



PERFIL DE USUARIOS DE INTERNET EN CIBERCAFÉS DEL MUNICIPIO CARIRUBANA DEL ESTADO FALCÓN

(Profile of internet users in cybercafes in Carirubana Municipality of Falcon state)

Recibido: 12/08/2010 Aceptado: 11/12/2010

Rubén Cadenas

La Universidad del Zulia, Venezuela.

rcadenas@luz.edu.ve

Juan García

Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, Venezuela.

garciajjg@msn.com

RESUMEN

Con el avance de la tecnología y la aparición de poderosas herramientas de información, actualmente es muy común observar cómo la sociedad en cierto modo se hace dependiente de herramientas tecnológicas como internet, tomando en cuenta que el acceso a la información se encuentra al alcance de todos debido a la existencia de espacios públicos y privados denominados cybercafés. En este trabajo se presenta un estudio de tipo descriptivo, de campo, con diseño no experimental, cuyo objetivo fue determinar el perfil del usuario que utiliza internet en el Municipio Carirubana del estado Falcón, en Venezuela. Para ello se diseñó un cuestionario, el cual fue aplicado a 240 usuarios quienes asistieron a los cybercafés que se encuentran ubicados en toda la geografía de las parroquias que conforman el Municipio Carirubana. Los resultados mostraron que los usuarios encuestados pueden clasificarse en tres tipos de perfiles: Perfil Aficionado, con poco interés en el internet en cybercafés; Perfil de Rasgos Adictivos, mostrando marcados rasgos adictivos con baja atención a la norma; y Perfil Técnico, mostrando una tendencia bien acentuada en el pensamiento técnico, mejoramiento personal y atención a la norma.

Palabras clave: Internet, TIC's, Cybercafés.

ABSTRACT

With the advance of technology and the emergence of powerful reporting tools is very common now to see how society is somewhat dependent on technological tools like the internet, taking into account that access to information is available to all because of the existence of public and private spaces called cafes. This is a field descriptive type study, with non-experimental design, which scope was to determine the internet users profile, in the Municipality Carirubana of Falcón state. It was designed a questionnaire which was applied to 240 internet users who attended all the cybercafes at the Carirubama Municipality. The results show that in the cybercafes investigated most of the users can be classified into three different profiles: Amateur Profile, with little



interest in internet cafes; Addictive Profile, showing marked addictive traits with low attention to the standard; and Technical Profile, showing a well marked tendency in the technical thinking, and attention to personal improvement standard.

Keywords: Internet, ICT's, Cybercafe.

INTRODUCCIÓN

Una de las formas más com nmente utilizadas para acceder al servicio de internet es a través de conexiones realizadas en establecimientos comerciales denominados cibercafés. Estos establecimientos pueden ser públicos o privados, ofreciendo a la comunidad un variado número de servicios de gran utilidad para el colectivo en general, convirtiendo el proceso de búsqueda de información del usuario en una valiosa herramienta que permita desarrollar al máximo las habilidades y competencias para el correcto uso de las nuevas tecnologías.

Los cibercafés se han convertido en espacios muy importantes de conexión a la tecnología en aquellos sectores de la población que no cuentan con acceso a internet en su casa, escuela o trabajo. Ofrecen una gran cantidad de servicios entre las que destacan: acceso a los correos electrónicos, chats, videoconferencias, navegación, impresiones, webcam, entre otros.

Los cibercafés suelen convertirse en sitios muy llamativos orientados a la distracción y a la aparición de fenómenos adictivos como pornografía, piratería de software, juegos que inducen a la violencia, entre otros, que de no ser controlados, pueden ocasionar perturbaciones psicológicas a los usuarios.

El acceso a internet está asociado a un perfil de usuario que describe las características socio culturales propias de cada persona, así como las necesidades en la búsqueda de información, patrones de conducta, hábitos y comportamientos que definen el entorno psicosocial de cada individuo

Hernández (2001) señala que la formación de usuarios ha sido concebida como una actividad diseñada por los especialistas de la información para permitir a los usuarios utilizar recursos y fuentes de información; por tal motivo, la razón de ser de cualquier entidad dedicada a ofrecer servicios de información es el usuario, quien es el personaje principal de la trama informática, es el principio y fin del ciclo de transferencia de la información.

Estudios realizados por Fernández (2004) indican que el vertiginoso abordaje del internet en la vida cotidiana del ser humano viene asociado a un cambio en la manera de pensar y actuar de la sociedad, porque influye de manera notable en el desenvolvimiento de los individuos en su vida cotidiana, generando hábitos que de no ser controlados pueden perjudicar de manera notable la estabilidad emocional de cada individuo.

La adicción a internet, así como la falta de valores familiares, es uno de los



fenómenos más alarmantes que han crecido de manera exponencial que afectan directamente el perfil de los usuarios que asisten a los cibercafés; producto de las bondades que ofrece y de su crecimiento en los últimos años, personas que tienen romances, que dedican horas al cibersexo, que han dejado su vida cotidiana a un lado para estar conectados por necesidad, son algunos de los ejemplos más recurrentes que se pueden encontrar actualmente.

Venezuela es un país que incorpora en su plataforma tecnológica herramientas de última generación orientadas a la conexión de acceso a internet; con el fin de brindar a toda la población venezolana la posibilidad de acceder a un mundo sin límites de información, para ello también contempla una normativa legal vigente a la que todos los usuarios deben adaptarse, la cual regula el uso de internet en Venezuela y está directamente orientada a proteger a aquellas personas menores de edad.

Sin embargo, Venezuela no escapa al planteamiento anterior en lo que respecta a los perfiles de usuarios que puedan tener las personas que asisten a los cibercafés en todo el territorio nacional. Dentro de la geografía venezolana se ubica en el estado Falcón el Municipio Carirubana, el cual posee, según datos oficiales de la Alcaldía, una superficie de 684 Km² de extensión representando el 2,75% del territorio falconiano, donde el auge de internet ha evolucionado de manera sorprendente.

Desde la aparición de los Cibercafés en el Municipio Carirubana, es mayor la afluencia de personas que por diversos aspectos acceden para cubrir sus diferentes necesidades, las cuales están directamente asociadas a la conexión de internet, pero de igual forma la población está expuesta a cambios en los perfiles de usuario producto de la conexión a internet.

