

EL CIBERCIUDADANO

CONSUMIDOR DE LA INFORMACIÓN DEL SIGLO XXI

Luis Enrique Flores Esparza¹
 Dra. Lizy Navarro Zamora²
 Lic. Irma Carrillo Chávez³

RESUMEN

De acuerdo al paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información, es precisamente "la información" la que se ha convertido en una necesidad y elemento vital para el ciudadano. El proyecto de "**El ciberciudadano. Consumidor de la información del siglo XXI**" tiene la finalidad de conocer sobre esos individuos (mexicanos) que día a día acceden a la web en busca de la más exacta y rápida información; por lo que se procuró tener un perfil para saber quiénes y cómo son estos cibernautas, así como las necesidades informativas de los mismos.

Son precisamente estos individuos, consumidores de la información del siglo XXI, los que forman parte de ese nuevo grupo de personas partícipes de la globalización y que son además protagonistas en la *Aldea Global* de acuerdo a McLuhan.

En México no existen datos precisos de los usuarios en Internet, ni la información que éstos consumen, por lo que se realizó una búsqueda por las páginas periodísticas; además, se hicieron encuestas a los webmasters. A partir de esto, se obtuvieron resultados que nos dan una visión general de quiénes y cómo son los consumidores de la información. Con todo ello se puede concluir

que lo más importante no es el acceso, ni la información en sí misma, sino la cantidad y clase que ésta contiene; sin embargo todavía hoy no todos saben aprovechar al máximo lo que ofrece Internet.

INTRODUCCIÓN

Internet se ha convertido en una poderosa arma, esta nueva tecnología es el centro de la convergencia de la información, prácticamente mundial, que transita por una sofisticada red a la cual todos (los que tengan las posibilidades) podrán acceder.

Son estos individuos los que fueron eje de partida para nuestra investigación, pues son éstos, nosotros los llamamos ciberciudadanos, los verdaderos protagonistas de esta revolución ya eminente en el siglo XXI.

Se trató de delimitar un perfil de los usuarios de la web en México, teniendo como referencia las estadísticas e información que proporcionaban los medios de comunicación, sobre todo los *on line*, pero también, se recurrió a la información y organismos internacionales para complementar y ampliar nuestros datos para la investigación.

Para determinar el perfil de los usuarios se consideró: la edad, el sexo, nivel educativo y condición socioeconómica. Además, se trató de encontrar cuales son las necesidades informativas de los ciberciudadanos, es decir, temas de interés; y de igual manera se solicitó a los principales medios informativos (sobre todo de habla hispana) conocer lo que requieren los usuarios de Internet.

- 1 Alumno del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma de Aguascalientes
- 2 Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Teléfono: (444) 825-01-82 Fax: (444) 825-35-87.
Correo electrónico: lizy@uaslp.mx y lizynz@prodigy.net.mx
- 3 Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

OBJETIVOS

Lo primero fue conocer cuáles son las características del usuario del periodismo *on line* en México, y para ello se tomó en cuenta la edad, el sexo, nivel educativo y condición socioeconómica, pues a partir de estos datos podemos saber cómo es nuestro cibernauta y de ahí obtener una estadística del cibernauta en nuestro país.

Con estos datos se pueden extraer las necesidades informativas de los usuarios y brindarles temas de interés; así como, posibles soluciones o propuestas para la integración de todos los individuos a las nuevas tecnologías de la información, sobre todo Internet.

METODOLOGÍA

Lo primero fue una fase exploratoria en textos e Internet. El sentido de esta fase fue ponernos en antecedente de esta tecnología, con un acercamiento bibliográfico de la información *on line*, a partir de estas lecturas se obtuvo un mapa y/o guía de sitios informativos dentro de la red. Después vino la parte en la cual se estuvo en contacto directo con el objeto de estudio: *la web*.

En esta etapa conocimos algunas de las páginas dedicadas a la información, sobre todo la periodística, así como los usuarios de las mismas. Los webs internacionales son los que tienen estadísticas de los usuarios, lo cual sirvió para

darnos una visión general, de los cibernautas mundiales y de la información que éstos consumen.

