

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE ECUADOR

“AUNQUE SE FUE TAN LEJOS NOS VEMOS TODOS LOS  
DIAS”: MIGRACION Y USO DE NTICs

Tesis para obtener el grado de Maestro en Comunicación, Internet  
y Políticas Públicas  
Presentado por:

Jacques Paul Ramírez Gallegos  
II Promoción

Directora: Dra. Gioconda Herrera

Quito, Marzo 2006

## INDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
INDICE .....	v
INDICE DE GRAFICOS .....	viii
INDICE DE CUADROS .....	ix
SINTESIS.....	x

INTRODUCCION.....	12
-------------------	----

### CAPÍTULO I

#### TRANSNACIONALISMOS Y COMUNICACIÓN MEDIADA

POR COMPUTADORAS: LINEAMIENTOS TEÓRICO.....	27
---------------------------------------------	----

1.1 Migraciones y teoría de las redes transnacionales .....	28
-------------------------------------------------------------	----

1.2 Internet, Comunicación Mediada por Computadoras y Comunidades Transnacionales Virtuales .....	38
------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

### CAPÍTULO II

#### USUARIOS, LUGAR DE ACCESO Y PERCEPCIONES SOBRE LAS

NUEVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACION .....	48
--------------------------------------------------------	----

2.1 Usuarios de Internet a nivel mundial y regional .....	50
-----------------------------------------------------------	----

2.2 'Perfil del migrante ecuatoriano': edad, educación, pobreza y sexo.....	52
--------------------------------------------------------------------------------	----

2.3 Ciber cafés en Ecuador .....	60
----------------------------------	----

2.4 De locutorios a <i>local-torios</i> en España .....	66
---------------------------------------------------------	----

2.5 Telecentros .....	75
-----------------------	----

2.5.1 Experiencias de telecentros relacionados con la migración .....	80
-----------------------------------------------------------------------	----

2.5.1.1 La Red de Comunicación de la Pastoral Social (REDPAS).....	80
--------------------------------------------------------------------	----

2.5.1.2 "Ruminet" .....	84
-------------------------	----

2.6. El papel del estado en el fomento de uso de NTICs en relación a las empresas privadas.....	94
----------------------------------------------------------------------------------------------------	----

2.7 Percepciones sobre el uso de Internet .....	100
-------------------------------------------------	-----

2.7.1 ¿Internet o celular? .....	105
----------------------------------	-----

2.8 Acerca de los usuarios: género y generación en el uso de Internet .....	107
--------------------------------------------------------------------------------	-----

2.9 A manera de recapitulación .....	113
--------------------------------------	-----

<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>PORTALES VIRTUALES DE MIGRANTES Y SURGIMIENTO</b>	
<b>DE COMUNIDADES VIRTUALES DE MIGRANTES .....</b>	<b>117</b>
3.1 Uso de portales de prensa: análisis de la “Voz de los	
Emigrantes” .....	119
3.2 Proyectos de Organismos no gubernamentales .....	127
3.2.1 <i>migrantesenlinea.com</i> .....	126
3.2.2 Proyecto de Somos Telecentro-Chasqui Net .....	129
3.2.3 Otros: Educación Virtual para migrantes (UTPL), Proyecto Enlace.....	129
3.3 Las Comunidades Virtuales de Migrantes: el caso de	
<i>pepinales.com</i> y de <i>guasuntos.com</i> .....	130
3.3.1 El hallazgo .....	130
3.3.2 La Ubicación .....	133
3.3.3 La migración en la zona sur de Chimborazo.....	134
3.3.4 Los formatos .....	137
3.3.5 Surgimiento y contenidos de los portales comunitarios .....	139
4.6 Recapitulación .....	159
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>EL FOMENTO DE NTICs COMO POLITICA PUBLICA</b>	
<b>FRENTE A LA MIGRACION.....</b>	<b>163</b>
4.1 Las potencialidades de los migrantes en el uso de NTICs .....	164
4.2 Más allá de la comunicación: potencialidades de uso	
de las NTICs en otros campos .....	170
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>175</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>184</b>

## CAPITULO II

### A USUARIOS, LUGAR DE ACCESO Y PERCEPCIONES SOBRE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACION

*“Una foto, una carta con mis besos  
te los mando con cariño en Internet.  
Mil recuerdos, mil abrazos, mil caricias  
Como prueba de que siempre te amaré,  
Por Internet, por Internet, todo mi cariño te lo mandaré  
Por Internet, por Internet, un millón de besos te los mandaré  
Que te llegue a cualquier parte del mundo  
A España, a Europa, a Nueva York  
Más de prisa que el mismo pensamiento  
Yo te envío mi amor con mucho amor”  
(Por Internet Azucena Aymara)*

## CAPITULO II

### USUARIOS, LUGAR DE ACCESO Y PERCEPCIONES SOBRE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACION

El presente capítulo pretende indagar sobre el acceso, incorporación y usuarios a las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs) por parte de familiares de migrantes que viven en Ecuador y migrantes residentes en España, a fin de saber desde dónde acceden a Internet, cuáles son los principales usos y percepciones sobre la utilidad del Internet con relación a otros medios comunicativos y quiénes son los que mas utilizan.

Para cumplir tal empresa se presenta a continuación una descripción y análisis de las principales lugares donde se ha detectado penetración de NTIC tanto en Ecuador como en España. Cabe advertir que si bien, en la gran mayoría de los casos, los migrantes utilizan aún el teléfono para llamadas internacionales, tales prácticas comunicativas a través de las nuevas tecnologías (incluido el uso del teléfono móvil) tienden a ser cada vez más frecuentes dentro del repertorio de acción del campo migrante ecuatoriano.

Se parte de la idea general que el considerable flujo de migrantes que ha salido del Ecuador en los últimos años, constituye un factor que ha posibilitado el incremento de negocios tanto de ciber cafés, como locutorios y demás espacios que conectan a la red virtual. Además, se considera que el 'perfil del migrante ecuatoriano' les convierte en potenciales usuarios de Internet. Para adentrarse al tema es necesario arrancar con algunos indicadores generales que permiten visualizar los usuarios a las nuevas tecnologías (Internet) a nivel global.

#### **2.1.- USUARIOS DE INTERNET A NIVEL MUNDIAL Y REGIONAL**

El crecimiento de cibernautas a nivel mundial se ha expandido con una rapidez tal en los últimos años que constituye el medio tecnológico en expansión más rápido de la época moderna. Datos recientes hablan que en la actualidad hay alrededor de 800.000 millones de usuarios, tal cifra comparada con los indicadores que se tenía a inicios del presente siglo hablan de un crecimiento de 126% en los últimos cinco años (ver tabla).

**Cuadro. No 1**  
**Estadísticas Mundiales de Internet y Población**

Regiones	Población (2005 Es.)	% Pobl. Mundial	Usuarios	Crecimiento 2000-2005	% Población (penetración)	% de usuarios
África	900,465,411	14	12,937,100	186.6	1.4	1.6
Asia	3,613,363,165	56.3	266,742,420	133.4	7.4	32.6
Europa	730,991,138	11.4	230,923,361	124.0	31.6	28.3
Oriente Medio	259,499,772	4	17,327,900	227.8	6.7	2.1
Norte América	328,387,059	5.1	218,400,380	102.0	66.5	26.7
Latinoamérica y Caribe	546,917,192	8.5	<b>55,279,770</b>	<b>205.9</b>	<b>10.1</b>	6.8
Oceanía	33,443,448	0.5	15,838,216	107.9	47.4	1.9
Total Mundial	6,412,067,185	100.0	<b>817,447,147</b>	<b>126.4</b>	<b>12.4</b>	100

Fuente: [www.ExitoExportador.com](http://www.ExitoExportador.com)

Si bien es notorio el crecimiento de usuarios experimentado en el último lustro, sobre todo en Oriente medio (227%), África (186%) y Latinoamérica (205%), siguen siendo los países ubicados en el continente Norteamericano, Europeo y Oceanía los que tienen mayor porcentaje de penetración con respecto a su población total (66%, 31%, 47% respectivamente)<sup>1</sup>.

Como se observa, la distribución en términos mundiales es bastante desigual. El panorama de la conocida 'brecha digital' es general: existe una creciente polarización socio económica donde se registra, como señala Robinson (2001)

<sup>1</sup> Los 10 países con más alta tasa de penetración de Internet son: Suecia (74%), Hong Kong (69.9%), Estados Unidos (66.8%), Islandia (66.1%), Holanda (66.2%), Australia (65.4%), Canadá (63.8%), Suiza (61.6%), Dinamarca (62.4%), Corea del Sur (63.3%). Fuente: [www.ExitoExportador.com](http://www.ExitoExportador.com)

una regresión a la condición previa de una economía dual, donde hay pocos ricos con acceso a Internet, y una gran cantidad de excluidos en todo el mundo que, al igual que la mayoría de exclusiones, tiene que ver con problemas de clase, género y grupo étnico<sup>2</sup>.

