



Consejos, sugerencias y recomendaciones dirigidos a organizaciones para el desarrollo rural interesadas en el montaje de telecentros comunitarios

Eduardo Figueroa Cabrera

Con el apoyo colectivo del Equipo del Proyecto InforCauca

Este producto es el resultado de la experiencia del Proyecto InforCauca (2000-2003), que fue financiado por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC-CIID) del Canadá y la Fundación Rockefeller, y desarrollado en el suroccidente colombiano por el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), conjuntamente con la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente (CUAO), de Cali, Colombia.

2003

Contenido

	Página
A manera de prólogo	3
Introducción	5
• Primer paso: Mira antes de saltar	6
○ <i>Preámbulo</i>	
• Telecentros con cuerpo y alma	6
○ <i>Breve explicación sobre lo que es un telecentro comunitario</i>	
• Para qué jabón, si no hay agua	7
○ <i>Condiciones técnicas previas para montar un telecentro</i>	
• ¿Necesita una bicicleta?	8
○ <i>Sugerencias para establecer el uso del telecentro</i>	
• Para buen baile, música variada	9
○ <i>Recomendaciones sobre lo que no debe hacerse con un telecentro</i>	
• Vox populi, vox Dei	10
○ <i>El papel de la comunidad en la planeación del telecentro</i>	
• Entre madres, madrinas y madrastras	11
○ <i>Importancia del perfil de la organización anfitriona</i>	
• Dime con quién andas...	12
○ <i>Recomendaciones a la hora de buscar socios y aliados</i>	
• A Dios rogando...	14
○ <i>De dónde salen los recursos para el montaje del telecentro</i>	
• Siga, está en su casa	15
○ <i>Sugerencias para ubicar sede del telecentro</i>	
• No martille con el tacón del zapato	15
○ <i>Consejos para adquirirlos equipos apropiados</i>	
• Piratas al acecho	16
○ <i>Recomendaciones para la adquisición de programas</i>	
• Las cuentas claras...	17
○ <i>Sugerencias para cumplir con aspectos legales</i>	
• Alma, corazón y vida	18
○ <i>Perfil de las personas que operan un telecentro</i>	
• Nunca es tarde para aprender	19
○ <i>Importancia de la capacitación para el éxito del telecentro</i>	
• Ganancia más allá del dinero	20
○ <i>Cómo abordar la sostenibilidad del telecentro</i>	
• En el camino salta la liebre	22
○ <i>Consejos para aprovechar oportunidades</i>	
• Marineros: ¡leven anclas!	23
○ <i>Recomendaciones finales para poner en marcha el telecentro</i>	
• Cuidado con los espejismos	24
○ <i>Advertencia sobre el uso de las TIC</i>	
Créditos	25

A manera de prólogo

Comenzando el año 2000, el salón comunal de Pescador, una vereda del centro del departamento del Cauca (Colombia), estaba repleto. Había representantes de diferentes organizaciones locales —agricultores, profesores, pequeños comerciantes, líderes indígenas, políticos— interesados en enterarse de un proyecto que venía en camino, llamado InforCauca, que pretendía poner a funcionar algunos telecentros en esa región.

Salvo algunas excepciones, la mayoría de los asistentes quería formar parte de ese proyecto, así no tuvieran claro de qué se trataba; escasamente habían oído hablar de internet y no había una forma clara de explicarles lo que era un telecentro, por una simple razón: nosotros, los promotores del proyecto, tampoco teníamos muy claro el concepto, y menos los alcances que un telecentro pudiera tener. Nuestros conocimientos se limitaban a lo que habíamos leído sobre algunas experiencias en países africanos, algunos casos aislados en Perú y Ecuador y a una visita fugaz que hicimos a Colnodo, en Bogotá D.C., para conocer la experiencia de ellos con tres telecentros urbanos conocidos como Unidades de Información Barrial, habiendo sido los pioneros en el uso de estas nuevas tecnologías de comunicación e información (TIC) aplicadas al desarrollo comunitario en Colombia. De paso, hablamos con una operadora de uno de esos telecentros.

Fue prácticamente el principio del reto. Con mucho entusiasmo, pero también con muchas dudas y temores debido a nuestra inexperiencia, arrancó InforCauca, gracias al respaldo que nos brindó el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC-CIID), del Canadá, a través de dos expertos: Gilles Cliche y Ricardo Gómez.

Desde entonces transcurrieron tres años. Fueron tres años de mucho aprendizaje, donde se recorrió un camino con subidas y bajadas, con no pocos obstáculos, algunos que parecían infranqueables, pero que se pudieron sortear con el apoyo solidario de muchos socios que decidieron emprender este fascinante viaje con nosotros.

Por ellos y con ellos llegamos al final de la ruta trazada. Y este producto es el fruto de ese viaje, que esperamos sea útil para otros potenciales viajeros que ven en el uso de las TIC, una oportunidad excepcional para optimizar el trabajo en pro del desarrollo de sus comunidades.

Pretenciosamente le hemos denominado “Guía”, mas en realidad es una recopilación de consejos y recomendaciones para tener en cuenta a la hora de montar un telecentro comunitario.

El mensaje, escrito en un lenguaje coloquial, va dirigido a organizaciones comprometidas con el desarrollo comunitario, pero no descarta a otros actores interesados en involucrar las TIC para impulsar proyectos locales o para visionar otras aplicaciones en beneficio de la gente.

Este producto consta de cuatro secciones, además de esta Introducción y los Agradecimientos: 1) La guía, 2) Información específica, 3) Testimonios, 4) Ecos de InforCauca.

En la primera parte aparece la guía propiamente dicha, y tiene dos opciones: En una, el usuario puede bajar e imprimir todo el documento (sólo texto). La otra opción es interactiva, y permite apreciar la guía con algunas escenas animadas por tres simpáticos protagonistas: Tico, Taco y Tuco —un niño, un caballo y un perro, en su orden— para que acompañen a quienes desean conocer el camino que se debe recorrer.

¿Por qué un niño, un caballo y un perro? Porque en un proyecto que involucre el montaje de telecentros se necesitan personas entusiastas que tengan mucha imaginación y disposición para aprender (como los niños); se requieren amigos leales que nos acompañen siempre (como los perros) y socios que nos ayuden a sacar adelante el trabajo (como los caballos).

