes de la ciudad donde se realizó el encuentro de fútbol sino que trascendió al país entero, al continente y al mundo.

El ejemplo del suceso anterior, que de no ser por la tecnología que interviene en él para darlo a conocer a nivel local, regional, continental o mundial, pasaría prácticamente desapercibido por el conglomerado humano, pero gracias a la comunicación masiva, se transforma en un acontecimiento notable, totalmente trascendente, significativo, capaz de influir en las personas y más que nada a nivel global.

La comunicación masiva utiliza la tecnología mediática para enviar mensajes a una gran masa de personas o público, con ciertos rasgos que los caracterizan, como son:

- Grupos muy numerosos de personas
- Esparcidos o dispersos geográficamente en distintos lugares del planeta
- Son anónimos (desconocidos entre sí, carentes de relaciones que los vinculen)

- Son heterogéneos y distintos en: edad, sexo, gustos, carácter, pensamiento, nivel de educación, posición social, etc. Que a la vez los lleva a sostener y sustentar variados intereses muy propios para cada uno.

El público masivo carece de interacción entre sus miembros y no posee retroinformación hacia el emisor. Este tipo de comunicación se realiza utilizando medios impresos como periódicos, revistas, folletos, hojas volantes, pancartas, etc., filmados: películas y fotografías, y medios electrónicos como son la radio, la televisión y grabaciones. Todas ellas informan masivamente; aunque en la práctica el mensaje es captado individualmente por los integrantes del conglomerado humano que recibió el mensaje masivamente.

Según John C. Merrill **“el proceso de comunicación de masas es formalizado, institucionalizado e impersonal”**<sup>8</sup>, ya que fuera de las características dadas a este tipo de comunicación, los estudiosos de la materia o teóricos de la sociedad de masas, situaron un modelo de comunicación masiva en la cual se integra a esta en el sistema político de un estado, sea para promover la imagen de un personaje, la consolidación de una institución, o el reforzamiento de las tendencias políticas de grupos sociales relevantes o votantes. **“Los medios desempeñaron el importante papel de proporcionar legitimidad a las instituciones políticas y a las acciones**

---

<sup>8</sup> MERRIL, J., **“Medios de comunicación social: Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo”**, 1992, España, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, pp45

**de los líderes políticos”<sup>9</sup>**. Al mismo tiempo la propaganda y la publicidad actual utilizan como herramienta básica y fundamental a la comunicación masiva y mediante ella, a la sociedad de masas. Como ejemplo del caso se puede apreciar la forma de motivación llevada a cabo por el ex – presidente ecuatoriano Arq. Sixto Durán Ballén, en 1995 durante la guerra del Cenepa, en la que miles de jóvenes ecuatorianos se enlistaron en las filas del ejército, motivados por la célebre frase del apodado Abuelito: “Ni un paso atrás”, que hoy retumba en los estadios de fútbol junto a la nueva frase de ánimo y aliento: “Sí se puede”, cuando la tricolor (selección nacional) enfrenta a varios rivales en los partidos rumbo a cualquier campeonato de ese deporte. Otro ejemplo aunque de años atrás, fue la magnífica y terrorífica campaña política en alza del nacionalismo alemán realizada por el asesor de Adolf Hitler, Joseph Paul Goebbels (Ministro de Propaganda e Información del III Reich), durante los años 30 y 40 en la Segunda Guerra Mundial.

Hoy la comunicación masiva sigue siendo el espectáculo y negocio más rentable que poseen los medios de comunicación en general, tanto para la política como para la actividad publicitaria en general, pues se nutren a partir de cualquier espectáculo, suceso o actividad, que sea de interés para el conglomerado humano o que pueda crear en él, algún tipo de sentimiento. Al mismo tiempo la publicidad, tan de moda en estos días, va de la mano con la comunicación masiva para hacer

llegar cada vez más lejos la inmensa cantidad de productos y servicios vendibles, realizados por el ser humano en cualquier lugar del planeta tierra.

### 3. El Funcionalismo

#### Lasswell, Shannon y Schramm

*“Cada pieza que existe en un objeto funciona, se mueve en su propio tiempo, organizando la función que tiene dentro de sí misma para afectar en cadena y ordena la que le sigue”*

La primera y segunda Guerras Mundiales marcaron el inicio de los estudios y definiciones de lo que es la comunicación actual, vistas y propuestas desde diversas perspectivas (sociológicas, matemáticas, etc.) aunque no comunicativas puramente dichas, pues la comunicación está asociada con conceptos más sociales o actos físicos y biológicos del ser. Los estudios sobre comunicación, se acercaron hacia una definición del proceso comunicativo humano, como una descomposición de tres partes interrelacionadas directamente una con la otra de la forma clásica que conocemos “Quién dice qué a quién”. Esta es la propuesta base de la que posteriormente se llamó “Teoría Funcionalista” desarrollada durante los primeros años del siglo XX, pero reconocida y puesta en práctica en la década de los 40’s durante la 2da Guerra Mundial por el politólogo estadounidense Harold Lasswell y luego modificada por otros estudiosos. Pero qué es lo que encierra este

---

<sup>9</sup> KRAUS, S., “Comunicación Masiva; sus efectos en el comportamiento político”

complejo e incomprensible término “Funcionalismo”, en esencia tan teórico e indescifrable?. Sencillamente planteado, conceptualiza a la sociedad como un conjunto bien organizado en el que cada una de sus partes cumplen un rol fundamental, específico y propio, que sirve al resto para proseguir la función de todo el organismo en su totalidad. Cada pieza trabaja, afecta e involucra a la otra en una especie de ley causa – efecto. Veamos la perfección de un reloj suizo, en el que cada pieza que lo compone maniobra mecánicamente un movimiento físico que registra el paso de un tiempo, sea este un segundo, minuto u hora. Así mismo el modelo propuesto por Merton, luego Lasswell y posteriormente mejorado y ampliado por Lazarsfeld, Shannon y Schramm, son el desarrollo de ese esquema operativo, donde todo tiene su propia función característica que lo hace único en sí mismo, pero que en conjunto o en cadena permite el funcionamiento total y armonioso del objeto general.

¿Pero qué tiene que ver el Funcionalismo en la Comunicación?

El funcionamiento en la comunicación plantea la lógica del orden de un proceso natural del ser humano, en el que se formula que la comunicación gira en torno a “Quién dice qué a quién”, esto permitió descomponer los tres elementos que están implícitos en el modelo: 1. el quién, 2. el qué y 3. a quién, en sus propias y natas funciones:

- Quién: emisor
- Qué: mensaje
- A Quién: receptor

Creando así un precedente lógico de interacción humana. Harold Lasswell, añadió posteriormente otros elementos que son el “canal” o medio, por el cual transita el mensaje y el “efecto” que este puede causar o no, en el público receptor.

QUIEN dice QUÉ en qué CANAL a QUIÉN con qué EFECTOS

L

L

L Lasswell

Estos estudios además de proporcionar nuevos elementos que son el canal o medio y finalmente los efectos, fueron centrados también en la capacidad de acción, influencia y eficacia que puede tener un determinado mensaje frente a la percepción, o simple y pasiva recepción por parte del público. Lo cual sirvió para poder estudiar los efectos de la propaganda política durante la 2da Guerra Mundial y posteriormente hasta hoy, la validez de que un mensaje transmitido a través de los medios masivos de comunicación, puedan influir en la decisión política de un votante o reforzar sus tendencias y credibilidad, frente a instituciones gubernamentales y frente a la misma propaganda. Trasladando esos estudios hasta el día de hoy, la propuesta de Lasswell es válida respecto a la publicidad del mundo globalizado y a la misma sociedad y comunicación actual.

Posteriormente Claude Elwood Shannon, Matemático e Ingeniero Electrónico se introduce en el estudio de la comunicación mediante su estrecha relación con los estudios sobre códigos y criptografía (documentos cifrados), durante los años 40

formulando la **“teoría matemática de la comunicación”**<sup>10</sup>. En ella descompone aun más el modelo establecido y lo coloca en la medida de que, cuando un mensaje pasa a través de un medio electrónico, este producirá ruido e interferencia, dificultando la rapidez, claridad y eficacia del mensaje, creando mayor gasto en la transmisión y dificultando la recepción por parte del público. **“Los ruidos tienden a interrumpir la comunicación, a interponer barreras a la comprensión, a competir con los mensajes primarios, a distraer la atención y en general a frustrar el proceso de la comunicación”**<sup>11</sup>. Cabe notar que las sociedades actuales de por sí más aisladas que a inicios del siglo XX, de la comunicación interpersonal, se sumergen en un mundo cada vez más fácil de disgregar por la influencia de los medios masivos de comunicación, que encierran y aíslan al individuo en un mundo solitario y la interacción hombre – máquina, en especial para quienes tengan la capacidad de acceder a cierto tipo de tecnología. Otros por el contrario, los que no acceden a ese tipo de avances técnicos y ese flujo de información de fácil y manual acceso, quizás por falta de recursos económicos, aislamiento geográfico de los polos de desarrollo locales y globales, etc., como algunas tribus amazónicas de América del Sur o de África, no sufren de ese tipo de males sociales, pero así mismo, se los considera tecnológicamente relegados y aislados del desarrollo de sistemas comunicacionales.

---

<sup>10</sup> MATTELART, A., **“Historia de las Teorías de la Comunicación”**, 1999, Barcelona – España, Editorial Paidós, pp42

<sup>11</sup> MERRIL, J., **“Medios de Comunicación Social: Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo”**, 1992, España, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, pp51

Wilbur Schramm, investigador norteamericano de los medios de comunicación propone un esquema muy similar al de Lasswell pero lo más interesante de él es su convicción sobre los campos de relación basados en las experiencias comunes, que puedan tener tanto el comunicador o emisor como su destino o perceptor. Es aquí que afirma: **“si una persona puede comunicar y recibir, entonces es comunicador y perceptor en sí mismo”**<sup>12</sup>.

El esquema lasswelliano funcionalista y las propuestas de Shannon y Schramm, introducen a la idea de una respuesta por parte del receptor o perceptor hacia el comunicador emisor del mensaje, un “feed back” o retroalimentación, que se daría a partir del modelo que plantea los efectos en un esquema alejado de la realidad medible y cuantificable, puesto que afecta al lado sensible y subconsciente humano, que depende de características netamente culturales y sociables, quedando visible la capacidad de influencia de un medio masivo, pues afecta directamente al ser interior y su cosmovisión de vida, sus relaciones con el entorno en el que se desenvuelve y desarrolla su actividad social.

#### 4. Medios de Comunicación

*“La revolución industrial aumentó el desarrollo tecno científico, primero con el telégrafo y luego con el teléfono para posteriormente dar origen a la radio y a la televisión. Ahora la era digital da paso a las nuevas tecnologías de*

*información como el INTERNET, satélites artificiales y otros artefactos que conducen información y nos permiten comunicarnos”.*

Como perfectos instrumentos de transmisión, más fácilmente conocidos como canales por los que transita segundo a segundo un sinnúmero de información y mensajes, entendiendo por mensaje al “qué” o contenido, enviado por un emisor hacia un receptor; son los medios de comunicación. Un conglomerado de equipos y tecnología de punta, de última generación, desarrollados a raíz de principios de conducción física de señales de audio y de video, además de gráficos y fotografías de alta definición, nitidez y calidad que transmiten infinitud de mensajes de todo tipo a sus audiencias. Gerard Maletzke dice, **“por medios de la comunicación significan los instrumentos o aparatos técnicos mediante los cuales se difunden mensajes de manera pública, indirecta y unilateralmente a un público disperso”**<sup>13</sup>. Al mismo tiempo Maletzke los denomina objetos técnicos.

Los medios de comunicación en general son el transporte por el cual, los que poseen acceso a ellos, envían cualquier tipo de imagen, sonido, gráfico o escrito, hacia la gran masa humana que teniendo los dispositivos tecnológicos pueden decodificarlos o captar su significado, independientemente del tiempo y del

---

<sup>12</sup> TOUSSAINT, F., “Crítica de la información de masas”, 1997, México, Editorial Trillas, pp21

<sup>13</sup> MALETZKE, Gerhard, “Sociología de la comunicación social”, 1992, Ecuador, Editorial Quipus, pp105

espacio. Un ejemplo clave y actual de lo que es la comunicación masiva es el campeonato Mundial de Fútbol Corea – Japón 2002. El gran despliegue de tecnología comunicacional, tanto en los puntos de origen de la información como sus receptores locales en cada país al que se retransmitirá este acontecimiento deportivo, forman parte de una gran transmisión simultánea mundial, que llegará a ser percibida por más de 3 mil millones de personas en todo el mundo mediante la televisión, la radio, la prensa y el INTERNET.

#### 4.1 Canales

Es fácil pensar para un ser humano en una carretera o autopista llena de automóviles; que van, unos a velocidad alta, otros, moderadamente y los que van mas lentamente al final. Cada uno de ellos tiene diferentes destinos. Todos se mueven dentro de la misma vía en una misma ciudad, provincia o estado. Lo mismo ocurre con los canales por donde circulan los mensajes partiendo de un emisor que los emite.

Siglos atrás un personaje popularmente conocido como “pregonero” se encargaba de difundir y diseminar las noticias y los mandatos dentro del reino medieval, convirtiéndose él, en uno de los principales medios de difusión, de información y un innato comunicador de la sociedad de aquel entonces. Años más tarde, en el siglo XV el alemán Gutenberg, perfeccionó la imprenta inventada por los chinos,

disponiéndola de tipos móviles que lograsen realizar una impresión en serie, ahorrando tiempo y recursos. Así, la Biblia fue el libro mayormente propagado de la historia hasta la actualidad, permitiendo la expansión de la religión católica. Hoy, la imprenta es uno de los instrumentos básicos para la fabricación de textos de todo tipo, desde obras literarias, poéticas, revistas, panfletos, hojas volantes, y lo más importante, los diarios y periódicos, que utilizando diversidad de géneros periodísticos logran capturar información local e internacional y difundirla junto con artículos de opinión, reportajes, entrevistas, caricaturas, etc., a miles o quizás millones de lectores en todos los países del mundo.

Siglos más tarde comenzó el desarrollo de las telecomunicaciones. La creación del Telégrafo permitió la transmisión de señales eléctricas para cifrar mensajes y enviarlos a larga distancia usando la clave Morse, mejorando así los servicios postales en el siglo XVIII y XIX. En 1892 Alexander Graham Bell inauguró la primera línea telefónica de uso público con cobertura entre New York y Chicago, **“cubriendo una extensión aproximada de 1609 Km.”**<sup>14</sup>. Las investigaciones colaterales que se realizaron en ese siglo para transmitir sonidos, permitieron la creación del gramófono por el físico estadounidense T. A. Edison.

Finalmente durante las últimas décadas del siglo XIX, los intentos para transmitir la voz humana dieron paso para que el italiano Marconi inventara la radio que a

---

<sup>14</sup> **“La Importancia de las Comunicaciones”** en Atlas de la Historia Universal, 1995, Chile, Sociedad Comercial y Editorial Santiago Limitada, pp252

partir del siglo XX se popularizaría y se convertiría en uno de los medios masivos de comunicación preferidos por la sociedad. En 1920 la radio se convierte en el instrumento de mayor cobertura y transmisión pública. **“Durante el período comprendido de 1930 a 1950, se conoció al fenómeno de la radiodifusión como la edad de oro de la radio”**<sup>15</sup>. La maravilla que propiciaba esa cajita sonora en aquellos años logró despertar todo tipo de pasiones entre los radioescuchas. La difusión de las tan añoradas y románticas radionovelas y los fantásticos radioteatros como “La Guerra de los Mundos” propició más que simples mal entendidos, pues hacía vivir al oyente las historias que este escuchaba. El siglo XX concretó muchos de los grandes inventos que hoy conocemos y utilizamos a diario, en cuanto a medios de comunicación y sus canales se refiere. Uno de los más importantes a nivel mundial es la tan famosa televisión.

*“Mientras que el inglés Baird llevaba a cabo su experiencia de televisión a color en julio de 1928, el mexicano Guillermo González Camarena realizaba en Estado Unidos investigaciones coincidentes con la del inglés. Ambas técnicas conjuntaban tres colores básicos: el azul, el verde y el rojo. No obstante, hasta 1940 se otorgó la primera patente en México registrada para un sistema tricromático de secuencia de campos”*

*Carlos González Alonso, Principios básicos de Comunicación*

---

<sup>15</sup> GONZÁLEZ, A. C., “Principios básicos de comunicación”, 1997, México, Editorial Trillas, pp47

Aunque nacida alrededor de 1875 de la mano del científico inglés Conway, que desarrolló un estereotipo muy primitivo de la televisión actual, esta consistía en **“un aparato eléctrico reproductor de imágenes físicas”**<sup>16</sup>. Posteriormente la descomposición de una imagen y la recomposición de la misma, permitió que en 1923 los rusos Korma y Zworykin construyeran el primer iconoscopio<sup>17</sup>, **“uno de los primeros antecedentes de la televisión”**<sup>18</sup>. Hoy, la caja proyectora de imágenes y sonido, está compuesta por un tubo de rayos catódicos que inciden sobre una pantalla formada por células fotoeléctricas. **“El haz electrónico realiza un barrido entrelazado de dichas células, y su intensidad depende de cada instante del brillo del punto cuya imagen está transmitiendo, por lo que la célula sobre la pantalla se iluminará más o menos en función del brillo de ese punto; de este modo, y gracias a la propiedad de la retina humana de retener por un corto espacio de tiempo las imágenes que la impresionan, se consigue que el ojo perciba sobre la pantalla las imágenes en movimiento”**<sup>19</sup>. El éxito y creciente popularización de la televisión en ese entonces permitieron la transmisión de las Olimpiadas de Berlín en 1936 y luego imágenes de la Segunda Guerra Mundial que hoy constituyen un impresionante archivo. Los avances de este medio de comunicación comenzaron a producirse en los años 40's cuando se inventó la cinta de video que permitió por primera vez realizar y almacenar

---

<sup>16</sup> GONZÁLEZ, A. C., **“Principios básicos de comunicación”**, 1997, México, Editorial Trillas, pp49

<sup>17</sup> iconoscopio: tubo electrónico que se emplea en las cámaras de televisión para analizar y desintegrar la imagen.

<sup>18</sup> GONZÁLEZ, A. C., **“Principios básicos de comunicación”**, 1997, México, Editorial Trillas, pp49

imágenes con audio para luego poder transmitir las. Pocos años después la puesta en órbita de varios satélites de comunicaciones permitieron una mayor y mejor transmisión televisiva, llegando a cubrir más lugares, cada vez más distantes, de los puntos de origen de la señal. El desarrollo y la aplicación del color, que en un inicio agrupó el rojo, el verde y el azul, permitió que hoy la televisión sea a colores, teniendo la más alta definición de imagen, nitidez y calidad en audio y video, permitiendo la creación de múltiples programas que van desde noticiarios, revistas, video clips, concursos, novelas, series y películas y la retransmisión simultánea de eventos locales, regionales y mundiales de toda clase.

Funciona globalmente y es uno de los medios masivos de comunicación preferidos en todos los estratos de la población mundial, independientemente del nivel de educación, social, cultural o económico, aunque cabe notar que existen ciertas regiones o sectores carentes de señal televisiva y que no disponen de los medios para obtener un aparato receptor.

