

El Impacto de los Infocentros en el Fortalecimiento del Capital Social.

Estudio elaborado por la consultora ARSChile Ltda.
a solicitud de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

Santiago, diciembre 2006.



ARSChile
New Social



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

Resumen Ejecutivo

El presente informe contiene el relato, análisis y resultados principales del estudio “*Impacto de los infocentros en el fortalecimiento del capital social en comunidades rurales, enriquecido por una perspectiva de género*” llevado a cabo por la consultora ARSChile Ltda. a solicitud de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL). Se trata de un estudio concebido como un ejercicio exploratorio orientado a establecer las relaciones existentes entre el funcionamiento de los infocentros comunitarios y la generación de capital social entre sus usuarios.

El informe se encuentra organizado en cinco capítulos. El primero tiene como propósito introducir al lector en los conceptos, teorías y herramientas metodológicas que orientan el estudio. El segundo identifica y caracteriza un conjunto de variables de naturaleza contextual que mediatizan la relación entre los infocentros y la creación de Capital Social. En el tercero se focaliza en uno de los factores que aparecen como más determinantes en la problemática estudiada, el papel que asumen los operadores y personas al frente de los Infocentros en la inducción de determinadas opciones y comportamientos de los usuarios. El cuarto concentra los aspectos medulares del estudio con la lectura y análisis de los datos obtenidos a partir de los instrumentos de recopilación de datos en los casos de estudio considerados. En la etapa conclusiva del estudio, el capítulo cinco, se establecen un identifican y sistematizan un conjunto de “buenas prácticas” sobre la creación y asignación de Capital Social desde los Infocentros y que son susceptibles de ser tomadas como insumos en el diseño de políticas públicas.



Ficha Técnica.

Título del estudio: El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social en comunidades rurales, enriquecido por una perspectiva de género.

Palabras Clave: Infocentros, Capital Social, Internet, Comunidades Rurales, Género

Naturaleza del estudio: Investigación aplicada de carácter exploratorio.

Período de ejecución: octubre – diciembre 2006 (45 días).

Jefe de Proyecto SUBTEL

Marcello Frattasio.

Equipo de Trabajo de la consultora ARSChile Ltda:

Coordinación

José Ignacio Porras

Investigadores

Evelyn Arriagada

Jorge Vasquez

Ximena Vera



Índice

Cap. n.1 - Internet, Capital Social e Infocentros Comunitarios. Aspectos teóricos y metodológicos de un estudio exploratorio.	p.4
Cap. n.2 - Factores contextuales en la relación entre Infocentros y Capital Social. Modelos, comunidad y entidades sostenedoras	p.24
Cap. n.3 - El papel de los liderazgos en uso de los Infocentros. Dirigentes y operadores.	p.38
Cap. n.4 - Infocentros Comunitarios, ¿un espacio para crear Capital Social?. Lecturas de los datos de un estudio exploratorio.	p.52
Cap. n.5 - Buenas Prácticas para la construcción de Capital Social desde los Infocentros. Hacia una agenda de futuro.	p.84
Anexos	
Bibliografía.	p.88
Sistema Indicadores.	p.91



Capítulo n.1

Internet, Capital Social e Infocentros Comunitarios. Aspectos teóricos y metodológicos de un estudio exploratorio.

El propósito de este capítulo es construir un marco teórico que nos permita cumplir con los fines del estudio, relevar el impacto de los Infocentros localizados en comunidades rurales en la creación y fortalecimiento de Capital Social, tomando como dimensión analítica preferente una perspectiva de género. Para ello se procederá, en primer lugar, a abordar será la revisión de la literatura sobre el concepto de Capital Social con el propósito de fijar una definición operativa. El segundo punto será identificar los posicionamientos alrededor del emergente debate sobre la relación entre Internet y Capital Social. Una vez cumplido este objetivo se avanzará hacia la identificación y entrelazamiento de los principales elementos metodológicos que han pautado el diseño de la investigación.

1. ¿Qué es Capital Social y cómo medirlo?.

Si bien el concepto de Capital Social es relativamente nuevo, lo cierto es que la preocupación por sus significados puede rastrearse hasta los mismos orígenes de las ciencias sociales. Ya a fines del siglo XIX Emile Durkheim señalaba la importancia de las relaciones sociales en la cooperación social en las sociedades modernas. Un cuerpo social “saludable” era aquel en el que los individuos mantenían múltiples y variadas relaciones entre sí y compartían simultáneamente valores y sentimientos comunes hacia la sociedad como un todo. Pero no será hasta la década de los

noventa cuando empieza a conceptualizarse la tradicional preocupación por las fuentes de solidaridad social a partir del concepto de Capital Social, siendo utilizado profusamente no sólo entre el mundo académico, sino también por gobiernos, organismos multilaterales y agencias de cooperación y, en términos generales, todos los actores involucrados en la definición de las agendas de políticas públicas. La idea de Capital Social se convierte en el “eslabón perdido” para poder explicar la gran mayoría de los fenómenos sociales. En tanto que variable explicativa, la existencia de un determinado stock de Capital Social permite dar cuenta, entre



ARS Chile
Análisis de Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

otros, de por qué a algunos niños les va mejor en las escuelas; por qué las conductas criminales son menores en determinadas comunas; o incluso por qué en determinadas sociedades las tasas de mortalidad son mayores que en otros. Si bien parece necesario tomar distancia de este tipo de entusiasmo dadas las falencias teóricas del concepto de Capital Social¹, resulta plenamente justificado su uso como herramienta que nos permita una obtener una explicación más omnicomprendensiva de la realidad social.

La posibilidad de medir Capital Social se encuentra condicionada a la forma en que éste se encuentra definido. A ello contribuye la ausencia de una definición clara y concisa de Capital Social que encuentre un amplio grado de aceptación. Lo que exige, dados los fines del estudio, plantear una propuesta conceptual.

Algunas de las definiciones más influyentes que pueden encontrarse en la literatura especializada sobre Capital Social – Bourdieu (1985), Coleman (1988; 1990); Putnam (1993; 2000) y

¹ A modo de ejemplo podría señalarse la tautología en que frecuentemente se cae al utilizar el concepto de Capital Social. Me refiero a explicaciones del tipo: un mayor Capital Social conduce a una sociedad mejor, lo que a su vez produce más Capital Social. Para una revisión crítica sobre el concepto de Capital Social véase Frans J. Schuurman, "Capital Social: El potencial político-emancipatorio de un concepto en disputa" en José I. Porras y Vicente Espinoza, *Redes. Enfoques y aplicaciones del Análisis de Redes Sociales (ARS)*, Santiago: Universidad Bolivariana & Universidad de Santiago, 2005.

Fukuyama (1995; 1999) – dan cuenta de diferentes niveles y unidades de análisis asociadas al concepto. El punto en que convergen todas estas definiciones son las consecuencias positivas de la existencia de Capital Social, tanto en la dimensión social, como política y económica. Pero a los fines perseguidos en este estudio el foco no se encuentra centrado en las consecuencias –premisa asumida como razón de ser del estudio-, sino en las causas que dan origen a la generación de Capital Social. En concreto, el impacto de la instalación y funcionamiento de Infocentros comunitarios en la generación de Capital Social. Por ello es preciso fijar de antemano cuáles son los elementos que se entienden como consustanciales del concepto.

Atendiendo al propósito de poder operacionalizar el concepto de Capital Social en el marco de los fines establecidos en este estudio, se asumirán como elementos de nuestra definición una dimensión estructural: las redes sociales, y una dimensión cognitiva: el compromiso comunitario. Capital Social es, según Ronald Burt (2004), una "metáfora de la ventaja". A algunas personas, grupos u organizaciones les va bien en términos de recibir mayores retornos por sus esfuerzos no únicamente en razón de sus atributos y aptitudes, sino también porque están mejor conectados. Bourdieu (1985), Coleman (1990; 1998) y Putnam (2000) también concuerdan en definir Capital Social como una función de la estructura social. Para Pierre Bourdieu, considerado comúnmente como el primer



ARS Chile

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

autor que realizó un estudio sistematizado sobre Capital Social, éste refiere a *“el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos estables institucionales de conocimiento o reconocimiento mutuo”*. Por su parte, James Coleman entiende que se crea allí donde las relaciones entre personas se coordinan para facilitar una acción colectiva. Lo que lleva a asumir que el Capital Social puede darse de las formas más variadas como, por ejemplo, el uso de amigos y conocidos como fuente de información; la existencia de una vida asociativa que facilite la consecución de objetivos colectivos; o el desarrollo de un sistema de normas y sanciones dentro de una comunidad. La atención preferente de Coleman, no obstante, se centra en el establecimiento de obligaciones y expectativas de apoyo mutuo entre las personas. En concreto el Capital Social se pone en marcha en el momento en que un individuo hace algo por otro confiado en que aquél se comportará de manera recíproca en el futuro. La existencia de mecanismos de reciprocidad se vuelve especialmente relevante para Coleman por el creciente grado de interdependencia en que actúan las personas, en tanto que los intereses de cada uno dependen siempre, o están en alguna medida bajo el control de otros actores. Tal y como ilustra Granovetter (1985), *“Mi mortificación por engañar a un buen amigo puede ser enorme incluso sin ser descubierta. Y puede ser aún mayor cuando mi amigo lo sabe. Pero puede ser insoportable si nuestros amigos mutuos descubren el engaño y se lo cuentan entre*

ellos”. Lo que genera las condiciones para generar certidumbre sobre el cumplimiento de las obligaciones establecidas en un acuerdo de apoyo recíproco. Publicado un año más tarde que el trabajo de Coleman, Robert Putman aporta a la comprensión estructural del concepto de Capital Social su traslado al nivel macro de análisis. Las redes sociales, la reciprocidad y, fundamentalmente, la confianza son para Putnam las dimensiones del fenómeno que logra explicar por qué ciertas comunidades alcanzan mayores niveles de desarrollo económico y democrático que otras. La confianza de la que habla Putnam no es ciega, sino un recurso instrumental para hacer posible la cooperación voluntaria. Según el autor *“Uno no confía que una persona (o agente) hará algo simplemente porque dice que lo va a hacer. Uno confía sólo porque, conociendo la disposición del otro, sus opciones disponibles y sus consecuencias, su capacidad,....uno espera que él elegirá hacerlo”* (1993: 171). Para Putnam, al igual que el resto de los autores mencionados, la conformación de redes sociales densas es una condición necesaria para hablar de la existencia de Capital Social en una determinada comunidad. Ronald Burt rechaza la importancia de la densidad de las redes sociales. El foco debe ponerse en la calidad de las mismas. Desde esta perspectiva Burt plantea que el Capital Social de los individuos se encuentra en su capacidad de trascender sus vínculos primarios o fuertes originados en su entorno inmediato, donde la tendencia a mantener relaciones cada vez más estrechas lleva a la separación con otras sub-redes o grupos de la sociedad a

partir de lo que denomina el autor “agujeros estructurales”. El poder de atravesar dichos “agujeros” constituye una oportunidad de vincularse con individuos pertenecientes a otros grupos, quebrando la corriente de información y accediendo así a información respecto de lo que ocurre en entornos distintos del propio y, por tanto, incrementando así sus posibilidades de acción. Para Burt la construcción de Capital Social no parte del establecimiento de vínculos estrechos en el entorno primario, sino de la capacidad de los actores para establecer diferentes relaciones fuera de su grupo de pertenencia. Lo que claramente nos abre el debate, como posteriormente se atenderá, al potencial del uso de Internet y el resto de las Tecnologías de la Información (TICs) para fortalecer el Capital Social tanto individual como colectivo. Se volverá, por tanto, a retomar a Burt en el próximo apartado.

Al abordar la dimensión cognitiva del Capital Social se debe referir al debate generado por Putnam al sostener que las asociaciones cívicas o de voluntariado constituyen espacios de interacción social en los que se facilita el aprendizaje de actitudes y conductas cooperadoras, incrementan la interacción cara a cara y crean condiciones para el desarrollo de la confianza, y que la confianza generada dentro de ellas, así como las experiencias de cooperación de sus miembros, tienden a generalizarse al conjunto de la sociedad. Sin embargo, varios autores han puesto en duda el hecho de que todas las organizaciones favorezcan el compromiso

cívico y el desempeño. Nada impide que una organización voluntaria se oriente únicamente a la consecución de beneficios para sus asociados a costa del beneficio del resto de la comunidad. Por todo ello parece razonable no sólo quedarse con examinar la vida asociativa como fuente de Capital Social, sino con el grado de compromiso existente hacia el servicio de la comunidad. Es decir, la existencia de un conjunto de acuerdos y valores compartidos que definen la identidad comunitaria, así como una predisposición para hacerse responsable del bienestar de la comunidad y contribuir a ello.





Recuadro n.1

Capital Social en Chile.

El Informe sobre Desarrollo Humano del año 2000 del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sigue siendo un referente obligado al momento de introducirse a la temática del Capital Social en Chile. A continuación se expondrán algunos de los datos y las conclusiones más relevantes ofrecidas por el Informe en su Parte III "Asociatividad y Capital Social".

El ejercicio de catastrar todas aquellas "organizaciones voluntarias y no remuneradas de individuos o grupos que establecen un vínculo explícito con el fin de conseguir un objetivo en común" en lo que en el Informe se identifica como Mapa Nacional de Asociatividad da cuenta de la existencia de 83.386 registros. De éstas un 30,6% se localizan en la Región Metropolitana ocupando el segundo lugar la Región del Bío Bío con un 12%. Ahora bien, al tomar como indicador la "densidad asociativa" se constata que son en aquellas regiones más extremas y menos pobladas en las que se sitúan las mayores tasas de organizaciones por número de personas: 95,6 organizaciones por cada 10.000 habitantes se registran en Aysen y 81,1 en la región de Tarapacá. Unas cifras muy superiores a la media nacional, 56,3 organizaciones por cada 10.000 habitantes. La mirada comparada con otras realidades nacionales sitúa a Chile en una posición intermedia (ver cuadro). Ahora bien, cabe ser cauteloso con este tipo de comparaciones dada las diferencias sustantivas en las metodologías aplicadas en la cuantificación de la asociatividad en los diferentes países.

Tabla n.1 Tasa de Organizaciones por habitantes en diferentes países.

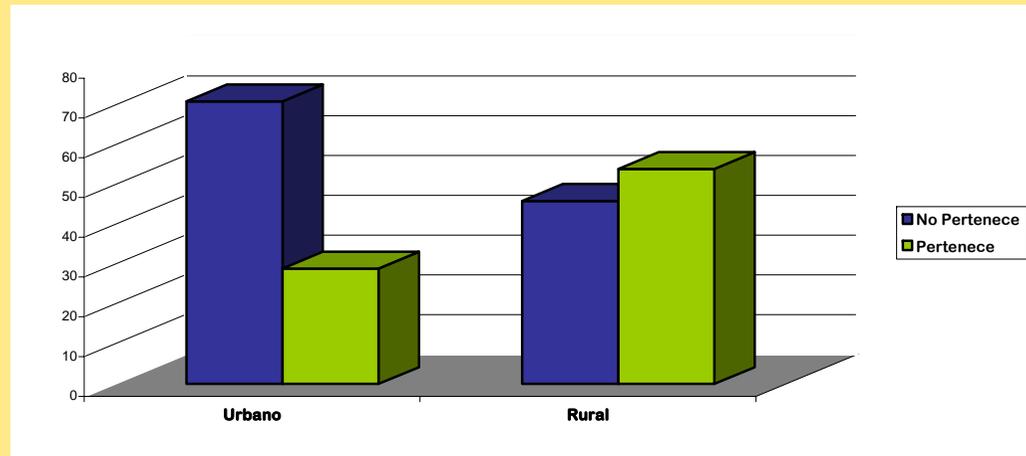
Países Seleccionados	Número de Organizaciones	Organizaciones por 10.000 habitantes
Argentina	78.392	22
Francia	225.600	39
Hungría	44.176	44
Suiza	100.000	139
Austria	82.964	107
Chile	83.386	56

Fuente: Informe de Desarrollo Humano-PNUD 2000.

Al ponderar la distribución de las organizaciones registradas según sus áreas temáticas de actuación, cabe destacar la existencia de porcentaje similares entre aquellas que tienen como propósito fines Económicos (21,2%); Salud-Vivienda-Educación (20,4%); Vecinal (20%); y Recreativo-Cultural (17,9%). Esta distribución se reproduce, con algunos pequeños cambios, en todas las regiones de Chile. Otro dato revelador de la naturaleza de la asociatividad en Chile es que la acción del 58% de las organizaciones se encuentra dirigida al propio beneficio de los participantes, mientras que el 31% tiene una orientación mixta (orientado a la producción de un bien común para asociados y no asociados).

Según la encuesta desarrollada por el PNUD en junio de 1999 como insumo en la elaboración del Informe sobre Desarrollo Humano un 33% de los encuestados declara pertenecer a por lo menos una organización. Al analizar las variables socio-demográficas de la muestra da cuenta que: a) los hombres participan más en organizaciones que las mujeres; b) los jóvenes aparecen como el rango etáreo que menos participa en organizaciones; las personas ubicadas dentro de un grupo socioeconómico más alto manifiestan ser parte de una organización en mayor grado que los grupos medios y altos; y, finalmente, en las zonas rurales la pertenencia a una organización es mucho más alto que en las zonas urbanas (*véase gráfico*).

Gráfico n.1 Porcentaje de Asociatividad en Medio Urbano y Medio Rural.



Fuente: Informe de Desarrollo Humano-PNUD 2000.

Por último cabe recuperar los datos ofrecidos por el Informe en términos de confianza social e institucional de las chilena/os. Según la encuesta un porcentaje mayoritario de los encuestados, el 64%, manifiesta que no se puede confiar en las personas frente al 33% que señala que sí. Resulta significativo que esta desconfianza es mucho mayor entre los grupos socioeconómicos bajo y medio que en los altos. Al medir confianza institucional la encuesta da cuenta de que las instituciones más confiables son la Iglesia, las universidades, los carabineros o las fuerzas armadas. Por el contrario existe una fuerte desconfianza hacia el Parlamento y los partidos políticos.

A partir de los datos expuestos del Informe sobre Desarrollo Humano se plantean las siguientes conclusiones:



ARS Chile
Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

- ⇒ Las profundas transformaciones que se han producido en la sociedad chilena durante las últimas décadas han provocado cambios sustanciales en la naturaleza de su Capital Social²: se identifica un desplazamiento de los vínculos sociales fuertes y duraderos hacia lazos más tenues y flexibles.
- ⇒ Esta “informalización” relativa del Capital Social en Chile sería consecuencia de un proceso social marcado por la individualización acompañada de privatización. Las personas parecen ganar un grado mayor de autonomía individual mediante su retracción de los ámbitos sociales, lo que se expresa en una creciente primacía del mercado sobre el estado como eje de organización de la sociedad.
- ⇒ Las nuevas expresiones asociativas existentes en Chile tienden a la conformación de redes inter-organizacionales a partir de la confluencia de intereses y la carencia de recursos suficiente para una acción autónoma.
- ⇒ A pesar de ello los procesos de acción colectiva apenas son capaces de atravesar las divisiones sociales. Las organizaciones tienden a asentarse en condiciones socio-económicas comunes y espacios compartidos.
- ⇒ El estado sigue siendo, como lo fue en el pasado, un importante inductor de la asociatividad en Chile.
- ⇒ La pertenencia a organizaciones favorece mayores niveles de confianza social e institucional.

Fuente: *Informe sobre Desarrollo Humano en Chile 2000. Más sociedad para gobernar el futuro*, PNUD: Santiago de Chile, 2000.

² Distanciándose de los planteamientos más deterministas de autores como Robert Putnam, en el Informe del PNUD la idea de Capital Social es concebida no como “stock” sino como “flujo”. Lo que implica considerar como posible un proceso de reversión en la evolución del Capital Social.



ARS Chile
Iniciativa Social

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

1.2 Internet y Capital Social.

El papel de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) en la creación y asignación de Capital Social suscita cada vez más interés como parte de la reflexión sobre la reorganización de los cimientos de la interacción social en el contexto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. En la medida en que las TICs se incorporan de forma cada vez más acelerada a nuestra vida cotidiana parece oportuno cuestionarse *¿de qué modo estas nuevas tecnologías están modificando la forma en que nos relacionamos entre nosotros?, ¿el uso y asimilación de estas nuevas tecnologías están teniendo un impacto positivo o, por el contrario, negativo en la construcción de Capital Social?*³.

Una referencia obligada en este debate vuelve a ser Robert D. Putnam (2000) quién argumentó que una de las causas principales en el declive del Capital Social en Estados Unidos es el incremento de la cantidad de tiempo que la gente pasa viendo la televisión al detracer tiempo para las relaciones sociales y la participación en la vida comunitaria. Por extensión a esta idea de Putnam algunos autores también vincularon el uso extendido de las TICs al origen de un empobrecimiento generalizado de las relaciones

³ Un buen ejemplo del interés por esta problemática y los diferentes planteamientos existentes alrededor de ella puede obtenerse de las ponencias presentadas en el taller "ICTs and Social Capital in the Knowledge Society", Sevilla, España, 2003.

sociales y de la cohesión social. Lo que a su vez nos conduciría a una creciente fragmentación e individualización de nuestras sociedades. Una primera razón que puede esgrimirse para poner en duda los planteamientos de Putnam es que televisión e Internet son tecnologías sustancialmente diferentes en términos de su uso social. Mientras que la televisión relega a las personas a ocupar un rol pasivo como meros receptores de información, el Internet y el resto de las TICs permiten a sus usuarios intercambiar los roles de receptor y emisor de información. Pero aún más importante, no puede ignorarse que estamos ante tecnologías cuyo fin teleológico es catalizar formas alternativas de interacción social. Los datos que ofrecen todos los estudios son reveladores al indicar que el uso principal de Internet es para el envío de correos electrónicos (Wellman, 2001).

Ahora bien, *¿es posible asimilar las relaciones establecidas a través del espacio virtual con aquellas presenciales que tenemos en el mundo físico?* Para algunos autores en las comunidades virtuales las relaciones son casuales, poco confiables, esporádicas y en muchas ocasiones basadas en identidades simuladas (MacLaughlin et al, 1995). Por lo que difícilmente puede aceptarse algún tipo de contribución a la creación de Capital Social, siendo más bien acelerador de su declive. Si bien puede ser una herramienta para aumentar los vínculos coyunturales o débiles, también es causa de un debilitamiento de los lazos más cercanos y



ARS Chile
Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

fuerzas de las personas (LaRose, Eastin & Gregg, 2001). Asimismo las nuevas formas de participación ciudadana y compromiso comunitario a través de las TICs serían mucho menos comprometidas, debilitando la organización social y el funcionamiento de la democracia (Sartori, 1998) .

Autores como Wellman (1999; 2002) o Castells (2001) ponen en duda este potencial de Internet para transformar de forma negativa el Capital Social. Pero tampoco de forma positiva. Frente a las afirmaciones de que Internet es una fuente de comunidad renovada o, por el contrario, de que constituye una causa de alienación y escape de la realidad física, ambos autores coinciden en señalar que se trata más bien de una herramienta para complementar el Capital Social existente. La forma en que las personas se relacionan en el espacio físico y en el espacio virtual tiende a converger. El foco de atención, por tanto, no debe centrarse no únicamente en el acceso a esta tecnología, sino en la forma en que es utilizada. Según Wellman et al (2002) cuando el Internet es utilizado básicamente para actividades “asociales” o que no involucran ningún tipo de interacción con otras personas esta tecnología tendera a promover el aislamiento del individuo y la anomia social. Por el contrario, cuando la gente usa Internet para comunicarse y coordinarse con amigos, familiares y organizaciones –

cercanas o lejanas, se convertirá en una herramienta para construir y mantener el Capital Social⁴.

Los Infocentros son un objeto de estudio privilegiado para analizar la complementariedad entre ambas realidades dado su carácter de ente arraigado en un ámbito delimitado territorialmente y socialmente, pero que a su vez tiene como fin constitutivo proveer posibilidades de acceso para ser parte de las redes globales del espacio virtual. Internet es por definición una red global más que local. De hecho, su principal caracterización viene dado por ser una tecnológica que permite trascender las limitaciones espaciales y facilitar la comunicación y coordinación de actividades a nivel global. Sin embargo, el uso de Internet también puede llegar a tener consecuencias muy notables en las formas de relacionamiento al interior de las comunidades. Uno de las primeras investigaciones sobre la temática, el libro *The Wired Neighbourhood* de Doheny-Farina (1996), puso en evidencia que la mayoría de los usuarios de la comunidad estudiada buscaban a través del uso de Internet obviar las barreras territoriales para comunicarse y contactarse con la red global.

⁴ Cabe ser cuidadoso al momento de fijar que entendemos por un uso “asocial” de Internet. La búsqueda de información, aunque sea realizada para un beneficio personal, puede tener consecuencias inesperadas e indirectas muy positivas para el Capital Social de la comunidad al redireccionar flujos inexistentes de información.



ARSChile
Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

La **hipótesis de trabajo** que será planteada es que los Infocentros pueden proveer a los grupos sociales y comunidades beneficiarias de un Capital Social basado tanto en el fortalecimiento recíproco de sus redes sociales de carácter local y sus redes sociales de carácter global. De esta forma, lejos de acentuar un proceso de disociación entre localidad y sociabilidad, contribuyen a revertirlo. Asimismo se plantea como hipótesis que el Capital Social provisto por los Infocentros renueva y fortalece la identidad comunitaria a partir de la simbiosis entre “lo local” y “lo global”.

La singularidad de los Infocentros ubicados en el medio rural lleva a considerar que la constatación de nuestras hipótesis de trabajo sobre el impacto de este tipo de Capital Social debiera resultar mucho más evidente. Como es bien conocido, los usuarios/os

de los Infocentros rurales son diferentes a los usuarios/os de los Infocentros urbanos (Proenza et al, 2001). No se refiere a aspectos asociados al ingreso o conocimientos sobre el uso de los computadores, sino a su condición de miembro de una comunidad donde las relaciones sociales se encuentran mucho más condicionadas por factores territoriales que en el ámbito urbano. Del mismo modo, el impacto de las nuevas tecnologías en la identidad comunitaria dentro del contexto rural la sitúa en una condición de bastante más vulnerabilidad que en el caso urbano. La causa es que Internet y el resto de las tecnologías de la información y comunicación tienen, según sus características intrínsecas, una capacidad de intromisión mucho más acentuada que otro tipo de tecnologías anteriores para quebrar la impermeabilidad fundada en el arraigo a lo territorial.

