

## **Diferencias y semejanzas en el uso de celulares e Internet entre usuarios y no usuarios de ambas tecnologías en Chile: hallazgos de WIP-Chile 2006**

Artículo preparado para la sesión “usos sociales de la telefonía móvil en América Latina” del Seminario “Desarrollo Económico, Desarrollo Social y Comunicaciones Móviles en América Latina” organizado por Fundación Telefónica, Buenos Aires, 20 y 21 de abril de 2007

Por Sergio Godoy E., MBA, PhD  
Director WIP Chile (Proyecto Fondecyt N°1050769)  
Subdirector de Investigación y Postgrado  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
[sgodoye@puc.cl](mailto:sgodoye@puc.cl)

Con la colaboración de Juan Cristóbal Arriagada  
Instituto de Sociología  
Pontificia Universidad Católica de Chile

### ***Abstract:***

*Con un porcentaje estimado de 40% de usuarios de Internet en 2006 a nivel nacional y de 48% en la capital, Santiago (la mayoría de las cuales son de banda ancha), Chile presenta la mayor tasa de penetración de esa herramienta en América Latina pese a que las tasas actuales de crecimiento no son las más aceleradas. Algo similar ocurre con la telefonía celular, a la cual accede un 87% de los internautas y un 65% de los no usuarios de la red. Este artículo describe las diferencias y semejanzas entre usuarios y no usuarios de ambas tecnologías en el ámbito de las expectativas políticas, socialización y de medios tradicionales de comunicación en base a de los datos más recientes del estudio WIP Chile 2006, distinguiendo entre jóvenes de 12 a 17 años y adultos mayores de 18.*

### **Introducción**

Este artículo analiza los principales usos y expectativas respecto a internet, particularmente su supuesta influencia política, en medios tradicionales de comunicación y en ciertas actividades de socialización “offline” relevantes. Los datos están extraídos de la última encuesta WIP Chile 2006, distinguiendo tanto entre usuarios de Internet y de celulares como entre jóvenes de 12 a 17 años y adultos mayores de 18. De esa manera hemos tratado de determinar la influencia del uso de celulares respecto al de Internet en esos ámbitos de la vida cotidiana en base a las variables que analiza el cuestionario WIP Chile, el cual permite una

apreciación general del uso de estas tecnologías sin entrar en mucho detalle.

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 países<sup>1</sup>. Los datos chilenos consignados en este artículo provienen de una muestra de panel multietápica, estratificada y aleatoria probabilística a 1017 habitantes de la ciudad de Santiago, aplicada cara a cara entre junio y agosto de 2006 (ver Godoy et al., 2006b). El panel ha sido encuestado previamente en 2003 y 2004, fechas en que además estuvieron incluidas las ciudades de Valparaíso/Viña del Mar y Concepción, los otros dos centros urbanos más importantes del país.

La primera parte de este artículo caracteriza al usuario de celular chileno según cifras oficiales de telecomunicaciones, y detalla algunos aspectos específicos del uso de estos aparatos según los hallazgos de WIP Chile 2006. La segunda parte detalla ciertos aspectos críticos del uso de Internet y cómo esta tecnología afecta (o no) a los medios tradicionales de comunicación y a ciertas actividades “offline” de socialización, distinguiendo entre usuarios de celular y de la web así como entre adolescentes y adultos. Por último, se analizan las expectativas políticas sobre Internet que tienen los diferentes tipos de usuarios de celular y de Internet, siempre distinguiendo entre mayores y menores de 18 años.

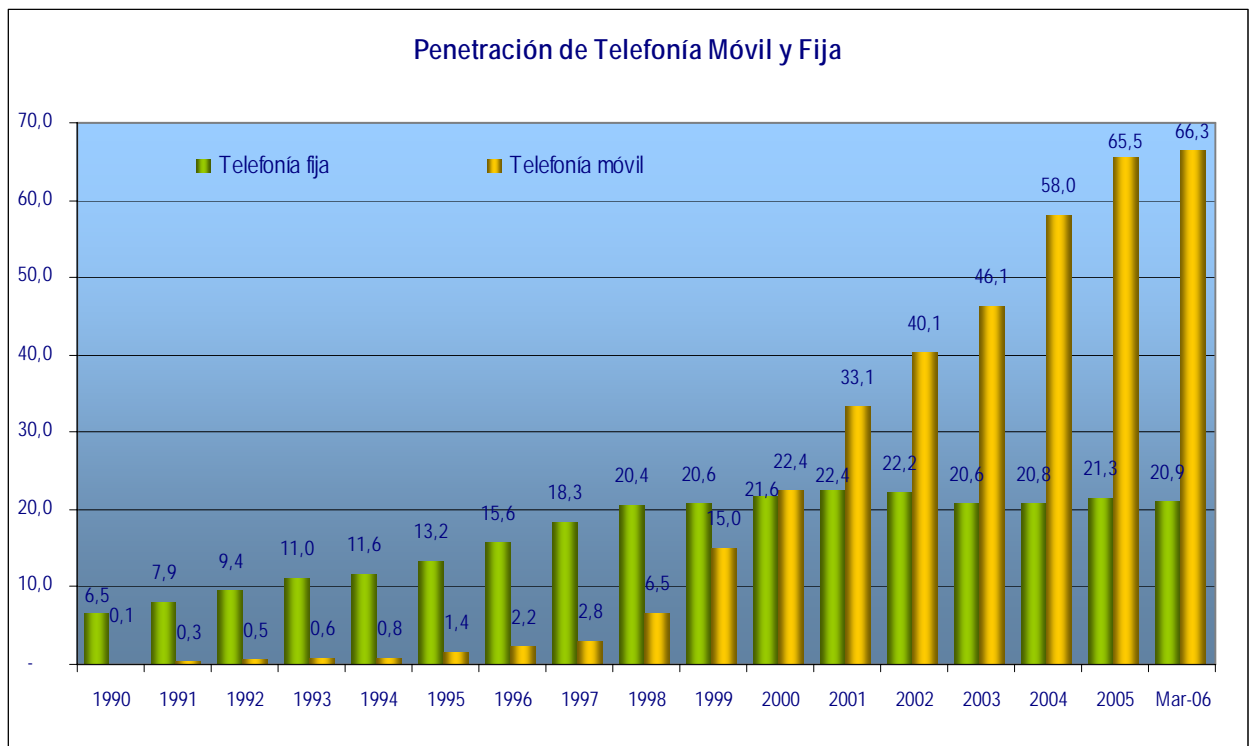
---

<sup>1</sup> 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/>).

## Primera parte: caracterización del usuario de celular en Chile

En unos quince años, la telefonía celular en Chile se ha expandido rápidamente hasta alcanzar una penetración cercana al 70% a inicios de 2006. Si bien la telefonía fija había estado creciendo durante los años 90, ésta quedó estancada en alrededor de un 20% para el cambio de milenio, como puede apreciarse en el gráfico 1.