La segunda sección contiene información específica que hace referencia a los que es un telecentro, los pasos enumerados para su montaje, los gastos de sostenimiento y un documento sobre Linux, como posible alternativa para el soporte de programas.

La tercera sección registra los testimonios de los principales actores del proyecto InforCauca, como fueron los operadores de los tres telecentros, los socios locales de esos telecentros y los usuarios.

La cuarta sección, denominada Ecos de InforCauca, presenta un resumen del proyecto, un perfil de los socios principales, una descripción de los telecentros y, finalmente, el punto de vista de los representantes de las diferentes instituciones socias del proyecto sobre las lecciones aprendidas a lo largo del viaje, destacando los aciertos (puntos fuertes) y los desaciertos (puntos débiles) que, a juicio de los protagonistas, no se deben repetir.

Buen provecho.

(Subir)

Introducción

Amigos del Proyecto InforCauca:

Me llamo Antonio y represento a una organización que trabaja en beneficio de una comunidad rural.

Me enteré del proyecto de los telecentros comunitarios que ustedes adelantan en el departamento del Cauca, Colombia, y estamos interesados en averiguar más sobre su experiencia.

Nos gustaría saber qué son los telecentros y qué pasos debemos seguir para tener uno de ellos.

De antemano, gracias por su colaboración.

Apreciado amigo:

Nos agrada responder su carta en la que manifiesta el interés de su organización en montar un telecentro y solicita nuestras recomendaciones para ello.

No le habíamos contestado antes, porque no queríamos precipitarnos en dar suposiciones, puesto que nosotros apenas estábamos recorriendo el camino. Pero ya llegó el momento de atender su solicitud.

En su misiva, Ud. quiere saber qué es un telecentro comunitario y nos pide que le expliquemos los pasos para el montaje de un sitio de éstos.

Vamos por partes. Léalas con atención, conozca nuestra experiencia, y al final decida si su organización está preparada para esta empresa.

Cordialmente,

Proyecto InforCauca

(Subir)

Primer paso: Mira antes de saltar

Preámbulo

Los refranes son una síntesis de la sabiduría popular. Se acude a ellos en el momento justo, para sentenciar, advertir o reforzar una situación. Con su venia, vamos a usar estas máximas populares para ser más claros con los pasos que se deben seguir para poner a funcionar un telecentro comunitario.

El primer consejo es: “Mira antes de saltar”. Esto significa que no se puede iniciar el montaje de un telecentro sin antes saber lo que es, cerciorarse de que existen las condiciones técnicas, comprender para qué le puede servir a su organización y a las comunidades del área de influencia, cuál será el papel de la organización anfitriona, quiénes serán los socios, qué servicios se prestarán, quiénes lo van a operar y administrar, cómo se financiará...

Con una visión conjunta más clara puede sacarle el mejor provecho al telecentro comunitario, teniendo en cuenta que se trata de una herramienta y que, como tal, requiere de personas que sepan usarla.

(Subir)

Telecentros con cuerpo y alma

Breve explicación sobre lo que es un telecentro comunitario

Un telecentro comunitario se puede comparar con una persona. Cuando se pregunta ¿qué es una persona? puede responder enumerando una lista de componentes: Es un conjunto de huesos, músculos, nervios, arterias, cerebro, corazón, muchos órganos vitales...

¿Todo esto es una persona? Sí, pero es mucho más. La lista forma parte del cuerpo humano, pero también puede formar parte del cuerpo de cualquier animal mamífero.

Entonces, ¿qué es una persona? A lo anterior, añadámosle otros componentes: es un ser viviente que piensa, que actúa, que siente, que ríe, que lucha, que llora, que tiene penas y alegrías, que sueña, que goza, que sufre... Es la suma de materia y espíritu.

Con un telecentro comunitario pasa igual. Se puede decir que un telecentro es un espacio con computadores, programas, teléfono, fax, conexión a internet, escáner... pero esto no es un telecentro comunitario. Podría ser una sala comercial de Internet. O, volviendo al ejemplo inicial, equivaldría a los componentes del cuerpo de cualquier mamífero, pero no es una persona.

Un telecentro comunitario es gente comprometida con su entorno, gente que lucha, que aprende, que visiona, que sufre y que goza de errores y aciertos, gente que ve en las nuevas tecnologías de información y comunicación una herramienta muy útil para utilizarla en beneficio de todos. Al igual que la persona, un telecentro comunitario es la suma de materia y espíritu.

Ahora que ya sabe que los telecentros comunitarios tienen cuerpo y alma, lo invito a leer algunas definiciones que nuestra gente realizó, buscando darle más luces para entender la esencia de esta herramienta tecnológica.

(Ver [Información Específica: ¿Qué es un telecentro?](#))

(Subir)

Para qué jabón, si no hay agua

*Condiciones técnicas previas
para montar un telecentro*

En ocasiones nos pasa. Por estar entusiasmados con una tarea, olvidamos detalles que, a la postre, echan al traste planes e ilusiones.

A la hora de montar un telecentro nos puede ocurrir algo parecido. ¿Qué tal descubrir que en la zona donde se van a instalar los equipos no se puede tener internet porque no hay conexión telefónica, que es el mecanismo más común para ello? ¿O saber, después de que se han averiado los equipos, que la zona donde está el telecentro es un punto privilegiado para atraer rayos?

Siguiendo con esos dos ejemplos, para ambos hay solución, si se insiste en seguir con el telecentro en esa zona, pero la inversión que debe hacerse es mucho más costosa que lo que puede valer el telecentro mismo. ¿Se justifica exponerse a ello? o ¿no será más conveniente averiguar con anticipación si están dadas las condiciones técnicas en la zona para montar el telecentro?

Cuando hablamos de condiciones técnicas hacemos referencia a la energía eléctrica y a la conectividad, es decir, la infraestructura de telecomunicaciones existente (radioteléfono, líneas telefónicas, red digital integrada, enlaces satelitales, microondas, fibra óptica, cable coaxial, etc.) que permite conectar el computador con internet.

