

# CERCA O LEJOS DE INTERNET

Las desigualdades en el conocimiento  
de una nueva tecnología



MARÍA TERESA BAQUERIN DE RICITELLI



# **CERCA O LEJOS DE INTERNET**



MARÍA TERESA BAQUERIN DE RICCITELLI

# **CERCA O LEJOS DE INTERNET**

**LAS DESIGUALDADES EN EL CONOCIMIENTO  
DE UNA NUEVA TECNOLOGÍA**

COLECCIÓN COMUNICACIÓN  
INSTITUTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL,  
PERIODISMO Y PUBLICIDAD  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA

Riccitelli, Teresa

Cerca o lejos de internet / Teresa Riccitelli. - 1a ed. -  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Educa, 2020.  
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga  
ISBN 978-987-620-475-0

1. Internet. 2. Comunicación. I. Título.  
CDD 004.678

Copyright ©2007 by Fundación Universidad Católica Argentina.

La reproducción total o parcial de esta obra está rigurosamente prohibida. Su tratamiento o transmisión por cualquier medio o procedimiento, sin autorización escrita de los titulares del copyright, implica una violación directa a las leyes vigentes.



**EDITORIAL  
DE LA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA ARGENTINA**

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA  
A. M. de Justo 1400 • P.B., Contrafrente • (C1107AAZ)  
Tel./Fax 4338-0277 • educa@uca.edu.ar  
Buenos Aires, octubre de 2020

ISBN: 978-987-620-475-0

---

Queda hecho el depósito que previene la Ley 11.723  
**Printed in Argentine - Impreso en la Argentina**

*a Mariano Baquerin*



## AGRADECIMIENTOS

Aquellos que transiten por las páginas de este trabajo de tesis podrán advertir que la motivación o la iniciativa personal son aspectos sustanciales en el camino del conocimiento. En el momento del *reconocimiento* a quienes de algún modo me acompañaron en este proceso, no puedo menos que reflexionar que la motivación se aviva y se acrecienta cuando uno se sabe custodiado y sostenido durante un largo, y a veces solitario, recorrido.

El primer agradecimiento es para quienes dentro de la Universidad Católica Argentina fueron claves en diferentes etapas de mi tesis. Con sus actitudes han vivificado mi sentido de pertenencia a esta Institución, a la que llegué a los diecisiete años con muchos interrogantes y esperanzas. En primer lugar, al Sr. Rector Monseñor Dr. Alfredo Zecca, quien, como el Buen Pastor, conoce a sus ovejas. Su respaldo, que agradeceré siempre, me compromete aún más con la tarea de todos los días. Mi sincero reconocimiento para el Sr. Vicerrector Lic. Ernesto Parselis, por su constante y afectuoso estímulo en la realización de mi doctorado. Su interés ha sido un aliento muy importante y su acompañamiento en la última etapa, un cálido y permanente respaldo.

En el Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Dr. Carlos Slosse, he valorado sinceramente los pasos dados para que este trabajo llegara a buen término.

Aunque de manera formal ya no pertenece a la Facultad, quiero incluir en este nómina a mi querido maestro, el Dr. José Luis de Imaz, quien marcó mi formación como socióloga al enseñarme que el trabajo intelectual es un instrumento para encontrar soluciones posibles. Deseo agradecerle la calidad humana, la humildad y su particular sapiencia, regada con sentido del humor.

A la Dra. Beatriz Balian de Tagtachian, directora de esta tesis, le agradezco el haberme alentado durante años en la realización de mi doctorado. Valoro su lectura meticulosa y el consejo en la precisión de los términos.

Dentro de la Universidad, mi “lugar” es el Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad; de las personas que lo conforman he recibido mucho en este tiempo. Quiero comenzar por agradecer a su directora, Dra. Alicia Casermeiro de Pereson, sus atinadas sugerencias al leer parte del trabajo y por haberme brindado el apoyo institucional necesario para realizarlo.

Valoro mucho las enseñanzas de la Lic. Lidia Borgaminck de de la Torre, quien ha hecho sencillas las respuestas a los problemas consultados. Lo mismo al Profesor Oscar Pedro Billorou, por los consejos en el modo de encarar el estado de la cuestión.

Ha sido inestimable el asesoramiento del Ing. Virgilio Luis Foglia en la aplicación de los procedimientos estadísticos y la lectura de sus resultados. De igual modo, valoro la actitud de la Lic. Cecilia Balbín, constante vigía de toda información vinculada con el tema de esta tesis.

Quiero resaltar el sostén recibido del Dr. José Giménez Rébora, quien se ha involucrado personalmente en algunas etapas de este trabajo demostrándome comprensión y afecto.

Entre los muchos profesores del ICOS que han aportado su experiencia profesional, quiero expresar mi gratitud en particular a la Dra. Teresa Téramo, quien ha leído con interés parte de este trabajo, y a la Lic. Teresita Vernino, curiosamente dos expertas en el arte de la escritura, herramienta insoslayable cuando uno encara una tarea como ésta. Resalto también la comprensión y consejos de la Srta. Patricia Hernández, coordinadora administrativa del Instituto.

Agradezco de modo particular a tres de mis más entrañables ex alumnos, ahora respetados profesionales; al Lic. Gabriel Curi, quien con una enorme dedicación asumió el dictado de mis horas de clase; a la Lic. Paula Marzulli, quien me ayudó personalmente durante el desarrollo del trabajo de campo; y a la Lic. Cecilia Ghio, quien colaboró en la búsqueda del material bibliográfico y en algunos tramos del trabajo de campo.

Quiero también corresponder a docentes e investigadores de distintas universidades de los Estados Unidos de Norteamérica: al profesor Kasisomayajula Viswanath –Universidad de Ohio–, quien en el año 2001 me facilitó una ponencia no publicada sobre nuevas tecnologías, además de un modelo de cuestionario que había desarrollado para medir “brechas de conocimiento”. A Susanne Shaw –Universidad de Kansas–, a Will Norton –Universidad de Nebraska– y a Charles Tuggle –Universidad de Carolina del Norte–, quienes me ayudaron a acceder a los artículos iniciales de la teoría.

Un renglón aparte merecen todos los expertos consultados que me brindaron su tiempo para preparar las consignas del cuestionario y la elaboración del glosario, en particular el Sr. Julio Orione, por su entusiasta colaboración.

Mi agradecimiento íntimo e *ineffabilis a* mi esposo Miguel Ángel, que ha sido mi principal lector y crítico; esta tesis me ha dado la oportunidad de conocerlo y valorarlo como investigador. A Gabriel, Rodrigo y Sebastián, mis amados hijos, que han sido observadores respetuosos de este proyecto personal y sostén en los momentos de incertidumbre.

A mi familia, la que puedo confundir en un abrazo real –mi madre, mi hermana, mis sobrinas y sobrinos– y la que me abraza desde otro lugar, aunque con la misma calidez, en especial mi padre y mi suegra, a quien no llegué a darle esta alegría. A mis amigos, los de toda la vida y los que he merecido después, por permanecer atentos a cada paso de este itinerario.

A todos y cada uno: ¡gracias! por ayudarme a materializar este anhelo.



## INTRODUCCIÓN

Internet es una tecnología que, de modo casi vertiginoso, se incorporó a nuestra vida cotidiana, pero que permanece alejada de algunos segmentos sociales. En el presente trabajo, intentamos indagar acerca de los factores que promueven o limitan el conocimiento de esta tecnología.

La línea de investigación elegida para desarrollar este análisis ha sido la “hipótesis de las brechas de conocimiento”, formulada inicialmente por Tichenor, Donohue y Olien en 1970. Esta hipótesis cuestiona la contribución de los medios de comunicación en la distribución homogénea del conocimiento de un tema en el público. Sostiene que a pesar de su presencia en los medios, el conocimiento se verá condicionado por factores propios de la situación individual y social en que las personas se encuentren.

Sus autores describen diferentes modos y tiempos en la adquisición de la información, lo que pone a unos grupos sociales en situación de ventaja o desventaja respecto de los otros.

En la primera parte de este trabajo –estado de la cuestión– se revisa cronológicamente la teoría del distanciamiento social de la información desde su formulación inicial hasta la fecha. Se registran las conclusiones surgidas de diferentes investigaciones en las que se identifican las variables que influyen en la reducción o ampliación de las brechas de conocimiento.

Los trabajos iniciales sostienen que son los factores propios de la situación social –llamados *transituacionales* (GENOVA Y GREENBERG, 1975; ETTEMA Y KLINE, 1977) o *estructurales*– los que más condicionan el conocimiento sobre algunos temas.

Más tarde, otros autores resaltan el papel de las diferencias individuales –factores *situacionales* o de la *situación específica*– en la adquisición del conocimiento. Para ellos, las características personales pueden neutralizar las condiciones adversas de los factores estructurales de tipo socioeconómico.

En relación con esta línea teórica, en la segunda parte de este estudio se analizan los factores, tanto estructurales como particulares, que condicionan el conocimiento que tiene la población sobre internet, un tema no explorado desde esta perspectiva hasta el presente. Internet reúne dos aspectos que justifican su elección: a) es un contenido informativo nuevo y b) su presencia se ha incrementado en los medios tradicionales de comunicación (gráficos, radiales, televisivos).

En esta dirección y para comprobar la expansión de esta nueva tecnología, registramos la evolución del número de noticias sobre internet en los medios gráficos –más precisamente en los diarios *Clarín* y *La Nación*– y el crecimiento del número de usuarios.

Con el propósito de medir los grados de conocimiento, se elaboró un “índice” con el que se evaluó el conocimiento sobre internet a partir del planteamiento de cuestiones de menor a mayor complejidad a la población de la Ciudad de Buenos Aires.

La aplicación de este “índice de conocimiento informático” señala con claridad una primera brecha de conocimiento relacionada con el acceso a esta tecnología y posibilita describir a usuarios –los que acceden y usan internet– y no usuarios.

En cuanto a los usuarios, los aspectos observados permiten clasificarlos según la antigüedad y frecuencia de interacción con el medio y plantear algunas preguntas como: ¿Cuál es el papel de las predisposiciones individuales en el proceso de adquisición de conocimiento? ¿Cuáles son los contextos sociales que facilitan u obstaculizan el acercamiento a esta tecnología? ¿Cuál es el rol de los medios tradicionales en la adquisición de ese conocimiento especializado? ¿Cuál o cuáles de estos factores explican de una manera más acabada las brechas de conocimiento?

Las respuestas a estos y otros interrogantes nos permiten identificar un segundo nivel de brecha, esta vez entre los usuarios, a partir de diferencias tanto en los comportamientos individuales respecto de esta tecnología como en los contextos sociales en los que estos usuarios participan.

En esta perspectiva individual, se indaga en particular la incidencia de la motivación en el proceso de adquisición del conocimiento. Si bien se reconoce que las razones íntimas que acercan a los usuarios a internet pertenecen a una dimensión más profunda que cualquier expresión numérica que intente describir una conducta.

Otros aspectos considerados en la situación particular de los usuarios son: el papel que cumplen en la adquisición del conocimiento los

grupos en los que participan –familia y amigos– y si la exposición a los medios de comunicación de cada usuario, en particular a los diarios y a la televisión, incrementa el conocimiento sobre un tema especializado.

En la tercera parte se enumeran las conclusiones generales y los aportes específicos de este estudio en relación con las diferencias de conocimiento informático. Asimismo, se proponen algunas líneas de investigación futuras que contribuirían a profundizar y complementar los resultados del presente análisis.

El primer propósito de este trabajo, entonces, fue estimar el peso relativo de cada uno de los posibles determinantes en el conocimiento informático, en un intento de comparar la influencia de los aspectos sociales y el papel de la iniciativa personal en el proceso de adquisición de conocimiento.

En este sentido, estudiar internet a partir de las *brechas de conocimiento* marca una diferencia con gran parte de los trabajos preocupados por la *brecha digital* que señalan principalmente las desigualdades en el acceso. Si bien la misma ha sido considerada, este estudio plantea, además, desigualdades entre los usuarios que responden a distancias en el conocimiento derivadas de aspectos sociodemográficos y, en especial, de diferencias en la motivación y en la percepción de utilidad de esta tecnología.

Por fin, busca comprobar si los medios contribuyen a distribuir de modo homogéneo la información; o si la educación sigue siendo la “llave” que promueve a la persona y le permite desarrollar sus habilidades cognitivas.

El propósito último de esta investigación es tratar de medir el conocimiento, con la convicción de que el mismo es un bien que permite reconocer tanto los beneficios como las derivaciones negativas de una cuestión y, una vez reconocidas, generar en libertad acciones para alcanzarlas o evitarlas. Desde este punto de vista, individualizar las condiciones que favorecen el conocimiento sobre un tema permitiría a los que toman las decisiones saber estrictamente a quiénes dirigirse e identificar los segmentos vulnerables.



PRIMERA PARTE

**LA TEORÍA DEL DISTANCIAMIENTO  
SOCIAL DE LA INFORMACIÓN**  
*KNOWLEDGE GAP*

**–Estado de la cuestión–**



## CAPÍTULO 1

### LOS EFECTOS LIMITADOS DE LOS MEDIOS

El conocimiento es un bien que permite tomar decisiones tanto en el ámbito de lo privado como en el de lo público. Está relacionado con el ejercicio de la libertad, que supone evaluar y elegir. El conocimiento descubre derechos y responsabilidades propios y ajenos, facilita la participación social, la práctica democrática y, en consecuencia, se convierte en un factor de poder.

Las sociedades modernas consideran a los medios de comunicación, en buena parte, como los responsables del conocimiento que los ciudadanos tienen sobre diferentes temas del espacio público y, también, aunque de modo menos manifiesto, de la construcción de significados sobre el mundo cotidiano.

En las últimas décadas, las informaciones provenientes de los medios han manifestado un crecimiento cuantitativo y las nuevas tecnologías han permitido una distribución de dicha información sin los condicionamientos de espacio y tiempo propios de los medios tradicionales. Sin embargo, este desarrollo en cantidad en principio no parece garantizar una transformación cualitativa y equitativa del conocimiento, ni en consecuencia una mejor e igualitaria comprensión de los acontecimientos de la realidad.

Este acceso desigual a la información proveniente de los medios de comunicación se convirtió en una cuestión importante para los científicos sociales que se propusieron indagar sobre el conocimiento de ciertos temas por parte del público y sobre sus consecuencias en la problemática del poder.

La historia evidencia que los grupos sociales dominantes buscaron controlar las tecnologías que acercaban la información a la población general. Al respecto, Saperas sostiene:

La aparición de la imprenta y de su cultura han sido una buena muestra de esta lucha por el control de los medios que permiten la difusión de las ideas y de los saberes en el sistema social” (SAPERAS, 1987: 115).

La proximidad o la lejanía de diferentes grupos sociales con respecto a las tecnologías de comunicación generaron grados disímiles de conocimiento sobre diferentes temas, convirtiendo a los medios de comunicación en instrumentos poderosos y consolidando su influencia social y política.

Las tecnologías que, como la radio y la televisión, impusieron menores esfuerzos de decodificación a los receptores pretendían postularse como igualadoras sociales por permitir un acceso democrático a los temas de preocupación pública.

Sin embargo, la ciencia social ha observado que el conocimiento rara vez se difunde equitativamente en el sistema social, estableciéndose distancias entre los diferentes grupos según la información que manejan en relación con temas de naturaleza general o con campañas de comunicación persuasiva que persiguen efectos específicos.

Por lo tanto, al desecharse la idea de una adquisición extendida y homogénea de conocimientos por el incremento del flujo y la distribución de la información a través de los medios, diferentes autores buscaron comprobar e interpretar las posibles desigualdades en lo que atañe al conocimiento.

Desde esta perspectiva, la hipótesis de las brechas de conocimiento –*gap hypothesis*– denuncia en 1970 la existencia de desniveles de conocimiento fundados en desigualdades de la estructura social. Este fenómeno ha sido denominado de diferentes modos en la bibliografía sobre la materia: brecha de información –*information gap*–, desigualdades comunicativas e informativas –*information and communication inequities*–, redistribución de la información –*information redistribution*–, diferenciales de información –*information differentials*–, información complementaria –*information holding*– (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 210).

Dada la relevancia de sus implicancias teóricas y políticas, esta hipótesis dio lugar a numerosos estudios, que acrecentaron la comprensión de los efectos de los medios de comunicación en el conocimiento.

Las ideas y las críticas del equipo fundador –Tichenor, Donohue y Olien– estimularon el desarrollo de líneas de investigación sobre este tema. Siguiendo las revisiones de Gaziano (1995) y Viswanath y Finnegan (1996), al cumplirse diez años del primer artículo, había otros

13 trabajos referidos específicamente a los desniveles del conocimiento; una década más tarde, se habían casi triplicado y el tema ya se había extendido a otros autores fuera de las fronteras de los Estados Unidos.

Hasta 1994, Gaziano constató la existencia de 92 estudios, no todos publicados, y advirtió que podrían existir otros que la literatura científica no hubiera registrado, especialmente fuera de los Estados Unidos. Esta cifra revela el interés creciente sobre la hipótesis de las brechas del conocimiento, especialmente aplicada a tópicos como asuntos públicos, salud y medio ambiente.

En esta primera parte del trabajo intentaremos describir y sistematizar algunos de estos estudios tratando de identificar las variables que, en el desarrollo de esta teoría, han ayudado a entender el fenómeno del distanciamiento en el conocimiento de ciertos temas y las condiciones bajo las cuales este distanciamiento se amplía o se reduce. Asimismo, procuraremos enunciar las diferentes posturas críticas que provocaron el autoexamen y el crecimiento de estos lineamientos teóricos.

