



Cuadernos de Información

ISSN: 0716-162x

dgrassau@uc.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile
Chile

Godoy Etcheverry, Sergio
WIP Chile 2003-2006: Uso e impacto de internet
Cuadernos de Información, núm. 20, julio, 2007, pp. 67-77
Pontificia Universidad Católica de Chile
Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97120369006>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



WIP Chile 2003-2006: Uso e impacto de internet Internet Use and Impact

Sergio Godoy Etcheverry, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile. [sgodoye@uc.cl]

Recibido: 27-4-07 / Aceptado: 15-5-07

Resumen | Este artículo describe cómo Internet afecta el uso y las expectativas de los medios tradicionales en Chile desde el año 2003, comparando con otros países afiliados al proyecto WIP. La discusión también considera la generación de contenidos *online* y una serie de variables relacionadas a las expectativas políticas generales de la población. Así, los efectos de Internet son considerados junto a una serie de factores no-tecnológicos como la educación y la edad de los usuarios, a modo de contrastar estos datos con la hipótesis de que las nuevas tecnologías digitales permiten mayor autonomía política e informativa de las personas.

Palabras clave: efectos de Internet, medios de comunicación, expectativas políticas.

Abstract | This article describes how the Internet affects the usage and expectations around traditional media in Chile since 2003, compared to other countries. It also discusses the generation of online content and political expectations of Chileans. The effects of the web are related to the media industry, as well by non-technological factors and education of users, in order to contrast a broader range of the hypothesis that the internet enhances the political and informative empowerment of persons.

Keywords: Internet effects, traditional media, political expectations.

1 WIP Chile es un trabajo de investigación conjunto del Instituto de Estudios Mediales y el Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile con el apoyo de la Cámara de Comercio de Santiago. WIP es encabezado por el Center for the Digital Future de la Universidad de California del Sur. En América Latina, participan Argentina, Chile, Bolivia y Colombia (más detalles en <http://www.digitalcenter.org/> y en <http://www.worldinternetproject.net/>).

2 El informe completo del estudio se encuentra disponible online en www.wipchile.cl. Ver Godoy, S.; Herrera, S.; Lever, G.; Myrick, A.; Sepúlveda, M.: (2006a).

3 En 2003 y 2004 la muestra WIP Chile incluyó las ciudades de Valparaíso/Viña del Mar y Concepción, los otros dos centros urbanos más importantes del país. A menos que se indique lo contrario, los datos de 2006 se refieren sólo a Santiago.

4 Por usuario de Internet entenderemos cualquier persona que accede a Internet al menos una vez en los últimos 90 días, en cualquier lugar. En Santiago, el 48,2% de internautas se complementa con un 38% de proxy users o usuarios indirectos (no usuarios que recurren a terceros para acceder a e-mail y otras informaciones online).

5 Muchos expertos cuestionan lo que se entiende por «banda ancha» en Chile, que según los proveedores y la propia SUBTEL incluye conexiones iguales o superiores a 128 kbps que sean permanentes, no cobradas por minuto.

El estudio WIP-Chile es el capítulo local del *World Internet Project* (WIP), un proyecto longitudinal e internacionalmente comparado sobre uso y no uso de Internet y otras tecnologías digitales en la vida cotidiana de las personas de veintiséis países¹. Los datos chilenos consignados en este artículo provienen de una muestra de panel multi-etápica, estratificada y aleatoria probabilística a 1017 habitantes de la ciudad de Santiago, aplicada cara a cara entre junio y agosto de 2006². El panel ha sido encuestado previamente en 2003 y 2004³.

En este artículo se describe el impacto que Internet ha tenido en el uso de los medios de comunicación tradicionales, en las expectativas del público respecto de ellos, en la generación de contenido *online* y en las expectativas políticas generales de los chilenos. Cada uno de estos aspectos se aborda en una sección separada y en conjunto a diversos factores relativos a patrones de uso, influencia y credibilidad. El análisis se enmarca dentro de la discusión sobre si el uso de Internet facilita el desarrollo de una ciudadanía más activa, capaz de influir mejor en los asuntos políticos y de gobierno.

Los datos de este artículo provienen de un cuestionario compartido por todos los países socios del proyecto. Por su naturaleza y metodología, se tra-

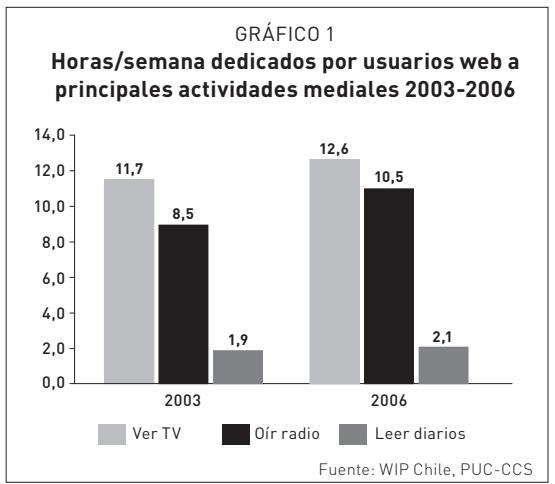
ta de un estudio que brinda un cuadro del impacto de Internet en la vida cotidiana de las personas a lo largo del tiempo, aunque la profundidad del análisis. Por ende, los datos presentados aquí deben considerarse como una aproximación a un fenómeno más complejo y que requiere ser complementados por otros métodos y estudios.