En América Latina, el servicio eléctrico no es el problema. Prácticamente, las redes de energía llegan a rincones apartados. En cambio, la conectividad es una limitante seria para el desarrollo de los telecentros comunitarios, especialmente en zonas rurales. Entre más apartadas de los centros urbanos estén las regiones, más difícil y costoso es el acceso a las telecomunicaciones.

En aras del ahorro de recursos para poder invertir más en la capacitación de la gente, lo más sensato es montar un telecentro en zonas donde haya facilidades de conectividad.

La manera más común de conectarse a internet es a través de una línea telefónica. Sin embargo, hay que averiguar con anterioridad si el costo del minuto corresponde a una llamada local o a larga distancia. Eso marca la diferencia y hace viable o no el funcionamiento del telecentro.

(Subir)

¿Necesita una bicicleta?

Sugerencias para establecer el uso del telecentro

Vamos a comparar un telecentro con una bicicleta. La gente, por lo regular, no adquiere una bicicleta sin saber qué uso le va a dar. ¿Para qué sirve una bicicleta? Es un vehículo que permite realizar muchas actividades, unas más útiles que otras, dependiendo del criterio del usuario.

Puede ser un medio para hacer ejercicio (genera salud); o un medio de transporte (genera salud y ahorro); también puede ser una herramienta de trabajo (genera ingresos); o un medio de competencia deportiva (genera fama). Pero, si se usa poco, también una bicicleta puede ser un lujo que tiende a convertirse en un estorbo.

Lo mismo pasaría con un telecentro. Sirve para realizar muchas cosas, pero siempre habrá algunas más relevantes que otras. Al igual que con una bicicleta, el usuario del telecentro tiene que familiarizarse con él, aprender a manejar todos sus componentes y, luego sí, sacarle el mayor provecho. Porque un telecentro también puede subutilizarse y terminar convertido en un lastre para su organización.

Un telecentro comunitario tiene muchas posibilidades de uso. Algunas tan simples como facilitar a los muchachos la consulta para tareas escolares o permitirle a la gente contactarse con familiares y amigos o encontrar al otro lado del mundo a un buen samaritano que le ayude a resolver un problema que parecía imposible de solucionar entre su comunidad. (Ver *Opinión de los usuarios: Natalia encontró a su ángel guardián en internet*)

También sirve para encontrar información útil de mercados, de precios, establecer contactos, capacitarse a distancia, formular denuncias, promover regiones turísticas, publicitar trabajos comunitarios, establecer comercio electrónico, gestionar proyectos, encontrar donantes y muchas otras actividades. (Ver *Ecos del Proyecto: Telecentro de Tunía*)

Un telecentro puede tener varios enfoques. Uno de ellos puede ser la Educación, porque obviamente al grupo que más le llama la atención el uso de las tecnologías de información y comunicación (llamadas TIC) es a los jóvenes. (Ver *Ecos del Proyecto: Telecentro de Tunía —Experiencia de Interculturanaet*)

Los agricultores organizados pueden tener en el telecentro una herramienta poderosa para enriquecer su proceso de investigación, buscando nuevas opciones, estableciendo vínculos con organizaciones, aprendiendo cómo publicar sus logros en un sitio web. (Ver *Proyecto SIDER*)

Los expertos en planeación del uso de la tierra a escala municipal ven en los telecentros un escenario que podría facilitar ese proceso y la implementación de planes que involucren a comunidades e instituciones estatales y ONG.

Asimismo, el telecentro podría facilitar el trabajo de los consorcios para el manejo comunitario de cuencas hidrográficas, en la que podrían involucrarse grupos juveniles.

A la hora de preguntarse para qué sirve un telecentro, un punto de partida será el trabajo participativo que involucra a organizaciones y comunidades. Luego, se deben informar profusamente sobre otras experiencias (éxitos y fracasos) para no tomar decisiones equivocadas, con la falsa ilusión de que las TIC van a solucionar todos los problemas.

Es recomendable contactar a otras organizaciones que han trabajado con telecentros, visitar los sitios web de ellas, leer artículos y, de ser posible, intercambiar opiniones. Estas acciones tienden a controlar el entusiasmo que genera un proyecto de éstos, pensando que es la panacea, y brindan información valiosa para evitar enfoques erróneos del naciente telecentro.

Como puede ver, no hay una fórmula rígida para saber de antemano cuál será el enfoque principal del telecentro. Ese enfoque está supeditado al contexto, a las organizaciones que lo lideran, al dinamismo y necesidades de la comunidad. El secreto está en tener visión de cómo las TIC pueden articularse para la satisfacción de necesidades concretas. (Ver *Ecos del Proyecto: Telecentro de ACIN*)

(Subir)

Para buen baile, música variada

Recomendaciones sobre lo que no debe hacerse con un telecentro

Cuando se organiza un baile, por lo general se pone a sonar música variada para todos los gustos. Cada cual decide si baila todos los ritmos o espera la tonada que más le agrade para salir a la pista.

Si por el contrario, el baile se hace con un solo ritmo, los únicos que asistirán a él serán, obviamente, los amantes de ese ritmo. Los demás buscarán otras opciones en otra parte.

Con los telecentros sucede lo mismo. Si desde un comienzo se decide por un solo enfoque (es decir con un solo ritmo), está excluyendo a muchos usuarios y tiende a fracasar rápidamente. Tenga en cuenta que los intereses de los potenciales usuarios —o sea, la comunidad y las organizaciones— son muy amplios, puesto que tienen que ver con todos los aspectos de sus vidas.

¿No cree que sería muy frustrante que alguien llegue al telecentro para averiguar por determinado tema y tajantemente le dicen que allí no se puede?

A la hora de proponer los posibles enfoques, hay que abrir mentes y corazones y demostrar el compromiso con el desarrollo rural o, para decirlo en un sentido más amplio, con la innovación rural.

Se corre el riesgo de convertir al telecentro en una sala de conexión a internet, donde sólo van los que ya saben, y que éstos se limiten a navegar sin rumbo o a “conversar en línea” (*chatear*) con otros usuarios. Para eso están las salas comerciales, conocidas también como cibercafés.

Uno de los papeles estelares del telecentro comunitario es generar procesos de capacitación y acercamiento de la gente hacia el uso provechoso de las TIC.

