



México Mayo 10, 2012

[Inicio](#)

INTERNET Y CIBERCAFES EN CULIACÁN. ENFOQUES Y REALIDADES*

[AddThis](#)

Por: [Ana Luz Ruelas y Ana Elizabeth Ramírez](#)
Número 64

En el trabajo presentaremos los primeros resultados obtenidos de la aplicación de una encuesta a 276 usuarios de Internet desde los Cybercafés en la ciudad de Culiacán, realizada de abril a julio de 2008. Se expone la diseminación en la ciudad de estos establecimientos, así como la metodología utilizada y un análisis de algunos resultados de la encuesta relacionados con: el perfil sociodemográfico de los usuarios, la disposición en el hogar de las tecnologías de cómputo e internet, las habilidades de cómputo y la frecuencia o asiduidad a Internet.

Igualmente, se abordan algunos enfoques que se han asumido por los autores más connotados de la temática de adopción y uso de Internet y que ayudan a entender su incorporación a la vida de comunidades e individuos en diferentes contextos. Dichos enfoques nos sirven de presupuesto para comprender, asimismo, la realidad de los usos de Internet por una comunidad mexicana específica: la de los sinaloenses que habitan la ciudad de Culiacán.

En este artículo nos referimos indistintamente a Cyber o cibercafé, aunque el primer nombre es el más común en Culiacán y la región: pues proliferaron no con la típica connotación europea de ser establecimientos para vender café, y que luego ofrecieron servicio de Internet. En nuestro espacio nacieron como locales para dar conexión a Internet y así continúan, excepto las franquicias de cafés como Starbuck's y De Volada que ahora dan conexión inalámbrica.

En Culiacán se establecen los cybers a partir de 1998 como puntos destinados para jóvenes que tenían que escribir tareas escolares y para personas que requerían mecanografiado de documentos como cartas y oficios, principalmente. Se vendían desde luego implementos escolares y consumibles de cómputo.

Métodos y enfoques para estudiar Internet

Los estudios sobre Internet en los últimos años han adquirido gran dinamismo. Lo reciente de la introducción de la tecnología, de apenas dos décadas, ha abierto nuevos enfoques y metodologías que hacen del área una de las que más impulso le otorga hoy en día a las ciencias sociales y humanidades. Las más variadas disciplinas han encontrado en este fenómeno una vertiente fértil de análisis: ciencias de la información, política, lingüística, comunicación, psicología, antropología, sociología, políticas públicas, geografía, derecho, educación, entre otras.

Como nunca la metodología, a partir de técnicas de investigación en línea renueva sus formas de investigación no solo en áreas sociales y humanas, sino en las biomédicas, el diseño, salud, biotecnología, etc. Cada una de estas disciplinas se han redimensionado por usar internet y la web como herramienta para la investigación.

Cada vez se recurre mas a los análisis visuales, del discurso, de las redes sociales, etnográficos y a las encuestas (véase Jones y Johnson, 2002). Entre las aplicaciones e interpretaciones de los métodos que se han probado como los mas útiles para los investigadores Jones y Johnson señalan al análisis de contenido como un método para estudiar lo que circula en la Web (mas que usuarios de la Web). Mencionan que se ha usado en principio para comparar textos con contenidos similares y toma como ejemplo los websites de las organizaciones antiglobalización que se analizan para determinar la cohesión en los mensajes y sus propósitos (p56). El análisis de contenido también se usa para ver el impacto de las políticas institucionales en escuelas, en organizaciones de salud. Las imágenes y textos se codifican por ejemplo para ver si reflejan actitudes proactivas, reactiva o centradas en los alumnos o pacientes.

La otra herramienta que ha proliferado es la aplicación de encuestas a través de la red, que pueden ser, según Jones y Johnson (2002, p58) las que se aplican en la web, o las que son sobre la web. Esta última es muy socorrida y tiene como propósitos generales conocer las actitudes y manifestaciones de los usuarios de internet en distintas latitudes. La mayoría de ellos son para conocer los usos de internet, obteniendo categorías de los usuarios, frecuencias, preferencias, actitudes. Se han establecido diversas categorizaciones por edades, sexo, escolaridad, localidad, etnia, ingresos, etc. Esta herramienta de investigación viene sustituyendo

en países con altas densidades digitales a las encuestas por teléfono, en visitas a los hogares, por correo. Son los casos de países como Canadá y Estados Unidos con penetraciones de alrededor de 60% de los hogares.

La población que ha ocupado la atención de los investigadores son los niños y adolescentes. El uso de Internet desde el hogar por este sector ha generado, en Europa principalmente, una agenda de académica y de políticas públicas a partir de cuestionamientos sobre las oportunidades (aprendizaje, comunicación, educación y analfabetismo) y peligros (como exclusión digital, contactos y relaciones indeseadas, contenidos y comercialización)¹.

En nuestra latitud, las preocupaciones se trasladan por cierto al espacio del cibercafé, donde estos cuestionamientos se potencializan por lo que implica un espacio público que eventualmente puede frecuentarse por cualquier persona, sin mayor restricción que pagar de cinco a 10 pesos por hora². Aunque también son espacios que propician el contacto entre jóvenes de la misma edad, llenan un déficit de conexiones en los hogares y una ausencia de políticas públicas para cubrirlo desde escuelas y bibliotecas.

Sin embargo, debemos admitir que en nuestras latitudes esta herramienta aun está en la fase de introducción debido a las limitadas penetraciones de internet a los hogares. Se sostiene por ello que la división digital es todavía un concepto vigente para seguir estudiando a Internet como fenómeno social, por las inmensas disparidades que existen en la geografía humana. Baste decir, por ahora que, en nuestro estudio, representativo de la ciudad de Culiacán, encontramos que casi la mitad (48.9 por ciento) de los usuarios encuestados afirmó que no tiene computadora en casa y un porcentaje aun mas bajo, 28.6% tiene conexión a Internet.

Teniendo siempre presente el enfoque de la división digital que se impone para varios análisis³, abordaremos el acceso a internet desde los cibercafé en la ciudad de Culiacán. Escogimos este camino para llegar a los usuarios precisamente por la reducida penetración que tienen los hogares en esta ciudad y que han convertido a los cybers en el medio accesible, sustituto para estar conectados.