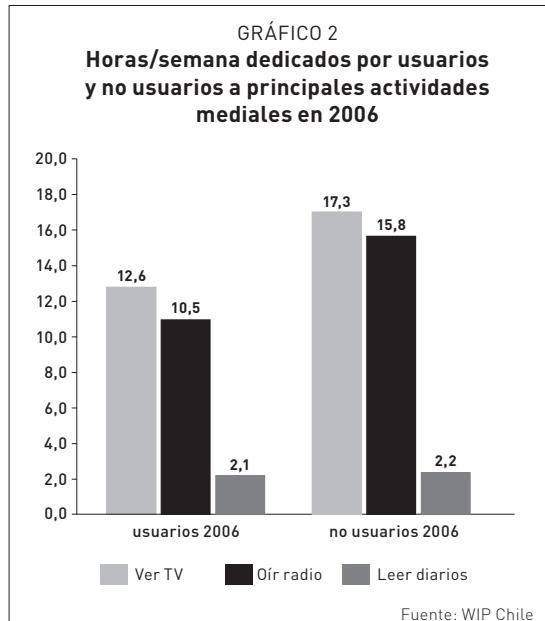
INTERNET VS. MEDIOS TRADICIONALES

El uso de medios se da en un contexto en el que el porcentaje de usuarios de Internet a nivel mundial creció de 18,7% en 2000 a 40,2% en 2006; la tasa de crecimiento en Santiago ese último año fue de 48,2%⁴. El acceso a la banda ancha (o de lo que en Chile se llama «internet móvil»)⁵ ha sido mucho más rápido, sobre todo en hogares de mayores ingresos y en sectores más pobres: el promedio de consumo de horas dedicadas a la banda ancha subió del 55% en 2000 y 2006 en promedio. En 2003, a pesar de que los hogares pobres del segmento socioeconómico más bajo que se conectaron a la red tenían banda ancha; el 72%. Pero, pese a este fuerte crecimiento, no se verificaron grandes cambios respecto a las horas dedicadas a las actividades tradicionales, ni a las valoraciones observadas en 2003, que destaca en este artículo⁶.

Por otra parte, aunque se acusa un efecto de sustitución de las actividades tradicionales por las nuevas (ver gráficos 1 y 2), los tiempos de exposición a los medios se han mantenido relativamente estables. Así, en 2006, fecha del primer estudio WIP Chile, el tiempo dedicado a ver televisión es similar al de 2003, fecha del primer estudio WIP Chile, y es similar al de 2003, fecha del primer estudio WIP Chile, como en años anteriores y al igual que en otros países afiliados a WIP, los usuarios de Internet pasan más tiempo a ver televisión que los no usuarios. Es el único medio de comunicación tradicional que no muestra una tendencia clara de reducción. Se verifica un efecto de sustitución por Internet (en Suecia), aunque en términos generales, el uso de la televisión sigue siendo importante y no ha disminuido significativamente desde 2003.

Los internautas chilenos además pasan más tiempo a oír radio, aunque ello no es una tendencia generalizada en todos los países. Esto podría deberse a las diferencias en las ofertas de radio: alrededor del 85% de las emisoras de radio que se dedica a emitir música, la mayoría en inglés y/o producida por sellos musicales norteamericanos (Godoy, 2000). Desde que WIP Chile comenzó a encuestar en 2003, el uso de la radio ha aumentado significativamente.





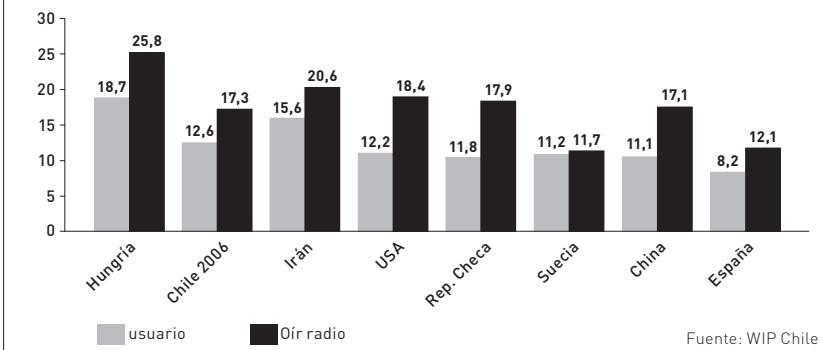
aplicarse en 2003, los usuarios han declarado que bajar música en formato MP3 es una de sus principales actividades online (Godoy & Herrera, 2005). A diferencia de la TV, en radio parece entonces verificarse un fenómeno que trasciende la tecnología per se: como las emisoras chilenas difunden casi la misma música disponible en la web, hay un efecto de sustitución. En otros países esto no ocurre, probablemente porque los contenidos de la radiodifusión son diferentes.