Al centrar la mirada en los países de nuestra región, se puede observar los siguientes resultados:

**Cuadro No 2**  
**Usuarios de Internet en América del Sur**

Pais	Población (2004)	Usuarios (2000)	Usuarios actuales	Crecimiento 2000-2004	Penetración % Población	% de Usuarios
Argentina	37,740,400	2,500,000	4,100,000	64%	10.9%	11.6%
Bolivia	8,879,600	120,000	270,000	125%	3%	0.8%
Brasil	183,199,600	5,000,000	20,551,168	311%	11.2%	58%
Chile	15,482,300	1,757,400	3,575,000	103.4%	23.1%	10.1
Colombia	45,299,400	878,000	2,000,000	127,8%	4.4%	5.6%
Ecuador	12,664,700	180,000	<b>537,900</b>	<b>198.8%</b>	<b>4.2%</b>	1.5%
Paraguay	5,469,600	20,000	100,000	400%	1.8%	0.3%
Perú	27,553,000	2,500,000	2,500,000	0%	9.1%	7.1%
Uruguay	3,428,900	370,000	400,000	8.1%	11.7%	1.1
Venezuela	24,120,500	950,000	1,274,400	34.1%	5.3%	3.6
<b>Total Sur América</b>	<b>365,366,600</b>	<b>14,292,100</b>	<b>35,455,468</b>	<b>148.1%</b>	<b>9.7%</b>	<b>100%</b>

Fuente: [www.ExitoExportador.com](http://www.ExitoExportador.com)

De estos datos es importante resaltar que Chile constituye el país de la región que mayor tasa de penetración tienen respecto al total de su población (23.1%) y Paraguay es el menor (1.8%). El resto de países se puede dividir en dos grupos: Los que se encuentran por encima del promedio tales como Argentina (10.9%), Brasil (11.2%), Uruguay (11.7%), Perú (9.1); y los que

<sup>2</sup> La distribución en términos mundiales es bastante desigual, en especial tratándose de continentes como África en donde entre los usuarios de Internet, predominan blancos de clase media. Esta situación se repetía así mismo en Estados Unidos.

concentran niveles bajos de penetración tales como Bolivia (3%), Colombia (4.4%). Ecuador (4.2%)<sup>3</sup>, Venezuela (5.3%).

Al centrar la mirada en Ecuador, se observa que si bien los indicadores de penetración siguen siendo bajos, se ha producido un crecimiento importante en los últimos años (198.8%), sobre todo gracias al boom de los ciber cafés y no ha políticas públicas que fomenten en acceso y uso de las NTIC, aspectos que se analizará con detalle más adelante.

En términos generales pese a los esfuerzos –en el deber ser- de democratizar el acceso a Internet, en la práctica la introducción y difusión de NTIC no se ha producido de manera universal. Al contrario al analizar la información disponible uno se encuentra con sistemas de distribución desigual y asimétrico del poder político y económico, creando nuevamente incluidos y excluidos. De ahí que es necesario recordar que la posesión de un computador y/o el acceso al Internet<sup>4</sup>, está altamente correlacionado con variables como edad, educación, pobreza, entre los principales, aspectos que a continuación se analizan el relación al grupo de estudio.

## 2.2.- 'PERFIL DEL MIGRANTE ECUATORIANO'<sup>5</sup>: EDAD, EDUCACIÓN, POBREZA Y SEXO

Con respecto a la edad de los migrantes, el rango de edad que aglutina a la mayoría de personas que salieron del país va de los veinte y uno a los treinta años. Del total de migrantes que salieron desde 1996 al 2001, el 41%

---

<sup>3</sup> Según el presidente del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), Juan Carlos Solines, el 3.9% de la población ecuatoriana tiene acceso a Internet (El Comercio, 14/11/2005)

<sup>4</sup> Cabe aclarar que el **acceso**, el cual puede ser tanto en la oficinas, centros educativos, hogares, ciber cafés, telecentros, entre otros, es la piedra angular en la nueva era de la información. Sin embargo no es suficiente con el acceso sino también ser 'alfabeto digital', en otras palabras significa saber cómo navegar de acuerdo al uso y necesidad que se requiera.

<sup>5</sup> Para un análisis más detallado ver Ramírez et. al. (2005)



corresponde a este rango de edad. 22% corresponde al rango que va desde los treinta y un a los cuarenta años, y de los once a los veinte años el 18.5%

**Cuadro No. 3**  
**Migrantes por rangos de edad 1996-2001**

Edad/año	1996	1997	1998	1999	2000	2001	f.n.d	Total
Total 0-10	553	543	905	1942	2899	5033	731	12606
Total 11-20	3930	3928	6724	14028	18536	20269	2534	69949
Total 21-30	7579	7701	14612	35201	46664	40947	4644	157348
Total 31-40	3958	3910	7244	19085	25275	22256	2496	84224
Total 41-50	1342	1327	2476	6325	8690	8799	928	29887
Total 51-60	330	399	608	1262	1722	2979	267	7657
Total 61-70	126	116	192	298	397	1250	91	2470
Más 70	65	84	105	202	280	779	64	1579

Fuente: INEC/SIISE. Censo de Población y Vivienda 2001

Elaboración: Ramírez et. al. (2005)

La información que el cuadro proporciona corrobora algo que es bastante simple de deducir: las edades de los migrantes corresponden a los rangos de edad que posibilitan una más fácil inserción en los mercados laborales de las sociedades de destino. Como sabemos, la mayoría de los migrantes sale del país para buscar trabajo u ocupaciones con mayor remuneración que la que percibían en su país.

Más allá de esta información, al ser la migración en gran parte un fenómeno familiar, los rangos de edades de los migrantes nos pueden dar ciertas luces sobre cuáles son los miembros de la familia que han salido. Si, como se ha constatado, se trata de una migración que concentra a personas jóvenes, la mayoría de estos pueden ser ya sea los hijos mayores de la familia nuclear o

uno de los cónyuges, en una pareja joven y recién establecida, esposo o esposa.

A esta variable de edad, hay que aumentar el aspecto del nivel educativo. Según la encuesta Emedinho (2000), el 40% de los migrantes pertenecía a hogares cuyo jefe de familia tenía educación secundaria o superior; solo el 9% de ellos/as venía de hogares encabezados por personas sin educación alguna (SIISE, Versión 3.5). Estas dos variables juventud y escolaridad están relacionadas con el conocimiento, acceso y familiaridad con las NTICs.

Un elemento adicional que está relacionado con el uso de NTICs tiene que ver con los niveles de pobreza de los migrantes. Al respecto podemos decir brevemente que las tres provincias que más concentran migración en términos absolutos son los cantones de Quito, Guayaquil y Cuenca; de ellos proviene la mayoría de personas que salen al exterior. Estos tres cantones concentran una población mayoritariamente urbana (Guayaquil 97.3%, Quito 76.1% y Cuenca 66,4%9), de ahí la importancia de hacer una relación entre pobreza urbana, migración ya que son justamente en estos lugares donde hay mayor penetración de Internet como se verá en el siguiente acápite.

**Cuadro No. 4**  
**Población Urbana y rural Guayaquil, Quito, Cuenca (%)**

<b>Cantón</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>	<b>Total Población</b>
Guayaquil	97.3	2.7	2.039.789
Quito	76.1	23.9	1.839.853
Cuenca	66.4	33.6	417.632

Fuente: INEC / SIISE

Elaboración: Ramírez et. al. (2005)

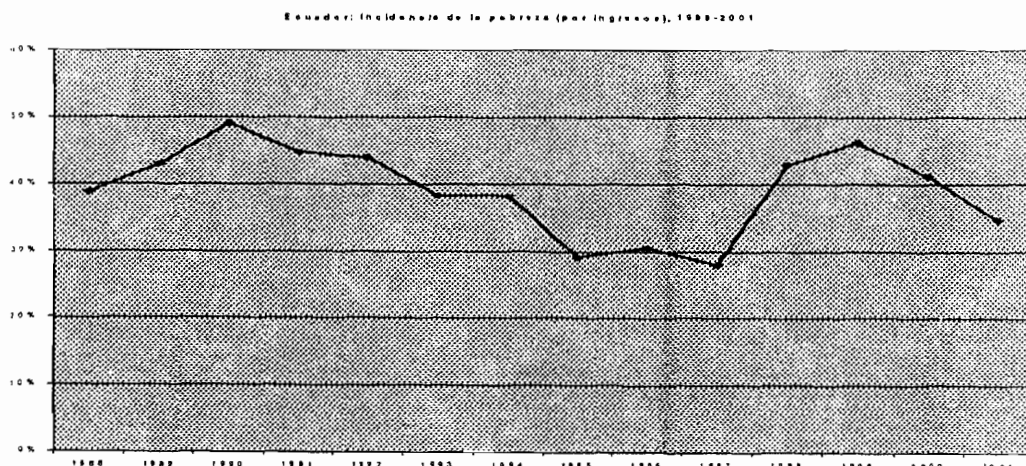
La pobreza urbana creció durante los años de alta inflación, de 1980 a 1990, y disminuyó en los períodos de reducción de la inflación y de recuperación de los salarios reales, entre 1991 y 1997. Pero al cerrar la década de los noventa,

en 1998-99. la crisis económica, el aumento de la inflación, el desempleo, así como el agudo deterioro de los salarios, provocaron un repunte significativo de la pobreza entre la población urbana, hasta llegar a niveles similares a aquellos de finales de la década de los ochenta.