Las mayores audiencias son niños, jóvenes y adultos que se agrupan entre los espectadores más representativos de la programación televisada que integra también a la televisión por cable y satelital. Solamente en América Latina, según datos investigativos de CIESPAL, **“el índice de receptores por cada mil habitantes es de 142 con un total aproximado de 57.484.000 aparatos en los**

---

<sup>19</sup> NUEVA ENCICLOPEDIA PLANETA, Volumen Quinto, 1987, Barcelona – España, Editorial Planeta, pp1638 – 1639

19 países”<sup>20</sup> de la región. Aunque muchos la critican por su superficialidad, la televisión constituye el mayor canal de circulación de información en los cinco continentes, y que al mismo tiempo alberga en sí, la posibilidad de crear un sinnúmero de programas de tipo educativo - cultural, que en muchos países, especialmente europeos está vigente y muy de moda.

Tanto la prensa, la radio y la televisión, constituyen los clásicos y principales canales o medios de comunicación. Además de ellos existe un medio que nacido a fines del siglo XIX, hasta el día de hoy sigue causando furor, algarabía y seducción, entre miles de personas alrededor del mundo entero. Hago referencia al cine o correctamente expresada, la cinematografía.. Se la considera el “séptimo arte”.

La cinematografía representa la consecución y realización de un largo proceso, que va desde la idea, la elaboración de un guión, la filmación o rodaje de la cinta y finalmente la realización del producto, que se proyectará a la pantalla grande, la película. La cinematografía permite representar y proyectar imágenes en movimiento. Hoy no son sólo imágenes, sino que se combinan con audio, con efectos especiales, gráficos tridimensionales, textos, elementos teatrales, caricaturas, etc., que enriquecen a este medio de forma extraordinaria.

---

<sup>20</sup> ARJONA, L. A., “Inventario de Medios de Comunicación en América Latina”, 1993, Quito -Ecuador, Editorial Quipus, pp392

Iniciado en 1895 por los hermanos Lumiere en Francia, el cine fue mudo, sin audio directo, sino música exterior. El movimiento de las imágenes proyectadas era muy veloz o lento en otros casos. Como no había audio, se representaban las escenas con carteles, que contenían los diálogos o la explicación de las escenas. A su vez, el cine, transmitió no sólo las películas filmadas, sino también diversos sucesos y acontecimientos sociales como actos deportivos, conflictos bélicos, etc. que permitieron congregarse a la población de la época y dotarla de información, considerando que en aquel entonces la televisión aun no existía. Actores como Charles Chaplin o Rodolfo Valentino, entre otros, hicieron gala del cine mudo, convirtiéndose en sus renombradas estrellas. Para 1930, la revolución sonora llegó al cine, dotándolo de mayor expresividad. Hoy, el cine sigue siendo uno de los más importantes canales de los medios de comunicación, con una amplia gama de géneros, que van desde la comedia, el drama y la ciencia ficción, entre otros. El cine se ha convertido en un fenómeno colectivo, que congrega a un gran número de personas a nivel mundial, y que mueve millones de dólares en inversión, en las denominadas “Mecas del cine” como Hollywood, Cannes o San Sebastián. El cine compila las artes gráficas, la fotografía, el diseño, la pintura y el dibujo, hoy, también incluye a la multimedia, por tanto, se vale de las Nuevas Tecnologías y es uno de los placeres y pasatiempos recreativos preferidos de la población.

Durante las dos últimas décadas, y aun más antes, a raíz del desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación e información que se dieron en la Segunda Guerra Mundial, surgen además otros canales de comunicación e información

inmensamente importantes, trascendentes y que han colaborado con un cambio en los modos de vida y costumbres de las sociedades actuales, principalmente en las nuevas generaciones; me refiero al INTERNET al que trataré más dedicadamente en el capítulo siguiente.

## 5. Funciones de los Medios de Comunicación

*“Toda actividad y todo producto de la sociedad capitalista participan del mundo y de la lógica de la mercancía. La comunicación es parte de este mundo y sigue su lógica a través de la fetichización. La comunicación es un proceso fetichizante. En el fetichismo los hombres vivos se vuelven cosas y las cosas viven”.*

*Armand Mattelart*

Para todos los medios de comunicación es fundamentalmente necesaria la consecución de público. Las audiencias permiten que un medio viva, se desarrolle y crezca. Mientras mayores sean los niveles de circulación en el caso de un medio impreso y mayor sintonía o raiting en los medios audiovisuales, mejor es su situación individual y mayor es el reconocimiento que llegan a tener dentro de una sociedad determinada que los “prefiere” frente a otros.

La discusión y preocupación en torno de cuál es o cuáles son las funciones de los medios de comunicación se han manifestado desde su mismo apareamiento, aunque las pautas para concentrar los estudios en este tema se han dado raíz de su popularización. Cuando surgieron los primeros inventos de tipo científico – comunicativo como el telégrafo y el teléfono, puede reconocerse el “fin social” o de servicio que ellos perseguían. Posteriormente los propósitos de los medios de comunicación se centraron en proporcionar algún tipo de beneficio a alguien, en la transmisión de mensajes cifrados en épocas de conflictos bélicos, por ejemplo, luego en el espionaje y finalmente en el desarrollo de sistemas de defensa militar frente a posibles ataques con misiles y armas de destrucción masiva, durante la Guerra Fría. Así, esta época permitió que los medios de comunicación se encargasen por un lado de mantener informada a la población mundial de los acontecimientos que ocurrían en los diversos frentes de batalla de la guerra, principalmente mediante transmisiones radiales y segundo, durante estos años comenzaron a desarrollarse los estudios sobre la influencia de los mass media en la población, sobre todo concentrándose en los efectos que estos puedan causar a sus receptores y perceptores, en la propaganda y en la persuasión. Cabe notar que la población de inicios y mediados del siglo XX, incrustada en conflagraciones bélicas, crisis económicas y demás circunstancias adversas, requerían un medio de desfogue que les permitiese distraerse y divertirse. Es aquí que surge mundialmente la gran maquinaria de poder, considerada el cuarto poder de los estados, dotada para proporcionar información, persuasión y diversión a su clientela más grande: la sociedad.

Sydney Kraus en su libro “Comunicación Masiva; sus efectos en el comportamiento político”, señala que a los medios se les cataloga por tres funciones esenciales de uso:

1. Entretenimiento
2. Reafirmación y guía
3. Sustitución de las relaciones personales

Llegando a situarlos como **“el nuevo opio de las masas”**<sup>21</sup>. Su definición está sustentada en el poder que estos tienen de desviar la atención del público frente a hechos de carácter relevante, sean de tipo político, económico, social, etc., hacia opciones más banales, que no aportan para la creación de una fuerte opinión pública y conjeturas personales respecto a algo o alguien.

Una de las funciones primordiales que tienen los medios de comunicación es la de “informar”. Por informar entendemos: presentar un grupo de conocimientos, ideas, sentimientos, etc., en forma clara y organizada hacia los demás o hacia quien no tenga aun conocimiento respecto a algo. Así podemos precisar que todo el ambiente que nos rodea nos mantiene constantemente informados, haciéndonos conocer lo que no sabemos. Para un niño de dos o tres años o aun menos, la curiosidad innata por conocer y probar sobre todo lo que ve a su alrededor, se vuelve en un placer irresistible y ansiedad por informarse del por qué y para qué

---

<sup>21</sup> KRAUS, S., “Comunicación Masiva; sus efectos en el comportamiento político”

de cada cosa; esta ansiedad por conocer más cada vez se verá reforzada con el tiempo y durante todo el ciclo de desarrollo y vida de un ser humano.

**“El término información se origina en la palabra latina informare que significa poner en forma, dar forma a algo”<sup>22</sup>. Hay que tomar en cuenta también que la información recibida desde cualquier fuente, sea esta natural (naturaleza y sus fenómenos), o artificial como los medios de comunicación, inciden en nuestra conducta, forma de ser individual y social y nuestras actividades. Para el estudioso Paoli “la información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción”<sup>23</sup>.**

La llamada información periodística que como su nombre bien lo indica proviene de la investigación y recopilación de datos en el ámbito del periodismo y los noticiarios, nos genera a diario un cúmulo de nuevas experiencias que desembocarán en conjeturas en cuanto a la opinión pública. En este campo el poder de los medios de comunicación es muy amplio y fuerte, puesto que la casi inexistente objetividad en el manejo informativo puede sesgar el mensaje contenido. Así, la información proporcionada, recibida y correctamente analizada,

---

<sup>22</sup> GONZÁLEZ, C., **“Principios básicos de Comunicación”**, 1997, México, Editorial Trillas, pp78

<sup>23</sup> PAOLI, J. A., **“Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas”**, 1997, México, Editorial Trillas, pp15

será responsable de la conservación del statu quo, o por el contrario al llamado al cambio, o la sublevación de conciencia y acto. Esta influencia que pueden provocar los medios de comunicación a través de la información que emiten a sus públicos, da como resultado a otra de las importantes funciones de estos que es la “persuasión”.

Según el Diccionario Planeta de la Lengua Española, persuasión es **“Acción y efecto de persuadir”** y persuadir es **“Convencer a alguien con razones para que haga o crea algo”**<sup>24</sup>. Para Albert Silverstain la persuasión **“involucra cambios en el comportamiento que se logran mediante la comunicación”**<sup>25</sup>. Ese cambio en la actitud y comportamiento se deben a que hay una fuerza externa que ejerce presión para que se genere el cambio que se aspira. La persuasión actúa en el interior, en la psiquis o en la susceptibilidad de un individuo, pues así se lograría el nivel deseado de convencimiento para que haya cambio de actitud.

Finalmente, la “diversión” entra en el escenario como la tercera función de los medios de comunicación, por la cual, estos tienen la obligación y el derecho de proporcionar esparcimiento mental, a través de los mensajes que emiten; al mismo tiempo de otorgar un espacio lúdico en el cual el individuo, sea simple receptor o perceptor analizador de mensajes, tiene la opción de escoger, si realizar cualquier

---

<sup>24</sup> **DICCIONARIO PLANETA DE LA LENGUA ESPAÑOLA**, 1982, Barcelona – España Editorial Planeta

<sup>25</sup> SILVERSTAIN, A., **“Comunicación Masiva; Exploraciones teóricas”**, 1994, México, Editorial Trillas

tipo de actividad que no involucre a los medios de comunicación o someterse a lo que estos le proporcionen mediante y generalmente las imágenes en televisión, juegos de video o en las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información como la hoy tan popularizada navegación en la red mundial del INTERNET.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- ALONSO G. C., 1997, **“Principios básicos de comunicación”**, México, Editorial Trillas
- AREAS Consultor Didáctico, Lengua y Literatura, 1991, Colombia, Editorial Planeta,
- ARJONA, L. A., **“Inventario de Medios de Comunicación en América Latina”**, 1993, Ecuador, Editorial Quipus
- ATLAS DE LA HISTORIA UNIVERSAL, 1995, Chile, Sociedad Comercial y Editorial Santiago Limitada
- DESCARTES, R., **“Discurso sobre el Método”**, 1994, Bogotá Colombia, Ediciones Universales
- DICCIONARIO PLANETA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, 1982, Barcelona – España, Editorial Planeta
- GONZÁLEZ, A. C., **“Principios básicos de comunicación”**, 1997, México, Editorial Trillas
- KRAUS, S., **“Comunicación Masiva; sus efectos en el comportamiento político”**
- MALETSKE, G., **“Sociología de la comunicación social”**, 1992, Quito – Ecuador, Editorial Quipus
- MATTELART, A., **“Historia de las Teorías de la Comunicación”**, 1999, Barcelona – España, Editorial Paidós

- MERRIL, J. **“Medios de comunicación social: Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo”**, 1992, Madrid – España, Fundación Germán Sánchez Ruipérez
- **NUEVA ENCICLOPEDIA PLANETA**, Volumen Quinto, 1987, Barcelona – España, Editorial Planeta
- PAOLI, J. A., **“Comunicación e información, Perspectivas Teóricas”**, 1997, México, Editorial, Trillas
- SILVERSTAIN, A., **“Comunicación Masiva; Exploraciones teóricas”**, 1994, México, Editorial Trillas
- TOUSSAINT, F., **“Crítica de la información de masas”**, 1997, México, Editorial Trillas,

**CAPÍTULO II**  
**NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**  
**(NTIC's)**

**2. La Revolución del PC.**

**Orígenes, evolución y actualidad.**

Computador, ordenador o PC, son lo mismo.

El término “ordenador”, viene del francés “ordinateur” y se refiere a algo que ordena o mantiene un orden. La palabra computadora, viene del inglés “computer”, que según el diccionario “Oxford Student’s Dictionary of Current English” se refiere a: “un equipo electrónico que almacena información en discos o cintas magnéticas”. Posteriormente, el término PC cuyo significado en inglés es Personal Computer, se ha impuesto en el mercado anglo e hispano parlante.

Los orígenes del ordenador, se remontan al año 3000 A.C. aproximadamente. Este año marcó el comienzo de la evolución del ordenador hasta nuestros días. A pesar de ser el instrumento de cálculo más antiguo, el ábaco, inventado por los babilonios, permitió realizar cálculos básicos. Las cuentas, localizadas en cada fila de las que constaba esta incipiente calculadora, representaban unidades, decenas, centenas, etc., que permitían realizar las operaciones matemáticas requeridas en aquel entonces. En la actualidad existen países y personas que aun lo utilizan, siendo muy popularizado y extendido su uso en toda la ex Unión Soviética.

Alrededor del año 800 A.C., en la India se introduce el uso del “0” (cero), que significa la ausencia de algo que se puede contar, que sea cuantificable, pero que junto a un número adquiere valor. El cero, extiende enseguida su uso por la China, el Oriente Medio y finalmente es llevado hacia Europa, desde donde parte hacia el resto del mundo. Los avances tecnológicos no se hicieron esperar, y para el siglo XVI d.c., en pleno Renacimiento, aparece la primera calculadora mecánica inventada por Leonardo Da Vinci. Siendo esta reconocida como la primera máquina capaz de realizar cálculos matemáticos. Años después, en 1622, **“el inglés William Oughtred inventa la regla de cálculo deslizable, que es la precursora de la calculadora electrónica. Fue usada hasta bien entrados los años 70’s”**.<sup>26</sup> Un año más tarde, el alemán Wilhelm Schickard construye un reloj calculador que permitía realizar sumas, restas, multiplicaciones y divisiones con cifras de varios dígitos, y que veinte años después, en 1642, el francés Blas Pascal perfeccionaría, construyendo una máquina que realizaba sumas y restas de números de hasta ocho cifras.

Joseph Marie Jacquard es el hombre cuyo invento revolucionario en aquel entonces, las tarjetas perforadas en 1801, permitirían que más de un siglo después usarían los primeros ordenadores electrónicos como el ENIAC. En 1830, Sir Charles Babbage, inventa la primera calculadora digital automática, llamada “Analytical Engine”, proponiendo su funcionamiento en base del control de un

programa específico y el uso de las tarjetas perforadas de Jacquard. Por razones tecnológicas de la época, esta máquina nunca pudo ser terminada.

Los siglos posteriores hasta llegar al siglo veinte, fueron la base del desarrollo de las comunicaciones, como consta mencionado en el capítulo 1, numeral 3.1.

1926 es el año que marca el aparecimiento del semiconductor o transistor que permite que **“la corriente eléctrica fluya, transmitiendo datos a través del ordenador”**.<sup>27</sup> Con esto se da un gran paso en lo que pocos años después sería la construcción del ordenador que conocemos actualmente. En 1931 aparece el científico Konrad Zucé con su invento el Z1, una calculadora eléctrica digital, entendiéndose por **“DIGITAL”** al **“sistema que usa muestras digitales (valores discretos o definidos, codificados en binario), para representar señales analógicas”**<sup>28</sup>. Lo analógico en cambio, usa señales continuas que no poseen valores fijos, sino que estos son aleatorios. A pesar de no ser reconocido mundialmente como el padre del ordenador actual, en 1940, Zucé crea el Z2, un ordenador completamente electromecánico al que un año más tarde perfeccionaría con la implementación de **“un control automático de programas capaz de hacer una multiplicación en tres segundos y una memoria de 64 palabras”**.<sup>29</sup>

La construcción y aparecimiento del primer prototipo del ordenador actual, el

---

<sup>26</sup> [www.elpais.es/temas/dossieres/pc/multi.html](http://www.elpais.es/temas/dossieres/pc/multi.html)

<sup>27</sup> Ibid página 25

<sup>28</sup> <http://club.telepolis.com/croma.video/TERMINOSA.htm>.

<sup>29</sup> Ibid página 25

MARK 1 en 1943, realizado por el matemático norteamericano Howard Aiken y la colaboración de IBM (International Business Machines), data como el primer vestigio de lo que posteriormente sería la creación del INTERNET.

Aunque muy alejado de los modelos de ordenadores actuales, el MARK 1 era físicamente un monstruo de 15 metros de largo por 2 y medio metros de alto. Varias toneladas de peso y soldado a mano. Esta gigantesca maquinaria, **“tenía alrededor de 750.000 componentes conectados por 300 kilómetros de cable y 3300 interruptores electromecánicos”**.<sup>30</sup> La capacidad del MARK 1 se limitaba a realizar solamente las cuatro operaciones básicas de matemática. En esos mismos años, John V. Atanasoff, profesor de la Universidad de Iowa, desarrolla junto a su alumno Clifford Berry otro ejemplar de ordenador mas avanzado que el MARK 1. Para 1943 John Mauchly y Eckert, ambos profesores de la Universidad de Pensylvania crearían el ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Calculator). Computadora encargada por el Departamento de Defensa del Ejército norteamericano. **“El ENIAC medía 25 metros de largo por dos y medio de alto y pesaba unas 30 toneladas. Contenía 18.000 válvulas, 70.000 resistores”**<sup>31</sup> y **500.000 conexiones soldadas a mano”**.<sup>32</sup> Sin teclado, pantallas, ni posibilidad alguna de almacenamiento de datos, sino compuesto por inmensos tableros, con

---

<sup>30</sup> TERCEIRO, B. José, **“Sociedad Digital, del homo sapiens al homo digitalis”**, 1996, España, Alianza Editorial, pp33

<sup>31</sup> Resistor.- elemento que se intercala en un circuito para dificultar el paso de una corriente o para hacer que esta se transforme en calor. Nueva Enciclopedia Planeta Tomo 5, pp1457

<sup>32</sup> TERCEIRO, B. José, **“Sociedad Digital, del homo sapiens al homo digitalis”**, 1996, España, Alianza Editorial, pp34

enchufes e interruptores manuales y varios ventiladores para enfriar su cálido interior. Este gigante tenía la única capacidad de realizar operaciones matemáticas y de ser programado para ciertas tareas sencillas. El consumo de energía que ocupaba el ENAC, hacía disminuir la tensión eléctrica varias cuerdas a la redonda de su sitio de instalación. Posteriormente el desarrollo tecnológico permite el nacimiento de EDVAC, primer ordenador que usaría un programa de almacenamiento de datos, y una década más tarde, en los años cincuenta apareció UNIVAC (Universal Automatic Computer), creado por los mismos científicos Mauchly & Eckert, el mismo que permitió realizar el censo de los Estados Unidos. El UNIVAC es considerado el primer ordenador de uso comercial. Su tamaño había disminuido (como al de una refrigeradora), y su capacidad de acción había aumentado respecto a la de sus predecesores. Este equipo podía realizar 1000 cálculos por segundo. El gran paso para la creación de los modelos actuales de ordenadores se dio en 1959. La creación del circuito integrado, permitía la soldadura y compresión de varios transistores en un solo chip, aprovechando y reduciendo el espacio físico y el consumo de energía, aumentando así la velocidad de operaciones.