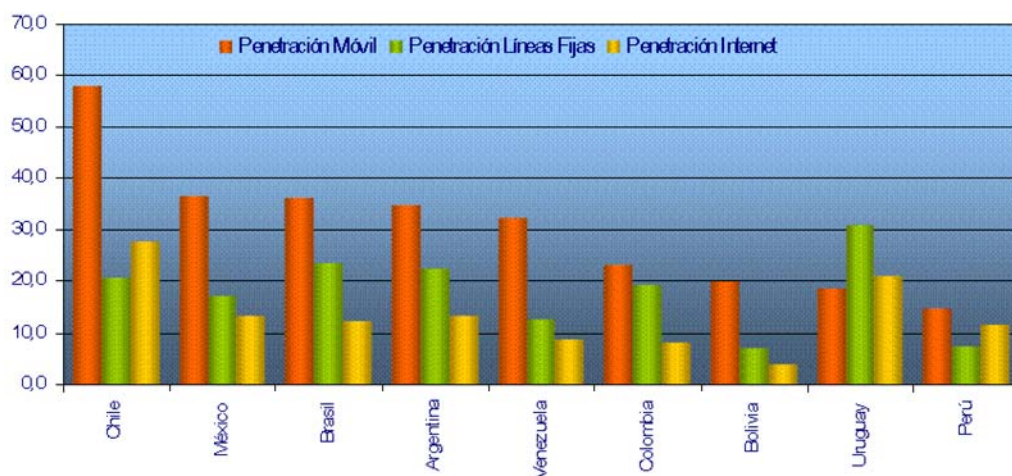
**Gráfico 1. Penetración telefonía móvil y fija 1990-2006 (Fuente: SUBTEL, Chile)**



En el gráfico 2 puede apreciarse una comparación reciente de la penetración de la telefonía fija, móvil e Internet en Latinoamérica. Salvo en telefonía fija, liderada por Uruguay, en ese entonces ya Chile encabezaba las estadísticas regionales de celulares y de uso de internet. Los datos del proyecto WIP confirman estas cifras.

**Gráfico 2. Penetración comparada telefonía móvil, fija e Internet en Latinoamérica, 2004 (Fuente: SUBTEL, Chile, en base a datos de UIT 2005)**

**Penetración Telefonía Móvil, Telefonía Fija y Usuarios de Internet- América Latina**  
(Diciembre 2004)



Entre 2000 y 2006, el porcentaje de internautas creció del 18,4% al 40,2% a nivel nacional. En Santiago, donde se concentran dos quintos de la población total del país, la penetración de Internet alcanzó a 48,6%. Dentro de este porcentaje, un 87% cuenta con celulares (Godoy et al., 2006b).

<b>Tabla 1.</b> <b>Perfil del usuario de celular en Santiago de Chile 2006</b>		
<b>Variable</b>	<b>Segmento</b>	<b>Porcentaje</b>
GSE	ABC1C2 (alto/medio alto)	84,4%
	C3 (medio)	75,9%
	D (bajo)	68,9%
EDAD	menor 12-17	66,9%
	adulto >18	76,8%
SEXO	Hombre	76,5%
	Mujer	74,1%
USO WEB	Usuario web	86,8%
	No usuario	64,5%
Fuente: WIP Chile 2006		

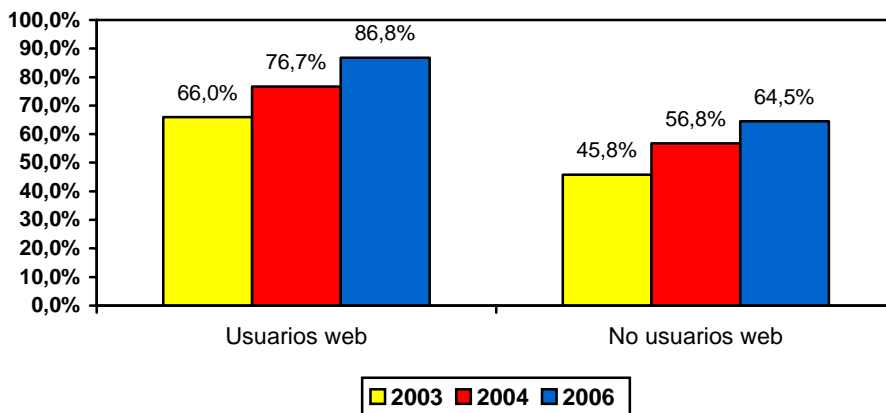
La tabla N°1 sintetiza los principales rasgos del usuario de celular en Chile según WIP Chile 2006. Al igual que en el caso de Internet y de la banda ancha en particular, la telefonía móvil se concentra especialmente en los estratos más adinerados ABC1-C2. No obstante, casi el 70% del

segmento D de bajos ingresos cuenta también con esta herramienta. Al revés que con Internet, los mayores de 18 aventajan a los menores de edad en celulares. La diferencia por sexo no es estadísticamente significativa.

El hecho de que cuenten con celular casi el 65% de quienes no tienen acceso a la web ayuda a atenuar la brecha digital: sólo un 31% de la muestra WIP Chile 2006 no accedía a Internet ni a teléfonos móviles, a quien llamaremos “excluidos”. Pero la exclusión también se ve aliviada por la existencia de un alto porcentaje de *proxy users*, personas sin acceso directo a Internet que recurren a terceros para que les revisen el correo electrónico o les bajen información relevante de la web. Si se suman los usuarios directos (48,6%) a estos indirectos (38,1%), sólo queda un 13,3% de excluidos (para una mayor profundización sobre la brecha digital en Chile, ver Herrera 2005; 2006).

El Gráfico 3 muestra el nivel de penetración de la telefonía celular entre usuarios y no usuarios de Internet. Aunque la tecnología ha crecido en ambos grupos, la diferencia entre ellos se ha mantenido casi constante desde 2003.

**Gráfico 3. Posesión de celular en usuarios y no usuarios de Internet 2003-2006.**

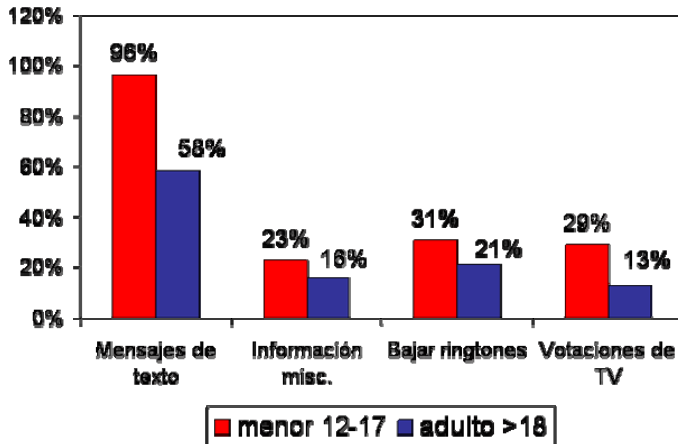


Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Los gráficos 4 y 5 examinan en más detalle los usos dados a los celulares por los chilenos encuestados en 2006. En general, los jóvenes son bastante más entusiastas que los mayores para aprovechar al máximo las posibilidades técnicas que ofrecen los móviles, especialmente en materia de enviar mensajes de texto. Y aunque la cifra absoluta es mucho menor,

son el doble de entusiastas que los adultos para participar en encuestas y votaciones vinculadas a programas televisivos (gráfico 4).