Mediciones realizadas por el SIISE sugieren una disminución de la pobreza a finales del 2000 y 2001 probablemente asociadas a la desaceleración de la inflación, la recuperación de los salarios reales, las remesas, la caída del desempleo y la reactivación económica.

No obstante, hasta finales del 2001 el nivel de incidencia de la pobreza urbana continuaba siendo mayor a aquel anterior a la crisis de finales de la década de los noventa (Vos, et al. 2002).

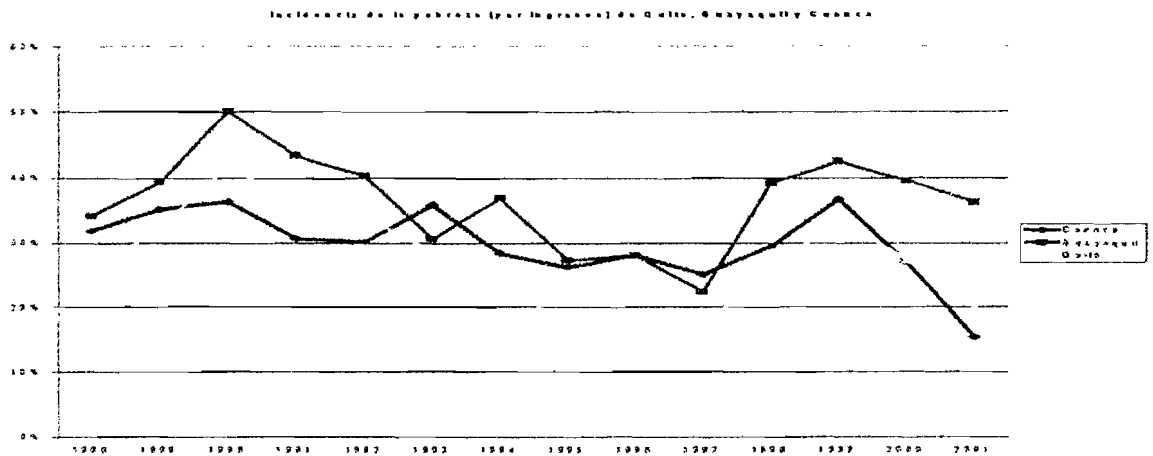
**Gráfico No. I**  
**Incidencia de la pobreza urbana (por ingresos), 1988-2001**



Fuente: SIISE (V.3.5, 2002), en base a las Encuestas de Empleo y Desempleo Urbanos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Si desagregamos esta información según los tres cantones a los que hemos hecho alusión en líneas anteriores, se aprecia con claridad que Guayaquil constituye la ciudad que concentra más pobreza a lo largo de la década.

**Grafico No. II**  
**Incidencia de la pobreza Quito, Guayaquil, Cuenca**



Fuente: SIISE (V.3.5, 2002), en base a las Encuestas de Empleo y Desempleo Urbanos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

De todas formas la concentración más fuerte de la pobreza no se centra en estas áreas:

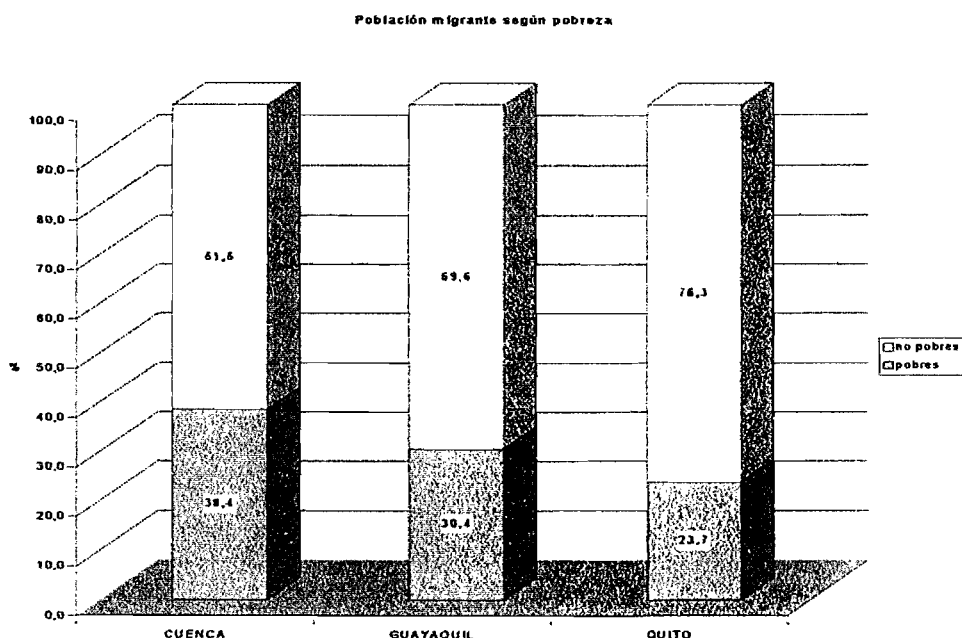
“...sobre todo la pobreza afecta a las zonas rurales, a las poblaciones indígenas y afroecuatorianas, es mayor entre los hogares con jefatura femenina que masculina, y más generalizada en la Amazonía, en las regiones de la serranía central (Chimborazo, Cotopaxi), así como en ciertas regiones del Litoral (Esmeraldas, Los Ríos y Manabí) que en las provincias que rodean a Quito y Guayaquil”. (Banco Mundial, 2003).

Las tres ciudades consideradas concentran el 35% de la población total del país y, por el contrario, presentan las mejores condiciones de vida, aglutinan aproximadamente el 75% de la industria manufacturera, la mayor parte de la actividad financiera del sector moderno y de los rangos medios y altos del sector público (Larrea, *ibid*) y, la mayor cobertura, penetración y acceso de ciber cafés.

Por ello, es posible afirmar que los migrantes que salen de estas ciudades caen, en términos generales, dentro de lo que se ha denominado, no sin complicaciones, el grupo de los “no pobres”. De todas maneras existen variaciones entre los tres cantones analizados: el 76.3% de los migrantes en Quito, el 64.6% en Guayaquil y el 61.6% en Cuenca son no pobres.

**Gráfico No. III**

**Población migrante según pobreza medido a partir de NBI**



Fuente: INEC / SIISE

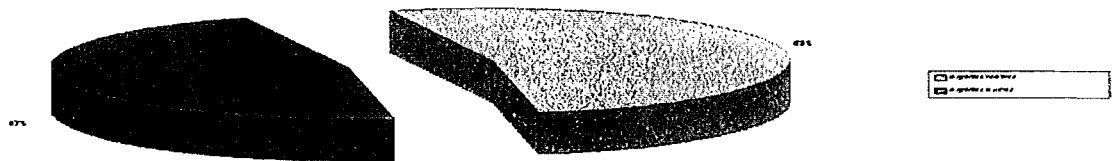
Elaboración: Ramírez et. al. (2005)

Por último, la dinámica migratoria vista a partir de la variable género ha variado dependiendo del período migratorio y del lugar de destino. En décadas pasadas la migración a Estados Unidos fue mayoritariamente masculina, mientras que la nueva ola migratoria a España ha sido liderada

por mujeres<sup>6</sup>. Los datos presentados a nivel nacional muestran una cierta paridad sin embargo, como se verá posteriormente, en las experiencias analizadas en torno al uso de NTICs se observa que son las mujeres las que estarían utilizando más el Internet como un nuevo medio para estar en contacto con sus familiares.

En términos generales, al diferenciar cuántos hombres y cuántas mujeres han migrado al exterior se encuentra que, a nivel nacional y durante el ciclo 1996-2001, el porcentaje de migrantes de sexo masculino es de 53% y de sexo femenino es de 47 % (ver gráfico siguiente):

**Gráfico No. IV**  
**Migración por Sexo**



Fuente: INEC/ SIISE  
Elaboración: Ramírez et. al. (2005)

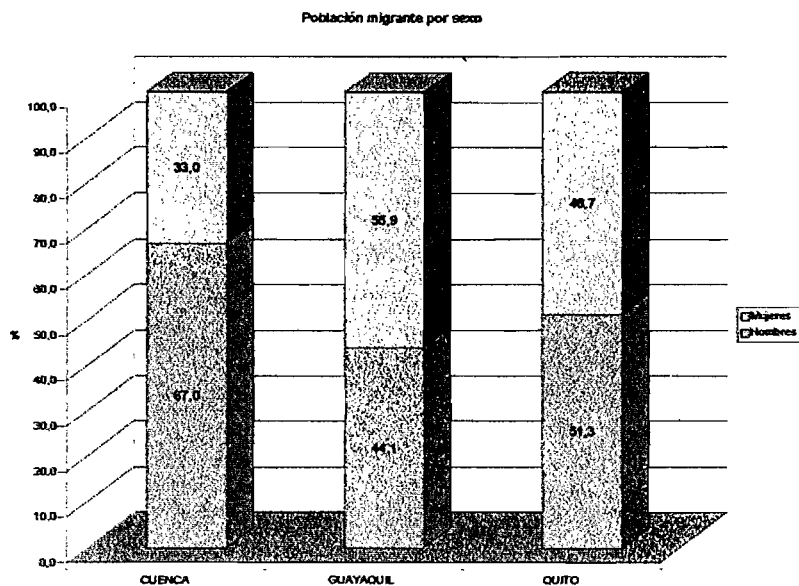
Si se toman en cuenta, a manera de ejemplo, solo las tres principales ciudades del país, se aprecian diferencias muy marcadas. En Cuenca sigue siendo la población masculina la que migra mayoritariamente (67%) hacia el exterior, por el contrario, en la ciudad de Guayaquil son las personas del sexo femenino (55.4%) las que han salido en mayor número, y en Quito existe una cierta paridad entre hombres (51.3%) y mujeres (48.7%). De estos porcentajes

---

<sup>6</sup> Sobre el tema migración femenina reciente ver Gratton (2005), Herrera (2005).

se puede plantear que la nueva ola migratoria se está feminizando, paulatinamente, sin duda, según la oferta laboral de los países de destino<sup>7</sup>.