Finalmente, con respecto a los diarios, los internautas les dedican más tiempo que los no usuarios. Esto, que también es compartido por los demás países WIP, parece relacionarse tanto con el mayor nivel socioeconómico y educativo del internauta promedio, como con el hecho de que frente al computador se ejercen activamente las funciones de la lecto-escritura.

En otras palabras, los contenidos que ofrecen los diferentes medios influyen en el tiempo que usuarios y no usuarios les dedican a cada uno. Sin embargo, esa influencia varía según el tipo de medio.

Es importante, además, tener en cuenta otro factor: la edad. El Oxford Internet Institute, socio de WIP por Gran Bretaña, sostiene que Internet es un fenómeno eminentemente generacional: la población de usuarios se concentra en las capas más jóvenes (Dutton, Di Gennaro & Hargrave; 2005), al igual que en los demás países. Nuestros datos revelan que, al menos en Chile

GRÁFICO 3
**Horas/semana dedicados por usuarios y no usuarios
a ver TV en países WIP, 2005 (fuente: WIP)**



en 2006, el tiempo de uso de los diferentes medios comentados es diferente según la edad de los encuestados: los menores de 18 pasan más tiempo viendo TV que los adultos y dedican menos a radio y diarios.

No sabemos si los jóvenes van a mantener su patrón actual de uso de medios en la medida que envejecen o si adquirirán gradualmente un perfil similar al del adulto actual (con mayor consumo relativo de diarios y radio). Por una parte, se podría presumir que una persona criada con cierta tecnología se va a mantener fiel a ella a lo largo de su vida y descartará las «viejas». Pero también se podría suponer que, en la medida que la persona va cambiando su estilo de vida, obligaciones y tiempos disponibles (Godoy & Herrera, 2005), ésta modifica su «mix de medios» a los cuales se expone para obtener la información y/o compañía afectiva que proveen estos soportes, dado que ellos mismos son capaces deirse adaptando a las nuevas demandas. Así, persisten el teatro, el libro, la TV, el cine y otros servicios parecidos.

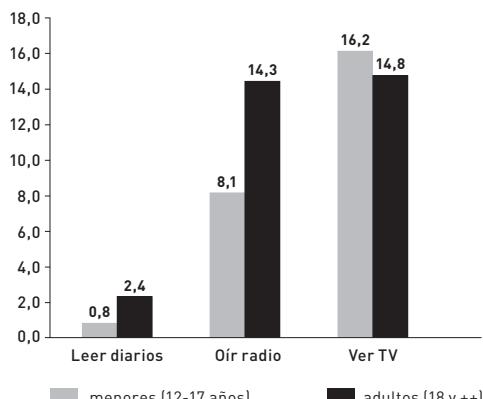
Es en este contexto que llama la atención el alza del tiempo dedicado a radio: de 6,7 horas semanales en 2003 a 8,1 horas en 2006, tanto en menores como en adultos. No contamos con datos suficientes para expli-

car esta alza, pero al menos sugiere que los llamados medios tradicionales no pierden su pareja para todos ellos en la misma medida de relacionarse con las expectativas que se forman respecto a los diferentes medios mencionados en seguida.

EXPECTATIVAS INFORMATIVAS, DE ENTRETENCIÓN Y CREDIBILIDAD

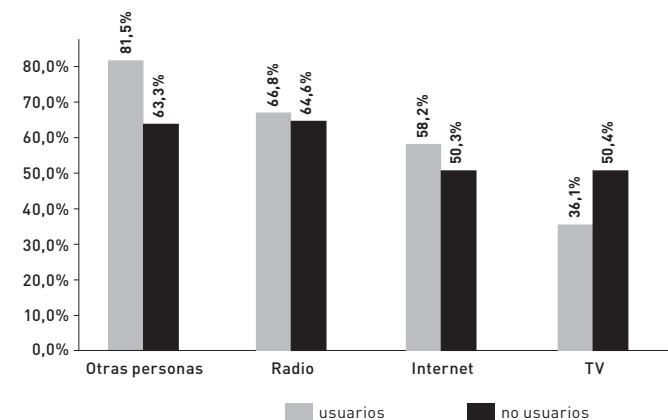
Un primer tipo de expectativa analizada tiene que ver con el valor de Internet como fuente de información respecto a otras opciones. Tal como se mencionó en la sección previa, nuestros datos podrían servir como un respaldo a la tesis de que los jóvenes son más jóvenes que sus contrapartes en la importancia informativa a Internet que tienen los adultos respecto a los no usuarios. Estos resultados no se esperan, valoran más a los medios, lo que ilustra el porcentaje de usuarios que considera «importante» y «muy importante» a diferentes opciones para informarse. Los dos grupos encuestados varían demasiado en su valoración de Internet como fuente de información.

GRÁFICO 4
Horas/semana dedicados por menores y adultos a principales actividades mediales en 2006 (usuarios y no usuarios)



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

GRÁFICO 5
Porcentaje de usuarios y no usuarios que consideran importante/muy importante como fuente de información



Fuente:

2006. De hecho, el nivel se mantiene bastante estable: los internautas, entre un poco más del 80% y los desconectados a la web, alrededor del 60%.