De ahí la importancia de tener visión con respecto al uso de esta herramienta e identificar necesidades concretas de información. De lo contrario, el telecentro está condenado a convertirse en una sala de computadores. Y eso significaría pérdida para la organización anfitriona, puesto que tuvo que invertir, y como toda inversión, se hace para generar ganancias sociales o económicas.

(Subir)

Vox populi, vox Dei

*El papel de la comunidad en
la planeación del telecentro*

Aunque la idea de montar un telecentro comunitario surja de una organización y ésta sea la administradora, debe tener muy claro que la herramienta tecnológica no será para su uso exclusivo y excluyente.

Una garantía de éxito es involucrar, desde el comienzo de la planeación del telecentro, a personas de la comunidad, para que opinen, propongan,

sugieran, y así generar en ellas un sentido de pertenencia. (Ver *Información Específica: Consejos teóricos para ponerlos en práctica*)

Esta estrategia representa ganancia para todos. La organización anfitriona gana porque va a tener aliados y promotores constantes, que se encargarán de seducir a otras personas para que se acerquen a las TIC. De paso, la organización fortalecerá su imagen corporativa frente a la comunidad.

También gana la comunidad porque tendrá la oportunidad de explorar las nuevas tecnologías de información y comunicación en busca de alternativas de desarrollo.

Por supuesto, ganará el telecentro porque tendrá usuarios convencidos de su utilidad, máxime cuando saben que ellos han tenido papel protagónico y se han tenido en cuenta los intereses comunitarios.

Es en esta etapa donde se da un proceso de seducción y enamoramiento entre organización, comunidad y tecnología, tratando de buscar la forma más adecuada para articular las TIC a proyectos y actividades que ya están en marcha.

(Subir)

Entre madres, madrinas y madrastras

Importancia del perfil de la organización anfitriona para el éxito del telecentro

Los cuentos infantiles clásicos presentan la imagen de la madrastra como el personaje malo que disfruta haciendo sufrir a su hijastro. A la madre, en cambio, la muestran como un ser bondadoso, dispuesto a sacrificarse por el hijo. La madrina esta ligada a la figura de una mujer bonachona, que está atenta al crecimiento de su ahijado, para orientarlo, animarlo y ayudarlo cuando sea necesario o cuando falte la madre.

Si tomamos estas referencias (sólo como un supuesto, porque también hay malas madres, madrinas indiferentes y excelentes madrastras), un naciente telecentro comunitario puede tener la suerte de encontrar una buena madre, hacerse a una excelente madrina o caer en manos de una perversa madrastra. Todo depende del tipo de la organización anfitriona.

¿Cuál sería el perfil de una organización para ser considerada como potencial buena madre o una excelente madrina de un telecentro?

Tiene que ser una organización madura, con una estructura administrativa sólida, y que goce del reconocimiento de la comunidad.

Debe ser una organización con experiencia de trabajo con la comunidad, comprometida con ésta, que crea en la capacidad de la gente para realizar obras de desarrollo, y que propicie oportunidades para lograrlo. Igualmente, que conozca el entorno y que pueda dar cuenta de las necesidades y de la problemática de su área de influencia.

Tiene que ser una organización con mucha visión y apertura a las nuevas ideas, y que vea en la comunicación una estrategia útil para el desarrollo de sus programas de trabajo y el cumplimiento de su misión.

Deliberadamente no se habla de recursos porque no es un factor determinante para ser una buena madre de un telecentro. En cambio, sí es indispensable que la organización entienda la importancia estratégica que tiene el nuevo hijo, tanto para ella como para su entorno social. Si hay esa comprensión, todo lo demás es posible.

Hasta ahí todo bien, dirá Ud., pero ¿cuál sería una organización con perfil no apto para manejar un telecentro?

Un telecentro corre el riesgo de no sobrevivir si da con una organización cuyo estilo —valga la contradicción— es paternalista. Es decir, que ayuda a la comunidad pero le genera dependencia, y no hace nada por crear capacidad entre la gente. A la hora de buscar socios, hay que tener olfato para detectar este tipo de organizaciones desde un principio.

Otro tipo de organizaciones con tendencia a ser malas madres o perversas madrastras son aquellas que tienen un organigrama rígido, muy jerárquico, donde la toma de decisiones es muy difícil y donde los líderes están amarrados a posiciones muy conservadoras.

Tampoco son recomendables las organizaciones grandes (aunque tengan varias de las características positivas), cuando manejan demasiados proyectos y asumen muchas responsabilidades, porque se corre el riesgo de que el telecentro se convierta en “un asunto más” y se minimice su potencial.

(Subir)

Dime con quién andas...

*Recomendaciones a la hora
de buscar socios y aliados*

Estamos en una época de trabajo mancomunado, de alianzas estratégicas, en las que se juntan voluntades y capacidades para alcanzar mejores resultados sin duplicar esfuerzos.

En el caso del montaje de un telecentro comunitario, de entrada debe haber una alianza *sine qua non*, o sea, necesaria, entre la organización anfitriona y la comunidad. Pero es recomendable buscar socios y aliados.

Para el caso de los socios, el conocimiento previo de las organizaciones será un elemento valioso. Para esto hay que confrontar si cumplen con los requisitos más importantes que ya se mencionaron. Luego sí se puede entrar a seducir y proponer, advirtiendo que un proyecto de esta naturaleza requiere de mucho compromiso, mucho tiempo y mucha imaginación.

No se deben aceptar socios impuestos por compromisos institucionales, si no cumplen con los requisitos.

No hay un número límite de socios. El modelo de telecentros administrados por varios socios sigue en ensayo, y su éxito depende de muchos factores, incluyendo la cultura organizacional de los miembros. Mas, sea cual fuere el número, todos los socios, sin excepción, deben estar comprometidos con el naciente telecentro, acordar y respetar unas reglas de juego y estar dispuestos a no rendirse ante el primer tropiezo.

Nuestra experiencia sugiere que es mejor que haya uno solo muy comprometido y no cinco o seis donde nadie asume la responsabilidad y donde existen intereses y compromisos diferentes. (Ver [Ecos del Proyecto: Telecentro de Tunía](#))

Pero puede haber otras opciones. Una podría ser la de una organización muy comprometida y una junta o comité que represente a otros sectores de la comunidad. En este caso, los representantes no tendrían tanto poder de decisión; más bien, su papel sería asegurar que el telecentro se maneje para el bien comunal, pero la administración tiene que ir por cuenta de la organización anfitriona.