Conclusiones

La creciente omnipresencia de las TIC invita a examinar su impacto sobre el capital social: ¿Es Internet causa del declive del Capital Social o, por el contrario, una herramienta para su fortalecimiento?; ¿Internet transforma o complementa el Capital Social existente?. De las respuestas a estas preguntas que se encuentran en el emergente debate sobre Internet y Capital Social se propone como hipótesis de trabajo:

H1.- *Internet es esencialmente una herramienta que puede fortalecer el Capital Social en la medida que posee atributos de conectividad e interacción entre sus usuarios del que carecen otro tipo de tecnologías.* (ej. Televisión)

H2 - *Internet básicamente complementa el Capital Social ya existente en el medio presencial, pero es posible atisbar su potencial para transformarlo en la medida en que espacio físico y espacio virtual se entrelazan y conciben como una misma realidad social.*

Los Infocentros son un objeto de estudio privilegiado para estudiar la asociación entre Internet y Capital Social al propiciar la convergencia entre espacio físico (*relaciones locales*) y espacio virtual (*relaciones globales*).



ARS Chile
Redes Sociales



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

2. Diseño de Investigación

A continuación se presentan los principales elementos de un diseño de investigación formulado para cumplir los fines planteados, tomando en consideración los diferentes condicionantes en que va a desarrollarse el estudio.

2.1 Preguntas de Investigación.

La pregunta de investigación que busca obtener una respuesta fundamentada a partir del estudio es la siguiente:

¿Cómo la instalación y funcionamiento de los Infocentros Comunitarios en el medio rural puede crear o re-crear Capital Social entre los grupos sociales y comunidades beneficiarias?

A partir de ella es posible desprender un número limitado de preguntas de investigación más específicas que pueden ser ordenadas en las siguientes categorías:

Capital Social

- a) ¿En qué medida los Infocentros modifican las relaciones sociales *-formales o informales, locales o globales, horizontales o verticales, débiles o fuertes-* de sus grupos beneficiarios?
- b) ¿Es posible establecer una relación entre la participación en un Infocentro y el aumento de la confianza social e institucional entre sus usuarios?
- c) ¿De qué forma la instalación y funcionamiento de un Infocentro crea compromiso cívico y sentimiento de comunidad entre sus usuarios?.
- d) ¿Qué cambios deben producirse en el diseño de la política de inclusión digital, en sus distintos modelos de acceso comunitario, para potenciar la generación de Capital Social?



ARS Chile
Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

Ruralidad

- a) ¿Qué impacto tiene el funcionamiento de un Infocentro en términos de la cohesión social e identidad comunitaria en un área rural?
- b) ¿Cómo y de qué forma los Infocentros se posicionan como parte de la institucionalidad social y política pre-existente en la comunidad rural?
- c) ¿En qué medida las redes sociales de los usuarios de Infocentros se expanden a nivel local y a nivel global?

Género

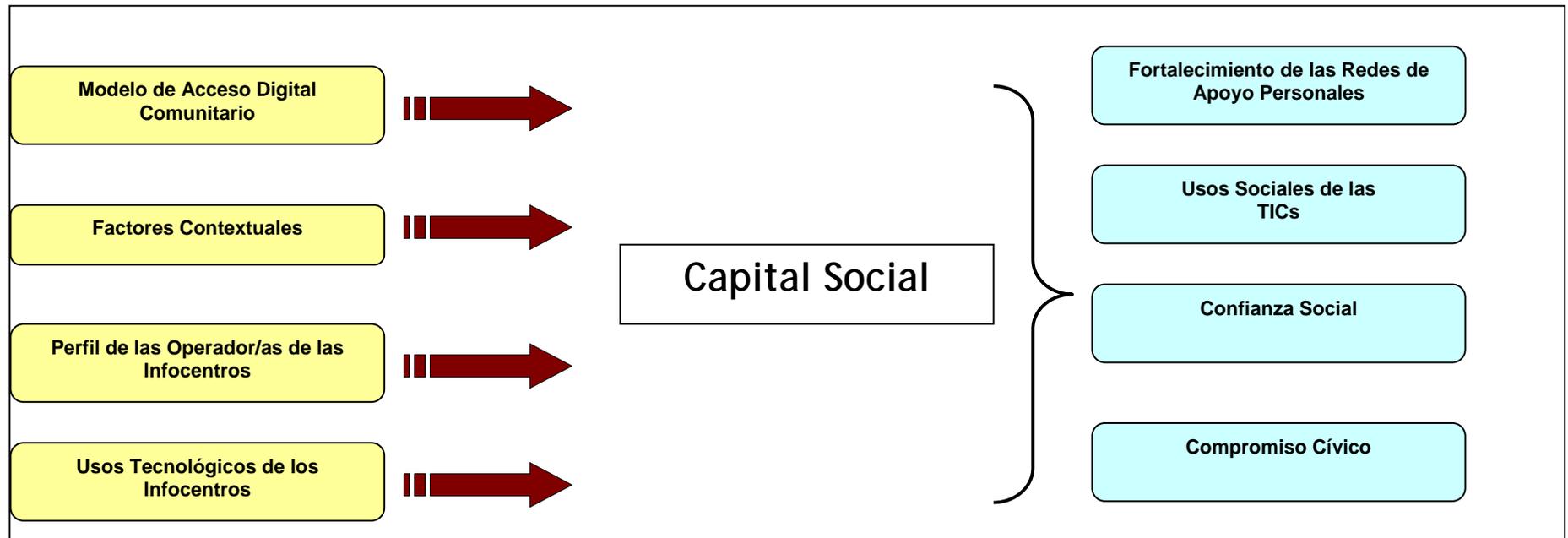
- a) ¿Cómo los roles de género han influido en la participación de usuarios y usuarias de los Infocentros?
- b) ¿Han contribuido los Infocentros en la reducción de la brecha de desigualdad entre hombres y mujeres?
- c) ¿De qué forma se han visto modificadas las redes sociales de las mujeres que han participado en los Infocentros?
- d) ¿De qué forma se han visto modificadas las redes sociales de los hombres que han participado en los Infocentros?.

2.2 Identificación y Sistematización de Variables.

Con base al marco teórico y a las preguntas planteadas se construyó un modelo hipotético explicativo para explicar la relación el

impacto de la condición de usuario/os de los Infocentros Comunitarios en la evolución del stock de Capital Social.

Cuadro n.1 Modelo Hipotético Infocentros Capital Social



- **Usos Tecnológicos.** Según fue planteado en el apartado anterior, el tipo de uso que se hace de Internet condiciona su

incidencia en el desarrollo del Capital Social. En la medida en que Internet sea utilizada preferentemente para fortalecer



ARS Chile
Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

la comunicación y conexión con otras personas u organizaciones mayores será su contribución al fortalecimiento del Capital Social y viceversa. Ahora bien, las preferencias individuales sobre como usar Internet se encuentran, en cierta medida, condicionadas por el entorno en el que accede a él. Para los fines concretos de nuestro estudio, se asume como relevante la influencia directa que ejerce los fines perseguidos, estrategia y operación de los Infocentros en la generación de conocimientos y capacidades para el uso de Internet.

- **Estructura Social.** Tal y como se planteo a lo largo del apartado anterior, el capital social se genera y se acumula a partir de las relaciones que individuos y organizaciones establecen entre si. La caracterización de esta estructura relacional condiciona, por tanto, la evolución del Capital Social. En situaciones de marginalidad social o territorial, por ejemplo, la cercanía física aparece como un factor fundamental para el afianzamiento de relaciones de reciprocidad y, por tanto, de apoyo mutuo. Internet provee de oportunidades para redefinir este tipo de redes sociales, pero a partir de los acomodos que permiten estas propias redes.

- **Variables socio-económica.** La dimensión socioeconómica representa un eje transversal que cruza a las tres dimensiones posteriores. La condición del usuario, en términos de su edad, sexo, percepción subjetiva de su clase social o grado de estudios tiene mucho que ver en la forma en que usa Internet, se posiciona dentro de las estructuras sociales de su comunidad y percibe la institucionalidad socio-política.
- **Compromiso Cívico.** La existencia de un conjunto de acuerdos y valores compartidos alrededor de una determinada identidad comunitaria genera mejores condiciones para la articulación colectiva de acciones orientadas a mejorar el bienestar de la comunidad. Este compromiso se construye con base a un cemento básico de confianza social y en las instituciones desde las que se organiza el funcionamiento de la comunidad.



2.3 Aproximaciones metodológicas.

Uno de los aspectos destacados del diseño de investigación del estudio es la combinación de diferentes aproximaciones metodológicas. Por un lado se adoptó el método comparativo en la evaluación de seis estudios de caso, así como en el análisis de aquellas variables que merecen una especial atención en este estudio: ruralidad y género. Por otro lado se asume una estrategia de complementación que tiene como finalidad enriquecer nuestra comprensión de los hechos integrando los diferentes aspectos de la realidad que revela cada método. Pero previo a referirnos a ambas aproximaciones metodológicas vamos a dar cuenta de un componente metodológico que aparece como transversal en todo el estudio, el Análisis de Redes Sociales (ARS)

2.3.1 Análisis de Redes Sociales

El Análisis de Redes Sociales (ARS) es concebido como el estudio formal de las relaciones entre actores y de las estructuras sociales que surgen de la recurrencia de estas relaciones. La unidad básica del análisis del ARS es, por tanto, el dato relacional o vínculo específico existente entre un par de elementos. El dato relacional surge de la comunicación, colaboración, transacción, valoración, etc., existente entre un número determinado de “nodos”, sean éstos organizaciones o personas, colectivos o individuales, humanos o

artificiales. A partir de estos datos y de su procesamiento es posible construir la existencia de las redes sociales que vinculan directa e indirectamente a todos los nodos. Detrás de este interés por relevar la existencia de redes sociales se encuentra el convencimiento de que más allá de las prescripciones normativas, los atributos personales o las relaciones diádicas o bilaterales, las redes facilitan o restringen el acceso de las organizaciones o personas a recursos tales como la información, la riqueza o el poder. El conocimiento de las propiedades estructurales que caracterizan a las redes sociales, por tanto, nos pueden ayudar a comprender, predecir e incluso gestionar mejor los resultados de la acción humana. Así, por ejemplo, la densidad o proporción de relaciones existentes entre los nodos de una red sobre el total de relaciones posibles es indicador del grado de intensidad de los vínculos. Por otro lado, conocer la forma en que los distintos nodos se conectan a la red o su ubicación al interior de ella nos ofrece nuevas variables para comprender su poder de intercambio con sus pares y también su comportamiento. Así, por ejemplo, la intuición estructural nos lleva a considerar que un actor que se encuentre en una posición intermedia en el camino más corto entre dos actores ejercerá su influencia sobre éstos.

La estructura de relaciones sociales alrededor de una persona, grupo u organización no sólo es una causa de su comportamiento, sino que también su resultado. A diferencia de los primeros desarrollos del ARS, pautados por una visión más determinista del



peso de los condicionantes estructurales, la tendencia en los últimos tiempos otorga una mayor atención a cómo las opciones estratégicas adoptadas por los actores interpretan, construyen y reconstruyen sus redes sociales. Para ello resulta aconsejable recurrir a los conceptos y herramientas analíticas provenientes de la teoría de la elección racional y, más concretamente, de la teoría de juegos.

2.3.2 Método Comparativo.

El método comparativo se basa en un procedimiento de la comparación sistemática de casos de análisis que en su mayoría se aplica con fines de generalización empírica. Para los fines perseguidos en este estudio, la posibilidad de establecer generalizaciones se convierte en un imperativo en la medida en que se pretende proveer de elementos para fortalece el diseño de políticas públicas inclusión digital en sus distintos modelos de acceso comunitario a nivel nacional

En conjunto con la contraparte técnica de la SUBTEL se procedió a seleccionar una muestra de seis casos de estudio utilizando como criterios su pertenencia a diferentes proyectos o modelos de acceso digital comunitario y su diversa ubicación regional. De esta forma se ha buscado aislar aquellos factores particulares que pudieran condicionar el establecimiento de conclusiones y recomendaciones generales.

Tabla n.2 Casos de estudio

Modelo	Localidad	Región
Corporación Maule Activa	Colbún	VII Región
Programa Redes - FLACSO	Lampa-Batuco / Palmilla	Región Metropolitana VI Región
Programa Biblioredes-DIBAM	Monte Patria / Purén	IV Región IX Región
Instituto de Informática Educativa- UFRO	Purén	IX Región
Instituto de la Juventud	Teodoro Schmidt	IX Región

2.3.3 Complementación metodológica

La complementación metodológica tiene como finalidad enriquecer nuestra comprensión de los hechos integrando los diferentes aspectos de la realidad que revela cada método. Pero el uso combinado de distintos métodos no significa que otorguemos idéntico status a todos ellos. Si así fuera, deberíamos afrontar no sólo una investigación inmanejable en términos de recursos y tiempos, sino la dificultad de la incomensurabilidad de sus resultados. Fijaremos, por tanto, como orientación metodológica primaria de estudio el método cuantitativo. A través de este método se espera obtener una descripción y caracterización de las redes sociales de los usuarios de los Infocentros seleccionados en la muestra, así como de los propios Infocentros concebidos como nodos o actores de las redes inter-institucionales entretejidas en las



comunidades. El método cuantitativo también nos deberá permitir evaluar percepciones, expectativas, preferencias y asociatividad de los usuarios de los Infocentros. El método cualitativo será utilizado para proveer una comprensión más profunda de la evolución de las redes sociales, confianza social y sentimiento de comunidad de estos usuarios. Asimismo nos servirá para interpretar alguno de las correlaciones encontradas a partir del método cuantitativo.

3.3 Técnicas de Recopilación de Datos.

En este apartado se presenta las diversas maneras en que las distintas técnicas de recopilación de datos fueron utilizadas.

3.3.1 Cuestionarios

El cuestionario fue utilizado como el principal medio para la obtención de datos del estudio, lo que justifica utilizar suficiente tiempo y esfuerzos a su diseño y validación. Para ello se adoptó uno de los casos de estudio como caso piloto. Con base a los resultados de entrevistas en profundidad a “informantes claves” y también de la observación participante se procedió a diseñar una primera versión del cuestionario. Una vez aplicado, y tomando en consideración la evaluación de los encuestados y los datos obtenidos, se procedió a la formulación del cuestionario definitivo que será aplicado en el resto de los casos de estudio.

El cuestionario fue organizado en tres partes claramente diferenciadas. En una primera parte se buscó obtener una identificación y caracterización general del encuestado en términos de sus atributos personales (*edad, sexo, educación, status socio-económico, residencia en la localidad,...*) y su condición de usuarios del Infocentro (*competencia en el uso de computadores, nivel de accesibilidad, expectativas y problemas asociadas con el Infocentro,...*). En una segunda parte estuvo centrada en obtener datos sobre el impacto del Infocentros en el Capital Social de sus usuarios (*identificación y evolución de las redes sociales antes y con posterioridad a la instalación del Infocentro, redes de apoyo, confianza social, sentimiento de comunidad,...*). Por último, la tercera parte tuvo como propósito recabar datos para el análisis de la dimensión de género (*se incorporarán preguntas tendientes a conocer principalmente las facilidades o dificultades en el acceso a los Infocentros, así como también los beneficios, en términos de Capital Social, otorgados por dicha participación,...*). Cabe explicitar que los datos recabados en las tres partes de este cuestionario se presentaron tanto de forma única como de forma desagregada por sexo. Esto último permitió comparar por género cómo las personas usuarias de los Infocentros han sido influidas en términos de su Capital Social.



ARS Chile
Innovando Soluciones



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

3.3.2 Entrevistas Semi-Estructuradas

Las entrevistas en profundidad tuvieron como propósito, tal y como se mencionó anteriormente, contribuyó al diseño de los cuestionarios. Pero su utilidad también vino dada como un medio para comprender los resultados que se obtuvieron a partir de la aplicación de estos cuestionarios. Las entrevistas fueron pautadas por toda una serie de tópicos generales asociados a las distintas variables consideradas en el estudio. Un aspecto destacado en el uso de esta técnica es que se trató a través de ella de la reconstrucción de las historias de vida de algunos de los entrevistados, particularmente en el caso de las mujeres. Se puso énfasis en las facilidades o dificultades que hayan vivenciado las mujeres –debido fundamentalmente a la falta de tiempo – para otras actividades que no sean relativas a la crianza de los hijos e hijas o a las tareas domésticas, así como también en los beneficios específicos que hayan recibido al ser usuarias de los Infocentros. A través de las historias de vida de las usuarias de los Infocentros se espera obtener tanto la influencia de esta condición en la evolución de su Capital Social, como su incidencia en el funcionamiento y desarrollo del propio Infocentro comunitario

Las entrevistas en profundidad fueron aplicadas un grupo limitado de personas en cada uno de los estudio de caso. Estas

fueron siempre los operadores, las dirigentes de las organizaciones sostenedoras, algunos usuarios frecuentes o informantes claves.

3.3.3 Grupos de Discusión y/o Entrevistas Grupales.

Esta complementariedad fue concebida por ser una herramienta que extrae los discursos significativos que articulan el “campo semántico” del grupo social escogido, nos brindan las orientaciones necesarias para armar un cuestionario acotado y preciso. Pero también es una excelente técnica para contextualizar y profundizar la interpretación de la información *a posteriori*.

De este modo utilizaremos esta técnica con el objeto de indagar en las **percepciones de las mujeres** sobre el impacto generado por los Infocentros en el fortalecimiento de su Capital Social.

Para esto se llevaron a cabo algunos grupos de discusión, en los que participarán mujeres usuarias de los Infocentros escogidos. La idea es generar grupos de 5 a 8 mujeres en cada grupo, de características relativamente homogéneas en términos etáreos y socio-económicos, las cuales fueron definidas para cada caso particular.



ARSChile
Redes Sociales



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

3.4 Análisis de Datos.

Los datos obtenidos de los cuestionarios fueron tratados con el paquete de software “**Ucinet 6**”, que permite la representación visual de redes sociales completas y el cálculo de las diferentes propiedades estructurales que caracterizan las redes –densidad,

conectividad, centralidad, cliques,...- y para la representación visual y análisis de las redes sociales de los nodos considerados individualmente, sean estas personas u organizaciones. Asimismo se utilizó otro tipo de software para el tratamiento estadístico de los datos obtenidos del cuestionario, el “**SPSS**”.



Capítulo n.2

Factores contextuales en la relación entre Infocentros y Capital Social Modelos, comunidad, entidades sostenedoras.

La relación entre Infocentros y Capital Social aparece mediatizada por un conjunto de factores contextuales. El propósito de este capítulo será identificar estos factores y dimensionar en qué medida afecta esta asociación. En primer lugar se focalizará la atención en todos aquellos factores vinculados a la caracterización socio-económica de la comunidad en la que se encuentra ubicado el Infocentro. Una vez alcanzado este objetivo, en segundo lugar se procederá a tomar en cuenta las características de las entidades sostenedoras de los Infocentros.

2.1.- Modelos de Acceso Comunitario a Internet.

El acceso universal o la provisión de conectividad a las nuevas tecnologías de la información (TICs) al alcance de todos los ciudadanos, independiente de su situación socioeconómica o lugar de residencia, se ha convertido en mandato de agencias gubernamentales, organismos internacionales, actores sociales y empresas desde hace más de una década. La materialización de este mandato ha progresado a lo largo de todo este tiempo en una amplia variedad de iniciativas. En una primera etapa las metas que condicionaron todas las estrategias diseñadas para promover la inclusión digital fue el ampliar los puntos de la red. La premisa sobre el que se basaban era que cada nuevo punto conectado a la red de redes, Internet, tiene un ámbito de influencia territorial dando la

oportunidad a las personas residentes de beneficiarse de las nuevas tecnologías. Para ello sólo parecía convertirse en premisa dotarles de algunas capacidades instrumentales para el “buen uso” de las nuevas herramientas puestas a su disposición. Si bien el paradigma que daba sustento a estas estrategias de acceso digital comunitario permitió lograr avances sustantivos en la penetración territorial de las TICs, muchos de sus supuestos, arraigados en un consciente determinismo tecnológico, no tardaron en revelarse como errados. Más acceso a tecnología no tenía su traducción en la esperada mejora en la calidad de vida de los supuestos beneficiarios. Los ejercicios de evaluación de este tipo de estrategias dejaba en entredicho la ausencia de un eslabón en la arquitectura del diseño de intervención. Un eslabón fundado en la concepción de un proceso de apropiación de las TICs entendido como la generación de



conocimientos y capacidades para que los beneficiari@s de las estrategias de intervención puedan gestionar activamente la forma que toma su uso en función de sus demandas. Repensar los modelos de acceso digital desde este nuevo paradigma de la apropiación tecnológica conduce inexorablemente a comprender la problemática de la brecha digital no en forma individual, sino claramente colectiva. Los beneficios de estar conectados no provienen de la conexión misma, sino de los efectos que ésta produce en las personas y en su entorno⁵. A su vez, el uso que hagan las personas de estas nuevas tecnologías no sólo se encuentra condicionado por sus atributos personales, sino también por ese mismo entorno. Desde esta nueva mirada sobre los modelos de acceso digital comunitario el concepto de Capital Social aparece ineludible.

Para los fines perseguidos en este estudio se propone evaluar los modelos de acceso comunitario de Internet de los que dependen los Infocentros considerados a partir de tres aspectos básicos. En primer lugar, el grado de asimilación del Capital Social en los fines perseguidos por el programa. En segundo lugar, la estrategia a través de los cuáles se persigue estos fines, poniendo el

⁵ Por esta razón, tal y como plantea Rubén Araya, no parece razonable plantear la medición de la brecha digital de una manera individualizada (Araya, 2003).

énfasis en la naturaleza y relaciones que se buscan establecer con las entidades sostenedoras. En tercer lugar, y por último, las estrategias de sustentabilidad de los Infocentros y su concreción.

2.2 Comunidad e Infocentro.

Los Infocentros no son una realidad ajena a la comunidad en la cuál se encuentran ubicados. Su desarrollo, funcionamiento y logros se encuentra mediatizada por la influencia que ejercen toda una serie de factores sociales, económicos y culturales. El primer factor a considerar es el nivel de desarrollo de la comuna. A menor nivel de desarrollo cabe esperar que la instalación de un Infocentro tenga un mayor impacto. La fundamentación de esta hipótesis se encuentra en el valor instrumental que adquiere el uso de Internet para los fines más diversos. En los términos en que se abordan en este estudio, la instalación y funcionamiento de los Infocentros aparece como un potencial catalizador de relaciones inexistentes tanto a nivel global como local. Ahora bien, tal y como se ha señalado en el apartado anterior, se hace nota que la preocupación prioritaria de los programas de conectividad en las áreas rurales han tendido a priorizar la conexión hacia lo global y no tanto hacia lo local.

Todas las comunidades correspondientes a los casos abordados en este estudio se caracterizan por unos bajos niveles de



desarrollo. Tomando la última clasificación del Índice de Desarrollo Humano comunal del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), sólo Lampa en la mitad superior del conjunto de 341 comunas ocupando el puesto 139. En los puestos más rezagados se encuentra Purén (332) y Teodoro Schmidt (321). Pero no sólo el grado de desarrollo resulta un factor relevante, sino también la localización geográfica de la comuna en términos de su distancia de polos de incorporación al avance tecnológico. Este sentimiento de ruptura del “aislamiento tecnológico” tras la instalación del Infocentro fue mencionado en todos los casos estudiados. A modo de síntesis se recogen el extracto de la entrevista con la dirigente del Infocentro de Palmilla, María Rojas: *“era necesario este proyecto para nosotros, era necesario para la comunidad, porque estamos apartados, si estamos a pasos de Santa Cruz estamos apartados de la tecnología”*⁶. Otro dato relevante al momento de evaluar el impacto del Infocentro es la dispersión entre los núcleos poblacionales al interior de la comuna. En localidades como Monte Patria o Colbún, por ejemplo, el Infocentro ha contribuido significativamente a fortalecer la cohesión social y territorial de la comuna densificando las comunicaciones entre sus habitantes⁷. El acceso a Internet ha permitido suplir parte

⁶ Entrevista a María Rojas, dirigente Infocentro Comunitario “Lomas de Colchagua”, Palmilla (VI Región).

⁷ La evidencia empírica obtenida en el estudio vendría a confirmar los resultados de otros estudios sobre usos del Internet en el sentido que un

de las carencias existentes en el acceso a otros canales de comunicación, como el teléfono.

Con la penetración de las TICs también se pone de manifiesto un proceso de redefinición de la identidad comunitaria. El concepto de comunidad ha sido estudiado en la Sociología desde los inicios de la disciplina. A partir de los planteamientos de autores como Tonnies (1887) o Durkheim (1893) comunidad siempre estuvo ligada a la idea de vivir juntos en una determinada área geográfica. Motivo por el cuál el proceso de urbanización de la población provocado por las revoluciones industriales fue percibido como una erosión permanente al sentimiento de comunidad. Esta visión que convertía en requisito de la construcción comunitaria el anclaje con un ámbito territorial se convierte en predominante hasta mediados de los noventa. La convergencia entre la reflexión sobre las transformaciones sociales que provocada la aparición de las TICs (Castells,...) y la revalorización del concepto de comunidad en las Ciencias Sociales (Etzioni, 1993) da como resultado una nueva concepción del desarrollo comunitario que enfatiza la construcción de redes sociales deslocalizadas territorialmente. Las comunidades no son ya sólo consecuencia de las relaciones en un determinado territorio, sino también fuera de él. Lo importante es la naturaleza de

porcentaje importante de las comunicaciones a través de esta herramienta se producen con personas localizadas en áreas próximas.

las relaciones. La lectura de los datos obtenidos en todos los casos del estudio da cuenta de la existencia de un proceso emergente de redefinición de la identidad comunitaria. El sentimiento de comunidad se construye no exclusivamente de lo “que nosotros somos” sino también “de con quiénes estamos relacionados” .

2.3 - Rasgos de las entidades sostenedoras de los Infocentros.

Los Infocentros se encuentran localizados y empiezan a operar dentro de instituciones u organizaciones que previamente existían. El propósito de este apartado es identificar aquellos rasgos más relevantes de estas entidades sostenedoras que adquieren una mayor incidencia en el impacto que pueden llegar a tener los Infocentros en la creación y asignación de Capital Social en sus usuari@s. En concreto, se toma como elemento de análisis la historia de la entidad u organización, con especial atención a las razones y consecuencias de la instalación del Infocentro, así como su estructura de relaciones con otros actores sociales dentro de la comunidad. Se espera poder concluir con algunos patrones comunes que nos permita identificar aquellos perfiles de entidades sostenedoras que eventualmente pudieran propiciar una mayor eficiencia en la construcción de Capital Social.