**Gráfico No. V**  
**Población inmigrante según sexo Cuenca, Guayaquil, Quito**



Fuente: INEC/ SIISE  
Elaboración: Ramírez et al (2005)

Sintetizando, al tomar en cuenta las variables analizadas, se puede afirmar que los migrantes y sus familias se encuentran en un nivel económico (no son pobres), educacional (ni analfabetos y en muchos casos con niveles de educación secundaria y superior), y en un rangos de edad considerados jóvenes que los hace 'potencialmente' usuarios de Internet.

Estos elementos más el considerable aumento de lugares públicos de acceso a la red virtual constituyen factores que han posibilitado cotidianidades

<sup>7</sup> De igual manera en el análisis de la encuesta Emedinho (2000) se indica que: "Si bien antes de 1995 la emigración era preponderantemente masculina, en los últimos años se observa una tendencia hacia la equiparación del número de mujeres y hombres que salen del país en busca de trabajo. Mientras que el 33% de quienes migraron antes de 1995 eran mujeres, de ese año en adelante el porcentaje sube al 42%." (SIISE, Versión 3.5).

interactivas 'on y off line' y en el mejor de los casos el desarrollo de comunidades virtuales de migrantes.

### 2. 3.- CIBER CAFES EN ECUADOR

Los ciber cafés son emprendimientos comerciales en donde los usuarios pueden tener acceso a Internet por medio de un pago generalmente equivalente a una fracción de tiempo. Además se puede ofrecer servicios combinados desde computación, conectividad, comidas, llamadas telefónicas<sup>8</sup>, entre otros. Estos tienen como fin principal generar una ganancia para sus propietarios. Si bien algunos de estos ofrecen cursos de capacitación básica en el manejo de las herramientas tecnológicas, esto lo hacen con una visión mercantil, dado que esto les puede ayudar a ganar nuevos clientes.

Al tener una visión de mercado por lo general se ubican en zonas de alta densidad poblacional, donde hay buena cobertura de servicios, de ahí que, por lo general, estos no se encuentran en las zonas rurales y urbano marginales. De este modo, como señala Delgadillo (2002), “en los ciber cafés el interés social o de desarrollo, - si lo hay- ocupa un lugar secundario”. Por lo que, si bien existe una gran cantidad de éstos a nivel nacional, su uso por lo general no tiene una visión social o, en palabras de Finkelievich (2005), “cumplen un involuntario rol social”, ya que estos responden más a un modelo de consumo entre los usuarios de unos pocos instrumentos disponibles en línea como el chat, correo, música, juegos, acceso a sitios de pornografía y ‘shopping pasivo’, menospreciando el enorme potencial de las NTIC.

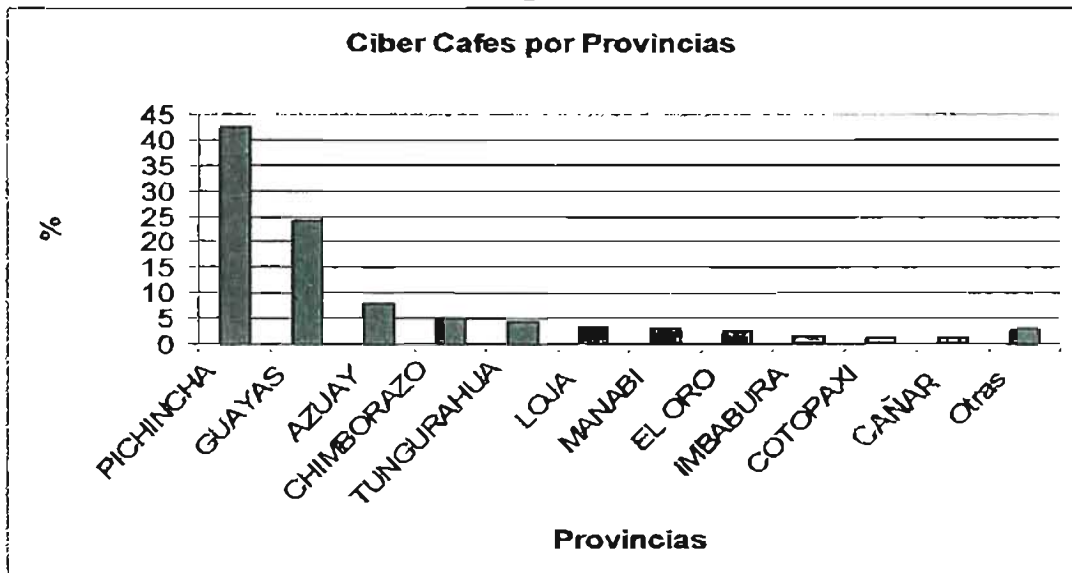
---

<sup>8</sup> Solo algunos ofrecen este servicio. La mayoría de ciber en Ecuador en un principio solo ofrecían el acceso a Internet, lo cual los diferencia de los locutorios en España que siempre ofrecieron ambas alternativas.



Si bien el primer “boom” de los ciber cafés a nivel mundial data los años 1995 y 1996<sup>9</sup>, en el Ecuador se han desarrollado recién en los últimos cinco años. Hasta el año 2005 existían 1180 ciber cafés (también llamados cyber, Internet café, PC café, etc.) según datos oficiales de la Superintendencia de telecomunicaciones. Las provincias donde hay un mayor porcentaje de éstos son: Pichincha (42.54%), Guayas (24.32%) y Azuay (7.71%), las tres más grandes del país y las que concentran, de igual manera, el mayor número de migrantes en términos absolutos.

**Gráfico No. VI**  
**Ciber Cafés por Provincia**



Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones  
Elaboración: el autor

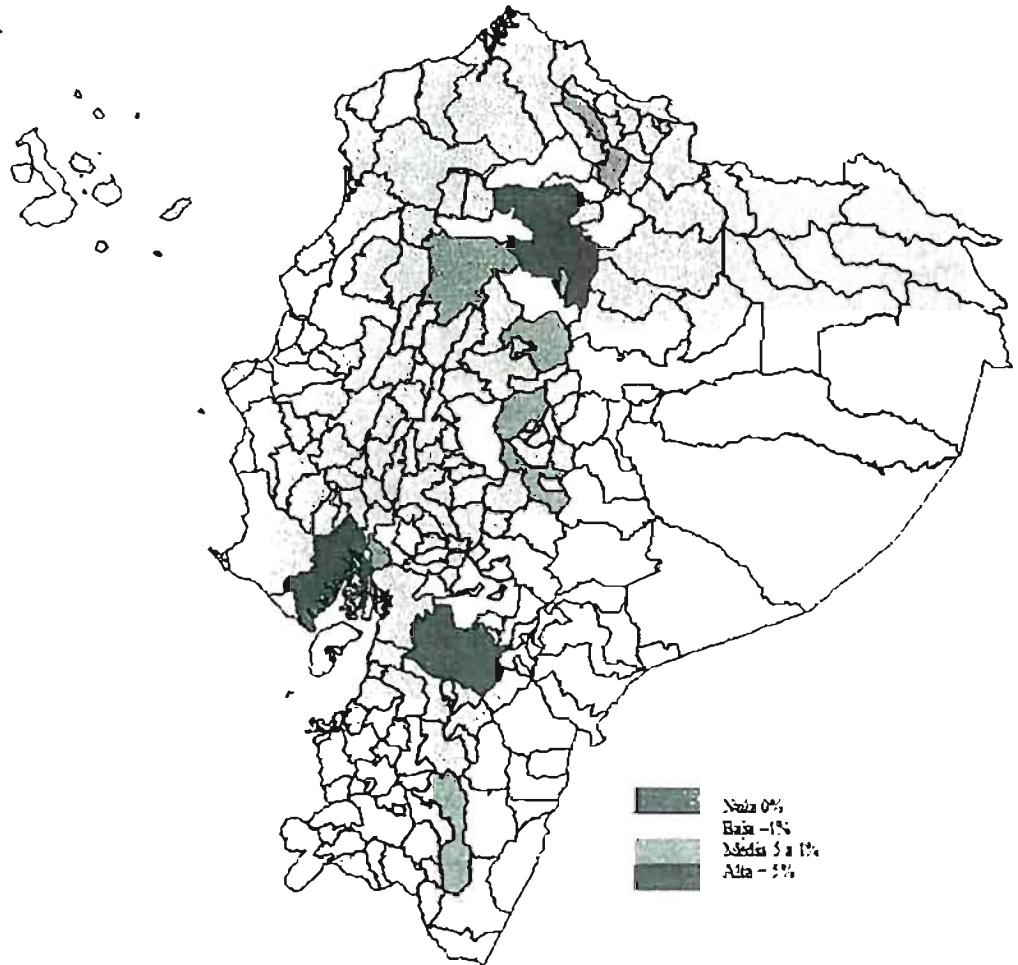
<sup>9</sup> Como señala Finkelievich (ibid) retomando a Nunes “la prensa de la época habla de unos 100 cibercafés en todo el mundo, una cifra que en esos tiempos parecía fabulosa. Ha habido un verdadero florecimiento de cybers en los países en desarrollo y en las regiones más turísticas. Nunes (1999) estimaba que, en ese año, existían más 2300 cibercafés en 124 países, de los cuales un 25% estaban en Estados Unidos. Actualmente, en los países desarrollados, los cibercafés están cambiando: no son espacios equipados con computadoras, sino cafés o bares corrientes, que ofrecen servicio de Wi-Fi”.