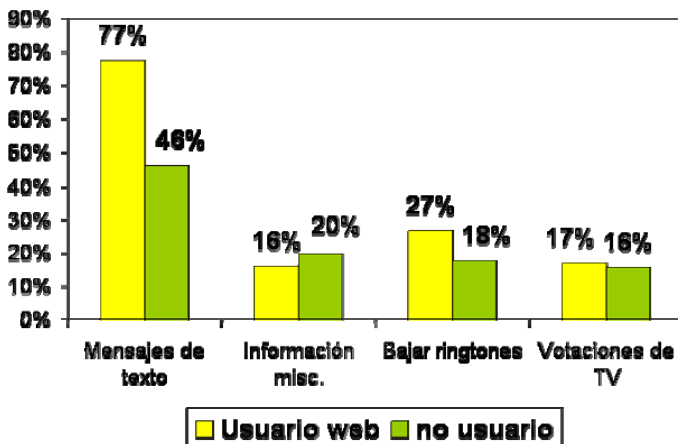
**Gráfico 4. Usos del celular en jóvenes y adultos**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Estos contrastes se matizan al analizar esos datos desde la perspectiva de quién es usuario y no usuario de Internet, aunque se mantiene un uso mayoritario de mensajería de texto respecto a las demás conductas analizadas (gráfico 5). Esto puede deberse a que la mensajería de texto requiere habilidades de lecto-escritura similares a las requeridas frente al computador, lo cual le facilita enviar este tipo de mensajes a un internauta que cuente con celular.

**Gráfico 5. Usos de celular en usuarios y no usuarios de internet**

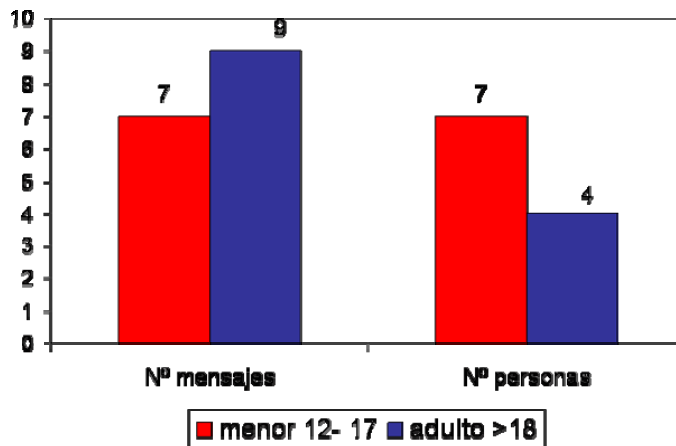


Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Al concentrarse específicamente en el número promedio de mensajes de texto enviados a la semana y el número de personas contactadas por esta

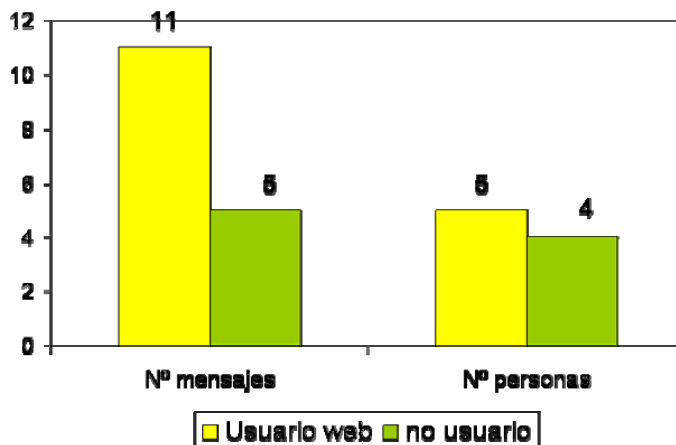
vía, surgen diferencias interesantes al analizar por edad y por uso de Internet. Los menores de edad envían un promedio menor de mensajes de texto a más personas que los mayores, quienes envían más mensajes a menos gente (gráfico 6). Al distinguir entre usuarios y no usuarios de Internet, se produce una gran diferencia en la cantidad de textos emitidos entre ambos grupos pero no así en términos del número de personas contactadas (gráfico 7).

**Gráfico 6. Promedio semanal de mensajes de texto y personas contactadas en jóvenes y adultos**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

**Gráfico 7. Promedio semanal de mensajes de texto y personas contactadas en usuarios y no usuarios de internet**

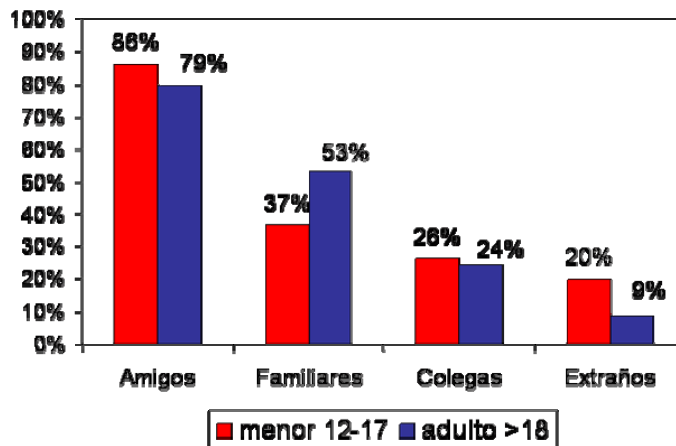


Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Al analizar qué tipo de personas son contactadas por mensajería de texto, preponderan los amigos por sobre el resto de las categorías, sobre todo entre los más jóvenes (gráfico 8). En tanto, los familiares son

proporcionalmente más contactados por los adultos, un rasgo coincidente con las etapas de desarrollo psicológico y social de las personas y que hemos comentado en otras ocasiones: independientemente de las tecnologías que se usen para comunicarse con diferentes grupos de interés, los más jóvenes privilegian interactuar con amistades en vez de parientes directos (Godoy & Herrera, 2007; Godoy et al., 2006; Godoy & Herrera, 2004). Eso puede explicar además la mayor propensión de los adolescentes a intercambiar mensajes a extraños.

**Gráfico 8. Personas frecuentemente contactadas mediante mensajes de texto por jóvenes y adultos**



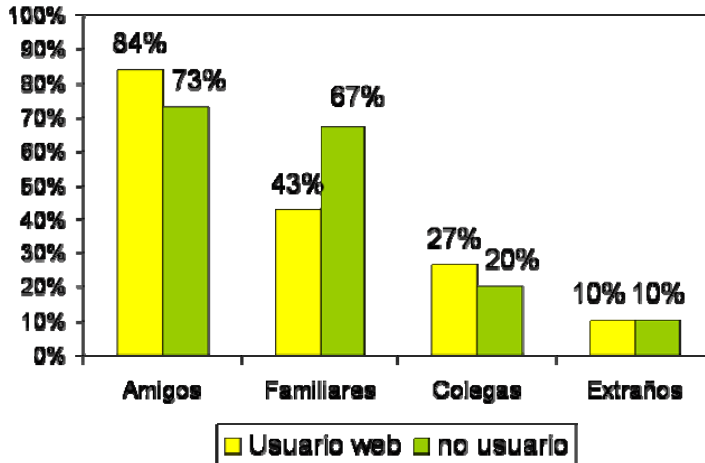
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

El gráfico 9, que distingue según el acceso a Internet, arroja resultados similares: se combina por una parte el hecho que el internauta es, en promedio, más joven que el no usuario. Por otra parte, el usuario de Internet es una persona más tecnológizada y que usa de manera más intensiva tecnologías adicionales a la web.