En primer lugar, se describirán los antecedentes de la hipótesis del distanciamiento social de la información; en segundo término, se analizará el artículo fundacional de la teoría —escrito por Tichenor, Donhue y Olien en 1970—, debido a que es cita obligada en todos los textos que dan cuenta de la misma. En tercer término, examinaremos el artículo que Ettema y Kline publicaron en 1977, desde una postura crítica al introducir en el estudio de las brechas del conocimiento una perspectiva individual y, por lo tanto, modificaciones a la hipótesis inicial.

En cuarto lugar, se estudiarán las variables que han sido abordadas por distintos autores y en diferentes momentos para la construcción de este esquema conceptual: nivel socioeconómico, educación, motivación, estructura de la comunidad, lazos comunitarios, conflicto, relaciones interpersonales, exposición a los medios y, por supuesto, conocimiento.

## **1. Antecedentes de la teoría de las brechas de conocimiento**

Durante décadas, los estudios sobre participación política mostraron que las campañas de comunicación diseñadas para generar una socialización equitativa a través de la difusión de información política tenían escasas posibilidades de éxito. En efecto, dichos estudios probaron que los contenidos comunicados no alcanzaban por igual a todo el público.

Hyman y Sheatsley, en 1947,<sup>1</sup> afirmaron que una parte sustancial de la población norteamericana estaba conformada por “desconocedores crónicos” –*chronic know-nothings*– y demostraron la dificultad de llegar a estos grupos, caracterizados por la desinformación y la falta de interés en los asuntos públicos, y que, además, tampoco parecían estar predispuestos a revertir esta actitud. A pesar de ello, estos autores no desestimaron la importancia de las campañas de comunicación, dado que con ellas se pueden estimular las capacidades del público para aprender; en ese sentido sostienen que cuando la gente aprende más, su interés aumenta, y como su interés aumenta, ellos son impelidos a aprender más (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 161).

De esta forma, distinguieron dos diferentes actitudes de los receptores frente a la difusión de temas de interés público: la de los “desconocedores crónicos”, que rechazan aprender, y la de los “inclinados al conocimiento”, que están interesados en aprender y en quienes, por lo tanto, un mismo estímulo puede generar diferentes resultados. De acuerdo con esta clasificación, los informados están en movimiento para continuar informándose y los que están desinformados permanecen igual, a menos que sobre ellos actúe una fuerza externa.

La perspectiva conductista, propia del momento histórico de Hyman y Sheatsley, sostenía que las personas pueden activar sus capacidades y competencias como reacción a estímulos provenientes de causas internas o externas. En esta línea, más tarde, también otros autores observaron que los “informados”, con frecuencia los de mayor educación formal, generalmente obtenían más conocimientos de los medios que los “desconocedores crónicos” –COLEMAN Y OTROS, 1966; BALL Y BOGATZ, 1970; MOSTELLER Y MOYMHAN, 1972; COOK Y OTROS, 1975– (VISWANATAH, 1996: 188).

Otro antecedente de la *gap hypothesis* fue el trabajo realizado por Star y Hughes (1950), publicado en el *American Journal of Sociology*, con el título “Report of an educational campaign; The Cincinnati Plan for the United Nations”. Esta investigación midió la información sobre la Organización de las Naciones Unidas en ciudadanos de Cincinnati y mostró una distribución desigual de la información entre los diferentes grupos: las personas más educadas habían adquirido más información

1. HYMAN, Herbert y Paul SHEATSLEY: “Some reasons why information campaigns fail”, *Public Opinion Quarterly*, vol. 11, 1947: 413-423. Obra citada en TICHENOR (1970: 161).

sobre la campaña que las menos educadas.<sup>2</sup> La relación entre educación, interés y exposición a un contenido informativo implicó un avance cualitativo al señalar que las personas más educadas, por estar probablemente más interesadas y mejor informadas, tenían menor necesidad de una campaña de comunicación.

Otras investigaciones arribaron a resultados semejantes, mostrando distancias en el nivel de conocimiento de ciertos temas (ciencia, medicina y asuntos públicos) entre los diferentes sectores de la estructura social, y generaron interrogantes sobre la naturaleza de dichas diferencias, sobre la posibilidad y el modo de que las mismas se amplíen, se estrechen o incluso desaparezcan.

Estos antecedentes fueron los fundamentos que llevaron a sistematizar esta línea de investigación a la que se denominó “*knowledge gap hypothesis*”, la que nos proponemos analizar en este estado de la cuestión.

2. El perfil de las personas alcanzadas por la campaña correspondió a varones jóvenes, con un grado de educación alto, mientras que los menos educados eran personas mayores virtualmente desconocedoras de ese tema.



## CAPÍTULO 2

### LA PERSPECTIVA ESTRUCTURAL. EL ARTÍCULO FUNDACIONAL

El primer trabajo de esta teoría, “Mass Media and differential growth in knowledge”, fue publicado en el número 34 de la revista *Public Opinion Quarterly* en 1970. Sus autores fueron Phillip J. Tichenor, especialista en estudios de periodismo e investigador en comunicación; George A. Donohue, profesor de sociología general y Clarice N. Olien, especialista en sociología rural; tres investigadores de la Universidad de Minnesota que, con diferente formación académica, conformaron un equipo que generó un número importante de investigaciones.

El artículo publicado en *Public Opinion Quarterly* se basó, en parte, en la tesis doctoral en sociología de Tichenor (1965). La misma planteaba que la “difusión de innovaciones” en los subsistemas que conforman el sistema social varían según las pautas de comportamiento, valores, creencias o conocimientos; dichas innovaciones, con el correr del tiempo, condicionan la aparición de brechas en el comportamiento y en los valores (GAZIANO, 1995).

Para estos autores, los medios de comunicación dentro de la comunidad potencian la disparidad en el conocimiento entre los grupos sociales, en lugar de disminuirla, y sus estudios empíricos permitieron mostrar que los distintos segmentos socioeconómicos desarrollan diferentes habilidades comunicativas, las cuales se manifiestan tanto en la modalidad de uso de los medios como en la interpretación de sus contenidos, originando diferentes intensidades de conocimiento.

#### **1. El nivel socioeconómico**

La hipótesis del distanciamiento social de la información –*gap hypothesis*– inicialmente propuso que

a medida que en un sistema social se incrementa el flujo de información proveniente de los medios de comunicación, los segmentos de la población de *status* socioeconómico alto tienden a adquirir esta información a un ritmo más acelerado que los segmentos de *status* socioeconómico bajo. Entonces, la brecha de conocimiento entre estos dos segmentos tiende a ensancharse más que a reducirse (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 159-160).

En este primer artículo se mencionan algunas de las razones que contribuyen a predecir la aparición y el ensanchamiento de las brechas de conocimiento con el incremento de la difusión de diferentes temas a partir de los medios de comunicación.

Los factores condicionantes mencionados por los autores fueron:

1. las habilidades comunicativas
2. el conocimiento previo
3. los contactos sociales relevantes
4. la exposición, la aceptación y la memorización selectivas
5. el sistema de medios que distribuye la información

Estos factores ya habían sido descriptos en estudios desarrollados entre las décadas de 1940 y 1960 por autores como Lazarsfeld (1940, 1944, 1948, 1955, 1956), Berelson (1948), Merton (1948, 1957), Menzel (1948, 1956), Hovland (1949), Katz (1955, 1956) y Schramm (1960), que estudiaron los efectos de los medios en el corto plazo. Pero Tichenor y colaboradores reconocen que también son válidos para teorías que, como la que nos ocupa, analizan efectos acumulativos y abordan temáticas de cambio en la estructura social por la intervención de los medios.

Las habilidades comunicativas suponen que las personas con educación formal superior tendrán probablemente mejores habilidades de lectura y comprensión, las cuales les permitirán adquirir mayor conocimiento sobre cuestiones públicas y científicas.

El conocimiento previo sobre un tema debido a una mayor exposición al mismo puede darse ya sea a través de los medios o por el grado de educación formal alcanzada. Por lo tanto, las personas mejor informadas estarán más atentas cuando un tópico aparece en los medios y estarán más capacitadas para entenderlo.

La relevancia de los contactos sociales supone que las personas más educadas interactúan diariamente en muchas esferas, cuentan con un número mayor de grupos de referencia y contactos interpersonales que

incrementan la probabilidad de discusión de diversos temas con otras personas o grupos.

Tichenor y sus colaboradores, al mencionar este factor, hacen referencia a un artículo de Katz<sup>1</sup> que presenta los resultados de dos estudios realizados sobre difusión de información: uno referido a profesionales médicos y otro a granjeros, mostrando que los miembros más activos y socialmente más integrados eran los que aceptaban más rápidamente la propuesta innovadora difundida por los medios (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 162).

El cuarto factor mencionado es la exposición, la aceptación y la memorización selectivas de la información. Estos conceptos fueron desarrollados por teorías de la comunicación que, con una perspectiva psicológica –microcomunicacional–, se apoyaron en las diferencias individuales de los receptores para explicar los distintos tipos y grados de exposición a los medios. Estos estudios sobre aprendizaje y motivación permitieron comprobar que las personas eran diferentes en la estructura de su personalidad.

A pesar de compartir las pautas de conducta de su cultura, cada individuo tenía una estructura cognitiva distinta en cuanto a las necesidades, los hábitos de percepción, creencias, valores, actitudes, habilidades, etc. (DE FLEUR Y BALL-ROKEACH, 1993: 226).

Para definir estos conceptos, Tichenor y colaboradores citan a Sears y Freedman:<sup>2</sup>

la exposición voluntaria está frecuentemente más relacionada con la educación que con otro tipo de variables. La exposición, la aceptación y la memorización selectivas son coincidentes con actitudes selectivas de facto y son resultado de diferencias educacionales (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 162).

1. KATZ, Elihu: "The social Itinerary of tehcnical change. Two studies on the diffusion of innovation, *Human Organization*, vol. 20, nº 2, Summer 1961. Obra citada en TICHENOR (1970: 162).

2. SEARS, David Y Jonathan FREEDMAN: "Selective exposure to information: A critical review", *Public Opinion Quarterly*, vol. 31, 1967: 194-214. Obra citada en TICHENOR (1970: 162).

Con Klapper, definieron interpretación selectiva como la tendencia de los receptores a interpretar y recordar información de manera coherente con sus opiniones y valores previos.<sup>3</sup>

El último factor enumerado es la naturaleza de los medios de comunicación y el sistema de distribución de la información. Para estos autores, la mayoría de las noticias sobre ciencia y asuntos públicos (con posibles excepciones en casos de eventos espectaculares o situaciones de crisis) aparecen más representados en la prensa escrita, que, históricamente, es utilizada por los segmentos más educados. Por lo tanto, los medios gráficos son los instrumentos más aptos para los intereses y los gustos de los segmentos de nivel socioeconómico alto, y esto puede ser la razón de que disminuya la cobertura de aquellos temas que dejan de ser novedosos para ese segmento.

A diferencia de la publicidad contemporánea, a las noticias sobre ciencia y sobre asuntos públicos les falta una repetición constante que facilite el aprendizaje y la familiaridad con los contenidos de las mismas entre las personas de niveles bajos (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 162).

## 2. Sentidos diacrónico y sincrónico

Para sus creadores, la hipótesis de las brechas de conocimiento puede ser expresada operacionalmente por lo menos en dos formas diferentes:

1. **en sentido diacrónico** *–over time–*, la adquisición de conocimiento sobre un tema muy difundido será más “acelerada” entre las personas más educadas que entre aquellas con menor educación; y

2. **en sentido sincrónico** *–at a given point in time–*, la adquisición de un mayor grado de conocimiento está fuertemente asociada con la educación, tanto para tópicos muy difundidos como poco difundidos por los medios.

En resumen, para los iniciadores, se espera que la brecha de conocimiento se profundice cuando uno o más de los factores mencionados estén operando.

3. En relación con este concepto, se puede citar a Klapper, quien sostiene que “las personas que están expuestas a comunicaciones por las que no sienten proximidad o simpatía posiblemente deformen el contenido, de manera que terminan por percibir el mensaje como si éste reforzara su punto de vista” (KLAPPER, 1980: 83).

De este modo, cuando el flujo de los medios de comunicación es alto, la brecha debería agrandarse en relación con las habilidades comunicativas, el conocimiento previo, los contactos sociales o la actitud selectiva que aparezcan involucrados (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 163).

Siguiendo con el análisis anterior, es posible preguntarse por qué estos autores explican las brechas de conocimiento a partir de diferencias socioeconómicas y cuáles son los antecedentes que ellos reconocen.

En este primer artículo, Tichenor y colaboradores remiten a investigaciones previas aplicadas en el corto y en el largo plazo.

Un primer antecedente mencionado es el estudio realizado por Samuelson<sup>4</sup> que buscó analizar los efectos que tenía sobre el conocimiento la ausencia de ciertos temas en los medios, bajo el supuesto de que la falta de difusión de un tema por parte de los mismos reduce las diferencias en el conocimiento entre los diferentes grupos sobre dicho tema.

Samuelson, en 1959, utiliza una huelga de diarios para aproximarse a una situación difícil de lograr experimentalmente, como es la ausencia de información. El estudio comparó el conocimiento sobre acontecimientos públicos habituales entre una comunidad donde los diarios estaban en huelga y otra comunidad cercana que recibía el diario de manera habitual.<sup>5</sup>

Debido a que retirar un diario de circulación significa menor exposición a las noticias del día por parte de las personas más educadas, la hipótesis formulaba que esas personas perderían proporcionalmente más información por la huelga de diarios. Por lo que habría menos diferencia de conocimiento entre los más educados y los menos educados en la comunidad con huelga que en la que recibía la información de manera habitual.

A pesar de que este supuesto se comprobó, sin embargo, a la hora de analizar los datos, éstos fueron relativizados por desconocerse la relación entre educación y conocimiento de los asuntos públicos antes de la huelga. Además, porque, si bien las dos comunidades eran geográficamente cercanas, tenían diferencias entre sí: la comunidad con huelga

4. SAMUELSON, Merrill: *Some News-Seeking Behavior in a Newspaper Strike*, disertación de doctorado inédita, Stanford University, 1960. Citado en TICHENOR (1970: 66).

5. La aplicación se desarrolló al final de la primera semana de huelga, antes de que los ciudadanos de la comunidad en huelga pudieran establecer una estrategia de comportamiento para sustituir a los medios.

era más chica, menos industrializada y caracterizada por un alto nivel socioeconómico.

Un segundo estudio de referencia en este artículo, es el de McLean y Barnes, que en 1964 estudiaron la difusión realizada por los medios de dos eventos importantes: la renuncia de Nikita Khrushchev y el caso de Walter Jenkin. Este estudio analizó el impacto de las noticias desde su aparición y en los días subsiguientes.

Pese a que los autores esperaban que las distancias en el conocimiento debidas a diferencias socioeconómicas fueran menores en este tipo de eventos de gran repercusión pública, los resultados fueron consistentes con la hipótesis de la brecha: los entrevistados con mayor educación aprendieron más rápidamente sobre el hecho que aquellos con menos educación; y en el tiempo bajo estudio la brecha se amplió.

Las otras experiencias descriptas aluden a estudios que analizaron efectos a lo largo del tiempo:

a - El *American Institute of Public Opinion*, entre 1949 y 1965, preguntó sobre tres tópicos en diferentes intervalos de tiempo. Los temas fueron: los satélites artificiales, el intento del hombre de llegar a la Luna y la controversia cigarrillo - cáncer.

En esos años, los medios norteamericanos otorgaban una cobertura significativa a los temas científicos, por lo que estos tópicos recibieron una considerable atención durante el lapso estudiado.

Como parte del estudio, en 1958 fueron consultados 240 editores responsables de diarios, quienes en su mayor parte confirmaron que el espacio otorgado a ciencia, ingeniería y medicina se había incrementado en los últimos años.<sup>6</sup>

Los temas bajo análisis cumplían con esas características, ya que se trataba de acontecimientos que se habían producido en el tiempo previo a la medición de campo y que habían visto incrementada su representación en los medios: a) el lanzamiento del *Sputnik I* en 1958; b) diversos lanzamientos de satélites norteamericanos y soviéticos; c) la posible vinculación entre el cigarrillo y el cáncer (que había recibido

6. Este dato fue confirmado por más del 90% de los editores consultados, quienes dijeron que el espacio destinado a noticias científicas había ido en aumento. En un estudio similar, en 1965, cerca del 50% de los editores reportaron una duplicación de noticias científicas. Además, cada uno de los tópicos recibió un tratamiento intensivo de los medios a raíz de acontecimientos específicos.

una amplia cobertura cuando la Asociación de Médicos Americana dio cuenta de ese problema).

Con el correr del tiempo, por cada tópico, se observó en el público un crecimiento generalizado de conocimiento o un aumento en la aceptación de la opinión difundida por los medios (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 164).

La correlación en cada tema entre conocimiento y educación y entre educación y opinión fue consistente con la hipótesis de incremento de la brecha.

Los autores resaltan especialmente los resultados de los sondeos realizados para investigar si las personas creían que el hombre, en un futuro previsible, podría llegar a la Luna. La aceptación generalizada de esa opinión aumentaba en relación directa con el nivel educativo y además se incrementaba en el lapso de los años controlados.<sup>7</sup>

b - La experiencia de Minneapolis y Saint Paul. Este estudio, que se aplicó entre el verano de 1967 y el invierno de 1968, intentó medir la comprensión lectora de 22 artículos de divulgación sobre temas de medicina y biología y de 21 artículos de temas sociales. Se trabajó<sup>8</sup> con una muestra de 600 personas, distribuidas en zonas con diferencias en la difusión de esos temas.

