

---

## TENDENCIA DE LOS INTERNAUTAS

### *Fernando Santiago, AIMC*

---

Recién publicados los resultados de la 10ª encuesta a internautas\*, estudio llevado a cabo por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), es el momento de reflexionar sobre lo que pueden ser las próximas pautas de comportamiento de los navegantes de la Red. El interés que arroja dicha encuesta estriba en el carácter de los encuestados. Se trata de sujetos con mayor experiencia en Internet y con un uso más intenso y extenso de la Red. La mayor intensidad del uso estriba tanto en su mayor frecuencia de acceso a la misma, como en el mayor tiempo de conexión en comparación con la población general de internautas. La extensión hace referencia a la diversidad de prácticas y actividades que llevan a cabo en Internet. Se trata, por tanto, de un colectivo muy interesante, que nos puede arrojar luz sobre las próximas tendencias.

La primera conclusión que debemos destacar es la rápida expansión que entre este colectivo tiene la conexión a través de redes inalámbricas WI-FI, consecuencia de dos factores interrelacionados: la mayor diversidad de equipos a través de los que se conecta con Internet, entre los que destaca, a efectos de la potencial movilidad, el ordenador portátil (mencionado por un 60% de los encuestados), el teléfono móvil (20.3%) y la PDA (10.4%); y la creciente frecuencia de acceso a Internet a partir de dichos dispositivos móviles: al menos uno de cada cuatro encuestados reconoce haberse conectado a Internet con un dispositivo móvil en el último mes. En definitiva, la demanda de Internet móvil es creciente y es de esperar un desarrollo de ofertas por parte de los proveedores en esa línea, máxime cuando, tal y como recoge el EGM, el número de hogares con sólo telefonía móvil supera ya el 20%.

En segundo lugar, del estudio se concluye una intensificación de ciertas actividades de los internautas, que hablan de una creciente importancia de nuevos fenómenos. Si bien no se perciben grandes cambios en las actividades más usuales -búsquedas, lectura de noticias de actualidad y consulta de mapas y callejeros-, destaca el gran incremento que experimentan dos tipos de usos: el acceso a blogs, weblogs y bitácoras, que pasa a ser mencionado por el 43,5% de los encuestados; y el uso de servicios dirigidos a la publicación de vídeos, que realiza ya una cuarta parte de los internautas encuestados. Ambas actividades presentan, en comparación con el año anterior, incrementos relevantes del 10% y del 13% respectivamente.

En tercer lugar, Internet se consolida como una red social de intercambio. Más del 40% de los internautas afirman haber utilizado el servicio de intercambio de archivos P2P en el día ayer. Se plasma así la cotidianeidad de este fenómeno y no es de extrañar por tanto que la opinión de los usuarios sea sumamente favorable a las redes P2P: prácticamente uno de cada dos internautas están a favor de promover su desarrollo, y sólo un 1,8% cree que se debería prohibir legalmente esa práctica.

En cuarto lugar, los nuevos usos de Internet, tales como la publicación de vídeos antes mencionada, junto con la amplia difusión de otras actividades como las descargas de música y películas o los servicios para la publicación de fotos, no sólo refuerzan el papel social de la Red, sino que exigen cada vez mejores prestaciones de los proveedores. No es de extrañar por tanto que la velocidad sea uno de los problemas que, junto con el coste, mayor incremento de menciones presenta en comparación con la anterior oleada.

Durante los últimos tres años la publicidad y la infección por virus o programas espía habían sido sistemáticamente los problemas más importantes expuestos por los internautas. En la última encuesta, en cambio, la velocidad pasa a ser considerado el segundo problema y rompe además la trayectoria descendente que llevaba. La publicidad sigue siendo el problema más habitual, pero sufre un descenso de casi 4 puntos porcentuales. Por el contrario, la velocidad, con un 54,5% de menciones, sube 4 puntos. Y eso a pesar de que se incrementa de manera sensible la velocidad de acceso contratada, pasando a ser predominante el colectivo con 3 y 4 Megas (un 43% del total, frente a un 41,5% que tenían contratado 1 Mega en 2006). Los nuevos usos requieren mayor ancho de banda y las mejoras resultan insuficientes desde esta perspectiva. La propia valoración que realizan los encuestados de la velocidad actual arroja resultados más negativos que el año anterior: si en 2006 había un 58,6% que la consideraban muy baja o algo lenta, dicho colectivo representa ahora el 61%.

Asociado posiblemente a una contratación de Internet cada vez más exigente y a la frecuentación de actividades que requieren igualmente un pago adicional, el coste de la misma se percibe como un problema creciente. Recordemos que en 2006 el coste fue mencionado como un problema por el 43,9%; en 2007 las menciones crecen 5,6 puntos hasta llegar al 49,5%.

Por el contrario, los problemas relativos a la infección por virus, la seguridad en general y la falta de confidencialidad descienden en relación al año anterior, en especial el primero de ellos, que pasa de un 57,5% de menciones a un 53,9%. Por un lado, esto puede deberse a la mayor experiencia de los internautas en relación al uso de programas antivirus, aunque las cifras al respecto son muy estables. Nos decantamos más bien por pensar que se trata de una mejora de dichos programas y una menor visibilidad y alcance mediático de los virus existentes.

Por último, conviene resaltar el progresivo cambio de Internet, de su consideración como medio a plataforma donde convergen varios medios. Esto se pone de relieve viendo cómo crece el contacto cotidiano con otros medios a través de Internet, en especial con la televisión, donde ya son un 40% los internautas que afirman haber visto TV por Internet en el último mes (en 2006 dicho colectivo era el 31%). En ello influye sin duda el uso de programas P2PTV (Zattoo, Soapcast, etc.) que permiten ver diferentes canales de televisión, no sólo nacionales, a través de Internet, y que se van implantando progresivamente, tal y como refleja su uso por parte del 28% de los encuestados. Pero también crece el contacto con la prensa electrónica (el 67% la consulta diariamente), y lo hace en la misma medida que decrece el contacto de los mismos sujetos con la prensa de papel convencional.

En definitiva, Internet desplaza ya a la televisión entre los internautas como medio más relevante: cerca del 44% opina que se echaría más en falta Internet en caso de desaparecer, frente al 31% que menciona la televisión. Y, para remachar dicha importancia, prácticamente la mitad de los encuestados consideran hoy Internet como la fuente fundamental para informarse de la actualidad.

---

\*La 10ª ola del Estudio "Navegantes en la Red" se llevó a cabo mediante encuesta estructurada y autoadministrada mediante difusión en más de 300 sitios Web españoles, entre el 16 de octubre y el 10 de diciembre de 2007. Se recogió información válida de 41.667 usuarios de Internet.