Para este proyecto se planeó una búsqueda multimedia y documental a través de las diferentes webs tanto de los medios mexicanos como de algunos indicadores extranjeros para conocer sus registros sobre el usuario; una vez obtenida esta información se realizó un análisis estadístico que nos dio una descripción media del cibernauta. Además, se trató de ver cual era la información más solicitada por éstos y dar una respuesta o explicación al porqué de ese resultado.

RESULTADOS

Internet brinda una gran variedad de información, la cual abre una puerta hacia el conocimiento. Las personas lo saben; pero, ¿cómo es el cibernauta en México? La respuesta no es fácil, ya que en nuestro país no existen casi registros, ni datos suficientes para determinar esas características, así que se hizo primero una búsqueda por los diferentes medios de información con páginas en Internet y se les realizó una encuesta a los *webmasters* de estos medios obteniendo muy poca respuesta. Algunos dijeron no tener la información, otros que muy pronto se daría respuesta o que se canalizaría a la persona determinada en el asunto y otros nunca respondieron. Las principales fuentes de información fueron el *Reforma.com*, *Economista.com*,

CARACTERÍSTICAS DE LOS USUARIOS DE INTERNET

Figura No. 1 En su mayoría son jóvenes adultos.

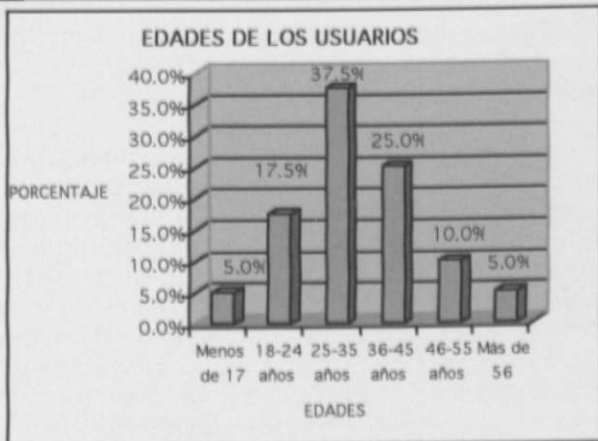


Figura No. 2. Los usuarios varones dominan la red.

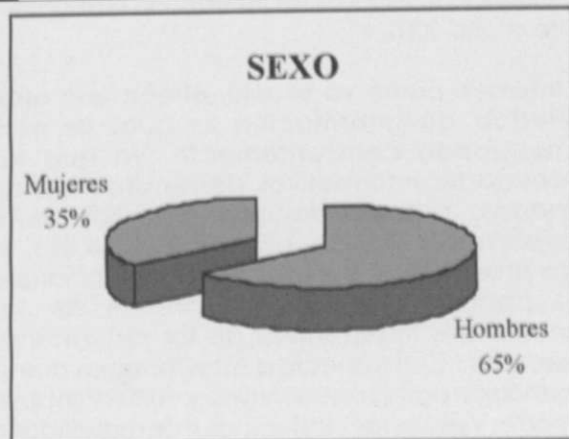


Figura No. 3. En su mayoría los usuarios tienen licenciatura.

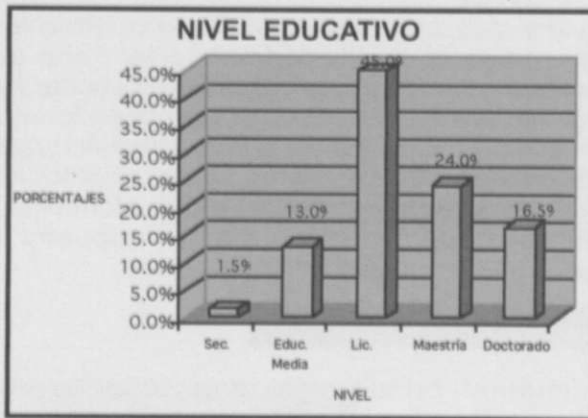
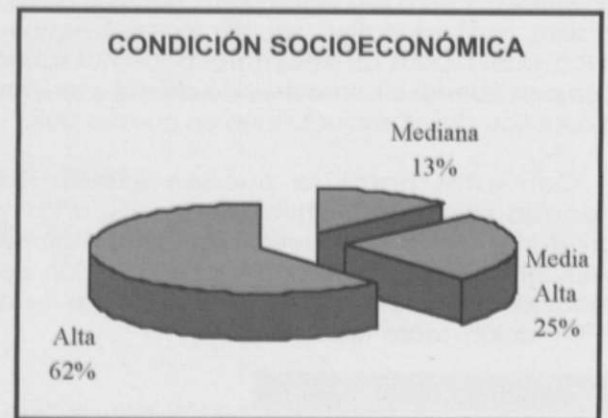