Entre los casos de estudio que fueron seleccionados en cuatro de ellos las entidades sostenedoras son instituciones públicas, mientras que solamente en dos este rol lo ocupan organizaciones comunitarias. En el caso de las primeras todas se encuentran dentro de la estructura institucional del municipio. Los Infocentros del Proyecto Biblioredes en la comuna de Monte Patria o Purén son habilitados y se convierten en una extensión de las bibliotecas municipales ya existentes, mientras que el caso de Colbun (Maule Activa) y Teodoro Schmidt (INJUV) son parte de otro tipo de dependencias municipales. En este punto es importante resaltar que la percepción de independencia con respecto al municipio de los primeros con respecto de los segundos no es el mismo. Si bien las bibliotecas se encuentran subordinadas a los respectivos departamentos de educación de las municipalidades de Monte Patria y Purén, sus responsables expresan una concepción de las mismas como espacios socio-culturales con un alto grado de autonomía en su relación con la comunidad. Una percepción de autonomía que parece ser principalmente el resultado de la falta de interés por la biblioteca por parte de los responsables municipales. La instalación de los Infocentros habría venido a favorecer este sentimiento de autonomía por una doble vía. En primer lugar por la recepción de nuevos recursos que ya no proceden del municipio. En segundo lugar porque el arribo de los recursos tecnológicos que aporta el proyecto Biblioredes en la percepción subjetiva de los encargados de las bibliotecas se abre una brecha entre la condición



de su dependencia, inserta en el nuevo mundo de las TICs, el resto de dependencias municipales, que todavía se mantienen prácticamente ajenas a esta realidad. No pareciera haberse producido la misma percepción en el caso de la comuna de Colbún. A pesar de su asociación a una iniciativa ajena a la municipalidad, la Corporación Mauleactiva, su dependencia del Instituto de Cultura y Turismo de la municipalidad y el aporte financiero que recibe de la misma fija claramente su pertenencia institucional de sus responsables.

Las dos organizaciones sociales sostenedoras de los Infocentros del Programa REDES de FLACSO fueron seleccionadas, tal y como se mencionó en el capítulo n.2, tras postular para obtener esta condición. En el caso de Lampa-Batuco, la organización sostenedora es la Guardería Comunitaria de Apoyo Brazos Tiernos – Cabrati. Su origen se data en el año 2001, momento en que empieza a gestarse al alero del Proyecto de Desarrollo Participativo que ejecutaron en Batuco el Hogar de Cristo, la Municipalidad de Lampa y la filial en la Región Metropolitana de la Fundación Nacional de la Superación a la Pobreza (FUNASUPO). Tras superar diferentes fases en el desarrollo y consolidación de esta iniciativa colectiva, en marzo del 2003 se crea Guardería asumiendo como fin constitutivo: *“Apoyar a las madres y jefas de hogar de Batuco que se encuentran en situación socioeconómica, para acceder a fuentes de trabajo que posibiliten su aporte y/o sustento al núcleo familiar, otorgando un servicio de cuidado a sus hijos”*. Al igual que en el caso de Lampa-

Batuco, el Infocentro del Programa REDES en Palmilla es sostenido por una organización creado con apoyo externo para permitir a los habitantes de la comuna de proveerse de determinadas soluciones y servicios. Se trata de la cooperativa agrícola “Las Lomas de Colchagua”, creada en 1992 con apoyo del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP). Su objetivo es la prestación de servicios relacionados con la actividad agraria, así como promover el desarrollo de turismo rural.

El hecho de que en el proyecto REDES de la FLACSO, a diferencia de lo acontecido en los otros modelos, la instalación del Infocentro sea el resultado de la decisión voluntaria de las organizaciones sostenedoras implica consecuencia en su desarrollo y consolidación. En este sentido cabe destacarse como en el caso de la cooperativa agrícola de Palmilla hubo un serio cuestionamiento inicial sobre la pertinencia del Infocentro para los fines de la organización. Con posterioridad, y una vez que se hubo optado por postular, las dudas se mantuvieron generando ciertas resistencias durante su etapa de implementación que hasta la fecha de hoy ha condicionado su asimilación en la organización. No ocurrió lo mismo en el caso del Infocentro de Lampa-Batuco, donde la decisión sobre el impacto positivo del Infocentro siempre fue compartida. A ello contribuyó que el Programa REDES se encontrará ubicado en una de las instituciones que participó en el proceso de gestación de la Guardería, la FUNASUPO.



El desarrollo asociativo en la comuna donde se ubican los Infocentros aparece como un factor de primer orden al evaluar su potencial impacto en la creación de Capital Social. Cabe esperar que cuantas más sean las organizaciones voluntarias más densa será la disponibilidad de canales para que los usuari@s de los Infocentros desarrollen su Capital Social en medio local. Asimismo cuantas más organizaciones existan más sólida será la cultura del compromiso colectivo.

En todas las comunas consideradas como parte de los casos de este estudio existe correspondencia con los datos empíricos aportados en el Informe del PNUD del año 2000 que presenta las zonas rurales como espacios de altas tasas de asociatividad. Una asociatividad que se nutre, principalmente, de organizaciones instrumentales creadas para aportar determinadas soluciones a sus miembros. Dada la multiplicidad de organizaciones, la mayoría de ellas se solapan unas a otras diluyendo sus fronteras. No puede sorprender, por tanto, que en todas las entidades sostenedoras sea posible identificar una amplia y variada red de relaciones estables de carácter instrumental. A efecto de ordenar y clarificar entre estas relaciones es posible establecer una distinción entre los vínculos con organizaciones que son percibidas como similares de las que se busca colaboración en determinadas tareas, con instituciones públicas o privadas de las que se espera obtener algún tipo de apoyo – atendiendo de forma preferente a las relaciones con el municipio- y finalmente con otros Infocentros o iniciativas de acceso

a las tecnologías existente en la comuna. Otra dimensión para ordenar estas relaciones será la consideración de la localización geográfica de sus contrapartes.

En las entrevistas a los responsables de todas las entidades sostenedoras de los Infocentros existe una intención explícita de establecer y fortalecer relaciones con otras organizaciones de la comuna como para de la estrategia para alcanzar los fines propuestos. Se trata de intercambios recíprocos de favores entre las dos partes como el que se da, por ejemplo, entre la Biblioteca de Monte Patria y las radios comunitarias de la localidad. A través de esta alianza se difunde la existencia del Infocentro y las diferentes actividades que se realizan en él. Experiencias similares de asociación con radios comunitarias se encontraron en otros de los casos estudiados, como Puren o Colbún, lo que justifica un mayor desarrollo analítico y su sistematización como “buena práctica” en términos de gestión de redes de los Infocentros. Otras de los aliados estratégicos locales que aparecen son los colegios, consultorios, organizaciones productivas o las juntas de vecinos. En la mayoría de los casos se trata de iniciativas de colaboración establecidas sobre relaciones previamente existentes, pero que se han visto fortalecidas y redefinidas una vez instalado el Infocentro en la organización. Así, por ejemplo, en el caso de Palmilla desde la cooperativa agrícola se apoyó a la junta de vecinos a elaborar un proyecto para conseguir computadores a través del programa Chileenter. El proyecto se ganó y el Infocentro de la cooperativa se convirtió en un co-ejecutor del



proyecto entregando capacitación. Al igual que en Palmilla, la llegada de los Infocentros ha generado en las otras comunas que el acceso a la tecnología se vaya configurando como una demanda endógena o propia de la comunidad. Lo que se expresa, como posteriormente se atenderá, en la aparición de nuevos Infocentros o, como en el caso de Lampa-Batuco, la articulación de los actores comunitarios en torno a un proyecto de ampliación del acceso a las nuevas tecnologías. Se trata de la creación y funcionamiento de la mesa comunal de las TICs. Una iniciativa conducida por la ong “Empodera” de la que encuentran representación los más variados actores sociales de la comunidad.

La introducción del Internet en la entidad sostenedora a través del propio Infocentro ha generado nuevas oportunidades para deslocalizar este tipo de relaciones de colaboración. El mejor ejemplo son los vínculos que han podido establecer con las otras entidades sostenedoras que también son parte del programa del que depende el Infocentro. Los operadores, tal y como se explicará en el próximo capítulo, han gestado una red de relaciones permanentes de colaboración basadas, principalmente, en el intercambio de experiencias y aprendizajes. Pero más allá de este espacio de interacción en el espacio generado por el programa, lo cierto es que la incorporación de Internet ha dado pie a la creación de nuevas relaciones con organizaciones localizadas en diferentes puntos del país y también en el extranjero. Un caso revelador es el hermanamiento generado entre el Infocentro de la cooperativa

agrícola de Palmilla y otra iniciativa similar en la localidad de la Palmilla en la provincia de Málaga, España. La localización en la web del blog del Infocentro chileno (www.infocentropalmilla.blogspot.com) por parte de los representantes de la entidad española dio lugar a establecer un primer contacto que ha ido consolidándose en una relación sostenida con el paso del tiempo. En la actualidad desde Palmilla, España, se apoya el Infocentro de Palmilla, Chile, ofreciendo becas para cursar capacitaciones en línea en temas tan variados como contabilidad, ventas,.... Otro apoyo de no menor importancia, aunque hasta la fecha subutilizado, es el ofrecimiento de la entidad española para ejercer como facilitador de nuevas relaciones con Infocentros localizados en Europa o de acceso instituciones que pudieran ofrecer recursos. Una experiencia similar a la descrita puede reconocerse en el Infocentro de Colbún en su relación con “Barcelona Activa”, si bien se encuentra mediatizada por la relación institucionalizada por el programa “Maule Activa” con esta iniciativa.

A partir de los datos recabados en el estudio se desprende que, salvando algunas excepciones, la mayoría de las vinculaciones que se establecen más allá del entorno comunitario tienen un valor instrumental bastante limitado. No sólo los recursos intercambiados tienen una escasa incidencia en el funcionamiento del Infocentro, sino que es bastante complicado su sustento en el tiempo. Sin embargo, existe un interés manifiesto por ampliar y potenciar este tipo de relaciones. Un interés que pudiera entenderse como una



forma de lograr valorizar la organización en la comunidad a partir de su capacidad para lograr relacionarse con otros actores en el país y fuera de él.

En la solicitud de apoyo para el funcionamiento del día a día o el cumplimiento de metas de corto plazo vuelven a ser las instituciones más próximas en el espacio territorial hacia las que se canalizan las demandas. En esta línea, cabe destacarse la importancia que se otorga al tipo de relaciones que se mantiene con la municipalidad. El interés o desinterés de alcalde, concejales o jefes de departamento de la municipalidad por el Infocentro ocupan un parte importante del relato de sus encargados al cuestionarles sobre este tipo de relaciones. No sólo en el caso de aquellos Infocentros cuyas entidades sostenedoras son dependientes orgánicamente de las municipalidades, lo que pareciera resultar lógico, sino también de organizaciones comunitarias como la Guardería Cabрати en Lampa-Batuco o la Cooperativa Agrícola en Palmilla. Esta preocupación por las relaciones con la municipalidad pudiera resultar sorprendente si se constata que dada su escasez de recursos sus aportes pueden llegar a ser significativos. Sin embargo, el respaldo del municipio termina siendo un tipo de apoyo necesario para contactar con otras instancias donde si puede lograrse recursos. Una gran parte de estas instancias son agencias gubernamentales, como INDAP, PRODEMU, SERCOTEC, FOSIS,...en las que los responsables del Infocentro obtienen

financiamiento para realizar actividades de capacitación o para la mejora de la infraestructura del Infocentro. También forman parte de las redes de apoyo algunas fundaciones o entidades privadas como la FUNASUPO o el Hogar de Cristo, con las que suele haberse dado un relación sostenida. Los apoyos esporádicos son más propios en las relaciones con empresarios locales, como las que ha obtenido el Infocentro de Lampa-Batuco para realizar algunas mejoras puntuales en la habitabilidad del Infocentro y en su infraestructura tecnológica. En la búsqueda de apoyos de mayor envergadura que permitan proyectar acciones en el mediano plazo, como puede ser la solución definitiva a los problemas de conectividad o un aporte sustantivo en nuevos computadores, son los propios programas de los que dependen los Infocentros los que canalizan e intermedia la solicitud.

El cierre de este apartado está dedicado a abordar las relaciones con los otros Infocentros o iniciativas similares existentes en la comuna. Se considera que la competencia o complementariedad en las relaciones entre Infocentros tiene una incidencia directa en su desempeño. En esta línea, lo primero que cabe señalar que la cantidad de puntos de acceso a Internet en las comunas estudiadas varía sustancialmente. Un caso extremo sería el de Palmilla, donde el Infocentro habilitado en la cooperativa agrícola de “Lomas de Colchagua” es la única alternativa para los

habitantes de la comuna⁸. Pero en el resto de comunas se encuentran disponibles otras alternativas. Este sería el caso, por ejemplo, de Monte Patria. Además del Infocentro del Programa Biblioredes existe en la comuna un Infocentro promovido por el INJUV y tres cybercafés. Al ser cuestionados los usuari@s por la decisión de optar por uno u otro las razones que fueron esgrimidas son las siguientes:

- ⇒ la existencia o no de costo asociado al acceso a Internet;
- ⇒ la calidad de la infraestructura tecnológica;
- ⇒ condiciones de uso (tiempo de estadía máxima en el computador) y disponibilidad de los computadores;
- ⇒ la relación con el operador/a o el encargado del Infocentro;
- ⇒ las relaciones existentes con otros usuari@s;
- ⇒ la localización geográfica del Infocentro en la comuna;

Dos son los aspectos que pueden rescatarse de las entrevistas con los usuari@s de los Infocentros. El primero es que si bien existe una primacía de razones instrumentales al momento de optar (costo del acceso o calidad de la infraestructura tecnológica), no cabe despreciar la importancia que se atribuye a las relaciones sociales que se obtienen en el Infocentro. En segundo lugar que el grado de “fidelización” al Infocentro se encuentra condicionada por

⁸ La instalación de este Infocentro, no obstante, ha generado el interés en la comuna por la creación de nuevos puntos de acceso.

la variable general. Los usuari@s más jóvenes tienden a optar indistintamente por acudir a uno u otro Infocentro, mientras que no ocurre lo mismo con las personas mayores. Como en el caso de las “dueñas de casa”, por ejemplo, al acudir al Infocentro no sólo se busca acceder a Internet, sino también proveerse de soluciones que permitan obviar las dificultades que puedan surgir en el uso de la tecnología y, principalmente, encontrarse con personas conocidas.

En los responsables de los Infocentros existe un reconocimiento explícito a que en la medida que aparecen nuevos espacios de acceso a Internet en la comunidad se tiende hacia una más clara segmentación de los usuari@s. Lo que a su vez se traduce en concentrar recursos y esfuerzos en realizar actividades que satisfagan al segmento de población esperado. En este punto resulta interesante cuestionarse sobre la procedencia de las personas en los Infocentros que tienen como entidades sostenedoras a organizaciones sociales. A diferencia de aquellas que encuentran su sustento en instituciones públicas –*bibliotecas o dependencias municipales*– y, por tanto, se espera de ellas que se abran al conjunto de la comunidad, en el caso de las organizaciones sociales pareciera razonable creer que sus usuari@s sean personas que son parte o se encuentran vinculadas a ellas. El levantamiento de las experiencias de los Infocentros de la guardería Cabрати en Lampa-Batuco y de la cooperativa agrícola “Lomas de Colchagua” en Palmilla da cuenta de situaciones muy diversas. Mientras que en el primer caso los usuari@s, principalmente



mujeres, se encuentran relacionadas directamente o indirectamente a la organización, al Infocentro de Palmilla no sólo la mayoría de personas son ajenas a la cooperativa agrícola sino desconocen su condición de entidad sostenedora. Entre los argumentos que pueden esgrimirse para dar cuenta de esta situación pueden destacarse dos como más relevantes. El primero tiene que ver con la diferente impronta que han ejercido las organizaciones sobre los Infocentros. Mientras que las “tías” de Guardería en Cabрати de hicieron suyo el proyecto de instalar el Infocentro apropiándose como parte importante de las actividades desarrolladas en la organización, la instalación del Infocentro en la cooperativa de Palmilla encontró ciertas resistencias. Como consecuencia de ello el devenir del Infocentro estuvo durante mucho tiempo ajeno al interés y, por tanto, la influencia ejercida por una parte importante de la directiva de la organización. Un segundo argumento que cabe plantear es que mientras el Infocentro de la cooperativa agrícola en Palmilla es el único punto de acceso a Internet existente en la comunidad, los residentes de Lampa-Batuco tienen otras alternativas. Además los serios problemas de conectividad del Infocentro de la Guardería Cabрати, con cortes inesperados y prolongados, han circunscrito aún más el tipo de usuarias que acuden a él. No se va al Infocentro para acceder a Internet, sino que se va a la organización en donde en algunas ocasiones se puede acceder a Internet.

2.4- Infraestructura y espacios para la Interacción Social.

En el cierre capítulo vamos a dar cuenta de las características de los Infocentros en términos de su infraestructura física. El interés por atender este tipo de aspectos es que se considera que determinadas una u otra disposición espacial del Infocentro promoverá o inhibirá la interacción social entre sus usuari@s. La hipótesis planteada al respecto es que cuando los Infocentros se localicen en espacios multipropósitos tenderán a favorecer el establecimiento de vínculos entre las personas que acuden a ellos fortaleciendo, por tanto, la creación de capital social local. Otro dato a relevar es la localización geográfica del Infocentro al interior de la comuna. Cuanto más centrales y, por tanto, más accesibles sean los Infocentros su impacto en la comuna será mayor. Por el contrario, cuanto más periférica sea su localización y, por tanto, menos accesibles la tendencia es generar sesgos al interior de la comuna al atraer únicamente a las personas de su entorno. Por último se atenderá a la forma es que se encuentran dispuestos los computadores al interior del Infocentro, tomando en consideración si se orientan hacia un uso de carácter individual o hacia un uso más colectivo.

La correspondencia más fiel con la idea de espacios multipropósitos se identificaron en los Infocentros a cargo del programa Biblioredes. Tanto en la biblioteca de Purén y,

principalmente, la biblioteca de Monte Patria. En este último caso el Infocentro se encuentra adjunto por una parte a la biblioteca municipal y además a una sala multiuso (habitualmente utilizada para la lectura en sala), la cual en ocasiones se utiliza para la realización de reuniones sociales de libre acceso para el público y usuarios. Así por ejemplo, dicho espacio multiuso ha sido utilizado para la realización de exposiciones de arte y desarrollo cultural. Cabe destacarse la iniciativa impulsada para la espera en el Infocentro, donde a los usuari@s en espera se les facilita e incentiva la lectura de algún libro a su elección el cual pueden realizar en la sala multiuso mientras se desocupan los computadores. Esta iniciativa, por ende, puede llegar a ser un facilitador de dos objetivos simultáneos: fomento de la lectura y generación de un espacio social pertinente para la interacción y conocimiento de los diversos usuarios del Infocentro. No ocurre lo mismo en los otros casos estudiados. En la organización de los locales donde se ubica el Infocentro no parece haber sido considerada de forma explícita la articulación de diferentes espacios con funciones complementarias con el propósito de promover la interacción entre sus usuari@s. Tampoco existen demasiadas posibilidades para que esta interacción pueda darse ante la precariedad o ausencia de lugares habilitados para la espera mientras se espera acceder al computador.

La mayoría de los Infocentros considerados en el estudio se encuentran localizados en la zona más céntrica de la comuna. Dos

de ellos, el Infocentro de Colbún y el de Teodoro Schmidt, se encuentran en la misma plaza de armas, mientras que las comunas de Purén, Monte Patria y Palmilla se localizan en las calles muy próximas a ella. La única excepción sería el caso del Infocentro de Lampa-Batuco con una localización bastante más periférica dentro de la comuna. Lo que contribuye a acentuar su aislamiento social y desarrollo endógeno.

La cantidad y calidad de los recursos tecnológicos puestos a disposición de los usuarios es, tal y como se apuntó anteriormente, un factor condicionante de la capacidad de convocatoria de los Infocentros. Con respecto a este punto es posible reconocer una amplia variedad de condiciones en la que se desarrollan los Infocentros estudiados. Mientras que en los Infocentros dependientes del programa Biblioredes ponen a disposición de sus usuari@s cinco computadores de alto desempeño y una buena conectividad a Internet, en el caso del Infocentro de Lampa-Batuco los problemas de conectividad han condicionado todo su desarrollo. Al momento de su inauguración, diciembre de 2004, el Infocentro tenía un contrato con la empresa Telefónica. Pero este contrato no llegó a ejecutarse ya que la empresa argumentó que no se podía instalar Internet por un tema de “alcance de la línea”. Para dar solución al problema se tomó la decisión de llevar el Infocentro: delante de la casa de la operadora. Allí funcionó desde marzo a septiembre del 2005 con Internet, pero con una conexión muy lenta.



Durante este tiempo se estableció contacto con la empresa GEOSAD, única empresa que lleva conexión de banda ancha a la zona. El Infocentro volvió a la ubicación original, pero esta vez con conexión. Pero vuelve a interrumpirse inesperadamente poco después. Ante la inestabilidad de la conexión se opta por tratar de gestionar, con apoyo de los encargados del Programa REDES, una red inalámbrica. Se contactan entonces con la agrupación “Sincable” (*un grupo de jóvenes voluntarios que llevan conexión inalámbrica por métodos artesanales a sectores alejados*), que había llevado Internet al Hogar San Ricardo, localizado a 1,5 Km. del Infocentro. En GEOSAD se enteran de estas gestiones y les ofrecen un año gratis de conexión, ellas aceptan y tienen Internet nuevamente desde junio hasta el 03 de octubre, cuando inesperadamente se corta otra vez, sin explicación alguna de la empresa. Desde el 26 de octubre, la conexión llega nuevamente, tan sorpresivamente como se fue. Y así están actualmente, con la incertidumbre constante por el tema de la conexión: a ratos se cae o anda muy lenta. Otras veces funciona muy bien. *“Estamos tan cerca de Santiago, pero a la vez somos un lugar tan aislado”* señala la operadora al respecto. Sobre los problemas de conectividad, las integrantes de la organización sostienen: *“se nos fue la clientela”; “pierde la credibilidad uno, entonces después ya la gente no vuelve”; “o sea, a veces la gente ni siquiera entra acá. Dicen ‘¿y tienen Internet?’ y uno no sabe que decir” “no sabe qué decir, no sabe cómo salir porque a uno le da vergüenza. Porque siempre estando*

dando la misma respuesta, mañana sí, mañana no. Es como un juego de niños”; “esa es la pena más grande, que te están diciendo ‘oye, tienen Internet’, mira, no, hoy día no, pero que mañana. Claro, que es lo que pasa, que tú no estai segura si hay o no hay. Como podís hacerle propaganda a algo que, o sea, si yo hago una propaganda hay que dar la seguridad de que va haber”; “lo más triste es que no depende de nosotros”; “nosotros no estamos fallando, es algo que se nos va de las manos”

La incertidumbre sobre la conectividad es especialmente preocupante para este Infocentro en la medida que trata de asegurar una fuente de ingresos por la utilización del servicio⁹. En el otro Infocentro dependiente del Programa Redes de FLACSO también se solicita un pago por el uso de los computadores o, en determinados casos, algún tipo de contraprestación –como, por ejemplo, una resma de hojas para la impresora-. Cobrar por el uso de Internet no sólo es una barrera de entrada al Infocentro, sino causa de tergiversación en la forma en que los usuari@s lo perciben. Según expresan los encargados del Infocentro “Lomas de Colchagua” en Palmilla, *“para mucha gente nosotros seguimos siendo el cyber, por*

⁹ El listado de precios es de 400 pesos la hora para público en general; 300 pesos la hora para socios del Infocentro y de 200 pesos para las “tías de la guardería”. Otras formas de generar ingresos son la venta de artículos de librería y de golosinas.



El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social



el hecho de cobrar. Entonces no se ve una iniciativa de carácter en ese sentido yo creo que falta difundir más las razones por las cuales es necesario cobrar,.....” No ocurre lo mismo en los otros Infocentros estudiados donde no existe ningún paso asociado siendo la única restricción el tiempo de uso. En el caso de los Infocentros del Programa Biblioredes el límite de tiempo se establece en 30 minutos. Ahora bien, los operadores tienen un alto grado de discrecionalidad para distribuir los tiempos en función del uso que se este dando a los computadores. Otra ventaja que tienen estos Infocentros, al igual que los de Colbún y Teodoro Schmidt, es que ajustan su funcionamiento a un horario fijo que se extiende desde la

social ‘porque cobran’, cobra por usar los computadores, entonces mañana a la tarde. No ocurre lo mismo en el caso de los Infocentros dependientes de los Infocentros del Programa REDES, donde el horario de funcionamiento es mucho más incierto. El reflejo de esta incertidumbre se encuentra en la variabilidad en los flujos de usuari@s con días en los que el Infocentro se encuentra a plena ocupación y otros en los que no acude prácticamente nadie. El hecho de que sólo las personas que acuden de forma habitual o que tienen algún contacto personal con el operador o responsables del Infocentro puedan tener conocimiento del horario de funcionamiento es un serio obstáculo para la llegada de nuevos usuari@s.

Recuadro n.2

La Ruca On-Line

El Infocentro del INJUV en la comuna de Teodoro Schmidt fue inaugurado a mediados del año 2006. El espacio escogido fue un espacio que imita la forma de la vivienda tradicional mapuche. De esta forma el espacio se plantea como un lugar donde convive la tradición y la cultura local con elementos tecnológicos para la conexión global, lo que además queda de manifiesto en el nombre que se le ha dado al Infocentro. La RUCA ONLINE se ubica en la plaza de armas de la localidad, cerca de los lugares de acceso público más requeridos por los habitantes de la comuna, como son la Municipalidad y el Consultorio.



El espacio ocupado actualmente por el Infocentro se construyó en el año 2003 para ser utilizado para trabajar con las organizaciones mapuches, sin embargo esto nunca se llegó a implementar y se fue ocupando como bodega. En la municipalidad surgió la idea de crear la Oficina Municipal de la Juventud y necesitaban un espacio, así que le solicitaron al alcalde que les facilite la ruca. Así comenzaron implementando el espacio con lo que tenían. Pusieron una mesa de ping-pong y comenzaron a realizar actividades culturales. Luego apareció Gabriel Zuñiga, el entonces director del INJUV de la región, quien junto a la Municipalidad fue dotando al lugar de la infraestructura para convertirse en un Infocentro. El primer computador lo obtuvo en febrero de 2005 y se instalaron en la ruca, financiada por un fondo cooperación de Alemania- Chile, a mediados de abril. Más tarde les llegan 3 computadores más (Pentium 2) que se instalaron en mesas de escuelas. Con el tiempo fueron teniendo más equipos. A principios de este año les hicieron la instalación de los 5 equipos Olidata que tienen actualmente más 1 equipo hp, destinado a cumplir otros fines.