Para los inicios de los años sesenta, aparece ya en los Estados Unidos el lenguaje COBOL de programación, que se aplicaría en empresas con fines de negocios, al mismo tiempo se introduce en el mercado el PDP1. Ordenador comercial con teclado y monitor incluido, lo cual llega a ser una especie de revolución en el desarrollo de los ordenadores. Poco después, en 1963 aparece el conocido

“mouse” o ratón, que facilitaría el manejo del teclado, pero este se comercializó mayormente en los años ochentas. Esta década tiene un carácter muy relevante pues es aquí donde aparecen los famosos “video juegos”, iniciados de la mano de Steve Russell y su famoso “Space war” o “Guerra Estelar”, estudiada e investigada inmediatamente por varios laboratorios del gobierno norteamericano y Fuerzas Armadas. En los ochentas, durante la presidencia de Ronald Regan se aplicó un plan denominado como “La Guerra de las Galaxias”, para resistencia computarizada de ataques nucleares o misiles, y competencia de tecnología espacial durante la Guerra Fría.

Los años setenta, serían para la tecnología de computadoras, la década que marcaría la gran revolución en cuanto a nuevos implementos y usos. La conquista del mercado y la competencia entre las cada vez más crecientes industrias dedicadas a la creación de ordenadores, permitió no solo la disminución en tamaño de los equipos, sino el surgimiento de empresas productoras del llamado Software (programas y paquetes utilitarios) para ellas, con esto, su rápido crecimiento y popularización en el mercado mundial, que no se limitó solamente al área militar sino al público en general que las requería y podía pagar. Tal fue el éxito de estos microprocesadores que varios jóvenes aficionados, comenzaron a desarrollar nuevos y más avanzados equipos. Así J. P. Jobs y S. Wozniak, desarrollaron el Apple II y paralelamente Bill Gates junto a P. Allan creaban su compañía, hoy conocida globalmente como la Microsoft.

La primera hoja de cálculo fue la “Visicalc” y luego su variación al “Lotus 123” y “Q pro”, que hoy funciona bajo el nombre de “EXCEL”, con mayor cantidad de aplicaciones e implementos, menú mas desarrollado y fácilmente manejable para el común de los usuarios. Similares programas como el “Word Star”, perfeccionado en “Word Perfect” y finalmente hoy “Word”, se desarrollaron a partir de los años ochenta; hoy son la herramienta básica más usada en computación y otras aplicaciones por secretarias, oficinistas, ejecutivos, gerentes, amas de casa y estudiantes o aficionados. Tanto ha sido el avance de la informática, del PC (Personal Computer u Ordenador Personal) y el Software (programas utilitarios de diferente índole), que la proliferación de estos y sus utilidades, de novedosos servicios extras como el INTERNET, la navegación mediante telefonía inalámbrica, etc. Han hecho del ordenador un electrodoméstico adicional en varios hogares del mundo entero, y el implemento totalmente necesario en cada oficina del planeta. Pero justamente lo más relevante en cuanto al desarrollo de estas máquinas, es que ellas fueron las que originaron el apareamiento de la gran RED Mundial, el INTERNET.

## **2.1 El INTERNET, la gran red mundial**

*“INTERNET es un medio de comunicación que permite por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global”*

*Manuel Castells en “La Galaxia Internet”*

Desde que el norteamericano Lawrence G. Roberts conectó, en 1965, un ordenador localizado en Massachussets con otro en California a través de una línea telefónica, los vestigios de la creación de una gran red mundial que conectase varios centros de investigación científica, tecnológica y militar, centró la atención del gobierno y las Fuerzas Armadas de Estados Unidos. En el otro polo del planeta, también la ex – Unión Soviética desarrollaba su tecnología en varios campos, una de ellas era la tecnología espacial y la armamentística, en plena Guerra Fría. La puesta en órbita de satélites también fue un sueño de aquel entonces, no sólo para el espionaje entre las dos potencias mundiales, sino para el desarrollo y ampliación de las comunicaciones.

Dos o más ordenadores puestos en línea, compartiendo información y transmitiendo datos entre sí, ya pueden conformar una red. Las LAN o LOCAL AREA NETWORK, “Redes de Área Local”, son justamente las que permitieron desarrollar las primeras conexiones en cuanto a redes se refiere. Su utilización se limitó a ciertas áreas cercanas como por ejemplo, un campus universitario que permitiese compartir información entre estudiantes, profesores, etc., o una empresa de varios departamentos, que requieren estar interconectados. Para el Departamento de Defensa Militar de los Estados Unidos de Norteamérica, la década de los sesentas implicaría la necesidad de la creación de un programa de comunicación que pusiera en red a varios ordenadores, junto a satélites y ondas de radio, a fin de mantener un contacto rápido, efectivo y seguro militarmente, para transmisión de datos. En 1965 la U.S. Defense Advanced Research Projects

Agency, DARPA (Agencia de Proyectos de Investigación para la Defensa), promueve ya varios estudios sobre redes de computadoras que funcionen en línea y que transmitan la información por paquetes (**“La información se dividía en paquetes y cada paquete contenía la dirección de origen, la de destino, en número de secuencia y una cierta información. Los paquetes al llegar al destino se ordenaban según el número de secuencia y se juntaban para dar lugar a la información. Al viajar por la red paquetes, era más difícil perder datos ya que, si un paquete concreto no llegaba al destino o llegaba defectuoso, el ordenador que debía recibir la información sólo tenía que solicitar al ordenador emisor el paquete que le faltaba”**)<sup>33</sup>, usando un protocolo específico, entendiéndolo como el sistema de comunicación estandarizado que usa un ordenador para descifrar la información que transita por la red y que en ese entonces fue el NCP (Network Control Protocol). La primera red se llamó ARPANET. Posteriormente nació ARPA, como la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (Advanced Research Projects Agency) en 1958, cuyo fin era enlazar a través de varios ordenadores en línea a grupos de investigación de apoyo de la agencia concentrados en varias universidades norteamericanas, compitiendo así con el desarrollo soviético y al mismo tiempo tener un programa que sobreviviese a un supuesto ataque nuclear y siga funcionando. El resultado de este proyecto creó a ARPANET, pionera del actual INTERNET.

ARPANET comenzó a funcionar con cuatro supercomputadoras de aquel entonces, intercomunicadas entre sí y ubicadas en distintos puntos del país. El primer programa para la creación del correo electrónico se desarrolló en 1971 y aunque no fue mayormente difundido, limitándose a las LAN, da paso para su posterior utilización a gran escala. Para 1973, ARPANET se internacionaliza y extiende sus fronteras hacia centros de estudios e investigaciones de Gran Bretaña y Noruega. Aparece también, el protocolo TCP/IP (Transmisión Control Protocol), **“estándar sobre el que aún opera INTERNET”**.<sup>34</sup> **“Internet es la abreviatura de Interconnected Networks, es decir, Redes interconectadas, o red de redes”**.<sup>35</sup>

Para los primeros años de la década de los ochentas, el Departamento de Defensa, decide crear su propia red, sin intervención de los centros de apoyo universitarios y otras organizaciones gubernamentales por temor a violaciones de su sistema de seguridad interno, y divide a ARPANET en MILNET y ARPAINET. La primera sería de uso exclusivamente militar norteamericano, y la segunda, por el contrario, sería de acceso libre e irestringible a quien desee unirse a la red, deslindándola de los asuntos militares. **“En febrero de 1990, ARPANET, tecnológicamente obsoleto, quedó desmontado”**.<sup>36</sup> Hacia mediados de los años ochenta nace INTERNET, destinándola a usos de investigación de la NSF

---

<sup>33</sup> <http://personales.mundivia.es>

<sup>34</sup> CASTELLS, Manuel, “LA GALAXIA INTERNET”, pp25, Plaza & Janés Editores, S.A., 2001, España

<sup>35</sup> <http://personales.mundivia.es>

<sup>36</sup> Ibid pp31 (34)

(National Science Fundation), Fundación Nacional para la Ciencia.

El Internet se conforma por un núcleo central, desde donde se origina la información y los ejes troncales denominados “backbones”. Estos permiten la circulación de información a velocidades altas y otras más lentas, con lo que la unión de redes más pequeñas hacia la principal sería algo más factible, en cuanto a transmisión de datos se refiere, formando así la “red de redes” en una especie de gran autopista de la información. El vertiginoso crecimiento de Internet, al cual posteriormente se unieron nuevas redes, ya no solo de centros educativos o de investigaciones, sino de empresas comerciales, organismos no gubernamentales, etc., se unieron además centros europeos y de otros lugares del mundo lo que hizo que la red colapse. Estos años significaron para el proyecto INTERNET una de las más grandes incertidumbres, puesto que nunca se llegó a pensar que el uso de la red se generalizaría y popularizaría tanto mundialmente, que desbordaría los sistemas y las posibilidades de acceso que debieron ser restringidos en una época. Pero la cantidad de usuarios y fines de uso que aparecerían (educativas, comerciales, de ocio, etc.), obligaron a que, para inicios de los años noventa apareciera la WWW, WORLD WIDE WEB o “telaraña de información” que aglutinaría toda la información existente y liberaría los accesos para todos quienes ingresen a la red. En 1994 apareció el navegador Netscape Navigator, abriendo las puertas al acceso total y fácil a la red. En la misma época se desarrollan programas de Software que se difunden a través del Internet para su rápida y gratuita instalación como por ejemplo el LINUX, plataforma de uso de un

ordenador, equivalente al sistema Windows de la Microsoft. Por otro lado la versatilidad de la red permitió el apareamiento de gráficos y animaciones, variedad de coloridos diseños, fotografías, etc., que dan movimiento a las páginas del Internet. Los DNS: Domain Name System o Sistema de Nombres por Dominios permitieron que cada usuario que use la red, obtenga un nombre, una dirección única e irrepetible en la red, asignada a cada ordenador para la conexión. Los nombres y la dirección están relacionados con el tipo de institución o red a la que el ordenador está conectado. Así la dirección: [www.uisek.edu.ec](http://www.uisek.edu.ec), significa: Universidad Internacional SEK (nombre de la institución, es generalmente aleatorio en una combinación de siglas), edu (de educación), ec (ecuatoriana). Cada dirección asignada corresponde al IP, "Internet Protocol". Las direcciones pueden variar según cada categoría:

- .arpa - red de Arpanet.
- .mil - organizaciones militares.
- .gov - organizaciones gubernamentales.
- .net - empresas muy extendidas en la red.
- .edu - instituciones educativas.
- .com - empresas u organizaciones comerciales.
- .org - cualquier tipo de organización no gubernamental o no incluida en las anteriores categorías.

Además de este tipo de siglas, se suele adicionar una identificación de cada país al que la dirección pertenece, así: "ec" Ecuador o "ru" Rusia, etc.

A partir de 1994 surgieron los navegadores, sistemas o recursos de tránsito disponibles en la www. para entrar en las “páginas”, bases de datos especializadas, directorios, etc., que se multiplicaban geométricamente en la red Internet y que al mismo tiempo permitían fácilmente, búsquedas de temas de interés específicos, lo cual fue un gran atractivo y éxito hasta el día de hoy. Por ejemplo: Yahoo, Google, Altavista, Lycos, etc. La proliferación de estos buscadores proporcionaron la capacidad de acceder a todo tipo de sistemas y servicios, bases de datos de bancos, organismos de gobierno, etc., muchos de los cuales eran reservados, o se consideraban así, apareciendo lo que hoy se conoce como violación de información en la www., o delitos informáticos. A mediados y fines de los ochentas aparecieron alrededor del mundo los temidos hackers o husmeadores de información, que pretenden y promulgan el libre y total acceso a todos los sitios de la red y los crackers, que violaban la información y las redes de seguridad, pudiendo acceder a información restringida de toda clase y con capacidad de enviar peligrosos virus, que en cuestión de minutos contaminaban toda la red y con capacidad para destruir total o parcialmente el sistema interno de un computador. **“En 1988 un virus gusano ataca 6.000 de los 60.000 hosts de Internet”.**<sup>37</sup> Aunque en el Ecuador los ataques de los crackers no han proliferado tanto como en otros países, su actividad es temida por todo individuo que posea un ordenador o una red de ellos.

### 2.1.1 El Ciberespacio

“Un conglomerado humano que no se ve pero que existe remotamente en algún lugar del planeta Tierra, emitiendo constantemente mensajes, ideas, propuestas u opiniones hacia todos los demás que quieran integrarse. Proporcionando al mismo tiempo un sinnúmero de espacios o páginas con información de todo tipo”.

La unión de los ordenadores dispuestos en red a nivel mundial, creando un mundo sin necesidad de la presencia física de cada una de las máquinas que lo conforman, dan lugar al Ciberespacio, la galaxia de los ordenadores, de las páginas virtuales y de todos quienes ingresan para interactuar en este mundo, creando una comunidad de acción, donde el mensaje transita por los canales invisibles de la red global, facilitando la comunicación instantánea entre individuos conocidos o desconocidos en cualquier lugar e instante de tiempo, y la posibilidad de acceder a un mayor número de datos dispuestos en una galaxia existente solo en red. **“Cada día se incorporan miles de páginas nuevas al Internet y se estima que su número ya se encuentra en miles de millones”**<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Ibid pp31 (33)

<sup>38</sup> Naves para el Ciberespacio en Revista “CONECTADOS”, 2000, Ecuador, pp10

## 2.2 Las NTIC's

TIC's, a mi juicio, son las tecnologías capaces de proveer servicios de transmisión de datos, audio y video a mayor rapidez, mayor calidad y fidelidad y a un menor costo. Permiten la integración en cuanto a conectividad, para el libre y democrático acceso de todos los habitantes de un país, comunidad o región, facilitando al mismo tiempo, la vida de esas personas y supliendo sus necesidades y requerimientos comunicativos e informativos.

NTIC's: estas siglas determinan a las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación a nivel mundial. Poseen un amplio y poderoso significado político y económico, pues el desarrollo de estas significa al mismo tiempo, el avance de un país, nación o una comunidad social en todo ámbito. Cabe notar así, que la elaboración de estas nuevas tecnologías, se ha dado en países del mundo desarrollado o primer mundo, encabezado por los Estados Unidos, el Japón y los ahora llamados "Tigres del Asia", además de varios países Europeos. El resto de estados, no productores de estas tecnologías, son considerados consumidores natos de la misma, pues no todos tienen la capacidad económica de sustentar proyectos de tipo tecnológico – científico en sus territorios y se mantienen en la simple recepción y consumo. Por otro lado, la accesibilidad de la población, o ciertos grupos de ella, a este tipo de tecnologías, difiere, dependiendo posiblemente por la deficiente capacidad adquisitiva, puesto que los costos de equipos tecnológicos de última generación versus los salarios de trabajadores por

ejemplo en el Ecuador, no llega ni a cubrir la canasta básica, menos aun la adquisición de tecnologías modernas. A pesar de no estar en la lista de los grandes de la tecnología, el Ecuador, hoy produce y envía software a otros países de la región Andina.

Las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información se centran en el procesamiento de datos de información, la producción de nuevo software con capacidad de transmisión de audio, video, archivos, voz humana, correo electrónico, etc., a gran velocidad y de alta definición, a través de redes unidas e interconectadas entre sí, creando una red informativa mundial que atraviesa barreras de tiempo y espacio, además de hardware (equipos periféricos que son añadidos a un ordenador según la necesidad del servicio que prestan). Estas tecnologías, proporcionan una amplia cantidad y diversidad de nuevos servicios que se centran en lo interactivo. Basta con entrar a la página web de “amazon.com” y ordenar la compra y envío de un libro u obra literaria a cualquier lugar del mundo. La forma, muy sencilla, es utilizando una tarjeta de crédito internacional, que al ingresar en el sistema su código es receptada inmediatamente por los dueños de la página virtual que la procesan, reconocen la firma electrónica y en pocos días, envían el libro a su destinatario final. Este claro ejemplo demuestra que la posibilidad que brindan las Nuevas Tecnologías son grandes y actúan en un radio inmenso que acoge todos los campos posibles de imaginar.

La posibilidad de consultar notas en colegios y universidades mediante la red INTERNET, el envío de datos por medio de un FAX periférico o interno de un PC, la localización inmediata de un individuo por medio de un teléfono celular o móvil, o el implemento del TELETRABAJO, que permite a una persona trabajar desde su propio hogar, teniendo solamente el equipamiento necesario para el envío y la recepción de datos, por medio de una línea telefónica y un módem<sup>39</sup>, son una pequeña muestra de la amplia gama de posibilidades de uso de estas tecnologías, que se convierten en objetos cotidianos que en la actualidad pasan casi desapercibidos por sus usuarios, pero su utilidad y aplicación son máximas.

Si enfocamos las NTIC's en otros campos, se puede detectar su uso en el área militar de un estado, puesto que el desarrollo de las mismas, permite a un ejército la posibilidad de mantener el poder y control sobre algo o alguien, un territorio, personalidades importantes, acceso al espionaje internacional, teledirección de armamento, etc., además de las comunicaciones, pilares de la convivencia humana y los diversos medios que transmiten datos, informaciones, códigos y señales de todo tipo, en caso de inseguridad territorial o amenazas de conflictos bélicos. Al mismo tiempo la manipulación de datos para la consecución de algún fin, la simulación de escenarios o personas, hasta llegar a las más grandes producciones de Hollywood, en cuanto a ciencia ficción y otros géneros se refiere. Así, el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información datan de la Segunda Guerra Mundial y su continuación durante la "Guerra Fría", donde la

---

<sup>39</sup> MODEM.- aparato que permite la comunicación de dos computadoras a través de la una línea telefónica

carrera armamentista y de desarrollo investigativo, científico, tecnológico e informacional, fue la que propició un despliegue enorme de equipos de punta a nivel mundial. Hoy, las TIC's están enmarcadas y reguladas bajo la ITU, International Communication Union o Unión Internacional de Telecomunicación, en español. Las Nuevas Tecnologías implicadas directamente en el uso eficiente de una red de Internet, engloban principalmente dos aspectos técnicos sumamente importantes: primero la rapidez o agilidad de transmisión de datos, archivos e información en general y segundo, la convergencia de varios servicios en uno solo, con lo que se disminuyen los costos de operación. Este segundo aspecto sumamente importante de la constante reducción de costos permitiría la accesibilidad y democratización de las TIC's a nivel mundial, para suprimir la brecha digital que afecta a varios países, principalmente los menos desarrollados. Así el uso de la "Fibra Óptica", la adaptación de la "Banda Ancha" y demás tipos de modernos y ágiles sistemas de telecomunicaciones, son primordiales para el desarrollo del Internet en la actualidad y de la conectividad mundial humana.