Sin embargo, la valoración de los diferentes medios cambia al preguntar sobre su carácter como fuente de entretenimiento, la otra variable sobre la cual indaga WIP. Incluso entre los usuarios, quienes aprecian más a la web que los demás, no sólo prefieren en mayor medida socializar con «otras personas» sino que no muestran diferencias estadísticamente significativas entre radio, TV e Internet. Al igual que en el cuadro anterior, en ambos grupos de encuestados la percepción sobre el valor de los diferentes medios se mantiene bastante estable respecto a Internet entre 2003 y 2006.

Con estas percepciones ocurren un par de fenómenos interesantes. El primero es que el contacto cara a cara con otras personas es altamente relevante para todos los encuestados, pese a su nivel de tecnologización⁷. El segundo aspecto interesante es que todos, usen o no la web, le atribuyen menor importancia como fuente de entretenimiento que de información. Por ende, parece lógico suponer que los medios «tradicionales» debieran especializarse más en entretener y acompañar; sobre todo debido a que los internautas son cada vez más activos para subir contenidos a la red. Sin embargo, como veremos a continuación, los medios tradicionales también tienen bastante que hacer en el ámbito de la información.

CONTENIDOS PUBLICADOS EN INTERNET Y SU CREDIBILIDAD

El estudio WIP analizó tres tipos de contenidos publicados por los internautas en la red: páginas web personales, blogs (publicación de opiniones a través de una especie de diario de vida donde el autor relata actividades realizada o expresa su opinión sobre temas de su interés) y fotologs (blogs o galerías de fotos propias que el autor actualiza periódicamente). Hay muchos casos de sitios web personales que han informado de manera mucho más oportuna y veraz que los medios de comunicación establecidos. Un ejemplo notable de esto fue la denuncia en 1998 del *affaire Clinton-Lewinsky* por el «periodista online» Matt Drudge, autor de un servicio online llamado el Drudge Report⁸ que comenzó

combinando chismes del espectáculo con opiniones⁹. Nuestros datos revelan que el contenido propio más común es el fotolog: 18,6% de los internautas en Chile posee uno. Esto es interesante porque es una tecnología relativamente reciente (de hecho, no se preguntó por ella en 2003 ni 2004). Que haya superado a las páginas web personales (que subieron de 7,5% en 2004 a 16,6% en 2006) puede deberse a su simplicidad de uso y a que refleja los intereses de las personas, en este caso, dar a conocer eventos a través de imágenes.

No obstante lo anterior, si bien los sitios web para búsqueda de información como Google o Yahoo gozan de la más alta credibilidad entre los internautas chilenos en 2006, en segundo lugar vienen las páginas de los medios de comunicación establecidos. En cambio, los sitios web personales (incluyendo blogs y similares), pese a que muchas veces informan sobre hechos relevantes que la prensa no quiere o no consigue cubrir, tienen niveles muy inferiores de credibilidad, incluso menores a los que poseen los sitios de gobierno.

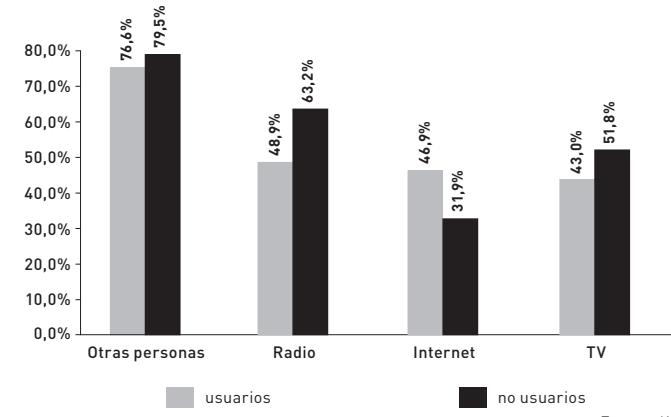
La baja credibilidad de las páginas personales co-existe perfectamente con su fuerte alza. Esto, porque se trata de fenómenos diferentes: el blog, fotolog o la página personal son, en general, maneras que tienen los

⁷ Para más impacto de socialización completa [Godoy et al., 2006].

⁸ Ver <http://drudgereport.com>

⁹ Para una revisión sobre el tema véase el Report, en particular Lewinski, M. & Harris, J. (2004). *The Way to Web 2.0: House in 2004*. House, Neff & Lewinski.

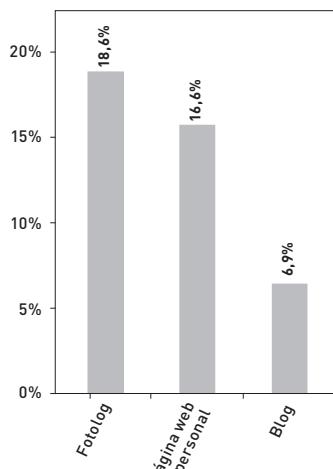
GRÁFICO 6
Porcentaje de usuarios y no usuarios que consideran importante/muy importante como fuente de información



Fuente: WIP

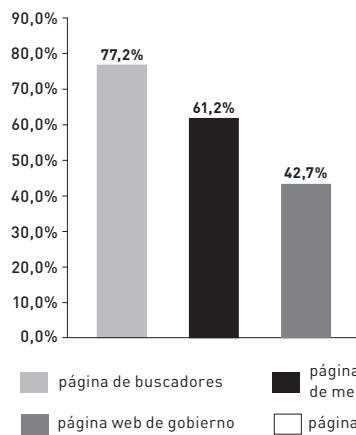
10 Aunque el mismo Matt Drudge y su *Drudge Report* han sido objeto de feroces críticas.