Capítulo n.3

El papel de los liderazgos en uso de los Infocentros. Dirigentes y operadores.

El papel asumido por los operadores en el funcionamiento de los Infocentros aparece como un factor determinante de las opciones y comportamientos de los usuari@s. A partir de esta asunción, en el presente capítulo se pretende buscar identificar la relación entre operadores y el impacto de Capital Social que generan los Infocentros en los que se desempeñan. Para ello, una vez introducida algunos apuntes relevantes extraídos de la literatura sobre liderazgo, se establecerá una propuesta de tipos de liderazgo y se constatará su presencia en los Infocentros considerados en el estudio.

3.1.- Liderazgo e Infocentros. Consideraciones generales.

El tema del liderazgo ha concitado cada vez más interés dentro de todas las ramas de las Ciencias Sociales. Así lo muestra la cantidad de libros y artículos que han aparecido sobre el tema en los últimos tiempos. Un interés que resulta de la revalorización de la actuación de los líderes como factor determinante en la movilización de personas y recursos hacia la consecución de un bien común, en detrimento del papel de los técnicos o expertos. Tal y como señala Joan Prats, *"Damos confianza a determinadas personas no por sus cualidades intelectuales, sino porque les atribuimos buen ojo, sentido y olfato político, porque creemos que no nos defraudarán cuando vengan los momentos de tensión y conflicto, porque confiamos en su sentido de ponderación y equilibrio precisos para*

*mantener coaliciones requeridas y para no generar antagonismos innecesarios"*¹⁰.

Todo esto no significa que se pueda desmerecer la contribución del conocimiento técnico en el desarrollo de las organizaciones. De hecho, como es sabido, el ejercicio del liderazgo mal orientado técnicamente puede tener desastrosas consecuencias. Sin embargo, los técnicos y los expertos son conscientes, o deberían ser conscientes, de que nunca pueden ser sustitutos del papel que tienen los líderes al interior de las organizaciones e instituciones porque el proceso de cambio en que consiste el desarrollo no puede imponerse desde afuera. Nadie que no quiera y pueda cambiar será cambiado. Para el cambio será

¹⁰ Joan Prats, *¿Quién se pondrá al frente?. Liderazgos para el desarrollo institucional y la reinención de la política*, Instituto Internacional de Gobernabilidad, Barcelona, 1999.

preciso que los miembros de la organización modifiquen sus modos de pensar y actuar, y las personas, aunque puedan ser forzadas instrumentalmente a adoptar ciertos comportamientos y a utilizar ciertas palabras, no pueden ser obligadas a cambiar su modo de pensar. Sólo mediante el convencimiento puede darse este tipo de cambio en los modelos mentales y sólo los líderes parecen capaces de catalizar este proceso.

A pesar del amplio tratamiento que ha tenido el tema del liderazgo en los últimos tiempos, todavía no se ha zanjado la confusión que existe sobre el término. Sin embargo no es el propósito de este trabajo ahondar en ella, por lo que para efectos de este estudio reconoceremos como liderazgo aquella capacidad desarrollada por algunos dirigentes que les permite influir sobre los miembros de su organización/institución para lograr metas colectivas. Para el caso de los Infocentros el liderazgo se expresa en la capacidad de influir en el acceso y el uso que las personas de las comunidades se le dan a estos espacios.

A partir de esta definición surge como primera premisa para el análisis que no todas aquellas personas a las que formalmente se les designa la responsabilidad de dirigir los destinos de una organización son líderes o ejercen liderazgo. Por tanto es necesario plantear que existen diferencias entre un buen administrador y un líder. Mientras el primero realiza de forma eficiente su labor,

“haciendo lo que hay que hacer”, el segundo incide directamente en lo que se hace y cómo se hace, y lo que es más importante, transmite ese “sentido” a los demás miembros del grupo (ver cuadro).

Tabla n.2 Tipos de Liderazgos en los Infocentros.

Administrador	Líder
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestiona la rutina ▪ Hacen bien lo que hay que hacer ▪ Realista ▪ Planifica ▪ Aplica las normas. ▪ Opera los recursos existentes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestiona los cambios ▪ Dicen lo que hay que hacer ▪ Visionario ▪ Actúa para que las cosas ocurran ▪ Promueve las normas. ▪ Obtiene nuevos recursos.

Pero *¿por qué es tan importante la existencia de líderes en la gestión de los Infocentros?* En primer lugar porque los Infocentros son espacios donde se introducen elementos culturales que se perciben como “ajenos” a la comunidad, que implican procesos de aprendizaje y de adaptación a las nuevas formas de entender la comunicación. Por tanto muchas veces entran en conflicto con las formas de comprender el mundo que son propias de la cultura de la comunidad donde se insertan y son percibidas como amenazas. Es allí donde los líderes toman un papel central en gestionar estos cambios culturales, transmitiendo las posibilidades que otorgan estas nuevas tecnologías para el desarrollo de las comunidades. Por otra parte, el papel de estos líderes es especialmente relevante en las

comunidades rurales, donde las relaciones personales (cara a cara) suelen ser más intensas y más determinantes que en los centros urbanos.

La importancia de estos líderes es graficada así por uno de los usuarios entrevistados:

“Ahora, yo creo que mucho del tema del éxito del Infocentro, Infocentro va a depender de la persona que lo atiende. O sea, la persona que lo atiende tiene que tener un carácter especial, tiene que ver si el empresario necesita más tiempo en desarrollar sus actividades, si está haciendo algo con el Servicio de Impuestos Internos, si está elaborando un proyecto, si está haciendo algo. Cosa que a veces no se da cuando no está la persona.” (Joven usuario Infocentro Purén).

Tomando como base esta definición nos interesa caracterizar los liderazgos presentes entre los actores que gestionan los Infocentros: encargados de las entidades sostenedoras y operadores. En particular se indaga en sus percepciones sobre el sentido de las TIC's y su nivel de compromiso con el proyecto que están desarrollando. Pero fundamentalmente se analiza en qué medida su gestión ha influido en el acercamiento de la comunidad al Infocentro y en el uso y el “sentido” que las personas le otorgan a estas tecnologías. Con esto se espera poder concluir con algunos patrones comunes que nos permitan identificar aquellos perfiles de liderazgo que pudieran propiciar una mayor eficiencia en la construcción de Capital Social.

3.2.- Tipos de liderazgo asociados a los Infocentros.

El análisis de los casos de estudio arrojó como resultado la presencia de dos tipos de liderazgo asociados a la gestión de los Infocentros. Estos son:

- **Liderazgo social:** Tiene la legitimidad y la credibilidad que contribuyen a atenuar la desconfianza y la incertidumbre de la comunidad frente a los elementos culturales que son percibidos como “ajenos”, como es el caso de las TIC's y que, por tanto, ven como lejanos y amenazantes. Establecen relaciones cercanas y de amistad con los usuarios, promoviendo el uso social del espacio físico del Infocentro y/o el espacio virtual al que se accede a través de las tecnologías. Además tiene la capacidad para generar y movilizar las redes sociales de la comunidad para potenciar la utilización del Infocentro como una herramienta de desarrollo de capital social.
- **Liderazgo tecnológico:** La fuente de su liderazgo radica en que posee el conocimiento técnico sobre el uso de las tecnologías, maneja los códigos y el lenguaje asociado a ellas y las posibilidades que estas tiene para el desarrollo de las personas. Es capaz de transmitir este conocimiento, de



manera formal y/o informal, a través de capacitaciones e interacciones cotidianas, logrando influir en el uso que se le da a estas tecnologías y en los discursos asociados a ellas.

A partir de esta tipología surge como hipótesis de trabajo que la presencia de un liderazgo social fuerte en la gestión del Infocentro favorecerá el uso del espacio como una herramienta para el desarrollo de relaciones sociales –en el medio físico o virtual-, contribuyendo, por tanto, en la generación de capital social en la comunidad

Resguardando los matices para cada caso, nuestro análisis de los liderazgos en cada Infocentro arrojó que, en la mayor parte de los casos, la tipología corresponde a los liderazgos que ejercen de manera diferenciada el dirigente social y el operador. De este modo todos los dirigentes de las entidades sostenedoras tienen, en mayor o menor medida, atributos de liderazgo social. Por otra parte, quienes presentan mayores atributos de liderazgo tecnológico son los operadores de los Infocentros (*ver cuadro*). No obstante es necesario recordar que la realidad siempre es algo más compleja y difusa de lo que la teoría quisiera. De este modo debemos tener en cuenta que es perfectamente posible encontrar operadores con atributos de liderazgo social, como podría ser el caso del operador del Infocentro del INJUV en Teodoro Schmidt, y dirigentes con atributos de liderazgo tecnológico, como podría ser caso de la

presidenta de la guardería CABRATI. Pero además es posible encontrar dirigentes y/u operadores que no ejercen ningún tipo de liderazgo en la gestión del Infocentro. Señalamos esto porque la tipología que planteamos es un modelo de referencia que no debe tomarse en forma rígida, sino que debe asociarse siempre a los contextos particulares y a las etapas de desarrollo de los Infocentros. Esta idea la desarrollaremos más profundamente en la parte final del capítulo. Por ahora nos centraremos en identificar los atributos más importantes para cada tipo de liderazgo vinculado a los Infocentros.

Tabla n.3 Distribución de Liderazgos en Infocentros del Estudio.

Cargo	Tipo de liderazgo	Programa/Localidad
Dirigente CABRATI.	Social	Redes (FLACSO)/ Lampa-Batuco
Director OMJ / Operador	Social	INJUV/Teodoro Schmidt
Jefe Biblioteca	Social	BiblioRedes/Monte Patria
Jefe Biblioteca	Social	BiblioRedes-UFRO/ Purén
Dirigente "Lomas de Colchagua"	Social	Redes (FLACSO)/Palmilla
Operador	Tecnológico	Redes (FLACSO)/Palmilla
Operador	Tecnológico	Maule Activa/Colbún
Operadora	Tecnológico	Redes (FLACSO)/Lampa-Batuco



3.2.1.- Atributos del liderazgo social.

Se identifica la presencia de un liderazgo social en aquellas personas que establecen relaciones cercanas y de amistad con los usuarios, pero que también generan y movilizan las redes sociales de la comunidad para potenciar la utilización del Infocentro como una herramienta de desarrollo de Capital Social. De este modo su legitimidad y credibilidad en la comunidad contribuyen a atenuar la desconfianza y la incertidumbre frente las TIC's, pero además influyen en la utilización del Infocentro como un espacio de interacción social.

El primer atributo que asocia a este liderazgo es el grado de inserción en la localidad, vinculado principalmente al lugar de procedencia. De este modo la mayor parte de los dirigentes que identificamos como líderes sociales nació o ha vivido gran parte de su vida en la zona donde se ubica el Infocentro, por tanto conocen la visión de mundo y mantienen algún grado de relación con los habitantes del sector.

Además de la pertenencia a la localidad otro elemento central en la inserción de estos líderes es la experiencia previa como dirigentes, especialmente en la propia comunidad. Los Jefes de Biblioteca de Monte Patria y Purén llevan más de 15 años en su labor, las dirigentes de Lampa-Batuco y Palmilla han participado en

otras organizaciones sociales y llevan varios años como pilares de sus organizaciones actuales, asimismo el dirigente y operador de Teodoro Schmidt tiene una amplia trayectoria como dirigente juvenil. Esta experiencia les otorga una base concreta de legitimidad ante la comunidad para ser gestores del cambio que implica incorporar las TIC's, no sólo por la credibilidad que pueden tener ante la comunidad sino también por la redes que han generado previamente en el lugar.

El segundo atributo presente en los liderazgos sociales es el alto nivel de compromiso con el proyecto del que forman parte. Esto se expresa, por una parte en su buena disposición para aprender a manejar las tecnologías, lo que han logrado a través de capacitaciones que no sólo apuntan al uso básico del computador y de Internet, sino también en otras áreas más vinculadas a la gestión social y comunitaria del Infocentro.

Pero además algunos de estos líderes han incorporado los principales objetivos de los programas en su discurso para promover el acercamiento de la comunidad a las TIC's, transmitiendo de manera, principalmente informal, el "sentido" de éstas para el desarrollo de las personas. De este modo ven el Infocentro como un espacio que abre posibilidades a sus comunidades.



Un tercer elemento es la generación y fortalecimiento de redes sociales en la comunidad. Esto implica generar relaciones cercanas e incluso de amistad con l@s usuari@s del Infocentro pero también desarrollar vínculos con otras organizaciones e instituciones, dentro y fuera de la comunidad, para potenciar le Infocentro. Un claro ejemplo de esto se da en el caso de los jefes de biblioteca de Purén y Monte Patria, que han construido relaciones cercanas y personalizadas con los usuarios de la biblioteca, que ahora son usuarios del Infocentro. A mucho de estos usuarios los han visto crecer, por los años que llevan en el cargo, pero también han sabido atraer a nuevas personas, principalmente a través de las capacitaciones que se entregan.

El liderazgo social del jefe de la biblioteca de Monte Patria, es interesante de analizar en este aspecto, en tanto utilizó desde un comienzo sus contactos y redes sociales en la comunidad como parte de una estrategia para difundir la existencia del Infocentro. Dicha estrategia consistió en dar a conocer los servicios entregados por el Infocentro a través de una campaña de publicidad, que fundamentalmente se centró en la difusión del equipamiento de la dotación de computadores, los cuales no existían con anterioridad en la biblioteca. Esta campaña de difusión se realizó a través de la utilización de radios locales como “radio D”¹¹ y “radio Valentina”, y

¹¹ Con esta radio ha creado una relación más estrecha, en tanto se les permite que se puedan pasar avisos de la biblioteca y del Infocentro sin cobro alguno. También se les

también a través de trípticos, dípticos y afiches distribuidos en lugares de concurrencia como el consultorio y lugares de pago de servicios como la luz y el agua¹².

Las dirigentes de Lampa-Batuco y Palmilla también han utilizado sus redes personales y las redes de su organización para potenciar el Infocentro. Por ejemplo, el Infocentro de Palmilla cuenta con la ayuda de varios voluntarios y voluntarias de la propia comunidad, que ayudan a los usuarios a realizar actividades para fortalecerlo. Pero además han generado relaciones de intercambio y cooperación con otros Infocentros que son parte del Programa Redes de FLACSO.

permite que para determinados eventos como fue el día del libro hacer un programa radial, (también sin cobro). También se les permite intervenir en programas culturales los días sábados, en donde por ejemplo se han podido promocionar “el día del patrimonio cultural”.

¹² Entrevista con Nelson Vladimir Moroso Moroso, jefe de la biblioteca pública n° 228 de Monte Patria IV, Noviembre de 2006.

Tabla n.4 – Atributos Liderazgo Social en el Infocentro.

Atributos de Liderazgo Social	
❖	Inserción en la comunidad. <ul style="list-style-type: none"> • Lugar de Procedencia. • Experiencia dirigencial en la comunidad.
❖	Compromiso con el proyecto. <ul style="list-style-type: none"> • Disposición de aprender el uso de las TIC's. • Incorporación al discurso de principales objetivos del proyecto. • Transmisión del Sentido de las TIC's.
❖	Generación y fortalecimiento de redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> • Establecer relaciones cercanas, incluso de amistad, con los usuarios. • Generar o movilizar las redes de la comunidad para potenciar el Infocentro. • Generar relaciones de cooperación con otros Infocentros, dentro y fuera de la localidad.

3.2.2.- Atributos para el liderazgo tecnológico.

Anteriormente señalamos que este tipo de liderazgo se sustenta en el conocimiento sobre el uso de las tecnologías. El liderazgo tecnológico maneja los códigos y el lenguaje asociado a las TIC's y conoce además las posibilidades que estas tienen para el desarrollo de las personas. Es capaz de transmitir este conocimiento, de manera formal y/o informal, a través de capacitaciones e

interacciones cotidianas, logrando influir en el uso que se le da a estas tecnologías y en los discursos asociados a ellas. También señalábamos que este tipo de liderazgo se encuentra mayormente en los operadores de los Infocentros.

El primer atributo que encontramos entre los líderes tecnológicos es, al igual que en el liderazgo social es el grado de inserción en la comunidad, vinculado a su pertenencia a la localidad. De este modo, la mayor parte de los operadores que identificamos como líderes sociales nació o ha vivido gran parte de su vida en la zona donde se ubica el Infocentro, por tanto conocen la visión de mundo y mantienen algún grado de relación con los habitantes del sector.

Sin embargo, otro elemento fundamental de inserción es su vínculo anterior con la entidad sostenedora. Estas se caracterizan por lazos de parentesco, amistad y con personas que forman parte de la organización o institución a cargo de la gestión del Infocentro. El operador del Infocentro de Palmilla, por ejemplo, tiene un cargo directivo en la cooperativa agrícola y además tiene vínculos directos de parentesco con otros dirigentes de la organización. La operadora del Infocentro CABRATI de Lampa-Batuco tiene vínculos de parentesco con una de las voluntarias de la guardería y había colaborado ocasionalmente en esa organización. En tanto, el operador del Infocentro de Colbún, tiene lazos de amistad con el



alcalde de la comuna, puesto que es un dirigente de base¹³, a través del cual llegó al cargo en reemplazo del operador anterior. Por último otro elemento de inserción en la comunidad es su experiencia en el cargo. Si bien se trata de experiencias relativamente recientes, estos operadores llevan al menos 2 años trabajando como operadores del Infocentro

Este nivel de inserción en la comunidad es complementado con un segundo atributo, que es la principal fuente de este tipo de liderazgo, a saber, el manejo del conocimiento asociado a las tecnologías de información y comunicación. Este conocimiento fue adquirido por ellos principalmente a través de sus estudios superiores, pero también a través de cursos y capacitaciones. La operadora del Infocentro CABRATI, por ejemplo, es programadora técnica en computación, mientras el operador del Infocentro “Lomas de Colchagua” es contador auditor y ha hecho cursos de computación. Finalmente el operador del Infocentro de Colbún es técnico eléctrico industrial, con estudios avanzados en computación. Además por su cargo de operadores todos han recibido constantes capacitaciones, para perfeccionarse en el manejo de las TIC’s.

Gracias a su nivel de conocimiento son los principales encargados de dictar las capacitaciones que se realizan a la

¹³ Participación en organización juvenil (presidente) y en club deportivo.

comunidad. Además entregan sus conocimientos diariamente y de manera informal a tod@s l@s usuari@s de sus Infocentros. Esta actitud de colaboración y enseñanza permanente es muy valorada por l@s usuari@s, al punto que es para ell@s es uno de los principales elementos que distinguen a estos espacios. Esto implica el establecimiento de relaciones más cercanas, pero también con cierta formalidad y respeto, como ocurre con el operador de Colbún a quien muchos usuarios identifican como “el profe” del Infocentro.

3.3.- Liderazgos y uso del Infocentro.

En este apartado vamos a retomar la hipótesis que dejamos planteada con anterioridad. Señalamos que la presencia de un liderazgo social fuerte en la gestión del Infocentro favorecerá el uso del espacio como una herramienta para el desarrollo de relaciones sociales (reales o virtuales), contribuyendo, por tanto, en la generación de capital social en la comunidad. Asimismo, por oposición podemos plantear que los Infocentros donde prevalece un liderazgo de carácter tecnológico tenderán a ser utilizados de manera más instrumental e individual.

Entre los casos seleccionados para el estudio vemos que en cuatro Infocentros existe el predominio de un liderazgo social fuerte, pero que se expresa de manera diferenciada en su relación con los



liderazgos tecnológicos y con l@s operadores, pero también en sus vínculos con los usuarios.

En términos de las relaciones entre liderazgos, existe una clara diferencia entre los Infocentros que forman parte del Programa BiblioRedes y los que forman parte del Programa REDES de la FLACSO. En el primer caso, los jefes de biblioteca tienen un liderazgo social muy arraigado en la comunidad que se ha construido y legitimado durante los muchos años que estos llevan en sus cargos. Además, el alto nivel de compromiso que estos funcionarios tienen con las metas y objetivos del Programa y la cercanía de las relaciones con los usuarios, los convierte en los pilares fundamentales y los referentes para la comunidad de todo lo que concierne a la biblioteca, incluyendo el Infocentro. En tal sentido la figura del operador/a queda bien delimitada en sus funciones, que son administrar el Infocentro y capacitar, teniendo escasa posibilidad (y necesidad) de desarrollar un liderazgo. En el traspaso cotidiano e informal de conocimientos y en las relaciones son los usuarios, el liderazgo del jefe de la biblioteca es, al menos en los casos analizados, incontrarrestable. Así lo señalan los propios usuarios:

“Yo creo que la señora Noelia es el gran soporte del Infocentro. Cuando ella estuvo en España, casi hizo crisis el tema. Se notó bastante la ausencia” (Joven usuario Infocentro Purén).

“(...)llegamos a bibliored y el Infocentro y el fue muy amable con nosotros, nos explicó como hacernos socios, empezamos a venir, entonces pa´ mí ya no es Don Nelson sino que es Nelson, nos conocemos hace tres años, entonces igual mantenemos contacto, nos conocemos afuera con la familia, ya uno se ubica, ya es como una relación de amistad.” (Mujer, dueña de casa, usuaria Infocentro Monte Patria).

Además debemos señalar que los operadores tanto en Purén como en Monte Patria llevaban menos de un año en el cargo, un periodo de tiempo muy restringido para evaluar sus posibilidades de desarrollo de liderazgo. De esto no debe deducirse que exista algún conflicto latente ni manifiesto entre ambas figuras. Al contrario, existe una estrecha relación de cooperación, donde el operador/a ayuda al bibliotecario/a en otros servicios de la biblioteca.

Entre los encargados se genera otro tipo de vínculo en los Infocentros del Programa REDES de la FLACSO estudiados. Tanto en Lampa-Batuco como en Palmilla observamos la presencia de un liderazgo social muy fuerte encarnado en las dirigentes de las organizaciones sostenedoras del Infocentro. Pero este liderazgo social convive con el liderazgo tecnológico de los operadores. Se destaca este aspecto en tanto la presencia de dos liderazgos fuertes en un mismo espacio puede generar situaciones de conflicto y competencia al enfrentarse dos puntos de vista con diferentes énfasis. Sin embargo, en los casos estudiados la situación es más bien de cooperación y complementación. Esta buena convivencia se



da gracias a la existencia de una clara delimitación de los roles que cada un@ ejerce, lo que implica también una jerarquía en los liderazgos. Las dirigentes tienden a centrar su labor en desarrollar redes que fortalecen su organización y el Infocentro, mientras los operadores se preocupan del trato cotidiano con los usuarios y de la administración del Infocentro. Si bien sus ámbitos frecuentes de acción no suelen toparse, a la hora de tomar decisiones los operadores se someten a los dictámenes de las organizaciones con absoluto respeto.

Esta relación de cooperación entre las figuras más importantes, tanto en el caso de los Infocentros de BiblioRedes como en los Infocentros del Programa REDES, no ocurre por una sumisión absoluta frente a las decisiones impuestas por los “jefes” o “dirigentes”. Muy por el contrario, la ausencia de competencia y la cooperación ocurren precisamente porque se trata de personas que, más allá de la superioridad jerárquica que le otorgan sus “cargos”, han construido un liderazgo que les da la legitimidad en sus organizaciones y en la comunidad. Cabe señalar también que contribuye mucho el hecho de que en los cuatro casos existen relaciones personales previas, las cuales son de amistad e incluso de parentesco¹⁴.

¹⁴ Marcos Horta, operador del Infocentro Lomas de Colchagua, es hijo de María Rojas, dirigente de la cooperativa agrícola.

En el caso de los Infocentros de Colbún y Teodoro Schmidt no existe esta paridad de roles, puesto que la gestión principalmente recae en manos de una sola persona. Si bien ambos operadores tienen atributos personales y vínculos con el municipio similares¹⁵, ejercen liderazgos diferentes en cada uno de los Infocentros que tienen a su cargo. Esto puede obedecer a otros aspectos tales como las condiciones del espacio, las orientaciones que se han definido desde el municipio para enfocar el uso del espacio o, incluso, al tiempo de funcionamiento.

La presencia de un liderazgo social fuerte se expresa también en el uso que la comunidad le da al Infocentro. Por una parte existe la preocupación de los dirigentes por vincularse con otras organizaciones de base y con grupos sociales específicos para que aprendan el manejo de las tecnologías, a través de capacitaciones, y de este modo puedan utilizar las tecnologías para facilitar sus actividades. De este modo el jefe de la biblioteca de Monte Patria ha establecido una alianza estratégica con la DIDECO, establecimientos educacionales y juntas de vecinos para capacitarlos. Por su parte la dirigente del Infocentro Lomas de Colchagua ha propiciado la cooperación con juntas de vecinos y las capacitaciones a usuarios de INDAP y mujeres de zonas rurales ligada a PRODEMU. Gestiones similares han realizado en Purén,

¹⁵ Ambos son dirigentes juveniles y tienen una relación cerca con los alcaldes de sus respectivas comunas. De hecho ambos operadores llegan a sus cargos a través de las máximas autoridades comunales.



El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



donde la jefa de la biblioteca se ha contactado con microempresarios, dueñas de casa y otros grupos para darles capacitación. Si bien el Infocentro CABRATI aún no ha realizado capacitaciones, prontamente realizarán capacitaciones en alfabetización digital para los funcionarios de la empresa “Cerámica Santiago” (con la que ya se comunicaron). Esta capacitación se gestionó a partir de la iniciativa de la dirigente, gracias a la información que obtuvo en la Municipalidad.

El liderazgo social busca constantemente el acercamiento de la comunidad a las tecnologías, pero además se preocupa de generar lazos más cercanos con los usuarios, imprimiendo un sentido distinto, que lo diferencia de otros lugares con conexión a Internet como los *cyber*. Al respecto una de las preguntas claves que realizamos en las entrevistas a los usuarios en nuestro estudio era si vendrían al Infocentro si tuvieran computador con Internet en casa. Muchos de ellos decían que sí porque habían creado relaciones de amistad con las personas del Infocentro:

“Es que como se decía, aquí se ofrecen múltiples servicios, no sólo esta lo de los computadores. Está la literatura, las revistas, están los diarios. Está el teléfono que si de repente uno lo necesita se lo facilitan igual. Servicio de impresora, copiar algún CD. Entonces son varios los servicios. Además, hay una amistad de mucho tiempo con la persona encargada de la biblioteca, que no es tan sólo conmigo, sino con todos los que vienen acá. Se forma como una suerte de lazo. No es

tan sólo venir al computador” (Joven usuario Infocentro Purén).