Desgraciadamente nuestros datos no permiten profundizar más en estos aspectos del uso de celulares. En cambio, un estudio en profundidad adicional a la encuesta de uso de Internet y celulares ejecutado por el equipo japonés de WIP detectó que las escolares japonesas preferían usar sus móviles para mantenerse en contacto con sus amigas, mientras que los adolescentes del sexo opuesto privilegiaban Internet para juegos interactivos con pares del mismo sexo a quienes no conocían directamente (Ishii, 2004a, 2004b).



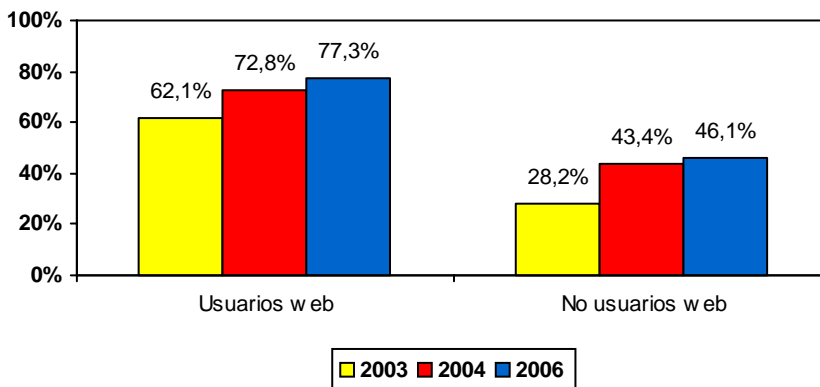
**Gráfico 9. Personas frecuentemente contactadas mediante mensajes de texto por usuarios y no usuarios de internet**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

En todo caso, la experiencia con el uso de tecnología es un factor muy relevante para integrarla a la vida cotidiana de las personas. Respecto al uso de internet, los datos de WIP Chile han mostrado que, a medida que acumulan años de experiencia, los internautas chilenos han ido modificando su perfil de uso desde conductas más bien lúdicas y exploratorias (como navegar sin propósito definido o buscar información de entretenimiento) hacia usos más concretos e instrumentales, como pagar cuentas o buscar información relevante para sus estudios o trabajos (ver Godoy et al., 2006b).

**Gráfico 10. Uso de mensajería de texto por celular en usuarios y no usuarios de Internet 2003-2006.**

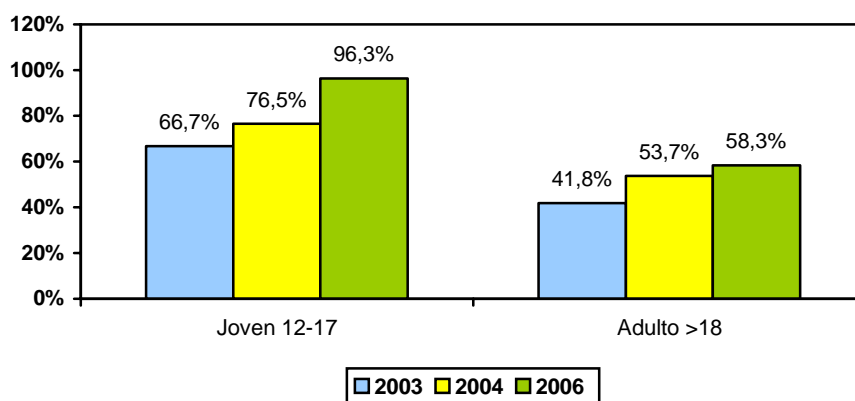


Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Algo parecido debiera ocurrir con el uso de celulares, aunque aún no disponemos de suficientes datos a lo largo del tiempo como para analizar los cambios en el repertorio de usos dados a estos aparatos –en parte, debido a que han ido incorporado nuevas funciones y usos de manera acelerada. Como puede apreciarse en el Gráfico 10, la función de mensajería de texto (que sí hemos estudiado desde el inicio del proyecto) ha crecido sostenidamente entre 2003 y 2006 tanto entre usuarios como no usuarios de Internet que poseen teléfonos móviles.

Al menos en este tipo de uso del celular, desde 2003 se mantiene el entusiasmo de los adolescentes por los mensajes de texto respecto a los adultos hasta alcanzar casi la totalidad de los menores de 17 años que poseen teléfonos móviles. En todo caso, esta aplicación ha crecido en todos los segmentos etéreos (ver gráfico 11).

**Gráfico 11. Crecimiento de la mensajería de texto en jóvenes y adultos 2003-2006.**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

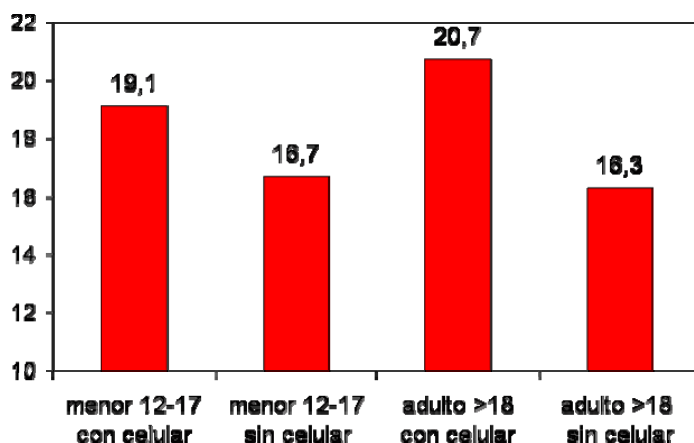
Como podrá inferirse de los datos expuestos, hay una fuerte correlación entre el acceso a Internet y ser usuario de otras tecnologías de información como celulares (Godoy & Herrera, 2007; Godoy et al., 2006b). Esto puede deberse a que los usuarios de Internet, tanto por sus características etéreas como socioeconómicas, son más proclives al uso de tecnología. El gasto mensual promedio de los internautas en telefonía celular se ha mantenido casi congelado en los 21,3 dólares (poco menos de doce mil pesos chilenos), pero sigue siendo mayor que entre los no usuarios de la web (quienes incrementaron el suyo de 13,6 a 15,2 dólares mensuales entre 2003 y 2006). A lo anterior se añade el pago de 25,2 dólares mensuales promedio por estar conectado a la red (Godoy et al., 2006b).