7. Entre los universitarios, la opinión de que el hombre podría llegar a la Luna creció de un 20 % en 1949 a un 80 % en 1965; entre los graduados de educación media, esa opinión creció sólo un 38% durante el mismo período.

8. A cada encuestado se le pidió que leyera artículos sobre dos noticias científicas. Cada artículo fue presentado con la pregunta: ¿podría usted leer esto como si leyera cualquier noticia? Cuando el entrevistado terminaba de leer el artículo, el entrevistador le preguntaba qué era lo que más recordaba y qué decía el artículo. Más del 94% de los encuestados leyeron al menos uno de los dos artículos. Cada artículo fue leído por 20 personas como máximo. Los entrevistados fueron ordenados por pares y cada artículo fue administrado en primer lugar a 10 entrevistados, y a los otros 10 en segundo lugar.

Cada segmento de contenido de las respuestas fue analizado separadamente y definido a partir de frases que la gente proveía para definir esa afirmación. Fuentes citadas en el artículo actuaron como jueces y se les solicitó que juzgaran la precisión de las afirmaciones. La comprensión lectora se definió como el número de afirmaciones correctas realizadas por un lector y estimadas sobre una escala de posición de 7 puntos realizada por la fuente consultada, y a partir de frases que la gente proveía para definir esas afirmaciones. Otros conceptos medidos fueron la recordación, la habilidad de verbalizar el contenido del artículo y, por lo tanto, la habilidad de difundirlo en el sistema social.

El nivel de distribución de la información fue definido operacionalmente como el número de veces que, en el período de un año, había aparecido un tema en la primera plana de uno de los cuatro diarios más importantes de ambas ciudades, presumiendo que la aparición en la portada de una información significaba una mayor difusión de la misma.

El supuesto fue que las respuestas de una persona al leer una segunda nota sobre un tema podían diferir de las primeras por existir algún grado de yuxtaposición de la información, por lo que las mismas se analizaron separadamente. Los datos mostraron que el patrón general de asociación entre educación y comprensión fue nuevamente consistente con la hipótesis.

Estos estudios advirtieron que los medios eran un factor a tener en cuenta en la aceptación o el conocimiento de un tema; sin embargo, ninguno había medido las pautas o rutinas de exposición del público.

Con estos antecedentes, Tichenor, Donohue y Olien partieron del supuesto de que los medios tendrían fuertes implicancias en la distribución del conocimiento.

La inclusión de la variable medios de comunicación en el análisis de los desniveles de conocimiento es lo que marca la diferencia con abordajes provenientes de ciencias de la educación, y la ubica dentro de la sociología de las comunicaciones.

Para sus iniciadores, los medios de comunicación

parecen tener una función similar a otras instituciones sociales que refuerzan o incrementan las inequidades sociales existentes (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEEN, 1970: 170).

Pero además advirtieron sobre la posibilidad limitada que tienen los medios de disminuir la brecha

cuando la cobertura de temas de ciencia o asuntos públicos disminuye antes que la misma se cierre (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEEN, 1970: 170).

El artículo fundacional termina esbozando por primera vez algunos temas que abordarán como objeto de estudio investigaciones posteriores:

- a) los diferentes roles que cumplen los medios, gráficos y televisivos, en la formación de desniveles del conocimiento;
- b) los efectos sociales de las desigualdades de conocimiento en procesos de cambio social;

- c) la funcionalidad de los conocimientos adquiridos en los medios, para las personas más educadas y a la vanguardia de los cambios tecnológicos;
- d) las diferencias de conocimiento como factor de incremento de la tensión en el sistema social.

Por lo planteado hasta aquí, la teoría del distanciamiento social de la información inicialmente adjudica las brechas de conocimiento a diferencias en el nivel económico social.

Los autores plantean que la sociedad recibe cada vez más información de los medios y que los sectores de alto poder adquisitivo tienden a incorporar esta información a mayor velocidad que los sectores de bajo poder adquisitivo.

Sin embargo, también sostienen que la población de nivel económico social bajo no está completamente desinformada

o que el pobre en conocimiento se vuelve pobre en sentido absoluto (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 160).

Por el contrario, enuncian el crecimiento diferencial del conocimiento y destacan que si bien los sectores de bajo poder adquisitivo incrementan su conocimiento, los de alto poder adquisitivo lo hacen en mayor medida, y como resultado, la brecha entre ambos se incrementa.

Para estos investigadores, una brecha de conocimiento

significa una brecha comunicacional y un desafío en la resolución de problemas sociales (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 170).

Por lo tanto, ellos prevén efectos negativos y positivos al definir el papel de los medios en la estructura social.

Por un lado, las diferencias de conocimiento pueden ser funcionales y positivas para la sociedad si las personas con nivel educativo alto lideran los cambios en aquellos problemas que son fundamentales para la mayoría de los ciudadanos; pero esas diferencias también pueden ser fuente de tensión entre ambos sectores cuando ayudan a establecer situaciones de injusticia y desigualdad.

En relación con el párrafo anterior, y a modo de ejemplo, pueden mencionarse algunos estudios sobre temas de salud y la distribución de los conocimientos: YOWS Y SALMON (1991); VISWANATH Y FINNEGAN (1991); VISWANATH Y OTROS (1993). Los resultados de los mismos indi-

caron en este t3pico, por un lado, que los diferentes grupos comparten y valoran el ideal de una distribuci3n equitativa de conocimientos, y que se orientan a este objetivo los esfuerzos de las campa1as de informaci3n.

En un sistema social, cuando los grupos de poder identifican una amenaza, generan acciones para reducirla. La mayor difusi3n de informaci3n sobre este tema y las acciones desarrolladas en consecuencia pueden conducir a una mayor equidad en la distribuci3n del conocimiento (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991).

Pero, por otro lado, indicaron que posibles fallas en los sistemas de comunicaci3n podr3an acentuar las desigualdades y por lo tanto ser disfuncionales al sistema social, debido, en ciertos casos, a la falta de habilidades comunicativas de algunos grupos sociales para incorporar la informaci3n.

La noci3n de brecha en el conocimiento, tal como fue presentada por sus iniciadores, origin3 un n3mero significativo de investigaciones en la misma l3nea, pero al mismo tiempo se torn3 controvertida.

Algunos autores se1alaron a los factores estructurales, en especial la educaci3n, como origen de los desniveles; otros consideraron factores como la motivaci3n, y explicaron el establecimiento de esas brechas desde una perspectiva micro social.

De la elecci3n de uno de estos dos factores depender3, en gran medida, la valoraci3n realizada en torno al rol ejercido por el *status* socioecon3mico que, como ya sabemos, se sit3a en el origen mismo de la hip3tesis del distanciamiento (SAPERAS, 1987: 123).

### **3. Educaci3n: principal componente de la perspectiva estructural**

La formulaci3n original de la teor3a del distanciamiento social de la informaci3n adjudica al nivel econ3mico social las diferencias de conocimiento. Sin embargo, una lectura m3s detallada de este trabajo fundacional permite advertir que sus autores consideran a la variable educaci3n como el principal componente del nivel econ3mico social.

La educaci3n es un aspecto de la definici3n que est3 presente en la mayor3a de los factores mencionados por Tichenor y colaboradores, al explicar la formaci3n de las brechas de conocimientos. Aparece:

– al aludir a las habilidades de comunicaci3n, cuando sostiene que

las personas con una educación formal superior presumiblemente tendrán mejores habilidades de lectura y comprensión que les permitan adquirir conocimientos sobre cuestiones públicas y conocimientos científicos (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 162).

– al describir la importancia de los conocimientos previos

como resultado de una mayor exposición a un tópico, ya sea a través de los medios o por la educación formal alcanzada (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 162).

– al mencionar la importancia de los contactos sociales:

La educación generalmente indica la interacción diaria en muchas esferas, un gran número de grupos de referencia y mayores contactos interpersonales que aumentan la probabilidad de discusión con otras personas sobre diversos temas (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970:162).

– al definir el cuarto factor, relacionado con la exposición, la aceptación y la memorización selectiva de la información, y sostener que estas actividades selectivas están frecuentemente más relacionadas con la educación que con otro tipo de variables (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 162).

En síntesis, este primer artículo, en concordancia con los estudios que reseña, Star y Hughes, Samuelson y McLean, y Barnes, privilegia, indirectamente, a la variable educación entre los componentes del nivel económico social.

En un artículo posterior de los mismos autores, “Mass media and knowledge gap. A hypothesis”, dicha variable será considerada como el factor originario del distanciamiento, al proveer habilidades para procesar información y para percibir su relevancia o funcionalidad (SAPE-RAS, 1987: 124).

Por consiguiente, la educación se va afianzando hasta llegar, en 1980, a una nueva formulación de la hipótesis inicial, por considerar que la educación ayuda a describir los diferentes procesos selectivos que se cristalizan en desniveles de conocimiento:

cuando se incrementa el flujo de información en un sistema social, los grupos con niveles más altos de educación a menudo tienden a adquirir esta información con una rapidez mayor que aquellos con niveles inferiores.

Esta tasa más alta de adquisición resulta de los diferentes roles y posiciones de los segmentos más altamente educados del sistema social, que están preparados para reconocer la relevancia de la información para su posición particular en la estructura social y el mantenimiento de esa posición (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1980: 117-118).

Desde esta perspectiva, a ciertos grupos, la experiencia educacional los ha dotado de mayores capacidades comunicativas que le permiten prestar atención, entender y recordar ciertos contenidos que aparecen en los medios. Como consecuencia de estas diferentes tasas de adquisición de la información, las brechas se ensanchan en lugar de decrecer.

En la hipótesis anterior podemos resaltar dos aspectos:

- a) una posición consolidada de que las variables estructurales marcan el establecimiento de las brechas y la atribución de las diferencias a situaciones y contextos en los que se expresa la competencia para el conocimiento;
- b) la incorporación del concepto de funcionalidad del conocimiento, que supone que la información se considera relevante para mantener la posición que las personas ocupan en la estructura social.

Tanto el primero como el segundo aspecto se han visto enriquecidos en investigaciones posteriores de la misma escuela de Minnesota. Sirva como ejemplo el Programa de Salud del Corazón –*Heart Health Program*– realizado en 1991.

El objetivo del mismo fue describir la importancia que tenía para los sectores de la población reconocer los factores de riesgo en salud. En relación con las variables estructurales este programa, demostró que:

La historia familiar [...] es un factor inmodificable para un individuo.

Y en relación con la funcionalidad, observó que:

Es precisamente en la habilidad para reconocer la utilidad de la información precedente y su aplicación a una situación individual o de clase, lo que prueba que el más poderoso difiere del menos poderoso (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991).

En resumen, en todos estos años, la mayor parte de los estudios sobre brechas de conocimiento, concebidas desde la estructura social,

usaron a la educación como sustituto del nivel económico social –GAZIANO (1984), YOWS Y SALMON (1991), VISWANATH (1993), KOSICKI (1994)–. Esto lleva a Gaziano, revisionista importante de esta teoría, a expresar, en 1995, que

con el tiempo, la definición operacional de la brecha de conocimiento establece que: la educación crea diferencias en la tasa de conocimiento adquirido (GAZIANO, 1995: 163).

#### 4. Apreciación conceptual y crítica

Tichenor, Donohue y Olien (1986) consideran que las diferencias en la adquisición de conocimiento contribuyen a mantener situaciones de privilegio para algunos segmentos sociales. Dichos privilegios pueden generar efectos positivos o negativos en la estructura social. Positivos, cuando los segmentos mejor posicionados lideran cambios orientados al bien común, y negativos, cuando esas prerrogativas son causa de desequilibrio o tensión social.

La visión de los autores se torna aún más pesimista cuando observan el crecimiento constante del conocimiento. Ellos sostienen que además de la presencia estable de temas científicos o asuntos públicos en los medios, estos mismos divulgan en forma permanente hallazgos o modificaciones que profundizan el conocimiento sobre esos temas. Éstos, según su especificidad, son adquiridos más rápidamente por aquellos segmentos que han desarrollado habilidades para su correcta interpretación y memorización y que, además, pueden evaluar la importancia de esos temas para mantener su lugar en la estructura social.

Esta visión irreversible de las brechas de conocimiento ha generado críticas por parte de algunos autores (DERVIN Y GREENBERG, 1972; GANS, 1996; COLE Y BRUNER, 1971) que sostuvieron que, al observar las diferencias de conocimiento como déficit, implícitamente se sugiere que los menos educados son deficientes o con menos capacidades (ETTEMA Y KLINE, 1977: 184-185). Estos autores interpretan que de esa manera se acusa a la víctima antes que a las instituciones, y piensan que si bien pueden observarse diferencias en el esquema cognitivo y en las habilidades comunicativas de los estratos más bajos, no hay déficit en sus habilidades para la educación. Sostienen, entonces, que las dificultades que tienen estos segmentos son de acceso y adquisición de información, y no de competencia para el aprendizaje.



### CAPÍTULO 3

## EL ARTÍCULO QUE PLANTEA LA CONTROVERSIAS. LA PERSPECTIVA SITUACIONAL

Los principales cuestionamientos al origen de las brechas de conocimiento fueron formulados por Ettema y Kline, profesores de la universidad de Michigan en 1977, quienes consideraron el papel de la motivación en la adquisición del conocimiento. El objetivo de estos autores fue

especificar las condiciones en las cuales la difusión de los medios de comunicación dentro de un sistema social pueden ampliar o disminuir la brecha (ETTEMA Y KLINE, 1977: 180).

A continuación describiremos los factores que pueden ampliar o reducir las brechas de conocimiento desde la perspectiva *situacional*.

### 1. Factores relativos a la audiencia y factores relativos al mensaje

Ettema y Kline, en su artículo “Deficits, differences, and ceilings” (1977), diferencian dos categorías de factores que pueden reducir las brechas de conocimiento. Ellos son: a) los **factores relativos a la audiencia**, en los que incluyen las habilidades comunicativas, la motivación y la exposición a los medios, y b) los **factores relativos al mensaje**, donde ubican a los efectos techo (*ceiling effects*).

Estos autores consideraron a la motivación como el factor que iguala el conocimiento sobre un tema. En este sentido, mencionan sólo dos trabajos como antecedentes: el de Katzman (1974), que argumenta que las brechas pueden ensancharse con un acceso desigual a las tecnologías de la comunicación –lo cual puede ser más una característica de canal que de audiencia–, y el de Donohue, Olien y Tichenor (1975),

que muestra que las brechas pueden reducirse por una igualación en la motivación por adquirir la información (ETTEMA Y KLINE, 1977: 183).

En este artículo, Ettema y Kline se proponen dos objetivos: primero, generar una teoría sobre diferencias derivadas del nivel económico social, a partir del marco conceptual de otras disciplinas que han tratado de explicar las diferencias en el conocimiento, y segundo, ofrecer una tipología de “efectos techo” (*ceiling effects*).

### *1.1. Factores relativos a la audiencia*

En relación con los primeros factores, los relativos a la audiencia, ellos sostienen que la sociología de la comunicación no es la única que se interesa en estudiar las diferencias de conocimiento. La educación, la psicología evolutiva, las investigaciones sobre pobreza (GANS, 1969; GREENBERG Y DEVIN, 1972) están también interesadas en ofrecer marcos conceptuales que contemplen e interpreten esas diferencias (ETTEMA Y KLINE, 1977: 184-5).

Así como la investigación en comunicación ha documentado una brecha en el conocimiento de asuntos públicos, científicos, técnicos y de salud, las investigaciones sobre educación y desarrollo infantil han documentado brechas en el éxito escolar a partir de los resultados de *test* de inteligencia (COLE Y BRUNER, 1971).<sup>1</sup> En este sentido, para Ettema y Kline, los conceptos desarrollados por Cole y Bruner son útiles para identificar los factores contingentes que condicionan la brecha de conocimiento.

En relación con estos factores, en este artículo, los autores comienzan por distinguir entre: a) una explicación de la brecha que pone el énfasis en los déficits *transituacionales* (por ejemplo: la falta de habilidades comunicativas), y que sostiene que la distancia se mantiene bajo cualquier circunstancia:

Todas las brechas del conocimiento [desde una explicación *transituacional*] siempre se amplían y nunca se estrechan (ETTEMA Y KLINE, 1977:188);

1. COLE, M. Y J. S. BRUNER: “Cultural differences and inferences about psychological process”, *American Psychologist*, nº 26, 1971: 867-876. Obra citada en ETTEMA Y KLINE (1977: 187).

y b) una explicación de las brechas de conocimiento, que ellos apoyan, y que parte de diferencias en la *situación específica* entre las personas de diferente o similar nivel económico social.

En la segunda postura, las brechas se amplían en aquellas circunstancias en las cuales las personas de menor nivel económico social están menos motivadas para adquirir la información o en las que la información es menos funcional para ellos.

A la inversa, la brecha puede achicarse (y quizás no establecerse) cuando la motivación para adquirir la información se incrementa entre las personas de nivel económico social bajo o cuando consideran que dicha información es funcional.

En los párrafos anteriores ha aparecido una diferencia conceptual muy importante para definir la etiología de los desniveles del conocimiento:

- los **factores *transituacionales***, que implican causas estructurales, asentadas en la conformación de la estructura social, y
- los **factores *situacionales***, que desde una perspectiva microsocial, por ende microcomunicacional, se refieren a la *situación específica* –*situation specific*– (motivación, interés) de cada uno de los actores del proceso de adquisición del conocimiento.