Así se han creado algunos “círculos cercanos” de usuarios a los Infocentros, de manera espontánea e informal, pero también como estrategia explícita de acercamiento a la comunidad, como el “club de amigos de la biblioteca” en Purén o el “club de socios” del Infocentro CABRATI, los que han servido para potenciar e intensificar las relaciones sociales vinculadas al Infocentro.

Si bien esta tarea ha sido promovida principalmente desde los liderazgos sociales, no se debe subvalorar el tipo de relaciones que los liderazgos tecnológicos establecen con los usuarios. La “atención” y la disposición para ayudar de los operadores es uno de los aspectos más valorados por los dirigentes. De este modo el 97% de los encuestados pone notas de excelencia a los operadores. Esto es también un importante elemento diferenciador de los Infocentros frente a otros lugares de acceso a las TIC’s.

“a mí me gusta como es acá, prefiero, que sea más lento, pero es como te tratan acá. Que te ayudan, cualquier ayudita, no sé poh, yo llamo: ¿¡Marquitos!?! y él viene altiro. Por eso yo prefiero que sea así a que sea más rápido o ir a Santa Cruz. Con mis compañeras pasamos allá, pero es todo más frío” (Mujer, adolescente, usuaria Infocentro Pampilla).

Este tipo de liderazgo es muy importante porque contribuye muchas veces a superar algunos temores frente a las tecnologías,



especialmente en usuarios adultos, puesto que los jóvenes tienen más conocimientos y menor reticencia a los elementos nuevos. Tal como nos contaba la operadora del Infocentro CABRATI el argumento más común de las usuarias adultas del Infocentro en sus primeros acercamientos es: *“yo nací y me voy a morir huasa. No sé usar estas cosas y las puedo echar a perder”*. Recibiendo el apoyo de la operadora, sin embargo, varias han enfrentado sus miedos y experimentado con los computadores. Muchas usuarias parten de cero y ahora chatean, buscan información importante (especialmente acuden a buscar temas relacionados con los hijos).

De este modo los liderazgos tecnológicos tienden a transmitir conocimientos para el uso individual de las TIC's, es decir, sobre cómo usar los computadores y el Internet, cómo encontrar la información que el usuario necesita, recomienda páginas, ayuda a hacer trámites, etc. Esta transmisión y colaboración con los usuarios son su fuente de legitimidad y reconocimiento por parte de la comunidad. El caso más emblemático tal vez es el de Colbún, donde el propio operador nos señala que las funciones que la gente de la localidad reconoce en el Infocentro son principalmente de carácter instrumental e individual¹⁶.

¹⁶ La entrevista fue realizada a Benedicto Arturo Lipán Zagal, 25 años, cuyo cargo es operador administrativo del Infocentro de Maule activa.

En los otros Infocentros se potencia tanto el uso instrumental e individual como el uso social del Infocentro. No obstante el uso social que se promueve entre los usuarios está vinculado principalmente al fortalecimiento de las redes asociadas y a las relaciones que se generan en el espacio físico.

El operador del Infocentro de Teodoro Schmidt presenta una particularidad interesante como líder social, en tanto se ha empeñado en promover la creación de relaciones a través de Internet. De este modo su discurso central hacia las TIC's se basa en que el sentido de Internet es establecer relaciones fuera de la localidad. Y este discurso es el que trata de inculcar en las conversaciones con los usuarios.

“La idea que yo les digo es que aquí puedan conocer, no chatear con el vecino, con el que están todo el día conversando que esto sea un puente para que no conozcan otras personas. Eso es lo que yo les digo: el Internet no es para conversar con el que estay todo el día queón, entiendes tú, el Messenger es para conversar con gente de afuera y yo les muestro mi realidad, yo en mi Messenger tengo gente de fuera, amigos de España, amigos de otros países, con gente que tu no ves todos los días, que tu puedes intercambiar, porque para conversar con el vecino voy pa 'l frente”. (Operador de la RUCA ONLINE, Noviembre de 2006).

Además a los usuarios más cercanos les envía constantemente correos electrónicos (aunque los vea todos los días)



y les traspasa algunos de sus contactos de Messenger para que se | comuniquen con ellos y establezcan algún vínculo.

Conclusiones

Los operadores condicionan el comportamiento y las opciones de los usuari@s de los Infocentros, pudiendo ejercer un cierto tipo de liderazgo sobre ellos. Ahora bien, no todos los operadores o personas que ocupan posiciones de responsabilidad al interior de los Infocentros ejercen este liderazgo, lo que lleva a considerar la posibilidad de identificar un conjunto de comportamientos que otorgan esta cualidad de liderazgo.

Al aplicar esta búsqueda a la evidencia empírica relevada en este estudio se identifica la existencia de dos tipos de liderazgos con impacto diferenciados en la creación de Capital Social. Por un lado un tipo de **liderazgo social**, que se caracteriza por favorecer la funcionalidad del Infocentro como espacio de encuentro e interacción social, y un tipo de **liderazgo tecnológico**, mucho más orientado a facilitar el uso del Internet como herramienta tecnológica para todo tipo de fines, tanto personales como sociales.

Los dos tipos de liderazgo son reconocibles, en mayor o menor medida, en todos los Infocentros analizados en el estudio. Los datos recabados dan cuenta que, en la mayoría de las ocasiones, ambos liderazgos se contrapesan permitiendo equilibrar las diferentes dimensiones de desarrollo del Infocentro, en tanto espacio de acceso a tecnología y espacio social.

En el cierre de este apartado de conclusiones y del capítulo dejar abierta la discusión sobre el requerimiento de diferentes tipos de liderazgo en función de las diferentes etapas en el desarrollo del Infocentro. Para ello parece oportuno desarrollar la propuesta de los autores propuesta de Hersey y Blanchard, que se articula desde de la premisa que a pesar de lo que el líder haga, la eficacia depende de las acciones de sus seguidores. No será lo mismo una primera fase que corresponde a la fase constitutiva del Infocentro, en la que el escaso conocimiento y disponibilidad de los usuari@s a comprometerse en los fines colectivos del Infocentro, debe ser compensada por un liderazgo fuerte tanto en su dimensión tecnológica como social, que en una última etapa de consolidación.



ARS Chile
Redes Sociales



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

Capítulo n.4

Infocentros Comunitarios, ¿un espacio para crear Capital Social?

Lecturas de los datos de un estudio exploratorio.

En los capítulos anteriores se han examinado las variables que pueden incidir en el impacto los Infocentros Comunitarios en la creación y fortalecimiento de Capital Social. Este capítulo se focalizará directamente en ofrecer la descripción y el análisis de los datos obtenidos en los casos involucrados en el estudio. De esta forma se espera dar respuesta a preguntas tales como ¿en qué medida los Infocentros modifican las relaciones locales y globales de sus usuari@s?, ¿es posible establecer una relación entre la participación en un Infocentro y el aumento de la confianza social e institucional de sus usuari@s? o ¿de qué modo la instalación de un Infocentro crea compromiso cívico y sentimiento de comunidad entre sus usuari@s?

4.1. Construcción de la tipología de Usuari@s de los Infocentros, desde la perspectiva del Capital Social.

La construcción de tipologías es una estrategia profusamente utilizada en las Ciencias Sociales como medio de acercarse a la complejidad social. Los tipos ideales son una construcción abstracta que permite, a través de un ejercicio de síntesis y simplificación de atributos, recrear la realidad social y abordar su comprensión.

La tipología que se presenta en este apartado tiene como finalidad proveer de una herramienta para observar la complejidad

que constituyen los usuari@s de los Infocentros, dada su diversidad de perfiles, usos y preferencias. En el proceso de construcción de la tipología el foco ha estado puesto en la incorporación de aquellas variables que permitieran medir la creación y asignación de Capital Social, en los términos antes planteados. Es decir, tanto en su dimensión estructural (*configuración de redes sociales a partir de la interacción en el medio físico y virtual*); como en su dimensión cognitiva (*percepciones subjetivas e internalización de pautas de comportamiento vinculadas a la asociatividad*).

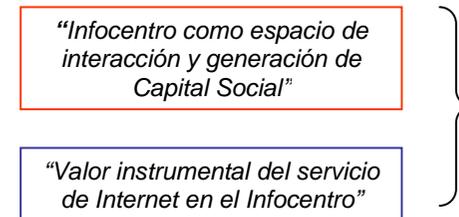
Si bien en los anexos del documento se explicará y fundamentará con mayor detalle el proceso de construcción de la tipología, en este punto se busca resaltar algunos de sus aspectos fundamentales para facilitar una mejor comprensión de los tipos resultantes.

La elaboración de la tipología fue realizada en tres partes fundamentales:

- ⇒ La identificación de “meta variables” (factores) subyacentes que se consideran pertinentes a la hora de definir agrupaciones de usuarios. Estos factores se elaboraron en función de características actitudinales relacionadas con el acercamiento a los Infocentros e Internet, siendo estas motivadas por razones prácticas/ instrumentales o con fines comunicativos/.
- ⇒ Luego de la identificación de las “meta variables”, se procede a generar un “cluster”, esto es, la selección y agrupación de los casos en estudio en función de una “relación de cercanía” obtenida a partir de las puntuaciones de cada uno de los casos en las meta variables.

- ⇒ Finalmente, una vez obtenidos grupos diferenciados, se realizan múltiples cruces con variables de interés que permitan obtener indicadores descriptivos de cada uno de los subgrupos. A partir de esto se genera una comprensión más acuciosa de cuales son las características principales de cada grupo y de esta forma los elementos a considerar en la generación de políticas focalizadas de difusión y acercamiento a la comunidad.

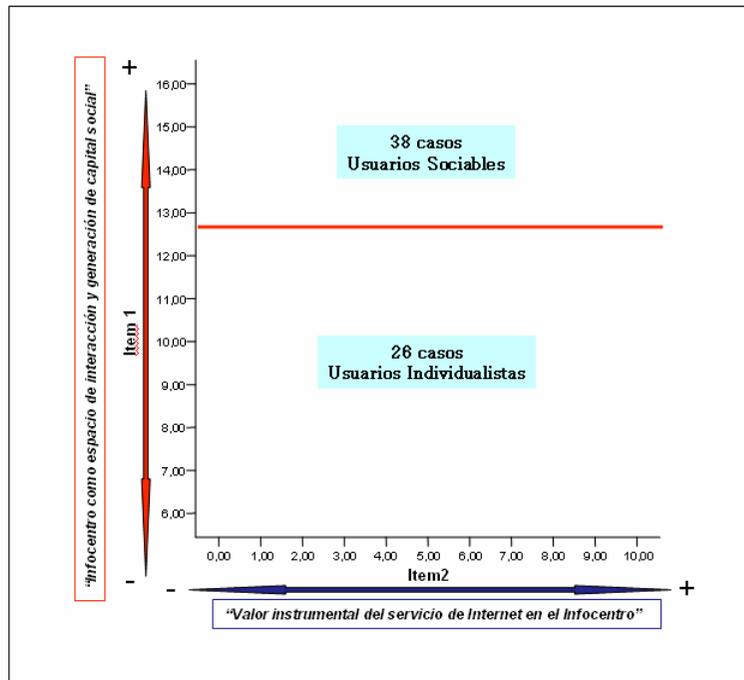
Las dos dimensiones seleccionadas para la construcción de tipos ideales acordes con los fines del estudio fueron las siguientes:



Una vez determinadas las dimensiones, se procede a identificar la posición de cada uno de los usuarios encuestados a partir de su distribución según puntuaciones obtenidas en cada una de estas dimensiones.

Dado que la muestra es muy pequeña (n=64), se optó por trabajar con dos grandes grupos que reúnan un número significativo de n muestrales.

Gráfico n.2 –Distribución de la muestra por tipos de usuario.

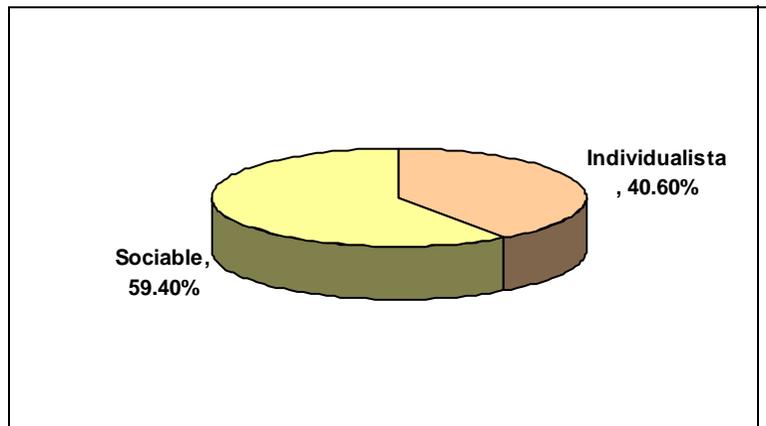


El primero de estos agrupamientos corresponde al tipo que identificamos como **Usuario Sociable**. Este corresponde al usuario que obtiene las mejores puntuaciones en la concepción del Infocentro como un espacio para la interacción social en el medio físico y virtual.

El segundo de los agrupamientos, en tanto, corresponde al tipo de **Usuario Individualista**. Esta categoría corresponde a aquel usuario que obtiene las mejores puntuaciones en la comprensión del Infocentro como un mero proveedor de acceso a Internet similar a un cybercafé.

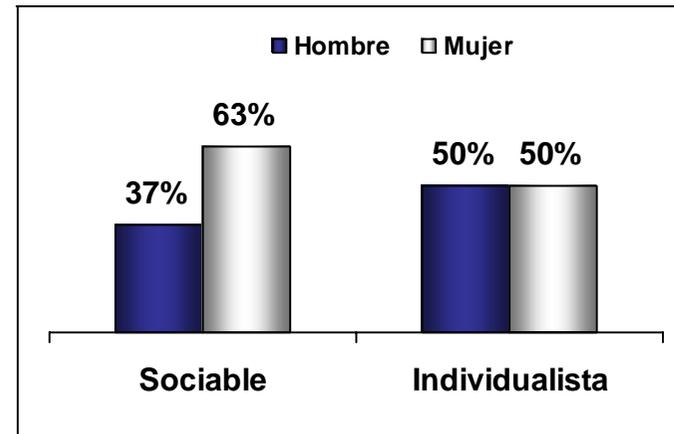
Entre los encuestados en el estudio, casi un 60% estaría definido por el tipo Usuario **Sociable** mientras que poco más del 40% por el tipo **Usuario Individualista**.

Gráfico n.3 –Distribución porcentual de la muestra por tipos de usuario.



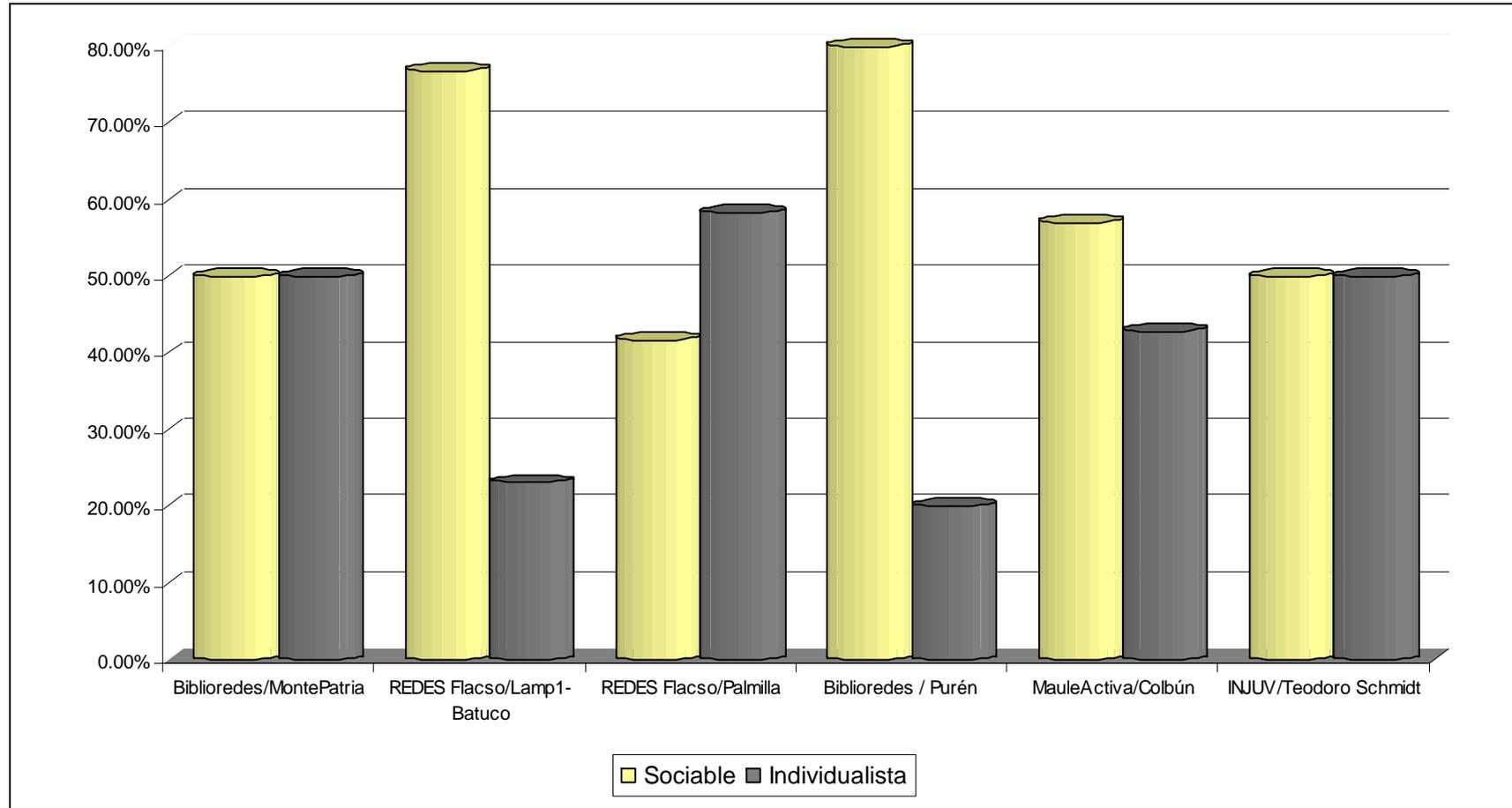
Al desagregar esta distribución por sexo, se manifiesta claramente que el tipo **Usuario Sociable** es mayoritariamente representado entre las usuarias de los Infocentros, mientras que existe un paridad en el caso del tipo **Usuario Individualista**.

Gráfico n.4 –Distribución de la muestra por género



A continuación se incorpora el gráfico en el que puede observarse la distribución de los tipos de usuari@s establecidos en función de los Infocentros considerados en el estudio. En la medida que, tal y como se planteo en el capítulo anterior, se asume la influencia de las características de los Infocentros y modelos de acceso comunitario a Internet en percepciones y usos tecnológicos de los usuari@s este dato adquiere una notable relevancia para los fines del estudio.

Gráfico n.5 –Distribución de tipos de usuarios según Programa e Infocentro.



4.2. Mapa de los Usuarios de los Infocentros y su Capital Social.

En el presente apartado se desarrolla una lectura de los datos obtenidos principalmente a partir de la aplicación de cuestionarios, a una muestra de 64 usuarios de los Infocentros considerados en el estudio. Los datos del cuestionario son complementados y validados en la lectura en función de los datos aportados por los instrumentos cualitativos, como *focus group* o entrevistas grupales a los mismos usuarios y entrevistas semi-estructuradas a los encargados de los Infocentros y otros informantes claves. La cantidad y variedad de los datos recabados convierten la elaboración del apartado en un ejercicio de síntesis en función de priorizar la claridad sobre aquellos aspectos que son considerados más relevantes en la explicación sobre el impacto de los Infocentros en la creación y asignación de Capital Social de sus usuari@s.

4.2.1 Descripción básica de la muestra.

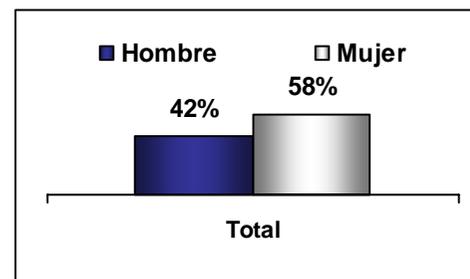
El primer aspecto a mencionar con respecto a la muestra obtenida en el estudio es su nula significación estadística. No sólo por el hecho de que está compuesta únicamente por 64 casos, sino

también por la desigual representación de los encuestados en su distribución por caso de estudio. Mientras que en el Infocentro de Monte Patria fueron encuestados 18 usuarios, en el Infocentro de Teodoro Schmidt sólo 4.

A continuación se ofrece una breve caracterización de la muestra a partir de algunos rasgos básicos.

En su composición la muestra se encuentra mayoritariamente representada por mujeres con un 58% del total, mientras que los hombres aparecen representados con el 42%.

Gráfico n.6 –Distribución de la muestra por género.



Cabe constatar que el peso cuantitativo de las mujeres encuestadas en el Infocentro Cabriati de Lampa-Batuco altera en los datos agregados la distribución más uniforme que se da en los otros casos.

Tabla n.5 – Distribución género por Infocentro

	Hombre	Mujer
Total	27	37
Biblioredes (Monte patria)	9	9
Cabriati	2	11
Lomas de Colchagua	5	7
Puren	6	4
Mauleactiva (Colbún)	2	5
Teodoro Schmit	3	1

Una segunda característica de la muestra es la proporcionalidad de los mayores porcentajes que se sitúan entre los rangos etarios que van desde los 15 a los 45 años. Al margen de

estos porcentajes queda el rango etario que representa a los adultos- mayores con sólo un 2% de los encuestados.

Con respecto a la actividad u ocupación de los encuestados, sobresale el peso porcentual de los trabajadores asalariados e independientes (microempresarios; contadores; electricista, secretaria, técnico agrícola,...) con un 41% y los estudiantes con un 31%. Muy por detrás se encuentran las dueñas de casa con un 9%.

Por último cabe señalar que al fijar la atención en la frecuencia con que los encuestados acuden al Infocentro los principales porcentajes se concentran en las categorías de uso por “sobre una vez a la semana”, “dos veces a la semana” o “casi todos los días”. En este punto resulta interesante destacarse que tomando como referencia la tipología propuesta, que el 58% de los usuarios “Individualistas” se concentran entre una frecuencia de uso de “una vez cada 15 días” y “una vez a la semana” (58%). Los usuarios “sociables” se concentran en una frecuencia de uso entre “dos veces a la semana” a “casi todos los días” (64%)”.

Gráfico n.7 –Distribución de frecuencia en asistencia de usuarios a los Infocentros

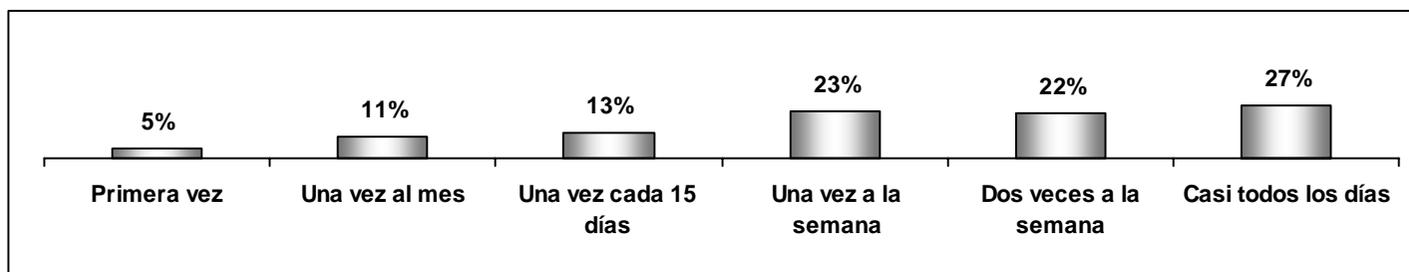
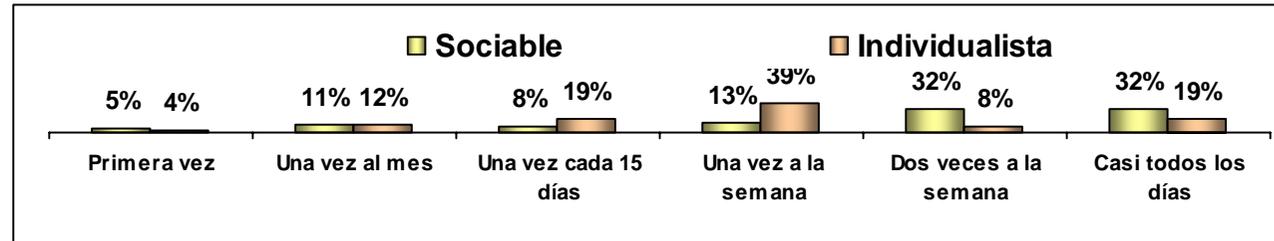




Gráfico n.8 – Distribución de frecuencia en asistencia de usuarios a los Infocentros según tipo.



Por último, una característica que también debe destacarse de la muestra es la participación de los encuestados en organizaciones sociales o grupos sociales informales de su comunidad. Los datos que se reflejan en el **gráfico n.9** dan cuenta de que el porcentaje de los encuestados que participan de estas agrupaciones es mayor al que no lo hace, 56% frente al 44%. Al

proceder a trasladar la distribución de estos datos a los distintos Infocentros considerados en el estudio se perciben diferencias sustanciales entre, por ejemplo, el caso Biblioredes en Monte Patria, donde el 72% de los encuestados manifestaron participar en organizaciones o grupos comunitarios, y el Infocentro Lomas de Colchagua en Palmilla con únicamente un 25%.