Culiacán. Desigualdad social y acceso a internet

Culiacán es una ciudad media de agroservicios y comercial, con poco más de 800 mil habitantes (calculados para 2008), es la capital del estado de Sinaloa y se ubica en la costa del Océano Pacífico. Los cibercafé aparecen y se multiplican en un Culiacán que experimenta un auge urbano muy fuerte en los últimos 15 años. Según Ibarra (2008) tuvo un crecimiento lento hasta 1990, pero a partir de 1992 se aceleró cuando comienza la explotación inmobiliaria de las riberas de los ríos que atraviesan la ciudad: “Crecen los fraccionamientos para todos los grupos de ingresos, se construyen vialidades, aparecen por diferentes rumbos edificios de varios pisos, siendo que había sido por décadas una ciudad plana. Proliferan nuevas instalaciones del gobierno, universidades, negocios privados, centros comerciales y los cibercafé se multiplican por las vías mas transitadas.

Culiacán es el municipio mas importante de Sinaloa, concentra 30.4% de la población estatal, con 793,730 habitantes (véase Ibarra 2008b), lo cual se corresponde con el auge de urbanización que experimenta. Es número 17 en la jerarquía de población de México, pero solo la 33 en ingresos per cápita y 31 en productividad. ⁴

Como ciudad esta catalogada actualmente como una *boom city*, es decir, que esta creciendo a pasos agigantados. Baste decir que Culiacán es la ciudad con más automóviles per capita de México, pues de 1980 a 2005 crecieron ocho veces más que la población, y se ha publicado que existen alrededor de 500 mil vehículos para 608,805 habitantes de ella en 2008.⁵ Mucho de este crecimiento se debe a la derrama económica que genera el negocio de las drogas ilícitas, siendo una de las principales sedes de los carteles mexicanos (Ibarra, 2008).

Junto a esa prosperidad, aflora la pobreza tanto en las zonas rurales como urbanas del estado de Sinaloa, que se refleja en una alta desocupación y empleos mal remunerados. Según Ibarra (Ibídem) para 2005, 45.2% de la población ocupada ganaba solo hasta dos salarios mínimos”, es decir, ni 90 pesos al día (equivalentes a 9 dolares). Para 2007 se registró que 19.5% del total de la fuerza laboral del estado estaba desocupada.

A este grado de marginación corresponde la baja disposición de tecnología en los hogares, que en el caso de computadoras se expresa en que para 2005 solo 23% de los hogares tenía apenas una en el hogar.

En el municipio de Culiacán, la pobreza digital y tecnológica es patente. Con datos de 2005, el Sistema de indicadores de capacidades competitivas de las metrópolis y ciudades mexicanas, 2008 <<http://feiypp.uasnet.mx/sinaloa/simulador/index.php>>, la ubica como la 31 en jerarquía por accesos a Internet desde los hogares respecto de 60 ciudades y áreas metropolitanas de México que se consideran en ese estudio, y a las cuales corresponde aproximadamente el 80% del PIB. Es decir, Culiacán apenas tiene 2.1 usuarios por cada cien habitantes (desde los hogares), lo que explica la proliferación de cybercafé que sustituyen esa carencia.

Si comparamos este dato con los encontrados en nuestra muestra para Culiacán tenemos que de los 252 encuestados, 51% dijo poseer computadora en casa, pero solo 28% de ellos declaró tener suscripción a internet en casa, es decir, acceden tanto desde el Cyber como desde su casa.

Ello nos habla que, por un lado, tenemos un sector de usuarios asiduos, que acceden a Internet al menos desde dos puntos. Pero también, lo mas grave es que, si en Culiacán existían para 2005 un 73% de hogares (INEGI) sin computadora, y de nuestra muestra de encuestados 48.9% dijo que aun carecían de ella, significa que un sector muy importante de al menos 24.1% sufre de analfabetismo digital para 2008. Es decir, Culiacán cuenta con casi una cuarta parte de la población que esta al margen de los avances tecnológicos y arrastra consigo todas las desventajas no solamente de no contar con computadora, sino tampoco, se entiende con mayor razón, de no estar conectados a las redes locales o mundiales de información.

Los cibercafé se presentan en este contexto como una respuesta que se ha consagrado como una de las más viables para mitigar las enormes disparidades digitales muy evidentes dentro de los países en desarrollo como México y América Latina. Surgieron y todavía después de mas de una década de su aparición, como negocios informales, por iniciativa privada como una opción de negocio redituable.

El acceso a nuevas tecnologías desde un espacio público o privado, sacude los constreñimientos tradicionales de la espacialidad, sincronía, la intermediación social y sectorización que caracteriza al mundo real. Esto da también lugar a otra dimensión de la división digital, no solo en el sentido de si tiene uno o no acceso a la tecnología, sino de tener la posibilidad de participar activamente de estas nuevas redes de interacción. Por ello Castells (1996, p363) habla de la creación de dos tipos de población: Los interactuantes (the interacting) y los interactuados (the interacted).

Antecedentes del concepto de cibercafé

Si se toma la disposición de tecnología de información y comunicación en el sentido asentado en los primeros estudios realizados en Estados Unidos desde mediados de los noventa titulados *Falling through the net* y hasta 2002, México y sus regiones observan un rezago abismal respecto de Europa y Norteamérica. Es decir, la disposición de Internet en función de ingreso, localización rural o urbana, etnicidad, género y edad.

Inicialmente, las políticas públicas estadounidenses sobre el acceso equitativo se dieron principalmente en términos de la regulación de la infraestructura para asegurar la conexión universal a la autopista de la información (Information Infrastructure Task Force 1993). De manera similar el punto dominante sobre la división digital en Europa fue un asunto técnico financiero, que se expresó por ejemplo en la adopción de la iniciativa eEurope por parte de la Unión Europea, que tenía por objetivos disposición barata a Internet así como asegurar que los ciudadanos tuvieran acceso al gobierno electrónico (CEC 2000 tomado de Liff, Steward y Watts, 2002, p78).

Es decir, el acceso a la tecnología era el asunto central de las políticas públicas norteamericana y europea y que en la actualidad ha derivado hacia otra vertiente: los aspectos sociales del acceso a Internet⁶.