Tomando en cuenta que a los cibercafés asisten personas con diferentes características sociales asociadas a sus perfiles de usuario, lo mencionado anteriormente conlleva a considerar qué tan beneficioso es el uso de las herramientas tecnológicas y los servicios que ofrecen para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Esto, en virtud de conocer si la comunidad en general es capaz de ser proactiva para aprovechar al máximo todas las bondades y beneficios que ofrecen las nuevas tecnologías de información, o si por el contrario son fácilmente vulnerables hasta el punto de adoptar nuevos patrones de comportamiento que pueden perjudicar al usuario por el uso excesivo e indebido de internet en cibercafés.

BASES TEÓRICAS

INTERNET

Internet es la interconexión de redes informáticas que permite a los terminales comunicarse directamente, es decir, cada terminal de la red puede conectarse a cualquier otro terminal de la red. El término suele referirse a una interconexión en particular, de carácter mundial y abierto al público, que conecta redes informáticas de



organismos oficiales, educativos o empresariales. También existen sistemas de redes más pequeños llamados intranets, generalmente para el uso de una única organización pero con la opción de conectarse a internet obedeciendo a la misma filosofía de interconexión.

La tecnología de internet es una precursora de la llamada superautopista de la información, un objetivo teórico de las comunicaciones informáticas que permite proporcionar a colegios, bibliotecas, empresas y hogares acceso universal a una información de calidad que eduque, informe y entretenga.

Internet es un conjunto de redes locales conectadas entre sí a través de una computadora especial por cada red, conocida como gateway o puerta. Las interconexiones entre gateways se efectúan a través de diversas vías de comunicación, entre las que figuran líneas telefónicas, fibras ópticas y enlaces por radio. Pueden añadirse redes adicionales conectando nuevas puertas. La información que se debe enviar a una máquina remota se etiqueta con la dirección computarizada de dicha máquina.

PERFIL DEL USUARIO

Según Hernández (2001), la razón de ser de cualquier entidad dedicada a ofrecer servicios de información es el usuario, quien es el personaje principal de la trama informática, es el principio y fin del ciclo de transferencia de la información. La creación, organización y evaluación de unidades de información basadas en internet están determinadas por las necesidades de los usuarios reales o potenciales.

Precisar las características de las comunidades de usuarios de internet, incluyendo sus necesidades de información es una actividad sistematizada y fundamentada en conceptos bibliográficos generales, con el fin de darle un carácter científico. El mismo autor asegura que muchos investigadores consideran que internet tiene muy pocos contenidos positivos e influye muy negativamente en la vida, forma de ser de sus usuarios, generando dependencia y conflictos.

Sin embargo, muchas otras corrientes piensan que internet posee también aspectos positivos, sobre todo si se sabe aprovechar con inteligencia y con ciertos criterios, porque aporta gran información sobre una diversidad de temas, puede ayudar a cierta socialización, a las relaciones variadas, directas y rápidas, a la desinhibición, al desarrollo de la imaginación, de la comunicación de los intercambios y otras actividades orientadas al escape de la vida cotidiana y en muchos casos al desarrollo personal.

Para Hernández (2001), el perfil de usuario es el conjunto de medidas diferentes de una persona o grupo, cada una de las cuales se expresa en la misma unidad de medición. Estas características son medidas mediante pruebas que arrojan puntuaciones diferentes y constituyen el perfil de usuario el cual es utilizado con fines diagnósticos. También define el perfil de usuario como el conjunto de rasgos definitivos que caracterizan al usuario y las características que lo conforman son las



siguientes:

1. Disciplina de interés o necesidades de información.
2. Nivel de escolaridad.
3. Función o actividad principal: administrador, científico, investigador y alumno.
4. Recursos de información utilizados o requeridos: fuentes primarias o secundarias.
5. Métodos de localizar información: citas, uso de biblioteca, colegio invisible y documentación personal.
6. Comportamiento en la búsqueda de información: búsqueda personal.
7. Manejo del lenguaje.
8. Forma del lenguaje.

CLASIFICACIÓN DE PERFILES DE USUARIOS DE INTERNET

Según Fernández (2004), estudios realizados desde el punto de vista descriptivo apuntan a que se pueden atribuir patrones de conducta y ciertos rasgos específicos a los diferentes perfiles de usuarios de internet, esto permite clasificar en un número pequeño de grupos que no son ni exclusivos ni independientes, y así analizar las características que los definen. Entre los posibles grupos de perfiles de usuarios de internet, se señalan los siguientes:

1. Profesionales, son aquellos que dedican largos períodos de su tiempo de trabajo al uso y manejo del computador e internet para conseguir información, crear contenidos, programas, entre otros. Aunque ello puede crear adicción, lo más común es que con el tiempo ese trabajo se puede convertir en algo pesado, fastidioso y hasta cierto punto causar molestias.

2. Aficionados, hace referencia a muchos sujetos que están interesados en la red, bien sea por algunos aspectos de su trabajo, estudio o por afición a internet para buscar información, obtener nuevos programas, lograr ciertos propósitos, hacer intercambios, socializarse, relacionarse, entre otros.

Pero todo ello en un marco de normalidad y sin establecer demasiados lazos con él, ni creándoles demasiadas interferencias en el desarrollo normal de sus actividades y obligaciones. Dentro del grupo de Aficionados es posible hacer un subgrupo llamado perfil de personas con problemas, el cual se refiere a sujetos relativamente solitarios, tímidos, con problemas sentimentales, al menos circunstancialmente, que buscan en la red un lugar de liberación de sus problemas y limitaciones.

3. Perturbadores, se trata de personas que por muy diferentes motivos entran en



la red para perturbar, perjudicar, molestar, aprovecharse, causar daños y problemas a otros usuarios. Se puede incluir en este grupo tan heterogéneo a los hackers, crackers, samurais, gamberros, groseros, entre otros.

4. Adictos, se refiere a individuos que dependen demasiado de internet independientemente del uso que le den, piensan demasiado en él, creándoles interferencias en el desarrollo normal de su vida, de sus actividades y obligaciones, sienten la necesidad de incrementar el tiempo de estar conectados a la red, tienen cierto síndrome de abstinencia, disminuyen el tiempo de actividad física, cambian los patrones del sueño y buscan compensaciones que no encuentran fácilmente en su vida cotidiana, estimulación social, afiliaciones y reconocimiento.