Los altos costos del uso de satélites internacionales para el retorno de la señal de Internet "Redes VSAT", obligó al uso de otro método para transmitir datos por la red. Pese a que los diversos satélites permitían un considerable aumento en la velocidad de tránsito para la descarga de grandes y pesados archivos, el desarrollo tecnológico permitió el apareamiento de un nuevo sistema de telecomunicaciones con alta capacidad y velocidad de transmisión de datos, inviolabilidad de información, la capacidad de instalación sin un amplio cableado y de muy fácil

reparación en caso de ser necesario y la óptima calidad de la señal tanto en emisión como en recepción, hicieron de la “Fibra Óptica” un canal perfecto y eficaz para transmitir todo tipo de información. La Fibra Óptica es un cable de vidrio tan fino que se asemeja a un cabello humano, transmite luz y no electricidad **“no le afectan las interferencias eléctricas, lo cual supone un aumento muy notable en la calidad de la señal transportada”**.<sup>40</sup> Se la considera como la técnica más avanzada en comunicaciones, conjuntamente con la banda ancha, sustituyendo totalmente al convencional cableado de cobre, puesto que cientos o miles de ellos pueden ser reemplazados por uno solo de fibra óptica. **“La fibra óptica consiste en un núcleo cilíndrico y un revestimiento dispuesto concéntricamente en torno a él, hechos de cristal de cuarzo de alta pureza”**<sup>41</sup>. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones de Ecuador define también a la fibra óptica como un **“Cable de alta capacidad que utiliza un láser que se desplaza por fibra de vidrio para transmitir la información”**.<sup>42</sup> Las ventajas del uso de la fibra óptica permite transmitir un gran volumen de información a altas velocidades entre puntos localizados a gran distancia, usando un rayo láser, cuya cualidad es la constancia de su haz de luz y su direccionalidad y coherencia, además del peso ligero, su flexibilidad, la capacidad de manejo y reducción de costos. En Ecuador, algunos Cybercafés han implementado el uso del cableado de fibra óptica para el funcionamiento de sus instalaciones. Esto les

---

<sup>40</sup> TERCEIRO J., **“Sociedad digital: Del homo sapiens al homo digitalis”**, 1996, España, Alianza Editorial, pp72

<sup>41</sup> Ibid TERCEIRO J., pp70

<sup>42</sup> **Glosario de Términos de las Telecomunicaciones del CONATEL**, Julio 2002, Ecuador

permite prestar un excelente servicio a los usuarios, que garantice alta calidad y fidelidad en las comunicaciones que se realicen. Así mismo, las oficinas que requieren de comunicaciones ágiles y efectivas utilizan este tipo de sistema en el país que les garantiza el alto nivel de aprovechamiento de tiempo, recursos y dinero en sus operaciones de comunicación. Por otro lado, el desarrollo científico en telecomunicaciones ha incluido el concepto de “ancho de banda” (**cuyo significado es el margen de frecuencias que hay en una banda desde las más altas y las más bajas<sup>43</sup>**), la implementación de esta característica técnica, permite mejorar las comunicaciones actuales. Se la conoce actualmente como “Comunicación de Banda ancha”, y aumenta ostensiblemente la transmisión de datos, señales e información en general, o como la define el CONATEL es **“la capacidad de transmisión con anchura de banda suficiente para ofrecer conjuntamente voz, datos y video”**. Supongamos a un individuo que está navegando por Internet, recibiendo un fax y hablando por teléfono al mismo tiempo, por la misma línea telefónica y todo esto gracias a la banda ancha. Aun no completamente implementada en el Ecuador, pero con una muy cercana incursión en el mercado, la banda ancha permite el uso de varios servicios comunicativos simultáneamente, aumentando los niveles de productividad de cualquier negocio. La banda ancha permite un uso múltiple, agilitando todo tipo de funciones que requieren un menor tiempo de ejecución. José Terceiro denomina la banda ancha como **“la convergencia de tres industrias: la telefónica, el ordenador y los medios de (audio, datos, fax, imagen y video)”** y la interpreta como la medida

de la capacidad de transporte de un medio de comunicación. Cabe notar que además de la fibra óptica y de la banda ancha, existen alrededor de las TIC's, tanto software como hardware capas de facilitar el uso de las comunicaciones y la transmisión y almacenamiento de datos, audio y video como por ejemplo: el fax o facsímil, que mediante una línea telefónica convencional transmite texto e imagen de baja definición pero que hoy se vale del Internet para enviar los datos hacia un ordenador. El scanner, que es un hardware o periférico que copia exactamente una imagen o texto y lo transfiere a un programa gráfico de ordenador, permitiendo realizar todo tipo de modificaciones en cuanto a diseño y calidad, la mini cámara digital que permite la visualización de dos o más individuos ubicados en distintos puntos geográficos. En cuanto al software existen novedosos paquetes telefónicos como "Net2phone", "MediaRing", etc., que mediante el Internet permiten la comunicación hacia teléfonos convencionales, móviles o correos electrónicos. El "instant messenger" o IM, generalmente usado en oficinas para mensajes cortos instantáneos de transmisión inmediata hacia otros ordenadores en línea mediante Internet, el popularizado recientemente "chat" o charla inmediata mediante texto y audio, y el tan usado concepto de correo electrónico e-mail.

---

<sup>43</sup> Ibid Club.telepolis

### **2.3 Internet en la Actualidad**

Hoy en día quien tiene acceso al Internet, tiene la información en sus manos en cuestión de pocos segundos. Desde una sencilla página de noticias hasta la búsqueda de algún tema específico. El ingreso en la biblioteca de una universidad, un vistazo en una galería de arte ubicada en pleno centro de Nueva York, Berlín o Roma, o quizás la charla en una comunidad virtual ubicada dentro del ciberespacio. Los usos de Internet actualmente son muy diversos, gracias a la posibilidad que ofrecen los sistemas de navegación y buscadores localizados en toda la WWW. Pero el uso del Internet a nivel mundial significa más que nada el uso de un canal de comunicaciones eficaz, eficiente, veloz y de bajo costo, que permite un sinnúmero de funciones, desde el oficial, pasando por labores de tele-trabajo e investigación académica, hasta el más variado sistema de ocio y diversión. La creación de ventanillas o portales para todo tipo de empresas u organismos, tanto públicos como privados, agiliza la comunicación entre usuario y servidor y acrecienta una cultura de interrelación o interactividad y de mayores conocimientos en cuanto a los usos que brinda la tecnología. En cuanto a la educación, los directorios temáticos, la tele-educación, etc., brinda a los estudiantes de cualquier edad el acceso a la investigación y la obtención de estudios y títulos certificados y válidos internacionalmente de cualquier centro universitario u organismo que ofrezca cursos, talleres o seminarios. También el uso del Internet ha permitido que cientos de estudiantes accedan a becas ofrecidas por gobiernos y universidades locales, nacionales o internacionales. La

participación en foros de variados intereses, hace también parte del quehacer de las comunidades virtuales interesadas en compartir información y conocimientos de temas científicos o empíricos. Otra aplicación que se está dando actualmente es la tele-medicina. No tan popularizada pero con un prometedor futuro, puesto que una gran cantidad de pacientes enfermos podrá realizar sus consultas más rápidas, desde un ordenador usando la red y recibiendo respuesta inmediata de su médico tratante, más aun si de por medio existe una videocámara, así mismo la implementación de la receta electrónica, validada en cualquier farmacia.

El comercio electrónico es otra herramienta básica que están usando la gran mayoría de empresas, puesto que los beneficios que representa tener un espacio en la red son más amplios, rápidos y eficaces que los modos convencionales de negocios, y el uso de la firma electrónica garantiza la originalidad del documento virtual para una efectiva posibilidad de compra.

En nuestro país el uso generalizado del Internet por su accesible costo y principalmente de sus dos “mejores y preferidos” servicios de comunicación, “el correo electrónico” y los “paquetes telefónicos”, que permiten que diariamente cientos de personas se comuniquen con sus familiares y amigos emigrantes en el exterior. Para la industria del Internet, el apareamiento de los Cibercafés es una de las aplicaciones más prometedoras en lo que a servicios comunicativos se refiere, siendo también uno de los servicios que más impactos sociales está causando, por el cambio de hábitos tanto de convivencia como de adaptación al

entorno tecnológico que día a día implementa nuevos conceptos y diversifica los usos. Hoy el Internet se ha masificado en tales proporciones que hasta los niños lo manejan y las diferencias de tipo socioeconómico, educativo y cultural, ya no son limitantes de acceso al mismo, sino que enriquecen sus aplicaciones.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- CASTELLS, Manuel, **“LA GALAXIA INTERNET”**, 2001, España, Plaza & Janés Editores S.A.
- **“CONECTADOS”**, Revista, junio 2000, Quito – Ecuador
- **GLOSARIO DE TÉRMINOS DE LAS TELECOMUNICACIONES** de CONATEL, Julio 2002, Quito – Ecuador
- <http://club.telepolis.com/croma.video/TERMINOSA.htm>.
- <http://personales.mundivia.es>
- TERCEIRO, B. José, **“Sociedad Digital, del homo sapiens al homo digitalis”**, 1996, España, Alianza Editorial
- [www.elpais.es/temas/dossieres/pc/multi.html](http://www.elpais.es/temas/dossieres/pc/multi.html)

## Capítulo III

### EL CIBERCAFÉ

#### 3. Qué es un Cibercafé.

##### **Orígenes, desarrollo y situación actual**

La llegada del Internet al Ecuador a inicios de los años noventa, continuó con el desarrollo de las telecomunicaciones, que se iniciaron en 1884 en nuestro país, cuando un 9 de julio se transmitió el primer mensaje telegráfico entre Quito y Guayaquil. Gradualmente y durante todo el siglo veinte, la telegrafía y telefonía permitieron la comunicación entre varios sectores geográficos del país. Hoy, según datos de un artículo publicado por el CONATEL, se cuenta con **“1 329.137 abonados de telefonía fija, 1 100.000 en telefonía móvil o celular y más de 400.000 usuarios de Internet”<sup>44</sup>**. Este suceso marcó un hito en nuestra historia y permitió la continuación y el mejoramiento de la tecnología comunicativa durante más de un siglo; y, que hasta el día de hoy no se ha detenido, sino que, a pasos moderados, continúa avanzando e implementando nuevas alternativas, soluciones y servicios. Al mismo tiempo, el fenómeno Internet provocó dos inmensos giros en la vida de los ecuatorianos. Primero, la evolución y advenimiento en el uso de las TIC's, que permite comunicaciones rápidas, efectivas y fiables con equipos modernos y a costos accesibles.

En un inicio el servicio se proporcionó sólo para instituciones educativas, ONG's y del gobierno, pero que hoy han sido generalizadas hacia la población. Segundo, un gran cambio socio – cultural en la vida de los ecuatorianos, tanto en sus actitudes como en los valores. Por cultura, se puede entender a las relaciones y acciones del ser humano con su entorno, cualquiera que este sea, y que reúne sus manifestaciones y rasgos propios y característicos. Cabe notar que la tecnología y el Internet, vienen al país como parte del oleaje globalizador de las comunicaciones desde el mundo desarrollado; dando paso por un lado, a las nuevas relaciones culturales de comunicación, así: persona a persona, persona a máquina y viceversa, y por el otro, a la implementación de los nuevos servicios que esto acarrea para los usuarios. El uso de las TIC's en nuestro país sugirió un cambio en la mentalidad, en el “modus vivendi” y en los hábitos cotidianos de la población ecuatoriana, aunque no de toda edad, género, nivel educativo y posición social, pues existe población analfabeta, que vive en la pobreza, y sin acceso a la educación, por lo que definitivamente no ha vivido el impacto de las TIC's.

Nuestro país es tecnológica y comunicacionalmente retrasado, por falta de coberturas y el restringido acceso al desarrollo científico de vanguardia mundial, frente al resto de países de la misma región. Las estadísticas reflejan que mientras en el año 2000, el Perú contaba con 2.500.000 usuarios de Internet (aprox. 10% de la población), el Ecuador tenía apenas 180.000 usuarios<sup>45</sup> (aprox. 1.5%); uno de

---

<sup>44</sup> [www.conatel.gov.ec](http://www.conatel.gov.ec)

<sup>45</sup> [www.ahciet.net](http://www.ahciet.net)

los más bajos índices de la región. Pese a haber sido el segundo país de Sudamérica después de la Argentina que tuvo acceso a la red. Desde 1990 a 1997 no se tiene siquiera un número de usuarios registrados. Además, de la baja penetración del servicio que se ubica en **2.74 por cada 100 habitantes**<sup>46</sup>. No obstante lo anterior en nuestro país el Internet significó una revolución en todo sentido. En 1998, las entidades de control en telecomunicaciones registraron a 4.064 usuarios y es posiblemente ese año el que marcó el despegue o “boom” del uso del INTERNET, como lo muestra el cuadro a continuación, proporcionado por la Superintendencia de Telecomunicaciones:

#### **USUARIOS DE INTERNET DESDE 1997 HASTA DICIEMBRE DEL 2000**

Mes	Total de usuarios
Dic-00	57627
Nov-00	55549
1999	37538
1998	4064
1997	0

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones  
 Elaboración: [www.supertel.gob.ec](http://www.supertel.gob.ec)

El primer proveedor de Internet para el territorio ecuatoriano fue Ecuonet, pionera en el medio. Hoy existen casi una centena de ellos según cifras del CONATEL (Consejo Nacional de Telecomunicaciones) y SENATEL (Secretaría Nacional de

---

<sup>46</sup> <http://revista.ecua.net.ec/junio2002/bites.html>

Telecomunicaciones), entre ellos ACCES, INTERACTIVE, SATNET, etc., y los usuarios, tanto personales como corporativos, por cuentas registradas llegan a los 91.382. Por otro lado aproximadamente 400.000 personas usan el servicio permanentemente o son considerados cibernautas, tomando en cuenta que un registro del servicio, permite el uso a varias personas rotativas en una misma terminal (PC).<sup>47</sup> Según la revista Ecuagnet, la mayor cantidad de cuentas son para abonados personales, a razón de uso de tres personas por cuenta personal, mientras que la minoría, las cuentas corporativas cuentan con un promedio de 30 usuarios por cuenta.

### USUARIOS PERSONALES Y CORPORATIVOS

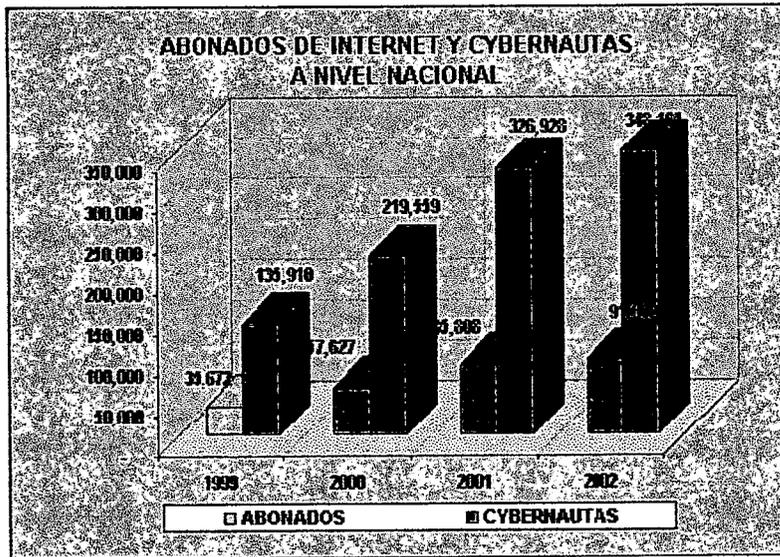
Mes	Usuarios personales (i)	Usuarios Corporativos	Total de usuarios
Mayo del 2002	86.992	4.390	91.382
Abril del 2002	86.882	3.761	90.643
Marzo del 2002	83.996	3.715	87.711
Febrero del 2002	83.274	3.746	87.020
Enero del 2002	83.561	2.633	86.194

(i) Es el número de usuarios o cuentas individuales de internet (dialup) registradas y reportadas a la Superintendencia por las operadoras autorizadas de valor agregado

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones  
 Elaboración: [www.supertel.gob.ec](http://www.supertel.gob.ec)

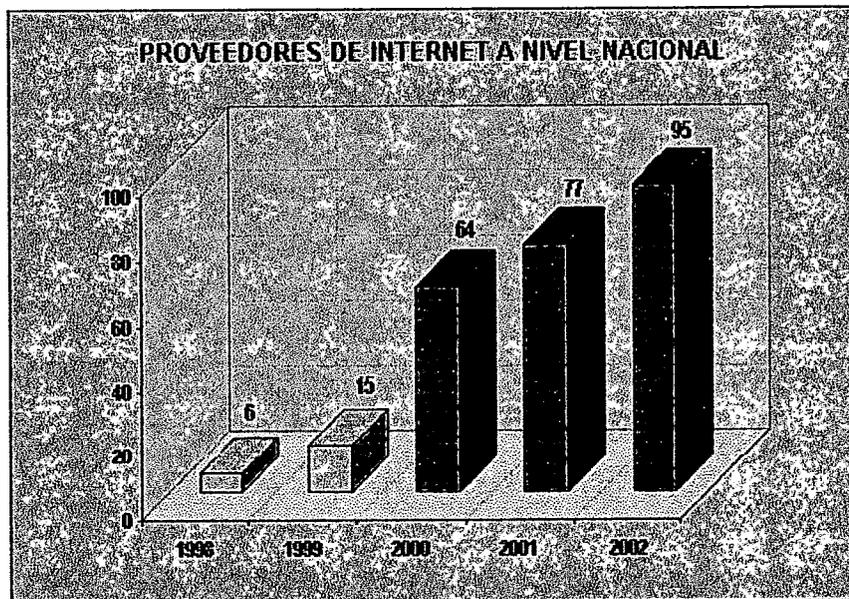
<sup>47</sup> [www.supertel.gob.ec](http://www.supertel.gob.ec)

## ABONADOS AL INTERNET Y CIBERNAUTAS



Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones  
Elaboración: [www.supertel.gob.ec](http://www.supertel.gob.ec)

Así mismo el número de proveedores del servicio de Internet ha crecido de la siguiente forma:



Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones  
Elaboración: [www.supertel.gob.ec](http://www.supertel.gob.ec)

Pero el fenómeno Internet debe su crecimiento a varias razones. Por un lado la globalización de las telecomunicaciones y el avance tecnológico de los vecinos de la región y del resto del mundo, anteriormente ya mencionada, aceleró la llegada de tecnologías útiles, tanto para instituciones públicas como privadas. La necesidad de comunicación y transmisión de datos efectiva con la creación de software y paquetes utilitarios de oficinas, y creación de servicios de “intranets” o Internet restringido, centralizado e interno dentro de varias compañías, definido por el CONATEL como **“una red basada en protocolos TCP/IP accesible únicamente a los empleados de una organización o a otros usuarios autorizados. Los sitios en la Web intranet son similares a otros sitios en la Web, pero están protegidos por murallas que impiden el acceso no autorizado”**<sup>48</sup>.

El apareamiento y la inserción del “tele trabajo”, como nuevo recurso económico para las empresas o personas naturales, el “e-commerce” o “comercio electrónico”, que está siendo reconocido como actividad legal. La reciente apertura del mercado de las telecomunicaciones y las distintas agendas de conectividad, cuya misión es involucrar a todos los sectores de la sociedad y del estado con programas de “Tele – salud”, “Tele – Educación” y “Gobierno en línea”, entre otros. Quizás una de las razones más importantes de este “boom Internet” fue la emigración de miles de ecuatorianos a partir de 1995 - 1998, desde la crisis financiera y bancaria que golpeó a todos los hogares ecuatorianos, más

aun a los de escasos recursos económicos, cuyos miembros viajaron en su mayoría a España y a Estados Unidos para pasar a formar parte de la mano de obra barata. Lo que a su vez motivó a la necesidad de comunicarse con sus familiares en el exterior desde el Ecuador o viceversa, a un costo accesible, tanto para el correo electrónico, como para las llamadas telefónicas, que rápidamente permitieron el crecimiento de un nuevo sector de servicios comunicacionales, los Cibercafés.

### **3.1 Análisis de la situación actual de los Cibercafés en la ciudad de Quito**

Según la definición establecida por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones CONATEL, los “Cibercafés” son centros de información y acceso a la red de Internet. Al mismo tiempo son considerados como un servicio público para que la masa humana que no posee un ordenador personal en casa o en sus puestos de trabajo, puedan gozar y utilizar el Internet y sus derivaciones. En el caso de Ecuador el Internet no ha sido un medio de Comunicación e Información muy usado, similar caso al resto de Latinoamérica, cuya distribución regional de usuarios en el año 2000, ubicó a un escaso 4.04% de la población, frente a un 41.05% de Estados Unidos y Canadá y a un 27.79% en Europa, según fuentes de la AUI (Asociación de Usuarios de Internet). Es hasta mediados de los años

---

<sup>48</sup> CONATEL, “Glosario de Términos de las Telecomunicaciones”, 2002, Ecuador, 2002

noventa, que el índice de acceso a la red comienza a aumentar en el caso de nuestro país, dado más que nada por el fenómeno migración.

