



Cuatro de cada diez argentinos usan internet para informarse acerca de la actualidad política

Informe de prensa VOICES!

VOICES! Research and Consultancy publica los resultados de distintas encuestas realizadas en población nacional para entender mejor el uso de este medio, con foco en su uso relacionado con la política, por ser este un año electoral. Las principales conclusiones de este informe son:

- Pese a existir diferencias sociales entre los usuarios de internet, en el último quinquenio se detecta un importante crecimiento de los sectores más rezagados
- Es mayoritaria la opinión de que las nuevas tecnologías móviles mejoran la calidad de vida
- Crece la importancia de Internet como fuente de información política y Facebook se constituye como una de las fuentes principales luego de los diarios online
- El uso de internet puede movilizar nuevas personas a participar políticamente

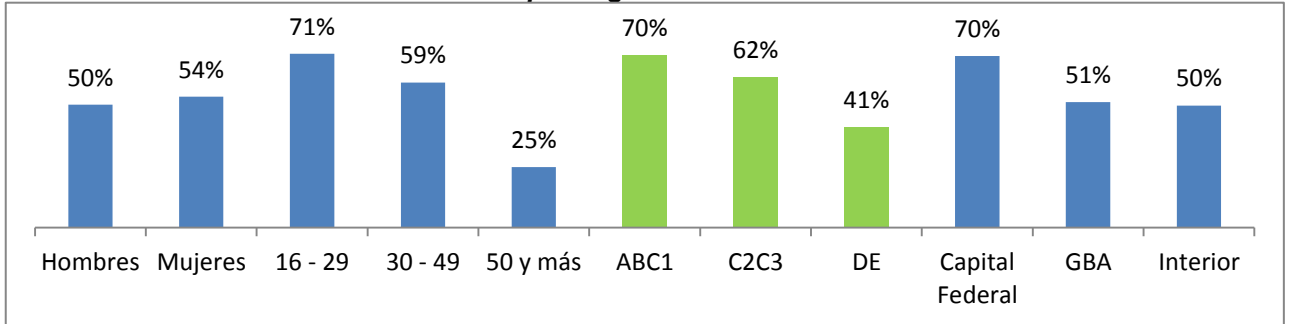
Internet, penetración y la brecha digital

Seis de cada 10 argentinos señalan que han accedido a internet en los últimos 30 días. Sin bien la brecha digital sigue existiendo, con sectores donde la penetración de internet es bien mayoritaria (al menos del 80% entre los jóvenes, los niveles altos y en Capital Federal), cabe señalar que en todos los segmentos una porción significativa accede a esta tecnología (con un mínimo de un tercio entre los mayores de 65 años y los niveles socioeconómicos más bajos) Si comparamos estos resultados con los obtenidos en investigaciones realizadas en el inicio del milenio, observamos un crecimiento muy acelerado (16% había accedido en ese entonces). En el último quinquenio, el crecimiento más significativo se dio justamente en los sectores que venían más relegados, destacándose un crecimiento de más del 100% entre los mayores de 65 años, aquellos con educación primaria, los niveles bajos y en el Interior del país. Resulta oportuno mencionar el fenómeno del leapfrogging o salto de rana, por el cual los sectores más relegados, al acceder dan un “salto de rana”, salteándose alguno de los pasos que los grupos más avanzados fueron atravesando. En el caso de internet, el leapfrogging implica que los segmentos de nivel socioeconómico más bajos, cuando finalmente acceden a internet, no acceden desde una computadora, como fue el inicio entre los sectores más altos, sino directamente mediante el uso de dispositivos celulares. Esto explica porque 6 de cada 10 internautas de clase baja tiene celular con conexión a internet.