En ese contexto es que se dio un auge importante de los cibercafés. En Gran Bretaña, el comité de ciencia y tecnología del Senado expresó en 1996 que la amplia diseminación y uso de Internet en los hogares sería una realidad solo con acuerdos especiales para el acceso público que condujera al amplio conocimiento, capacitación y uso de tecnologías de información. Reconocieron de manera precisa que la demanda de acceso se demostraba por la diseminación de cybercafés donde se daba acceso a Internet con asistencia personal. En otros documentos públicos también fue recurrente la referencia al potencial de los cybercafés como sitios para incentivar el uso del Internet, al igual que otros lugares como bibliotecas, escuelas y centros comunitarios.⁷

El cibercafé en México y otras latitudes. Conceptualización

Cybercafé es un concepto que se arrastró desde Europa a México y otros países pero por poco tiempo, pues la connotación que se ha adoptado con predominancia son los cybers que expenden artículos escolares y de cómputo y dan servicios de internet. Existen también cafés-restaurantes que ahora agregan el servicio de internet inalámbrico, sobre todo las cadenas como el De Volada y Starbucks y otros con alcances locales.

La introducción del servicio público de Internet desde establecimientos privados en Europa y México se ha dado de manera inversa. En Inglaterra se agrega al consumo habitual del café o pubs ya establecidos, y en México surgen como negocio para dar servicio de internet que no tiene que ver con la venta de la bebida.

En Europa, los cybercafés tienen una connotación un tanto distinta a la nuestra. Son dos tipos diferentes; los catalogados como nuevas instituciones sociales que proporcionan servicios de manera voluntaria o sin afanes de lucro (*telecottage, electronic village hall*, centros tecnológicos comunitarios), y los que son proporcionados por el sector privado, propiamente los cibercafés o Internet café.

El Internet café en el concepto europeo inicial proporcionaba no solo acceso a la tecnología sino a la atmosfera de un café con ambiente de relajamiento fuera de casa (cfr. Laegran y Stewart, p358). Los cafés del siglo XVIII eran centros donde tenían lugar discusiones informales sobre política, asuntos públicos y cultura, frecuentados por ciertos grupos sociales. Esas son reminiscencias que están presentes en los actuales café Internet allá.

Muy diferente a las motivaciones que dieron origen a los cybercafés en México, por la división digital; en países como Escocia y Noruega su aparición atiende a una transformación del espacio público y la cultura del “Salir de casa” a partir de los ochentas, cuando “ciudades y poblados lucen cafés de mucha moda”. En Escocia muchos de ellos han reemplazado también a los tradicionales pubs. En Noruega se observa algo inusual, pues ir a los café tradicionalmente era reservado a una pequeña población urbana, muy diferente a la mayoría de los países europeos. Esta nueva cultura del café lleva a la gente a verse mas a menudo fuera de casa (cfr. Laegran y Stewart, p359).

Los cybercafés entran en la categoría de sitios públicos integrados a la geografía urbana donde las personas, además de ser usuarios de un servicio de impresión, o para utilizar un procesador de texto u otro programa de cómputo, interactúan virtualmente, es decir, no son espectadores, sino que a través de medios electrónicos entran en contacto con otras realidades y con otras personas. Esto último es lo que hace a un cyber un lugar público peculiar, donde tienen lugar interacciones reales y virtuales.

Por ello Aegran y Stewart (2003, p359) los catalogan como espacio tecnosocial ya que en ellos se da la intersección de actores humanos con no humanos. Allí no interesa en si misma la computadora ni el Internet sino su relación con las personas y otros objetos como los muebles y otros artefactos. Aunque el concepto se ha adaptado a cada una de las regiones, se comparten algunos rasgos, que estos autores identifican como *nerdy, trendy y healthy*. ⁸

El concepto de espacio tecnosocial permite no solo analizar el uso de la tecnología en un espacio público, sino también estudiar cómo el espacio es configurado por la intersección de practicas entre actores humanos y la tecnología en el café.

Algunos autores cuestionan que tenga lugar una real interacción social en esos nuevos espacios. Howard Rheingold (1998) sostiene que una inclusión comunitaria efectiva se da a través de redes en una localidad específica y basada en lazos fuertes, o sea que para

que estos se den tienen que operarse principalmente en el mundo “real”. En esta idea el Internet va en detrimento de la formación de relaciones comunitarias. Por su parte, Wellman y Gulia (1999) sostienen que los lazos comunitarios incluyentes ocurren ahora principalmente a través de redes dispersas y lazos más débiles, y es precisamente donde Internet tiene un rol sustantivo.

Sin embargo, cada vez más se aprecia que estos sitios públicos pueden propiciar la construcción de esos dos tipos de lazos o redes. Al ser centros públicos donde acuden personas con un interés primario por navegar, consultar, enlazarse en red; pero también pueden ocurrir interacciones reales. Es decir, se da una mayor interdependencia de los real con lo virtual (cfr. Liff et al., p97).

Las redes sociales virtuales como Cyworld, MySpace, orkut y Facebook con millones de usuarios y un crecimiento exponencial permiten a los individuos crear “un perfil que define su personalidad a través del uso de fotografías, textos y elementos multimedia. [9](#)

Los blogs por su parte, permiten a las personas a articular sus conexiones sociales de manera visible (Boyd y Ellison, 2007) [10](#), ayudan a definir los intereses, inclinaciones, preferencias, fobias de un individuo o de un grupo de individuos por la autopercepción o imagen que establecen, ya sea como perteneciente a una etnia, grupo social, localización geográfica, origen, lenguaje, nacionalidad, religión, sexo, edad, ocupación, etc. Los *links* transversales entre amigos, los perfiles y herramientas de comunicación que se usan en tales, son la espina dorsal de dichos sitios. Asimismo, estos nuevos espacios sociales soportan formas particulares de inclusión aprendizaje y participación en redes sociales.

El estudio de los cibercafés en México

Existen importantes antecedentes para el estudio de los cibercafés en México, entre los que encontramos los realizados sobre: la ciudad de México, la región que comprende los estados de Aguascalientes, Colima, Morelos y Tlaxcala, y el noroeste del país por investigadores de la Universidad Autónoma Metropolitana (Iztapalapa) y de El Colegio de Sonora.