Los Cibercafés son establecimientos privados, pero que proporcionan un servicio público con costo para sus usuarios. Están conformados por varios ordenadores, puestos en línea conectados a una red local, en muchos de los casos con un solo canal de salida a Internet o la conocida línea dedicada. Existen también otros métodos de conexión como el Dial Up, que significa que mientras un ordenador principal recibe la conexión directa del Internet sin necesidad de marcar para conectarse, transmite a los demás usuarios la conexión al servicio en otras terminales.

La implementación de Fibra Óptica también es un modo de conexión que genera mayor velocidad en transmisión de datos y conexión. En cuanto a la conexión, los rangos generales de la misma fluctúan entre los 64 kbps (kbytes por segundo, que refleja la cantidad de información que puede ser obtenida y desplegada en un ordenador a razón de un segundo), velocidad muy lenta y la más baja de los rangos encontrados. Por otro lado velocidades de 128 y 256 kbps, son aceptables y las más utilizadas por los establecimientos, pues permiten mayor agilidad en la transmisión de datos. Los ordenadores de un Cibercafé poseen ciertos paquetes utilitarios para proporcionar los diversos servicios que requieren sus usuarios,

como el Net2Phone o productos similares, que permiten la realización de llamadas al exterior por medio del Internet. La mayor parte de usuarios acuden a los Cibercafés para “navegar”, es decir desplazarse por el Internet sin un propósito fijo, realizar investigaciones, enviar y recibir correo electrónico, participar en chats o foros de discusión en línea, etc.

Según fuentes del CONATEL, en la ciudad de Quito existen 166 establecimientos de Cibercafés registrados legalmente y distribuidos en varias zonas de la ciudad. Así en el norte donde se concentra la mayor cantidad de ellos, existen 91 Cibercafés agrupados en el perímetro turístico y comercial de la ciudad de Quito. En el centro hay 32 y en el sur 43. Todos ellos dispuestos de la forma presentada en el anexo 1, seguido por el mapa del anexo 2.

Luego de obtenida la cantidad de Cibercafés por zona y para poder conocer exactamente cuales son las condiciones de funcionamiento de los Cibercafés de la ciudad, se han tomado 25 de ellos para ser estudiados, pues esta cifra representa la muestra estadística de los 166 que existen. (Anexo3)

De los 25 Cibercafés, 14 son tomados para el estudio de la zona norte, que significan el 54.81% del total; 5 de la zona centro, que representan al 19.27% del total y finalmente 6 de la zona sur que concentra el 25.9% de la totalidad, para realizar el análisis. Además se ha entrevistado a un universo de 200 usuarios, a razón de 8 por establecimiento. Las preguntas realizadas en las encuestas, arrojan los siguientes datos por zona:

### **3.2 La ciudad y su zonificación**

Los criterios de zonificación presentados para el análisis han sido tomados en cuenta por la división administrativa de la ciudad de Quito, a la cual el mismo Municipio ha dividido en Distritos, Norte, Centro y Sur. En la investigación no se han considerado los valles aledaños, Cumbayá y San Rafael, pues son periféricos.

Cada una de las zonas poseen características propias. La zona norte de la ciudad inicia en el parque “El Ejido”, que la divide del centro. Se extiende hasta los barrios de Carcelén y Calderón.

La zona no es solamente residencial, sino que está plagada de instituciones de tipo comercial, financiero, educativo y varias empresas e industrias. También el norte de Quito, es una de las zonas con mayor número de Centros Comerciales, que concentran todo tipo de negocios, convirtiendo este sector en el centro financiero de la capital, donde el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación han tenido su mayor “nicho” y posibilidad de desarrollo a futuro. Así mismo, un gran número de hoteles y alojamientos para turistas están alrededor del populoso sector conocido como la Mariscal. Para el análisis de los Cibercafés, La Mariscal juega un rol importante, pues es ahí donde la presencia del turista extranjero, procedente generalmente de Europa o Estados Unidos, ha propiciado un mayor flujo de clientela para los Cibercafés.

La zona central de la ciudad inicia en el parque “El Ejido” y se extiende aproximadamente hasta la avenida “Rodrigo de Chávez”.. Es una de las zonas con mayor reconocimiento a nivel nacional e internacional, por la riqueza histórico – artística que guarda en sí. Es visitada a diario por un gran número de turistas nacionales y extranjeros. Antiguas iglesias, conventos, monasterios, monumentos y museos, forman parte de la “Joya Colonial” de la capital del Ecuador. Así mismo, esta zona tiene un gran movimiento comercial a diario, que posibilita el funcionamiento de varios negocios, entre ellos el de Cibercafés. A más de ser zona turística, residencial y comercial, el centro de Quito, aloja también a instituciones del gobierno, localizándose ahí el Palacio Presidencial de Carondelet. Lamentablemente el centro de Quito es la zona que más carencias presenta en cuanto al desarrollo de tecnologías de comunicación.

La zona sur de la ciudad, se extiende desde la avenida Rodrigo de Chávez hasta barrios como “La Ecuatoriana”, “Guaman?” o “Chillo Gallo”. Es residencial, industrial y comercial a la vez. La presencia de extranjeros de los países vecinos como Colombia y Perú es fuerte. La densidad de población necesitada del servicio comunicativo y el movimiento económico del sector, facilita el apareamiento de los Cibercafés. El uso de servicios como navegación por Internet, llamadas telefónicas internacionales, uso de fax y scanner, son los más comunes en el sector.

### 3.3 LOS USUARIOS DE CIBERCAFÉS

Para conocer exactamente quienes son los usuarios de los Cibercafés, se ha procedido realizar las siguientes tablas comparativas. La primera tabla se refiere estrictamente a Hombres y Mujeres y los porcentajes que muestran la edad, género y nivel socio – económico (NSE).

#### QUIENES SON?

#### USUARIOS DE CIBERCAFÉS

SECTOR	EDAD			GENERO		NACIONALIDAD		NIVEL SOCIO ECONOMICO		
	-15	15-30	+30	M	F	ECUAT	EXTR.	BAJO	MEDIO	ALTO
NORTE	1.78%	65.18%	33.04%	45.54%	54.46%	61.60%	38.40%	6.25%	55.35%	38.40%
CENTRO	10.00%	42.50%	47.50%	62.50%	37.50%	90.00%	10.00%	32.50%	55.00%	12.50%
SUR	0.00%	72.91%	27.09%	60.00%	40.00%	83.33%	16.67%	35.42%	52.08%	12.50%
QUITO	3.00%	62.50%	34.50%	52.50%	47.50%	72.50%	27.50%	18.50%	54.50%	27.00%

FUENTE: ENCUESTA A USUARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

**Edad .-** En cuanto a la edad, la ciudad de Quito mantiene un mayor número de usuarios en el rango de quince a treinta años. Seguido por usuarios mayores de treinta años y finalmente una baja presencia de usuarios infantiles menores de quince años de edad. Este factor se da por la capacidad de acceso a la tecnología y al manejo de ella, al conocimiento y nivel educativo que permite su correcto uso y con cierto tipo de propósitos, dependiendo de la necesidad que el usuario tenga. Además hay que destacar que existe un gran número de estudiantes, de colegios y universidades que se encuentran en este rango de edad, y que por su actividad académica requieren del uso de un Cibercafé.

La presencia de población mayor a los 30 años, también ocupa un importante sitio entre los usuarios, especialmente por consideraciones de comunicación con familiares en el exterior.

En la **zona norte** de la ciudad se repite el mismo fenómeno anterior, la mayoría de los usuarios están entre los 15 y 30 años, seguidos por los mayores de treinta y finalmente un porcentaje muy bajo de población infantil.

El **centro** de Quito, al contrario de las demás zonas analizadas, tiene mayor presencia de usuarios mayores de 30 años, seguidos por usuarios de 15 a 30 años, aunque la diferencia entre los porcentajes nos es significativa, y finalmente aparecen los menores de 15 años. Esto se da posiblemente porque las personas que visitan los Cibercafés son ejecutivos, que usan los establecimientos en su mayoría para realizar trabajos de oficinas, de estudios y también lo que es el contacto con la familia y amigos.

En el **sur** de la ciudad, hay un alto porcentaje de usuarios entre 15 y 30 años, seguido por la población de más de treinta, con un amplia diferencia entre los porcentajes. La población menor de 15 años es inexistente en este sector.

La población infantil tiene un porcentaje bajísimo en todas las zonas de la ciudad y especialmente en el sur, donde su presencia es inexistente, las razones posiblemente sean económicas, pues un menor no posee la cantidad de dinero

suficiente como para gastarlo en un Cibercafé. Además, en el caso de tener dinero, la población infantil tiene que satisfacer otras necesidades como los juegos o la comida. Durante la observación en los Cibercafés, no se encontraron menores jugando, y su presencia en ellos, siempre acompañada por un adulto, se debía más al uso del correo electrónico y llamadas a familiares en el exterior. Por otro lado, la carencia de población de la tercera edad, es notable, aunque durante la investigación, se pudo observar que hay un pequeño grupo, generalmente de mujeres en la zona norte que acuden a los Cibercafés, acompañados siempre por un familiar de entre 15 y 30 años que es el que maneja con cierta destreza los sistemas tecnológicos.

El desenvolvimiento en los modernos sistemas de computación e informática no es posible para todos. Salvo ciertas excepciones, hay grupos por edad, que nunca han tenido ni el acceso, ni la necesidad de usar este tipo de tecnología, simplemente no quieren usarla, en este caso se encuentran las personas de la tercera edad.

**Género.-** En Quito el género masculino predomina entre los usuarios de Cibercafés. Aunque la diferencia en porcentaje es mínima respecto a las mujeres, esta situación demuestra que tanto hombres como mujeres, son asiduos usuarios de Cibercafés.

Los Cibercafés de la zona **norte** de Quito reflejan que las mujeres son sus mayores usuarias. Pero tanto en la zona **centro** y la **sur** existe un mayor porcentaje de usuarios hombres. Posiblemente, la presencia de un mayor número de usuarias mujeres en la zona norte se deba a factores de seguridad que poseen ciertos establecimientos dentro de Centros Comerciales. Así también, un mayor acceso al nivel de educación superior de las mismas, que les permite el fácil manejo de la tecnología proporcionada por los establecimientos y sus ingresos económicos que les permiten pagar por los servicios del Cibercafé.

**Nacionalidad.-** La nacionalidad ecuatoriana de los usuarios de Cibercafés, en el caso tanto de hombres como mujeres en las tres zonas de Quito, es superior a la extranjera, compuesta principalmente por turistas norteamericanos, sudamericanos y europeos, o trabajadores de los países vecinos. Aunque es muy notable e importante la presencia de usuarios extranjeros en la zona **norte**, que llegan a ser casi la mitad, puesto que el sector denominado de “La Mariscal” acoge un gran número de establecimientos turístico – hoteleros y a su vez ha conglomerado varios Cibercafés que prestan servicios comunicativos. Así también los Cibercafés del norte cuentan con personal de habla inglesa, lo que dinamiza la comunicación entre usuarios y propietarios de los establecimientos y al mismo tiempo les brinda la sensación de seguridad. Por otro lado, un ambiente agradable y donde el extranjero se mantiene en contacto con sus similares, lo cual le facilita desenvolverse y estar en confianza.

Conjuntamente con las encuestas y las observaciones, fueron de suma importancia las afirmaciones de varios propietarios o gerentes de los Cibercafés visitados, puesto que ellos confirmaron el fenómeno de la clientela nacional, considerándola como la más fiel y que se mantiene estable durante todo el año, bajando, eso si, en la temporada vacacional, que en la sierra, es de julio a septiembre.

El cliente extranjero, es rotativo, es un cliente de paso, por lo mismo que sólo visita el país por poco tiempo, o está conformado por estudiantes de intercambio que están entre los tres a doce meses y varían sus visitas de un local Cibercafé a otro, dependiendo del ambiente, de la compañía de sus amistades o si el lugar está de paso por su camino.

En la zona **central** de la ciudad, la presencia de usuarios extranjeros es muy baja, dado esto a que este sector de la ciudad no ofrece la seguridad necesaria en los establecimientos Cibercafés y además brinda otras alternativas en cuanto a actividades, como el turismo artístico histórico.

En el **sur** de la ciudad, la presencia del cliente extranjero en los Cibercafés no es notable, el porcentaje es muy bajo frente al cliente nacional. La característica mas destacable de este tipo de usuarios es que la mayoría de ellos es de origen peruano o colombiano, que han venido al país en busca de actividades comerciales.

**Nivel Socio – Económico.-** Quito es una ciudad donde la presencia del nivel económico medio es tan frecuente que se refleja entre la clientela de los Cibercafés, constituyendo su mayoría. Aunque la diferencia no es abismal, le sigue el nivel alto y finalmente el bajo. Que a pesar de sus limitantes económicos, también constituye un porcentaje significativo de usuarios de Cibercafés.

En el **norte** de Quito el nivel social bajo es ínfimo como parte de la clientela de los establecimientos. Al contrario, el nivel medio, tiene el mayor porcentaje de presencia en el sector, seguido por el nivel alto. Ambos poseen tanto los recursos económicos como los conocimientos necesarios para la utilización de los diversos servicios que ofrece el Cibercafé. Al igual que en el norte, la zona **centro** alberga el mayor porcentaje del nivel social medio, seguido por el bajo y finalmente el alto. En cuanto al **sur** de la ciudad, este sector mantiene el mayor porcentaje del nivel social medio, seguido por el bajo, cuyo porcentaje es el mayor entre las tres zonas analizadas, y finalmente el nivel alto, al igual que en el centro de la ciudad.

Pero a pesar del alto porcentaje del nivel social bajo, tanto en el centro como en el sur de la capital, el nivel medio es el que tiene la mayor presencia en las tres zonas, tanto en hombres y mujeres y superando al resto de niveles sociales.

Esta situación refleja la brecha económica que existe en nuestro país, donde la presencia de los niveles sociales medios y bajos se mantienen con porcentajes relativamente altos, llegando a sumar entre ambos el 73% de los usuarios totales

de Cybercafés, que carecen de tecnología propia, me refiero a un ordenador personal en sus domicilios o del servicio de Internet, por ello deben ir a un Cybercafé. La diferencia con el nivel social alto, es amplia, pues este grupo solamente representa un 27% de la población que usa Cybercafés.

Cabe notar también que los estratos sociales alto y medio, a diferencia del bajo, tienen un aceptable nivel educativo, que les facilita el manejo de los equipos tecnológicos y modernos sistemas, al mismo tiempo que les permite pagar por su uso dentro de un Cybercafé.

### QUE HACEN?

Esta tabla demuestra los usos que realizan los clientes dentro de un establecimiento Cybercafé.

#### USOS

ZONA	INTERNET	TELEFONÍA POR INTERNET	FAX, SCANNER CAMARA DE VIDEO	PAQUETES UTILITARIOS
NORTE	73.21%	21.43%	0.00%	5.36%
CENTRO	65.00%	17.50%	0.00%	17.50%
SUR	68.76%	8.33%	14.58%	8.33%
Quito	70.50%	17.50%	3.50%	8.50%

FUENTE: ENCUESTA A USUARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

En la tabla anterior se puede apreciar que el uso principal que se tiene en los Cybercafés, tanto del norte, del centro y del sur es el Internet, entendiendo por ello

a la navegación, el chat y el correo electrónico. La ciudad de Quito refleja que el uso del Internet es la razón principal del porqué los quiteños acuden a un Cibercafé.

La realización de llamadas telefónicas al exterior, es el segundo factor de importancia en toda la ciudad. Esto significa que los usuarios en general, prefieren usar la telefonía que presta el Cibercafé, frente a la telefonía local convencional, por los costos. Quito, concentra una gran cantidad de extranjeros que requieren llamar a sus países. Los clientes nacionales usan el servicio por el contacto con sus familiares y amigos en el exterior. Es de esperar que el turismo continúe acrecentándose en nuestro medio, ya que así, estos centros de servicios tendrían una demanda permanente, sin embargo, debido a la dolarización y al incremento de los costos en el país, se podría deducir lo contrario.

Los porcentajes más bajos en cuanto al uso, están en la utilización de los “paquetes utilitarios”, ya que muchos de los usuarios, poseen estos servicios en sus domicilios u oficinas y no lo requieren hacerlo en un Cibercafé. Finalmente, la utilización conjunta de scanner, fax o cámara de video, tienen el más bajo nivel de uso en toda la ciudad, son considerados servicios de valor agregado y posiblemente los costos de los mismos sean analizados por los clientes antes de elegirlos.

**La zona norte** es la que lleva el mayor porcentaje de cibernautas, las razones, son diversas. Considerando que en esta zona de la ciudad existe un 38.40% de usuarios extranjeros. Ellos son constantes usuarios de estos establecimientos, pues utilizan el Internet para poder contactarse con familiares y amigos o sencillamente informarse de lo que ocurre en sus países de origen. Por otro lado en cuanto a los usuarios en general, es importante mencionar que el Internet es el sistema que engloba todo el resto de usos y propósitos que a él se refieran, como chat, navegación, correo electrónico, etc., que son muy representativos, no así a los paquetes utilitarios, que no forman parte de los usos predilectos. Las llamadas telefónicas al exterior a través del Internet, es la segunda actividad preferida en el norte de Quito, el factor principal, el alto índice de migración de la población de sectores como Cotacollao, Calderón y Carapungo hacia Estados Unidos, España, Italia y demás países desarrollados, y segundo, el turismo, muy concentrado en la zona y la cantidad de extranjeros residentes en la ciudad, que llegan al Cibercafé en busca de la realización de llamadas a costos menores de los que ofrecen los sistemas de telefonía convencional. Por ejemplo, una llamada a Estados Unidos o España desde un Cibercafé equivale a unos 0.20 centavos de dólar, mientras que hacerlo desde un teléfono convencional es de 0.69 centavos y desde uno de telefonía móvil o celular es de 0.84 centavos a Estados Unidos y 1.02 dólares hacia España.<sup>49</sup> La diferencia en costos es claramente apreciada por la clientela. Pero las llamadas telefónicas por Internet tienen una fuerte desventaja respecto al resto de telefonía, su calidad de transmisión de voz que es muy deficiente.

Generalmente se interrumpe varias veces, presenta ecos y ruidos de interferencia y tarda unos cuantos segundos en ir y venir. No obstante sigue manteniendo su posición preferida entre los usos dentro de un Cibercafé en esta zona. El tercer lugar de usos, lo ocupan los paquetes utilitarios o de oficina, me refiero al uso de Word, Excel, Power Point y demás paquetes similares. Su porcentaje no es representativo en la zona, y es menor a la del centro y sur de la ciudad, lo cual refleja que a pesar de que un gran número de usuarios visita un Cibercafé para ocupar este tipo de programas por falta de computadoras en sus hogares o puestos de trabajo, la mayoría no requiere de este uso en el norte y que más bien se presenta de forma esporádica.

**Zona Centro.-** Al igual que en la zona norte, la central tiene un altísimo porcentaje de preferencia del uso del Internet. A pesar de que el turismo extranjero en el centro de Quito no se dirige específicamente hacia el uso de Cibercafé, el cliente nacional, gusta de visitar los establecimientos para conectarse. Por otro lado, el segundo lugar en cuanto al uso, lo comparten igualmente la telefonía por Internet y el uso de los paquetes utilitarios, lo cual muestra que si existe un gran número de usuarios que acuden al Cibercafé para llamar a sus familiares y amigos en el exterior, también hay un amplio grupo de personas que lo hacen para utilizar los programas que brindan los paquetes utilitarios anteriormente descritos.