En relación con estas dos posturas, Lovrich (1984) sostiene que mientras una pone el acento en el papel que juega el nivel económico social, la otra lo pone en la motivación individual por adquirir una información considerada relevante.

Recapitulando, la explicación *transituacional* señala que las variables de nivel socioeconómico explicarán las diferencias de conocimiento en el público en mayor medida que los factores motivacionales, y que los efectos de la motivación en el conocimiento desaparecerán una vez que sean controlados los efectos del factor económico social.

La hipótesis de la *situación específica* sostiene, en cambio, que aun cuando las características propias del nivel socioeconómico estén bajo control, los indicadores motivacionales tendrán efectos sustanciales e independientes sobre los niveles de información.

En realidad, las características motivacionales pueden contrarrestar de manera sustancial el impacto de las características de nivel socioeconómico en lo concerniente al conocimiento [en este caso, el autor se refiere a políticas públicas] (LOVRICH Y PIERCE, 1984: 417).

Ettema y Kline sugieren buscar las condiciones contingentes de las brechas de conocimiento en la motivación de los diferentes estratos sociales por adquirir la información y/o en la función que esa información tiene para las personas que integran esos estratos sociales. Esto los lleva a reformular la hipótesis original del distanciamiento social de la información de la siguiente forma:

cuando la difusión de la información de los medios de comunicación dentro del sistema social se incrementa, segmentos de población más motivados en adquirir la información y/o para los cuales dicha información es funcional, tienden a adquirir la información más rápido que los no motivados o aquellos para los que la información no es funcional; así la brecha en el conocimiento entre estos segmentos tiende a incrementarse en lugar de decrecer (ETTEMA Y KLINE, 1977: 188).

Como vemos, la hipótesis anterior es formulada en relación con factores vinculados a la audiencia, y se infiere de la misma que las brechas pueden disminuir también por aspectos relacionados con el mensaje. Este punto de vista estaba implícito ya en el argumento de Tichenor y colaboradores (1975) cuando sugerían

que la importancia del tema y el conflicto pueden cerrar la brecha de conocimiento en temas públicos a través de una igualación de la motivación para adquirir una información (DONOHUE, 1975).<sup>2</sup>

Por otra parte, para conceptualizar las causas del fenómeno de la brecha, Ettema y Kline aluden a una serie de investigaciones que, desde interpretaciones diferentes, intentaron describir algunos de los factores intervinientes en la adquisición desigual del conocimiento.

Por ejemplo, Cole y Bruner midieron las diferencias de conocimiento a partir del rendimiento escolar de jóvenes de diferente nivel socioeconómico. Si bien estos autores intentaron responsabilizar a los instrumentos de medición por las diferencias encontradas en dicho rendimiento, ellos admitieron que algunas diferencias en las habilidades pueden ser reales; por ejemplo: las competencias en la lectura, en el esquema cognitivo, o incluso las estructuras usadas para organizar e interpretar la información sobre el mundo,

2. Citado por ETTEMA Y KLINE (1977: 189). No aparece el nombre del artículo en las referencias.

las personas de alto y bajo nivel económico social pueden ver el mundo de modo diferente (ETTEMA Y KLINE, 1977: 189).

Ettema y Kline se preocuparon, entonces, por adaptar el concepto de *déficit transituacional* de la educación a la problemática de los medios de comunicación y por trasladar la observación de capacidades cognitivas básicas a las habilidades comunicativas específicas en la aplicación de esa capacidad.

Por otra parte, al igual que Tichenor (1970), estos autores aluden a la exposición y la recordación selectivas como factores que ayudan a una interpretación diferente de la formación de las brechas;

estas diferencias, sin embargo, requieren explicaciones, y la respuesta puede estar en el grado de motivación para adquirir la información, como Cooke y colaboradores mostraron al estudiar el caso de Plaza Sésamo (ETTEMA Y KLINE, 1977: 191).<sup>3</sup>

Asimismo, también mencionan la importancia de los contactos sociales relevantes y sostienen que las personas de nivel económico social bajo no tienen necesariamente contactos sociales escasos, ya que la comunicación interpersonal no se acota a un segmento social, sino que la discusión inter-personal durante un contacto social es una situación vinculada con la motivación y la funcionalidad para adquirir información.

Por último, al aludir al conocimiento previo (TICHENOR, 1970; KATZMAN, 1974), los profesores de Michigan sostienen que éste interviene de diferentes formas en las brechas de conocimiento, ya sea porque:

- **la escasa motivación** por un tema que ha dificultado la adquisición de conocimientos en el pasado vuelve a obstaculizar la adquisición en el presente;
- **la falta de habilidades comunicativas** (por ejemplo, la competencia lectora) u otros *déficit transituacionales* que en el pasado impidieron alcanzar conocimientos condicionan también la adquisición de los mismos en el presente.

3. Véase pág. 47.

Un ejemplo simple de esto es el presentado por Shingi y Mody (1976), quienes encontraron que la falta de comprensión de palabras de la jerga técnica perturbaba el aprendizaje.

En un nivel general, un desarrollo insuficiente de conocimientos en el pasado podría tornar imposible cualquier aprendizaje posterior (ETTEMA Y KLINE, 1977:192).

Desde otra perspectiva,

- **la falta de conocimientos previos**, si bien en unos casos actúa aumentando las distancias en el conocimiento, en otros, puede operar como un incentivo de la motivación para adquirir información. Así,

Kline, Miller y Morrison (1974) han demostrado que adolescentes que se percibían significativamente atrasados respecto de otros en el conocimiento de la planificación familiar, al advertir esa desventaja adquirieron más conocimientos de los mensajes de los medios de comunicación que aquellos que se percibían más adelantados (ETTEMA Y KLINE, 1977: 192).

Al enumerar los factores anteriores, Ettema y Kline buscaron describir cómo las diferencias en los estilos de vida y en el medio ambiente de las personas de diversos segmentos sociales se trasladan a diferencias en la motivación y en el reconocimiento de la funcionalidad de un tema específico para la vida cotidiana. Aunque reconocieron que esas interpretaciones estaban lejos todavía de ofrecer la mayoría de las explicaciones sobre la hipótesis del distanciamiento, sostuvieron que las mismas

podían ser herramientas heurísticas útiles para explorar el fenómeno de las brechas (ETTEMA Y KLINE, 1977: 193).

Otros autores ya habían mencionado la importancia de la variable motivación (GENOVA Y GREENBERG, 1975) al vincular el problema de las desigualdades en el conocimiento con diferencias en el interés y demostrando que

diferencias en el interés en un campo de conocimiento o la importancia –*saliencia*– otorgada a esa información por parte de la audiencia pueden producir brechas entre las personas más o menos interesadas (ETTEMA Y KLINE, 1977: 193).

Pero, Ettema y Kline, para seguir ilustrando situaciones de reducción de brecha, reproducen tres experiencias distintas:

- a) La de Torsvik (1972), quien investigó cómo interviene la televisión en el reconocimiento de líderes políticos a través de fotografías y demostró que dicho reconocimiento es comparativamente mayor en los menos educados que en los más educados.
- b) La de Rokkan y Valen (1970), quienes mostraron que en 1969 el partido laborista, a partir del incremento de la motivación de los menos educados, había ganado votos al partido socialista respecto de la votación de 1965.
- c) La de Jennings y Langton (1968), quienes estudiaron la socialización política de estudiantes negros en una muestra nacional de 1.700<sup>4</sup> casos. Ellos describieron que los estudiantes cuyos padres eran menos educados y que se percibían con menores competencias para ejercer sus derechos políticos, cuando tomaron un curso de educación cívica, estuvieron más interesados en política y hablaron más de ese tema en sus hogares que los estudiantes de padres más educados.

El crecimiento en el interés y en la actividad política de estos jóvenes, con padres negros de baja educación, se explicó a partir del aumento de la motivación por adquirir información política generada por el curso (ETTEMA Y KLINE, 1977: 196).

### *1.2. Factores relativos al mensaje: los efectos techo*

El segundo objetivo de Ettema y Kline fue la distinción entre varios tipos de “efectos techo” (*ceiling effects*).<sup>5</sup> Entendemos por “efecto te-

4. Los investigadores realizaron un estudio en un curso de educación cívica, donde se trabajaron los conceptos de participación y lealtad, y buscaron mostrar el cambio de actitud ciudadana entre los estudiantes que habían tomado el curso relacionado con el nivel de educación de los padres. “Los estudiantes negros de *status* alto pueden haber recibido de sus padres más activos una apreciación más realista de las restricciones sociales e institucionales de los negros en la participación de la política americana” (ETTEMA Y KLINE, 1977: 196).

5. Wolf traduce este concepto como “*efecto umbral*” y lo define como “los mecanismos que conducen a una atenuación de los desniveles o su desaparición” (WOLF, 1994: 79-80).

cho”<sup>6</sup> una reducción de las brechas de conocimiento que se produce cuando la información proporcionada por los medios resulta redundante para los sectores de nivel económico social alto y esta reiteración permite que los sectores bajos los alcancen.

Para Viswanath,

la idea de los efectos techo supone que el conocimiento se difunde rápidamente entre los grupos de nivel económico social alto, pero una vez que la información ha alcanzado a la mayoría de los miembros de ese grupo, sólo puede tener lugar una mínima modificación. Los grupos de menor nivel económico social adquieren más lentamente la información, pero finalmente podrán alcanzar a los de nivel alto (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 210).

Por lo tanto, estos efectos pueden generar condiciones para que se acorten las distancias entre los grupos por un aumento de la información en los segmentos de nivel bajo.<sup>7</sup>

6. En el artículo que estamos analizando los autores no definen “efectos techo”.

7. La idea central de los efectos techo es que una vez que los grupos de *status* alto adquieren determinada información, dejarán de aprender, y así, los grupos de *status* bajo los alcanzarán, esto es, se pondrán al día. Estas nociones suponen la idea del efecto de goteo hacia abajo -*trickle-down effect*-, sobre la que volveremos más adelante. La información, por ejemplo, con respecto a las innovaciones, la tecnología, goteará de arriba hacia los sectores de bajo nivel socioeconómico.

Esta interpretación, según Viswanath, ha sido cuestionada esencialmente por tres razones. En primer lugar, a pesar de que es posible inferir que la familiaridad aumentará a lo largo del tiempo con el incremento de la difusión, las brechas con respecto a temas complejos pueden consolidarse todavía más.

En segundo lugar, tanto el conocimiento como la información difícilmente son estacionarios. Día a día surgen informaciones nuevas sobre salud, política, ciencia y otros campos. La adquisición de esta información, en particular la especializada, a menudo requiere de una base de conocimientos que permite interpretarla y convertirla en un bien de uso. Los grupos de nivel alto probablemente tendrán una base de conocimiento sobre distintas áreas, y por ende mayores probabilidades de que adquieran más información que los grupos de *status* bajo (DONOHUE, 1990). Las brechas podrían entonces estrecharse con relación a ciertas áreas, pero permanecerán y se expandirán en otras. Según Tichenor, los medios poseen recursos limitados ya que no todas las informaciones pueden estar ampliamente distribuidas. En tercer lugar, Price y Zaller (1993) afirman que aquellos que saben más continuarán sabiendo más. El conocimiento adquirido es un fuerte indicador de la adquisición de conocimientos subsiguiente. Los efectos techo requieren de futuros estudios y tal vez puedan ser mejor analizados mediante investigaciones con diseños longitudinales (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 211).

Ettema y Kline definen tres tipos de “efectos techo”: artificiales, impuestos y reales.

### 1.2.1. *Efectos techo artificiales*

Los **efectos techo artificiales o por artefacto** –*artifacts*– son aquellos que se producen por limitaciones en los instrumentos de evaluación. Ettema y Kline citan como ejemplo de este tipo de efecto techo la investigación sobre Plaza Sésamo desarrollada por Cooke (1975) y afirman que se produjo un *efecto techo artificial* porque los instrumentos de medición utilizados (entre la primera y la segunda medición) fueron más sensibles para demostrar el incremento en el rendimiento de los niños con menor puntaje que los progresos de los que habían alcanzado un puntaje más alto.

Aunque las brechas en ciertas habilidades se ampliaron, a pesar de esta situación, el ejemplo muestra cómo los instrumentos de medición por sí mismos pueden ser responsables de mostrar que los niños de nivel económico social bajo o los menos informados alcanzan un puntaje mejor. Así, una disminución de la brecha no tiene importancia teórica, porque es el resultado de una metodología no adecuada (ETTEMA Y KLINE, 1977: 197).

### 1.2.2. *Efectos techo impuestos*

Los **efectos techo impuestos** son teóricamente más interesantes y se subdividen en dos categorías:

– **efectos techos impuestos por el mensaje:** se producen cuando la información que se distribuye es simple y no exige mayores conocimientos previos. Ettema y Kline los ejemplifican a partir de la experiencia realizada por Shingi y Mody (1976), según la cual una información precisa sobre cultivos que disponen los granjeros más informados es fácilmente adquirida por los granjeros menos informados, que pueden alcanzarlos en ese conocimiento.

Este tipo de efecto techo impuesto, según los autores, puede darse en distintos mensajes, “cotidianos” o “espontáneos” –*naturally occurring*–, que aparecen en los medios de comunicación y que son comparativamente más sencillos que los contenidos especializados.

– **efectos techo impuestos por la audiencia:** se relacionan con la motivación y fueron explicados mediante la experiencia de Kline, Miller y Morrison (1974), que mostró cómo

adolescentes aventajados [...] al sentir que tenían suficiente información, no estuvieron motivados por adquirir más, con lo cual permitieron que los menos aventajados los alcanzaran (ETTEMA Y KLINE, 1977: 198).

Por lo tanto, se acortaron las distancias en el conocimiento a causa del incremento de la motivación de los adolescentes retrasados y la motivación decreciente de los aventajados. En consecuencia, así como la falta de conocimientos previos puede ser un incentivo de la motivación para adquirir información entre los grupos que se perciben rezagados respecto de otros, la percepción de dominio de determinada información puede desmotivar a los grupos más avanzados a seguir contactándose con ella.

### 1.2.3. *Efectos techo reales*

Los **efectos techo reales** se establecen cuando se ha alcanzado el dominio completo sobre un tema. Ettema y Kline los ejemplifican a partir de una experiencia que Katzman (1974) realizó entre maridos y esposas semianalfabetos, y la habilidad de ambos grupos para escribir sus apellidos.

La competencia en el conocimiento (que Katzman refiere como criterio para medición de brecha) consistía en la posibilidad de los participantes de escribir sus apellidos, y el efecto techo verdadero ocurría con el completo desarrollo de esa habilidad. Una vez que los maridos habían aprendido a escribirlo, ellos habían alcanzado su propio techo en el dominio de ese conocimiento, y sus esposas, que ingresaban más tarde a la prueba, podían alcanzarlos.

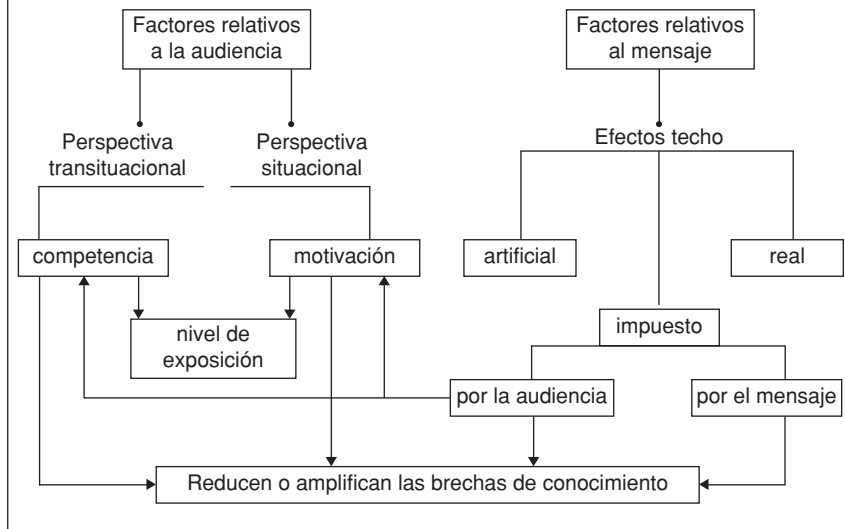
Este tipo de efecto tiene importancia teórica y metodológica en el área de investigación de los medios de comunicación y puede aplicarse al conocimiento de una noticia única que tiene su techo en el propio dominio de ese conocimiento.

En resumen, los efectos techo pueden reducir las brechas por efectos impuestos por el mensaje, por efectos relacionados con la competencia en el conocimiento o bien porque los miembros de la audiencia más educados se imponen a sí mismos un techo que no tienen los menos educados. Por la vía contraria, se puede deducir que bajo condiciones opuestas a las mencionadas, las brechas de conocimiento se ensancharán.

A continuación, intentaremos representar mediante un esquema los diferentes factores que condicionan la formación de brechas de conocimiento desde la perspectiva *situacional*.

*Esquema 1*

Factores contingentes que reducen o amplían las brechas de conocimiento desde la perspectiva *situacional*



En resumen, en el artículo que hemos analizado, Ettema y Kline identificaron tres posibles factores causales de los desniveles de conocimiento:

1. las deficiencias *transituacionales* (como la escasez de habilidades comunicativas);
2. las diferencias en la distribución de la motivación por adquirir información sobre un tema y/o en la funcionalidad de dicha información para varios estratos sociales;
3. los efectos techo en sus diferentes tipos (artificiales, impuestos y reales).