Uno de los referentes más importantes en México para conocer los primeros acercamientos a los cibercafés es el estudio del profesor Robinson de la UAM - Iztapalapa. Las motivaciones de estudiar estos establecimientos provienen según el autor de: su omisión en el programa e-México implementado durante la administración del presidente Vicente Fox (2000-2006), la inquietud de que surja una agrupación o asociación de estos negocios y telecentros comunitarios, así como el proceso de aprendizaje que se genere en dichos cibercafés. Se aplicó una encuesta en cuatro estados de la república: Aguascalientes, Colima, Morelos y Tlaxcala tomados como micro región. Se utilizaron dos cuestionarios, uno para establecer el perfil de cada punto de renta de acceso a Internet, y otro para usuarios. Sus resultados arrojaron que los jóvenes acuden a los cibercafés ante la falta de computadoras y conectividad en las escuelas. Entre otros resultados concluye que el perfil de aprendizaje reflejado en el estudio dentro de los cybers encuestados, sugiere elaborar políticas públicas para que esos establecimientos ofrezcan nuevas alternativas al usuario y propone que se diseñen contenidos en línea que coadyuven al proceso de aprendizaje de los estudiantes. [11](#)

Otro referente de investigaciones sobre cibercafés en México, es el de María Cristina Fuentes Zurita en Iztapalapa (ciudad de México) para el periodo 2002 y 2005 [12](#). Su objetivo fue conocer la utilización de nuevas tecnologías digitales a través del espacio del cybercafé y la relación que existe con el proceso de formación con los jóvenes, basada en dos ejes: los usos y significados del Internet como instrumento de comunicación por parte del sujeto y su impacto en la subjetividad, y el segundo, la convivencia o lazo, que se da cuando el estudiante se encuentra fuera de la escuela y entra al cybercafé. Recolectó información en visitas a cybercafés, entrevistas informales a operarios y a usuarios, registros de observación y fotografías. Concluye que el cybercafé es un “dispositivo en construcción que opera como un “entre-dos” mundos y un espacio transicional de juego azaroso en el que el sujeto experimenta con la técnica digital hasta simular diversas personalidades a partir de los encuentros y desplazamientos que le ofrece la tecnología digital pública y su instalación”. La autora sostiene que “la superposición de diferentes realidades y la desestructuración de las líneas fronterizas en el cybercafé popular, dan como resultado subjetividades ficcionales; la ilusión de sentirse conectado con la tecnología, donde una complejidad heterogénea tiene como característica la regencia de la naturaleza humana y no de la razón consciente”.

También para los años de 2002-2003, Castro Luque y Zepeda Bracamontes [13](#), investigadoras de El Colegio de Sonora, hicieron un estudio sobre el Internet y sus efectos en la región noroeste de México, que comprende a Culiacán, aunque no presenta resultados específicos para esta ciudad. Iniciaron estos estudios desde el año 2000, y su objetivo principal fue analizar Internet y su influencia en la vida de las personas, es decir conocer los cambios que los jóvenes habían observado a partir de su experiencia con Internet, y en especial los impactos en las relaciones que a través de la red se generaban. El estudio abarcó dos etapas: la primera se realizó en el estado de Sonora, comprendiendo Ciudad Obregón y Hermosillo, y en una segunda se abordaron los estados de Sinaloa (Culiacán y Los Mochis) y Baja California (Tijuana y Mexicali). Se levantaron un total de 225 cuestionarios distribuidos de manera no proporcional (16.9% de Culiacán y 11.1% en Los Mochis), debido a que no se contaba con el número total de cybers por ciudad, situación que constatamos (para Sinaloa) en nuestra investigación y que continuaba hasta principios de 2008. Asimismo, se realizaron 28 entrevistas a usuarios y 32 a dueños de los establecimientos, para obtener mayor información sobre el uso que se le da al Internet dentro de un cybercafé en el caso de los primeros, y con los dueños, para conocer los motivos que los impulsaron a abrir este tipo de negocio y las actividades que se desarrollan dentro del mismo.

Las investigadoras reportaron la existencia de un mayor número de usuarios jóvenes entre 15 y 30 años, que los usan principalmente para divertirse y hacer amistades, sin dejar de prestar el tiempo que anteriormente dedicaban a la familia, amigos reales, u otra actividad. Se encontró que el tiempo de navegación va en incremento, y su visita al ciber es para usar la computadora u otro servicio y para reunirse con amigos. También consideraron que los cybers que permanecerían en el mercado serían los que ofrecieran un servicio alternativo.

En 2003, Ángel Torres Velandía [14](#) elaboró un diagnóstico documental y de campo sobre la situación de los cibercafés en la ciudad de México, mediante la participación de los usuarios y de los propietarios de los mismos. Para su estudio seleccionó una muestra estratégica de cibercafés existentes en el Distrito Federal, y aplicó dos encuestas: una a los propietarios o administradores de cybers, y otra a los usuarios de Internet. Sus resultados concluyen que los cybercafés son negocios en expansión, que la mayor parte de los visitantes son adolescentes y jóvenes, ambos en edad escolar, y que lo más utilizado era el correo electrónico y el chat.

Es oportuno mencionar que poco a poco en el país se inician programas públicos de conectividad digital, que sin embargo tienen alcances muy limitados. Así, en Nayarit y en la Delegación Miguel Hidalgo del Distrito Federal, han retomado al cibercafé como un recurso para facilitar el uso de Internet. En el primero, bajo la denominación Tarjeta de Internet Gratuito, se proporciona a estudiantes de bachillerato y nivel superior cinco horas gratuitas a la semana de servicio de Internet en cibercafés. Para ello se hizo un estudio previo de estos establecimientos, para tener un registro de cuántos de ellos se encontraban regularizados, con qué equipo contaban y su ubicación. A partir de ello se les invitó a participar en el programa en el cual intervienen la Secretaría de Educación Media y Superior, la Secretaría de Desarrollo Económico y la Secretaría de Finanzas. Los interesados en obtener su tarjeta, se registran en línea y con su número de matrícula estudiantil, obtienen una clave personal que será el acceso a la web por cinco horas en el cibercafé. El programa capacita a quienes atienden esos negocios para que funjan como asesores de trámites gubernamentales. Como se observa con estas iniciativas se busca que el cibercafé sea una opción viable para que el ciudadano tenga acceso a una tecnología de información y comunicación, y que los dueños de los cybers reciban apoyos financieros para formalizar su microempresa.

En la Delegación Miguel Hidalgo del Distrito Federal, para aprovechar la infraestructura establecida por los cybers, concretamente de siete centros comunitarios que ofrecen Internet y cuentan con personal capacitado y dan asesoría gratuita, se busca que los habitantes realicen solicitudes a “Servicios en línea 24/7” como parte del Programa de Gobierno Digital y Modernización, que ofrece 209 servicios en línea. Su objetivo es acercar los servicios al ciudadano, reducir los costos e incentivar la participación a través del uso de nuevas tecnologías¹⁵. En Culiacán, a principios de 2008 se anunció un programa para dar conexión a Internet desde algunas plazuelas de la ciudad¹⁶.