GRÁFICO 7
Contenido que los usuarios tienen publicado en Internet, 2006



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

GRÁFICO 8
Porcentaje de usuarios que creen que toda/la mayoría de la información en distintas fuentes online es cierta



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

internautas para autoexpresarse y su finalidad no es ser creíbles o veraces. Ello no impide, por supuesto, que algunos sitios individuales sí lo sean y que incluso a veces informen mejor que medios de comunicación profesionales¹⁰.

Del mismo modo en que el uso de los medios tradicionales está influido por aspectos no tecnológicos (como sus contenidos o la edad del usuario *web*), la credibilidad de la información disponible *online* depende de factores de contexto (por ejemplo, políticos). Estos factores van más allá de las variables que aborda el cuestionario WIP, pero pueden deducirse de manera indirecta. El Gráfico 9 ilustra el porcentaje comparado de usuarios en diferentes de países WIP que consideraban creíble toda o la mayor parte de la información *online* en 2005 (Chile no pudo ser incluido en la comparación por razones metodológicas). Dos países de Europa Oriental de tradición autoritaria, Hungría y la República Checa, eran los más confiados. En el extremo opuesto se encontraba China, seguido a cierta distancia por Suecia, una de las democracias más tolerantes, sólidas y antiguas del planeta.

En un estado intermedio se encontraban Estados Unidos, España e Irán.

¿Tendrá esto relación con factores profundos? Si bien el concepto de «información» es central al periodismo, un primer factor a considerar es la disponibilidad de otras fuentes de información en la red (periodísticas y de otro tipo). La posibilidad de acceder libremente a ellas (según el Índice Mundial de Libertad de Prensa, 2006), los húngaros y checos gozan de una libertad de expresión más amplia que los chinos, mientras que iraníes y chinos enfrentan restricciones en sus sistemas informativos. Una explicación para la mayor credulidad de los primeros es el alto nivel de escepticismo de los segundos. Sin embargo, este combina un fuerte escepticismo frente a las informaciones *online* con uno de los índices más bajos de credibilidad de la prensa. Este tipo de paradojas es difícil de explicar, lo que sugiere la necesidad de factores más profundos que relacionen la calidad del sistema político (o el grado de libertad de expresión) con la disponibilidad *online* de información políticamente relevante.

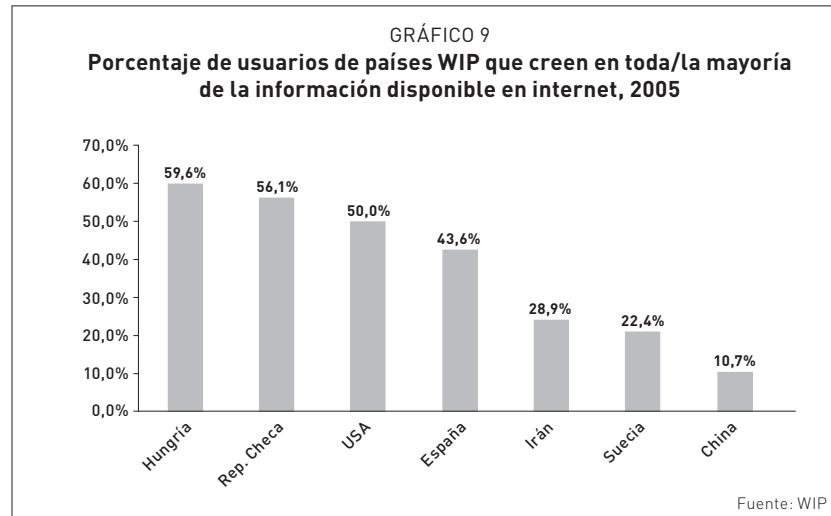
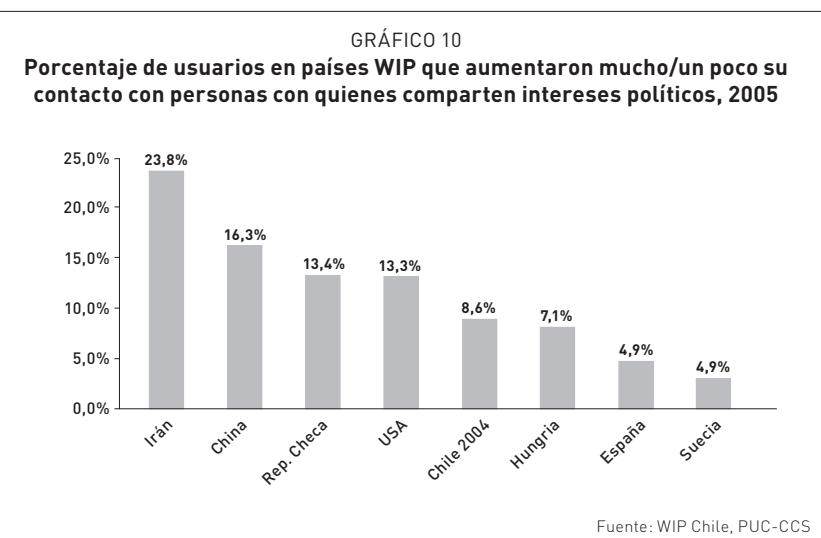