Gráfico n.9 – Distribución de total usuarios y tipos de usuarios por tasas de asociatividad

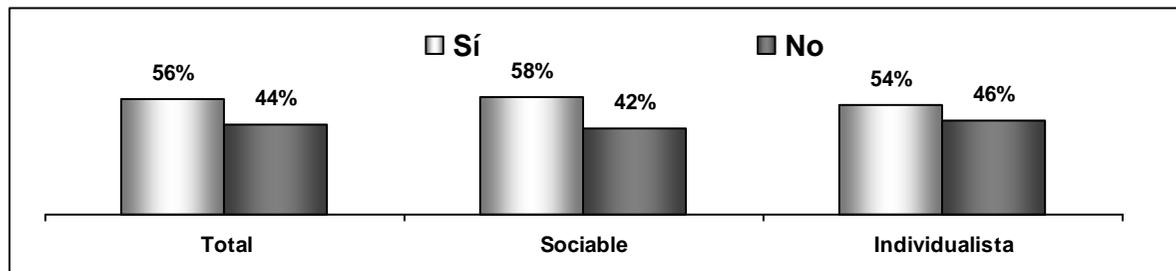
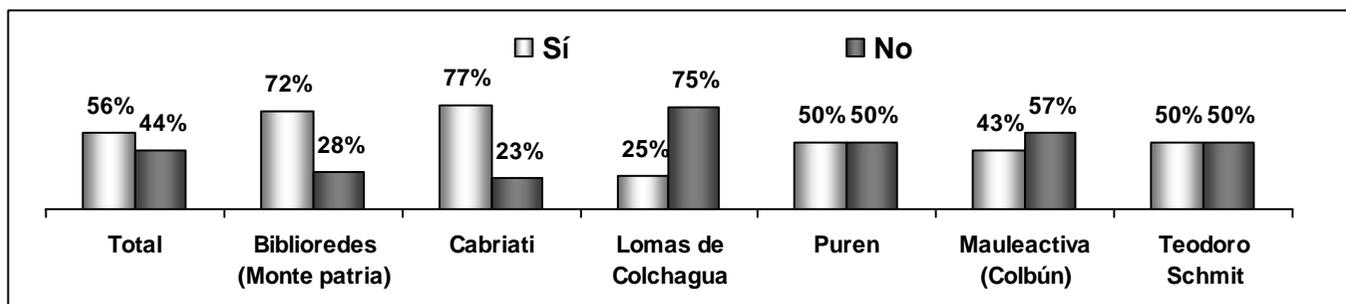


Gráfico n.10 – Distribución Usuarios de los Infocentros por tasas de asociatividad.



4.2.2. Infocentros versus Cybercafés.

La distinción entre los Infocentros y otro tipo de iniciativas de acceso a Internet, principalmente los Cybercafés, es uno de los ejes centrales de la reflexión sobre el impacto de los Infocentros en la creación de Capital Social. Se entiende que en la medida en que los Infocentros no son meramente un proveedor de servicios asociados al acceso a Internet, los usuari@s valorarían su existencia como un espacio de encuentro o de interacción social con sus vecinos.

Para empezar a indagar en los motivos que llevan a las personas a acudir a un Infocentro es necesario conocer si tienen otras alternativas para poder acceder a Internet. En este sentido, los

datos obtenidos de la encuesta establecen una primera asociación entre usuario del Infocentro y carencia de estas alternativas. Al prestar atención a la distribución de porcentajes entre aquellos que poseen computador en su domicilio y los que no lo poseen, el grupo mayoritario se encuentra claramente en esta última opción, 72% vs 28%. Las diferencias son aun mayores al considerarse que de los 18 casos que representa este 28% que si posee computador solamente 6 afirman tener conexión a Internet.

La desagregación de este dato por Infocentros da cuenta de la particularidad del caso de Monte Patria. La mayoría se encuentra entre los que sí tienen acceso a computador en su hogar, con un 61%. Estos datos conducen a reconocer en este Infocentro atributos

de espacio social en la medida que sus usuari@s acudan a él a pesar de contar con un acceso más fácil y cómodo a Internet. Esta hipótesis sería avalada por los datos obtenidos en el *focus group* en el que a la pregunta del moderador *¿Qué es para ti el Infocentro?* las ideas más reiteradas fueron “*un centro de apoyo*”, “*un espacio de encuentro*” o “*centro de recreación*”. En la misma línea resulta

significativo que en uno de los Infocentros donde el porcentaje de aquellos usuari@s que no tienen computador en su hogar aumenta 11 puntos por encima de la media, el Infocentro de Lomas de Colchagua en Palmilla, la propia operadora expresó las dificultades de los asistentes para distinguir la iniciativa de un *cybercafé*.

Gráfico n.10 – Usuarios según acceso propio a computador.

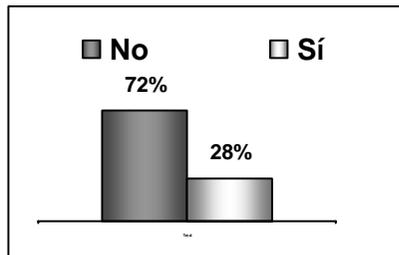


Tabla n.6 – Usuarios según acceso propio a computador por Infocentro.

	SI	NO
Biblioredes (Montepatria)	11 61,10 %	7 38,90 %
Cabriati	3 23,10 %	10 76,90 %
Lomas de Colchagua	2 16,70 %	10 83,30 %
Puren	1 10,00 %	9 90,00 %
Mauleactiva (Colbún)	1 14,30 %	6 85,70 %
Teodoro Schmit		4 100,00 %



ARS Chile
Redes Sociales



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

4.2.3. ¿De qué forma se hace uso de la Tecnología?

En uno de los pocos artículos existentes sobre el impacto de Internet en la creación de Capital Social, Barry Wellman (2001) establece una distinción entre aquellos usos de las nuevas tecnologías que pueden ser considerados como fundamentalmente sociales y aquellos que no lo son. El “uso social” de Internet vendría a aprovechar sus atributos como herramienta tecnológica para contactarse y comunicarse con la gente a través de la red. Los “usos asociales” serían aquellos en los que no se da esta interacción, por tanto la herramienta sólo se utilizaría para fines personales. Algunos ejemplos de este tipo de uso sería, por ejemplo, elaborar un documento con el procesador de textos o bajar archivos de música de la red. La hipótesis que queda planteada es que dependiendo del uso que se haga de la tecnología disponible en los Infocentros variará el impacto en la creación y asignación de Capital Social.

En una primera aproximación a los usos tecnológicos de los usuari@s de Infocentros los que son citados con mayor frecuencia son “Realizar tareas de estudio/ trabajo/...” y, asociada a éstas, “Búsqueda de Información en Internet”. Sólo en tercer lugar aparece su uso como instrumento de comunicación. Este dato contrasta con lo que son la mayoría de estudios sobre los usos de Internet apuntan como principales usos de la tecnología, la comunicación asincrónica (*mails*) y sincrónica (*chat*). Una explicación a esta situación es

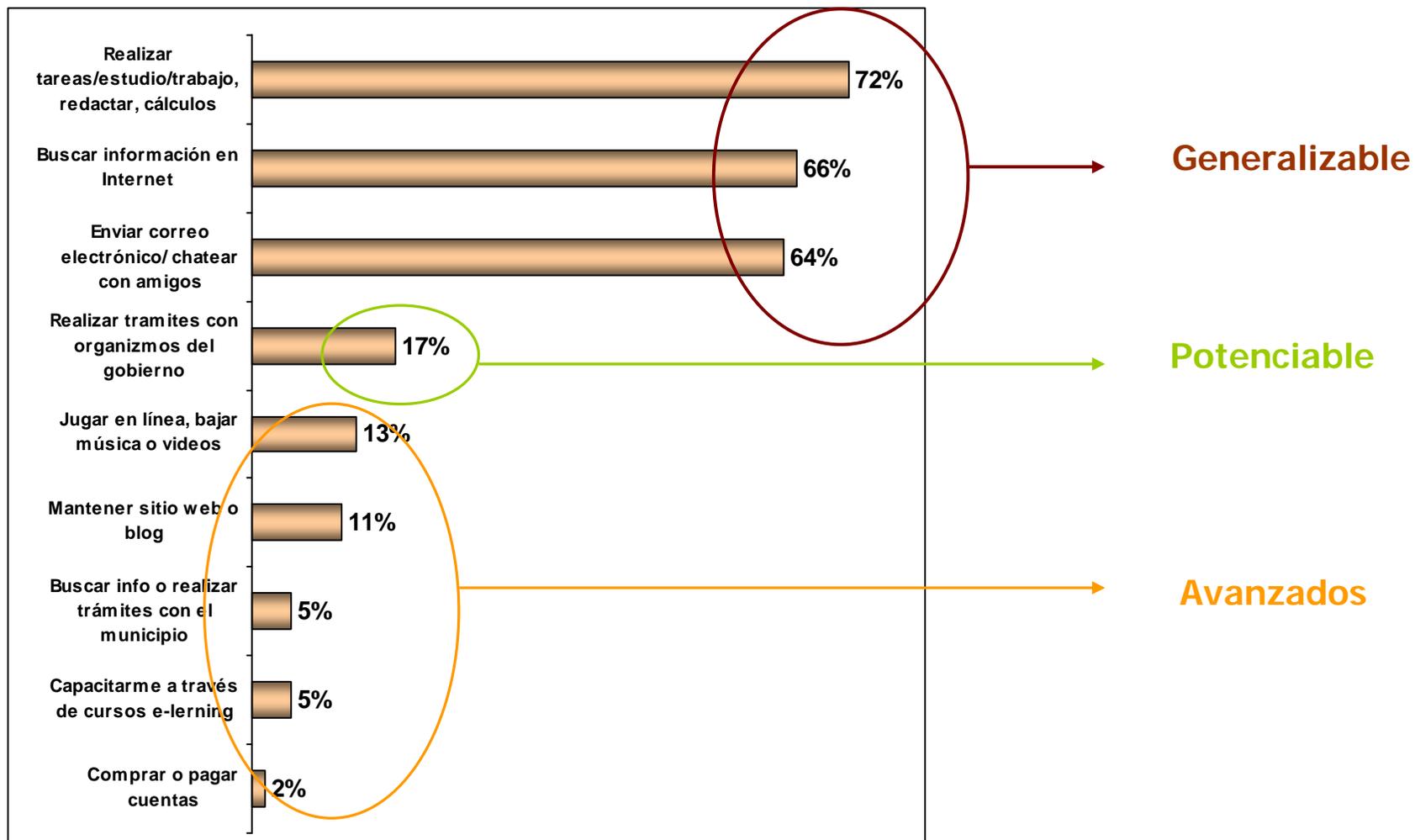
atribuible a las restricciones que se ejerce sobre este tipo de usos en la mayoría de Infocentros, principalmente aquellos que son gratuitos.

A efecto de ordenar la información, se procede a organizar los usos tecnológicos de los usuari@s de los Infocentros en tres categorías. Todos los usos mencionados, dado su alta frecuencia con respecto al resto, son identificados como “*Usos Generalizables*”.

Una segunda categoría corresponde a los llamados “*Usos Potenciables*”. Estos serían aquellos usos que no se encuentran entre los tres mencionados de forma más frecuente por los encuestados pero que, no obstante lo anterior, tienen un considerable grado de difusión, al ser citados como uno de los realizados en los Infocentros. Un ejemplo sería “el realizar tramites con organismos de gobierno por Internet”, ya que si bien se puede observar que entre los encuestados por lo menos un 42% menciona haber realizado algún tramite con alguna institución de gobierno por Internet, tan sólo un 17% menciona realizarlo como una de las 3 más frecuentes.

Por último, una tercera categoría es la que se conceptualiza como “*Usos Avanzados*”. Se trata de usos poco frecuentes que apuntan hacia la necesidad de un mayor conocimiento y permiten a su vez un mejor aprovechamiento de Internet. Entre ellos se encuentran jugar, bajar música o videos; mantener un sitio Web, Blog y; de manera muy marginal, pagar cuentas por Internet.

Gráfico n.11 – Categorías de usos de la tecnología en los Infocentros.

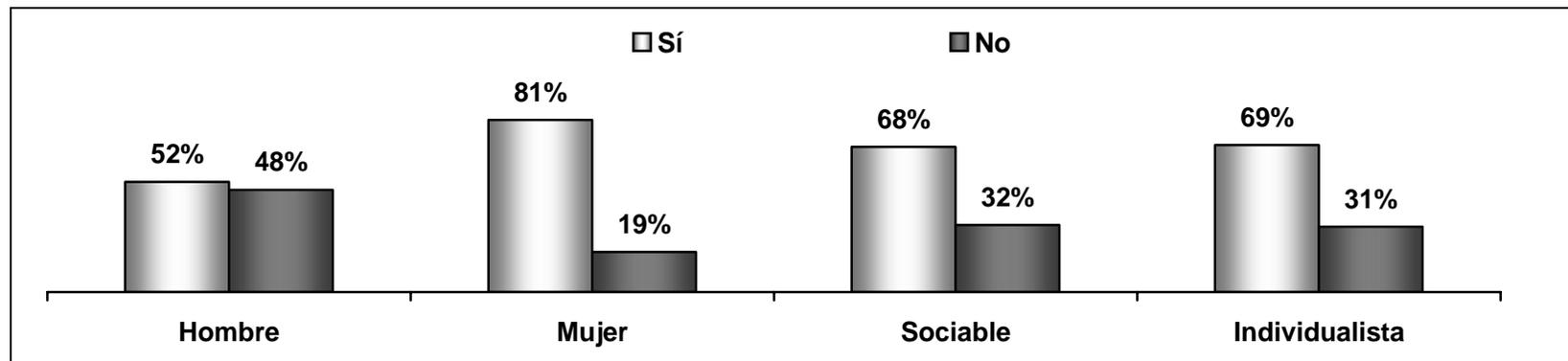


A continuación se procede a realizar un primer *zoom* de aquellos usos identificados como sociales: “*envío correos electrónicos / chatear con los amigos*”, desagregando el dato según sexo y tipos de usuari@s. En la parte izquierda del gráfico n.11, referido a la distribución por sexo, se pone de manifiesto que este tipo de “usos sociales” ha penetrado con mucha fuerza entre las mujeres. A la hora de explicar este hecho podemos recurrir, entre otras, a las razones que surgieron como parte de la entrevista grupal llevada a cabo en Purén. Existe una clara asociación entre el uso del correo electrónico, y del Chat, por parte de las usuarias del Infocentro con la existencia de un a especie de “sentimiento de escapismo”. La posibilidad de contactarse con desconocidos a través

de la red se convertiría en una recreación que les alejaría de los problemas más cotidianos de sus vidas.

Por otra parte lo que refleja la parte derecha del gráfico n.11 es la ausencia de diferencias significativas entre los dos tipos de usuarios identificados en función de los “usos sociales” de la tecnología. Los porcentajes son similares para el tipo de “usuario sociable” y el tipo de “usuario individualista”, 68% vs 69%. En suma, ambos tipos de usuari@s utilizan Internet como herramienta para interactuar socialmente en el medio virtual. Esto quiere decir que las verdaderas diferencias entre ambos grupos vienen dadas por su comportamiento social al interior del Infocentro.

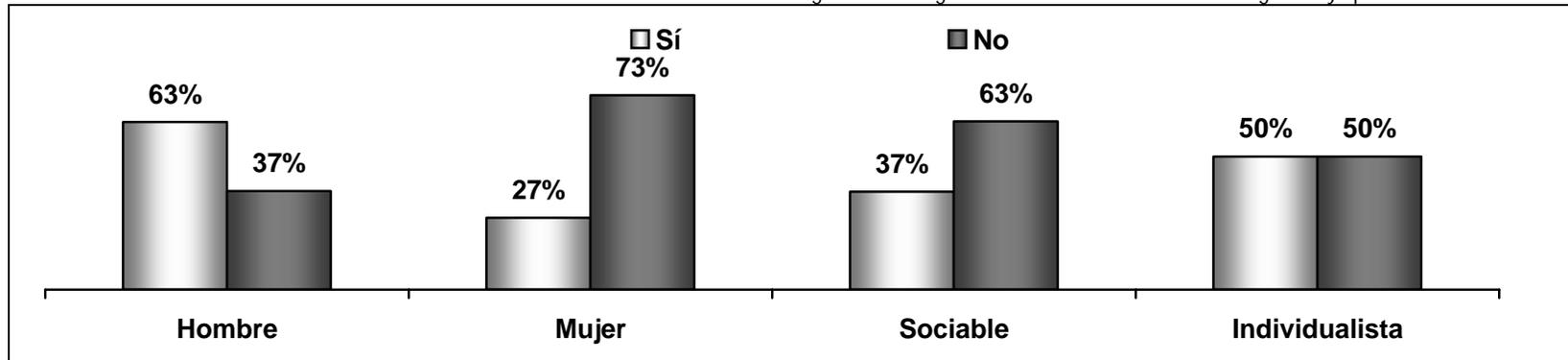
Gráfico n.11 – Distribución de los usuari@s de los Infocentros según “usos sociales” en función de género y tipo de usuario.



Por último, se aplica un nuevo *zoom* sobre el uso “realizar trámites con organismos de gobierno por Internet” al aportar luces para comprender cómo se produce la relación entre ciudadan@s y Estado a través de los medios virtuales. Al desagregar este dato por sexo, tal y como se muestra en la parte izquierda del gráfico n.12, se comprueba que son los hombres los que usan con mayor frecuencia Internet para relacionarse con las distintas dependencias del gobierno. Una gran mayoría de trámites realizados con el Estado a través de Internet se concentra, según los datos recabados en el

estudio, en el Servicio de Impuestos Internos (SII) y el portal ChileCompra. Las diferencias vuelven a apreciarse, tal y como se muestra en la parte derecha del gráfico n.12, en la distribución según tipo de usuario. El tipo de usuario sociable parece bastante más reacio a relacionarse con el gobierno a través de Internet que el usuario individualista, 37% vs 50%. Esta situación puede ser atribuible al hecho de que un alto porcentaje del tipo de usuarios sociales son mujeres.

Gráfico n.12 – Distribución de los usuari@s de los Infocentros según “usos de gobierno electrónico” en función de género y tipo de usuario.



4.2.4. El Infocentro como espacio de interacción social.

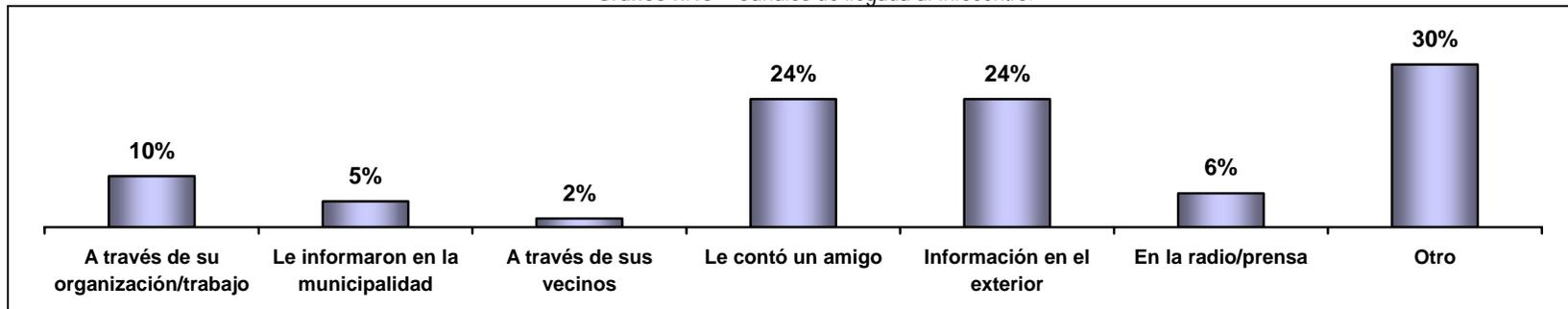
En este apartado se propone medir la condición del Infocentro como espacio para la interacción social. Para ello se fijará la atención en tres datos relevantes obtenidos de la aplicación del cuestionario.

El primero, es el medio a través del cuál se entera de la existencia del Infocentro y acude a él. Resulta interesante saber si el encuestado llegó al Infocentro a través de uno de sus usuarios o no. La hipótesis que se plantea es que la forma a través de la cuál llegue el usuario al Infocentro condiciona su comportamiento. La existencia de relaciones sociales entre los usuarios del Infocentro ejerce como catalizador de un rápido proceso de socialización favoreciendo un

comportamiento más sociable. Por el contrario, cuando no existen estas relaciones la tendencia es adoptar el comportamiento más cercano al que se ha identificado como tipo de usuario individualista.

Los datos que ofrece el gráfico n.13 permiten, por lo menos, no refutar esta hipótesis. La suma de los porcentajes de las categorías asociadas al hecho de contar con un contacto al interior del Infocentro es superior a la suma de los porcentajes de aquellas que no lo están. Cabe recordar que, tal y como se señaló anteriormente, en la muestra del estudio el tipo de usuario sociable es, con cierto margen, superior al tipo de usuario individualista. Dada las implicaciones que pueden desprenderse de la confirmación de la hipótesis planteada debiera buscarse a futuro una más amplia y certera validación de estos datos.

Gráfico n.13 – Canales de llegada al Infocentro.

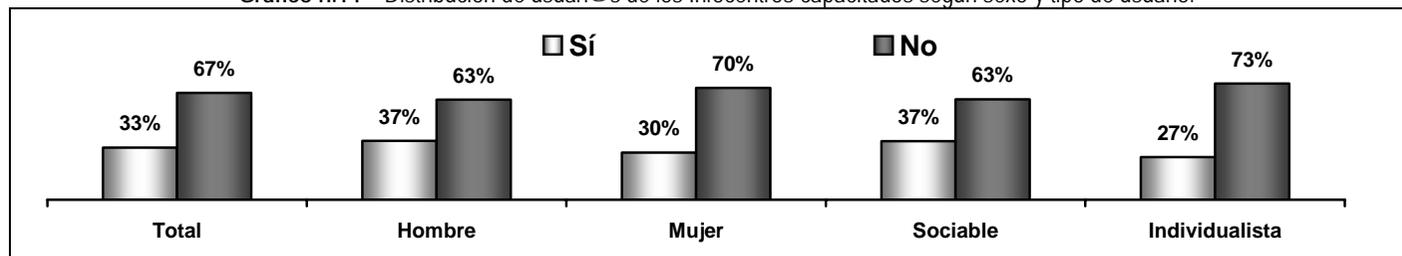


El segundo de los datos a tomar en cuenta viene dado por las consecuencias de los procesos de capacitación, en términos de formación de redes sociales. Las capacitaciones son espacio con gran potencial para la socialización entre los diferentes usuari@s de los Infocentros y, por tanto, son un medio de creación de Capital Social. La asociación entre los cursos de capacitación y la concepción del Infocentro como espacio de encuentro aparece especialmente estrecha en algunos grupos de usuarios. Según fue relatado en el Infocentro de Purén, las usuarias dueñas de casa acuden al Infocentro informadas por sus hijos y con la expectativa de no quedar al margen del mundo tecnológico en el que ya se encuentran inmersos ellos. Su entrada al Infocentro se produce como alumnas de los cursos de capacitación, donde desarrollan

algunos conocimientos y capacidades básicas para manejarse en el computador. A partir de ese momento su principal motivación para seguir acudiendo al Infocentro no se encuentra tanto en llevar a la práctica los conocimientos adquiridos, sino en encontrarse con las otras dueñas de casa que han participado en los cursos. Durante las semanas que dura el curso se van gestando fuertes relaciones sociales que perduran en el tiempo.

Los datos extraídos de la encuesta dan cuenta de que solamente un tercio de los usuari@s de los Infocentros ha participado en un curso de capacitación. Al desagregar estos datos por género y tipología se evidencia, tal y como muestra el gráfico n.14, que no existen cambios significativos en ninguno de los casos.

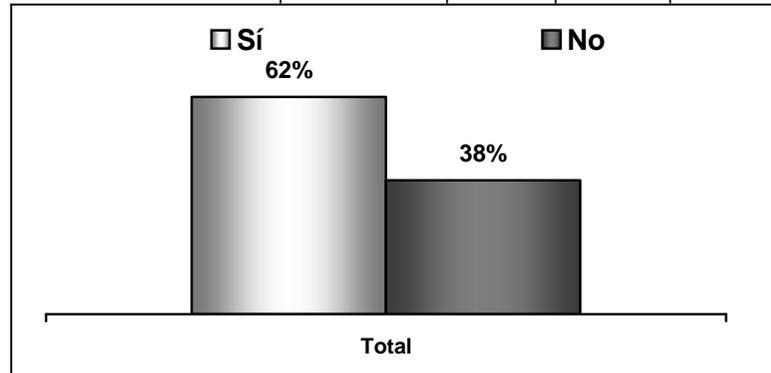
Gráfico n.14 – Distribución de usuari@s de los Infocentros capacitados según sexo y tipo de usuario.



Para conocer en que medida la participación en los cursos trajo consigo cambios en la red social de los usuari@s capacitados se les preguntó, en primer lugar, a cuántas de las personas que habían participado junto a él/ella en dichos cursos los conocía previamente. La respuesta es favorable en un 62% frente a un 38% a las personas que no se conocían.

Finalmente, otra pregunta del cuestionario que permite profundizar dentro de esta línea de indagación es saber la situación

Gráfico n.15 – Compañer@s de la capacitación que conocía previamente.



en que se encuentra las relaciones gestadas durante el curso de capacitación. La tendencia que manifiestan los encuestados es a preservar estas relaciones, aunque con diferente frecuencia de contactos. En suma, se constataría que en torno a las capacitaciones al interior del Infocentro se gestan redes sociales que condicionan su desempeño como espacio de encuentro entre sus usuari@s.

Tabla n.7 – Compañer@s de la capacitación y mantenimiento de la relación.

	Total
	Nº de casos
Ya no tiene ningún contacto	3
Mantiene contacto sólo a veces	9
Las ve habitualmente en el Infocentro	9
n/s	1

Una mirada más amplia sobre el proceso de socialización al interior del Infocentro se procede a revisar las respuestas dadas por el conjunto de los encuestados sobre la cantidad de personas que han conocido y con los que han entablado relación a partir de su condición de usuari@s del Infocentro. A la luz de los datos obtenidos se reafirma al Infocentro como un espacio donde se obtienen nuevos

contactos. Mientras que un 26% responde “*No haber conocido mayormente a más gente*”, un 39% señala que “*Ha conocido bastante gente*” y un 31% “*Haber conocido mucha más gente*”. Al desagregar estos datos según sexo, no se reflejan cambios significativos con respecto a la distribución general. Este escenario cambia cuando se cruza la variable tipo de usuario. Como era previsible, el tipo de usuario individualista manifiesta no haber conocido gente en el Infocentro.

Por último, se busca evaluar qué importancia adquiere el Infocentro, entendido como espacio de encuentro con amigos, en la configuración de las redes sociales de los usuari@s. Los datos agregados dan cuenta de una situación prácticamente similar entre aquellos que señalan contar con “algunos” amigos entre los usuarios del Infocentro, 42%, y los que manifiestan tener a la “mayoría” de

sus amigos, 38%. Por el contrario, tan sólo un 14% manifiesta no tener “casi ningún” amigo entre los usuari@s del Infocentro y un 6% “Nadie”. Lo que estos datos vienen a justificar es la relevancia que adquiere el Infocentro como instancia con un gran potencial para catalizar la creación y asignación de Capital Social.