Surgimiento de los Cybers en Culiacán, Sinaloa

Desde finales de los 90s. los negocios prestadores de servicios de Internet empezaron a proliferar en Sinaloa, al igual que en varias ciudades mexicanas. Adoptaron la denominación de cybercafé aunque en la inmensa mayoría de ellos no se expendía café. El nombre se traspasó de experiencias externas.

En Culiacán los cybers¹⁷ nacieron como centros destinados para jóvenes que tenían que escribir sus tareas escolares y para personas que requerían mecanografiado de algunos documentos, cartas, oficios, principalmente. Se vendían desde luego implementos escolares, lápices, cuadernos, hojas, diskettes.

El primer sitio público comercial de acceso a Internet en Culiacán adquirió el nombre de Tareas Club en 1998 y su propósito primario fue dar servicio de acceso a internet y asesorar en la realización de tareas escolares a jóvenes y niños y también vender artículos escolares y de cómputo. No se vendía café ni otro tipo de bebidas o aperitivos.¹⁸ Se ubicaba en el centro de la ciudad en las inmediaciones de escuelas y colegios.

Sus propósitos concuerdan mucho con la figura de biblioteca, telecottage o centros de cómputo para negocios que proporcionaban servicios de computo, y su objetivo principal era que se llevaran a cabo tareas relacionadas con trabajo mas que actividades de entretenimiento.

Uno de los primeros centros de cómputo público en Culiacán fue el del Centro de Ciencias de Sinaloa, un espacio que funciona como museo infantil o para enseñanza de tecnología para niños, principalmente. Prestaba para 1994 el servicio de Internet por un pago módico y se enseñaba como aprender a usar Internet. Luego lo hicieron algunas instituciones de educación superior (ITESM, Instituto Tecnológico de Culiacán) y después fue que se establecieron los denominados cybercafés, sobre todo en puntos de mucho tráfico de estudiantes.

En la actualidad, han adoptado una modalidad dinámica. Es decir, se adecuan a las necesidades de un mercado muy local, de las colonias populares donde no existe conectividad, o bien en el paso de los jóvenes que tienen accesos limitados o de baja capacidad en sus escuelas. Un patrón de localización es la cercanía con escuelas primarias y secundarias, con lo que se atrapa a los jóvenes y niños que acuden a esos centros escolares.

Una constante en los cybers también es su informalidad, son pequeños establecimientos que cuentan algunos hasta con cinco computadoras, no están anunciados con alguna denominación, son creados como negocio familiar y los atienden los hijos o algún miembro de la familia. De los 69 cyber seleccionados aleatoriamente (de un total de 316 establecimientos que se detectaron en toda la ciudad de diciembre de 2007 a febrero de 2008), al momento de aplicar las encuestas, tres meses mas tarde mayo-junio y principios de julio de 2008), 17 de ellos habían desaparecido, lo que nos habla de la efimeridad de su apertura y que operan con fondos familiares que no resisten sostener por mas de tres meses un pequeño negocio. También debemos tomar en cuenta que el costo de energía eléctrica en Culiacán es de los mas altos nacionalmente, y con las altas temperatura que se registran al menos de abril a septiembre (llegan a alcanzar hasta 44-45 grados centígrados) incrementan el consumo de electricidad. Es común también constatar el descuido en el diseño y adaptación de algunos espacios del cybercafé, con música estruendosa o deficiente iluminación.

Pero también existen los formales, que se anuncian como tales, con su horario fijo, tienen un empleado que atiende al público, dan servicios de cómputo especializados: soporte técnico, venta de periféricos y computadoras, venta de implementos de cómputo como discos compactos, grabación de software, fotocopiado, escaneados, videocámaras, impresiones, auxilio en el manejo de procesadores de texto o de datos estadísticos. Los encontramos en avenidas principales y centros comerciales.

En la ciudad no se han encontrado cadenas de cybers, como si los hay en ciudades de China e India y algunas europeas donde esta el caso de easyInternet cafés en Amsterdam.

Para encuestar a los usuarios de Internet de Culiacán, hubimos primeramente de realizar un conteo sistemático de cybercafés de toda el área urbana de la ciudad, ya que se carecen de registros públicos en oficinas del ayuntamiento de Culiacán y del gobierno del estado. Se localizaron un total de 316 cybers, cuyas características van desde los bien establecidos, con anuncio exterior bajo una denominación, de los servicios que prestan y horarios; hasta los muy informales que no tienen identificación hacia la calle y funcionan en domicilios particulares o sea que son parte de las casas-habitación, atendidos por los hijos o padres de familia.

De esos 316 cybers, seleccionamos aleatoriamente 69 para aplicar en cada uno cuatro encuestas a usuarios, lo que nos arrojó un total de 276 cuestionarios aplicados¹⁹, procurando cubrir tanto a mayores como a menores de 18 años, así como a hombres y mujeres. El 55% de los encuestados fueron hombres y un 44.9% mujeres, el resultado podría parecer uniforme, sin embargo, la tendencia masculina en los cibernautas (especialmente en esta encuesta, en donde la mayoría fueron jóvenes de 12 a 18 años) se atribuye a que los niños y adolescentes gustan jugar más de reunirse con amigos allí, a diferencia de las mujeres que generalmente acuden solas y por periodos de tiempo más cortos.

Los usuarios más asiduos en los cyber en Culiacán son jovencitos, estudiantes de secundaria y preparatoria (63.7%) es decir, adolescentes que tienen de 12 a 15 años en el caso de los que cursan secundaria (27.6%); y de 15 a 18 los de preparatoria, los que más van al Cyber (37.5%). El segmento emergente es de los niños de primaria que en nuestra muestra encontró 11.8%. Pero también los estudiantes de licenciatura requieren ir al Cyber con 22.8%, lo que constata preliminarmente que ni siquiera sus universidades satisfacen sus necesidades de estar en línea o hacer tareas que impliquen el cómputo. En un segundo estrato tenemos a los que realizan alguna actividad laboral con un 19.6% y en último lugar (los menos) se encuentran los que estudian y trabajan con un 12.7%. Considerando que la mayoría son estudiantes, se les preguntó sobre su escolaridad siendo los jóvenes de preparatoria (37.5%) y secundaria (27.5%) los más perseverantes a utilizar los servicios de cibercafé comprobándose la hipótesis de que son los adolescentes y jóvenes los usuarios más numerosos.

La pobreza tecnológica y la división digital en Culiacán son una constante. Ante la pregunta ¿Hay computadora en tu casa? 51% respondió que cuentan con ella, y un 49% que no, por lo que tenemos un rezago muy fuerte de personas sin computadora personal en su hogar, lo que se atribuye a razones económicas que todavía dificultan la accesibilidad a equipos de cómputo.