TABLA N° 1
Selección de países ordenados según su puntaje en el Índice Mundial de Libertad de Prensa 2006
(Fuente: Reporters Sans Frontières, 2006)

Nº	País	Puntaje (0,0 = mínimas restricciones)
1	Finlandia	0,50
5	República Checa	0,75
10	Hungría	3,00
14	Suecia	4,00
16	Canadá	4,50
19	Nueva Zelanda	5,00
23	Alemania	5,50
27	Reino Unido	6,50
40	Italia	9,90
41	España	10,00
49	Chile	11,63
51	Japón	12,50
53	Estados Unidos	13,00
75	Brasil	17,17
76	Argentina	17,30
119	Estados Unidos (extra-territorial)	31,50
162	Irán	90,88
163	China	94,00

Varios autores han confiado en que la política podrá mejorar gracias a la posibilidad técnica de transmitir mensajes instantáneamente por todo el mundo, facilitando así un mayor control ciudadano.



INTERNET Y POLÍTICA

En esta sección abordaremos la influencia percibida de Internet en la vida política de las personas. Tal como ocurrió cuando apareció la telegrafía a mediados del siglo XIX, la radio a inicios del siguiente o la TV hace más de cinco décadas, varios autores han confiado en que la política podrá mejorar gracias a la posibilidad técnica de transmitir mensajes instantáneamente por todo el mundo, facilitando así un mayor control ciudadano. Aunque tomado literalmente puede sonar ingenuo, este argumento tiene como precedente poderoso la difusión de la imprenta en Europa a partir del siglo XV, en el contexto de las guerras religiosas y la consolidación de los absolutismos nacionales, en desmedro del poder de la Iglesia y el feudalismo (Crowley & Heyer, 1997).

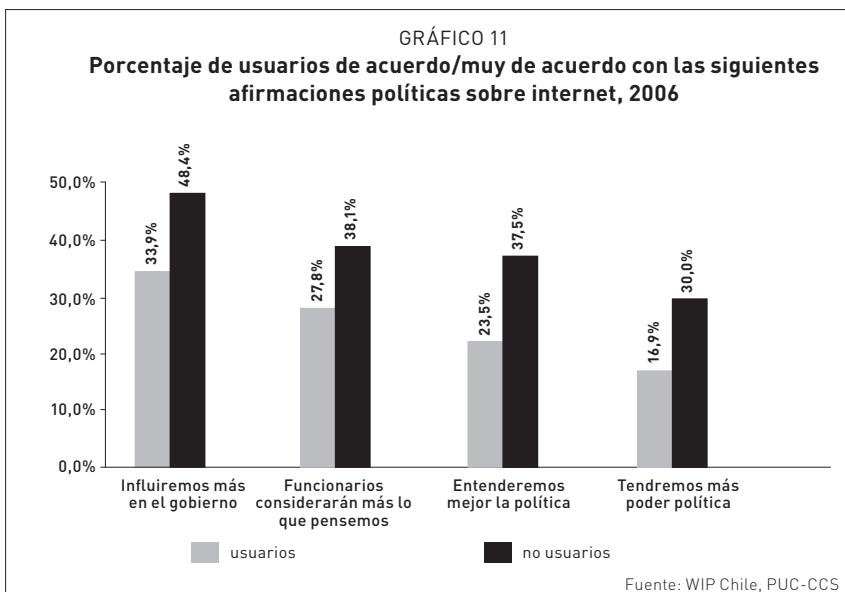
En el caso de Internet y las demás tecnologías temporáneas, hay varios ejemplos de organizaciones ciudadanas organizadas en torno al uso de las herramientas: desde la sorpresiva derrota de José María Aznar en España tras los acontecimientos el 11 de marzo de 2003, hasta la creación de los «pingüinos» (escolares) en Chile en 2004. Sin embargo, respecto a las demás áreas, es difícil evaluar el efecto de las tecnologías comentadas en este capítulo, ya que puede haber mayor o menor impacto dependiendo de si las restricciones de esta herramienta dependen de factores tecnológicos o de simple desarrollo económico.

En el Gráfico 10 puede apreciarse que el porcentaje de usuarios de diferentes países WIP que aumentaron su contacto con personas con quienes comparten intereses políticos es más alto en Irán y China, lo que refleja las mayores restricciones en los canales tradicionales de participación política. Sin embargo, parece que sus vínculos con personas afines a su propia cultura son iguales que antes: el 64,3% de los usuarios en Irán, el 71,3% en China, el 84,9% en la República Checa, el 76,8% en Estados Unidos, el 70,2% en Chile (datos de 2004), el 90,2% en Hungría, el 80,4% en España y el 80,4% en Suecia.