El uso de internet es un uso intensivo: la mitad de los usuarios la usa todos los días, 9 de cada 10 lo hace con alguna frecuencia semanal



Penetración de internet mediante celular por segmentos

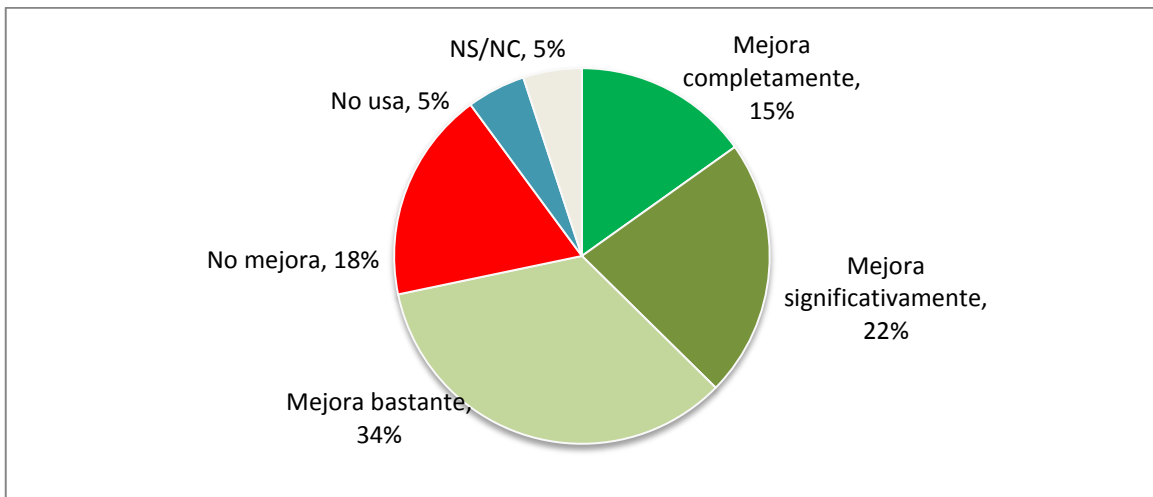


FUENTE: Voces! Muestra nacional. Enero 2015

Si analizamos la penetración de teléfono celular con acceso a internet, vemos que un 52% declara poseerlo a nivel nacional, creciendo a alrededor del 70% entre los más jóvenes, los niveles más altos y en Capital Federal.

La tecnología móvil, sea teléfono celular o cualquier otro dispositivo que pueda llevarse en la mano, mejoran la calidad de vida para un 71% (para un 15% totalmente, para un 22% significativamente y para un 34% bastante). Crece esta visión (mayoritaria en todos los segmentos) entre los más jóvenes.

El uso de dispositivos móviles (celular o cualquier otro dispositivo que pueda tenerse en la mano), en qué medida mejora o no su calidad de vida?