Y de estos tres lugares son en sus respectivas capitales donde existe mayor penetración. El siguiente mapa cantonal se puede visualizar de mejor manera la ubicación de los mismos a nivel nacional en donde se ve con claridad que la mayoría de estos se ubican en las zonas más pobladas.

Por otro lado, cabe señalar que del total de ciber cafés a nivel nacional, el 78% están inscritos en el programa “Internet para todos”, sin embargo son muy pocos los que ponen a conocimiento del público la existencia de dicho programa que facilita el acceso gratuito, en determinadas horas y máquinas, al público en general.

Resulta lógico esta actitud de los dueños y/o administradores de los ciber cafés ya que, al ser su objetivo generar ganancias a través de la comercialización del tiempo de acceso al ciberespacio, e informar de la gratuidad en ciertos momentos implicaría que no les genere ingresos o réditos económicos.

Gráfico No. VII  
 Mapa Cantonal de Ciber cafés en el Ecuador (%)



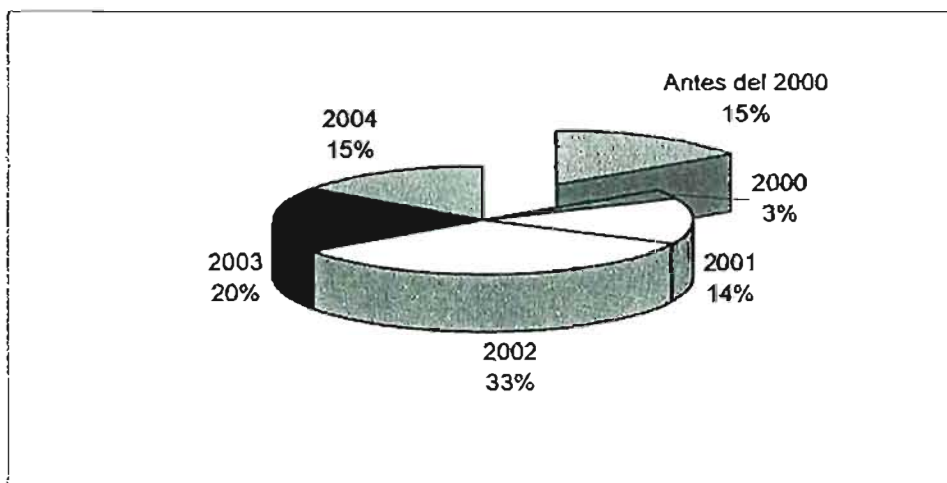
Pese al 'boom' de ciber cafés presentado en el Ecuador en los últimos años, el porcentaje de penetración sigue siendo bajo. Como se observa en el gráfico la mayoría de lugares no cuenta con ningún ciber café (penetración nula 0%) y existen provincias como Carchí y Orellana en donde no existe ningún ciber café legalmente registrado. Del total de cantones en donde sí existen -en 56 cantones-, la mayoría tienen un porcentaje de penetración baja (1%). Los lugares donde se presenta una penetración media (entre 5 y 12%) son por lo general en las capitales de provincias del interior de la sierra centro y sur (Ambato, Riobamba, Loja). Y, como se dijo anteriormente, son en las tres

ciudades más grandes del país: Quito, Guayaquil y Cuenca en donde se concentran los altos porcentajes de ciber cafés. En efecto, estas tres ciudades concentran el 67.53% del total de ciber cafés (ver Anexo 1)

Es importante señalar que, del total de ciber cafés, el 84.57% surgen entre el 2000 y el 2004; apenas el 15.43% ya estaban registrados antes de ese año (ver gráfico adjunto). Es evidente que el éxodo masivo de ecuatorianos incentivó la multiplicación de tal servicio, y por ende el uso de Internet, como señaló una migrante ecuatoriana en España:

“Pero al principio la mayoría, creo que todos, escribíamos mucho, es un sistema natural creo. No conocemos mucha gente, no tenemos mucha comunicación, entonces buscamos una forma, y esa forma es escribiendo y relacionamos con la gente que conocemos, que son los que están en nuestro país. Nosotros mismos vamos evolucionando a nuestras familias en la integración del móvil y del Internet” (DA, Madrid)

**Gráfico No. VIII**  
**Registro de funcionamiento de Ciber Cafés**



Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones  
Elaboración: el autor

El 2001 fue el año de mayor salida de ecuatorianos al exterior (148.607 migrantes según datos de la Dirección Nacional de Migración), eso influyó para que se incremente el número de ciber cafés en el 2002, año de mayor crecimiento de este negocio en donde surgieron 387 nuevos establecimientos,

lo cual representa el 33% del total de ciber cafés que hay en el Ecuador.

Con lo dicho anteriormente no se quiere afirmar que existe una relación causa-efecto entre aumento de migración y crecimiento de ciber cafés. Simplemente se quiere señalar que el 'boom migratorio' constituye uno de los factores explicativos que incentivó tal crecimiento. No se tiene la suficiente información, ni es el objetivo de la presente investigación saber cuáles son las causas de tal fenómeno<sup>10</sup>.

Lo que interesa resaltar para el estudio no son las causas sino el rol de los ciber cafés los cuales proliferaron como espacios públicos de acceso a la red electrónica en un momento en que la migración de ecuatorianos al exterior era evidente, lo cual permitió a migrantes y familiares tener un nuevo medio de comunicación.

Siguiendo a Finkelievich (2005), el rol de los ciber cafés no es como los cafés tradicionales, lugares de encuentro físico: "aunque las personas estén sentadas en incómoda proximidad, la relación no se da entre ellos, sino con las personas que están "al otro lado" de las redes electrónicas, ya sea en otra ciudad, país o continente". En la misma dirección Nunes (1999) sugiere que, en vez de servir como lugares de reunión, los cybers funcionan como "espacios de otro lugar", en los cuales el potencial de desplazamiento en el ciberespacio resulta ser un modo de membresía. Lo que se comparte en ellos es el nomadismo electrónico entre lugares geográficamente dispersos, en lo que Manuel Castells llama "el espacio de los flujos". Es ahí donde la diáspora de **migrantes encuentra el espacio virtual para enviar y recibir correos:**

---

<sup>10</sup> Sin embargo se puede señalar que el turismo constituye otro factor que influyó para que se produzca dicho crecimiento de los ciber cafés no solo en el Ecuador sino a nivel mundial. Es muy común encontrar en zonas turísticas varios ciber cafés.

“Cuando estoy aburrida en la casa me voy un rato al Internet. Cuesta 80 centavos. Utilizo más que el teléfono, porque igual el teléfono sale muy caro para poder hablar mucho. Igual por Internet vuelta es más barato, igual se escribe más, uno se puede comunicar mejor... Me comunico por esta vía con mi tío y mi primo en Madrid, y en Bonn con mis dos tíos... El Internet es muy bueno, les escucho y les siento cerca, y uno se relaciona más. Por Internet ya mando un mail, un mensaje y ya, igual ellos mandan una tarjeta, o una foto...” (VS, Quito).

Sintetizando, si bien los ciber cafés tienen una lógica de funcionamiento ligada exclusivamente al consumo, a la ganancia y de beneficios para sus propietarios, ha permitido que muchas personas que no tienen computadoras, ni teléfono, ni un servidor, accedan al Internet posibilitando que crezca el nivel de usuarios<sup>11</sup>. Uno de los grupos que se ha favorecido de estos espacios privados con acceso público a Internet han sido los familiares de migrantes tal como señala un informante:

“.. ha sido la empresa privada a través de los ciber cafés los que han sido más “sensibles” al tema de la migración y comunicación. Han sido sensibles para explotar y sacar dinero a través de los ciber cafés y video conferencias que se han multiplicado a granel” (JA, Cuenca).