Al observar más en detalle las experiencias de los internautas en comparación entre los usuarios y los no usuarios, surgen rasgos interesantes, algunos de ellos muy alentadores para quienes creen en el factor democratizador inevitable de la red. En el Gráfico 11 se puede ver que, respecto de las expectativas políticas que se formularon a los usuarios WIP Chile en 2006, los no usuarios son más optimistas que quienes ya están conectados, una visión pareciera que, tal como ocurrió con las esperanzas de que la telegrafía o la radio

11 Se refiere a los usuarios que respondieron «acuerdo» o «muy de acuerdo» con las afirmaciones: «usando Internet, las personas influyen más en el gobierno», «los funcionarios considerarán más lo que pensemos», «entendremos mejor la política» y «tendremos más poder político».

12 Más referencias a Castells en el texto.



más al gobierno y sus ciudadanos, las personas tienen expectativas demasiado altas respecto de Internet. Pero asimismo, basta con convertirse en un usuario para darse cuenta de que eso es ilusorio. Mal que mal, ni gobernantes ni funcionarios públicos tienen motivos especiales para darle más atención a un e-mail que a una carta, un telegrama o a una persona que solicita una entrevista.

Sin embargo, al analizar cómo han evolucionado estas expectativas entre 2003 y 2006, surge un cuadro más alejado. Al menos en lo referente a influir más en el gobierno y a entender mejor la política (las únicas dos dimensiones preguntadas en ambas fechas por WIP Chile), el porcentaje de internautas que así lo cree ha aumentado: de 23% a 34% para el primer caso y de 18% a 24% para la segunda variable¹¹. En contraste con esto, los no usuarios incrementaron su optimismo respecto a la primera alternativa (de 27% a 48%), pero declinaron levemente en la segunda (de 41% a 38%).

En definitiva, los no usuarios tienen una visión más idealizada de la influencia de la red sobre el poder político, encarnado en gobernantes y funcionarios públicos. Ahora bien, a pesar de que los internautas son menos optimistas, sus expectativas y esperanzas no han disminuido a lo largo del tiempo.

CONCLUSIONES

En este capítulo hemos comentado varias diferencias que existen entre usuarios y no usuarios de Internet en el ámbito de los medios tradicionales de comunicación, la generación de contenidos *online* y las expectativas políticas, aunque circunscritos al repertorio de preguntas más bien generales contenidas en el estudio internacional WIP (que abarca muchos más aspectos relativos a la vida cotidiana de los encuestados). Muchas de esas diferencias parecen corroborar las visiones más optimistas –tales como las de Manuel Castells (2000)¹²– sobre el impacto positivo que tendría Internet y otras tecnologías digitales sobre las personas en cuanto a mayor

A primera vista pareciera que, tal como ocurrió con las esperanzas de que la telegrafía o la radio acercarían más al gobierno y sus ciudadanos, las personas tienen expectativas demasiado altas respecto de Internet.

13 El estudio WIP formula dos preguntas específicas sobre la productividad percibida, atribuble a internet en el trabajo y en los estudios, las cuales se formulan a los internautas que trabajan y estudian. No sólo la percepción de productividad es más fuerte en el ámbito laboral que en el de estudios, sino que sospechamos que estas percepciones pueden estar magnificadas. Ver Godoy et al., 2006b.

poder político, capacidad de expresarse y acceder a información relevante, o productividad laboral. Aunque no hemos tenido espacio de comentarlos aquí, hay datos de WIP-Chile 2006 relativos a comercio electrónico, actividades cotidianas *offline*, redes sociales, y percepción de productividad laboral y académica que respaldan, aunque sea parcialmente, esa tesis.

En los aspectos analizados en este artículo, una de las diferencias más claras que se advierten entre internautas y no usuarios es el menor tiempo que los primeros dedican a ver televisión, lo cual es compartido por los demás países del proyecto WIP, salvo en Suecia. También se constata un explosivo aumento en la generación de contenidos propios en la red, así como que los usuarios atribuyen la mayor credibilidad informativa a los buscadores *online*. Esto indica una menor dependencia de agencias tradicionales de poder y acceso a la información, lo cual podría interpretarse como una declinación de los medios tradicionales. Ello se ve reforzado además por el aumento entre 2003 y 2006 de las expectativas que los internautas tienen respecto a que esta herramienta les permitiría una mayor influencia política.

Sin embargo, en la mayoría de los demás casos analizados, no está tan claro que sea Internet por sí misma la que explica los cambios de conductas y expectativas entre usuarios y no usuarios de la *web*. De hecho, al menos la edad y otras condiciones del contexto (como contenidos de los medios o patrones culturales) parecen tanto o más importantes que la tecnología. Además, salvo los casos recién comentados, las diferencias observadas entre usuarios y no usuarios se han mantenido casi constantes entre 2003 y 2006. Por último, los datos de WIP Chile 2006 también impugnan la hipótesis de mayor autonomía informativa y política de las personas que usan este tipo de herramienta, así como su mayor productividad laboral o académica¹³.