Dentro del grupo de Adictos hay una serie de sujetos que podrían denominarse como patológicos, tratándose de individuos que manifiestan diferencias claras entre ellos, se caracterizarían por presentar una serie de rasgos de personalidad problemáticos, tales como: ansiedad, timidez, inestabilidad, vulnerabilidad, introversión, entre otros, y por tener posibles problemas sentimentales y grandes dificultades de relación social en el medio cotidiano normal.

CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURALES DE LOS USUARIOS

Para Trilla (1998), la animación sociocultural es el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de la misma) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación activa en el proceso de su propio desarrollo tanto social como cultural.

Por su parte, Ander-Egg (2000) dice que: “hay animación sociocultural cuando se promueven y movilizan recursos humanos, mediante un proceso participativo que desenvuelve potencialidades latentes en los individuos, grupos y comunidades”.

Por tal motivo, las características socioculturales de los usuarios que asisten a los cibercafés se definen por las características que describen los perfiles de usuarios según sea su entorno, destacando la atención a las normas, superación del conocimiento y mejoramiento sociocultural.

PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS

Según Merleau-Ponty (2008), la percepción es el primer proceso cognoscitivo a través del cual los sujetos captan información del entorno, la razón de esta información es que usa la que está implícita en las energías que llegan a los sistemas sensoriales y que permiten al individuo formar una representación de la realidad de su entorno.

El proceso de la percepción es de carácter inferencial y constructivo, generando una representación interna de lo que sucede en el exterior al modo de hipótesis. Para ello se usa la información que llega a los receptores y se va analizando



paulatinamente, así como información que viene de la memoria tanto empírica como genética, que ayuda a la interpretación y a la formación de la representación.

En tal sentido, la percepción de los usuarios se refiere en líneas generales a la captación de información y la formación de criterios propios específicos con respecto al uso de herramientas tecnológicas como internet en cibercafés.

Para este trabajo de investigación se consideraron los indicadores más resaltantes para medir la percepción de los usuarios del servicio de internet en cibercafés, entre las cuales tenemos: sensibilidad, divergencia y valor agregado.

SENSIBILIDAD

Según Regueiro (1994), es la capacidad del individuo para percibir y expresar el mundo en sus múltiples dimensiones. Es la capacidad de identificación con una situación o problema planteado, es la concentración y compenetración con la acción. La sensibilidad es propia de los individuos creadores y contempla parámetros de medición tales como:

Impresión del sentido, formas de manifestar las ideas, impacto de la impresión, pensamiento profundo y enfocado a la penetración, Identificación, empatía, función social, compromiso y participación.

Las perspectivas se refieren a la posibilidad de utilizar plenamente los diferentes sentidos en función de un mismo propósito para percibir y expresar los acontecimientos de la cotidianidad, a través de herramientas para el análisis y la comunicación. En otro orden de ideas, también proporciona la capacidad de formular un problema profesional posibilitando su conocimiento para la búsqueda de diferentes particularidades. Por otra parte, la concentración y compenetración ante un reto profesional involucra y compromete en su solución.

DIVERGENCIA

Según Regueiro (1994), es la capacidad del individuo para analizar lo opuesto, para visualizar lo diferente, para contrariar el juicio, para encontrar caminos diferentes y conllevan al tránsito por las ideas de la problemática vistos desde otro punto de vista.

Los parámetros de la medición de la divergencia están dados por la búsqueda y contraposición de argumento, reconsideración del pensamiento, metodologías alternativas, posibilidad hacia nuevos paradigmas, pensamiento lateral, alternativa de llegada y de encuentro.

La ampliación del conocimiento profesional se basa en buena parte en la acción divergente, producto de la convicción, visión de caminos y alternativas se generan. Las ciencias técnicas han sido divergentes formando casi un requisito para nuevos proyectos y productos. También proporciona la duda, la interrogante, el examen, la



inquietud, la reflexión, el análisis desde diversos ángulos y diferentes ópticas.

La divergencia busca campos de acción diferentes a los habituales, nuevas salidas, estimula la visualización, inconformidad, transforma el problema en retos profesionales, fortalece la objetividad al escudriñar aspectos no comunes, contrarios o diferentes, proporciona dinamismo al análisis, permite visualizar desde los márgenes, el interior y el exterior de un problema profesional.

EXPECTATIVAS DEL USO DE INTERNET

Los términos basados en lo referente a las expectativas del uso de internet en cibercafés, tienen que ver con el conjunto de indicadores que caracterizan la calidad en cuanto a disponibilidad y operatividad de los servicios que se esperan de los cibercafés, entre los que destacan: calidad del servicio, uso de internet para actividades de trabajo, tipos de servicio, seguridad, fiabilidad en la conexión, profesionalidad, cortesía del personal que presta el servicio, costo de conexión a internet, velocidad de transmisión de datos, tipo de conexión, entre otros.

FLEXIBILIDAD

Para Regueiro (1994), es la capacidad del individuo de organizar los hechos en diversas y amplias categorías del entorno. Es la capacidad de modificación, de variación en comportamientos, actitudes, objetos, objetivos y métodos. Los parámetros de la medición de la divergencia están dados por: volver a examinar, argumentación, apertura, confrontación de ideas, globalización, pluralismo, versatilidad, amplitud de criterio, facilidad de adaptación, proyección, capacidad de delinear y afrontar el futuro.

El individuo, gracias a su flexibilidad, ha producido transformaciones. Las grandes invenciones en buena parte se han caracterizado por la ruptura de los paradigmas, métodos, orientaciones de los planteamientos iniciales, en busca de nuevos caminos, fronteras no satisfechos con las fronteras existentes. Los momentos de desarrollo tecnológico han implicado esta flexibilidad para pasar de soluciones y hechos consagrados, a la posibilidad de nuevas formas y maneras de conocimiento profesional.

La flexibilidad juega un papel importante por la objetividad de apreciación para la toma de decisiones. Una respuesta producto del análisis de diferentes alternativas, enfoques y perspectivas, tiene la posibilidad de ser más acertada que una respuesta vista desde un solo ángulo. Una respuesta es más objetiva por la oportunidad de la confrontación y el examen de la argumentación.

PENSAMIENTO TÉCNICO

Según Testa y Berroto (1995), es la forma de pensar y razonar del estudiante de especialidades técnicas, en función de diseñar proyectos y solucionar problemas profesionales. Los parámetros de la medición del pensamiento técnico están dadas



por: imaginación, capacidad de visión, visualización, expresión de espontaneidad, improvisación, percepción anticipada, agilidad de pensamiento funcional y pensamiento lateral.