Los Infocentros estudiados aparecen posicionados como lugar de encuentro al interior de las comunidades donde se encuentran localizados, ganando preponderancia sobre otros espacios sociales. Al desagregar los datos por sexo se constata que en las mujeres el Infocentro adquiere mucha mayor importancia que para las redes sociales de los hombres. Un 51% de las usuarias encuestadas manifiestan que “la mayoría” de sus amig@s son también usuarias del Infocentro.

Gráfico n.16 – Cantidad de personas conocidas en el Infocentros según género y tipo de usuario.

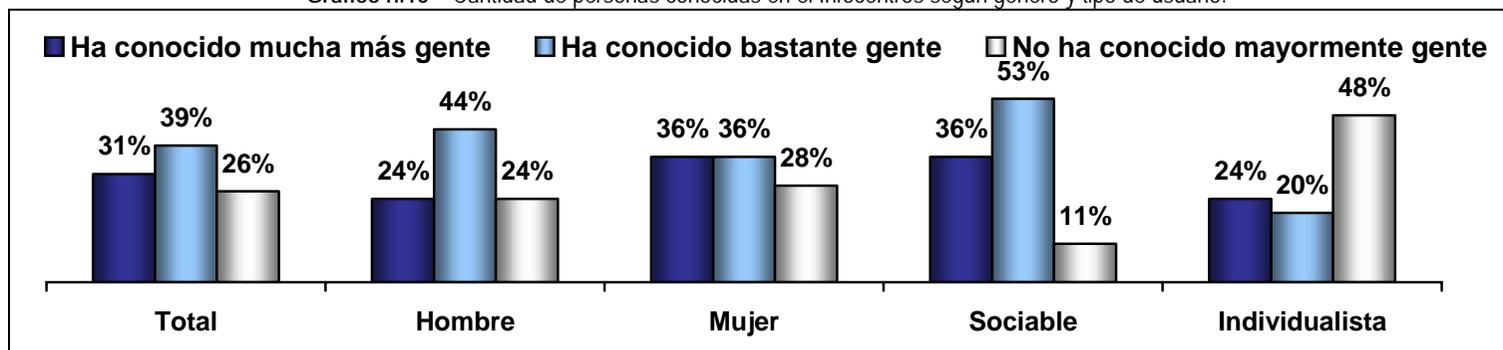
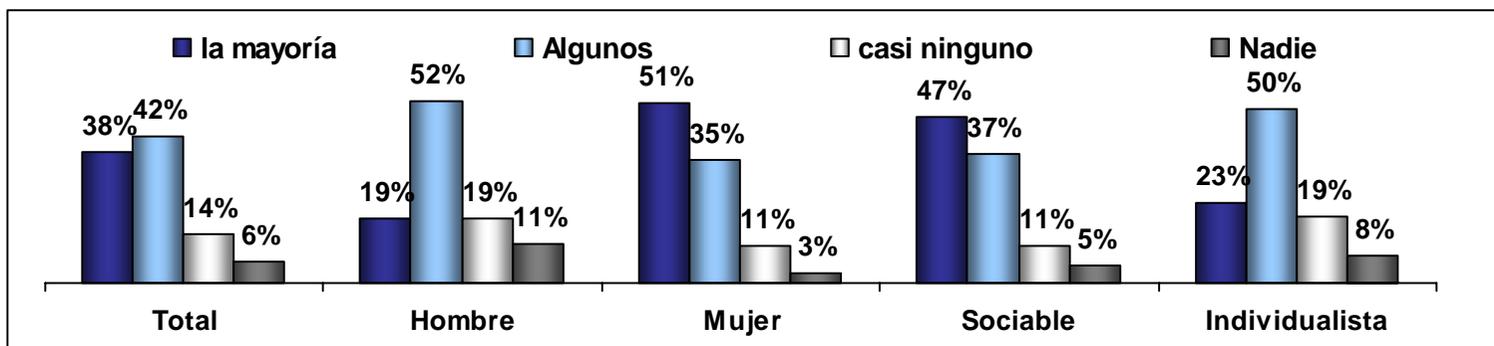


Gráfico n.17 – Cantidad de personas conocidas en el Infocentros que son parte de la red de contactos del encuestado según género y tipo de usuario.



4.2.5. Las Redes Sociales de los Usuari@s de Infocentros.

A partir de la aplicación de las herramientas del Análisis de Redes Sociales (ARS) se procederá a mostrar las estructuras de las redes de contactos de los usuarios de los Infocentros de la red, en función de tres variables de identificación:

⇒ En primer lugar: utilizar Internet “como medio para programar actividades”, cuya especificidad radica en atribuir a este medio un uso destinado a la consecución de objetivos colectivos, más allá de un contacto esporádico y virtual.

⇒ En segundo lugar, “Informarse de ofertas y trabajos”, buscando identificar cuales pueden ser las posibles redes que elaboran los usuarios para la consecución de fines laborales, buscando identificar las posibles redes de confianza de mayor o menor desarrollo de entre familiares, grupo de amigos o compañeros de trabajo, entre otros.

⇒ Y en tercer lugar, la utilización de Internet “para saber noticias personales” como una categoría que busca



ARS Chile
Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

expresar la existencia o no de contactos de mayor cercanía afectiva a través de Internet.

Elaboración e Interpretación de los Grafos de Redes.

Para la elaboración de los grafos se rescataron y trasladaron los datos del cuestionario a matrices para posteriormente ser procesados con el paquete de software Ucinet 6.

- En “círculos rojos” (nodos), se muestran las categorías de relaciones evaluadas.
- En “cuadros azules” (nodos), se muestran las categorías de grupos con los cuales se tienen dichas relaciones.
- Las líneas de distinto color y grosor representan una mayor o menor frecuencia de menciones entre la relación y el grupo en cuestión. Así por ejemplo, una “línea” (vértice) de mayor grosor implica un mayor vínculo en la frecuencia de mención de ese tipo de relación ya sea con familiares, grupo de amigos, compañeros de trabajo, etc.

Gráfico n.18 – Red de contactos y actividades en Infocentro Monte Patria.

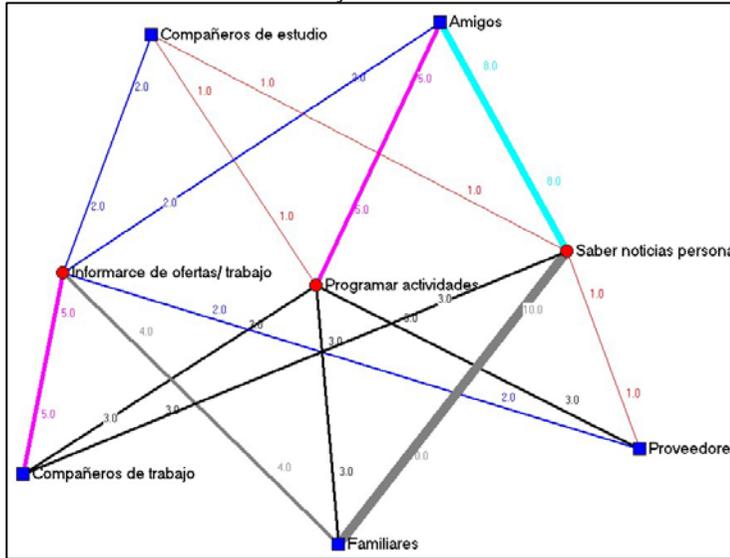


Gráfico n.1 – Red de contactos y actividades en Infocentro Lampa-Batuco.

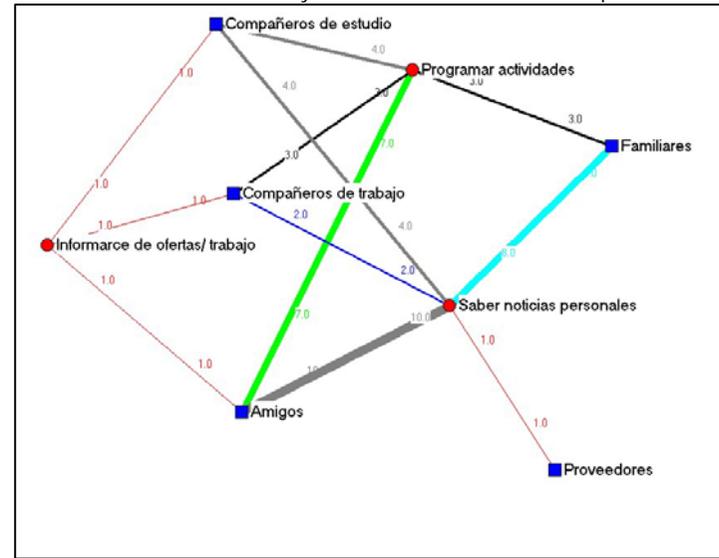


Gráfico n.22 – Red de contactos y actividades en Infocentro Colbún.

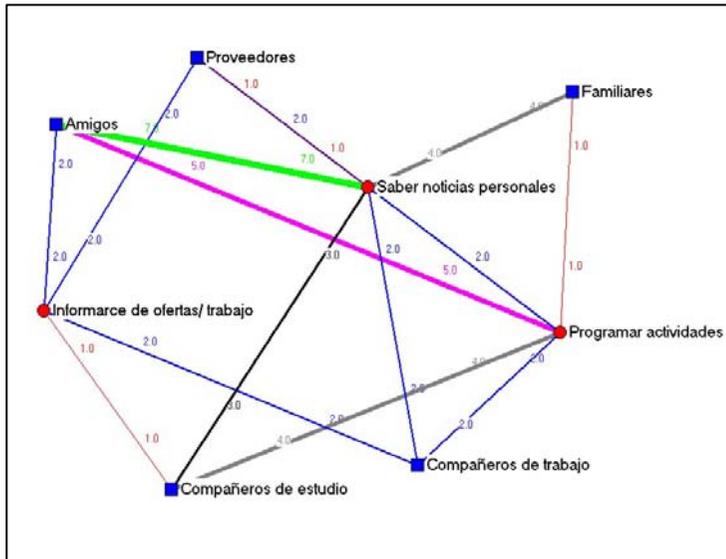
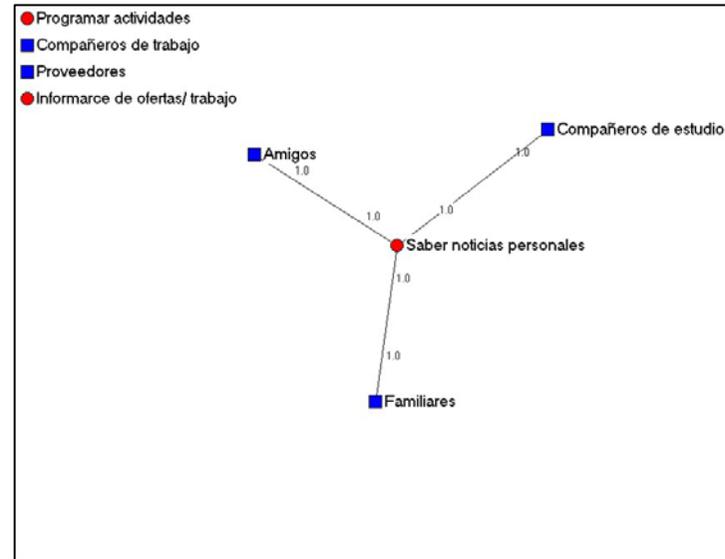


Gráfico n.23 – Red de contactos y actividades en Infocentro Teodoro Schmidt



En el gráfico n. 24 se da cuenta de la localización geográfica de los contactos mencionados por los encuestados. Este consiste en un mapa en el cual se observan todos los lugares geográficos (*ciudades o países*) donde los usuarios en general mencionaron

“programar actividades”, “informarse de ofertas de trabajo” o “saber noticias personales” por Internet con familiares, amigos, compañeros de trabajo, proveedores o compañeros de estudio.

Gráfico n.24 – Red de contactos por localización geográfica del conjunto de los Infocentros considerados.

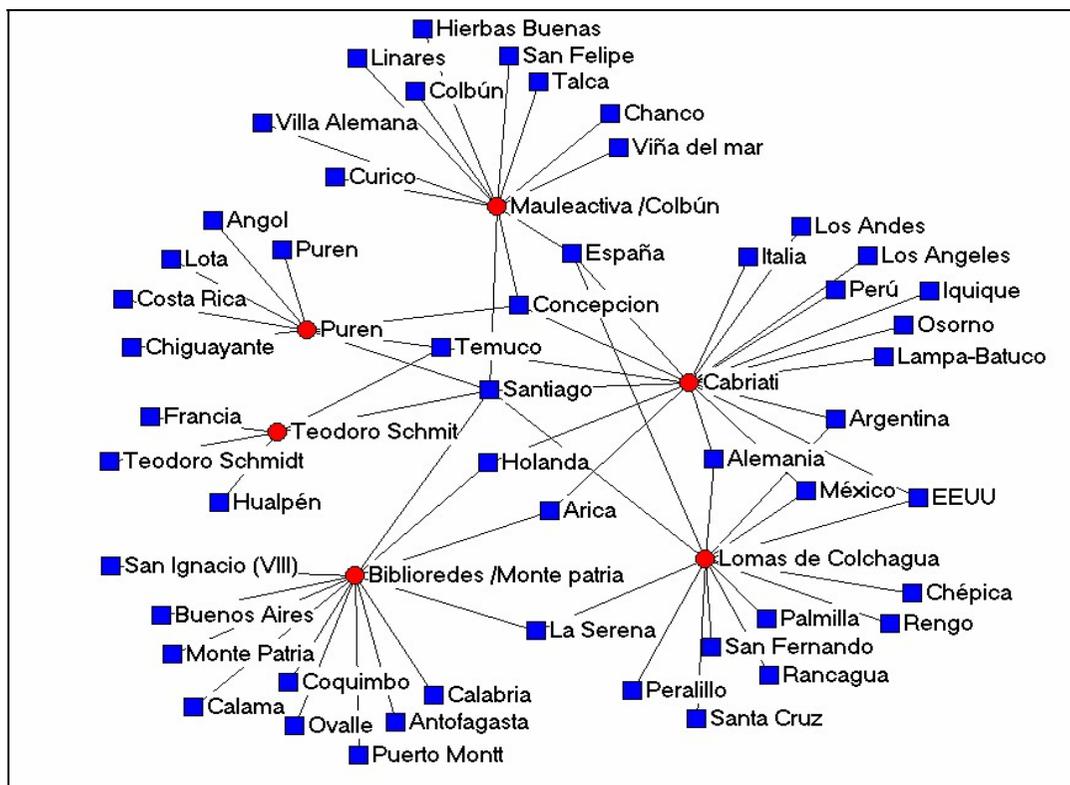


Gráfico n.25 – Cabriati

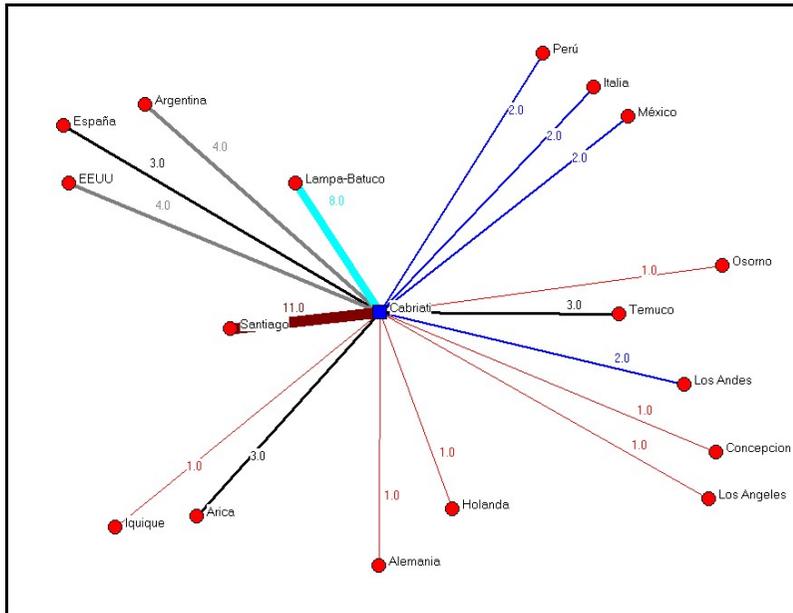


Gráfico n.26 – Lomas de Colchagua

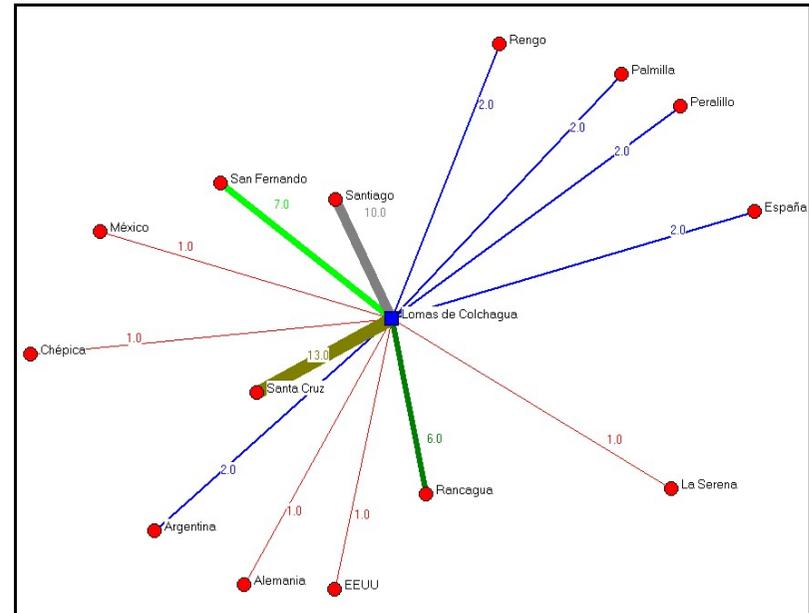


Gráfico n.27 – Colbún

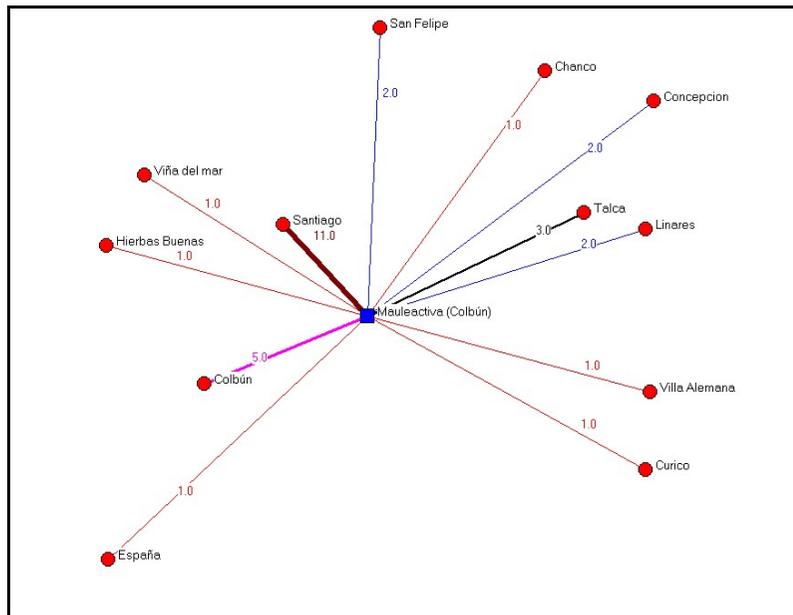


Gráfico n.28 – MontePatria

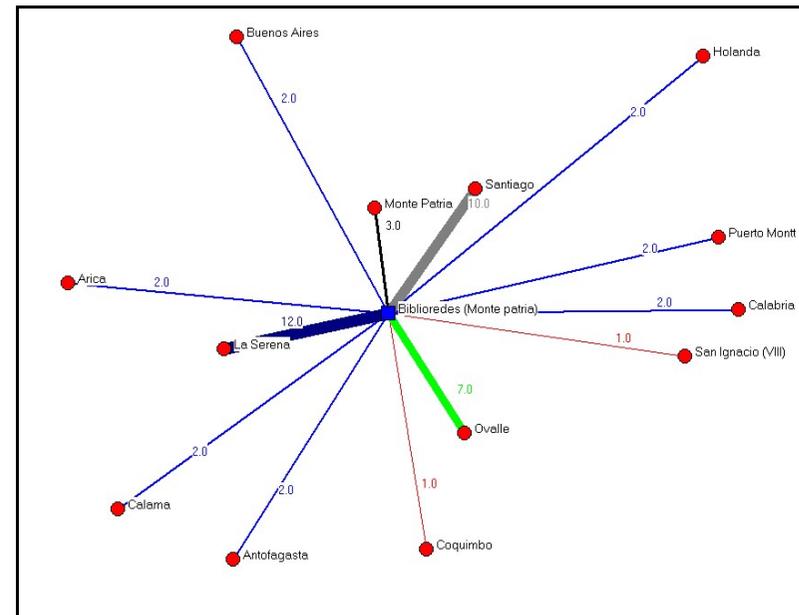


Gráfico n.29 – Purén

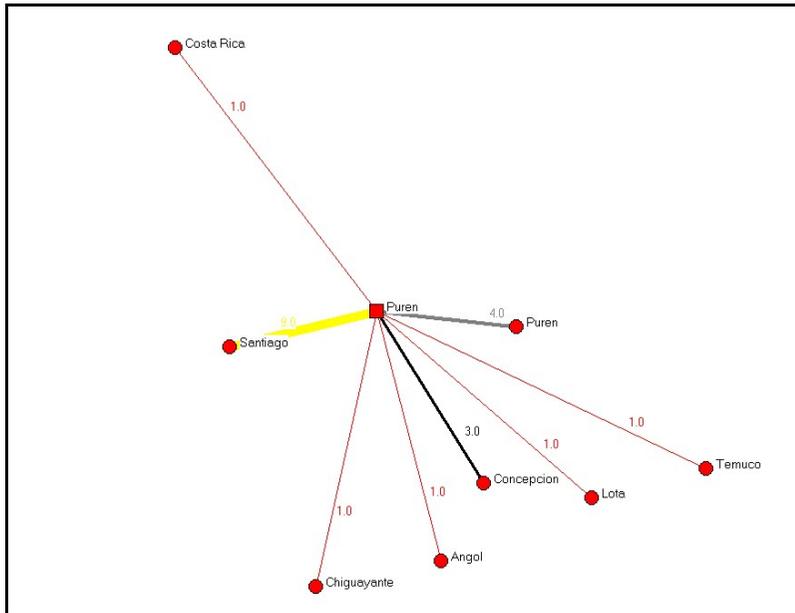
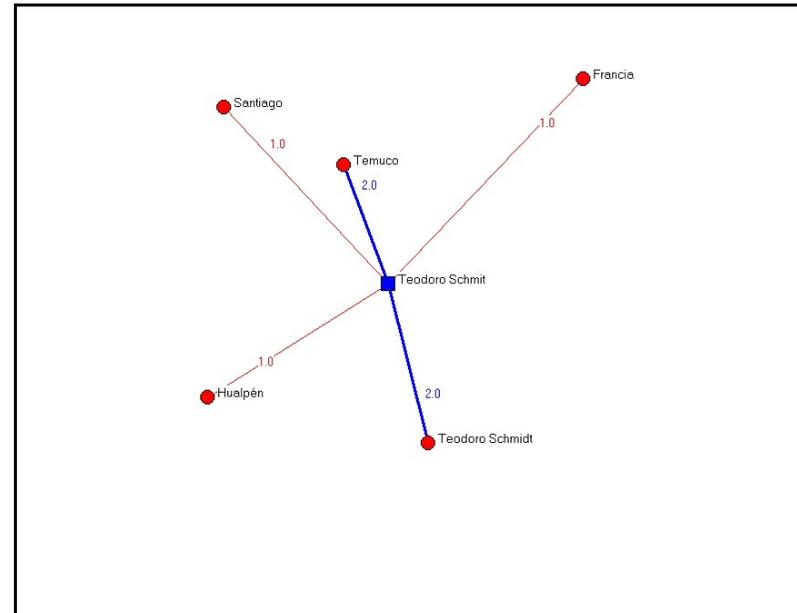


Gráfico n.30 – Teodoro Schmidt





Un medio para interpretar este grafo es a través del cálculo del grado de intermediación de la red. Este indicador es un estadístico particular del Análisis de Redes Sociales (ARS) que da cuenta de la frecuencia con que aparece un nodo (en el grafo la ciudad o el país) en el tramo más corto (distancia geodésica) que conecta a los otros dos. Resulta interesante en la medida que nos permite ubicar las ciudades que se posicionan como intermediarias, lo que podríamos denominar como ciudad "puente". Del cálculo de este indicador se

observa la condición de la ciudad de Santiago como nodo central de la red. En otras palabras, en Santiago se encuentra la mayoría de los contactos en la red que tienen los usuari@s de nuestros Infocentros. Dentro de Chile otras ciudades que aparecen ocupar una posición central son Concepción y Temuco. En el exterior, en tanto, aparece España como el país mejor posicionado en la red ya que en tres de los Infocentros alguno de los encuestados mencionó relacionarse por Internet con personas de dicho país.

Tabla n.8 – Centralidad de los distintos Infocentros en la red (gráfico n.24).

	1	2
	Betweenness	nBetweenness
	-----	-----
Cabriati	556.768	36.154
Biblioredes /Monte patria	489.408	31.780
Mauleactiva /Colbún	469.625	30.495
Lomas de Colchagua	443.758	28.815
Puren	277.286	18.006
Teodoro Schmit	167.154	10.854

Tabla n.10 – Centralidad de las ciudades en la red (gráfico n.24).

	1	2
	Betweenness	nBetweenness
	-----	-----
Santiago	673.401	43.727
España	109.220	7.092
Concepcion	100.000	6.494
Temuco	64.600	4.195
La Serena	51.667	3.355
Holanda	41.371	2.686
Arica	41.371	2.686
Argentina	15.593	1.013
México	15.593	1.013
Alemania	15.593	1.013
EEUU	15.593	1.013



4.2.6. Confianza Social e Institucional.

La confianza refiere a un elemento consustancial para evaluar el tipo de Capital Social existente. Para medir confianza no es posible referirse únicamente a la cantidad de vínculos existentes, sino a su calidad, en términos de su valor instrumental. En este apartado se procede a dar cuenta de la evaluación de los niveles de confianza de los usuari@s de los Infocentros con referencia a dos tipos. La primera es la “confianza social”, es decir, aquella que se encuentra al interior de la red social del sujeto que se genera y evoluciona a partir de la relación con otras personas. La segunda es la “confianza institucional” refiriendo a la confiabilidad que tiene el sujeto en las instituciones a partir de las cuáles se organizan su entorno social más inmediato. Mientras la “confianza social” tiene una incidencia directa en la calidad de vida y bienestar de la persona, la “confianza institucional” resulta beneficiosa para el conjunto de la sociedad.