## 2. 4.- DE LOCUTORIOS A *LOCAL-TORIOS* EN ESPAÑA.

Los locutorios en España vendrían a ser los equivalentes de los ciber cafés de Ecuador. La tendencia en los dos países (y a nivel general) es crear espacios para la comunicación que combine el uso de Internet, con el de cabinas telefónicas y se preste servicios como envío de fax, venta de productos, entre otros.

---

<sup>11</sup> Por usuario entendemos a la persona física, el ser humano, que utiliza Internet, independientemente de ser o no el titular de la cuenta o de pagar o no por ese acceso (Finquelievich, 2005)

Si en Ecuador el boom migratorio incentivó el incremento de ciber cafés, en España esta articulación se vuelve mucho más evidente y significativa en los momentos actuales que se encuentran los migrantes ecuatorianos dado que los locutorios son mucho más que simples espacios de comunicación y, a diferencia de los que plantea Finquelievich, las relaciones sociales no solo son a través de las redes electrónicas.

Es muy común ver en España<sup>12</sup>, en barrios donde ya se encuentran asentados los diferentes grupos de migrantes, una gran cantidad de locutorios que prestan múltiples servicios. Muchos de los relatos señalan que a raíz de la decisión migratoria se empieza a usar Internet, gracias a la proliferación de locutorios en el país ibérico:

- Yo comencé a usar Internet una vez llegada a Barcelona, (A, Barcelona).
- “la mayoría de migrantes no habían tocado un ordenador o Internet hasta que no habían migrado. Y la familia allá lo mismo. O sea, para que la familia se sentara en un locutorio frente al ordenador, primero que no había locutorio, segundo, cuando los pusieron eran locutorios telefónicos, y cuando aparecen los ordenadores, esto de la persona sentarse ya no era algo de turista, allá en los pueblitos hay locutorios con los tres ordenadores, y la gente va ahí a escribir...o sea, la gente usa una herramienta que antes no habían usado” (MG, Barcelona).
- “Yo tengo un locutorio en la esquina y para hablar a Ecuador, voy siempre y utilizó Internet. Es mucho más barato ahora” (RR, Madrid).
- “[Mi mamá] como se fue, empezó a usar más, porque ella no sabía mucho...(GL, Quito).

Estos testimonios señalan cómo los locutorios constituyen espacios en los cuales la gente tiene acceso a la Internet. En efecto, dichos negocios han

---

<sup>12</sup> Al hablar de España hago referencia a Madrid, Barcelona y Valencia donde se hizo observación en barrios con alta población migrante.

proliferado rápidamente en los barrios de alta migración. Esto se puede comprobar fácilmente al caminar en Madrid por el sector de Cuatro Caminos, donde se asienta gran parte de los migrantes ecuatoriano, en donde en efecto existe una alta cantidad de locutorios y restaurantes de comida nacional<sup>13</sup>. Al conversar con algunos de los administradores se detectó que muchos eran ecuatorianos y colombianos aspecto que condujo a indagar sobre la nacionalidad de los propietarios de locutorios en Madrid encontrando los siguiente resultados:

**Cuadro No. 5**  
**Nacionalidad de los propietarios de locutorios en Madrid**

País	Número	Porcentaje
Colombianos	163	21.82
Ecuatorianos	147	19.67
Españoles	93	12.44
Dominicanos	42	5.62
Peruanos	36	4.81
Africanos no magrebíes	20	2.67
Argentinos	9	1.20
Magrebíes	6	0.80
Árabes	6	0.80
Pakistaníes	5	0.66
Venezolanos	4	0.53
Bolivianos	3	0.40
Brasileños	3	0.40
Mexicanos	3	0.40
Cubanos	2	0.26
Rumanos	1	0.13

<sup>13</sup> En el trabajo de campo realizado se detectaron treinta locutorios en algunas cuadras de este sector (diario de campo).



Sin Identificar	204	27.30
Total	747	100

Fuente: Boletín "El Locutorio", Año 1. No.2, marzo de 2005

Elaboración: el autor

Del trabajo de campo y las entrevistas realizadas se logró percatar que varios de los locutorios pertenecientes a ecuatorianos y colombianos utilizan trabajadores de la misma nacionalidad. Incluso en uno de ellos (en Barcelona) utilizan el locutorio como sede de una organización de migrantes ecuatorianos. Además estos lugares también se utilizan para publicitar algún tipo de trabajo que algún connacional pueda realizar.

Esta información hablan de un nuevo tipo de nicho laboral para migrantes (sobre todo colombianos y ecuatorianos) dentro de lo que Tilly (2000) denomina '*acaparamiento de oportunidades*' en donde los propietarios de los negocios dan preferencias laborales a trabajadores de una misma procedencia: "los nichos étnico raciales se forman dentro de límites fijados por las preferencias de propietarios y trabajadores establecidos" (ibid:171).

Todo esto como una consecuencia de la migración en cadena<sup>14</sup> y red que se explicó en las primeras páginas, la cual permite muchas veces ubicar laboralmente a los connacionales posibilitando, en la mayoría de los casos, trabajos con mejor remuneración que aquellos migrantes que están por fuera de las cadenas. Es así como "el empleo mutuo en cuestión crece especialmente como consecuencia de una migración colectivamente organizada y constituye un caso sorprendente de acaparamiento de oportunidades" (ibid).

Por otro lado, los locutorios, al igual que los ciber cafés, tienen como uno de sus objetivos primordiales dar un servicio alrededor de la comunicación y que

---

<sup>14</sup> Dispositivo por el cual numerosas personas dejan sucesivamente un origen bien definido en busca de otro destino bien definido, apoyadas en gente del mismo origen de las que procuran ayuda, información, aliento y trabajo (Para un análisis detallado de Redes y Cadenas Migratorias ver, Pedone, 2004, Ramírez 2005).

éste les sea rentable. Como es de conocimiento general, mucho dinero a nivel mundial se invierte en telecomunicaciones y el incremento de migrantes en España no solo ha aumentado el número de locutorios sino el gasto que ellos hacen en este sector.

Según el informe *"Inmigración: nuevas oportunidades de negocio"*<sup>15</sup>, los tres millones de migrantes que residen en España, son grandes consumidores de teléfono: utilizan para comunicarse con sus países y especialmente el móvil (celular<sup>16</sup>) para poder ser localizados de cara al mercado laboral o por sus familias y amigos.

- "Cuando vivía en Galicia no lo necesitaba [*celular*], porque era un pueblo muy pequeño, pero en cambio Madrid es muy grande y mi madre nunca me localizaba, entonces por eso me lo dio" (I, Madrid)
- "Yo no me compré, es más no me iba a comprar, yo era negada al teléfono y mi jefa me regaló porque necesitaba localizarme por trabajo" (MCh, Madrid)
- "Porque es necesario, para el trabajo. Para poder comunicarnos con los jefes. Es la comunicación para el trabajo" (AP, Madrid)

Según dicha fuente, el migrante gasta promedio más que el ciudadano medio español, 48 euros mensuales, frente 47,1. En total, los migrantes gastaron en el 2004 en telecomunicaciones entre 960 y 1.100 millones de euros. Es por esto que las grandes empresas como Telefónica, Vodafone o Auna han sacado productos para estos nuevos consumidores, como el servicio "Mi País", de Vodafone, que trata de captar clientes vía descuentos y precios atractivos en llamadas hacia los países de origen.

---

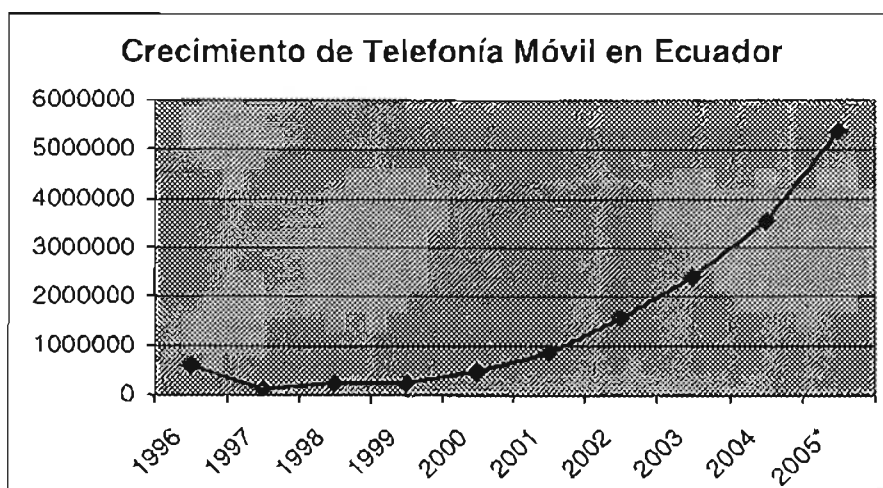
<sup>15</sup> En "El País", domingo 27 de febrero del 2005, Edición Barcelona.