---

<sup>49</sup> Información proporcionada por el 1800 001 001 de Servicio al Cliente de Bell South

**Zona Sur.-** esta zona también se caracteriza por que su principal uso es el de Internet. El 16.67% de extranjeros que se encuentran temporalmente o habitan la zona y que en su mayoría realizan actividades de comercio, se sirven de este medio para contactarse con sus proveedores en el exterior. Este dato refleja que mientras en la zona norte de la ciudad los extranjeros usuarios de Cibercafés son turistas norteamericanos o europeos, en la zona sur se concentran usuarios comerciantes de países vecinos, como Perú y Colombia, y que los propósitos varían en este sentido, puesto que si para los primeros el uso se enfoca hacia el contacto con la familia y los amigos, los segundos lo dirigen hacia los negocios. Curiosamente, el uso de servicios diversos como el fax, el scanner o la cámara de video, ocupan el segundo lugar en los usos más frecuentes de los clientes de Cibercafés de la zona, fenómeno que se da por la carencia de estos servicios en residencias, negocios y oficinas del sector. La telefonía por Internet y el uso de los paquetes utilitarios comparten el tercer lugar, entre las preferencias de los clientes del sector, tanto para contactos el primero, como para diversas aplicaciones el segundo.

### **¿Cuál es el propósito de uso?**

Este punto trata de los principales aspectos que motivan a los usuarios a ir a un Cibercafé y el fin de uso propuesto.

## LOS PROPÓSITOS

ZONA	ESTUDIOS	CONTACTO FAMILIA /AMIGOS	CHAT	NEGOCIOS	NAVEGA CION	ENTRETE NIMIENTO
NORTE	15.18%	58.93%	1.79%	2.67%	21.43%	0.00%
CENTRO	15.00%	40.00%	12.50%	7.50%	25.00%	0.00%
SUR	27.08%	29.17%	10.42%	4.17%	27.08%	2.08%
Quito	18.00%	48.00%	6.00%	4.00%	23.50%	0.50%

FUENTE: ENCUESTA A USUARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

En la ciudad de Quito, se puede observar que el propósito de uso, con el mayor porcentaje de la tabla es el contacto con la familia y los amigos, sea a través del correo electrónico, el chat, o la telefonía por Internet. Le sigue, la navegación que al mismo tiempo implica la investigación casual o profunda de cualquier tema; y, el tercer porcentaje en importancia lo tiene el factor estudios. Las preferencias con los porcentajes más bajos son el chat, los negocios y el entretenimiento, respectivamente.

### Los estudios.-

En el **norte** de Quito, un gran número de estudiantes universitarios, especialmente de los alrededores de la Universidad Central o de la Politécnica y Católica, que no poseen ordenadores propios, utilizan los Cybercafés. En cuanto a los porcentajes, de este factor, en las zonas norte y **centro** son prácticamente iguales.

En la zona **sur**, el propósito estudios es uno de los más fuertes entre las tres zonas de la ciudad. Muchas de las personas que acuden a los Cybercafés utilizan, tanto el

Internet como los paquetes utilitarios para realizar estudios relacionados con la escuela, el colegio, universidad, etc.

**Contacto con familia y amigos.-** el mayor porcentaje en cuanto a propósitos se refiere, se lo lleva este factor. El rasgo es predominante en toda la ciudad y en las tres zonas, donde supera al resto de factores que motivan al público cibernauta a acudir a los Cibercafés. Esto no es extraño, puesto que el conglomerado humano que no dispone de Internet propio, en sus domicilios o puestos de trabajo, pero que al mismo tiempo requiere contactarse con sus familiares, amigos, conocidos, etc. sea dentro como fuera del país, tiene en mente el ir a un Cibercafé. Lo que le proporciona una ventaja en costos, si son llamadas a través del Internet, y también a la rapidez de envío y recepción de mensajería, en el caso del correo electrónico.

Hoy las barreras de la distancia se han acortado tanto, que la gran mayoría de usuarios poseen una cuenta de correo ó e-mail propio gratuito. En menos de una hora pueden enviar varios mensajes a varias personas simultáneamente, añadiendo con facilidad cualquier tipo de documento personal, que lo adjuntan desde los paquetes utilitarios, así como fotografías a través del scanner o tarjetas electrónicas gratuitas. Todo esto por un dólar, o quizás menos.

**Chat.-** una moderna y rápida forma de comunicación directa, donde intervienen dos o más usuarios conectados simultáneamente y donde no se hacen esperar las preguntas y respuestas de ida y vuelta en pocos segundos, eso es el chateo o “chat”, una simple “charla”, pero que en varios casos se realiza en una comunidad

desconocida, no se ve ni se conoce a la o las personas que intervienen en el diálogo. Esta forma de comunicación se ha popularizado en los últimos años entre los jóvenes en su mayoría, que no ven los riesgos que pueden acaecer si se llevan estas charlas de forma indiscriminada y abierta, y en la que es tan fácil entregar todo tipo de información personal y ser víctima posteriormente de ello.

Sin embargo, el factor “chat”, tiene un porcentaje aceptable en el conglomerado humano cibernauta quiteño, ocupando el cuarto lugar entre los propósitos generales. En la zona **norte** el porcentaje de uso del chat es muy bajo, la fuerte presencia que posee esta actividad se concentra entre los usuarios de las zonas **centro** y **sur** de Quito. Las diversas comunidades que existen hoy en día, como “Latin chat”, “msn”, “ciudad futura”, etc., permiten que un gran número de personas ingresen a los mismos para departir momentos con otros. Quiénes son?, Cómo son?, Qué quieren?, ó dónde están?, tales personas, es algo que muchos de los que participan de estos encuentros no saben. No obstante los peligros, el chat ha servido también para que lo adopten los “intranets” de las empresas privadas, en las que el servicio ha permitido una comunicación rápida, instantánea y efectiva entre sus empleados. Los propósitos en esos casos son laborales o de simple conversación personal.

**Negocios.-** algunos cibernautas acuden a los Cibercafés para buscar información acerca de nuevas oportunidades comerciales, contactos para negocios en el interior y exterior o simples informaciones de compra y venta de objetos. Más aún con la legalización de la firma electrónica, lo que asegura legalmente a los

empresarios y emprendedores en caso de la realización de un contrato a través de Internet. Se estima que dentro del propósito de negocios, también se encuentra la búsqueda de empleo, aun cuando muchos de los entrevistados declinaron expresarlo abiertamente.

El factor negocios, ocupa un quinto lugar en el total de la tabla. En la zona norte ocupa el porcentaje más bajo, pero en el centro y sur de Quito, es más notorio. Algo curioso, es que un gran número de personas que acuden al Cibercafé y cuyo propósito es la búsqueda de posibilidades de negocios, si tienen Pc's en casa, y en muchas ocasiones si tienen una cuenta individual de Internet, pero les resulta más barato ir a un Cibercafé que utilizarlo en sus computadoras.

**Navegación.-** ocupando el segundo lugar en los porcentajes de la tabla de propósitos de uso, la navegación es uno de los factores más importantes actualmente, en lo que se refiere al Internet. “Simplemente les gusta navegar”, dicen varios usuarios cibernautas, de los Cibercafé capitalinos.

El factor tiene su mayor presencia en la zona **sur** de la ciudad de Quito, seguido por el **centro** y **norte**, con porcentajes muy similares en las tres zonas.

“El simplemente navegar”, reúne diversos aspectos de las personas cuyo propósito es ese. Primero, la falta de un objetivo concreto en el uso de Internet, el navegar por navegar, si se encuentra algo agradable acorde a los intereses de la persona ya interviene una investigación más a fondo, pero caso contrario no. Se salta de página en página en espera de lo que aparece.

Segundo, el aspecto presenta un grado de que-me-importismo de la persona usuaria del Cibercafé, en cuanto al tiempo gastado, pues la navegación o la búsqueda no finaliza en nada concreto. Sin embargo, el fenómeno es muy común y posiblemente se extienda, pues refleja a un 23.50% de usuarios que prefieren navegar, frente a otras actividades. Así mismo el fenómeno tiene que ver con usuarios nacionales que acuden a los Cibercafé en busca de nuevos temas relacionados con trabajos específicos, con pasatiempos o materias afines al gusto, nivel educativo y a la capacidad de interés de las personas. Se la relaciona con temas esotéricos y alternativos como religión, relaciones internacionales, ciencias místicas, etc.

**Entretenimiento.-** con un porcentaje bajísimo en la tabla de propósitos de uso, este factor se presenta solamente en la zona **sur** de la ciudad, el resto no lo posee. Se refiere principalmente a usuarios que buscan en el Cibercafé un momento de esparcimiento, fuera de los hogares o de las oficinas.

El ir a un Cibercafé, representa algo así como ir al Cine, o quizás a un café. Generalmente para ver o conocer gente nueva, observar a quienes están ahí y que es lo que hacen. Charlar, interrelacionarse. Para este grupo de personas, el uso del Internet o de las computadoras, no representa nada más que una moda por acudir a un lugar donde se reúnen más personas, mas no existe un fin diferente a ese.

**¿Cuáles son las razones para elegir un Cibercafé?**

## RAZONES PARA LA ELECCIÓN DE UN CIBERCAFÉ

HOMBRES MUJERES	CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN	RAPIDEZ DE CONEXION	COSTOS	UBICACIÓN	MEDIO SOCIAL
NORTE	16.97%	6.25%	29.47%	24.10%	23.21%
CENTRO	17.50%	25.00%	25.00%	32.50%	0.00%
SUR	18.75%	12.50%	37.50%	31.25%	0.00%
Quito	17.50%	11.50%	30.50%	27.50%	13.00%

FUENTE: ENCUESTA A USUARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

Para escoger un Cybercafé, la mayoría de personas de la ciudad de Quito, no importa la zona, pues los porcentajes son relativamente iguales, se fija en dos aspectos primordiales: los **costos** de los servicios que van a utilizar y la **ubicación** de los establecimientos a los que acuden, pues mientras, más cerca de sus casas, hoteles u oficinas están, o si quizás le queda “al paso”, es lo mejor para elegirlos.

El tercer aspecto que los usuarios de Cybercafés analizan antes de elegir a uno, es la **calidad de servicio y atención**, un lugar limpio, con un ambiente agradable y amable, donde puedan desarrollar sus actividades de forma tranquila y donde dispongan de todos los servicios que requieran.

La cuarta razón por la que se elige un Cybercafé es el “**medio social**”, este factor se presenta solamente en la zona norte y se da más entre la clientela extranjera, posee un importante significado, que ya fue mencionado anteriormente. Los extranjeros prefieren estar en un lugar donde existan similares, donde puedan

encontrar más extranjeros con los que puedan interactuar, de ahí que un gran número de Cibercafés, cuentan con casi en su totalidad público proveniente del exterior. El personal de los establecimientos habla inglés o más idiomas, y las descripciones de los productos se detallan en inglés. Así, el cliente encuentra en el Cibercafé un lugar de apoyo, acogida e identificación, en un país lejano al de su origen.

La **rapidez de conexión**, es otra de las razones por las que los usuarios acuden a un Cibercafé determinado, ya que este, les ofrece lo que ellos requieren, más posibilidades de comunicarse, en menor tiempo, ahorrando los costos. Los porcentajes de este factor son mayores en la zona **centro**, seguidos por la zona **sur** y finalmente la del **norte**.

Solamente la presencia del factor rapidez de conexión está indicando que los niveles de exigencia de la población por un servicio rápido, correcto y eficaz, con modernos y ágiles equipos que devengan los costos que están pagando por su uso, se comienza a hacer sentir entre los quiteños.

Un equipo obsoleto o una conexión inadecuada no permitirá que el cliente logre realizar las tareas que requiera de forma satisfactoria.

### **3.4 LOS DUEÑOS**

En esta parte se pueden conocer las apreciaciones y puntos de vista de los propietarios de establecimientos Cibercafés en cuanto a los siguientes aspectos.

## EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA DE UN CIBERCAFÉ

	Tiempo de funcionamiento		Cantidad de computadoras			Tipo de conexión que utilizan			
	-1 año	+ 1 año	- 5	De 5 a 10	+ 15	Línea Dedicada	Dial up	Fibra Óptica	Banda Ancha
<b>Quito</b>	56.00%	44.00%	28.00%	44.00%	28.00%	64.00%	28.00%	8.00%	0.00%

FUENTE: ENCUESTA A PROPIETARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

**Tiempo de funcionamiento.-** La mayor parte de locales Cibercafés se encuentran en funcionamiento menos de un año. Y es la zona central de la ciudad de Quito la que concentra el mayor número de establecimientos relativamente nuevos. Los establecimientos más antiguos que tienen más de un año de funcionamiento se concentran en su mayoría en la zona norte de Quito y más concretamente en el sector de la Mariscal. Esto puede hacer notar, que el negocio tiene una cierta estabilidad, y que al mismo tiempo es rentable para sus propietarios. Así también es importante conocer que muchos Cibercafés están más de dos años, pero que van cambiando de propietarios constantemente. El negocio pasa de mano en mano, pero se mantiene.

**Cantidad de Computadoras.-** la mayor parte de los establecimientos Cibercafés, en toda la ciudad de Quito, poseen entre cinco y diez computadoras, que es una cantidad razonable para mantener la actividad y prestar los servicios necesarios para la clientela. El restante porcentaje, así como lo indica la tabla se divide

igualmente entre establecimientos con menos de cinco máquinas, fenómeno que se da más en la zona central de la ciudad, donde el promedio es de 3 máquinas por establecimiento y más de 10 equipos en la zona norte, donde siendo mayor el área física de los Cibercafés, les permite ampliarse en cuanto al equipamiento que tienen. Hay locales con un gran número de visitantes diarios, lo que permite un mayor ingreso de capitales para implementar más computadoras y más servicios de valor agregado.

**Tipo de conexión que utilizan.-** el mayor porcentaje de establecimientos en la ciudad utilizan una Línea Dedicada, para su conexión al Internet, seguida también por el Dial Up y finalmente con el uso de la Fibra Óptica, que la poseen poquísimos establecimientos y solamente en la zona norte de la ciudad. La posible razón de esto, tomando en cuenta que el uso de fibra es una de las tecnologías de comunicación de mayor avanzada a nivel mundial, son los altos costos que los propietarios deben cancelar por el uso de la misma. Fenómeno igual ocurre con el uso de la Banda Ancha, no disponible en nuestros Cibercafés, y prácticamente inexistente en el país por falta de inversión en ella. Recientemente se está implementando el uso de la Banda Ancha, únicamente para empresas y no para Cibercafés. Así, los establecimientos se acomodan con el uso de tecnologías que no les dan un buen rango de velocidad para las conexiones a Internet, demorando significativamente las actividades de los clientes cuando todas las computadoras se mantienen en uso simultáneamente.

En cuanto a la frecuencia de renovación de equipos, la siguiente tabla indicará los porcentajes existentes:

### **FRECUENCIA DE RENOVACIÓN DE EQUIPOS**

	<b>Menor a un año</b>	<b>Cada año</b>	<b>Mayor a un año</b>
<b>Quito</b>	68%	28%	4%

FUENTE: ENCUESTA A PROPIETARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

La mayor cantidad de establecimientos dice tener una frecuencia de renovación de equipos y sistemas menor a un año. Si asumimos que esto sea verdad, se demostraría la preocupación de los propietarios por mantener innovados sus equipos, en correcto estado y con un mantenimiento eficaz que no incumpla las expectativas de su clientela. El siguiente porcentaje demuestra que un menor número de propietarios renueva sus equipos cada año, dejando posiblemente, ciertas brechas tecnológicas de actualidad, que aparecen aproximadamente cada semestre. Un escaso porcentaje de dueños de Cybercafés, han dejado de lado, la frecuencia con la que renuevan sus equipos, haciéndolo en un tiempo mayor a un año, con lo cual pueden sufrir de retraso técnico, de equipos y sistemas, proveyendo a sus clientes con servicios deficientes.

### **LOS USUARIOS SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS DUEÑOS**

Para los propietarios de los Cibercafés, sus clientes, los usuarios del Internet, poseen ciertos rasgos que los agrupan en las siguientes categorías que describen la mayor frecuencia de las opciones:

#### USUARIOS DE CIBERCAFÉS

	Edades			Género			Estrato social			Origen	
	- 15	15- 30	+ 30	M	F	ambos	bajo	medio	alto	nacional	extranjero
<b>Quito</b>	0%	96%	4%	20%	4%	76%	24%	52%	24%	68%	32%

FUENTE: ENCUESTA A PROPIETARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

**Edades.-** la mayor parte de la clientela que acude a los Cibercafés quiteños, fluctúa entre los 15 y 30 años de edad, corroborando así los mismos resultados anteriores.

**Género.-** la mayor parte de propietarios considera que ambos géneros, tanto hombres como mujeres acuden en iguales porcentajes a sus establecimientos. Otros propietarios de Cibercafés señalaron que más bien son los hombres, los que acuden en su mayoría a los establecimientos y un menor porcentaje femenino. Esta es una percepción empírica que concuerda con los datos de la encuesta a los usuarios.

**Estrato Social.-** el estrato social predominante en los usuarios de Cibercafés, según los dueños, es el “medio”.

**Origen** .- tanto la tabla que describen los propietarios de los Cibercafés como la de los usuarios, refleja muy claramente y con un amplio porcentaje de mayoría que los clientes que visitan los establecimientos son de origen nacional. Por supuesto que existe también un gran número de extranjeros, como fue anteriormente establecido.

### **3.5 SERVICIOS QUE PRESTA UN CIBERCAFÉ**

Los servicios que presta un cibercafé van desde la navegación por Internet, el uso de chat, correo electrónico o llamadas internacionales, así como los paquetes utilitarios como Word, Excel, Adobe, etc. para la realización de trabajos de índole educativo o laboral para los usuarios que carecen de un ordenador en su casa o puesto de trabajo, o los servicios periféricos adicionales, como el copiado por scanner o el envío de datos por fax.

Por otro lado hay que notar un servicio colateral al informático, que existe en todos los Cibercafés, el de la cafetería y alimentos. Esto a la vez que permite escoger entre bebidas, generalmente no alcohólicas y comidas rápidas y ligeras.

El servicio no interfiere con la actividad principal y más bien agrada al usuario mientras este realiza sus ocupaciones en el recinto.

## CLIENTELA DE UN CIBERCAFÉ

	Número diario de clientes		
	Menor a 30	De 30 a 50	Mayor a 50
<b>Quito</b>	16%	56%	28%

FUENTE: ENCUESTA A PROPIETARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

## SERVICIOS QUE PRESTA EL CIBERCAFÉ

	Principal actividad que se realiza en el recinto				Costos por hora de Internet:		Horas pico			Días pico	
	Inter. net	Telef.	Serv. Extras	Paquetes utilitarios	+\$1.00	-\$1.00	7 - 13	13 -18	18-22	Fines de semana	Días laborables
<b>Quito</b>	88%	12%	0%	0%	60%	40%	8%	92%	0%	32%	68%

FUENTE: ENCUESTA A PROPIETARIOS DE CIBERCAFES  
ELABORACIÓN DE LA AUTORA

El número diario de clientes en los Cibercafés de la ciudad capital fluctúa entre treinta a cincuenta clientes diarios. Así también, existe un gran número de Cibercafés que tienen una clientela que supera a las cincuenta personas. Los días laborables, de lunes a viernes, son los que reciben un mayor número de clientela. La mayor parte de la clientela de los Cibercafés encuestados visita los establecimientos en horarios de 13 a 18 horas de la tarde, horarios que implican el término de actividades de estudios y de oficina. Otro factor interesante es que los Cibercafés que se localizan dentro de un Centro Comercial en cualquiera de las tres zonas de la ciudad, reciben una gran afluencia de clientes durante los fines de semana.