Aunado a esto, encontramos que la conectividad en los hogares se reduce aun más por lo que implica el pago de una renta mensual del servicio a los proveedores (Megared y Teléfonos de México).

De nuestra muestra, solo 28.6% dispone de Internet desde su hogar, de los cuales a su vez 40% dijo tiene conexión desde hace más de 4 años, siendo la más común la de alta velocidad (banda ancha) con un 47.4%. La disponibilidad en los hogares de Culiacán se encontraría aun por debajo de la media nacional que era de 25.6% para 2007.

Esto nos hace conjeturar que estamos en presencia de un grupo muy significativo de cibernautas, alrededor del 17% con tendencias supuestamente adictivas a Internet, es decir, que no solo consultan en sus casas, sino también en el cyber, máxime si 37.3% contestaron que accedan a Internet todos los días.

Algo que llama mucho la atención es que un porcentaje importante de nuestros encuestados, 22.9% no dispone de computadora en su escuela o trabajo, y cuando se trata de conexiones a Internet este porcentaje se amplía a 37.4%, lo que justificaría que preponderantemente tengan el cyber como opción para sus necesidades de consultas, mantenerse informados o buscar entretenimiento digital.

Los culiacanenses son muy asiduos internautas. Se puede afirmar que efectivamente los cibercafé son un negocio que se mantendrá como tal, pues sus usuarios requieren y prefieren llegar al cyber a consultar o usar Internet. De nuestra muestra, el 62% dijo acceder a Internet todos los días o hasta cuatro días a la semana a realizar diversas actividades digitales, mientras que un 29.3 lo hace una o dos veces a la semana y solo 7.9% más de una vez al mes. Con estos datos se observa que el internarse en el ciberespacio es una actividad muy común y necesaria para realizar trabajos escolares, para el trabajo, mantenerse en comunicación a través del correo electrónico y programas de mensajería instantánea o simplemente utilizar Internet como un medio de entretenimiento.

Incluso, nuestros indicios de que esta provocando adicción a estar en línea se refuerzan por el alto índice de nuestros encuestados que admitieron conectarse muy a menudo o algunas veces sin ninguna razón en particular, solo para pasar el tiempo. En los hombres esto ocurre en más de la mitad (55.3%), de los cuales casi un tercio (28.3%) le ocurre muy a menudo y a 27% algunas veces. En las mujeres es ligeramente mayor, pues 56.4% de nuestra muestra dijo hacerlo muy a menudo (29%) y 27.4% algunas veces. El resto admitió que lo hace raramente o nunca. Estos datos pueden reflejar también que Internet se convierte en una salida recurrente contra el aburrimiento empezando a desplazar a medios más populares de entretenimiento como la televisión.

La ubicación de los cibernautas es clave para captar usuarios. Más de 75% de la muestra (76.8%) reveló que acude a los que están cercanos a su casa y que se encuentran en su misma colonia, pero un sector muy importante, 23.2% respondió no importarle el factor distancia con tal de acceder a cibernautas que ofrezcan bajos precios por hora, un buen equipo de cómputo, velocidad en la red o servicios adicionales (por ejemplo: quemado de CD's, tecleados, venta de equipo de cómputo, asesorías, etc). Para algunos también es primordial el ambiente que se percibe en los mismos.

Precios accesibles. Comparado con lo que se cobra en establecimientos que dan conexión a Internet como aeropuertos y hoteles (que llegan a cobrar hasta 60 pesos por hora), los cibercafés en Culiacán, al igual que en varias ciudades mexicanas, tienen precios accesibles, lo que explica porque los jóvenes y niños acuden por sus servicios. La competencia también ha sido un factor determinante en los precios relativamente bajos, pues manejan en promedio tarifas de 8 a 10 pesos (81% paga esa tarifa), pero hay otros, un 11.3% que cobran más de 10 pesos y un reducido sector (7.6%) cobra de 5 a 8 pesos. Se encontró en el estudio que los precios están intrínsecamente relacionados con la zona en donde se localizan los cibernautas, siendo los más económicos los de las zonas marginadas.

Los internautas en los cibernets de Culiacán “chatean” de manera mas importante, por sobre hábitos de enviar correo electrónico, bajar música, leer noticias o incluso jugar. En orden de preferencia encontramos el chateo con 48.5%, le sigue jugar con un 16%, leer noticias y obtener información con apenas 13.4% se ubicó en tercer lugar de las preferencias. Lo curioso es que las mujeres son las que encuentran mas interesante chatear (61.2% de ellas) y de los hombres un 38% afirmo lo mismo, y que por cierto son los que mas juegan (70% de ellos), aunque con diferentes frecuencias.

Leer noticias y bajar información resultó ser una actividad con bajas preferencias, pues tanto hombres (13.2% de ellos) como mujeres (13.7%) admitieron encontrarlas interesantes en muy bajos porcentajes. Incluso en los hombres estuvo por debajo de jugar (25.7%), pero no fue el caso de las mujeres, pues solo 4% de ellas dijo serle mas interesante jugar que leer noticias y bajar información.

Ello se refleja en que 29.6% de los hombres no usa su tiempo en el Cyber para hacer tareas, siendo un porcentaje menor en las mujeres con 16.9%. En el caso de los hombres, 15.1% hacen tareas allí por lapsos de 31 a 60 minutos, menor que las mujeres (21%) que usan ese mismo tiempo. También las mujeres (25.8%) en mayor porcentaje dedican jornadas mas largas de una a dos horas a cumplir tareas escolares, que los hombres (18.4%) en cada acceso a Internet.

Queda de manifiesto que el entretenimiento es algo que esta ocupando mucho del tiempo de los internautas de Culiacán. De nuestra muestra, 24.3% diariamente entra a Internet con motivos de esparcimiento, y otro 39.8% lo hace de una a tres veces por semana, 17% lo hace muy esporádicamente (una vez al mes) y solo un 18.8% no busca ese satisfactor.

El esparcimiento no se puede catalogar como juego, pues la encuesta nos revela que casi la mitad de los usuarios del cyber (49.6%) no va a jugar en línea, y la otra mitad lo hace con regularidad: 15.6% juega hasta dos horas a la semana, 13% de 2 a 4 horas; y los que consideramos jugadores asiduos son un 16.3%, pues una mitad juega de 4 a 8 horas y el 8.3%, lo hace mas de 10 horas a la semana.