FUENTE: Voces! Muestra nacional. Noviembre 2014

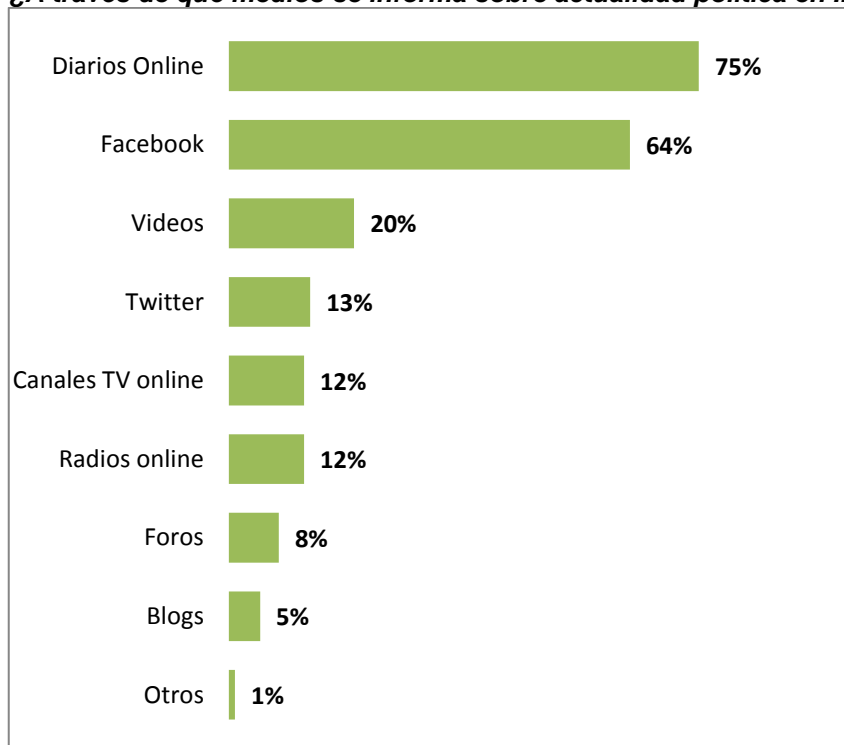


Internet y la política

Internet como medio de información

En vísperas de las elecciones, resulta interesante analizar el uso de internet como medio de información. La mitad de la población adulta argentina con acceso a internet señala que usa internet para informarse acerca de la actualidad política (46%: esto es un 38% de la población nacional). Entre los que usan internet para informarse sobre la actualidad política se destaca el uso de diarios online (75%), seguido por Facebook (64%). Luego se mencionan videos (20%), Twitter (13%), Canales online (12%), radios online (12%), foros (8%) y blogs (5%).

¿A través de qué medios se informa sobre actualidad política en Internet?



FUENTE: Voces! Argentinos que usan Internet para obtener información acerca de la actualidad política

Ahora, ¿cómo compara la calidad de la información que se encuentra en las redes sociales y los medios tradicionales? Prima la idea de que la calidad es igual (37%), mientras que para un 17% es mejor y para un guarismo algo menor es peor (12%). Un tercio no sabe evaluar la calidad de la información offline vs online (34%).



Internet y participación política

Respecto a la influencia de internet en la participación hay dos grandes posiciones teóricas. Por un lado, están las tesis que sostienen que Internet no sólo no modifica la lógica de la participación, sino que tiene un efecto negativo en la participación, porque fomenta el individualismo y se centra en el entretenimiento. Entre los que sostienen que Internet tiene un efecto positivo en la participación, se distinguen dos posiciones. Por un lado, la tesis del refuerzo que sostiene que Internet se limita fundamentalmente a intensificar la participación de los que ya participan. Por otro lado, la tesis de la nueva movilización defiende que Internet no sólo tiene un efecto positivo en la participación, sino que movilizará a individuos que hasta ahora eran inactivos y no tenían el perfil del participante tradicional.

En este contexto, Voices! realizó una investigación para determinar de qué depende la participación política online. Con tal fin puso foco en investigar a aquellos que participaban políticamente en internet, definidos como: aquellos que leen sobre temas políticos o sociales en las redes sociales, postean comentarios, inician o se unen a un grupo político o alguna causa social política en una red social, son amigo/ seguidor / o leen un sitio de un político en una red social, van a una manifestación convocada/publicada en una red social, hacen comentarios en las noticias sobre política de un diario online. Para entender qué explica la participación política online, se analizó la misma en relación a un variables de motivación, instrumentales (es decir de habilidades tecnológicas), demográficos, de orientación política etc y análisis estadísticos tipo CHAID. La conclusión a la que llegaron estos análisis realizados por Voices! es que Internet modifica la lógica de la participación a través de la movilización de individuos y grupos nuevos que hasta ahora se habían mantenido al margen del proceso participativo.

Constanza Cilley, Directora Ejecutiva de VOICES! comento *“Los argentinos quieren tener acceso a internet desde la palma de su mano, considerando que esto mejora su calidad de vida. Si bien la brecha digital todavía existe, es a través del celular que los sectores más relegados acceden. Cuando nos centramos en la política vemos que la mitad utiliza Internet para informarse, destacándose el rol de los diarios digitales y de Facebook. También nuestros análisis estadísticos demuestran que Internet facilita la participación política”*

ESTUDIOS VOICES!

Cobertura: Nacional. Universo: Población argentina adulta Tamaño Muestral: 1000 entrevistas por ond. Margen Error: $\pm 3.1\%$ para los totales, con un nivel de confianza del 95%. Método Muestral: Probabilístico. Técnica de Recolección: Face to face. Fecha de Campo: 2015, 2014, 2013

ACERCA DE VOICES!: es una empresa con foco en la investigación social , política y de mercado, con el objetivo de proporcionar consultoría a las organizaciones usando rigurosas metodologías y enfoques innovadores. El equipo de VOICES! tiene una amplia experiencia en estudios nacionales e internacionales y ha participado en las investigaciones con encuestas más importantes del mundo.

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

Contacto

Constanza Cilley - Directora Ejecutiva VOICES!

constanzacilley@voicesconsultancy.com - cel: 1565724467