La búsqueda de socios también está condicionada al enfoque o enfoques que el telecentro va a tener. Si es una comunidad que tiene problemas de educación, entonces hay que acercarse a los establecimientos educativos; si es de salud, con las instituciones pertinentes, y así por el estilo.

No es recomendable buscar como socios a personas particulares, y mucho menos que sean las administradoras del telecentro, porque se corre el riesgo de privatizar el servicio o volverlo más operativo buscando el lucro económico y descuidado el impacto social.

(Subir)

A Dios rogando...

*De dónde salen los recursos
para el montaje del telecentro*

Es posible que la siguiente noticia le parezca mala: No se haga ilusiones si piensa que le va a llegar ayuda fácil para financiar el montaje de un telecentro. Es más, me atrevo a decirle que podría no llegar ni un centavo para ello.

Ahora le doy una buena noticia: Una vez montado el telecentro, es muy factible que la ayuda para su organización y para la comunidad sí le llegue. Pero, primero tienen que apropiarse de la herramienta y gestionar actividades y proyectos que involucren las nuevas tecnologías de información y comunicación. (Ver *Ecos del Proyecto: Telecentro de Tunía*)

Sin embargo, antes de montar un telecentro, siempre será válido averiguar sobre posibles ayudas que se puedan obtener. Un paso es indagar sobre los programas existentes a escala local, regional y nacional, que impulsen el acercamiento a las nuevas tecnologías de información y comunicación (conectividad, masificación del uso de computadores, capacitación, etc.).

Por lo general, estos programas están impulsados por entes estatales, pero también hay algunos promovidos por organizaciones privadas. Cerciórese del alcance del proyecto, de los requisitos para que su organización o su comunidad sea tenida en cuenta y proceda. (Ver *Ecos del Proyecto: Telecentro de Siberia*)

Si no existe esa posibilidad, hay que explorar por fuera del país, y buscar la orientación de los que están al tanto de este movimiento. En el caso de América Latina y el Caribe existe la ventaja de contar con una organización que coordina una red de telecentros. Se trata de Somos @ telecentros (www.tele-centros.org). Contáctelos y encontrará buenos amigos con buenos consejos.

Otros potenciales aliados son las universidades, que pueden orientar en el diseño y uso de contenidos, apoyar en lo concerniente a la capacitación y colaborar en el soporte de equipos y programas. Identifique los centros de educación superior existentes en el área de influencia, busque un espacio para explicarles su proyecto y, si es convincente en los alcances sociales, encontrará un apoyo importante.

Venga o no venga esa ayuda inicial, se debe tener claro que la inversión semilla corre por cuenta de los promotores del telecentro, sin esperar ganancias a corto plazo.

(Subir)

Siga, está en su casa

*Sugerencias para
ubicar sede del telecentro*

Imagínese un pequeño restaurante de un poblado, situado en la cima de una empinada loma, muy distante de la plaza principal, y a donde sólo se llega a pie. Para entrar hay que atravesar la sala de una casa, dos dormitorios y un gallinero; además, tiene que enfrentarse con el dueño del local que es un cascarrabias y con un perro amenazante... Si va una vez, no vuelve. Con respecto al restaurante, es factible que dure un mes, ¡o mucho menos!

Igual ocurriría con un telecentro. Como es un servicio abierto al público, debe estar localizado en un sitio de fácil acceso, cerca de todo, que sea un espacio con ventilación adecuada, con buena iluminación y que no haya obstáculos que intimiden a los usuarios. Tiene que ser un local donde haya facilidad de conexiones eléctricas y telefónicas y que garantice la seguridad de los equipos.

Puede ser un local independiente (exclusivo para uso del telecentro) o puede estar dentro de la sede de una organización. En este último caso, es indispensable que la organización anfitriona permita la entrada del público... haciendo buena cara, siempre.

El local donde va a funcionar el telecentro, necesariamente, tendrá que ser sometido a una adecuación técnica. Eso significa inversión. Por lo tanto, debe escogerse muy bien el espacio, de tal manera que requiera lo mínimo. Esto sería rejas de seguridad, instalación de cables de energía, tomacorrientes (los suficientes para que todos los equipos funcionen), polos a tierra, línea telefónica. No está por demás una buena limpieza (o cambio) de piso y pintura en las paredes.

(Subir)

No martille con el tacón del zapato

*Consejos para adquirir
los equipos apropiados*

Para elaborar un sencillo cajón de madera se necesitan unas pocas herramientas y materiales adecuados. Un buen serrucho, una regla o escuadra, un buen martillo, clavos y, por supuesto, madera. Habrá elementos adicionales, dependiendo del terminado del cajón: lija, brocha, pegante, pintura...

Ahora bien, si el reto es elaborar un cajón tallado, va a requerir herramientas mucho más específicas: formones de pala, formones de mediacaña o gurbias, cuchillos de diferentes formas, limas, laca...

Sería inútil pretender fabricar un cajón tallado utilizando cubiertos de mesa, alambre, goma de mascar...

Con un telecentro pasa igual. Hay que proveerlo con las herramientas adecuadas —no importa que sean usadas— que permitan cumplir con las tareas básicas: un buen computador (con módem incluido), una impresora, una línea telefónica y, por supuesto, conexión a internet. Es necesario incluir un regulador de voltaje (evita muchos dolores de cabeza ante los inusitados altibajos de la corriente eléctrica). Estos implementos deben ir acompañados de programas básicos: procesador de palabras, presentaciones, bases de datos...

Si se quiere ampliar el servicio habrá que dotarlo de un escáner, un fax, una fotocopidora. Y dependiendo de los enfoques, habría que conseguir programas específicos de diseño o de otro tipo.

Aunque el dicho dice que “a caballo regalado no se le mira el colmillo”, en el caso de los computadores es saludable pedir la asesoría de un experto para que examine el estado del obsequio, y diga si se justifica invertir dinero en su actualización. Normalmente, los equipos de informática que se regalan o se venden a precios bajos ya son obsoletos y, a veces, sale más caro actualizar que comprar un equipo nuevo.