Desde la antigüedad, los grandes descubrimientos técnicos est n asociados a la forma de pensar de los descubridores. Los creadores tuvieron primero que imaginarse el objeto, pensarlo, para luego expresarlo y materializarlo.

No es posible lograr el desarrollo de la creatividad profesional sin un pensamiento técnico coherente armónicamente estructurado, con una gran dosis de imaginación, reflexión y divergencia; por lo que el pensamiento técnico es el primer peldaño que conduce a la creatividad profesional.

EMPLEO DE INTERNET

Es la capacidad del individuo para formalizar las ideas, para planear, desarrollar y ejecutar proyectos. Es la actitud para convertir las formulaciones en soluciones prometedoras y acciones decisivas, es la exigencia de llevar el impulso creativo hasta su realización.

Los parámetros de la medición de la elaboración están dados por: determinación, decisión, voluntad, resolución, disciplina, metodizaci n, cumplimiento, persistencia, capacidad de empeño, perfeccionamiento, maduración, mejoramiento, orientación, organización, dirección, búsqueda, fortaleza, dedicación, entereza y energía.

La elaboración es una característica relevante de la creatividad y se puede notar por sus grandes huellas en todo desarrollo creativo, puede decirse con seguridad que la mayor parte de las innovaciones e invenciones han sido fruto de una esforzada elaboración. Cada paso hacia la frontera del conocimiento profesional, hacia los márgenes de los paradigmas, hacia la creación, ha podido darse gracias a un paso anterior de conocimiento, de elaboraciones sucesivas anteriores.

La elaboración conlleva realizaciones, transforma los propósitos en resultados, convierte la energía mental humana en energía física productiva. La importancia de la elaboración radica en su incidencia determinante en la transformación de la naturaleza. La elaboración contribuye sustancialmente a la realización de las ideas y a la extensión de los recursos.

ADICCIÓN A INTERNET

Cuando el uso de internet interfiera de un modo significativo en las actividades habituales de una persona o de un grupo de personas es cuando podrá ser considerado patológico.

Sin embargo, la interferencia sobre los hábitos de vida no debe ser tratado como un criterio estable ya que varía tremendamente de unos sujetos a otros, variando en función de las disponibilidades de tiempo, dinero y de numerosas circunstancias tanto



personales como familiares.

Suler (2008) señala la existencia de dos modelos básicos de la hipotética adicción a internet. El primer modelo hace referencia a aquellos sujetos muy aficionados e interesados por sus computadoras que utilizan la red para recoger información, jugar en solitario, obtener nuevos programas, entre otras, pero sin establecer ningún tipo de contacto interpersonal más que el necesario para lograr sus propósitos.

El segundo modelo hace referencia a aquellos sujetos que frecuentan los chats, juegos en línea y listas de correo, todos ellos tienen en común la búsqueda de estimulación social. Las necesidades de filiación, ser reconocidos, poderoso o amado subyacen a este tipo de utilización de la red. En oposición a ellos, los sujetos del primer grupo evitan el caos interpersonal, para ellos la necesidad de control y la predictibilidad son elementos esenciales.

Pese al escaso y anecdótico bagaje clínico, son numerosas las voces que proponen un estudio más a fondo sobre las personas que sufren adicción a internet, los cuales se caracterizan por:

1. Necesidad de incrementar las cantidades de tiempo conectado a internet para lograr la satisfacción.
2. Disminución del efecto con el uso continuado de similares tiempos de conexión.
3. Síndrome de abstinencia.
4. Cesación o reducción del tiempo de conexión.
5. Dos o más de los siguientes síntomas aparecen después de unos días y hasta un mes de haberse producido el punto anterior.
6. Agitación psicomotriz.
7. Ansiedad.
8. Pensamientos recurrentes acerca de lo que ocurre en internet.
9. Fantasías o sueños acerca de internet.
10. Movimientos voluntarios o involuntarios similares a los que se efectúan sobre un teclado.
12. Los anteriores síntomas producen malestar o deterioran las áreas social, ocupacional o cualquier otra área vital.
13. El uso de internet es preciso para aliviar los síntomas abstinenciales.
14. Se accede a internet más a menudo o durante períodos de tiempo más



prolongados de los que se había planeado.

15. Existen propósitos infructuosos de controlar el acceso a la red.

16. Se invierte una cantidad de tiempo notable en actividades relacionadas con internet adquisición de libros, pruebas de nuevos browsers, organización del material descargado, etc.

17. Las actividades sociales, profesionales o de recreo disminuyen o desaparecen a causa del uso de internet.

METODOLOGÍA

La investigación se planteó como una investigación de tipo descriptiva, de campo con diseño no experimental y transeccional (Hernández, 2006). Para la recopilación de los datos se realizó el diseño de un instrumento constituido por 39 preguntas con alternativas de respuesta: totalmente de acuerdo, parcialmente de acuerdo, parcialmente en desacuerdo y totalmente de acuerdo.

Cada cibercafé fue catalogado como un conglomerado para la realización del estudio. Se efectuó un muestro por conglomerado y se aplicó el instrumento a 240 usuarios, quienes asistieron entre el 1 y el 8 de julio de 2010 a 12 cibercafé o conglomerados de las distintas parroquias que conforman el Municipio Carirubana, los cuales fueron escogidos de forma aleatoria en turnos correspondientes a horarios comprendidos en la mañana, tarde y noche (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Distribución aleatoria de recolección en cibercafé

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Ciber 1	N			M		T	
Ciber 2							
Ciber 3		N			T	M	
Ciber 4	T		N	M			
Ciber 5			M		N		T
Ciber 6		N		T		N	
Ciber 7	N		T	M			
Ciber 8							
Ciber 9	M		T				N
Ciber 10		N			M	T	
Ciber 11							
Ciber 12			M			N	T
Ciber 13	T	M		N			
Ciber 14			N		M	T	
Ciber 15							
Ciber 16		M		N		T	

Fuente: elaboración propia

Tomando en cuenta que el tipo de muestreo a utilizar es el muestro por



conglomerado, se procedió con una escogencia aleatoria con un frecuencia de 3 veces por semana para aplicar el instrumento de recolección de datos.

RECOPILACIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS DATOS

Una vez aplicado el instrumento, se procedió a la recolección de los datos obtenidos provenientes de los usuarios en los diferentes cibercafés del Municipio, registrando toda la información en tablas dinámicas con las diferentes lecturas ordenadas según las escalas de actitud tipo Lickert.

Posteriormente, se procedió a validar todos los datos recolectados a fin de garantizar que éstos cumplan con los parámetros necesarios para realizar los estudios estadísticos respectivos. Inicialmente se realizó un análisis descriptivo de media, mediana, varianza, desviación típica, mínimo, máximo, rango, amplitud intercuartil, asimetría y curtosis (Ver cuadro 2).

Cuadro 2. Cuadro de análisis descriptivo de los datos

Descriptivos			Estadístico	Error típ.
pu	Media		2,45342	,021452
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior Límite superior	2,41116 2,49568	
	Media recortada al 5%		2,45726	
	Mediana		2,48718	
	Varianza		,110	
	Desv. típ.		,332337	
	Mínimo		1,718	
	Máximo		3,103	
	Rango		1,385	
	Amplitud intercuartil		,487	
	Asimetría		-,199	,157
	Curtosis		-,728	,313

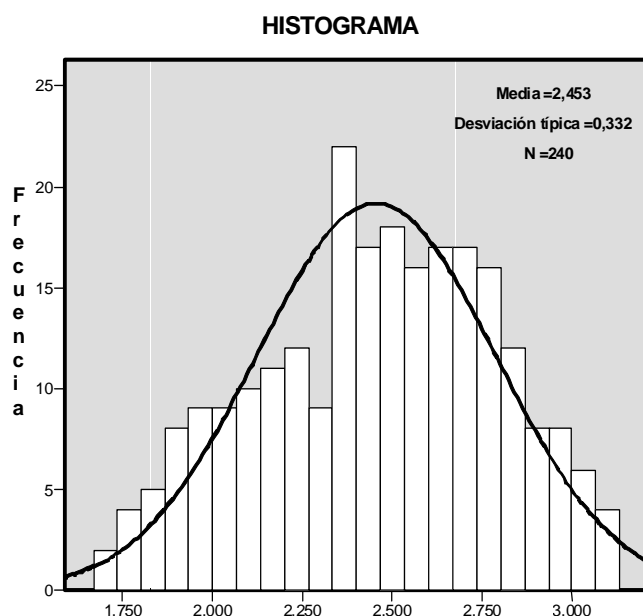
Fuente: elaboración propia

En el gráfico 1 se presenta el histograma que hace referencia a la distribución de frecuencia de toda la data recolectada en los cibercafés o conglomerados del Municipio Carirubana. La data se distribuye en forma aproximadamente Normal, lo cual indica que el instrumento de recolección satisface las necesidades de la investigación y por ende es perfectamente aplicable el estudio estadístico exploratorio posterior a los datos.

En el cuadro 3, correspondiente a la matriz de componentes rotados, se puede observar claramente cómo se agrupan los ítems del instrumento de recolección de

datos para formar 14 factores que se relacionan entre s   para formar perfiles de usuario, los cuales se encuentran ordenados de forma descendente, tomando como el mayor factor a partir del n  mero de   tems que lo conforman.

Gr  fico 1. Distribuci  n de frecuencia



Fuente: elaboraci  n propia

Para determinar el perfil de los usuarios encuestados en los diferentes cibercaf  s, p  blicos o privados, del Municipio Carirubana del estado Falc  n, se utiliz   el programa estad  stico SPSS, versi  n 15.0. Se aplic   el an  lisis de la varianza, o ANOVA, a cada una de las dimensiones; con el fin de medir la significaci  n estad  stica de las diferencias entre las medias de los factores y el an  lisis de clusters o clases.

AN  LISIS Y DISCUSI  N DE LOS RESULTADOS

CARACTER  STICAS SOCIOCULTURALES

En este estudio los datos fueron cargados en la tabla din  mica del SPSS realizando el an  lisis de la varianza, luego se procedi   a realizar el c  lculo de las diferencias entre las medias de los   tems de los datos recolectados (ver cuadro 4).

Se observ   que existen diferencias altamente significativas entre las caracter  sticas de las varianzas de los datos porque el factor es de $F=82.027$, y est   asociado a un valor de significancia sig menor a 0,01. La prueba de Duncan se representa en el gr  fico 2.

Como puede observarse, hay una diferencia significativa entre las caracter  sticas; la superaci  n del conocimiento, con una media de 2.58, difiere estad  sticamente de la



atención a la norma con una media de 2.41 y en último lugar del mejoramiento personal con una media de 1,70.

Cuadro 3. Matriz de componentes rotados

	Matriz de componentes rotados ^a													
	Componente													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
I26	,698													
I25	,648													
I10	,578													
I16	,526													
I9		,677												
I31		,659												
I12		,607												
I32		,510												
I11														
I20			,769											
I4			,613											
I23			,590											
I24				,717										
I18				,555										
I2				,533										
I21														
I8					,738									
I14					,659									
I6														
I36						,679								
I15						,604								
I7							,807							
I34							,619							
I30														
I5														
I3								,691						
I29								,678						
I38														
I27									,807					
I39									,539					
I37										,704				
I35										,518				
I13														
I1											,681			
I28														
I17												,790		
I33													,826	
I19														,759
I22														

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.
a. La rotación ha convergido en 40 iteraciones.