Por otra parte, ofrecieron una óptica de análisis diferente a la brindada por Tichenor y colaboradores, quienes limitaron la demostración de la hipótesis del distanciamiento social de la información a aspectos de la estructura social.

La controversia entre estas dos líneas, a nuestro entender, generó una transformación cualitativa en la comprensión del fenómeno en estudio.

## 2. La motivación en la adquisición del conocimiento

Las investigaciones que examinaron el rol de los factores motivacionales en el análisis del distanciamiento social de la información utilizaron diferentes términos para definir esos factores: la relevancia –*salience*– (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970, 1980; ETTEMA Y OTROS, 1983; SALMON, 1986); el grado de preocupación –*degree concern*–; el compromiso –*involvement*–; la importancia y la participación (LOVRICH Y PIERCE, 1984); la participación y el interés (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991); el interés (GENOVA Y GREENBERG, 1979; CHEW Y PALMER, 1994).

En general, estos estudios sugieren que cuanto mayor es el grado de motivación (relevancia, funcionalidad, utilidad personal, preocupación, influencia en la vida personal y social, interés) para adquirir información, mayor es la probabilidad de que los grupos de un sistema social sean beneficiados equitativamente por el flujo de la información. Esto ocurre cuando la información es relevante para dichos grupos, estén los mismos próximos o no en el espacio (GENOVA Y GREENBERG, 1979; LOVRICH Y PIERCE, 1984; VISWANATH Y FINNEGAN, 1991, 1993; YOWS Y SALMON, 1991; CHEW Y PALMER, 1994 y otros). De modo inverso, las brechas se ensanchan cuando hay diferencias en la motivación entre distintos segmentos de la población.

Estos argumentos, así planteados, llevaron a algunos autores a proponer que la motivación puede ser más poderosa que la educación para explicar el nivel de conocimiento. Es decir que la misma sería el factor determinante, tanto para la adquisición como para la retención de la información (GENOVA Y GREENBERG, 1979; VISWANATH Y OTROS, 1993). Este tipo de hipótesis ha tenido resultados discontinuos, pero ha permitido madurar la teoría que nos ocupa.

### 2.1. Dimensiones de motivación

La motivación es una variable compleja que requiere de más de una dimensión para definirla. Además, como es un concepto intangible, los autores utilizaron vías indirectas al abordarlo. Siguiendo a Chew y Palmer (1994),<sup>8</sup> se considera que la motivación puede definirse a partir de tres dimensiones: la cognitiva, la afectiva y la conductual.

8. En este estudio, los autores se refieren a la motivación utilizando el término interés, y se proponen examinar cómo ver un programa de televisión puede incremen-

La dimensión **cognitiva** corresponde a la identificación por parte de los diferentes grupos de una entidad o tema, que hace que perciban las cuestiones relacionadas con dicho tema como relevantes.<sup>9</sup> En diversos estudios, para medir esta dimensión se requirió a los entrevistados que describieran el grado de importancia otorgado al contenido de un mensaje, como también la influencia del mismo para ellos o para otros.

El interés en la campaña presidencial fue medido a partir de una escala de 10 puntos que permitió clasificar a los entrevistados según el grado de interés en ese tema (Kwak, 1999: 397).

La dimensión **afectiva** es la afinidad a una entidad o a un tópico particular. Para medirla, los investigadores han preguntado directamente a los entrevistados por el nivel de interés sobre un tema, el grado de proximidad a un evento, o sus sentimientos respecto a determinadas actividades o a una organización.

Es una dimensión ligada a la experiencia del individuo o de la comunidad, que hace que ese tema o entidad sea connotada en la dirección de la experiencia previa, por lo que puede tener una orientación tanto positiva como negativa.

Los trabajos de investigación revisados han aportado diferentes ejemplos en temas de salud. En aquellos con orientación negativa se ha mostrado que el temor o la inseguridad son los que motivan a una persona a conocer sobre un tema, por ejemplo cáncer o enfermedades cardiovasculares. Asimismo, en los trabajos con orientación positiva, como campañas dirigidas a la crianza y cuidado de los hijos, la identificación con esa situación es la que mueve el interés por el tema.

---

tar el interés y los niveles de conocimiento y, así, estrechar las brechas con respecto a la información sobre salud y nutrición.

9. "Adams y colaboradores (1969) utilizaron la afiliación religiosa como variable, para identificar a aquellos individuos que considerarían las encíclicas papales como temas relevantes. Observaron que los católicos demostraron mayor interés que el que habían supuesto. Otro estudio que postuló que los cardiólogos tienen interés por las noticias relacionadas con los trasplantes de corazón demostró que la pertenencia, en este caso a una profesión específica, define en gran medida el interés. No obstante, este estudio también observó que no todos los médicos se muestran interesados por las noticias sobre trasplante de corazón, sino sólo aquellos cuya especialidad está relacionada con el tema" (CHEW Y PALMER, 1994).

La dimensión **conductual** se refiere al grado de involucramiento demostrado con actividades relacionadas con una entidad, una organización o un tema. Por ejemplo: la cantidad de tiempo destinado a tareas vinculadas con la entidad, la frecuencia con que se discuten determinados temas en las relaciones interpersonales.

En este sentido, Lovrich y Pierce midieron la motivación conductual preguntando a los encuestados: a) si habían tratado de influir en otros sobre la toma de decisiones respecto del uso del agua en Idaho (su comunidad); b) si habían asistido a conferencias públicas; c) si se habían contactado con un organismo público o federal, o escrito a un senador del Congreso de los Estados Unidos o un legislador del Estado; d) si se habían convertido en miembro de un consejo de ciudadanos, o se habían unido a un grupo político interesado en temas del agua o adherido a iniciativas relativas a la política del agua (LOVRICH Y PIERCE, 1984: 420).

En otros trabajos, esta dimensión conductual se ha desarrollado como un camino para medir la relación con los medios. Por ejemplo, al indagar sobre el tiempo de exposición o la frecuencia con que los contenidos de los mensajes de los medios aparecen en las conversaciones con los otros, o la referencia a los medios para justificar acciones, ya sea la compra de un producto o la elección de un candidato político.

## 2.2. *Definiciones de motivación*

Diversos autores recurrieron a otros conceptos para operar con la variable motivación y utilizaron diversas definiciones conectadas con los objetivos de cada investigación.

Algunos estudios definieron la motivación en relación con la **importancia** –*salience*– del tema en una situación determinada (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970, 1980; ETTEMA Y OTROS, 1983; LOVRICH Y PIERCE, 1984; SALMON, 1986). Como hemos visto, mientras que Tichenor y colaboradores argumentan que la motivación por un tema no modifica las condiciones estructurales, Lovrich y Pierce sostienen que si los segmentos tradicionalmente desinformados se interesan en un tema, es posible estrechar o cerrar las brechas de conocimiento. Si a los individuos escasamente informados, pero fuertemente interesados, se les presenta un modelo de búsqueda, adquisición, procesamiento y almacenamiento sobre el conocimiento de un tema, es posible postular

que los mismos habrán de buscar incrementar la información pertinente (LOVRICH Y PIERCE, 1984: 430).

Más tarde, otros autores, que también estudiaron la importancia del tópico en estudio, incluyeron en sus análisis una dimensión relacionada con las consecuencias futuras, tanto para el individuo como para la comunidad, que podría tener una cuestión relevante (YOWS Y SALMON, 1991; VISWANATH, 1991, 1993; CHEW Y PALMER, 1994).

A modo de ejemplo:

El primer componente de la motivación es la importancia –*salience*–, que ha sido descrita como un tema de interés vinculado con una situación específica y que tiene consecuencias futuras para el individuo (PETTY, CACIOPPO Y GOLDMAN, 1981; SALMON, 1986). Esta definición aplica una dimensión más personal que el mero interés y ha mostrado predecir el conocimiento en una situación determinada (ETTEMA Y OTROS, 1983; OLIEN, DONOHUE Y TICHENOR, 1983; SALMON, 1986). Las preguntas que medían *importancia* en el estudio fueron dos. La primera pedía a los encuestados que calificaran su interés personal en cambiar la dieta [...]. La segunda pedía que determinaran si su preocupación personal por la nutrición había disminuido, permanecido igual o aumentado durante el año anterior (VISWANATH Y OTROS, 1993).<sup>10</sup>

Estos autores sostienen que el interés por un tema relevante influye en la atención prestada a la información sobre ese ámbito de conocimiento;

cuando hay diferencias con respecto a los grados de interés entre los segmentos de la población, es posible inferir que las brechas de conocimiento relativas a ese tema se ensancharán. En cambio, las brechas se estrecharán o permanecerán constantes cuando el interés sea similar entre los distintos segmentos (CHEW Y PALMER, 1994).

En la misma línea, ya en 1965 Greenberg había encontrado que el interés de una persona por las noticias se basaba en la percepción que

10. Viswanath hace referencia al *Diet Intervention Project*, un estudio que examinó la relación entre brechas de conocimiento y la motivación para adquirir información o la funcionalidad de la información entre grupos más o menos educados. Se analizaron los efectos de una campaña anual de salud que buscaba reducir a partir de la dieta el riesgo del cáncer. Este trabajo comparó dos grupos con diversos grados de motivación para adquirir información.

tenía de la utilidad de esa información para ella. Tanto para este autor como para Hanneman, *salient* es definido como interés. En un trabajo posterior, Genova y Greenberg (1979), a partir de estos antecedentes, especificaron dos dimensiones del concepto interés: el interés personal –*self-interest*– y el social –*social interest*–. El primero, referido a información en temas que son seleccionados y explorados por cada persona, por considerarlos útiles para resolver las exigencias de su vida diaria. El segundo, relacionado con la asignación de utilidad por parte del ambiente social. Los autores sostuvieron, en consecuencia, que

cambios en los ámbitos en los que se desarrollan actividades, individuales o sociales, pueden dar por resultado cambios en la utilidad de la información y quizás en la formación de nuevas áreas de interés (GENOVA Y GREENBERG, 1979: 81-82).

Un segundo concepto utilizado para definir motivación, aplicado con frecuencia en estudios de salud, es el de **percepción de riesgo** –*perceived risk*– (VISWANATH, 1991, 1993) o la amenaza percibida –*perceived susceptibility*– (ETTEMA Y OTROS, 1983; YOWS Y SALMON, 1991). Ambos conceptos parten del supuesto de que cuando un individuo percibe que se encuentra en peligro personal, aumentará su interés en adquirir información o en realizar acciones para evitar una situación de riesgo.<sup>11</sup>

La motivación es definida, entonces, como un estado psicológico de disposición medido a partir de la percepción que tiene una persona de la posibilidad de ser afectada por algo negativo. En el caso de un tema de salud, la amenaza es contraer una enfermedad.

La susceptibilidad y la amenaza percibida son conceptos similares que se refieren al riesgo subjetivo de contraer la enfermedad. Así, la percepción individual de riesgo es determinante de acciones individuales, como buscar información y aprender (YOWS Y SALMON, 1991).

11. Para Viswanath y Finnegan, este concepto se sustenta en el modelo de salud (*health belief model*), que señala que “la percepción del riesgo personal es una variable importante que media los resultados visibles en la salud (ROSENSTOCK, 1990; ROSENSTOCK, STRECHER Y BECKER, 1988). Con respecto a las enfermedades cardiovasculares, Ettema y otros (1983) hallaron que aquellos que creían probable sufrir un ataque cardíaco en el futuro cercano asimilaban más el conocimiento de la prevención que aquellos que percibían menor riesgo personal” (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991).

Viswanath, por ejemplo, al aplicar el concepto de percepción de riesgo, sostiene que

reconocer que la propia familia posee antecedentes cardiovasculares, le permite al individuo tomar las medidas apropiadas para minimizar el riesgo de infarto o accidente cerebrovascular (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991).

Es dable inferir que la percepción de riesgo puede ser un sentimiento subjetivo —cuando el riesgo es personal o cuando los posibles afectados pertenecen al entorno cercano del individuo—, y también puede ser una percepción social, cuando la comunidad o un grupo es quien siente que corre riesgo.

Un tercer concepto utilizado como dimensión de motivación es la **eficacia** —*efficacy*—, que se definió como la expectativa que un individuo o una comunidad tiene para poder cambiar exitosamente la propia situación. Dicho concepto ha sido aplicado a temas de salud, de políticas públicas, de campañas políticas. Viswanath, al respecto, agrega:

Los investigadores han discutido dos dimensiones de este concepto: la *eficacia de respuesta*, que ha sido descripta como la percepción que el individuo tiene de la conexión entre la realización de una acción determinada y la reducción de una amenaza percibida, y la *eficacia personal*, que ha sido descripta como la fe de los individuos en su propia capacidad para realizar acciones recomendadas (BECK Y LUND, 1981: 403)<sup>12</sup> (VISWANATH Y OTROS, 1993).<sup>13</sup>

Otro concepto utilizado para definir motivación es el de **participación, o conducta comprometida** (*behavioral involvement*). Fue medida al preguntar a los entrevistados sobre cuatro formas de participación electoral: a) la contribución con dinero al partido o al candidato; b) el

12. BECK, L. B. Y A. K. LUND: “The effects of health threat seriousness and personal efficacy upon intentions and behavior”, *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 11, 1981: 401- 415. Obra citada en VISWANATH Y OTROS (1993).

13. Para este estudio, los autores operaron con cada concepto de eficacia a través de escalas separadas. La primera escala incluía 10 ítems referidos a los beneficios personales percibidos a partir del cambio de dieta (cosa similar a la eficacia de respuesta, es decir, que el cambio de dieta puede hacer una diferencia para la salud personal). La segunda escala incluía 7 ítems referidos a las barreras personales que se perciben hacen evitar el cambio de dieta (cosa similar a la eficacia personal, es decir, a juzgar la capacidad propia de hacer cambios alimentarios).

uso de insignias de la campaña o calcomanías; c) el intento de persuadir a alguien para votar por el candidato; d) la concurrencia a reuniones o cenas de campaña (KWAK, 1999: 397).

Un quinto concepto utilizado es el de **iniciativa**. En el año 2002, en una investigación realizada con jóvenes de enseñanza media en la Ciudad de Buenos Aires, se aplicó la variable motivación como explicación de las brechas en el acceso y uso de las nuevas tecnologías:

bajo el supuesto de que los alumnos más motivados deberían ser los que se ubicaran en el nivel de integración alto y los menos motivados en el bajo, se construyó la variable motivación vinculando los siguientes indicadores: iniciativa en el hogar para adquirir la computadora y la conexión a internet, modalidad de aprendizaje de estas habilidades (solo, con un curso, con amigos), lectura de suplementos de informática o de bibliografía especializada (BORGAMINCK Y BAQUERIN, 2002: 55).

En este caso, motivación se relacionaba con la iniciativa de realizar una gama de acciones para acercarse al medio.

### 3. Síntesis conceptual

La hipótesis original de la brecha de conocimiento (1970) señala dos aspectos importantes:

- a) que las brechas de conocimiento entre los grupos de mayor y menor nivel económico social son más o menos perpetuas y
- b) que las campañas informativas pueden tener dos tipos de efectos: ensanchar las brechas o dejarlas iguales.

Pero, como indican Viswanath y otros (1993):

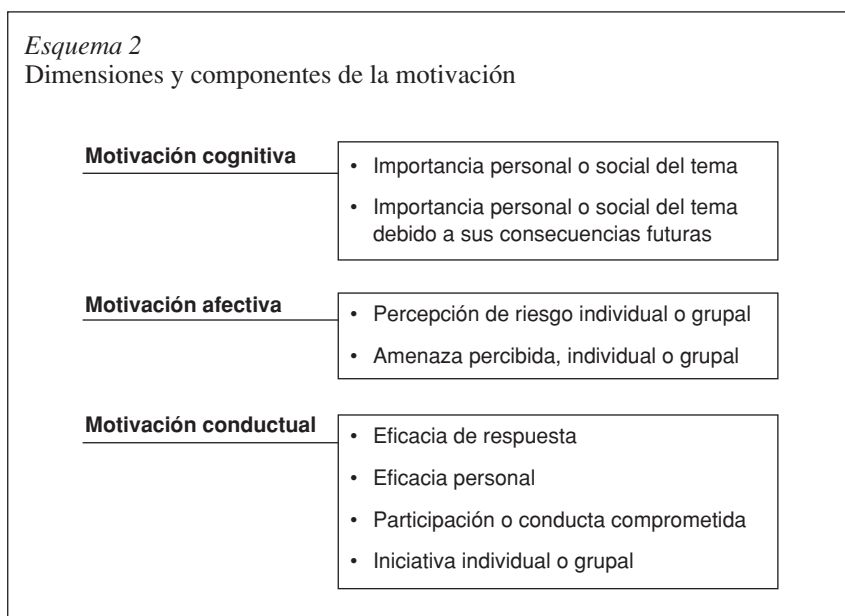
no todos los estudios hallaron brechas basadas en la educación –principal componente del nivel económico social– (FATHI, 1973; GREENBERG, 1964; LARSEN Y HILL, 1954; SPITZER Y DENZIN, 1965).

Lo que llevó a algunos investigadores a ofrecer explicaciones alternativas. Desde esta perspectiva, Ettema y Kline (1977) argumentaron acerca del rol de la motivación y/o la funcionalidad de la información.

Estos autores, al sostener que las brechas de conocimiento pueden surgir no por causa de las diferencias educativas *per se*, sino como con-

secuencia de diferencias en la motivación y la importancia de la información, tuvieron una mirada menos inexorable que sus antecesores, quienes condenaban a un menor conocimiento a unos grupos respecto de otros por causas estructurales.