<sup>16</sup> En los dos talleres y entrevistas realizados en España, solo un informante no poseía un teléfono celular. Al final del capítulo se retoma este aspecto comparando con el uso de Internet.

Cabe señalar que este incremento en el uso de teléfono móvil no solo ha ocurrido en España sino también en Ecuador, en donde cada día son más las personas que tienen uno (ver gráfico No. 9). En la actualidad 5.377.600 ecuatorianos residentes en el país tienen celular, dato que representa el 42.46% de la población, lo cual también a facilitado la comunicación entre migrantes y familiares:

- “permanentemente me comunico con mis padres, mis hermanos. Mis padres viven el campo y salen al pueblo de vez en cuando. Antes nosotros llamábamos a un teléfono de una vecina, y lográbamos contactar calculando los horarios. Y lográbamos hablar. Y ahora último en Bolívar ya hay cobertura para los celulares, y una hermana ya lo tiene y hacemos la comunicación por ahí” (WC, Barcelona).
- “siempre que me llaman me llaman al celular, porque es la forma más práctica de ubicarme donde esté” (GS, Quito).

**Gráfico No. IX**  
**Crecimiento de Telefonía móvil en Ecuador**



Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones, Diario el Comercio 19/04/05 Sección B  
Elaboración: Paula Castello - Jacques Ramírez  
\*Dato EL Comercio 26 de Diciembre del 2005

Pero si las grandes empresas de telefonía han visto a los migrantes como 'buenos clientes', los dueños de locutorios han hecho de la comunicación el punto de entrada para ofrecer múltiples servicios.

En primer lugar prácticamente todos los locutorios ofrecen el servicio de envío de giros. Como es de conocimiento general para el Ecuador las remesas se han convertido en el segundo rubro de ingresos al país. Según el Banco Central Español, los migrantes ecuatorianos, son los que más giros envía fuera de España y estos lo realizan casi todos desde los locutorios que hasta hace poco tiempo tenían el monopolio. A decir de los propios migrantes, la posibilidad de que puedan enviar el dinero y comunicar al mismo tiempo a sus familiares en Ecuador que han hecho la transacción, es uno de los factores por los cuales prefieren esta vía y no a través de la banca tradicional<sup>17</sup>.

Gráfico No. X  
Locutorios en España



<sup>17</sup> Según datos de la Fundación de las Cajas de Ahorros en España (Funcas), solo el 11,9% de los migrantes latinoamericanos que viven en España utilizan las entidades financieras para enviar dinero a sus países de origen. El resto lo hace vía locutorios o casas de cambio. La condición de ilegalidad de muchos también les hace evitar acudir a instituciones formales con son los bancos



Como se observa en las fotos algunos de los locutorios llevan nombres que identifican con el país como el Locutorio “Galápagos” o “Mitad del Mundo”. Es común ver banderas patrias en las ventanas de dichos lugares

Paralelamente al acceso de telefonía, Internet y envío de dinero<sup>18</sup>, en los locutorios se ofrece otro tipo de servicios tales como:

- Compra de tarjetas pre-pago.
- Envío de encomiendas, sobre todo regalos que los migrantes quieren enviar a sus familiares.
- Conversión de videos del sistema americano al europeo o viceversa o traspaso a DVD.
- Seguros de coches, salud o repatriación (en caso de fallecer una persona, se garantiza el traslado del cuerpo a su país de origen).
- Comida o venta de productos latinoamericanos, como gaseosas, bebidas alcohólicas, entre otros.

---

<sup>18</sup> Según un informante (dueño de locutorio) en algunos de estos se estaría lavando dinero: “se lava a través del envío de dinero. Pagan a los dueños de los locutorios una cantidad determinada de euros por proporcionar el nombre de algunas de las personas que tienen en sus bases de datos para enviar a través de ellos el dinero y hacer llegar a sus contactos en América”. Esta actividad, según el informante, sería la causa de por qué en alguno de éstos, el costo de llamada como de uso de Internet y compra de tarjetas es muy económicos. Es necesario señalar que se requiere de informaciones más profunda sobre envío de remesas para poder confirmar este asunto. En México, el incremento de envío de remesas en el último año ha hecho pensar que en este monto están incluidas algunas operaciones de lavado de dinero. Sin embargo no se tiene ninguna comprobación sobre tal asunto. Ver (Cuéllar, 2005).

- Servicio de papelería, impresiones, fax, servicio fotográfico, compra de billetes aéreos “on line” e incluso compras de artefactos para el hogar sin salir de España<sup>19</sup>

Adicionalmente es en los locutorios donde se distribuye de forma gratuita periódicos de los diferentes grupos de migrantes. En el trabajo de campo, se encontraron varios periódicos sobre ecuatorianos entre los cuales se puede nombrar: “Mi Ecuador, el periódico de información y cultura de los ecuatorianos en España”; “Ecuadorianísima, suplemento sobre el universo ecuatoriano en Cataluña”; “Mundo Ecuador... La mitad del mundo”; “Sí se puede, semanario de información para el inmigrante”. Adicionalmente hay otros periódicos que están dirigidos para los migrantes latinoamericanos en general como “El Latinoamericano, en todas partes” y “Somos Iguales, el primer periódico útil para inmigrantes”<sup>20</sup>.

Estos diarios en términos generales cumplen con una función informativa sobre la situación migratoria<sup>21</sup> en España, así como proveer noticias sobre los acontecimientos más relevantes ocurridos en Ecuador. Por otro lado, se narran historias exitosas y de dolor que los connacionales pasan en el país ibérico y también hay una sección publicitaria en donde se anuncian diferentes lugares (sobre todo restaurantes) donde se expenden productos ecuatorianos. Además hay un buen número de anuncios de negocios (carnicerías, paquetería, bares, etc.) y servicios prestados por connacionales (mecánicos, dentistas, sastres, peluqueros, etc.).

---

<sup>19</sup> O comprar casas en Latinoamérica desde España.

<sup>20</sup> También en Estados Unidos circulan varios diarios ecuatorianos entre los que se puede nombrar el “ECUATIMES”.

<sup>21</sup> En el periodo que se realizó el trabajo de campo estaba corriendo los plazos para la regularización de los migrantes ilegales. Este era el principal tema que cubrían dichos periódicos.

Visto desde la múltiple dimensionalidad que cumplen, los locutorios pueden ser vistos como un espacio comunicativo, económico y simbólicos de alta condensación y referente local en el espacio global. Por un lado espacio simbólico de referencia nacional: desde los nombres que apelan a lugares ecuatorianos (“mitad del mundo”, “ecua-express”, “Galápagos”, “Encuentro latino-ecuatoriano”, etc.), hasta la visualización de banderas ecuatorianas o fotos de la selección de fútbol como referentes de identidad nacional<sup>22</sup>.

Por otro lado, como se ha visto con detalle, los locutorios se constituyen en espacios para la comunicación local y transnacional en varias dimensiones: oral, virtual e impresa. Pero además constituye un “enclave de economías étnicas”<sup>23</sup>: lugar de envío de remesas, nicho laboral, venta y consumo de productos ecuatorianos y/o latinoamericanos.

Es en este sentido, en el cual denomino a los locutorios como un espacio local en lo global, o en otras palabras como *local-torios cosmopolitas*, en los cuales se apela a tejidos y referentes locales (económicos, comunicaciones y simbólicos), los cuales están insertos en espacios urbanos (Madrid, Barcelona, Bolonia, etc.) en donde no solo conviven con personas de múltiples nacionalidades, marcando los límites y diferencias, sino que también a través del acceso a la red virtual se convierten en cibernautas globales.

## 2. 5.- TELECENTROS

Existe gran confusión al momento de definir qué es un telecentro. Se tiende a dar definiciones más instrumentales, confundir con ciber cafés, locutorios o

---

<sup>22</sup> Son justamente las Islas Galápagos y el monumento a la “mitad del mundo”, los lugares más conocidos de Ecuador en el extranjero. Y la selección nacional de fútbol se ha convertido desde la última década el principal icono de referente patrio. Para un análisis detallado del asunto ver Ramírez (2006).

<sup>23</sup> Quiero agradecer a Gioconda por esta observación y por varias otras realizadas en todo el texto.

nombrar a ciertos lugares que tienen algunas tecnologías de comunicación ya como telecentros. En esta sección del capítulo se tratará de definir lo que se entiende por telecentros comunitarios para luego ver algunas experiencias de éstos que existen en Ecuador relacionadas con la problemática migratoria.

Como señala Delgadillo, et. al. (2002) los telecentros comunitarios son experiencias que utilizan las tecnologías digitales como herramientas para el desarrollo humano en una comunidad. Su énfasis es el uso social, y la apropiación de las herramientas tecnológicas en función de un proyecto de transformación social para mejorar las condiciones de vida de las personas. La tecnología y la conectividad son importantes pero no suficientes para la buena marcha de los telecentros comunitarios y la consecución de sus objetivos de desarrollo.