Por añadidura, quienes usan Internet y además tienen celular son compradores online más activos (de los que compran online, 25% cuentan con ambos aparatos) que quienes no tienen teléfonos portátiles (9%). La compra electrónica es una de las conductas web más cruciales dado que no sólo implica búsqueda de información, sino contrastarla, contar con medios de pago adecuados, tener una contraparte de oferentes de bienes y servicios y, sobre todo, confianza en el sistema de ventas electrónicas. En todo caso, la tasa de usuarios que compran en Internet se ha mantenido en niveles cercanos al 20% desde 2003, un porcentaje inferior al de países desarrollados (Godoy et al., 2006b).

## Segunda parte: cómo los celulares afectan el uso de Internet

En esta segunda parte examinaremos cómo el uso de celulares afecta (o no) la manera que tienen las personas de integrar Internet a su vida cotidiana. El gráfico 12 refuerza lo señalado antes: hay una fuerte correlación entre ser usuario de Internet y ser usuario de otras tecnologías de información tales como la telefonía móvil. Ello es evidente incluso al distinguir entre jóvenes y adultos: en ambos grupos, quienes tienen acceso a la web y además tienen un móvil, dedican más tiempo semanal a estar *online*.

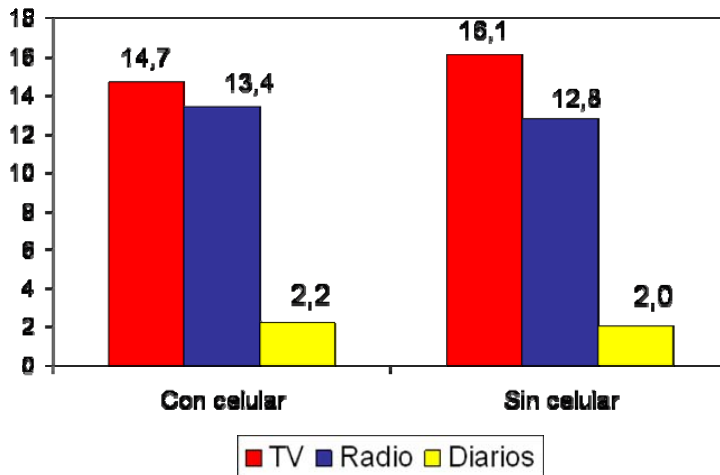
**Gráfico 12. Horas semanales de uso de Internet según edad y uso de celulares (Base: usuarios de internet)**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Algo similar ocurre al analizar la posible influencia del uso de celulares en el tiempo semanal dedicado a medios convencionales de comunicación –radio, TV y prensa. Las diferencias entre quienes cuentan con aparatos móviles y quienes no los poseen no son significativas (gráfico 13).

**Gráfico 13. Horas semanales de uso de medios tradicionales de comunicación según uso de celular**



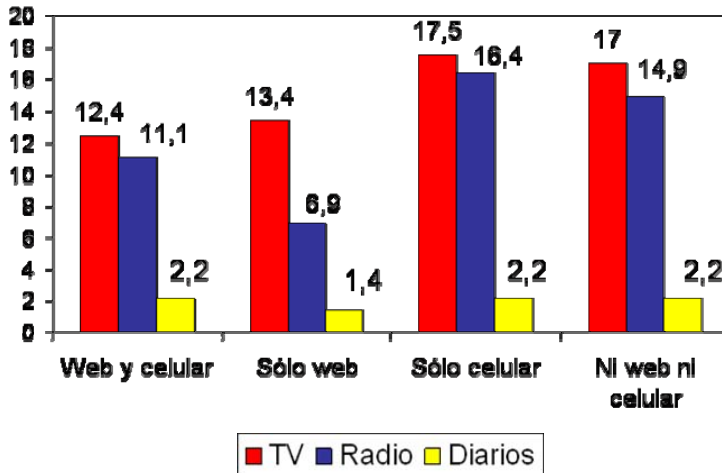
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

No obstante lo anterior, surgen algunos matices interesantes al distinguir entre aquellas personas plenamente “integradas” a la tecnología (quienes cuentan con celular y con acceso a Internet) como aquellas “excluidas” (quienes carecen de ambas), así como aquellas que sólo acceden a la web o sólo a los móviles.

El gráfico 14 muestra que los internautas, cuenten o no con celular, dedican menos tiempo semanal a ver televisión (un rasgo compartido por todos los demás países WIP salvo Suecia, ver Godoy et al., 2006b). Sin embargo, aquellos plenamente tecnologizados dedican más tiempo a oír radio que aquellos que sólo usan Internet. Y si bien tanto radio como TV son más prevalentes entre quienes están menos integrados (ya sea porque sólo tienen celular o ni siquiera eso), no se verifican diferencias importantes en las horas semanales dedicadas a leer diarios.

En otras ocasiones hemos argumentado que el consumo de medios tradicionales de comunicación está influido no sólo por la aparición de Internet, sino además por los contenidos emitidos y las características sociodemográficas de sus públicos potenciales (Godoy & Herrera, 2004; Godoy et al., 2006b).

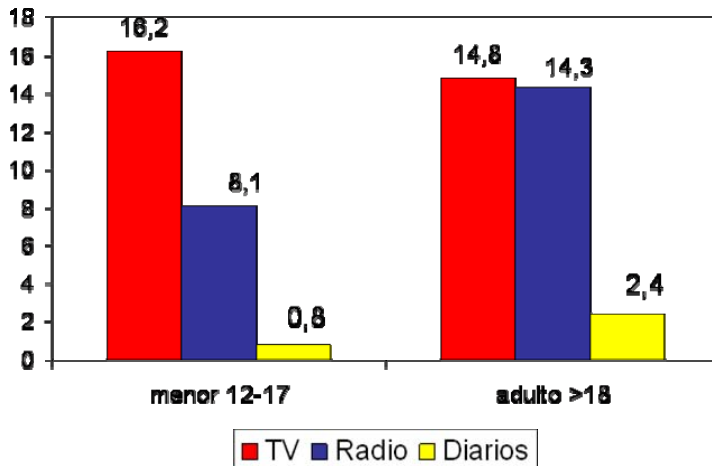
**Gráfico 14. Horas semanales de uso de medios tradicionales de comunicación según uso de web y/o de celulares**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Por ejemplo, en Chile nos ha llamado la atención que el consumo de radio sea menor entre los internautas, sobre todo entre los más jóvenes (ver gráfico 15).