En síntesis, la relevancia del nivel socioeconómico disminuiría en razón de diferencias en la motivación de las personas. La variable motivación, como hemos visto, ha sido definida de distintos modos. En un intento de vincular las dimensiones utilizadas (CHEW Y PALMER, 1994) con las distintas definiciones operacionales anteriormente expuestas, se presenta la siguiente organización:



Si bien, de la perspectiva de análisis microsociales, se menciona la funcionalidad como una condición *situacional*, este concepto no se ha profundizado ni definido en investigaciones posteriores. Un desarrollo diferente tuvo el concepto de motivación que ha sido aplicado en un número importante de estudios con diferentes metodologías y objetivos; lo que ha llevado a considerarlo, en buena parte de la bibliografía de consulta, como el concepto “llave” para explicar la reducción de los desniveles de conocimiento.



## CAPÍTULO 4

# LA INTERRELACIÓN DE FACTORES CONDICIONANTES DEL DISTANCIAMIENTO SOCIAL DE LA INFORMACIÓN: EL NIVEL SOCIOECONÓMICO, LA EDUCACIÓN Y LA MOTIVACIÓN

### 1. Diferentes modelos de asociación

En este apartado se analizará el papel atribuido a variables *transituacionales* –nivel socioeconómico, educación– y *situacionales* –motivación–, en diferentes esquemas interpretativos que buscaron describir la brecha de conocimiento.

Siguiendo la revisión de Kwak (1999), las investigaciones se pueden clasificar en tres diferentes modelos, según el tipo de relación que se establece en la explicación de la adquisición del conocimiento, entre características socioeconómicas (nivel educacional en la mayoría de los estudios) y los factores motivacionales.

#### *1.1. Modelo de la explicación causal –Causal association model–*

Este modelo señala que las variables motivacionales están influenciadas por características del nivel socioeconómico, especialmente por la variable educación, que es su principal componente.

La explicación causal considera, entonces, una asociación positiva entre la educación, la motivación y el nivel de conocimiento. De modo que los efectos de la educación sobre las brechas del conocimiento estarían, en teoría, mediatizadas por factores motivacionales. Este modelo enriquece la explicación original del proceso de adquisición del conocimiento, incorporando la variable motivación. Resulta un esquema como el siguiente:

*Esquema 3***Modelo original**

Nivel socioeconómico → Educación → Brecha de conocimiento

**Modelo de la explicación causal**

Nivel socioeconómico → Educación → Motivación → Brecha de conocimiento

*1.2. Modelo de explicación opuesta –Rival explanation model–*

Este modelo propone que las variables educación y motivación son fuerzas que compiten en la adquisición del conocimiento.

El modelo de explicación opuesta trata la variable motivación como una causa independiente en la adquisición del conocimiento; por lo tanto, este esquema es uncausal. El impacto de la motivación en la adquisición del conocimiento es muy significativo, en especial cuando los factores motivacionales se definen como el compromiso de la gente con un tema determinado (LOVRICH Y PIERCE, 1984). En estos estudios se ha demostrado que la influencia de las variables motivacionales es significativamente mayor que la de la educación (GENOVA Y GREENBERG, 1979; CHEW Y PALMER, 1994; LOVRICH Y PIERCE, 1984).

*Esquema 4***Modelo de explicación opuesta**

Motivación → Brecha de conocimiento

*1.3. Modelo de la motivación contingente –Motivation contingency model–*

Este modelo sostiene que la brecha del conocimiento basada en el nivel socioeconómico puede tener una combinación eventual con variables motivacionales. Por lo tanto, considera la interrelación entre educación y dichas variables.

Desde esta perspectiva, el efecto de la educación sobre la adquisición del conocimiento será poco significativo en personas con un alto nivel de motivación. Por lo que, al igualarse la motivación, las brechas de conocimiento tenderán a reducirse.

En concordancia con este modelo, Viswanath sostiene que

la cuestión no pasa por la motivación o la educación; motivación y educación operan conjuntamente para afectar el conocimiento (VISWANATH Y OTROS, 1993: 559).<sup>1</sup>

Los primeros investigadores que, según Kwak, esbozaron el *modelo de motivación contingente* fueron Ettema y Kline:

El modelo de contingencia apareció e irónicamente desapareció en el mismo estudio de Ettema y Kline (1977). El argumento principal fue que la explicación de los déficit transituacionales (por ejemplo: la educación) no era suficiente para explicar las brechas del conocimiento entre grupos de alto y bajo nivel socioeconómico. Estos investigadores, si bien no descartaron el impacto de los factores transituacionales, sin embargo propusieron que también debían ser considerados los factores vinculados con la situación específica (por ejemplo: variables motivacionales) (KWAK, 1999: 388).

Según Kwak, estos autores, cuando reflexionaron sobre la hipótesis original de las brechas de conocimiento, tuvieron en cuenta las condiciones contingentes; pero a la hora de reformularla, generaron las bases del *modelo de explicación opuesta* (GENOVA Y GREENBERG, 1979; ETTEMA Y OTROS, 1983; OLIEN, DONOHUE Y TICHENOR, 1983; LOVRICH Y PIERCE, 1984; SALMON, 1986):

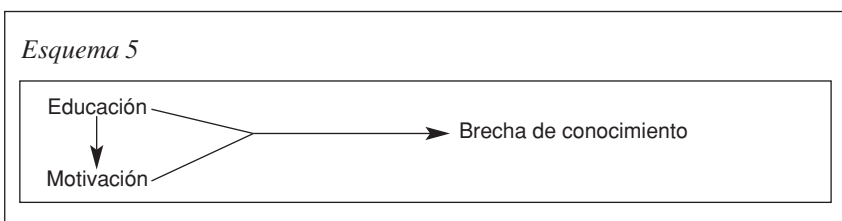
1. De este trabajo surgen algunas generalizaciones: 1. La motivación individual está relacionada con el conocimiento; a veces atenúa el impacto del nivel económico social y en algunas investigaciones su sustituto: la educación. 2. Es posible que los factores motivacionales puedan ganar fuerza y observarse como resultado de un incremento en el conocimiento (esto sugiere que el vínculo entre conocimiento y motivación no ha sido clarificado por la investigación y requiere explorarse). 3. Una cuestión importante es analizar quiénes y por qué razones están más motivados en adquirir información. Algunos estudios han asociado el interés por adquirir información con la educación, pero hay resultados contrarios a este postulado. En todos los casos, está presente la idea de que el interés por adquirir información se relaciona con una causa estructural (VISWANATH Y OTROS, 1996: 204).

cuando la difusión de la información por los medios de comunicación dentro del sistema social se incrementa, los segmentos de población más motivados en adquirir la información y/o para los cuales dicha información es funcional tienden a adquirir la información más rápido que los no motivados o aquellos para los que la información no es funcional. Así, la brecha en el conocimiento entre estos segmentos tiende a incrementarse en lugar de decrecer (ETTEMA Y KLINE, 1977: 188).

En esta hipótesis, Kwak propone a la motivación –y a la percepción de funcionalidad– con un efecto directo sobre el conocimiento, mayor que la asociación entre la educación y la adquisición de conocimiento (KWAK, 1999: 389). Por consiguiente, desde su perspectiva, se cambia la relación de nivel socioeconómico y brecha de conocimiento por la de motivación y brecha de conocimiento.

En consecuencia, la hipótesis que representa al *modelo contingente*, propuesta por Kwak, sería la siguiente:

cuando la difusión de la información de los medios de comunicación dentro del sistema social se incrementa, segmentos de población más motivados en adquirir la información y/o para los cuales dicha información es funcional tienden a adquirir la información más rápido que los no motivados o aquellos para los que la información no es funcional. Así, la brecha en el conocimiento entre los segmentos de mayor y menor nivel económico social decrecerá entre quienes están motivados o para los cuales la información sea funcional, y se incrementará entre aquellos no motivados o para los cuales la información no sea funcional [independientemente del nivel socioeconómico] (KWAK, 1999: 389).



De los trabajos revisados para el estado de la cuestión, tres se inscriben en esta línea:

1. “Motivational and structural factors in predicting different kinds of cancer knowledge” (YOWS Y SALMON, 1991).

En esta investigación, sus autores analizaron si el nivel educacional al condicionar la motivación afecta la percepción del riesgo de contraer cáncer.

2. “Motivation and knowledge gap. Effects of a Campaign to reduce Diet - Related Cancer Risk” (VISWANATH Y OTROS, 1993).

Esta investigación, como ya se ha mencionado, buscó describir los efectos de una campaña anual sobre la dieta adecuada para reducir el riesgo del cáncer. Con ese objetivo, sus autores compararon dos grupos con diferentes niveles de educación y motivación para adquirir información acerca de la dieta y el cáncer, partiendo de dos hipótesis: a) las brechas de conocimiento en un grupo con alta motivación son menos probables y podrían angostarse con el tiempo; b) las brechas de conocimiento de un grupo con baja motivación son más probables y podrían ensancharse con el tiempo.

3. “Revisiting the knowledge gap hypothesis. Education, motivation, and media use” (KWAK, 1999).

Este estudio consideró el rol que cumplen los diarios y la televisión en los niveles de conocimiento de la campaña presidencial de 1992, y partió de los siguientes interrogantes: si las variables motivacionales modificaban el uso de los medios entre segmentos de alto y bajo nivel socioeconómico y si la exposición a los medios se asociaba con las brechas de conocimiento.

Con ese objetivo, Kwak formuló dos hipótesis. La primera, que corresponde al modelo de la contingencia arriba mencionado, enunciaba que

la brecha de conocimiento entre segmentos de alto y bajo nivel económico social dependería de los niveles de motivación, de modo tal que la brecha se ampliaría entre los segmentos más y menos motivados (KWAK, 1999: 392).

La segunda hipótesis sostenía que las brechas de conocimiento entre los grupos de alto y bajo nivel económico social dependerían del uso que estos grupos hicieran de los diarios y de la televisión, de modo tal que la brecha se reduciría entre aquellos con mayor exposición<sup>2</sup> (KWAK, 1999: 395).

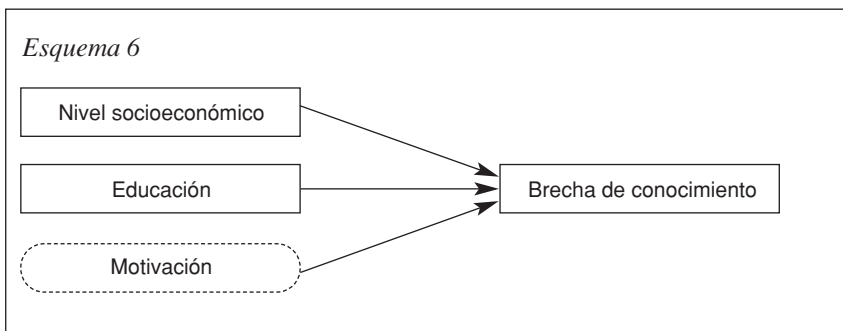
2. Este aspecto se profundizará más adelante, cuando se relacione brecha de conocimiento y sistema de medios.

## 2. Integración de los distintos enfoques. Síntesis conceptual: modelos directo, indirecto y asociativo

Teniendo como fundamento el análisis precedente, proponemos un nuevo enfoque para clasificar los modelos de acuerdo con la relación entre las variables, el número y naturaleza de las mismas, y distinguimos tres tipos de modelo: directo, indirecto y de asociación.

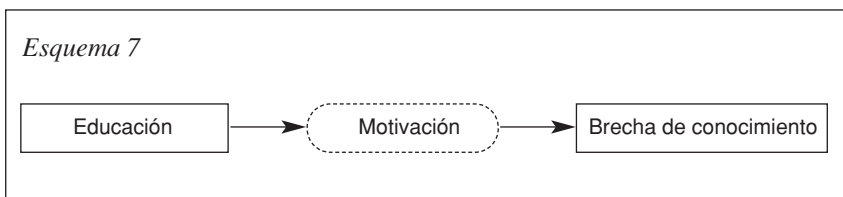
### *Modelo directo:*

En el modelo directo incluimos las investigaciones que recurren a la explicación de la brecha de conocimiento a partir de un solo factor, ya sea el nivel socioeconómico –formulación original– o su principal componente: la educación. Incluimos, también, el que Kwak denomina modelo de la explicación opuesta, en el cual la motivación ocupa el lugar de factor principal. Integran, en consecuencia, el modelo directo los trabajos que consideren como factores causales tanto a aspectos estructurales –*transituacionales*– como *situacionales* –*situación específica*–.



### *Modelo indirecto:*

En el modelo indirecto, la motivación aparece como variable interviniente. Los factores *situacionales* ayudan a explicar mejor la relación entre los factores *transituacionales* y el nivel de conocimiento. Como ejemplo de este esquema, citamos a Bonfadelli cuando señala:

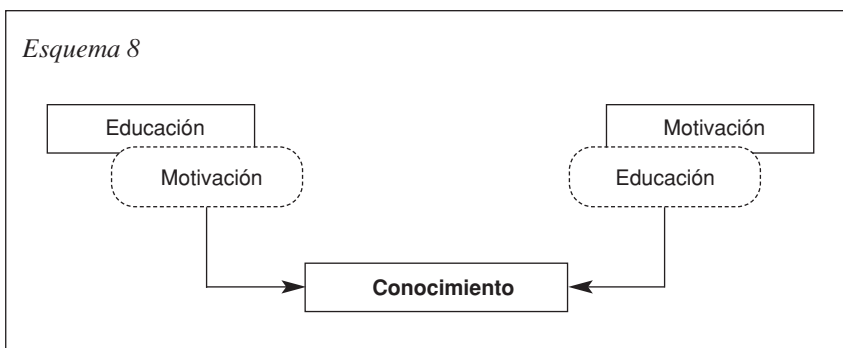


La investigación empírica ha probado que las desigualdades en el conocimiento basadas en déficits educacionales pueden ser alteradas o revertidas –al menos en parte– por factores como la relevancia o el interés personal (BONFADELLI, 2002: 9).

*Modelo asociativo:*

En el modelo asociativo, la educación y la motivación se relacionan. De ese modo, los aspectos estructurales –*transituacionales*– y la *situación específica* se vinculan para explicar las brechas de conocimiento. Ambos factores son importantes y contribuyen directamente a la adquisición del conocimiento.

En consecuencia, es posible esperar que distintas combinaciones entre estos factores, cuando se modifique la prevalencia de uno sobre el otro, dé por resultado una nivelación del conocimiento. La contingencia supone que para un mismo nivel de conocimiento hay personas en las que se combinan alta educación y baja motivación y otras en las que se combinan baja educación y alta motivación.



Hasta el presente capítulo, hemos considerado las características sociodemográficas y las situaciones particulares que condicionan el conocimiento que las personas o los grupos tienen sobre ciertos temas. En los siguientes capítulos, nos proponemos revisar los trabajos de investigación que abordan otros aspectos que, según los diferentes autores, también permiten ampliar o reducir los desniveles del conocimiento. Éstos son: las características de la estructura social (considerados en el capítulo 5), el rol de las relaciones sociales, en particular el de los líderes de opinión (capítulo 6) y el papel de los medios de comunicación a partir de sus propias características y también desde el comportamiento del público (capítulo 7).

## CAPÍTULO 5

# EL DISTANCIAMIENTO SOCIAL DE LA INFORMACIÓN Y LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD

### 1. La comunidad

La comunidad es otro aspecto considerado por los iniciadores de la teoría del distanciamiento social de la información (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1980; OLIEN, DONOHUE Y TICHENOR, 1995). Según estos autores, en una comunidad los flujos diferenciales de información sobre un tema pueden derivar en desigualdades en la adquisición de conocimiento.

Cabe señalar que el concepto “comunidad” no se limita a la proximidad geográfica, sino que comprende las comunidades conformadas por la raza, las religiones y otras características compartidas.

En este sentido, fueron estudiados los siguientes aspectos:

1. la estructura de la comunidad,
2. los lazos comunitarios y
3. el conflicto.

#### *1.1. Estructura de la comunidad*

Las diferentes estructuras de la comunidad condicionan las acciones y las interacciones sociales de sus miembros, y también la relación de los mismos con la información. Al mismo tiempo, la estructura de la comunidad condiciona el uso que las personas hacen de los medios y, en consecuencia, también las pautas que los medios utilizan para informarlos.

En comunidades homogéneas, la comunicación interpersonal es el modo más efectivo de comunicación, y en ella los líderes de opinión<sup>1</sup>

1. El concepto de líder de opinión se profundizará más adelante; sin embargo, importa señalar que Merton distinguió en una investigación, dentro de los líderes de una

ocupan un papel importante (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 206). En este tipo de comunidades, los diarios se convierten en una fuerza de poder local que evita mostrar conflictos para reflejar consenso (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1980, 1995).

En una comunidad rural pequeña, más tradicional, el periódico local semanal está dominado por las noticias locales, y la probabilidad de que los miembros de esa comunidad lean periódicos metropolitanos es escasa (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1980: 120).

En sistemas heterogéneos o pluralistas, los miembros de la comunidad, sin reemplazar a las relaciones interpersonales, recurren a los medios de comunicación para estar informados sobre las opiniones y las acciones relevantes de los diferentes grupos.

Los medios masivos se convierten en la principal fuente de información sobre temas lejanos a la experiencia de los ciudadanos.