¿Cuál sería, entonces, el equipo adecuado? No hay una respuesta contundente, puesto que depende de los usos que se le vaya a dar al telecentro. Si se piensa en tareas de diseño de páginas para internet o sitios web, si se van a ofrecer trabajos de diseño de folletos o de procesamiento de gráficas, o programas de sistemas de información geográfica, va a requerirse de un computador con amplia capacidad de almacenamiento y con gran velocidad para procesar datos. En este caso, debe pensarse en adquirir uno de última generación.

Ahora bien, si la pretensión inicial es más modesta y se quiere tener conexión con internet, procesar datos para trabajos de oficina y tareas escolares, requerirá de una máquina menos robusta y mucho más económica en costos. Y de éstas es más factible encontrar quien las obsequie o las venda baratas. Pero siempre asesórese de alguien que sepa.

(Subir)

Piratas al acecho

*Recomendaciones para
la adquisición de programas*

De nada sirve un computador si no tiene programas para ponerlo a trabajar. Por ello, a la par con los equipos hay que escoger los programas que se van a utilizar en el telecentro. Hay unos básicos que no deben faltar. Son los

llamados programas de oficina (procesador de palabras, base de datos, presentaciones) y los antivirus. Hay otros, también indispensables, que permiten navegar por internet.

Existen programas más especializados y su adquisición dependerá de los servicios que va a prestar el telecentro. Son programas de diseño, graficadores, de contabilidad, etc.

Pues bien, cualquiera que sea el programa, debe ser adquirido legalmente, es decir, debe pagarse por la licencia que permite su uso comercial. No caiga en la tentación de adquirir un programa pirata. Es muy fácil conseguir copias ilegales de cualquier programa... ¡Hasta gratis!, pero... ¡mucho cuidado! La Ley puede sancionarlo drásticamente y perder toda la inversión, pues incluye el decomiso del computador.

Esta inversión se debe hacer con los llamados programas comerciales. Si se busca disminuir costos, contacte a los representantes de las grandes empresas de computación y pídale la colaboración (convénzalos de la función social y el alcance del proyecto). Otro camino es buscar el apoyo de una institución de educación superior que le permita adquirir, mediante convenios especiales que ellos manejan, programas a más bajo costo.

Ahora bien, existe una alternativa que está tomando fuerza dentro del movimiento latinoamericano de los telecentros, puesto que permite hacerse a programas ¡legales y gratuitos! Se trata de Linux, que sigue fortaleciéndose cada vez más, representando un duro contendor contra las líneas comerciales. (Ver [Información Específica: Linux](#))

Un consejo: Se debe definir desde un comienzo la plataforma tecnológica del telecentro (programas comerciales o programas libres), y no pensar en cambios posteriores. Eso facilita las capacitaciones.

(Subir)

Las cuentas claras...

*Sugerencias para cumplir
con aspectos legales*

Por tratarse de un sitio de acceso público donde se ofrecen servicios comerciales, un telecentro está en la mira de las autoridades competentes y debe cumplir con todos los requisitos legales para su funcionamiento.

Por eso hay que hacer las cosas bien desde el principio. Para comenzar hay que averiguar en su región las responsabilidades legales que tendría un sitio como el telecentro, en materia de telecomunicaciones. Averiguar qué actividades están permitidas y cuáles no. Si se pagan o no impuestos por los servicios que se van a ofrecer.

Hay que asesorarse de expertos para buscar salidas legales que le permitan al telecentro funcionar con el mínimo de erogaciones en materia tributaria, teniendo en cuenta el carácter social del servicio.

Por nuestra experiencia, se sugiere que el telecentro esté amparado bajo el manto de una organización ya establecida.

Otro tipo de responsabilidades legales tiene que ver con las alianzas y convenios interinstitucionales. Hay que encontrar caminos de cooperación que no generen nuevas responsabilidades ante la Ley; que haya claridad en los acuerdos y compromisos de los socios o aliados con respecto al telecentro (administración financiera, servicios, control, usos, etc.).

(Subir)

Alma, corazón y vida

*Perfil de las personas
que operan un telecentro*

Frente a la pregunta ¿qué es lo más importante de un telecentro?, la respuesta es unánime: las personas que lo operan.

Por eso, una de las tareas más delicadas —antes que pensar en adquirir equipos— es identificar a la gente que va a manejar el telecentro. ¿Dónde encontrarla? Pues, dentro de la misma comunidad.

Los posibles candidatos no necesitan saber de computadores. Eso es lo de menos. Se busca, preferiblemente, que sean personas conocedoras del entorno social, cultural y político donde va a estar el telecentro, puesto que así podrán orientar los servicios de acuerdo con demandas y necesidades locales y, por otro lado, permite que los potenciales usuarios se acerquen con más confianza.

Tienen que ser personas con vocación de servicio comunitario y ganas de compartir con los demás, tanto el conocimiento como la información.

Personas con visión e interés en la comunicación, espontáneas, abiertas al diálogo, entusiastas y con ganas de aprender constantemente.

Deben ser personas con mucha imaginación y dinamismo, que no se rindan ante el primer obstáculo... ni ante el segundo, ni ante el tercero, para sacar adelante el telecentro.

Una vez identificados los candidatos, hay que invertir en ellos para capacitarlos. Y hay que acometerlo desde un principio, para generar una capacidad básica y crear las condiciones para que ellos se inspiren y

contagien con su entusiasmo al resto de la comunidad. A la postre, tanto los operadores como la comunidad y el telecentro crecerán juntos.

Un consejo sabio para los operadores, mientras están en el proceso de capacitación básica, es que deben contactar a operadores de otros telecentros, para que sepan que no están solos, que hay gente a quien se puede consultar y despejar dudas. Que sepan que no es necesario cometer errores si otros ya los han cometido. Existen recursos (literatura, sitios web) sobre lecciones aprendidas que les permitirá a estos noveles operadores arrancar de la mejor manera. (Ver [Testimonios de operadores de InforCauca](#))

(Subir)

Nunca es tarde para aprender

*Importancia de la capacitación
para el éxito del telecentro*

La capacitación es uno de los componentes vitales para garantizar el funcionamiento exitoso de un telecentro; es una actividad que debe ser constante, con un comienzo, mas no con un final programado. Dicho de otra manera, la capacitación se inicia con el telecentro y culmina con él.