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. ANOVA de las características socioculturales

ANOVA

dependiente

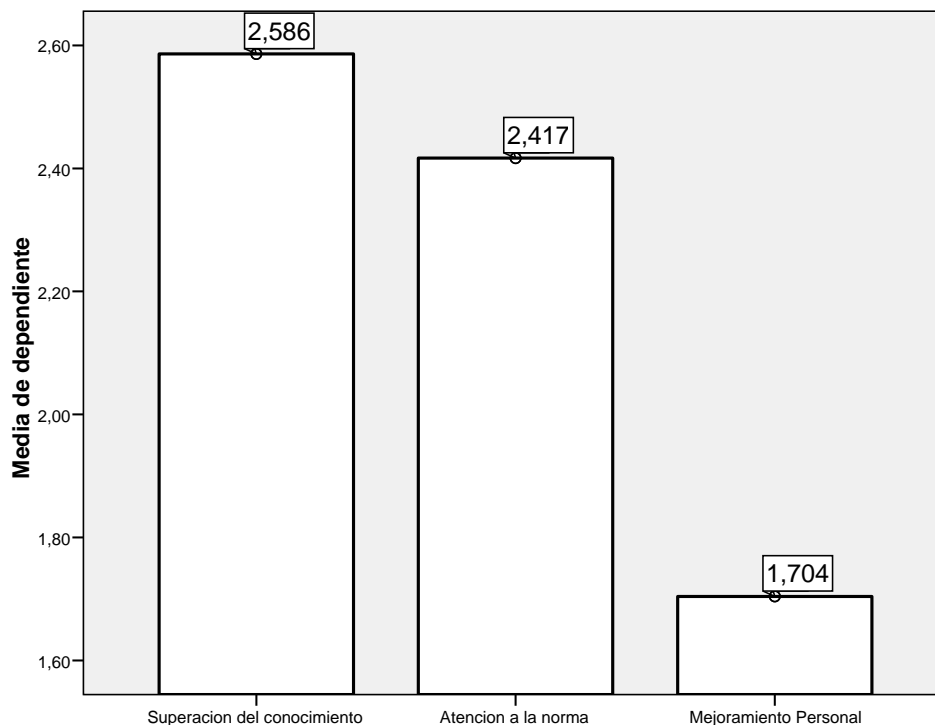
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	105,135	2	52,568	82,027	,000
Intra-grupos	459,494	717	,641		
Total	564,629	719			

Fuente: elaboración propia

Utilizando el gráfico 2 se determinan las características socioculturales de los usuarios que asisten a los cibercafés del Municipio Carirubana del estado Falcón, tomando como referencia los indicadores Superación del Conocimiento, Atención a la Norma y Mejoramiento Personal.

Esto, tomando como nivel de medición una escala de 0 a 3, donde el intervalo 0 a 1 corresponde a un nivel bajo, 1 a 2 a un nivel medio y de 2 a 3 a un nivel alto. En líneas generales, se observa que la muestra tiende a utilizar el internet para la superación del conocimiento y atención a la norma con altos niveles de correspondencia, mientras que el mejoramiento personal obedece a un nivel de medición medio.

Gráfico 2. Prueba de Duncan para características socioculturales



Fuente: elaboración propia

PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS

En este estudio los datos se cargaron en el SPSS realizando el análisis de las medias a través de los estadísticos de muestras seleccionadas de los indicadores divergencia y valor agregado correspondientes a la dimensión de percepción de los usuarios (ver cuadro 5). Se observa una diferencia significativa entre las medias de ambos indicadores; la divergencia, con una media de 2.89, difiere estadísticamente del valor agregado con una media de 2.46.

Cuadro 5. Medias de percepción de usuarios

Estadísticos de muestras relacionadas

		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	Divergencia	2,8944	240	,80096	,05170
	Valor agregado	2,4604	240	,85783	,05537

Fuente: elaboración propia

A partir del cuadro 5 se identifica la percepción de los usuarios del servicio de internet en los cibercafé del Municipio Carirubana del estado Falcón, tomando como referencia los indicadores Divergencia y Valor Agregado en el uso de internet.

Se tiene como nivel de medición una escala numérica desde el 0 hasta el 3, donde de 0 a 1 corresponde a un nivel bajo, de 1 a 2 a un nivel medio y de 2 a 3 a un nivel alto. Se observa que, en líneas generales, la muestra tiende a utilizar el internet para plantear diversas soluciones a una problemática aplicando los principios de la divergencia en el uso de internet.

Con respecto al valor agregado los usuarios buscan utilizar los cibercafé que ofrezcan mejores servicios de conexión, considerando que ambas dimensiones tienen un alto nivel de medición.

EXPECTATIVAS SOBRE EL USO DE INTERNET

Para este estudio los datos fueron cargados en la tabla dinámica del SPSS realizando el análisis de la varianza o ANOVA de los indicadores pensamiento técnico, obtener información estudiantil, obtener información deportiva, flexibilidad y ampliar conocimiento correspondiente a la dimensión expectativas sobre el uso de internet.

Luego se procedió a realizar el cálculo de las diferencias entre las medias de los ítems involucrados tomando como referencia los datos obtenidos por el instrumento de recolección (ver cuadro 6).

Cuadro 6. ANOVA de las expectativas sobre el uso de internet

ANOVA

dependiente					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	174,709	4	43,677	52,328	,000
Intra-grupos	997,449	1195	,835		
Total	1172,158	1199			

Fuente: elaboración propia

En un mismo orden de ideas, se puede observar que existen diferencias altamente significativas entre las características de las varianzas porque el factor es de $F=52.32$,

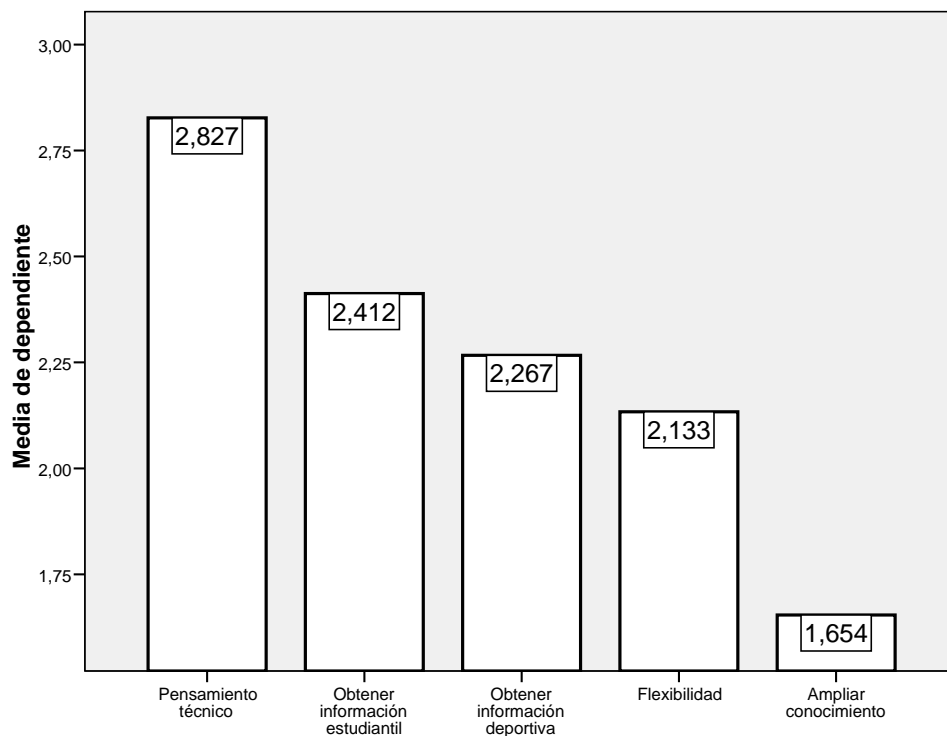
y está asociado a un valor de significancia sig menor a 0,01.