En este sentido se puede señalar que un telecentro es un punto de acceso a la red, patrocinado primordialmente por un organismo civil o una alianza local encabezada por el mismo, que ofrece capacitación, crea conciencia social sobre la base de diversas aplicaciones de la información disponibles en la Red relacionadas con la problemática del lugar y posee lo que Robinson (2000, 2001) denomina un 'corazón local'. De igual manera, dicho autor nos recuerda que:

“Un telecentro que pierda su vocación social y local puede revertir a ser un simple ciber café, pero la inversa no es tan factible o frecuente porque implica un cambio radical en su visión estratégica para que el empresario de un ciber café lo transforme en telecentro con los costos asociados y los enlaces obligados a grupos comunitarios. Un telecentro es un compromiso para ofrecer información y un adiestramiento en el manejo de la misma, mas allá de los intereses mercantiles”.



Es por esto que hay que entender a los telecentros, desde una visión social, como espacios comunitarios que pueden situarse en cualquier lugar, y que sirven para que las NTICs, especialmente Internet, sean puestas al servicio de las personas para incidir estratégicamente en el mejoramiento de sus condiciones de vida y acceso a oportunidades de desarrollo personal y colectivo.

En ese sentido los telecentros, tal como señalan algunos autores<sup>24</sup>, son espacios que promueven el acceso equitativo, uso con sentido y apropiación social de las NTICs, sobre todo de Internet, sin costo o costos bajos para el usuario final, por considerar que esta medida es estratégica para achicar las brechas social, tecnológica y económica que apuntalan la situación de pobreza y marginalidad en que viven los sectores más vulnerables de la sociedad.

Por acceso equitativo comprendemos la posibilidad de que todas las personas tengan acceso a los beneficios que brindan las nuevas tecnologías de información y comunicación. Se incorpora dentro de esta categoría tanto el acceso a la tecnología como el desarrollo de las capacidades técnicas y metodológicas para poder hacer un uso efectivo de las potencialidades que ella ofrece.

Este acceso implica la búsqueda de alternativas de conexión y capacitación gratuitas o a bajos costos y de las políticas, toma de decisiones y la gobernanza de las nuevas tecnologías de comunicación e información. En este sentido las estrategias con miras a una incorporación social implica necesariamente involucrarse en la definición de políticas que tiene que ver con los dominios, los costos de los espacios en la red y los aspectos legales que giran al rededor de estas tecnologías, de tal forma que las visiones e intereses de la comunidad sean tomados en cuenta.

---

<sup>24</sup> Ver: 'Trabajando la Internet con una visión social', Comunidad Virtual Mística, Agosto, 2002.

De igual manera hay que hacer una distinción entre el ‘uso’ de los telecentros y el ‘uso con sentido’ de los telecentros. En esta línea es necesario impulsar acciones que promuevan el uso que relacione las necesidades de los diferentes grupos sociales y la búsqueda de alternativas para resolverlas a través de las nuevas tecnologías. Esta diferenciación, si bien entra en el campo normativo –buen uso / mal uso– es utilizada sobre todo por aquellos que promueven el fomento de telecentros para criticar el libre uso de las tecnologías que a su criterio no contribuyen al desarrollo individual y comunitario<sup>25</sup>.

Así, la meta es conseguir una apropiación social de los telecentros, de tal manera que esta herramienta adquiera un significado en la cotidianidad de los grupos sociales y se constituya en un instrumento para la generación de nuevos conocimientos que les permita transformar las realidades en las cuales se encuentran insertos.

En otras palabras, crear un habitus en las personas, formas de percibir, actuar y pensar, en donde la conexión con el ámbito local y global a través de aplicaciones en Red forme parte de la vida cotidiana (Schiavo, et. al, 2001).

De esta manera, acercando el mundo de la RED a la cotidianidad, incorporándola en sus prácticas para que la gente se percate de las ventajas de la implementación del telecentro, por ejemplo impulsando e-gobierno para ser partícipe de las decisiones locales, utilizando la plataforma virtual como nuevo mecanismo de comunicación entre migrantes y sus familiares a través de la red, o potencializando las actividades productivas locales rurales, constituyen algunos de los mecanismos que se requiere impulsar como

---

<sup>25</sup> Como es de conocimiento general mucho tiempo de navegación en Internet está destinado a consumo de pornografía. “Cada día los principales motores de búsqueda en Internet registran 68 millones de pedimentos relacionados con contenido sexual, lo cual significa el 25% del total de búsquedas a escala mundial” (ver. Popular Mechanics, No. 58, 2005).

estrategia para incorporar el uso social de las nuevas tecnologías de comunicación e información en el espacio local.

Visto de esta manera, difiere de los ciber cafés, entre otras cosas, porque los telecentros permiten y fomentan la construcción del dominio público y la oferta de cursos de capacitación en los oficios digitales<sup>26</sup>, además de la educación a distancia con apoyo de tutores en los respectivos temas. Es por esto que los telecentros tienen como característica principal su uso social, local y por lo general,

el telecentro puede sobrevivir como tal, solamente si se considera que es un valor agregado a la condición actual de acceso limitado, costoso y direccional. Si la información en sentido genérico abarca o refiere a las distintas actividades de la gestión pública y cultural se considera como “un bien público que debe estar en dominio público para el aprovechamiento público y cuyo acceso tiene un costo compartido para todos los actores sociales. Solo en esta medida se puede afianzar el futuro de implementaciones exitosas de telecentros (Robinson, 2001: 495).

En otras palabras, el futuro de los telecentros depende, en gran medida, de la revaloración de la información y el acceso a la misma por parte de las agencias del Estado, poderes locales, la empresa privada y sobre todo de un apoderamiento de las NTICs para las necesidades de los beneficiarios:

- “...Ahora que abrieron un telecentro en el barrio vamos a poder comunicarnos más fácilmente. Aquí nos reunimos, nos enseñan a usar computadoras y, cuando se puede, a usar la Internet. Tu prima Julia ya está aprendiendo a hacer dibujos por computador y Manolito está feliz porque le ayudan a hacer sus tareas para el colegio. Las señoras

---

<sup>26</sup> En los telecentros comunitarios se forman facilitadores/as y promotores/as comunitarios/as, no solamente en aspectos técnicos de información y comunicación sino también en los usos estratégicos de las tecnologías digitales para el cambio social. Los locales de los telecentros comunitarios son lugares de encuentro e intercambio, espacios de aprendizaje, crecimiento personal, y movilización para resolver problemas y necesidades de la comunidad (Delgadillo, et. al, ibid).

de la cooperativa están encontrando nuevas idas para vender sus productos y me dice tu papá que de pronto tú hasta nos puedas mandar un dinerito de remesas, ¡por aquí por el telecentro!” (en Delgadillo, et, al. 2002)

### **2. 5.1.- Experiencias de telecentros relacionados con la migración**

Del trabajo de campo realizado se pudo detectar algunas organizaciones que están promoviendo la creación de telecentros comunitarios enfocados en el tema de la migración en varias provincias del país. La Red de la Pastoral Social (REDPAS) trabaja en el Azuay y Cañar y la Asociación Rmuñahui que trabaja en Quito. En estos lugares se han instalado telecentros, los mismos que se detallan a continuación:

#### **2.5.1.1.- La Red de Comunicación de la Pastoral Social (REDPAS)**

La Pastoral Social trabaja hace varios años la problemática migratoria, tanto con migrantes como con los familiares de estos que se quedaron en el país, en temas relacionados con la violación Derechos Humanos, desaparecidos en el camino y comunicación, dentro del área de movilidad humana.

Es dentro de este último componente que surgen los telecentros, como uno de los objetivos del proyecto “Migración, Organización y Comunicación” de la Pastoral Social, con el fin de dar el servicio de Internet, videoconferencia , y llamadas internacionales, ya que, según el coordinador de la Pastoral:

“una de las causas de la separación de parejas en las cuales uno de los dos a tenido que migrar, pasa por la falta de comunicación. Cuando la migración se ha prolongado ya por varios años sin retornar al país se va perdiendo cada vez más el contacto lo cual provoca la separaciones no solo entre parejas sino también distanciamientos entre padres e hijos” (JA, Cuenca).

Es por estos motivos que la pastoral social decidió impulsar los telecentros comunitarios no con fines lucrativos, sino para crear un nexo de comunicación entre el migrante y su familia a través de la videoconferencia e Internet:

“...Entonces, el hecho de poner los telecentros no es para competir con los ciber cafés sino para *acercar distancias* (subrayado mío). Ese fue el objetivo fundamental: acercar distancias afectivas entre esposos, entre padres, entre amigos, acercar distancias de tiempo (cronológicamente hablando), ya que había casos de padres que no hablaban por mucho tiempo con sus hijos...” (JA, Cuenca).

Los telecentros se instalaron en cinco cantones de las Provincias del Azuay y Cañar (Cuenca, Girón, Santa Isabel, Pucará y Azoguez, en rojo en los gráficos adjuntos) y uno en Estados Unidos (Queens, New York) con la intención de buscar nuevas formas de mantener relación entre la comunidades y familiares que se quedaron y las personas que decidieron migrar. Tal como se analizó anteriormente, los telecentros tiene una visión y objetivos diferentes que los ciber cafés y son estos últimos los que se han multiplicado con mayor facilidad.

Gráfico No. XI

Localización de los telecentros de REDPAS en cantones de Azuay y Cañar