Figura No. 4. La clase alta es la que prevalece en la red.



Jornada.com, Mural.com, Tabascohoy.com y de *Nedstat* que brinda la información de 12 periódicos on line de nuestro país; así como de los datos proporcionados por el Sistema Nacional e-México y el INEGI.

El ciberciudadano en México tiene una condición socioeconómica que va de la mediana hasta la predominantemente alta; la mayoría de ellos son adultos jóvenes pertenecientes al sexo masculino. Prevalecen los usuarios con un grado académico de licenciatura o con algún postgrado.

La información anterior fue comparada con las estadísticas proporcionadas por la Asociación de Usuarios de Internet de España y por *mediamatrix.com*. Se calculó un número de usuarios, según las fuentes antes mencionadas, de 3.5 millones de usuarios de Internet en México durante el año 2001.

Internet, como ya se dijo, ofrece una gran variedad de información la cual se está actualizando constantemente, ya que las necesidades informativas de los usuarios son variadas, pues cada uno de ellos tiene requerimientos diversos, pero a pesar de eso, se trató de encontrar puntos de convergencia que nos permitiera tener una noción de las necesidades informativas de los cibernautas mexicanos. Con respecto a esto, tenemos que la información política, económica y cultural (incluye deportes y espectáculos) son las más requeridas o

consultadas. Sin embargo, aquí hay que tener en cuenta que nuestra mayor fuente de información fueron los sistemas periodísticos *on line*.

CONCLUSIONES

Todo parece indicar que el desarrollo informativo que ofrece Internet es una realidad mundial y que muy pronto habrá una nueva división de las clases sociales, es decir, los que están informados y los que no; pues en el futuro el poder será de los que tienen la información.

Lo anterior nos revela que la información por Internet está siendo dominada por una élite que tiene solvencia económica (puede pagar los costos de acceso y la infraestructura necesaria para conectarse: computadora, teléfono, etc.) y una preparación académica que le permite entender y dominar esa información (conocimiento de informática, dominio del inglés, etc.). La división mundial estará entre los conectados y los desconectados a estas nuevas tecnologías.

Por último, se descubrió que la información que requieren los usuarios debe ser más visual, interactiva, precisa, profunda, disponible, actualizada y especializada, pues las necesidades informativas se vuelven muy particulares y específicas. La información en el siglo XXI debe ser fácil y práctica, ya que dependiendo de la rapidez y efectividad con que pueda acceder un ciberciudadano a ésta puede ser la diferencia entre el ciudadano y el ciberciudadano.

BIBLIOGRAFÍA



Cebrián, Juan Luis, "La red", Taurus, Madrid, 1998.

Islas, Octavio, "Explorando el ciberespacio iberoamericano", CECSA, México, 2002.

Navarro Zamora, Lizy, "Los periódicos on line", U.A.S.L.P., México, 2002.

"Informe Mundial sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías", UNESCO/CINDOC, Madrid, 1998.

"World Communication and information 1999-2000 Report", UNESCO, Paris, 2000.

Páginas electrónicas:

<http://www.aui.es>

<http://www.saladeprensa.com>

<http://www.razonypalabra.com>

<http://www.nedstat.com>

<http://www.isocmex.org.mx>

<http://www.inegi.com>

<http://comercial.reforma.com/Tarifas/web/audiencia.asp>.

<http://www.economista%20portal%20de%20Contenido.htm>

<http://www.lajornada.com>

<http://www.mural.com>

<http://www.mediatrrix.com>.