La prueba de Duncan se representa en el gráfico 3, se observa la diferencia significativa entre las características de los indicadores de la dimensión expectativas sobre el uso de internet, de modo que el pensamiento técnico con una media de 2.82, difiere estadísticamente de obtener información estudiantil con una media de 2.41, obtener información deportiva con una media de 2,26, de la flexibilidad con una media de 2,13 y por último ampliar conocimiento con una media de 1,65.

A partir del gráfico 3 se conocieron las expectativas del uso de internet en cibercafés del Municipio Carirubana del estado Falcón, tomando como referencia los indicadores pensamiento técnico, obtener información estudiantil, obtener información deportiva, flexibilidad y ampliar conocimiento. Tomando como nivel de medición una escala numérica desde el 0 al 3, donde de 0 a 1 corresponde a un nivel bajo, de 1 a 2 a un nivel medio y de 2 a 3 a un nivel alto.

Se observa que las expectativas en el uso de internet son bastantes amplias porque enmarca según los resultados obtenidos en un nivel alto de consideración a los indicadores pensamiento técnico, obtener información estudiantil, obtener información deportiva y flexibilidad, mientras que ampliar conocimiento con un nivel medio de consideración.

Gráfico 3. Prueba de Duncan sobre las expectativas del uso de internet



Fuente: elaboración propia

NIVEL DE ADICCIÓN DE INTERNET

En este estudio los datos fueron cargados en la tabla dinámica del SPSS realizando el análisis de la varianza de los indicadores frecuencia de uso, uso de internet, relaciones personales y aficción de la actividad lúdica correspondientes a la dimensión de nivel de adicción a internet, se procedió a hacer el cálculo de las diferencias entre las medias de los ítems de los datos recolectados (ver cuadro 7).

Cuadro 7. ANOVA del nivel de adicción a internet

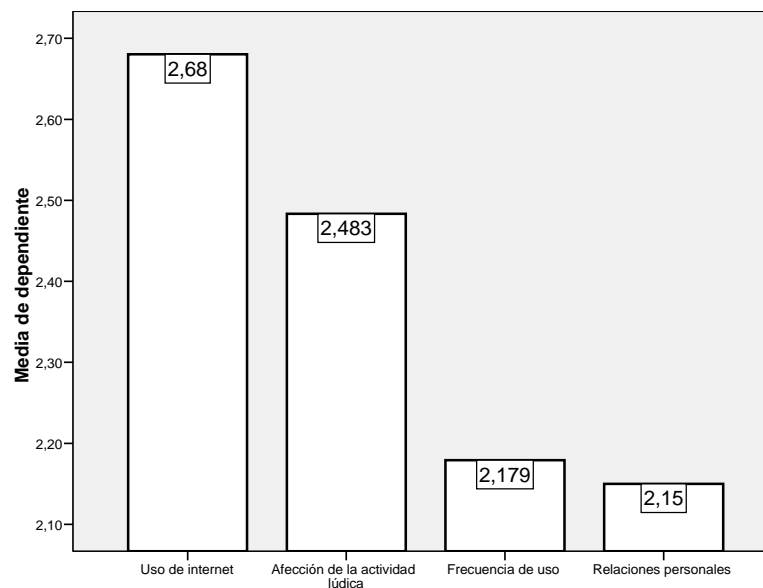
ANOVA

dependiente					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	46,524	3	15,508	18,797	,000
Intra-grupos	788,723	956	,825		
Total	835,247	959			

Fuente: elaboración propia

Se observó que existen diferencias altamente significativas entre las características de las varianzas de los datos porque el factor es de $F=18,79$, y está asociado a un valor de significancia sig menor a 0,01. La prueba de Duncan se representa en el gráfico 4. Se puede observar una diferencia significativa entre las características de los factores de la dimensión; el uso de internet es el mayor con una media 2,68, aficción de la actividad lúdica con una media 2,48, frecuencia de uso con una media 2,17 y finalmente relaciones personales con una media de 2,15.

Gráfico 4. Nivel de adicción a internet



Fuente: elaboración propia

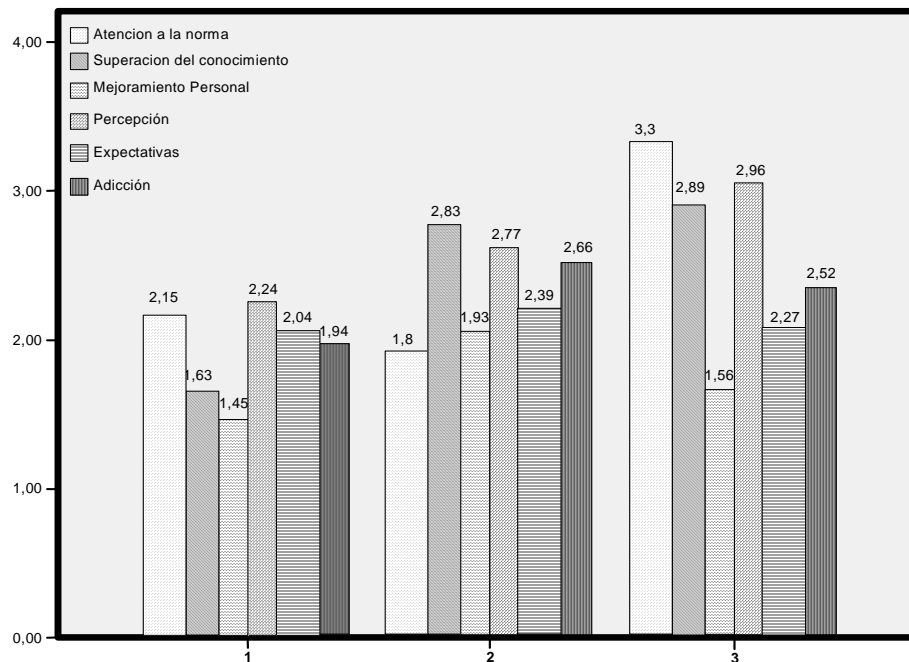
En el gráfico 4 se indican los niveles de adicción que presentan los usuarios de los servicios de internet en los cibercafés del Municipio Carirubana del estado Falcón, utilizando como referencia los indicadores uso de internet, aficción de la actividad lúdica, frecuencia de uso y relaciones personales, asumiendo como nivel de medición una escala numérica de 0 al 3, donde el intervalo 0 a 1 corresponde a un nivel bajo, 1 a 2 a un nivel medio y de 2 a 3 a un nivel alto.

