

HACIA UN MODELO DE FRANQUICIAS PARA TELECENTROS COMUNITARIOS EN AMÉRICA LATINA

Integrantes: Mamani Aruni Nelly
Monzón Zamorano Madeleine Cintia

El presente artículo trata de que las regiones dominantes constituyen la primera generación de usuarios de red la cual la emplean en sus trabajos, para la comunicación entre ellos, estas regiones tienen muchas más facilidades de acceder a la información que requieren a “comprar nuevas tecnologías”; sin embargo en la comunidad popular el proceso de tecnología es lenta ya que no pueden acceder fácilmente a cierta información, a nuevas tecnologías por la falta de apoyo económico, incentivo a proyectos para los telecentros comunitarios.

La preocupación que existe para el futuro es la disminución de ingresos para los telecentros comunitarios, que las aportaciones a los fondos de apoyo para proyectos humanitarios vayan reduciendo.

Por otro lado, las universidades públicas no cuentan con el apoyo de la nueva tecnología, pese a que ellas han sido responsables de las conexiones iniciales a la red, dando lugar a un vacío creado por la ausencia. De esto las universidades privadas sacan provecho como por ejemplo el tecnológico de Monterrey (México) que cuenta con varios campus, con su universidad Virtual que es líder en el nuevo campo de la oferta de servicios en educación por línea. Es preocupante esta situación ya que la enseñanza y la información sean más privadas, que para tener acceso a ellas se tenga que pagar costos altos.

También el autor nombra a la “cibercafezinhoización” que es un proceso dinámico en pleno vuelo. Es un reflejo de la demanda inducida por la televisión. El peligro que pueda haber de la expansión de los “cibercafezinhos” sea el consumo de los usuarios a unos pocos instrumentos en línea como el chat, música, correo, artistas favoritos, algo de shopping pasivo, dejando así el enorme potencial que existe en la información.

Luego se habla de la *subversión* que consiste en el nuevo habitus de los “cibercafezinhos” los cuales subutilizan la enseñanza y aprendizaje por falta de una cultura de la información y su transformación en conocimiento.

De todo ello las regiones dominantes prefieren un modelo más de consumismo, negar los servicios públicos, a un modelo de aprendizaje, de buena información.

¿Deberás necesitamos una Internet? Los usuarios populares por su nivel de pobreza y actual condición de anomía, no pueden ser el motor de una aplicación marcada del empleo del instrumento digital. Es cierto que un sector juvenil se acerca con mucho

entusiasmo a la red de redes, pero es un grupo minoritario y auto-reclutado, mucho más quedan excluidos.

Es el estado, en alianza con las organizaciones civiles y proveedores de servicios digitales, el que puede incentivar la ampliación de la red incipiente de telecentros comunitarios, por medio de una movilización de las ilusiones de que la internet representa un camino seguro hacia la prosperidad y el desarrollo, sino también es capaz de vencer la resistencia de la economía informal y la cultura popular.

¿Por qué crear telecentros comunitarios como una política pública prioritaria? ¿No será más barato y eficiente que la dinámica de red de cibercafés privados en la región atienda la demanda de los nuevos usuarios de la Internet? En el fondo se trata del modelo de desarrollo, por el otro una amplia red de telecentros nos ofrece posibilidades novedosas para vincular la conectividad con el desarrollo social.

Los telecentros comunitarios ofrecen una serie de opciones y potenciales todavía sin examinar cabalmente. Una de las carencias del movimiento latinoamericano de los telecentros comunitarios es la falta de modelos de sustentabilidad o negocio viables y contundentes en función de necesidades locales. Es urgente distinguir la figura del telecentro de lo que podemos llamar los falsos telecentros. Un telecentro es un punto de acceso a la red, el telecentro puede sobrevivir como tal, solamente si se considera que es un valor agregado.

El telecentro requiere varios elementos ahora existentes o incipientes, en el panorama institucional y en el mercado de opciones tecnológicas. El sistema de franquicias para telecentros en la región se ancla sobre la premisa de que el estado y al iniciativa privada, y a todos los actores civiles en una palabra.

¿Cómo funcionaría la franquicia? El modelo del negocio se trata de un juego de opciones de hardware, software, opciones para la conectividad y, lo más difícil orgware, todo financiado por una alianza entre el estado y la iniciativa privada de organizaciones civiles registrados sin fines de lucro y autorizado por el Ministerio de Hacienda.

Internet... ¿Para qué? Y ¿Para quién? El modelo aquí expuesto para los telecentros comunitarios a futuro permite el acceso equitativo, uso con sentido y la apropiación social de los recursos de la TIC. La capacitación ofrecida al interior de los telecentros comunitarios los vuelve de hecho una extensión de facto del actual sistema educativo, donde es una prioridad enseñar la discriminación entre datos información y conocimiento.

La dimensión de este proyecto implica un reto que merece una palabra final: la actual cobertura de la Región por las televisoras comerciales y el bombardeo continuo de mensajes radiofónicos dirigidos hacia lo la juventud consumidora de música.