Estos temas, en razón de sus contenidos especializados, atraen más la atención de aquellos segmentos interesados, que por lo general ya cuentan con información previa (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 204). En consecuencia,

los medios tienden a reflejar las orientaciones de los segmentos mejor posicionados en la escala de poder (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1980: 121).

Por lo tanto, mientras la importancia de las relaciones interpersonales en las comunidades homogéneas hace posible predecir que algunas informaciones puedan distribuirse más rápido y de forma equitativa entre todos los segmentos sociales, la especialización de la información en las comunidades heterogéneas aumenta la dependencia con respecto a los medios y prevé un desigual nivel de conocimientos en los temas difundidos por ellos; por lo que distintas investigaciones han encontrado mayores brechas de conocimiento en este último tipo de comunidades (TICHENOR, OLIEN Y DONOHUE, 1970, 1980, 1995).<sup>2</sup>

comunidad local, a los locales y a los cosmopolitas. Los primeros limitan sus intereses a la comunidad, mientras que los segundos están además orientados hacia el mundo exterior. En esa misma investigación, realizada en la comunidad de Rovere, el autor analiza también la conducta de los líderes con los medios de comunicación (MERTON, 1965: 392-405).

2. Otros trabajos, mencionados por Viswanath, que sostienen esta afirmación son: en Estados Unidos, DOUGLAS Y COL. (1970); GANDY Y EL WAYLLY (1985); GAZIANO

No obstante, algunos estudios identificaron ciertas condiciones en las que la relación anterior puede no cumplirse, y han sugerido que las brechas podrían estrecharse más rápidamente en comunidades pluralistas que homogéneas. Al respecto, Viswanath (1996) ha enumerado algunas razones: 1) el tipo de distribución de la información con múltiples medios de acceso a los diferentes temas; 2) la circulación constante de noticias y el tipo de cobertura abarcativa que incrementa la asimilación de sus contenidos por parte del público<sup>3</sup> y 3) la mayor probabilidad de conflicto en comunidades heterogéneas que en las homogéneas.

## 2. Los lazos comunitarios y el tema de unión o factor aglutinante

Otros aspectos de la estructura social que han sido estudiados en relación con la distribución desigual de la información han sido los lazos comunitarios y un tema como factor aglutinante.

En relación con los lazos comunitarios, Viswanath, Kosicki y Fredin (2000) acordaron con otros autores (TICHENOR, 1970; ETTEMA Y KLINE, 1977; LOVRICH Y PIERCE, 1978; GENOVA Y GREENBERG, 1979; TICHENOR, 1980; SALMON, 1985) que los miembros más integrados a las comunida-

---

(1988); y en India, GALLOWAY (1977); SHINGHI Y MODY (1976) (VISWANATH, 1996: 206).

3. Viswanath describe “un estudio de la circulación de diarios metropolitanos realizado por Donohue y colaboradores en Minnesota (1986), quien utilizó el centimetrage diario de lectura para valorar la penetración de los mismos en distintos tipos de sociedades. Este autor observó una disminución de la influencia de esos diarios en áreas no metropolitanas y registró un incremento de la asociación entre nivel de lectura de diarios metropolitanos y educación tanto en las ciudades regionales como en las áreas rurales. Estas diferencias, según estos autores, podrían incrementar la brecha de conocimiento entre comunidades metropolitanas y regionales respecto de las zonas periféricas, porque la cobertura de noticias en áreas metropolitanas es más abarcativa. En un análisis posterior, Tichenor y colaboradores confirmaron que el centimetrage de lectura diario en pequeños pueblos se encontraba también relacionado con la educación, sugiriendo una potencial ampliación de la brecha. Sin embargo, Horstmann (1991) muestra que entre lectores con nivel de lectura similar esta asociación entre conocimiento y educación desaparece. Estos tres estudios sugieren que las comunidades rurales tienen una limitación significativa para compensar la falta de canales especializados que son prevalentes en las zonas urbanas (DONOHUE, 1986; PEARSON, 1990; TICHENOR, 1987)” (VISWANATH, 1996: 207).

des locales tienen mayores probabilidades de conocer sobre temas que afectan a su comunidad que aquellos menos integrados. Al mismo tiempo, demostraron que, cuando los miembros de un grupo consideran un tema importante,<sup>4</sup> éste se convierte en un factor de unión y es menos probable que en ese tema se establezcan brechas de conocimiento.

### 3. El conflicto

El conflicto es otra de las situaciones de la estructura social a tener en cuenta cuando se analizan las diferencias del conocimiento. Algunos autores (TICHENOR, 1980; OLIEN, 1995; BONFADELLI, 2002) sugirieron que las brechas en el conocimiento de un tema en controversia pueden estrecharse, debido a que se activa la discusión pública sobre ese tópico dentro del sistema social. Cuanto mayor es el número de afectados por una situación de conflicto, más aumentará la información sobre ese tema en esa comunidad, lo que podrá derivar en una nivelación del conocimiento.

En esta línea, también Ettema y Kline mencionan al conflicto como un factor que iguala la motivación por adquirir información en todos los segmentos sociales. En ese sentido, las brechas basadas en el nivel económico social son menos probables de ocurrir cuando hay alta motivación (ETTEMA Y KLINE, 1977: 189). Bonfadelli afirma que

es de esperar una brecha moderada de conocimiento en tópicos controvertidos de nivel macrosocial: debido a que la controversia estimula la comunicación y la búsqueda de información y, por lo tanto, más gente adquiere más conocimiento (BONFADELLI, 2002: 70).

En consecuencia, para estos autores, el conflicto crea mayores necesidades de comunicación entre los diferentes grupos sociales y tiende a aumentar la distribución y la adquisición del conocimiento (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 208). En este proceso, los medios de comunicación se vuelven importantes.

4. Viswanath y otros (1993), en una reseña de investigaciones acerca de la brecha de conocimiento, denominaron *community boundedness* al tema que se convierte en factor aglutinante para una comunidad particular y que, en cuanto tal, puede afectar la distribución del conocimiento.

En esa misma línea, Viswanath (1996) agrega que los conflictos sociales están frecuentemente acompañados con movilizaciones de asociaciones y organizaciones que buscan la participación de sus miembros, y del público en general, para influir en las decisiones sobre asuntos públicos. En relación con este tema, en una investigación realizada en la Ciudad de Buenos Aires, durante el año 2002, sobre los movimientos de protesta (cacerolazos, asambleas barriales) que ocurrieron debido a las medidas económicas, se arribó a la siguiente conclusión:

los porteños afectados en su situación económica objetiva participan más que los no afectados y presentan una mayor exposición a la información en razón de la necesidad de estar informados. Por otra parte, independientemente de la situación objetiva, los que más se exponen a los medios participan más (BAQUERIN Y BORGAMINCK, 2002: 8).<sup>5</sup>

El que los grupos tomen conciencia y se movilicen ayuda a la difusión de la información y facilita el tratamiento de ese tema en el grupo. El aumento de la difusión del tema de conflicto y de las discusiones interpersonales será acompañado de un aumento en la exposición a ese tema en los medios, lo que contribuirá a la nivelación del conocimiento.

El conflicto, en resumen, incrementa la interacción dentro del sistema y ayuda a la delimitación de los intereses del grupo, a la clarificación de los valores y de la posición de todos y cada uno. Por lo tanto, puede, en situaciones particulares, contribuir a una nivelación en el conocimiento.

#### **4. Características de la estructura social que favorecen la reducción de las distancias informativas. Esquema conceptual**

Para abordar la formación de brechas de conocimiento entre los diferentes segmentos sociales, es necesario tener en cuenta las características de la estructura social en la que estos segmentos se insertan.

5. El contexto de crisis en el cual se desarrolló la investigación permitió suponer que el público más directamente afectado en su situación económica tendría un alto nivel de motivación e interés en temas y problemas derivados de ella. A este supuesto se incorporó otro tendiente a indagar acerca de los efectos de los medios en esos segmentos y se buscó analizar si distintos modos de exposición condicionan su participación en movimientos de protesta.

La estructura social a veces opera favoreciendo y a veces dificultando una distribución equitativa de la información procedente de los medios.

Los aspectos de la estructura social que condicionan el acceso a la información investigados fueron: el tipo de comunidad, los lazos comunitarios, el factor aglutinante y el conflicto.

En breves líneas, podemos decir que:

- La organización de la comunidad impone cierto tipo de acciones e interacciones entre sus miembros. Asimismo, condiciona el uso que las personas hacen de los medios y las pautas de estos últimos para informarlas.
- Las comunidades pueden ser homogéneas y heterogéneas. En las primeras, la comunicación interpersonal es el modo más efectivo de comunicación; en las segundas, los medios de comunicación se convierten en la principal fuente de información sobre temas lejanos a la experiencia de los ciudadanos. Estas características de comunicación condicionan las brechas de conocimiento.
- Los lazos comunitarios, o sea el grado de integración que las personas tienen con su comunidad, también condicionan el conocimiento. En este sentido, es conveniente evaluar el papel que cumple la motivación, porque puede igualar a los diferentes segmentos sociales en la información que manejan.
- Un asunto o tema identificado por la comunidad como factor de unión puede dar como resultado una reducción en las brechas de conocimiento.
- El conflicto, al aumentar el interés y la preeminencia de un tema, puede activar la discusión pública dentro de un sistema social. Por lo tanto, cuanto mayor es el número de afectados por una situación de conflicto, más se informará acerca de éste a toda la comunidad, y en consecuencia se podrá operar una reducción en los desniveles de conocimiento.

## CAPÍTULO 6

### LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LAS RELACIONES INTERPERSONALES

Tichenor, Donohue, y Olien (1970), al enunciar la hipótesis de las brechas de conocimiento, mencionaron a los contactos sociales como uno de los factores a tener en cuenta para analizar la distribución desigual de la información.

Para estos autores, anclados en la cuestión del déficit, la educación, además de condicionar las habilidades comunicativas, supone la participación en diferentes grupos y múltiples contactos interpersonales, que aumentan la probabilidad de los más educados de discutir con otras personas asuntos de interés público.

Ettema y Kline, más adelante (1977), al definir el papel de dichos contactos sociales en la formación de las brechas, suavizan la posición de Tichenor al señalar que los mismos no se dan en un solo segmento social. Para ellos, no es que las personas de nivel socioeconómico bajo tengan escasas relaciones sociales, sino que las mismas tienen diferentes orientaciones. Lo que los lleva a abordar el estudio de esos contactos sociales en relación con factores *situacionales* (motivación y funcionalidad para adquirir información).

Más tarde, autores como Genova y Greenberg (1979), al describir diferencias de recepción dentro de los miembros de un mismo grupo, señalaron el interés por determinados temas como un aspecto de la motivación. Dichas diferencias individuales se manifestaban en rasgos aislados y definidos, que condicionaban las actividades selectivas propias de la recepción de la información.

Estos autores advirtieron que el interés por un tema y la motivación eran rasgos compartidos por los miembros de una categoría o grupo social, que también se manifestaban en comportamientos selectivos semejantes.

Estas observaciones guardaban concordancia con los resultados

aportados por la sociología de la comunicación al desarrollar las teorías de las categorías y las relaciones sociales, las que revelaron que: dentro de una sociedad, las personas con características comunes —edad, sexo, religión, raza, educación— o que pertenecían a un mismo grupo manifestaban un comportamiento similar frente a un estímulo.

En relación con las dos posturas anteriores, Viswanath y Finnegan, en la revisión que realizan sobre el estado de esta teoría (1996), sugieren que indagar el papel que juega la comunicación interpersonal en el estrechamiento de las brechas constituye un avance para conocer las relaciones entre los macro y microprocesos, planteando dos vías de investigación posibles. Por un lado, la cuestión acerca de qué papel juega la comunicación interpersonal en grupos homogéneos y heterogéneos y, por el otro, describir la función de la comunicación interpersonal en comunidades con diferencias en algunos aspectos (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 213).

Ya hemos mencionado que los contactos personales tienen una larga trayectoria en la investigación sociológica, sobre todo en situaciones de campaña política. Lazarsfeld, en su estudio del condado de Eric County (1940), dedica un capítulo a describir la influencia de los contactos cara a cara en comparación con la exposición a los medios de comunicación,<sup>1</sup> en ese caso: prensa y radio. En un trabajo posterior, realizado en la campaña electoral de 1948 por Lazarsfeld, Berelson y McPhee, en Elmira, Nueva York, se describe el perfil<sup>2</sup> de los que prestan más atención a las campañas políticas y se atribuye la exposición a temas políticos a la presión social:

1. “Después de las elecciones, se entregó a los votantes una lista de verificación de fuentes a partir de las cuales obtuvieron la mayor parte de la información o las impresiones que les movieron a formarse juicio. Aquellos que habían efectuado algún cambio durante la campaña mencionaron amigos o familiares con una frecuencia relativamente mayor que los encuestados que mantuvieron una constante intención de voto en el transcurso de toda la campaña” (LAZARSELD, en MORAGAS, 1985: 31). Por otra parte, los autores aclaran que muchos de los que cambiaron no vacilaron en manifestar que ellos habían sido influenciados por relaciones personales.

2. “Los contactos sociales en sus grupos primarios canalizan a los mejor educados y a los de posición sólida hacia el contenido político de los medios de comunicación; sus congéneres así lo esperan uno del otro, y han aprendido a esperarlo de sí mismos. [...] Se espera tradicional e históricamente de los hombres que estén enterados de la política” (LAZARSELD, BERELSON Y MCPHEE, 1985: 52).

la atención de un ciudadano dado respecto a los materiales políticos en los *mass-media* debe proceder, en buena medida, de la cantidad de estímulos que sobre él ejerce el entorno social (LAZARSFELD, BERELSON Y MCPHEE, 1985: 53).

Por otra parte, Katz, en una revisión teórica y metodológica acerca de los procesos de difusión de nuevas ideas y las cadenas de comunicación intervinientes, sostiene que

los circuitos de comunicación interpersonal funcionan como eslabones entre los medios masivos y sus objetivos individuales (KATZ, 1980: 99).

A su vez, Merton, ya en 1945, alude a los contactos sociales para caracterizar en una comunidad a los tipos de personas influyentes, definiéndolos a partir de la estructura de relaciones sociales, los caminos por los que llegaron a esa posición, su posibilidad de ejercer influencia y su relación con los medios (MERTON, 1964: 387-415).

Desde esta perspectiva de análisis, algunas experiencias buscaron indagar el rol de las relaciones interpersonales en la distribución del conocimiento. Frente a la visión desalentadora que señala la teoría del distanciamiento social de la información, respecto de la escasa posibilidad que tienen los medios de comunicación para contribuir a la nivelación del conocimiento, estos estudios se propusieron investigar cómo cooperan otras vías de comunicación en la motivación de grupos desinteresados o desinformados y por lo tanto con muy bajo nivel de respuesta hacia los mensajes provenientes de los medios.

Apoyados en estos antecedentes generados en la primera mitad del siglo pasado, y bajo el supuesto de que la adquisición del conocimiento es mayor si proviene de relaciones interpersonales que si proviene de los medios, algunos autores (BELL Y ALCALAY, 1997; GAZIANO Y O'LEARY, 1998; MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000) diseñaron diversas experiencias con el objetivo de mostrar la relevancia de la comunicación interpersonal en la distribución del conocimiento. Para ellos,

los sujetos no se comportan como individuos aislados en el procesamiento y uso de la información [...], sino que son parte de redes sociales, y es a través de la interacción con los grupos primarios que se genera periódicamente el interés por las noticias (MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000: 261).

Estas investigaciones, al relacionar los grados de motivación de una persona con las características del grupo al que pertenece, construyeron

un puente teórico entre los niveles de análisis macroestructurales y microindividuales.

El microambiente familiar es un ejemplo de interrelación de ambos niveles de análisis. Si bien en una familia pueden detectarse brechas estructurales de socialización —por ejemplo, el nivel de educación bajo de sus miembros—, sin embargo, si alguno de ellos estuviera muy motivado en relación con ciertos temas, podría desempeñar un papel importante en la socialización de la familia desinteresada en ese tópico. Este integrante del grupo actuaría, en consecuencia, como mediador entre el resto de la familia y los factores sociales externos.

Los autores interesados en encarar el estudio de la adquisición de conocimientos en relación con la interacción en grupos primarios buscaron comprobar cómo estimular el diálogo en el grupo familiar, en el endogrupo o en el ambiente laboral puede reducir las brechas de conocimiento. En esta línea, McDevitt y Chaffee (2000) sostienen que los grupos primarios pueden acortar las distancias en el conocimiento cuando se dan las siguientes condiciones: (a) el tema es discutido con frecuencia en el grupo, (b) el tema activa en el grupo el consumo compartido de los medios de comunicación social y (c) el conocimiento es funcional para el logro de metas, como el deseo de los integrantes del grupo de expresar opiniones o la necesidad de satisfacer los requerimientos del lugar que el grupo ocupa (MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000: 285).

## **1. Una experiencia de intervención en un tema político**

Con el objeto de entender mejor cómo opera el microambiente en la distribución y adquisición de conocimiento, nos proponemos analizar una experiencia de comunicación política en la que se buscó incrementar la motivación del grupo familiar mediante la estimulación de uno de sus integrantes.

Esta investigación se propuso estudiar cómo la comunicación interpersonal condiciona el conocimiento de un tema, en este caso político, distinguiéndose de la gran mayoría de estudios que analizaron los efectos de la comunicación masiva en la adquisición del conocimiento.

A pesar de que el conocimiento sobre política reviste gran relevancia en las democracias participativas, la literatura sobre las brechas de conocimiento ha sugerido que las campañas de información pública tienden a reforzar la estratificación social existente.