En líneas generales se observa que el nivel de adicción en el uso de internet se encuentra en niveles altos considerables para los indicadores uso de internet, aficción de la actividad lúdica, frecuencia de uso y relaciones personales, evidenciando que la muestra tiende a tener rasgos adictivos bien establecidos.

PERFIL DE USUARIOS

Una vez realizados los estudios de la varianza, verificado la diferencia entre las medias y el valor de significancia, se procedió a realizar el análisis de clusters o clases. Estadísticamente, los usuarios pueden ser clasificados en tres grupos correspondientes a tres perfiles de usuario, tal como se muestra en el gráfico 5.

Gráfico 5. Análisis de media de la prueba Clusters. Ward Method



Fuente: elaboración propia. **Gráfico 5. Análisis de media de la prueba Clusters. Ward Method**

Tomando como referencia los indicadores y dimensiones atención a la norma, superación del conocimiento, mejoramiento personal, percepción de usuario, expectativas en el uso de internet y nivel de adicción, el análisis de clusters o clases arrojó los resultados que se muestran en el cuadro 8.



El análisis de clusters o clases, permitió comprobar los datos con relación a los tres grupos o perfiles obtenidos mediante el análisis de varianza o ANOVA y el análisis de Duncan. Tomando como referencia para el análisis los indicadores y dimensiones atención a la norma, superación del conocimiento, mejoramiento personal, percepción de usuario, expectativas en el uso de internet y nivel de adicción, obteniendo los resultados según la tabla 8.

Cuadro 8. Perfil de usuario

	Atención a la norma	Superación del conocimiento	Mejoramiento personal	Percepción de usuario	Expectativa de servicio	Nivel de adicción
Grupo 1	M	B	B	B	B	B
Grupo 2	B	M	M	M	M	A
Grupo 3	A	M	M	A	M	M

Fuente: elaboración propia

Para el grupo 1, se observa un nivel bajo en los indicadores y dimensiones superación del conocimiento, mejoramiento personal, percepción de usuario, expectativas del servicio y nivel de adicción, con una mediana atención a la norma. Por tal motivo el perfil para este grupo se caracteriza por ser perfil bajo con mediana atención a la norma, lo cual es indicativo de que hay muy poco interés de los usuarios en internet en cibercafés, por lo que este grupo basado en las teorías de la investigación será denominado perfil de aficionados a internet.

Para el grupo 2, se observa un nivel medio en los indicadores y dimensiones superación al conocimiento, mejoramiento personal, percepción de usuario y expectativa del servicio, con un nivel de adicción alto y baja atención a la norma. Tomando en cuenta el contraste notable existente entre el nivel de adicción alto y baja atención a la norma, este grupo basado en las teorías de la investigación será denominado perfil de rasgos adictivos.

Para el grupo 3, se observa un nivel medio en los indicadores y dimensiones superación del conocimiento, mejoramiento personal, expectativa del servicio y nivel de adicción, con una alta atención a la norma y percepción de usuario. En líneas generales, se observa una tendencia al mejoramiento técnico con una alta atención a la norma y percepción de usuario, razón por la cual este grupo basado en las teorías de la investigación será denominado como perfil de usuario técnico.

CONCLUSIONES

Basándonos en los resultados obtenidos podemos concluir que la muestra en estudio tiende a utilizar el internet para la superación del conocimiento y atención a la norma con altos niveles de correspondencia, mientras que el mejoramiento personal obedece a un nivel de medición medio.

Los usuarios tienden a utilizar el internet para plantear diversas soluciones a una problemática aplicando los principios de la divergencia en el uso de internet y buscan



utilizar los cibercafés que ofrezcan mejores servicios orientados a la conexión.

Las expectativas en el uso de internet son bastantes amplias porque enmarca en un nivel alto de consideración a los indicadores pensamiento técnico, obtener información estudiantil, obtener información deportiva y flexibilidad, mientras que los usuarios emplean internet para ampliar conocimientos en una forma moderada.

En el análisis realizado con respecto al nivel de adicción se encontraron niveles altos considerables para los indicadores uso de internet, afección de la actividad lúdica, frecuencia de uso y relaciones personales, evidenciando que la muestra tiende a tener rasgos adictivos bien establecidos.

Los análisis de los datos obtenidos permitieron finalmente clasificar a los usuarios de internet en tres grupos: usuario aficionado, usuario de rasgos adictivos y usuario técnico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ander-Egg, E. (2000). Metodología y práctica de la animación sociocultural. España. CCS.
- Fernández, J. (2004). Perfiles de personalidad diferenciales de usuarios de internet. España. Editorial de la Universidad de Salamanca.
- Hernández, P. (2001). La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios. Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información. Vol. 5 No. 30. Enero – junio 2001, Pp. 36.
- Hernández, R. (2006). Metodología de la Investigación. México. McGraw Hill.
- Merleau-Ponty, M. (2008). El mundo de la percepción. Argentina. Fondo de Cultura Económica.
- Regueiro, R. (1994). Modelo teórico básico de la Pedagogía Profesional. Cuba. ISPETP.
- Suler, J. (2008). Computer and cyberspace adiction. International Journal of Applied Physchoanalytic Studies. No. 1, Pp. 359-362.
- Testa, A. y Borroto, G. (1995). Los juegos didácticos en el desarrollo del pensamiento técnico creador de los alumnos en la asignatura educación laboral. Cuba. Pedagogía 95.
- Trilla, J. (1998). Animación sociocultural. Teorías, programas y ámbitos. España. Ariel Educación.