Por otro lado, los propietarios de Cibercafés, señalan que la principal actividad que los clientes realizan en el establecimiento es la utilización del Internet, seguido por las llamadas telefónicas internacionales. Este fenómeno se ajusta a la tabla de resultados que indicaron los usuarios, confirmando así que las dos actividades son las de mayor importancia en el funcionamiento de un Cibercafé. Tanto el Internet como las llamadas al exterior son factores de gran importancia en el uso de las TIC's en el Ecuador, puesto que ellas permiten la comunicación entre nacionales y extranjeros, dentro y fuera del país; en un tiempo corto y a un costo accesible para los usuarios. Muchos niños, hijos de emigrantes, tienen la posibilidad de conversar con sus padres en el extranjero, acortando las distancias entre la familia. Hay que recalcar que mientras el fenómeno de la migración continúe, por razones socio-económicas, la demanda por servicios de telecomunicaciones crecerá progresivamente. En cuanto a los servicios extras como el uso de fax, scanner, etc., y el uso de paquetes utilitarios, no se apreció ningún porcentaje. Cabe destacar que todos los establecimientos Cibercafés encuestados prestan este tipo de servicios de valor agregado, pues es parte de sus labores.

En referencia al Internet, hay que señalar que el mayor porcentaje de establecimientos fijan su costo, en más de un dólar por hora, ubicándolo generalmente en 1.20dólares. Este costo, fue acordado con la Asociación de

Cibercafés de la Mariscal, no establecida legalmente, aunque existen otros Cibercafés, en especial los de Centros Comerciales cuyos valores están en ese mismo rango o son superiores.

### **3.6 El correo electrónico o e- mail**

**“El correo electrónico o e-mail es un método de comunicación muy rápido, económico y eficaz”<sup>50</sup>**. El servicio es igual al de un correo convencional pero se diferencia en que la información que enviamos o recibimos transita por la red Internet y llega hacia nosotros si tenemos un proveedor de correos como OutlookExpress, Messenger, etc. o si tenemos un registro en los correos gratuitos de hotmail, yahoo, altavista, y demás. Se puede hacer envío de todo tipo de datos como texto, audio, video, tarjetas virtuales, fotografías scaneadas, etc., todo esto sin demora, y hasta con la posibilidad de disponer la fecha de recibimiento por parte del consignatario, la notificación y la importancia del mensaje que emitimos. Actualmente el correo electrónico es uno de los servicios preferidos de los usuarios a nivel mundial. Los ecuatorianos usuarios de Internet tienen en su mayoría un correo electrónico gratuito disponible, que les permite mantener contactos dentro y fuera del país. El uso de este servicio ha proliferado por el fenómeno migratorio ecuatoriano. Mientras más ecuatorianos hay en el exterior,

---

<sup>50</sup> **Manual del alumno, Internet para todos**, 2002. España, Ministerio de Ciencia y Tecnología de España, pp33

mayor número de usuarios surgen, tanto en nuestro país como en los destinos finales de los emigrantes.

El correo electrónico permite mantener una libreta de direcciones constantes y el adjuntar documentos variados sustraídos desde cualquier otro punto del Internet o los programas de la computadora.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- <http://revista.ecua.net.ec/junio2002/bites.html>

<sup>s</sup> - Bell South Servicio al Cliente

- **MANUAL DEL ALUMNO**, Internet para todos, 2002. España, Ministerio de Ciencia y Tecnología de España

- [www.ahciet.net](http://www.ahciet.net)

- [www.conatel.gov.ec](http://www.conatel.gov.ec)

- [www.supertel.gov.ec](http://www.supertel.gov.ec)

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES

En cuanto a las conclusiones a las que he llegado, luego de realizar la investigación, observación y análisis de los diversos factores que representan el advenimiento de las TIC's en nuestro país, he podido obtener lo siguiente:

*4.1 Desde el aparecimiento de las TIC's a nivel mundial, se ha producido un cambio en la visión y aceptación de los medios de comunicación tradicionales. El uso de las TIC's implica hoy en día una forma más ágil y eficiente en la realización de todo tipo de tareas relacionadas a la comunicación humana y la información mundial.*

La última década representa un gran avance tecnológico en las comunicaciones universales a pequeña y gran escala. La revolución del PC, iniciada a mediados de los años ochentas, significó para la humanidad, la posibilidad de tener a su alcance los medios necesarios para comunicarse, es decir, transmitir cualquier cantidad de datos, de información, audio, texto o video, en tiempo real, inmediato, directo, y a costos que permanentemente se van reduciendo de forma drástica en la mayoría de países desarrollados tecnológicamente. La concepción del Internet como medio alternativo de comunicación e información, es un fenómeno psicológico que involucra a todo el conglomerado humano que tiene acceso al mismo. Relegando

a los medios tradicionales a un segundo plano. Aunque también les brinda la posibilidad de estar en línea, valiéndose del uso de la red mundial.

Para la generación actual, el uso de la tecnología comunicativa, es una necesidad básica, ya que representa el conocimiento y el manejo de la información de forma inmediata y que exige a su vez una respuesta instantánea, utilizando el modelo de comunicación planteado por Lasswell, emisor, mensaje, medio o canal, preceptor y los posteriores efectos.

Así el uso de Internet en nuestro país se ha popularizado tanto, que la mayor parte de usuarios, sean del nivel social bajo, medio o alto, que visitan un Cíbercafé tienen un registro de correo electrónico para comunicarse o a su vez transmitir información. Por otra parte, el análisis de las TIC's en el país refleja que existe un gran porcentaje de población que no accede a ellas, según registro presentado por la Universidad de Harvard, solamente el 1.42% de ecuatorianos tiene acceso al Internet.<sup>51</sup> Información que no coincide con el informe de la Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador que ubica a 348.165 usuarios<sup>52</sup>, que resultan ser el 2.78% de la población total.

Las comunicaciones de hoy son tan rápidas, ágiles y efectivas que no hay ni punto de comparación con las que se llevaban a cabo treinta años atrás. Esto ha

---

<sup>51</sup> [www.cid.harvard.edu](http://www.cid.harvard.edu)

<sup>52</sup> tabla de abonados de Internet y Cibernautas a nivel nacional / [www.supertel.gov.ec](http://www.supertel.gov.ec)

permitido el ahorro y aprovechamiento del tiempo para el ser humano en un mundo globalizado donde cabe destacar la célebre frase “el tiempo es oro”.

***4.2 A pesar del gran avance tecnológico en las telecomunicaciones durante los últimos diez años, los países de América Latina mantienen una amplia brecha digital frente a países del mundo desarrollado.***

Mientras en países como Estados Unidos, Canadá y en algunos de Europa y Asia, los usuarios regionales de Internet y Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información llegan a ser el 94.6% de la población, América Latina, tiene apenas el 4.04% de usuarios, según datos de la Asociación de Usuarios de Internet durante el año 2000.<sup>53</sup> Esta información demuestra claramente que existe una gran brecha digital entre los países del primer mundo, productores de tecnología y las naciones subdesarrolladas, consumidoras en pequeño porcentaje de la misma. Los altos costos de las TIC's disminuyen su penetración en los mercados regionales, frenando así su masificación y libre acceso.

***4.3 La brecha tecnológica – digital subsiste en el Ecuador, donde no es solo tecnológica, sino socio – económica y generacional. Factor que ha permitido la proliferación de Cibercafés.***

---

<sup>53</sup> Asociación de Usuarios de Internet, [www.aui.es](http://www.aui.es), en “La sociedad de la Información en Ibero América”, 2001, España, Colección Gestión de Telefónica 2001, pp201

El Ecuador, con una población aproximada de 12.600.000 habitantes, solamente un 2.78% son cibernautas y apenas existen 1.98 computadoras por cada 100 personas. Es este el factor que ha permitido el apareamiento de los Cibercafés desde el primero, en octubre de 1997<sup>54</sup> en las Torres Almagro, ubicadas en la zona turístico comercial de la ciudad de Quito, desde donde cientos de estos establecimientos han saltado a la palestra, no solo en la capital ecuatoriana sino en el resto de ciudades del país.

Por otro lado, la información arrojada por las encuestas demostró que hay cierta división en cuanto a las edades, al género, y al nivel socio – económico de la población usuaria que tiene acceso a las TIC's, como fue definido en capítulos anteriores. Es importante notar que la habilidad y agilidad con la que la población menor de quince años, aprende a desenvolverse en el uso de las nuevas tecnologías, permitirá el rápido crecimiento y proyección a futuro de esta, con la consecuente ampliación de la brecha digital con la generación inmediata anterior.

La población concentrada entre los 15 y 30 años es actualmente la mayor consumidora de TIC's, por sus necesidades de comunicación eficaz. Su utilización no sólo se realiza en los Cibercafés, actualmente las TIC's están en la oficina, la escuela, la casa, la empresa o negocio, y hasta en el bolsillo con la telefonía celular. El Internet de hoy ya es inalámbrico.

En cuanto a la tercera edad, la utilización de TIC's es prácticamente nula. Este grupo de personas no perciben el uso y la aplicación que les pueden dar, hasta existe temor de utilizarlas, sin embargo durante la observación se dieron casos de personas de la tercera edad acompañadas por jóvenes dentro de Cibercafés, principalmente para contactar con familiares y amigos en el exterior. Por otro lado hay que notar que la brecha digital subsiste en el Ecuador debido al amplio porcentaje del nivel socio – económico bajo, que carece de educación superior y de acceso a las TIC's. Así también se debe mencionar la baja inversión de tecnologías en educación y aplicación de ellas en otras áreas de la sociedad.

***4.4 La aceptación del Internet y el apareamiento de Cibercafés en el país, se dio por el alto índice migratorio de ecuatorianos hacia países desarrollados, iniciado a mediados de los años noventa. La comunicación mediante esta tecnología es la actividad primordial para la comunidad de cibernautas, pues en ella encuentran costos accesibles, y servicios rápidos, modernos y eficientes.***

El mayor porcentaje de usuarios de Cibercafés son los de origen nacional. Acuden casi a diario y masivamente a los establecimientos en busca de un correo electrónico o una llamada por Internet, generalmente hacia España o Estados Unidos, que les representa un costo significativamente menor al que presta la

---

<sup>54</sup> “Cibercafé, negocio de coyuntura” en Revista Conectados, junio 2000, Ecuador, Primera Edición, pp29

telefonía convencional de larga distancia. Los contactos con los familiares y amigos emigrantes, es la razón principal del uso del Internet y de las frecuentes visitas al Cibercafé de su elección. El envío de cartas, que hace algunos años se realizaba desde una agencia de correos, se ha reducido hoy significativamente con la introducción del Internet al mercado nacional. Desde que comenzó la oleada migratoria ecuatoriana muchos han sido los Cibercafé que se han abierto en Quito, Guayaquil, Cuenca y demás ciudades.

Según reportes de la Universidad de Harvard, el PIB (Producto Interno Bruto) en el Ecuador durante el período 2001 – 2002 fue de 3.068 dólares<sup>55</sup>, frente a 2.994 dólares que indica el Informe del Desarrollo Humano del PNUD del año 2001<sup>56</sup>, con lo que un salario mínimo de un trabajador ecuatoriano se ubicaría en los 250 dólares mensuales promedio, mientras que un ordenador personal cuesta entre 600 y 1200 dólares.

Para algunos propietarios el negocio de los Cibercafé presenta un futuro halagador puesto que permite el acceso a quienes no están cerca de la tecnología, pero hay voces que precisan lo contrario y lo ven en pronta decadencia, por varias razones, entre las que están los altos costos de mantenimiento y uso de conexión a Internet, para poder prestar los servicios de Telefonía, que llegan a bordear los 1000 dólares mensuales. La competencia con organismos de telefonía local, y la

---

<sup>55</sup> [www.cid.harvard.edu](http://www.cid.harvard.edu)

<sup>56</sup> Informe Sobre Desarrollo Humano 2001, PNUD

falta de organización por parte de las Asociaciones y de los mismos establecimientos, que aún no están reconocidas legalmente, hacen que el futuro del negocio sea una incógnita. Pero si analizamos el fenómeno desde la demanda poblacional, el futuro más próximo de la existencia de Cibercafés se ve promisorio, y que de crecer más, podría ser un factor preponderante en la disminución de la brecha tecnológica existente en la actualidad.

***4.5 El desarrollo de los medios de comunicación alternativos ha estado ligada al avance belicista de post guerra, que perdura hasta nuestros días.***

La tecnología siempre ha sido puesta en función de los usos militares, puesto que los recursos económicos de los gobiernos en las naciones desarrolladas, se han dirigido hacia el sector de las comunicaciones, la información y transmisión de datos a gran escala, teledirección avanzada para armamento, etc. La industria militar acelera el perfeccionamiento técnico de los medios en períodos de tiempo muy cortos; creando objetos tecnológicos más pequeños y más veloces, para el máximo aprovechamiento del tiempo. Además les otorga mayor número de funciones para su máximo rendimiento y servicio. Después de las pruebas y de su uso en la guerra, la tecnología militar es aprovechada para el desarrollo científico, investigativo, educativo, social, etc., y su enfoque es desviado hacia las ventajas que estos pueden dar a la sociedad. Así fue el nacimiento de ARPANET, hoy conocido como la gran red mundial del Internet, medio de comunicación más usado en el mundo, claro está que para los que tienen el acceso a él.

***4.6 La ciudad de Quito, dividida en tres Distritos o zonas, Norte, Centro y Sur; mantiene ciertas similitudes y diferencias en lo tecnológico, poblacional y económico, que a su vez son tomados como parámetros para la medición de los usos de la clientela dentro de los Cibercafés.***

Los Cibercafés de la ciudad están dispuestos a lo largo y ancho de las tres zonas. A menudo mantienen una clientela constante diaria, que los demanda para diversos fines. Estos centros, considerados como servicios públicos tienen características tecnológicas que los diferencian unos de otros. Mientras que en el norte y sur, la inversión en las TIC's es alta y se presenta de forma permanente, mediante la renovación de equipos, software y periféricos, el centro de la ciudad, se mantiene relegado en este aspecto. La inversión tecnológica es pobre y limitada, la renovación de equipos llega a tardar quizás un año o más. Algunos Cibercafés de la zona comparten su establecimiento con otro tipo de negocios, como restaurantes.

Por otro lado la densidad de la población, más baja en el norte capitalino, hace que la competencia entre Cibercafés sea más intensa, esto ha llevado a una situación práctica de saturación de establecimientos en el sector.

Como consecuencia de lo anterior el usuario tiene varias opciones para escoger, dependiendo de la comodidad que requiera en relación a los costos ofrecidos, que finalmente redundan en beneficios económicos

***4.7 Hombres y mujeres, en edades comprendidas entre los quince y treinta años de edad y generalmente de nivel socio-económico medio, son considerados como los principales actores de los Cibercafés.***

El rango de edad, nivel socio-económico y la convergencia de ambos géneros, en el que se encuentra el grupo de usuarios preponderante, demostró a lo largo de la investigación, que es el que requiere el servicio de Cibercafés en mayor medida. Las razones podríamos nosotros deducirlas por los siguientes aspectos: son asiduos adeptos a las TIC's y su constante cambio y evolución en el país, la necesidad de comunicaciones óptimas, las tareas de estudios y la posibilidad de invertir tiempo y dinero para servirse de los beneficios que prestan los establecimientos.

***4.8 La navegación, el uso del correo electrónico, el chateo y las llamadas internacionales, son en esencia, las actividades más importantes que se realizan en un Cibercafé.***

El amplio espectro de los usos que presta el Internet, es el que permite mantener el nivel de aceptación y de preferencia de los usuarios por los Cibercafés. El uso del correo electrónico y la realización de llamadas internacionales son característicos del grupo de usuarios entre quince y treinta años, porque en ellos, el uso tiene un carácter más serio y justificado, por la demanda de comunicaciones con el exterior, tanto por motivos de índole familiar afectivo como de negocios. La

navegación y el chateo, tan popularizado entre los usuarios más jóvenes, es otro de los factores que motivan el uso de Cibercafés, para ellos es más importante; permite la interacción con sus semejantes.

***4.9 Los Cibercafés de la capital son establecimientos de servicios públicos de telecomunicaciones, con costos accesibles para la población que carece de tecnologías propias. Al mismo tiempo, su permanencia en el mercado ecuatoriano es incierta, por la reciente apertura de las telecomunicaciones locales, de larga distancia y de telefonía móvil y transmisión de datos.***

Los Cibercafés de Quito son espacios físicos provistos de una red de ordenadores. Están implementados con las tecnologías de comunicación necesarias, para prestar sus servicios a la población que carece de los mismos. En la zona norte de la ciudad, son visiblemente atractivos en su estructura y diseño interior, esto no sucede en el centro ni en el sur. Algunos Cibercafés cuentan también con personal de atención, bilingüe y diestro en informática. En toda la ciudad, los establecimientos se concentran mayoritariamente en los alrededores de instituciones educativas, centros turísticos y oficinas, satisfaciendo así la demanda de estudiantes, visitantes y trabajadores.

La reciente apertura del mercado de las telecomunicaciones en nuestro país, es una de las razones por las que el futuro del sector Cibercafés se presenta incierto.

La presencia cada vez mayor, de locutorios o cabinas telefónicas de Andinatel, en la ciudad, ha hecho que el nivel de llamadas al exterior haya disminuido en los Cibercafés, como lo afirmaron algunos propietarios. Esto se debe a la calidad auditiva de las llamadas en los locutorios, más no por el precio de las mismas. El próximo ingreso de la compañía “Ecuador Telecom-TVCable” en telefonía fija, y de una nueva operadora de telefonía móvil, hace que la competencia y los altos costos actuales de funcionamiento, que deben cancelar los Cibercafés a los organismos de control estatal y a sus proveedores, posiblemente transformarán el mercado telefónico ecuatoriano.

Finalmente quiero añadir que la evolución de las TIC’s permitió que la vida del ser humano y sus tareas cotidianas se faciliten a tal punto que hoy, la localización de datos, de personas, al igual que la transmisión de audio, voz y video, sean tan simples e instantáneas, que desde un ordenador nos bastan unos cuantos segundos para hacerlo, y ni que decir de la telefonía y las telecomunicaciones que ingresan progresivamente en los mercados mundiales a un ritmo acelerado. Un teléfono móvil o celular permite ya la navegación por Internet, el chat y la transmisión de mensajería instantánea. A pesar de lo prometedor que suena la existencia y el futuro de la tecnología de avanzada, es importante conocer la brecha tecnológica que existe a nivel mundial. Mientras que el uso de las TIC’s ha permitido el apareamiento de la llamada “sociedad de la Información”, principalmente en Estados Unidos, Canadá y Europa; América Latina, Asia y África aun se

mantiene relegados de la implementación de nuevos sistemas de telecomunicaciones.