Los candidatos obligados a recibir la mayor parte de la capacitación son los operadores del telecentro, pero a lo largo del proceso también se involucran a otros actores que forman parte de la organización anfitriona, de otras organizaciones y de la comunidad misma.

La capacitación debe ir en varios niveles. Al principio debe estar orientada al manejo de las herramientas (cursos prácticos de manejo del computador —ojalá con los propios equipos del telecentro, internet, programas básicos). Luego, debe enfocarse al desarrollo de competencias y capacidad local para visionar el uso de las tecnologías en beneficio comunitario, de la organización anfitriona y del telecentro mismo (formación en el diseño de medios de comunicación tradicionales y electrónicos, que permitan recoger, sistematizar y difundir la información local; cursos de administración, planeación, elaboración de proyectos...).

La capacitación debe ser muy práctica, de tal manera que la gente aprenda haciendo. Es recomendable evitar los cursos formales, rígidos y extensos, y concentrar el esfuerzo en talleres cortos y sustanciosos, con tareas concretas y con aplicaciones reales en el entorno.

Los operadores del telecentro, por ser alma y nervio de éste, deben familiarizarse con el manejo de las herramientas, tener un concepto claro de la función del telecentro y —muy importante— saber cómo funciona la organización anfitriona, conocer los criterios de trabajo, las líneas de acción,

para poder proponer proyectos que involucren el uso de las TIC que fortalezcan el plan de acción institucional en beneficio de la comunidad.

El otro papel estelar de los operadores es seducir a potenciales usuarios, capacitarlos en el manejo de las TIC, lograr que venzan el temor a la tecnología y que se apropien de las herramientas, acompañarlos, orientarlos y animarlos hasta que puedan volar solos. (Ver [Testimonios de usuarios](#))

(Subir)

Ganancia más allá del dinero

Cómo abordar la sostenibilidad del telecentro

Si se piensa montar un telecentro como una empresa comercial para obtener ganancias económicas, la realidad puede derrumbar sus sueños, perder la inversión y echar al traste con su entusiasmo por las TIC.

En cambio, si se tiene claro el concepto de lo que es un telecentro y cuál es su función social, la organización y la comunidad van a ganar mucho más que dinero, y hasta es posible recuperar la inversión y mantener estable el funcionamiento del telecentro.

Para abordar el tema de la sostenibilidad o rentabilidad del telecentro hay que hacerlo desde dos frentes: el económico y el social. Y ambos tienen que estar inmersos en la planeación y ejecución del proyecto.

La rentabilidad económica tiene que ver con ingresos y egresos monetarios del telecentro. (Ver [Información Específica: Gastos principales de un telecentro](#)).

La rentabilidad social se refiere a todo lo que la organización anfitriona y las comunidades pueden obtener del telecentro, ya sea a través de capacitación, recepción y divulgación de información pertinente, nuevos contactos, gestión de proyectos, asesorías virtuales, fortalecimiento de imagen corporativa, etc.

El apoyo que, desde un comienzo, brinde la organización anfitriona es determinante para garantizar el funcionamiento normal del telecentro. Si la organización ve al telecentro como parte de sus fortalezas, con seguridad va a encontrar caminos o alternativas para su sostenibilidad.

¿Cuáles son esos caminos? Nosotros hemos identificado tres: 1) Ingresos a cambio de servicios, 2) Apoyo directo de la organización anfitriona (y de los socios) y 3) Gestión de proyectos.

Ingresos a cambio de servicios. Una tarea inherente al telecentro es ofrecer servicios al público, tales como capacitación básica en el manejo del computador, navegación por internet, correo electrónico, trabajos locales —cartas, hojas de vida, impresiones, envío de fax, fotocopias. En la medida en que avanza la capacitación de los operadores, el telecentro puede ofrecer servicios especializados, como diseño de sitios web para organizaciones, publicación de folletos o boletines institucionales básicos, capacitación a grupos...

Es sano cobrar por los servicios al público para que la gente valore el uso del telecentro. Claro está que deben ser precios asequibles para la gente de escasos recursos y, en ocasiones, para algunas personas, ciertos servicios deben ser subsidiados por el telecentro.

En zonas donde no hay una cultura del manejo de las TIC es difícil imaginar que el telecentro va a sobrevivir sólo con ingresos por servicios. Por eso hay que aplicar otras estrategias.

Apoyo directo de la organización anfitriona. La organización tiene que estar convencida de que el telecentro es o va a ser vital para su trabajo. Para ello tiene que apropiarse de las herramientas, encontrar su utilidad al interior de la institución y, luego, apropiarse de partidas dentro del plan de gastos generales, para el funcionamiento del telecentro. Esta ayuda puede ser en dinero o en especie. Por ejemplo, adecuación y préstamo del local, pago de los servicios públicos (energía, agua, teléfono), reposición de insumos de papelería, pago de salarios o parte de los salarios de los operadores, pago de la capacitación, mantenimiento de equipos.

Gestión de proyectos. Otro componente clave, relacionado con el anterior, consiste en la gestión de proyectos. La organización anfitriona tiene que llegar al punto de ser capaz de gestionar proyectos en los que el telecentro figura como pieza clave para su ejecución, y en los cuales se aplicarán las TIC en iniciativas de desarrollo que cazan con la misión y visión institucional. En el rubro de gastos de estos proyectos debe incluirse una partida para el telecentro.

Uniendo estos tres aspectos —recursos por servicios, apoyo directo de la organización anfitriona e ingresos por proyectos— el telecentro puede ser sostenible.

(Subir)

En el camino salta la liebre

*Consejos para
aprovechar oportunidades*

Puede sonar paradójico, pero para el montaje de un telecentro se requiere tener los pies sobre la tierra y la imaginación por el cielo. Dicho de otra manera, hay que tener una dosis de prudencia y otra de osadía. Tanto la una como la otra son importantes durante el proceso de planeación del telecentro, por ser los ingredientes que animan a ponerse en marcha, a sabiendas de que “el horizonte no está despejado”.

La prudencia impide dar pasos en falso y obliga a buscar lecciones aprendidas de quienes ya han recorrido el camino; la osadía, a su turno, hace que se avance intuitivamente, pero aguzando los sentidos para aprovechar las oportunidades que se cruzarán en el camino.