**Gráfico 15. Horas semanales de uso de medios tradicionales de comunicación según edad (base: total muestra)**



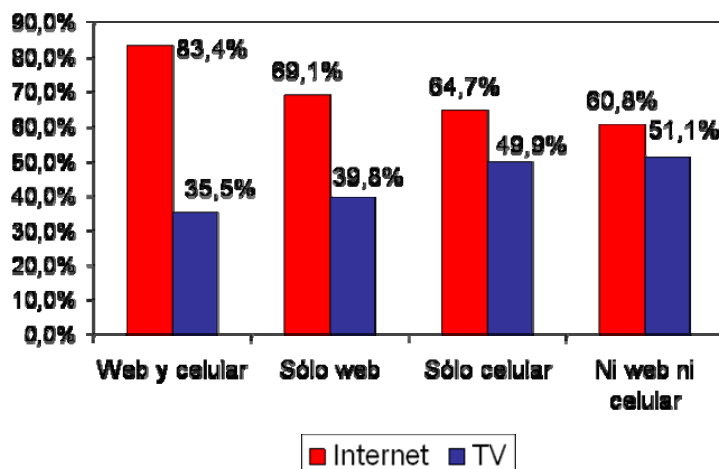
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Como se dijo antes, en casi todos los demás países WIP los usuarios web dedican menos tiempo a la TV. Pero ello no es así en radio ni diarios. Es probable que las radioemisoras chilenas (bastante orientadas a emitir música envasada en inglés) estén siendo sustituidas por la muy extendida

actividad online de bajar música en MP3, conducta bastante popular entre los más jóvenes. Si los contenidos disponibles por FM y AM en Chile fueran diferentes, quizás Internet no rivalizaría con la radio. En cambio, el poco tiempo que los adolescentes dedican a leer diarios podría deberse a que no tienen el hábito de hacerlo, a diferencia de los internautas de mayor edad. Tampoco sabemos si con el tiempo los que hoy son jóvenes se acostumbren a leer diarios o, por el contrario, si jamás lo vayan a hacer.

El uso de medios también tiene que ver con las expectativas que las personas tienen sobre su utilidad, ya sea para informarse o entretenerse. En el gráfico 16 podemos ver que las expectativas informativas de los encuestados respecto a la TV e Internet (los dos medios donde existe mayor evidencia internacional de un efecto directo de sustitución) son consistentes con su nivel de tecnologización: quienes se encuentran más excluidos valoran más la TV y menos a Internet en términos relativos (internet de todas maneras supera a la TV en todos los grupos analizados), a la inversa de quienes tienen celular y acceso a la red. En este caso, no se advirtieron diferencias significativas según la edad de los entrevistados.

**Gráfico 16. Valor informativo atribuido a TV e internet según uso web y/o celulares (% respuestas “muy importante/extremadamente importante”)**

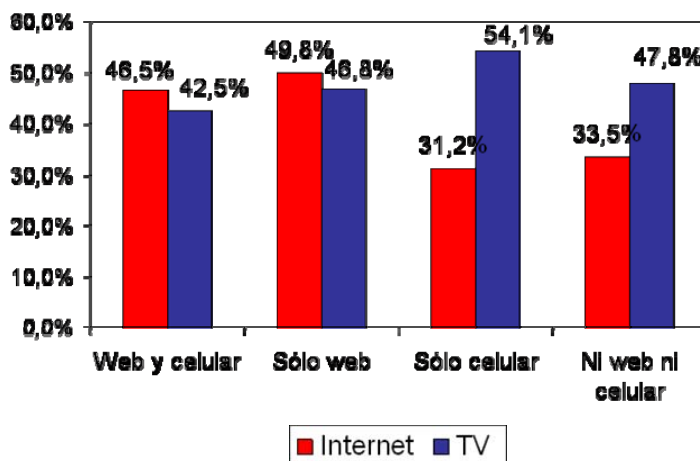


Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Sin embargo, esta tendencia tan clara entre tecnologización del encuestado y sus expectativas frente a la TV e Internet es menos clara cuando se le pregunta sobre el valor atribuido a ambos medios como fuente de entretención (gráfico 17). Aquí sí encontramos una diferencia interesante entre la posesión de celular y acceso a Internet: quienes son usuarios de la web valoran de manera parecida a la TV y la red,

independiente de si además poseen un teléfono móvil o no. Pero del momento en que la persona deja de tener acceso a Internet, la valoración de la TV como fuente de entretenimiento mejora sustancialmente y decae la de la red. Incluso el no usuario web que tiene celular valora más que nadie más a la TV: quizás se deba a que, como se explica más atrás, el móvil es usado para participar en votaciones y encuestas de programas televisivos, sobre todo entre los más jóvenes. Al igual que en el caso del valor informativo, tampoco en esta ocasión hay diferencias importantes en función de la edad de los encuestados.

**Gráfico 17. Valor de entretenimiento atribuido a TV e internet según uso web y/o celulares (% respuestas “muy importante/extremadamente importante”)**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

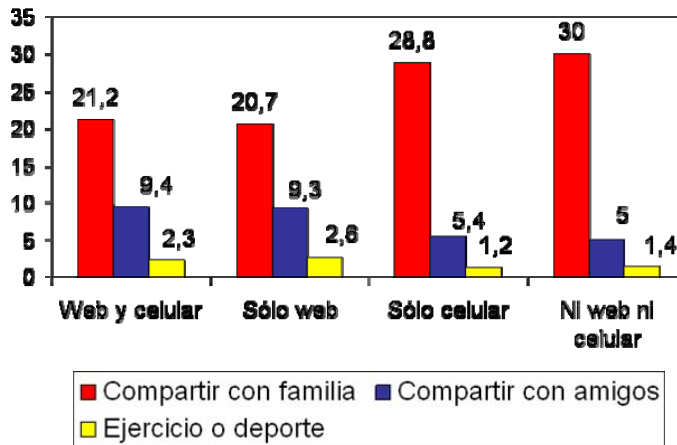
Otro aspecto significativo de la vida cotidiana que WIP analiza para tratar de descubrir el impacto de la tecnología es el tiempo dedicado a actividades “offline” emblemáticas: compartir con la familia, con amigos y a hacer deportes o ejercicio físico. Estas variables surgieron del temor inicial a que Internet sustituyera la sociabilidad normal de las personas y los convirtiera en seres aislados e inactivos físicamente. Si bien no es descartable que en las primeras etapas de adopción tecnológica los primeros usuarios hayan respondido al estereotipo del *nerd*, el uso de estas herramientas de información y comunicación refleja cada vez más las características generales de la población.

En el gráfico 18 puede verse que quienes carecen de Internet y celular dedican más tiempo a compartir con la familia y menos tiempo a los amigos y al ejercicio. En contraste, quienes cuentan con estos dos instrumentos hacen más deporte, pasan más tiempo con amistades y



atienden menos a sus familiares. No debiera extrañarnos: quienes son más tecnologizados son más jóvenes que los excluidos.

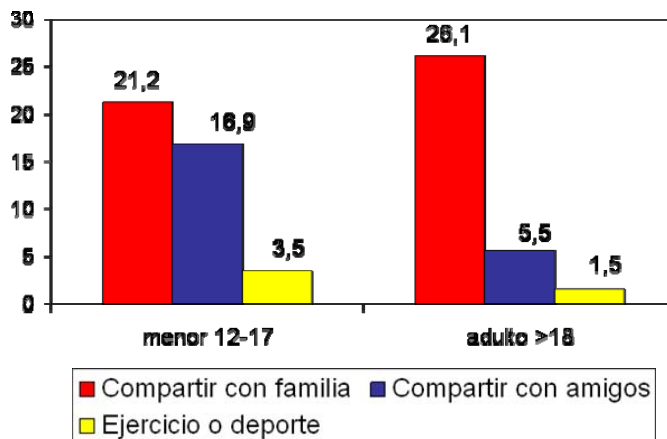
**Gráfico 18. Horas semanales promedio de actividades “offline” según uso de web y/o celular (base: total muestra)**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Por ser más jóvenes, los internautas están en mejor condición para hacer ejercicio físico y, por añadidura, aquellos en edad escolar son obligados a hacerlo en el colegio. Además, por características propias del desarrollo psicológico, en la adolescencia y adultez temprana se incrementan los vínculos con amigos y disminuye en términos relativos el contacto con parientes (Godoy et al., 2006b).