Una de las formas más recurrentes de medir la calidad de las relaciones personales es preguntarse sobre la posibilidad de utilizarlas para solventar determinados problemas personales. La misma batería de preguntas fue incorporada en el cuestionario aplicado en este estudio. El propósito era dimensionar la cantidad de “vínculos fuertes” al momento de enfrentar determinados problemas

personales. Pero también se buscaba conocer dónde se encontraban estos “vínculos fuertes”, frente a cada una de las coyunturas. De esta forma se pretendía también analizar cuál es la valoración que se hace por un lado, de las personas que se conocen en el Infocentro y, por otro lado, de aquellas que se han conocido a través de Internet.

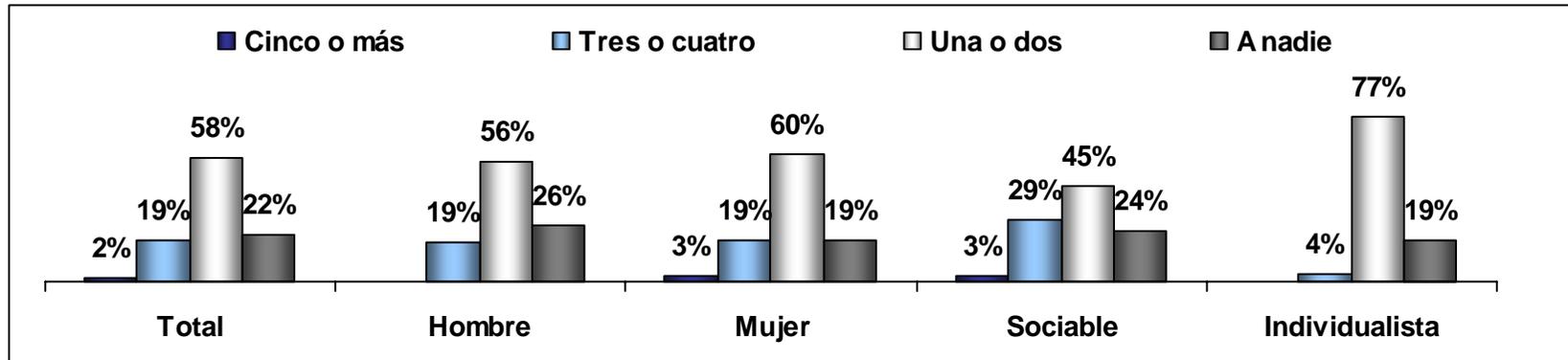
A la pregunta *¿A cuantas personas ajenas a su familia cree que podría pedir apoyo económico?* La respuesta que predomina circunscribe su número a “una o dos” con 58% de la distribución total. Resulta que un porcentaje significativo, el 22%, cree que no tiene a nadie que pudiera prestarle apoyo económico en un momento de necesidad. Ambos datos parecen confirmar la tendencia apuntada en el Informe de Desarrollo Humano del PNUD – Chile 2000, en los usuari@s de los Infocentros de un desplazamiento de los vínculos sociales fuertes y duraderos hacia lazos más tenues y flexibles.

Otro dato aún mucho más revelador es que ninguno de los encuestados identificó entre sus potenciales prestadores de “apoyo económico” a personas que ha conocido y se relaciona a través de Internet. Esto vendría a confirmar una de las hipótesis planteadas al inicio del estudio en referencia a que, en la concepción de los usuari@s de Infocentros, las relaciones virtuales no son sustitutivas

de las presenciales, sino complementarias. Esto implica que ambas cumplen funciones diferentes dentro de la red social de las personas, y que solamente en las relaciones presenciales es donde se encuentran los vínculos fuertes que proveen los principales

recursos vitales, materiales e inmateriales. Esta idea se confirmó y amplió en los *focus group* y entrevistas grupales (*véase recuadro n. 3*).

Gráfico n.25 – Cantidad de personas a las que solicitaría apoyo económico.





ARS Chile
Redes Sociales



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES
SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES

Recuadro n.3

Entrevista Grupal en el Infocentro de Purén

Moderador: Y la gente que conocen en Internet ¿Cómo son las relaciones a través de Internet, es fácil ser amigos a través de Internet, son amigos en el fondo?

Carolina: No, amigos

Moderador: ¿Se establece una relación de amistad con ellos?

Carolina: Si, como que les cuentas cosas

Nelson: Es una relación de amistad como super distinta. Es una completamente distinta a la que tú puedes intercambiar con un otro presente, es un otro ausente que tú muchas veces ni siquiera llegas a ver. Es como distinto.

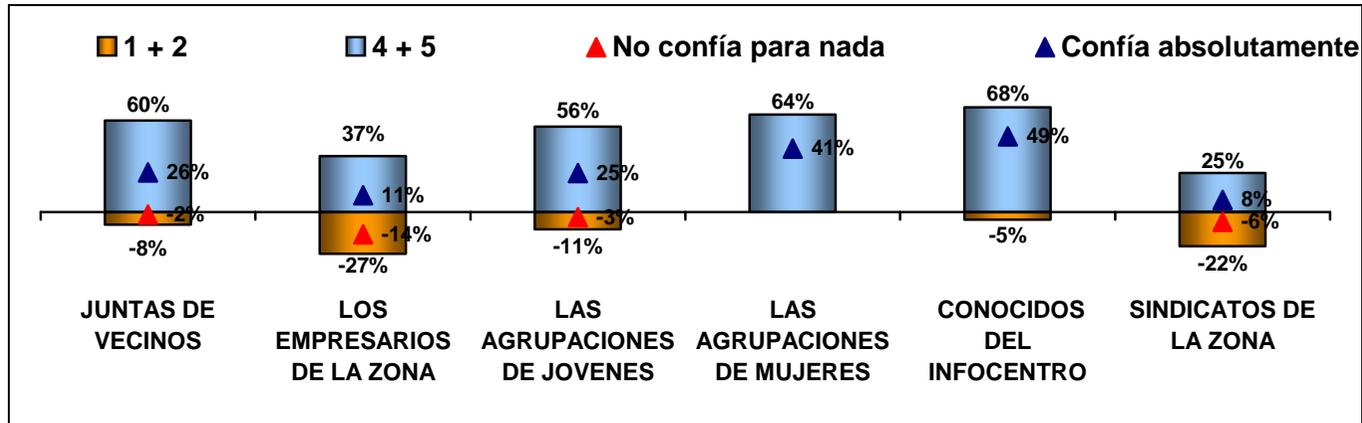
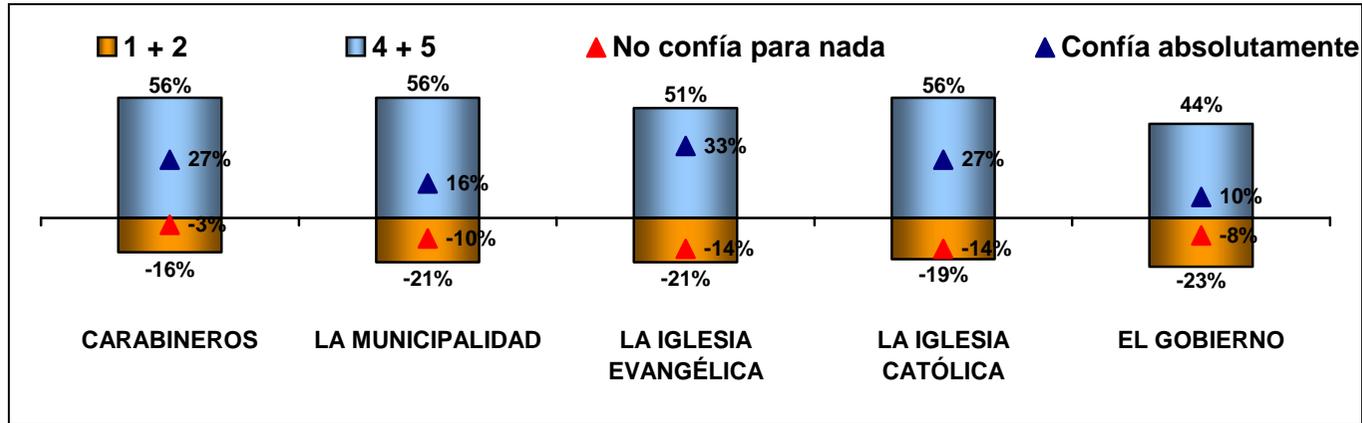
Moderador: ¿Y tú que crees?

Humberto: Amistad, no si decirlo, como amistad, porque para mi la amistad es tener a una persona al frente mío para contarle mis problemas y que haya comunicación pero que este más visual. Pero igual es como diferente.

¿Qué nivel de confianza tienen los usuari@s de los Infocentros en las instituciones?, ¿Cuáles son las instituciones hacia las que demuestran mayor grado de confianza?. En términos generales se observa una buena evaluación en cuanto a la confianza de diversas instituciones entre los usuarios de los Infocentros. Destacan en las evaluaciones positivas las agrupaciones de mujeres y “los conocidos en el Infocentro”. Esto

puede ser interpretable desde la óptica de los diferentes grados de confianza que es esperable obtener de grupos de pertenencia (agrupaciones de mujeres) o de personas con las cuales se tienen contacto frecuente (otros usuarios). Por el contrario, las evaluaciones negativas son más frecuentes al momento de evaluar a “los empresarios de la zona”, “las diversas iglesias” y “el Gobierno”.

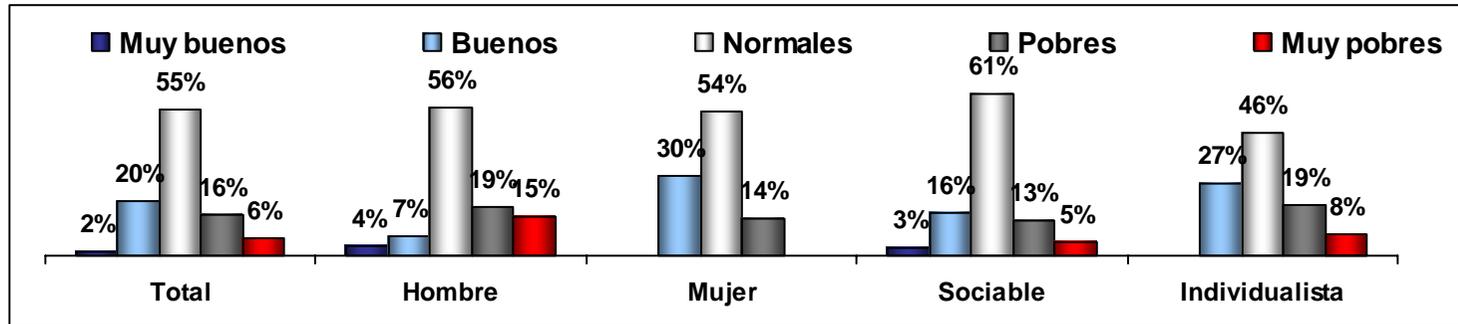
Gráfico n.31 – Nivel de confianza en las instituciones.



Atendiendo únicamente al nivel de confianza hacia la institucionalidad gubernamental, la primera observación es que los usuari@s de los Infocentros manifiestan un cierto grado de conformidad hacia los servicios que presta el gobierno en su comunidad. En tal sentido la calificación general a la intervención del gobierno es de “normal”. Para poder interpretar esta respuesta no

puede olvidarse que las comunidades en las que se encuentran los Infocentros considerados en el estudio se encuentran con bajos o muy bajos niveles de desarrollo. Motivo por el cual se convierten en objetivo prioritario de las agencias gubernamentales convirtiendo a gran parte de sus habitantes, incluido los usuari@s de infocentros, en beneficiarios de sus programas.

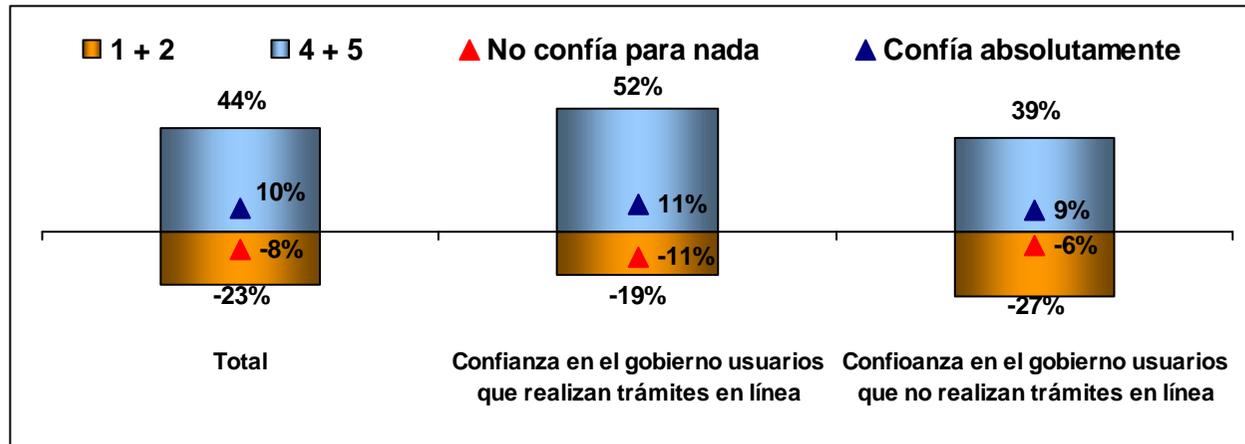
Gráfico n.32 – Valoración de la intervención pública en la comunidad.



El último punto a tratar en el apartado es identificar si existen diferencias significativas que permitan afirmar que aquellos usuari@s que se relacionan con el gobierno, a través de medios virtuales, demuestran un mayor nivel de confianza que los que no lo hacen. A partir de los datos obtenidos en la encuesta, y considerando las cautelas oportunas por su tamaño, se puede

apuntar a que existe una tendencia a tener mayor confianza en la institucionalidad entre quienes se relacionan con los diversos servicios del gobierno por Internet (52% confía o confía absolutamente) versus un 39% de quienes no realizan trámites por Internet.

Gráfico n.33 – Nivel de confianza en las instituciones de los usuari@s de los Infocentros, según hayan realizado tramites en línea con el gobierno o no





Capítulo n.5

Buenas Prácticas para la construcción de Capital Social desde los Infocentros. Hacia una agenda de futuro.

En el cierre del estudio el objetivo de este capítulo es, a partir de la recapitulación de los resultados obtenidos en el análisis de los casos de Infocentros considerados en el estudio, identificar y sistematizar un conjunto de “buenas prácticas” asociadas a la creación y asignación de Capital Social. Si se acepta que cualquier iniciativa social es un proceso de aprendizaje colectivo emprendido por personas fallibles que avanzan a partir de poner en práctica el método del “ensayo y el error”, deberá concluirse la importancia que adquiere la identificación, sistematización y difusión de las llamadas “buenas prácticas”. Su buen uso puede significar un ahorro sustantivo de tiempo, frustraciones y dinero. Todo ello justifica nuestro interés por tratar de extraer estas buenas prácticas del estudio como insumo orientador en el diseño de políticas públicas.

1.- ¿Qué son las Buenas Prácticas? ¿Para qué nos sirven?.

A diferencia de lo que en muchas ocasiones pudiera pensarse, las “buenas practicas” no pueden ser consideradas como principios normativos cerrados que deben ser aplicados a cualquier contexto o circunstancia. La búsqueda de soluciones a los problemas debe ser el resultado del planteamiento de diferentes cursos de acción y de toma de decisiones sobre la alternativa más conveniente en un proceso determinado por las percepciones e intereses de sus propios protagonistas. Se trata, en definitiva, de un proceso eminentemente endógeno. Desde este enfoque las “buenas

prácticas” pasan a ser consideradas como un aporte a la discusión interna, y con el que orientar el camino de aprendizaje propio, a partir del conocimiento de experiencias similares cuya resolución es considerada como exitosa¹⁷. Para el caso que centra el interés de este estudio, se reconocerá como “buena práctica” aquel tipo de acciones llevadas a cabo en los Infocentros que se relacionan

¹⁷ El ejercicio de reconocer las “buenas prácticas” también es una oportunidad para otorgar un reconocimiento a sus protagonistas. En este sentido podría ser interesante considerar algún tipo de concurso de “buenas prácticas” en el contexto del programa.



El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.

positivamente con la creación y asignación de Capital Social entre sus usuari@s.

La posibilidad de proyectar las “buenas prácticas” no es ajena a dificultades asociadas a las diferencias formas que toma los desarrollos de los Infocentros condicionados por las características socio-culturales de la comuna en la que su ubican, la mediatización que ejercen las orientaciones de los modelos de acceso comunitario a Internet desde los que se desarrollan u otro tipo de variables contextuales identificadas en el estudio. Pero a su vez esta situación puede convertirse en ventaja en la medida en que la similitud entre buenas prácticas en distintas RAFT será el producto de un desarrollo

endógeno y no inducido desde arriba. Piénsese, por ejemplo, en un experimento de laboratorio donde dos personas ubicadas en escenarios completamente aislados son desafiadas sin ningún tipo de guía a resolver cualquier tipo de dilema asociado a la consecución de un premio. Si ambos resuelven el dilema con éxito comportándose de la misma forma estaremos en mejores condiciones para fundamentar su generalización como buena práctica. Por el contrario, si hubiera sido inducido de alguna forma nos veríamos obligados a considerar el impacto de este inducción y, por tanto, se generarían incertidumbres sobre sus posibilidades de generalización en ausencia de este tipo de inducción.



ARS Chile

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.

A continuación se ofrece una selección de seis “buenas prácticas” de carácter genérico, planteándose como necesario la consideración de desarrollos posteriores que permitan abordar situaciones más específicas.

Nº	Recomendación	Objetivos	Fundamentación
1	<p><i>Conocer el Capital Social pre-existente de la comunidad en el que se ubica el Infocentro para optimizar su funcionamiento y desarrollo.</i></p>	<p>Favorecer el buen funcionamiento del infocentro y su inserción en la comunidad por medio del conocimiento del capital social del sector.</p>	<p>Una iniciativa colectiva fracasa cuando las personas que comparten el interés por la producción de un bien colectivo tienen grandes incertidumbres sobre cuál será el comportamiento de sus pares. La mejor forma de evitar este fracaso es asentar la iniciativa colectiva en grupos en donde ya exista conocimiento mutuo, prácticas de trabajo compartido y, como consecuencia de todo ello, se hayan entretejido redes de confianza social. El estudio revela que aquellos Infocentros que fueron localizados en aquellas entidades u organizaciones sostenedoras que acumulaban un importante <i>stock</i> de Capital Social se encuentran en mejores condiciones para no sólo reproducirlo y expandirlo a partir del uso de Internet, sino para la difusión de su Capital Social entre I@s usuari@s. Todo ello debiera ser razón suficiente para identificar, caracterizar y valorizar este factor como criterio de selección al momento de proceder a la instalación de un Infocentro comunitario.</p>
2	<p><i>Concebir los Infocentros como parte de un espacio multipropósito para generar condiciones de interacción social.</i></p>	<p>Propiciar el fortalecimiento del infocentro como lugar de encuentro sociocomunitario.</p>	<p>En el Infocentro la organización espacial condiciona el uso y provecho que de él hacen sus usuari@s. La experiencia revelada en el estudio pone de manifiesto que cuando el espacio Infocentro se organiza con el propósito exclusivo de proveer acceso a Internet se restringen las posibilidades de interacción social entre sus usuari@s. Por tanto, para que el infocentro se convierta en un espacio comunitario de encuentro que pueda potenciar el surgimiento de vínculos de confianza se vuelve necesario ampliar su radio de acción agregando, por ejemplo, actividades culturales (<i>exposiciones, charlas, etc.</i>). De la misma forma, si los infocentros contasen con un espacio físico destinado al encuentro (<i>sala de espera con una distribución que ayude a la socialización, agregar servicios de cafetería, etc.</i>) podrían generarse nuevas relaciones entre las personas usuarias.</p>



ARS Chile

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.

3	<p><i>Generar en los/as operadores/as y dirigentes/as de las entidades sostenedoras de los Infocentros conocimientos y capacidades para promover y gestionar redes sociales.</i></p>	<p>Promover el rol social de operadores/as y dirigentes/as sociales vinculados/as al infocentro en cuanto a la promoción y gestión de redes sociales tanto dentro de éste como en su inserción en la comunidad y vinculación con otras organizaciones sociales.</p>	<p>En todos los Infocentros investigados se ha reconocido la presencia de un tipo de liderazgo que se ha reconocido en el estudio como “social”. Es decir, un tipo de liderazgo que aparece como la consecuencia lógica del capital de relaciones acumuladas por las personas que asumen el papel de operadoras y/o dirigentas. No es un liderazgo tecnológico (pueden darse ambos, no son excluyentes) ni cuenta siempre con orientaciones desde el programa de los que dependen los Infocentros, ya que si bien los programas de formación enfatizan la dimensión social de los cargos y proveen cada vez mayores contenidos asociados a esta temática, lo cierto es que su generalidad y falta de aplicabilidad instrumental los desvaloriza a favor de la formación en capacidades de gestión del infocentro u optimización de los recursos tecnológicos. La recomendación es a revalorizar este tipo de formación en aspectos sociales otorgándoles un mayor valor instrumental a partir del objetivo definido de favorecer la creación y asignación de Capital Social entre usuari@s, y, asimismo, de la vinculación del Infocentro con otras organizaciones (para realizar actividades en conjunto, por ejemplo) y con la comunidad en general.</p>
---	--	---	--



El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.

<p>4</p>	<p><i>Usar estratégicamente la comunicación y producir contenidos locales.</i></p>	<p>Favorecer la apropiación tecnológica mediante la generación de contenidos con temáticas locales.</p>	<p>El concebir a los Infocentros como iniciativas sustentadas en redes sociales, situación que aparece transversalmente planteada a lo largo del estudio, conduce a considerar la necesidad de valorizar la comunicación como un uso estratégico de su desarrollo. Por este motivo se sugiere promover y facilitar las condiciones para la formulación de planes estratégicos de comunicación de los Infocentros como parte de su etapa constitutiva (dar a conocer el infocentro como espacio social donde se accede y utilizan tecnologías de la información, pero que a su vez es un espacio de encuentro comunitario). Este ejercicio colectivo no sólo tiene un valor que trasciende las acciones orientadas a maximizar el uso eficaz del recurso información, sino que permite promover elementos de identidad que inciden directamente en su desempeño positivo. Por ello, se recomienda a su vez, que una parte importante de los recursos y esfuerzos orientados hacia este uso estratégico de la comunicación deba estar orientada a la producción de contenidos locales, (creación de sitios web con contenidos locales, y, además, que el espacio físico del infocentro sea un lugar donde exista información acerca de la comunidad, que sea entregada por I@smism@s usuari@s –diario mural, por ejemplo-) lo que contribuirá sin duda a generar o mantener identidad local. Los infocentros presentan una gran potencialidad para constituirse en centros mediadores del acceso a la información, es decir, en un lugar donde se “va a acceder” a la información entregada por Internet, y, a su vez, un lugar que en sí mismo posee información (en su espacio físico).</p>
<p>5</p>	<p><i>Concebir las capacitaciones de usuari@s como oportunidades para la creación de redes sociales que aporten sustento al Infocentro.</i></p>	<p>Propiciar el mejor funcionamiento del infocentro por medio de redes sociales de usuari@s capacidad@s.</p>	<p>Para acortar la brecha digital, además de la necesaria y bienvenida existencia de los infocentros rurales, se necesita dar un especial énfasis a las capacitaciones en el infocentro. De esta manera se estaría contribuyendo a mantener y aumentar el capital social de las personas, ya que en ellas además de entregarse conocimiento se entrega acceso a nuevas redes, y a la vez se produce el fortalecimiento de nuevos espacios de acción social, porque las personas usuarias pueden interactuar cara a cara y fortalecer los vínculos pre-existentes entre ellas (<i>reforzar las relaciones fuertes concentradas entre personas cercanas y homogéneas que viven en un mismo espacio territorial, o fortalecer relaciones débiles entre personas que viven en un espacio territorial menos denso</i>) o forjar otros vínculos nuevos (<i>en caso de no conocer a las otras personas participantes del infocentro</i>). A través de las capacitaciones el infocentro puede convertirse, o potenciarse, para muchas personas como un espacio comunitario, un espacio de encuentro y de socialización, en donde se empiezan a generar nuevos lazos. Así, al ir capacitándose en el uso de las TIC, y al ir generando redes cara a cara en el mismo infocentro, es más probable que las personas puedan crear o sostener vínculos en red que sirvan de apoyo al buen funcionamiento del infocentro comunitario.</p>



ARS Chile
Redes Sociales

El impacto de los Infocentros Comunitarios en el fortalecimiento del Capital Social.

6	<p><i>Focalizar acciones según género y grupo excluido.</i></p>	<p>Contribuir a la reducción de la brecha digital propiciando además la generación de capital social con personas de similares características.</p>	<p>Al estar entre un grupo de iguales es más probable que la actitud hacia el uso de las TIC mejore, debido a que, por efecto de la socialización con el grupo de pares, se produce el compartir experiencias y la identificación mutua, lo que puede llevar a mayores grados de confianza en el/la otro/a, y sentar así, además, las bases para mantener o aumentar su capital social.</p> <p>La focalización según grupo excluido evidentemente apunta a la contribución de la reducción de la brecha digital. Por su parte, la focalización según género se justifica en parte por los mismos motivos: el grupo de las “dueñas de casa” es uno de los más excluidos en el uso de las TIC. Capacitaciones focalizadas en ellas (mujeres dueñas de casa con ningún uso de Internet, por ejemplo) ayudaría en el proceso de comenzar a vencer las barreras subjetivas de estas personas. Un ejemplo patente de esta situación está dado por las usuarias “mama-apoderada”, usuarias que asisten al Infocentro sólo a buscar información para los/as hijos/as, pero que no utilizan el computador. Si ellas fuesen capacitadas (en grupos de características similares), se les ampliarían sus horizontes y tendrían la opción de generar, mantener y ampliar su capital social. Con capacitaciones, las “usuarias para otros” podrían apropiarse de los contenidos ofrecidos en la web y llegar a ser “usuarias para sí mismas”.</p>
---	---	---	--