Otra conclusión sobre los juegos que reafirmamos es que las mujeres no son tan asiduas a esta actividad, pues casi tres cuartas partes de ella, (73.5%) dijo no ir a jugar al Cyber. En esto la prevalencia masculina sigue vigente, pues de los hombres, solo 30% contesto que no va con esos propósitos.

Las tareas o trabajos escolares no parecen ser el principal motivo para visitar los cibercafes en Culiacán, pues un porcentaje considerable, de 24% no va con ese propósito. Y además los que contestaron dedicar tiempo a trabajos escolares lo hacen mayormente en lapsos muy cortos, de una a dos horas (21.8%) y un 19.6% entre 30 minutos y una hora. Paradójicamente el 32.2% considera que Internet es una herramienta elemental que algunas veces les ayuda a ser productivos en su escuela o trabajo y un 30.8% contesto que siempre.

Las habilidades de los usuarios en el manejo de Internet parecen ser innatas en las nuevas generaciones. Del total de la muestra, 41.3% aseguró no haber recurrido a alguien para aprender a usar Internet, lo hicieron por su cuenta, un 20.6% acudió con un amigo y 17.7% con un familiar; en menor medida tomo a cursos (11.2%) o lo hizo en la escuela (8%).

También encontramos fuertes habilidades en el manejo de Internet, pues 50.4% de la muestra se consideran a si mismos medianamente sofisticados si de usar Internet se trata, mientras que 29.7% respondieron ser muy pocos sofisticados. Digamos que para el promedio las funciones básicas en Internet son comunes y no les representan ningún grado de dificultad.

Conclusión

De los resultados obtenidos hasta la fecha podemos concluir que Culiacán, aun con el importante desarrollo económico que ha observado en los últimos 15 años y el cambio de la fisonomía urbana mantiene inequidades lacerantes que se manifiestan en un analfabetismo digital de una cuarta parte de sus hogares. Se detectan contrastes manifiestos en un sector de usuarios, jóvenes y niños, preponderantemente, que son asiduos internautas, diestros y autosuficientes en el manejo de las herramientas para navegar digitalmente. Dedicar cortos tiempos en el Cyber a realizar tareas escolares y valoran muy alto (47.8%) disponer Internet para aprender. Tienen preferencia por chatear, lo que habla de que pertenecen a círculos de amigos con los que comparten y comentan los acontecimientos cotidianos, y también buscan juegos diariamente (46.6%), lo que es propio de niños y adolescentes.

Bibliografía

Aeگران, Anne Sofie y James Stewart (2003), “Nerdy, trendy or healthy? Configuring the Internet café, New Media and society, vol. 5, num.3.

Becerra Pozas, José (2008), “Cibercafés, un recurso para acercarse a los ciudadanos”. Revista Política digital, no. 44.

Boyd, Dana y Nicolle B. Ellison (2007 “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 13, num.1.

Castells, Manuel, (1996). The Network society (The Information Age: economy, society and culture) vol. 1.

Castro Luque, Ana Lucía y Blanca E. Zepeda Bracamontes (2004), “El café Internet: un espacio real para la virtualidad. Jóvenes y ciberespacio en el noroeste de México”, Revista Región y Sociedad, vol. XVI, no. 31.

Ibarra, Guillermo, 2008b. [Culiacán en el Contexto de los Estudios sobre Competitividad Urbana y Municipal. Una Propuesta Metodológica.](http://feiypp.uasnet.mx/sinaloa/index.php?id=6)

<http://feiypp.uasnet.mx/sinaloa/index.php?id=6>

Jones, Steve y Camille Johnson (2002), “Web use and web studies”, en Julien Masanés (ed). Web archiving, Springer, Berlin.

Lakshman, Nandini (2008), A Crackdown on India's Cybercafes. Tomado de http://www.businessweek.com/globalbiz/content/jul2008/gb20080715_536817.htm

Liff, Sonia, Fred Steward y Peter Watts (2002), "New public places for Internet access: networks for practices-based learning and social inclusion", en Steve Woolgar (ed). Virtual society? Technology, cyberbole, reality, Oxford University Press.

Livingstone, Sonia (2003), "Children's use of the internet: reflections on the emerging research agenda", New Media and Society, vol.5, no.2.

Rheingold, Howard (2000). The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier, The MIT Press.

Rowley, Ian y Hiroko Tashiro (2007), "Net Cafés: home was never like this", Businessweek, 17 de septiembre.

Scott S. Robinson, 2006. "Después de e-México: una propuesta".

Tomado de: old.apc.org/apps/img_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/Cuerpo_Acad_06b.pdf

Torres Velandia, Angel "Los cibercafés: espacios culturales-educativos para las nuevas generaciones" Consultado en: <http://www.difusioncultural.uam.mx/revista/julioago03/torres.html>

Wellman, Barry y M. Gulia (1999), "The network basis of social support: A network is more than the sum of its ties", In B. Wellman (Ed.). Networks in the global village (pp. 83-118). Boulder, CO: Westview Press.

Zurita, Maria Cristina, "Cibercafés populares: dispositivos para la ficción y formación no convencional", 2006. Consultado en <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=751&llengua=es>

Notas:

¹ Sonia Livingstone (2003), "Children's use of the internet: reflections on the emerging research agenda", New Media and Society, vol.5, no.2, p147.

² En Mumbai y otras ciudades de India los cibercafés que operaban en la informalidad, ahora se sujetan a una vigilancia extrema, necesitan licencias para abrir y los usuarios tienen que identificarse e incluso son interrogados para poder ingresar. Todo esto por los temores de que ahí proliferen el terrorismo, pedofilia, pornografía y los hackers. Aunque no hay cifras oficiales, se calcula que existen alrededor de 250 mil cybers dominados por el sector informal y solo 4% (10 mil) están organizados. Los cafés pequeños han sobrevivido con software pirata y cobran 25 centavos de dólar la hora. Nandini Lakshman (2008), A Crackdown on India's Cybercafes. Tomado de http://www.businessweek.com/globalbiz/content/jul2008/gb20080715_536817.htm

³ En Japón los cybers se han empezado a transformar en refugios transitorios para quienes no tienen una casa. Según el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social de ese país, mas de 5 mil personas han vivido en cibercafés, que son trabajadores de bajos ingresos. Ian Rowley y Hiroko Tashiro (2007), "Net Cafés: home was never like this", Businessweek, 17 de septiembre, p9.