**Gráfico 19. Horas semanales promedio de actividades “offline” según edad (base: total muestra)**

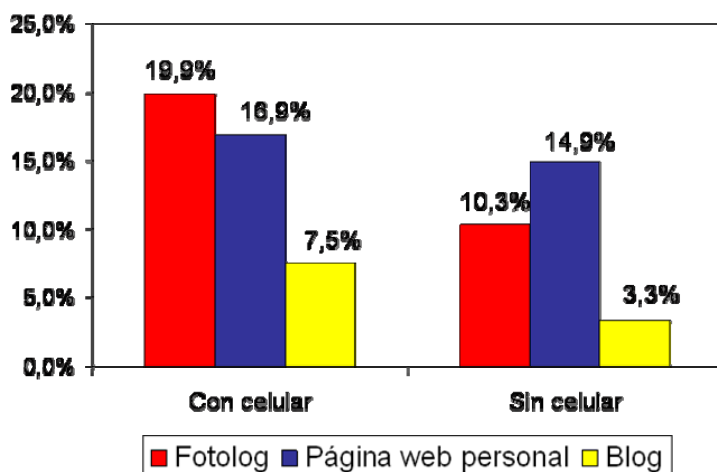


Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

En contraste, las personas que no usan celulares ni Internet son de mayor edad, por ende su vida social está más centrada en el contacto con familiares directos que de amigos, y hacen menos actividad física que los menores. Los datos de 2006 confirman la tendencia observada en los dos estudios previos de 2003 y 2004 (ver Godoy 2005a, 2005b; Godoy & Herrera 2007; 2004). Ello puede apreciarse con bastante claridad en el gráfico 19, que desglosa los datos del gráfico 18 en función de la edad de los encuestados.

Un último aspecto que analizaremos en esta sección se refiere a un tipo de conducta online cada vez más relevante: la generación de contenidos propios. Desde 2006 WIP Chile pregunta específicamente por tres aplicaciones: página web personal, blog y fotolog, que se han ido popularizando rápidamente en Chile (sobre todo este último). Como puede verse en el gráfico 20, quienes tienen celular poseen en mayor medida fotolog y blog. La página web personal, que es más estática<sup>2</sup>, tiene una difusión parecida entre los internautas con y sin celular.

**Gráfico 20. Porcentaje internautas con página, blog y/o fotolog según uso de celular (base: usuarios Internet)**



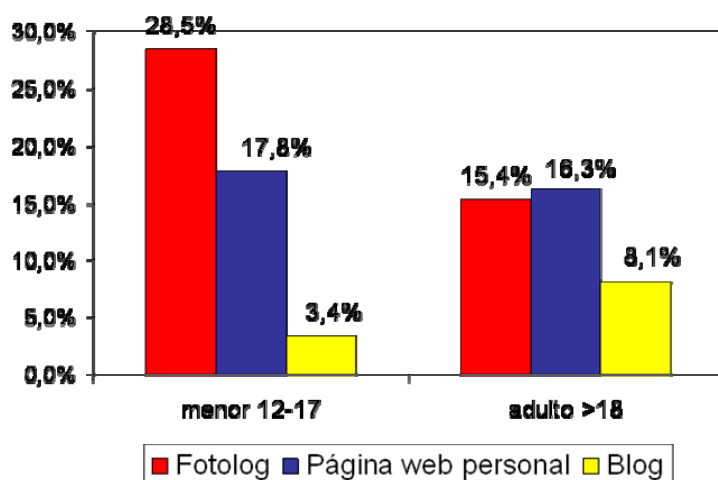
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Al analizar esta misma información por edad, en el gráfico 21 podemos ver que si bien los más jóvenes son quienes más tienen fotologs (facilitado con nuevos teléfonos móviles que pueden capturar fotografías digitales), son los adultos quienes más tienen blogs (el cual requiere más

<sup>2</sup> Para los efectos del estudio WIP Chile, estos tres términos no son sinónimos. La página web personal es más estática que el blog y fotolog dado que estos últimos permiten incorporar comentarios de terceras personas y, además, responder a esos comentarios.

habilidades de lecto-escritura). No obstante, no tenemos evidencia como para refrendar o confirmar la tesis de que las nuevas generaciones son más “audiovisuales”. Al menos con los datos de WIP Chile, no es posible inferir si los menores índices de lectura de diarios y la menor incidencia del blog (escrito) respecto al fotolog se trata de un fenómeno pasajero propio de la edad (como creemos podría ser el caso de la socialización con amigos en vez de familiares), o si los adolescentes de hoy van a seguir siendo en el futuro más proclives a las imágenes respecto a los textos escritos. (En todo caso, este tipo de contenidos creados por los propios usuarios goza de muy baja credibilidad: apenas un 16% de los encuestados cree en toda o la mayoría de la información que contienen los sitios personales, contra 77% de los sitios de buscadores y un 61% de los sitios de medios establecidos de comunicación).

**Gráfico 21. Porcentaje de internautas con página, blog y/o fotolog según edad (base: usuarios Internet)**



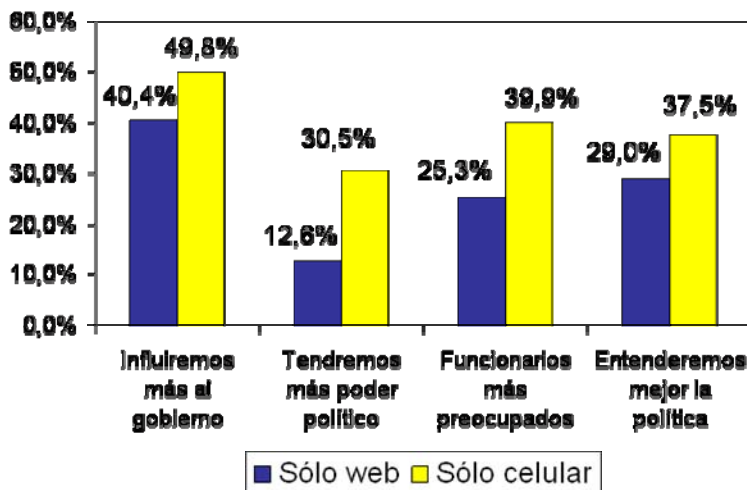
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

### Tercera parte: expectativas políticas

El tercer y último aspecto que trataremos en este artículo se refiere a las dimensiones políticas de Internet y las nuevas tecnologías digitales. Tal como ocurrió en el pasado con la radio, el telégrafo o la televisión, también se ha dicho que la democracia, los derechos ciudadanos y hasta la convivencia internacional podrían verse beneficiadas por Internet gracias al mayor flujo de información (ver Crowley & Heyer, 1997).