Este consejo tiene mucho que ver con la sostenibilidad del telecentro. Al momento de planear las fuentes de ingresos, será obvio que la primera será ofrecer servicios al público.

La segunda, o sea, el apoyo directo de la organización anfitriona, no necesariamente puede darse desde un comienzo (aunque sería lo ideal); pero, en la medida en que ésta vea la utilidad de las TIC en beneficio propio, la adopción del telecentro será un hecho.

En cuanto al tercer camino (a juicio nuestro, el de mayor proyección de sostenibilidad), como es el de gestión de proyectos que involucren el uso de TIC, sólo puede darse cuando ya hay un camino recorrido, ha habido apropiación de las herramientas por parte de los actores locales y tienen una visión más clara de lo que pueden hacer con ellas. Es en este momento cuando empieza a despejarse el horizonte.

También es el momento para agudizar más los sentidos y aprovechar las oportunidades. El telecentro e internet serán claves en esa tarea. Es aquí donde juega un papel importante hacer parte de redes; también es buena estrategia de promoción publicitar el trabajo local ante otras organizaciones, intercambiar saberes, promocionar la imagen corporativa, buscar aliados, hacer amigos, denunciar abusos. Importante, también, dar a conocer la experiencia del trabajo con TIC ante organismos gubernamentales que manejen políticas de conectividad o proyectos de telecomunicaciones. No necesariamente se hace para pedir ayuda (que es factible), sino para establecer relaciones políticas y recibir el aval estatal.

Esta nueva forma de relaciones públicas virtuales abre puertas a un mundo que, de otra manera, seguirá siendo lejano y extraño a nuestro entorno.

(Subir)

Marineros: ¡leven anclas!

Recomendaciones finales para poner en marcha el telecentro

Cuando el capitán del barco ordena levantar anclas, ya todo está listo para iniciar la travesía por alta mar. Los equipos están calibrados, la tripulación conoce sus funciones y existe una carta de navegación que permitirá transitar por la ruta adecuada hasta llegar al puerto de destino.

Aunque lo ideal es tener un viaje tranquilo, la tripulación es conciente de que puede aparecer alguna tormenta, mas todos deben estar preparados para sortearla con éxito. Si el equipo no está listo para el viaje ni para enfrentar contingencias y si no existe un plan preconcebido, las posibilidades de naufragio o de extravío son enormes.

Un telecentro también puede extraviarse o naufragar si inicia el viaje sin tener todo listo. Pero... ¿qué es tener todo listo?

Significa que ya se ha identificado la organización anfitriona del telecentro, que la iniciativa ha sido socializada con gente clave de la comunidad, ya se ha definido el propósito y los enfoques, se han vinculado los operadores, se ha adecuado el sitio, ya se tienen los equipos, hay claridad sobre los servicios que se van a prestar, los costos de los mismos y horarios de atención.

Los impulsores del telecentro deben tener claro el papel de cada actor, con funciones y responsabilidades. Saber, por ejemplo, quién se responsabiliza de la administración (recaudo de dinero, pago de obligaciones, reposición de insumos).

Debe diseñarse un plan de trabajo muy aterrizado para saber hasta dónde se avanzará en determinado tiempo y qué se espera alcanzar en ese lapso. También se debe estar preparado para enfrentar imprevistos. Entonces sí, ¡leven anclas!

(Subir)

Cuidado con los espejismos

Advertencia sobre el uso de las TIC

Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) tienen un extraño poder de seducción. Si uno no está atento, corre el riesgo de quedar hechizado y trasladarse a un mundo irreal (mundo virtual, le dicen en el ambiente de la informática) donde usted cree que la tecnología será la solución para todos los problemas.

Las TIC pueden generar la ilusión de que se está haciendo algo, cuando en realidad no se está haciendo nada; pueden crear la ilusión de que se tienen contactos cuando en realidad no existen y lo único real es que se están malgastando los recursos en conexiones inoficiosas a través de internet, para enviar mensajes que no llegan. Este mundo virtual genera, al principio, un ambiente de felicidad (la novedad de navegar por el ciberespacio), pero se revierte en angustia cuando pasa el tiempo y se da cuenta de que la vida real, en términos tangibles, no cambia nada.

Ilusamente se piensa que basta con colocar información en internet, publicitando su organización o su comunidad, para que la ayuda del mundo se vuelque hacia su región. Y no hay tal. Se requiere saber llegar a donde se quiere llegar y ser constante a la hora de hacer los contactos. Para ello hay que apropiarse de las herramientas; para apropiarse de las herramientas tiene que despojarse del temor natural de hacerlo y, una vez vencido, estar alerta para no caer en el hechizo cibernético.

Dicho de otra manera, si ya tiene la bicicleta, aprenda a manejarla y sáquele provecho. Y, como lo comprobará, si no pedalea no avanza... o se cae.

(Subir)

Créditos

Textos: Eduardo Figueroa Cabrera (e.figueroa@cgiar.org)

Con la colaboración de:

Álvaro del Campo Parra
Freddy Orlando Rentería
Gladys Rodríguez
Mónica Palacios
Nathan Russell
Odilia Mayorga
Olga Patricia Paz

Sobre el autor: Eduardo Figueroa Cabrera es editor asociado de la Unidad de Comunicaciones del Centro Internacional de Agricultura Tropical y docente de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente de Cali.

Centro Internacional de Agricultura Tropical
Proyecto InforCauca
Unidad de Comunicaciones
Apartado Aéreo 6713
Cali, Colombia
Fax: +57 (2) 4450073
Tel.: +57 (2) 4450000 (ext.3307)

Octubre 2003

Derechos de Autor CIAT 2003. Todos los derechos reservados.

El CIAT propicia la amplia disseminación de sus publicaciones impresas y electrónicas para que el público obtenga de ellas el máximo beneficio. Por tanto, en la mayoría de los casos, los colegas que trabajan en investigación y desarrollo no deben sentirse limitados en el uso de los materiales del CIAT para fines no comerciales. Sin embargo, el Centro prohíbe la modificación de estos materiales y espera recibir los créditos merecidos por ellos. Aunque el CIAT elabora sus publicaciones con sumo cuidado, no garantiza que sean exactas ni que contengan toda la información

(Subir)