Respecto de la posible declinación tradicionales de comunicación, si bien se restándole tiempo de visionado a los internautas con la lectura de diarios en *online*, internautas son más educados y adinerados que no usuarios, no es extraño que dediquen más tiempo a leer. Al menos en este punto, la diferencia establece entre usuarios y no usuarios de acuerdo a tramo etario. Sin embargo, aunque se constata que efectivamente los menores de edad leen menos, no tenemos suficiente información para asegurar que se vayan a mantener en el futuro o si incrementarán sus niveles de lectura medida que maduren y envejezcan. Otra diferencia menor tiempo que los usuarios web consumen de radio, el factor que explique por qué el consumo de este medio aparece menoscabado frente a la televisión, de ser el contenido que ofrecen las emisoras de radio (música pregrabada también disponible en la *web*) que la tecnología *per se*.

Es innegable que los internautas han transformado de manera exponencial la cantidad de contenidos que suben a la red, y que los buscadores como Google o Yahoo! son los que gozan de la mayor credibilidad informativa. Sin embargo, ello es algo poco creíble que son los *blogs* y otros sitios que al menos en promedio y sin contar con excepciones, puedan tener algunos sitios específicos que representan los segundos actores *online* más creíbles que los medios de comunicación tradicionales.

De manera similar, la edad parece explicar las diferencias entre usuarios y no usuarios de la *web*. Al igual que en 2003, en 2006 los internautas realizan más ejercicio físico y compartían más tiempo con amigos que los no usuarios, mientras que los no usuarios preferían socializar con familiares y amigos.

primeros son más jóvenes que el otro grupo analizado, son naturalmente más propensos a hacer más deporte y a preferir socializar con pares en vez de parientes.

En síntesis, así como los contenidos pueden influir en el uso y consumo de medios de comunicación, también hay factores generacionales y culturales que afectan la socialización de las personas. Algo similar ocurre respecto a las dimensiones políticas analizadas: si bien

hay varios ejemplos de movilización ciudadana atribuibles a campañas espontáneas por Internet y celulares que han puesto en aprietos a las agencias tradicionales de poder y de información, no tenemos evidencia suficiente como para demostrar que el uso de Internet conlleva más poder político a las personas comunes y corrientes. Incluso constatamos más escepticismo entre quienes ya usan la red que entre los excluidos.

BIBLIOGRAFÍA

- **Godoy, S.; Herrera, S.; Lever, G.; Myrick, A.; Sepúlveda, M.** (2006a): Monitoreando el futuro digital: resultados encuesta WIP-Chile 2003, 2004 y 2006. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Estudios Mediales, Instituto de Sociología y Escuela de Ingeniería; Centro de Estudios de la Economía Digital, Cámara de Comercio de Santiago, Santiago.
- **Herrera, Soledad** (2005): Dropouts and New Users in the Internet Community, Santiago de Chile, paper presentado en WIP/BIT Conference 2005, Facultad de Comunicaciones UC, Santiago de Chile.
- **Herrera, Soledad** (2006): ¿Está Disminuyendo la Brecha Digital en Chile?. *Economía & Administración* Nº151 (diciembre/enero): pp. 30-37.
- **Godoy, Sergio** (2005a): Estudio WIP/BIT: Chile en el globo virtual. *Revista Universitaria*, Nº 87, pp. 62-65.
- **Godoy, Sergio**(2005b): Resultados WIP-Chile 2003-2004: ¿Cómo está y dónde va el uso de internet en Chile?. *Cuadernos de Información* Nº18, pp. 101-111
- **Godoy, Sergio & Herrera Soledad** (2004): Qué ocurre cuando se usa (y no se usa) internet: resultados del World Internet Project-Chile. *Cuadernos de Información* Nº16-17, pp.71-84.
- **Godoy, Sergio & Herrera, Soledad** (2007) Precisions About The Broadband Divide In Chile, en Yogenesh Diwedi (Ed.). *Handbook of Research on Global Diffusion of Broadband Data Transmission*. Londres: Idea Group Reference.
- **Godoy, Sergio** (2000): Radio en la era digital: la relativa fragilidad de lo local, en *UNICOM: Desafíos de la sociedad de la información en América Latina y Europa*. Santiago: Lom.
- **Godoy, Sergio** (1999): *Gestión de Radio y TV*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- **Dutton, William; di Gennaro, Corinna; Hargrave, Andrea** (2005): *The internet in Britain. The Oxford Internet Survey (OxIS)*. Oxford: Oxford Internet Institute, University of Oxford.
- **Halperin, Mark & Harris, John** (1998): *The Way to Win: Taking the White House in 2008*. New York: Random House.
- **RSF** (2006): *Worldwide Press Freedom Index 2006*, Reporters Sans Frontières, Paris, http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=639
- **Crowley, David & Heyer, Paul** (1997): *La Comunicación en la Historia. Tecnología, Cultura, Sociedad*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- **Castells, Manuel** (2000): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, 2^a Ed., Madrid: Alianza Editorial.