Según los datos de WIP Chile, este optimismo va disminuyendo en la medida que las personas más se involucran con la tecnología: en general, los usuarios de Internet y de celulares son más escépticos que quienes no poseen estas herramientas ni jamás las han usado. Este optimismo (o escepticismo) se mide a través de los niveles de acuerdo o desacuerdo respecto a afirmaciones que sostienen que, gracias a Internet, las personas tendrán mayor influencia en el gobierno, más poder político, mejor comprensión de la política y más consideración de parte de los funcionarios públicos.

Gráfico 22. “De acuerdo/muy de acuerdo” con influencia política de internet según uso de celulares e internet (Base: total muestra)



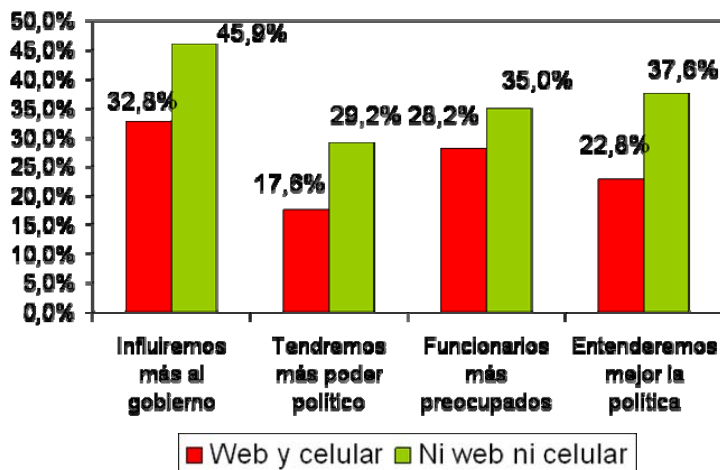
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Con el fin de determinar cuál es el aporte específico de la telefonía móvil en este ámbito, en el gráfico 22 puede verse la diferencia entre quienes sólo acceden a Internet (pero carecen de celulares) y quienes sólo acceden a celulares (pero carecen de acceso a internet). El primer grupo es más afluente que el segundo, porque, como se ha dicho antes, el acceso a la web está asociada a un mayor nivel socioeconómico y éste, a su vez, a mayor nivel educativo. Así, puede constatar que el

optimismo político respecto a Internet decae cuando las personas acceden a ella. En cambio, quienes sólo usan celulares son más entusiastas sobre el poder político que supuestamente confiere la red.

Esta disparidad se mantiene cuando comparamos los dos extremos de tecnologización, es decir, cuando comparamos a quienes tienen web y celular con quienes carecen de ambos: nuevamente, el optimismo es mayor entre los más desposeídos. En cambio, quienes sí usan estas herramientas son comparativamente más cautos (gráfico 23). En este ámbito, el análisis por tramo de edad no arrojó diferencias significativas entre adolescentes y adultos.

**Gráfico 23. “De acuerdo/muy de acuerdo” con influencia política de Internet: “incluidos” versus “excluidos” (Base: total muestra)**



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

## Conclusiones

Como se comentó más arriba, los usuarios de Internet son más proclives a tener también celulares que quienes no acceden a la red. El internauta promedio es más joven y adinerado, y estas características sociodemográficas influyen tanto en el nivel de tecnologización de esa persona como en sus usos y valoraciones de estas herramientas. Al menos con los datos de WIP Chile 2006, un estudio orientado al uso de la web, no fue posible determinar una influencia muy distintiva de la posesión de celulares en el repertorio de actividades y actitudes analizadas, tanto offline como online. Incluso en las conductas propias de la telefonía móvil, tal como enviar mensajes de texto, hay más correlación y complemento con el uso de Internet que una diferencia acusada. Para profundizar en el aporte específico de la telefonía celular en la vida cotidiana de las personas, es necesario complementar estos datos con estudios adicionales.

En todo caso, la amplia penetración de la telefonía celular en Chile (cercana al 70%) es un potente atenuador de los efectos de la brecha digital –hay un alto porcentaje importante de no usuarios web que sí poseen teléfono móvil, quienes presentan ciertas conductas y actitudes específicas respecto a las personas plenamente integradas o excluidas. Por ende, poseer un celular hace alguna diferencia, aunque no hayamos podido medirla con la exactitud que hubiéramos querido. En todo caso, el alivio de la brecha está auxiliado además por la existencia de los *proxy users*, o usuarios indirectos de Internet.

Tal como hemos ido constatando desde que se inició el proyecto WIP Chile en 2003, la coherencia del entorno regulatorio, humano, educativo, económico y empresarial es crítica para asegurar una adopción exitosa de este tipo de herramientas a la vida cotidiana de las personas; la tecnología por sí misma no es tan relevante (Godoy et al., 2006a).

## Referencias

- Crowley, David & Heyer, Paul (1997): La Comunicación en la Historia. Tecnología, Cultura, Sociedad, Bosch Comunicación, Barcelona.
- Godoy, Sergio (2005a): Estudio WIP/BIT: Chile en el globo virtual, Revista Universitaria, N° 87, pp. 62-65.
- . (2005b): Resultados WIP-Chile 2003-2004: ¿Cómo está y dónde va el uso de internet en Chile?, Cuadernos de Información N°18, 2005, pp. 101-111.
- Godoy, Sergio & Herrera, Soledad (2007): Precisions About The Broadband Divide In Chile, en Dwivedi, Yogesh (Ed.): *Handbook of Research on Global Diffusion of Broadband Data Transmission*, Idea Group Inc., London (en preparación)
- Godoy, S., Herrera, M.S., Sepulveda, M., Lever, G., Myrick, A. (2006a): *El impacto de las tecnologías de la información en las empresas chilenas respecto a España y Estados Unidos. Resultados de la primera encuesta BIT-Chile 2005*, 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. [Http://www.wipchile.cl](http://www.wipchile.cl).
- (2006b): *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. [Http://www.wipchile.cl](http://www.wipchile.cl)
- Godoy, S., & Herrera, M. S. (2004). Qué ocurre cuando se usa (y no se usa) internet: resultados del World Internet Project-Chile. *Cuadernos de Información, Vol.1, N°16-17*, 71-84.
- Herrera, M. S. (2005). *Dropouts and New Users in the Internet Community*. Paper presented at the WIP/BIT CONFERENCE 2005, 26-28 julio. Santiago de Chile.
- Herrera, M. S. (2006). ¿Está Disminuyendo la Brecha Digital en Chile? *Economía & Administración, N°151 (diciembre/enero)*, 30-37.

Ishii, Keinichi (2004a): Mobile Communications in Japan, presentation for the WIP Tokyo Meeting, University of Tokyo, July 14, 2004  
— (2004b). Internet use via mobile phone in Japan. *Telecommunications Policy*, 28, 43-58.