⁴ Los datos del Estudio de competitividad de Ibarra (2008), al igual que otros estudios similares como IMCO, CIDE y Aregional, que la comparan con otras áreas metropolitanas, toman los datos del municipio de Culiacán como metropolitanos. Solo en el caso de los automóviles que citamos mas abajo, son de la ciudad.

⁵ <http://www.debate.com.mx/eldebate/Articulos/ArticuloGeneral.asp?IdArt=5468189&IdCat=6>

⁶ En Inglaterra, por ejemplo, se encontró que importantes porcentajes de la población eran reacios a adoptar la tecnología, pues un cuarto de la población no tenía interés en usarla para atender servicios gubernamentales. Un reporte realizado en 1999 muestra también que 12 % de la población encuestada tenía una PC en casa, pero que nunca la habían usado, aunque las barreras que más se mencionaron para usar las TICs fueron los costos y la falta de acceso. Los no usuarios de Internet señalaron que era irrelevante para sus vidas, difícil de entender y que no sabían donde buscar ayuda para entenderla. También se han detectado temores de ser engañados, el socavamiento de la moral por la disponibilidad de pornografía y practicas fraudulentas. Es decir, para finales de los noventa países desarrollados encontraron barreras para el uso de las tecnologías de información no directamente relacionadas con su disposición. (Liff, Steward y Watts, 2002, p78).

⁷ Liff, Steward y Watts (p80) señalan que el gobierno británico no ha sido neutral en relación a los centros públicos para el acceso a Internet. Bajo el gobierno conservador de 1992-1997 en una iniciativa denominada IT for All se enlistaron un conjunto de lugares que ofrecían cursos de introducción al cómputo e Internet gratuitos, pero no se le otorgó apoyo público. De 1300 lugares enlistados en 1998 más de 60% eran escuelas, colegios, y centros de entrenamiento y un 15% adicional eran bibliotecas. Menos del 5% eran organizaciones comunitarias o cybercafes. En septiembre de 2000 se estableció otra iniciativa denominada UK Online y no se dio financiamiento directo, aunque ciertos fondos se otorgaron para la creación de nuevos centros en las áreas mas deprimidas del país, incluyendo las iniciativas comunitarias.

⁸ *Healthy*, se refiere al conjunto de normas o ideas que subyacen en la esencia del Internet café en el sentido de que el café y las computadoras son buenas o proporcionan algo bueno para la comunidad local. El concepto *Nerdy* alude a que la estrategia del café es

dirigirse a un perfil de usuario tratando de dar imagen de que el cómputo e Internet se usan por jóvenes, hombres, no introvertidos. Por ello los Internet café tratan de crear una imagen enfocada en tres aspectos: la clientela, el cómputo y el mobiliario.

9 Algunos de los cuestionamientos que surgen a partir de las conexiones virtuales y que son estudiados desde distintas perspectivas o enfoques teóricos son: ¿qué preocupaciones sobre la privacidad emergen por el uso de sitios virtuales? ¿Que clase de decisiones políticas y prácticas educativas pueden mejorarse a través de estas redes? Puede predecirse fenómenos sociales o psicológicos a partir del análisis de las conexiones y los perfiles de los bloggers? En qué difieren la estructura de las redes de los sitios y cuales son las implicaciones sociales y culturales de esas diferencias? Como se pueden comparar la estructura de las redes en esos sitios con otro tipo de redes comunitarias? ¿Qué patrones sociales se desarrollan en esos espacios? ¿usan las personas esos sitios para conocer nuevas gentes o mantienen las relaciones existentes fuera de línea? ¿qué rol juegan los aspectos de raza, etnicidad, religión, género y orientación sexual en los sitios de redes sociales? (véase JCMC, octubre de 2007)

10 Dana Boyd y Nicolle B. Ellison (2007 “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 13, num.1.

11 Scott S. Robinson, 2006. “Después de e-México: una propuesta”.

Tomado de: old.apc.org/apps/img_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/Cuerpo_Acad_06b.pdf

12 Maria Cristina Zurita, “Cibercafés populares: dispositivos para la ficción y formación no convencional”, 2006. Consultado en <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=751&llengua=es>

13 Ana Lucía Castro Luque y Blanca E. Zepeda Bracamontes (2004), “El café Internet: un espacio real para la virtualidad. Jóvenes y ciberespacio en el noroeste de México”, Revista Región y Sociedad, vol. XVI, no. 31, pp.163-208.

14 Angel Torres Velandia, “Los cibercafés: espacios culturales-educativos para las nuevas generaciones” Consultado en: <http://www.difusioncultural.uam.mx/revista/julioago03/torres.html>

15 Véase, José Becerra Pozas (2008), “Cibercafés, un recurso para acercarse a los ciudadanos”. Revista Política digital, no. 44, pp56-57.

16 Véase, loc. Cit.

17 La mayoría de los negocios que se dedican a otorgar servicio de Internet en Culiacan llevan nombres de Cyber. Por ejemplo de la zona noreste de la ciudad encontramos: Cyber Elite Farmacia y Papelería, Cyber Abarrote, Cyber Villas del Río, Cyber La Red, etc.

18 Entrevista con Guadalupe Aguilar, propietario del Tareas Club, en Culiacán, 6 de octubre de 2006.

19 El cuestionario cuenta con 79 preguntas que comprenden secciones sobre: Datos personales y sobre el acceso a Internet, habilidades de cómputo e Internet, inicios e interés en Internet, redes sociales o comunidades en línea, actividades en Internet, importancia de Internet, y una sección para mayores de 12 años relativa a impacto de Internet en la vida personal. Llevamos a cabo sesiones previas de discusión con un grupo de profesores y estudiantes de la FIEP-UAS con experiencias en encuestamiento. Se hizo un piloteo previo para cerciorarnos de que estuviera entendible para los encuestados, sobre todo en un lenguaje que entendieran los adolescentes y niños. El tiempo que tomó cada aplicación llevó aproximadamente de 25 a 30 minutos.

* Se exponen los primeros resultados de la investigación sobre Cybercafés e Internet en las ciudades de Sinaloa, correspondiente al del proyecto CONACYT 58735. Las autoras agradecen la hospitalidad del International Forum for U.S. Studies de la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, donde se terminó de elaborar este reporte preliminar (septiembre de 2008). Dejamos constancia también por su valiosa asistencia a Melissa Frías Rocha.

[Ana Luz Ruelas](#)

Doctora en Derecho. Miembro del Cuerpo Académico Internacionales (consolidado) de la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. México.

[Ana Elizabeth Ramírez](#)

Maestra pasante en Política y Gestión Pública. Profesora de la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. México.