La comunicación y los medios van evolucionando con el ser humano, desde las formas convencionales como la comunicación directa o interpersonal, que usamos a diario en todas las actividades e interrelaciones que mantenemos con el resto de sujetos que nos rodean. En pocas palabras, el arte de comunicarnos es la forma más perfecta, amplia, variable y creativa que llevamos implícita en nuestra naturaleza.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Conectados, revista, 2000, Ecuador, Primera Edición, [www.cid.harvard.edu](http://www.cid.harvard.edu)
- Informe Sobre Desarrollo Humano 2001, PNUD
- “La sociedad de la Información en Ibero América”, Colección Gestión de Telefónica 2001, España
- [www.cid.harvard.edu](http://www.cid.harvard.edu)
- [www.supertel.gov.ec](http://www.supertel.gov.ec)
- [www.aui.es](http://www.aui.es)

## **Anexos:**

### **1° Disposición de Cibercafés según zona:**

Norte:

1. PAPAYA NET CALAMA 413 Y JUAN LEON MERA
2. LA RED INTERNET GONZALO ZALDUMBIDE N4982 Y CALLE C
3. PRINT TECH SERVICE PRITSE CIA LTDA RUMIPAMBA 1387 Y BURGEOIS
4. GLOBALNET AMAZONAS 1335 ENTRE CORDERO Y COLÓN
5. PLANETA NET CAFÉ CALAMA 414 Y JUAN LEON MERA
6. KAPICUA NET CORDERO 1414 Y AMAZONAS
7. EL MAPLE CALAMA 369 Y JUAN LEON MERA
8. SURFNET VEINTIMILLA E4190 Y AMAZONAS
9. CYBERSITIO@NET CORDERO 925 Y ALMAGRO
10. NET CALL AV. LA PRENSA 5545 Y RIGOBERTO HEREDIA
11. PC STORE AV. LA PRENSA 2591 Y H.SALAS CC. AEROPUERTO LOCAL 49
12. CAFÉWEB AMAZONAS 333 Y J. WASHINGTON
13. MUNDONET AV. 10 DE AGOSTO 2810 Y MARIANA DE JESÚS
14. CYBER COFFEE CALAMA 362 Y JUAN LEON MERA
15. FULL NET AMAZONAS Y MARIANA DE JESÚS
16. CIBERNET CAFÉ COLÓN Y REINA VICTORIA TORRES ALMAGRO LOCAL 3
17. EL CHOQUE CALAMA 317 Y REINA VICTORIA
18. MEGANET GRAL ENRÍQUEZ Y 6TA TRANSVERSAL
19. CAFÉ NET REINAVICTORIA Y CORDERO LOCAL 14
20. PLUS NET JUAN LEÓN MERA 741 Y BAQUEDANO

21. VICTELEHOME AV. 6 DE DICIEMBRE N2036 Y 18 DE SEPTIEMBRE
22. VG SISTEMAS JOSÉ HERBOSO 13 Y AV. DE LA PRENSA
23. NET ZONE CAFÉ INTERNET REINA VICTORIA 100 Y PATRIA
24. ZABALA@NET J. WASHINGTON Y AMAZONAS CC EL ESPIRAL 65
25. PUNTO NET 18 DE SEPTIEMBRE E476 Y AMAZONAS
26. JAV NET AV. 10 DE AGOSTO Y RAMIREZ DÁVALOS
27. JAV NET AV. DIEGO DE VASQUEZ 1312 Y BELLAVISTA
28. OFFICENET AV. 10 DE AGOSTO 1674 Y J. WASHINGTON
29. MONSERRATE BOOK STORE RAMIREZ DÁVALOS 152 Y AMAZONAS
30. EDYME PEDRO FREILE N58297 Y VACA DE CASTRO
31. ELAY 2000 REINA VICTORIA 1110 Y CORDERO
32. INTER.NET CARAPUNGO CALLE LUIS BACARI SM B9 MZ S #22
33. DANYNET CALLE C N603 Y PSJE 28 MZJ
34. CAFÉ NET DAYAN ALEMANIA 899 Y MARIANA DE JESÚS
35. SERVICE NET MADRID Y ASTURIAS ESQ. LOCAL 105
36. COMUNI-KT POLONIA 377 Y VANCOUVER EDF. POLONIA 102
37. JUNGLE NET CC. EL BOSQUE PLAZA CENTRAL.
38. WORLD NET ANGEL ESPINOZA 1129 Y JOAQUIN PAREJA
39. CHOCLO NET JUAN LEON MERA N26153 Y LA NIÑA
40. QUISQUEYANA AMAZONAS 635 Y RAMÍREZ DÁVALOS
41. SOFNET AV. EL MAESTRO 985 Y GASPAR TICA
42. FACE TO FACE ZAMORA N45288 Y BRASIL
43. HARDSOFT HOMERO SALAS 346 Y BRASIL
44. CELULAR MART S.A. SHYRIS 183 Y ALMAGRO
45. ENLAC.NET PRENSA Y FERNANDEZ SALVADOR N56194

46. VOYAGER AV. AMÉRICA 1530 Y RAMIREZ DÁVALOS
47. PLANET MALLORCA 246 Y MADRID
48. SUSY'S NET AV. 10 DE AGOSTO N 22125 Y RAMIREZ DÁVALOS
49. COMPUTES EDICIONES RAMÍREZ DÁVALOS 956 Y AMÉRICA
50. COMPUWORK AV. 10 DE AGOSTO 1833 Y SAN GREGORIO
51. MEGA COPYCENTER AV. AMÉRICA 5077 Y CARONDELET ESQ.
52. NET PLACE AMAZONES Y NNUU CCNU MEZANINE
53. AIRPORNET AV. LA PRENSA 2725 Y FERNANDO DÁVALOS
54. GLOBAL NET LA GASCA N24107 Y G. DE CARVAJAL
55. SMARTNET AV. ELOY ALFARO N34266
56. COMPUSHINE S.A. AV. LOS SHYRIS N40117 Y GASPAR DE VILLAROEL
57. LORONET VILLALENGUA OE1117 Y 10 DE AGOSTO
58. KEY NET AV. LOS SHYRIS 1216 Y PORTUGAL
59. PIZZA NET CALAMA 354 Y JUAN LEON MERA
60. QUICENTRO CAFÉNET NNUU Y SHYRIS 2 DE PISO
61. E@NET AV. LA PRENSA 5955 Y ANGEL LUDEÑA
62. SOLUCION DIGITAL AV. COLON 1793 Y AV. 10 DE AGOSTO
63. CAFÉ E PUNTO NET URB. LA LUZ RAFAEL BUSTAMANTE BLOQUE 7 LOCAL 1
64. INFORCOMPU G&M CARAPUNGO 2DA ETAPA B 10014
65. CIBERCOMPU CARAPUNGO SMZ B 12 MZ N CASA 21
66. CESAR@NET 10 DE AGOSTO N1464 Y ESTRADA
67. LA POSTA 9 DE OCTUBRE 158 Y PATRIA
68. WWW.C@FE.COM AMAZONAS E ISLA FLOREANA

69. NETXPRESS OBISPO DÍAZ DE LA MADRID OE6105 Y ARIAS DE UGARTE
70. MULTICOMPU PUMIPAMBA OE274 Y ATAHUALPA
71. WADCOMPUSA AV. LA PRENSA 58111 Y VACA DE CASTRO
72. SOLNET1 RAMIREZ DÁVALOS 599 Y 10 DE AGOSTO
73. MILENIO.NET AV. LA PRENSA N65110 Y BELLAVISTA
74. INFORMATIC CAFÉ MANUEL VALDIVIESO 319 Y BRASIL
75. COMPUVIDEO LUDEÑA 307 Y PEDRO FREILE
76. FAST WEB MACHALA OE5298 Y VACA DE CASTRO
77. LA NET INTERNET C.C.EL BOSQUE PLANTA ALTA N290
78. SERVIN COMPU CRISTÓBAL SANDOVAL 135 Y AV. LA PRENSA
79. SOLNET3 AV 10 DE AGOSTO 1970 Y RAMÍREZ DÁVALOS
80. 2001 INTERNET CAFÉ AV. 6 DE DICIEMBRE N2377 Y BAQUEDANO
81. MUSIC PLUS CC. EL JARDIN REPÚBLICA Y AMAZONAS
82. FONOTECA NAZARETH 267 Y SARAGURO
83. CL@SSIC.NET CARCELÉN, J.E.GUERRERO E1-15 Y REPÚBLICA DOMINICANA
84. OYE PUEBLO.NET ISLA SEYMOUR 1112 Y RIO COCA
85. DIGITAL NET AV. GRANADOS Y AV. ELOY ALFARO
86. PC STORENET AV. LOS SHYRIS N1216 Y PORTUGAL
87. COPYNET AV. 10 DE AGOSTO 3519 Y JUAN PABLO SAENZ
88. ZAMBONET JUAN LEON MERA 932 Y PINTO
89. VIA AMIGA AMAZONAS N24236 Y CORDERO
90. SERVINET RAFAEL BUSTAMANTE 629 Y ALBERTO FREILE
91. CYBER PC JOSÉ TOBAR 442 Y ANTONIO SIERRA

## CENTRO

1. COLONIAL CIBER CAFÉ FLORES N723 Y OLMEDO
2. ASETNET SANTA PRISCA 260 Y FARGET
3. CYBER COFFEE SUCRE 335 Y GARCÍA MORENO
4. SEVINET ALVARO DE CEVALLOS 537 Y RAMÍREZ DE ARELLANO
5. INCANET GARCÍA MORENO 1275 Y OLMEDO
6. OLINET GARCÍA MORENO 1806 Y ACUÑA
7. KAN@KIA FRANCISCO QUEZADA 356 Y PRIETO
8. SERMAFCOM BOLIVAR 220 Y GUAYAQUIL
9. COMPUTEK CHILE 1378 Y CUENCA
10. AKUANET VENEZUELA 1064 Y OLMEDO
11. WORKSYSTEM GUAYAQUIL 1457 OF 208
12. GOLNET RIO DE JANEIRO 704 Y URUGUAY
13. PRACTYCO LUIS FELIPE BORJA 14130 Y ESTRADA
14. SINFORTEX GUAYAQUIL 1458 Y ORIENTE
15. BAZAR INTERNET GARCÍA MORENO 451 Y ACUÑA
16. SERTECOM OLMEDO OE250 Y GUAYAQUIL
17. INTERNET IQUIQUE N1508 Y YAGUACHI
18. LAGARTO@NET MEJIA 812 Y COTOPAXI
19. PAPELERÍA EL ESTUDIANTE ARENAS 439 Y VARGAS
20. FAR@NET SANTA PRISCA 120 Y 10 DE AGOSTO
21. CENTRO DE CÓMPUTO IQUIQUE 2136 Y YAGUACHI
22. ALPHANET INTERNACIONAL GUAYAQUIL 1416
23. CRAZY NET RIO DE JANEIRO Y JUAN LARREA
24. COMPU 2000 ARENAS OE444 Y VARGAS
25. CENTRO NET VENEZUELA 475 Y BOLIVIA
26. COMPUXASS ORIENTE OE371 Y GUAYAQUIL
27. CASA LOPEZ AV. PICHINCHA Y CHILE LA MARIN

28. KABUBYNET GUAYAQUIL Y CALDAS ESQ.# 4432
29. HUILNET COMPUTERS AV UNIVERSITARIA 435 Y BOLIVIA
30. PATO@NET SALINAS 17246 Y SANTIAGO
31. PEDRO EL GRANDE ORIENTE OE358
32. P@NAM.NET 10 DE AGOSTO 608 Y CHECA

**SUR:**

1. SPORTSHOP AV. MARISCAL SUCRE Y PEDRO CARPIO
2. INTERNET WORLD CENTER MALDONADO 247 Y FRANCISCO GOMEZ
3. CYBER COFFEE C.C. EL RECREO LOCAL 44A
4. CYBER COFFEE C.C. EL RECREO LOCAL 9H
5. CYBER COFFEE C.C. ATAHUALPA LOCAL 34
6. LATINET AV. MALDONADO 391 Y ALONSO DE ANGULO
7. JAV NET CORAZÓN 320 Y CASITAGUA VILLAFLORA
8. CUBA NET BOBONAZA 149 Y CHAMBO ESQ.
9. ANDESNET SOLANDA SECTOR 4 SMZ2 CASA 8
10. MEG@NET JUAN GARCIA 539 Y G. PEREZ FERROVIARIA
11. PUNTO@COM ADRIAN NAVARRO 1462 Y JUAN GARCÍA EL CAMAL
12. SUPERNET@S AV. TENIENTE HUGO ORTIZ 275
13. SERVINGCOM PEDRO CEPERO 344 Y BARTOLOMÉ ALVES
14. COMPUTRONIK AV. NAPO 401 Y LOS ANDES
15. PANAM.NET2 AV. MARISCAL SUCRE LOTE 14 Y PORTOVELO
16. DIEGO@NET EMILIO USCATEGUI LT 50 Y MARISCAL SUCRE

17. RUSSO KAROOKENET AV. MARISCAL SUCRE 146 Y CUSUBAMBA
18. CENTRO DE COMPUTO VERA.NET MANUEL CHERREA 174 Y RAFAEL GARCIA
19. ALA.NET AV. MARISCAL SUCRE Y TOACAZO
20. INTERNET FRANCISCO DEL CAMPO OE318 Y ALEJANDRO PONCE BORJA
21. SERCOMPU JUAN CUEVA GARCÍA 259 Y SIBAMBE
22. WORLD NET GUAMANI AV. MALDONADO 3956 Y NICOLAS SINGLES
23. MIRANET SANTA RITA CUSUBAMBA53A Y AV. MARISCAL SUCRE
24. ALONET ALPAHUASI 864 Y PEDRO CEPERO
25. MY FRIEND PUNTO NET PONCE BORJA OE3N8035 Y FCO. RUIZ
26. CENTRO DE COMPUTO RED AV. MALDONADO 464 Y JOAQUIN GUTIERREZ
27. CENTRO DE CÓMPUTO GOMEZ FRÍAS N982 Y ALPAHUASI
29. MY HOME.NET AV. 1RO DE MAYO 321 Y CHAMBO
30. CYBER@SERVICIOS 1RA CONSTITUYENTE 3220 Y VARGAS TORRES
31. METACOMPU CUSUBAMBA 3108 Y TENDALES SANTA RITA
32. INTERNET AV. MARISCAL SUCRE 6751 Y ESCORSA
33. CAFÉ PAMENET LUIS FRANCISCO LOPEZ Y JULIAN ESTRELLA #22
34. INTERNET-A OLANDA SECTOR 3MZ 1 SPM F CASA 7
35. PINTO NET SERAPIO JERABI PSJE. 1 MZ 26 CASA 9
36. INTORZA GUAYLLABAMBA 614 Y ALPAHUASI
37. JC NET ALONSO DE ANGULO 2008 Y CAPITAN OSORIO

- |     |                  |   |
|-----|------------------|---|
| 38. | MULTIFER         | GUAYLLABAMBA Y QUININDÉ 313 CDLA.<br>MÉXICO |
| 39. | FUZION           | AV. BARTOLOMÉ ALVES 1549                    |
| 40. | <u>NAVEG@NET</u> | EL CANELO 807 Y LEXO BRUIS                  |
| 41. | ZAPNET           | MICHELENA 297 Y FRANCISCO CORONEL           |
| 42. | CELLCOM          | AV. HUGO ORTIZ S15295 Y DIEGO MEJA          |
| 43. | LIZNET           | AV. AJAVÍ Y MARISCAL SUCRE                  |

## **2° Mapa de ubicación de los Cibercafés en la ciudad**

# Ciudad de Quito

ZONA CENTRAL



CENTRO AVENIDA DE QUITO

Recinto Internacional de Ferias y Exposiciones La Chorrera

Colegio Luciano Andrade Marín

Hospital Dermatológico González González Leprosario

### 3° Fórmulas aplicadas a las muestras

Fórmula para conocer el número de la muestra “n”, que se debe realizar para un estudio de campo, y cuya confiabilidad es del 95%.

$$\text{Fórmula: } n = \frac{N * D2 * Z^2}{(N-1 * Z) + (D2 + Z^2)}$$

n es el número de la muestra

N población target

Z = 0.60 (nivel de confiabilidad del 95%)

D2= p\*q (p= 50% éxito q= 50% fracaso)

En nuestro caso N o la población target es de 166 Cybercafés

$$\text{Aplicación: } n = \frac{166 * 0.25 * 0.36}{165 * 0.60 + 0.25 + 0.36} = \frac{14.94}{99.61} = 0.15\%$$

$$15\% \text{ de } 166 = 24.90 = 25$$

La fórmula fue proporcionada y revisada por el Ing. Raúl Alarcón.

Una vez alcanzado el número muestral, las unidades fueron seleccionadas a través de la Tabla de número Aleatorios que se aplicó al listado de Cybercafés del CONATEL.

Para establecer el tamaño de la muestra a usuarios, se tomó la tabla de Arkin y Colton, “Tables for Staticians” que establece que, para un universo de población indeterminado, se debe tomar 200 casos aleatoriamente, para obtener un margen de error de + o – 10%

## 4º Encuestas Realizadas a Usuarios y Propietarios de Cibercafés

### Encuestas: Usuarios de Cibercafés

1. Edad: 1. menor a 15 2. de 15 a 30 3. mayor a 30
2. Género: 1. masculino 2. femenino
3. Estrato social: 1. bajo 2. medio 3. alto
4. Origen: 1. nacional 2. extranjero
5. Posee un PC en casa? 1. Si 2.No
6. Tiene Internet en su PC: 1. Si 2. No
7. Frecuencia de visita a un cibercafé: 1. una vez por semana 2. más de una vez por semana
8. Tiempo de uso de Internet: 1. menor a una hora 2. mayor a una hora
9. Uso de mayor frecuencia: 1. Internet 2. Telefonía por Internet 3.Fax 4.Scanner 5. Cámara de video 6. Juegos 7. Paquetes utilitarios
10. Propósito de uso mas frecuente: 1. estudios 2. contacto con familia /amigos 3. chat 4. trabajos varios 5. negocios 6. investigación 7.navegación 8. compras 9. empleo 10. entretenimiento 11.socialización
11. Qué prioriza al elegir un cibercafé? 1. Calidad de servicio y atención 2. rapidez conexión 3. Costos 4. Ubicación 5. Equipos 6. Medio social

### Encuesta : Propietarios de Cibercafés

12. Tiempo de funcionamiento: 1. menor a 1 año 2. mayor a un año
13. Cantidad de computadoras: 1.menos a 5 2. mayor a 5 menor de 10 3. mas de 10
14. Otros servicios que presta el establecimiento a parte de Internet: 1. fax 2. scanner 3. Cámara de video
15. Frecuencia de renovación de equipos: 1. menor a un año 2. cada año 3. Mas de un año
16. Tipo de conexión que utilizan: 1. Línea Dedicada 2. Dial Up 3. Fibra Óptica 4. Banda Ancha
17. Capacidad de conexión \*:
18. Número diario de clientes aproximado: 1. menor a 30 2. de 30 a 50 3. mayor a 50
19. Día pico: 1. Lunes 2. Martes 3. Miércoles 4. Jueves 5. Viernes 6. Sábado 7. Domingo
20. Horas pico: 1. de 7.00 a 13.00 2. de 13.00 a18.00 3. de 18.00 a 22.00
21. Edades más frecuentes de la clientela: 1. menor a 15 2. de 15 a 30 3. mayor a 30
22. Género más frecuente de la clientela: 1. masculino 2. femenino 3. Ambos géneros
23. Estrato social más frecuente de la clientela: 1. bajo 2. medio 3. alto
24. Origen más frecuente de la clientela: 1. nacional 2. extranjero
25. Principal actividad que se realiza en el recinto:1. Internet 2. telefonía por Internet 3. servicios extras 4. paquetes utilitarios
26. Costos por hora de Internet: 1. menor a \$1.00 2. más de \$1.00
27. Costos por minuto de telefonía por Internet a EEUU y España: 1. menor a \$0.20 2. mayor a \$ 0.20