La hipótesis del distanciamiento enuncia que las personas interesadas en la política son las que adquieren mayor información en una situación social estimulada por una campaña de comunicación. Esta idea se afirma en décadas de estudios sobre participación política que mostraron que las campañas públicas que buscaban generar una socialización política más equitativa obtenían escasos resultados.

Atendiendo a esta preocupación, una investigación realizada por McDevitt y Chaffee durante la campaña electoral de 1994<sup>3</sup> intentó describir cómo la escuela junto con los medios de comunicación pueden ayudar al diálogo y a la adquisición de conocimientos dentro del contexto de la interacción familiar. Este trabajo constituye una de las pri-

3. Este estudio aplicó un diseño cuasi experimental implementando como estímulo una materia dictada a los alumnos de San José, California. La organización de la materia estuvo a cargo de “Kids Voting”, una organización sin fines de lucro con sede en Tempe, Arizona, que desarrolló una serie de lecciones y programó actividades vinculadas con el voto en un sistema político democrático. El dictado de la materia precedió a una elección que se desarrolló los primeros días del mes de noviembre y se prolongó durante 6 semanas desde el inicio del año lectivo. En el programa de estudios desarrollado por las escuelas de San José, los profesores instruyeron a sus alumnos acerca de cómo una persona debe votar, cómo se organiza la información para la toma de decisiones electorales, cómo se identifica la posición de los diferentes candidatos con relación a los diferentes tópicos, las razones por las cuales se forman los partidos políticos y la historia del derecho al voto en los Estados Unidos. La materia tenía un carácter eminentemente participativo: los maestros y voluntarios de la comunidad proponían a los alumnos actividades destinadas a practicar las habilidades necesarias para el ejercicio de la ciudadanía. En el aula, los alumnos analizaban los anuncios de campaña y las posiciones de los candidatos rivales; estudiaban las encuestas de intención de voto y participaban de debates sobre la agenda de campaña. Fuera del aula, los estudiantes hacían ejercicios de simulación de voto. La variable independiente fue la exposición de los alumnos a la materia de Educación Cívica, la cual es examinada en función de su impacto directo en los alumnos y sus efectos indirectos en el conocimiento a través del diálogo entre padres e hijos. Se supuso que el dictado de una materia de Educación Cívica podía estimular a los alumnos a prestar mayor atención a las noticias fuera del aula. Los autores postularon que estos alumnos podrían estimular a sus padres a interesarse por los asuntos públicos. Se dio, por supuesto, que las familias no expuestas al programa “Kids Voting” también fueron estimuladas, porque todos los estudiantes y padres estuvieron expuestos en alguna medida a la campaña electoral y a la amplia cobertura informativa que se le otorgó. La escuela fue definida como un escenario formal en el cual los alumnos podían aprender a expresar sus opiniones y discutir con sus pares. La atención prestada a la información política en la escuela y la exposición a las noticias provenientes de los medios de comunicación eran mayores cuando el alumno percibía que la información política reviste utilidad para realizar las tareas escolares y para conversar con sus pares.

meras tentativas de explicar cómo el diálogo entre los integrantes del grupo familiar incide en la adquisición del conocimiento.

En este estudio, la existencia de una materia de “Educación Cívica” dictada a los hijos actuó como un activador de procesos de comunicación intrafamiliares, aun entre aquellos miembros no expuestos directamente al estímulo.

Una vez generado el diálogo familiar, la modificación en el interés —en este caso, del padre— sobre temas políticos podía medirse por el incremento en el consumo de noticias provenientes de los medios de comunicación.

McDevitt y Chaffee observaron que la socialización política que habían recibido los padres de nivel socioeconómico bajo durante su juventud no los había preparado para dialogar con sus hijos adolescentes sobre esos temas. Los autores argumentaron que los adultos de nivel socioeconómico bajo generalmente habían tenido una experiencia educativa y ocupacional que los hacía percibir a la política como un tópico complejo y a veces irrelevante. Por lo tanto, estos adultos, que estaban preocupados por cuestiones personales más urgentes, mostraban desinterés en los asuntos políticos. Sin embargo, este desinterés no los excluía del ejercicio de su ciudadanía.

En consecuencia, para McDevitt y Chaffe, que los hijos estudiaran “Educación Cívica” representaba para los padres una segunda oportunidad de socialización política. En efecto, las personas con poca motivación, según los supuestos de estos autores, podrían responder favorablemente a los estímulos provenientes de otras personas con quienes tenían vínculos de interacción cotidianos.

Los resultados mostraron que la materia escolar aumentó el interés por parte de los padres por los temas políticos. Esto se reflejó en un incremento en la lectura de diarios, en la mayor exposición a noticias televisivas, en la atención prestada a la campaña; y todo ello dio como resultado un aumento en el conocimiento político.

Estos efectos fueron más fuertes entre los alumnos de nivel socioeconómico bajo, lo que demostró: a) el éxito de la intervención para incrementar el interés de los adultos y en consecuencia disminuir las brechas de conocimiento, y b) una mayor fluidez en el diálogo familiar, en este caso sobre temas políticos. Esto último también marcó una disminución de otro tipo de brechas vinculadas con comportamientos comunicativos, que se venían observando en las familias.

Al igual que con los alumnos, los padres de nivel socioeconómico bajo fueron quienes sacaron mayores beneficios de esta experiencia, al

darse un estrechamiento de las brechas no sólo en el conocimiento político sino en los comportamientos comunicativos entre los diferentes miembros del grupo familiar (McDEVITT Y CHAFFEE, 2000: 282). Estas observaciones se alinearon con la posición de Tichenor cuando sostuvo que una brecha de conocimiento significa una brecha comunicacional (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 170).

Por otra parte, este estudio mostró también que los padres altamente escolarizados percibían el diálogo con sus hijos sobre asuntos públicos como una situación cotidiana, por lo que el efecto de la materia escolar en esas familias fue escaso.

En consecuencia, McDevitt y Chaffee enriquecieron la teoría de las brechas de conocimiento al describir el papel de los contactos personales en la distribución de información y en la nivelación del conocimiento. En esta misma dirección, en el punto siguiente abordaremos la participación de los líderes de opinión en la adquisición del mismo.

## **2. Los líderes de opinión. Influencia social ascendente y descendente**

El descubrimiento, en la década del cuarenta, de la importancia que tienen las relaciones sociales informales para modificar la aceptación o el rechazo de los mensajes provenientes de los medios de comunicación estuvo acompañado de la comprobación de que una parte de la población tenía un contacto limitado con los medios y que algunas personas conocían ciertos temas a través de otras que eran asiduas consumidoras de los mensajes provenientes de los mismos.

La investigación en esa línea (Lazarsfeld, Menzel, Berelson, Gaudet, Katz, Merton) mostró el encadenamiento de la información en dos etapas: en la primera, la información va desde los medios a las personas más expuestas a ellos, y en la segunda, la información se difunde a través de canales interpersonales a otras personas con menor exposición a los medios.

Este proceso se denominó flujo de comunicación en dos escalones o doble paso en la comunicación –*two step flow*–, y permitió definir como líderes de opinión a quienes tenían mayor información a partir de su relación intensa con los medios.

No eran éstos, necesariamente, destacadas figuras de la comunidad, sino tan sólo personas con probabilidades de que se les pidiera su opinión y que se mostraban bien dispuestas a darla (LAZARSFELD, 1985: 33).

Según Katz, los estudios realizados en la Oficina de Investigación Social Aplicada de Columbia comprobaron la idea de que la comunicación interpersonal era un eslabón intermedio entre los medios de comunicación y sus objetivos específicos, al observar que:

1. La influencia de otras personas sobre las decisiones específicas tiende a ser más frecuente –y más eficaz– que la influencia de los medios.
2. Los influyentes mantienen una relación estrecha con las personas sobre quienes influyen y [...] tienden a compartir las mismas características de posición social.
3. Las personas más íntimamente ligadas tienden a mantener opiniones y actitudes comunes y son reacios a separarse del consenso del grupo.
4. Se observa cierto grado de especialización en el liderazgo de opinión.
5. Aunque la influencia tiende a ir de individuos que están más interesados en un tema dado a aquellos menos interesados, estos últimos deben estar lo suficientemente interesados para ser susceptibles de influencia. No hay líderes a menos que haya seguidores, y para seguir algo es necesario que haya interés.
6. Los líderes de opinión tienden a estar más expuestos a los medios de masas, sobre todo a los medios más adecuados a sus esferas de influencia (KATZ, 1980: 99).

La diferenciación entre influyentes y seguidores fue, como ya se ha mencionado, cumplidamente estudiada por Merton quien distinguió dos tipos de líderes: locales y cosmopolitas.<sup>4</sup> Para ambas formas de liderazgo, el contacto con los medios forma parte de la rutina diaria, aunque tienen diferencias en la elección de los medios de comunicación acordes con sus orientaciones básicas.

Como los [líderes] locales y los cosmopolitas hacen a su ambiente social demandas claramente diferentes, utilizan comunicaciones de masas para resultados claramente distintos (MERTON, 1964: 406).

Desde entonces, muchas investigaciones han abordado el estudio de la comunicación interpersonal, pero pocas han examinado el impacto de la misma sobre las brechas de conocimiento.

4. “La influencia interpersonal que procede de pericias especializadas implica típicamente alguna distancia social entre el consejero y el que busca consejo, mientras que la influencia procedente de la comprensión simpática supone estrechas relaciones sociales. El primero es el tipo de influyente cosmopolita; el segundo, el influyente local” (MERTON, 1964: 403).

Algunas experiencias aisladas partieron del supuesto de que mensajes comunicados a través de múltiples formatos –medios de comunicación e interacción cara a cara– se reforzarían unos a otros. En este proceso, un mensaje enviado por un canal determinado incrementaría su eficacia si se reiterara por otra vía.

El recurso de la comunicación interpersonal, en especial el rol del líder de opinión en el proceso de difusión del conocimiento, permitirá entonces suponer que la yuxtaposición de estímulos ampliará la posibilidad de éxito y operará favoreciendo la reducción de las brechas.

Es importante que recordemos que los seguidores son personas con bajo interés o desconocedores crónicos, lo que presupone que las informaciones provenientes de los contactos personales serán más efectivas a la hora de motivar el conocimiento, que las provenientes de los medios.

Para cumplir con el objetivo de reducir las brechas de conocimiento, será necesario identificar dentro de los grupos primarios aquellas personas más propensas a incrementar la comunicación y el interés por las noticias.

En la experiencia “Kids Voting” se identificó a los jóvenes como potenciales líderes de opinión.

Los alumnos actuarán en sus familias como líderes de opinión, en un proceso comunicacional de flujo en dos escalones [...], particularmente en las familias de nivel socioeconómico bajo, donde los padres están desinteresados por la política (McDEVITT, 2000: 264).

Los adolescentes de familias de nivel socioeconómico alto se beneficiarán con otras experiencias de socialización vinculadas con la política; sus padres los incentivarán a informarse sobre asuntos públicos y a hablar sobre tópicos políticos actuando como líderes de opinión.

Este concepto de socialización estratificada se difunde generalmente en dirección descendente, de los adultos a los jóvenes, de los de nivel socioeconómico alto a los de nivel bajo, de los más educados a los menos educados.

Como ejemplos de este tipo de derrame de la comunicación, mencionamos:

- una investigación realizada por Bell y Alcalay, que buscó aumentar la conciencia sobre problemas relacionados con la salud en la población hispana de los Estados Unidos, planteando

la necesidad de profesionales de la salud y de representantes de la comunidad hispana para colaborar en la estimulación de actitudes, normas y comportamientos que disminuyan el riesgo de salud (BELL Y ALCALAY, 1997);

- un trabajo de Gaziano y O’Leary, que se propuso encontrar diferencias entre los padres de nivel socioeconómico alto y bajo, en dos comunidades distintas –Minneapolis y Belfast–, a partir de la aplicación de un programa de asesoramiento para padres (Brazelton).<sup>5</sup>

En esta investigación se demostró que en ambas comunidades, cuando los padres recibían la información en clases grupales, el aprendizaje era mayor, porque dichas clases incluían demostraciones con otros recién nacidos que podían observar desde un ángulo más objetivo, además de registrar las experiencias de otros padres (GAZIANO Y O’LEARY, 1998). Por lo tanto, la comunicación cara a cara difundía informaciones desde el experto a los padres (comunicación descendente) y entre padres (comunicación horizontal).

En la investigación de McDevitt y Chaffee que hemos analizado se planteó un objetivo innovador, lograr el involucramiento político de familias de nivel socioeconómico bajo, en un proceso de influencia de abajo hacia arriba, en este caso en la díada hijo-padre.

Nuestros resultados presentan una visión alentadora respecto a la capacidad de las familias de nivel socioeconómico bajo de interesarse por la política cuando los jóvenes motivan a sus padres a que adquieran conocimiento (MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000: 282).

Los padres fueron claramente estimulados a prestar mayor atención a las noticias, como producto de la socialización política de sus hijos. Esto evidencia la posibilidad de un goteo hacia arriba –*trickle-up*– de la influencia, que, según estos autores y como ya señalamos, constituyó una segunda oportunidad para aquellos padres que no fueron fuertemente socializados en materia política durante su juventud.

5. Programa de asesoramiento llamado Brazelton Neonatal Assessment Scale, desarrollado por T. Berry Brazelton (1984), que ayudaba a los padres a ser menos apáticos y más sensibles en las respuestas a las necesidades de sus hijos. Este programa de asesoramiento fue un proceso interactivo y personalizado; contaba con un instructor que guiaba a los padres en el aprendizaje de respuestas adecuadas para los deseos de sus hijos.

Tanto la dirección del conocimiento –ascendente o descendente– como la motivación por el mismo, nos llevan a definir como líderes a las personas con un mayor nivel de conocimiento, motivado en muchos casos, aunque no exclusivamente, por el mayor contacto con los medios.

### 3. Aportes conceptuales

A modo de síntesis, podemos decir que las investigaciones que indagán sobre los condicionamientos de las relaciones sociales en grupos primarios generan un puente teórico entre los niveles de análisis microestructurales y macroestructurales.

Los procesos de difusión del conocimiento son complejos, por lo tanto, es necesario comprender los vínculos existentes entre los distintos niveles. Por un lado, los de la estructura social, donde operan los medios de comunicación, y por el otro, el nivel de los grupos primarios o secundarios, donde se ejercitan las relaciones cara a cara y el comportamiento individual dentro de esos ámbitos privados.

En lo concerniente a las brechas de conocimiento, el pensamiento dicotómico ha tendido a dividir la literatura entre los enfoques socioestructurales y las aproximaciones individuales, cuando en realidad es difícil dar cuenta de unos sin los otros.

El estudio de las relaciones interpersonales en el tratamiento de los desniveles del conocimiento advierte sobre la posibilidad de que las diferentes fuentes de distribución de la información –medios y diálogo– se potencien al yuxtaponer los contenidos a comunicar, con lo cual se favorece la adquisición del conocimiento.

En la investigación de Mc Devitt y Chaffee, por ejemplo, el conocimiento sobre la campaña política se incrementa si las informaciones que provienen de la familia, la escuela y los medios de comunicación actúan de manera interdependiente.

Desde una perspectiva microsocial, el diálogo sería un *factor situacional* que activa la búsqueda de información y la adquisición de conocimientos. En este diálogo se jerarquiza la figura del líder de opinión, considerado un eslabón intermedio entre la información, proveniente de los medios o de una intervención con objetivos específicos, y el resto del grupo.

La selección de ciertos temas por parte del líder de opinión lo llevan a exponerse a los medios intencionalmente, y a seleccionar contenidos

vinculados con ellos, que le permiten adquirir más conocimientos; los que luego puede transferir a su entorno.

La difusión del conocimiento puede ser descendente *–trickle down–* o ascendente *–trickle-up–* según el lugar que el líder ocupe en el grupo de referencia, pero en cualquiera de estos casos, permitirá suponer que la yuxtaposición de estímulos ampliará la posibilidad de éxito y operará favoreciendo la reducción de las brechas.

Desde esta perspectiva, la presencia del líder de opinión significará, para los segmentos poco interesados en un tema, una segunda oportunidad para adquirir conocimiento o activar la motivación para acceder al mismo.

## CAPÍTULO 7

# LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS

Las características de los medios de comunicación y la intensidad de la exposición de los receptores pueden condicionar los niveles de conocimiento.

La teoría del distanciamiento, además de estudiar la conducta del público frente a los medios, ha reflexionado sobre cómo el tipo de canal incide en el proceso de adquisición de contenidos, y ha generado una jerarquización de los medios a partir de su aproximación a los diferentes temas. Los autores de esta teoría han estudiado principalmente la influencia de la prensa y de la televisión en la formación de brechas de conocimiento. Esta prioridad no es exclusiva de esta teoría, ya que las investigaciones que aportaron elementos a las teorías de la *agenda setting*<sup>1</sup> y de los *indicadores culturales*<sup>2</sup> han tenido iguales objetos de estudio. Por otra parte, la credibilidad que despiertan en el público la prensa y la televisión explican la ausencia de resultados teóricos aplicados a otros medios.

Una cuestión aparte es el estudio de la incidencia de las nuevas tecnologías en la nivelación o no del conocimiento. Las mismas también generan perspectivas y orientaciones en el público y se han convertido en un desafío a encarar desde la teoría que nos ocupa.

1. Sus iniciadores, Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), sostienen que como consecuencia de la acción de los diarios y de la televisión las personas tienden a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios de comunicación incluyen o excluyen de sus contenidos.

2. George Gerbner (1969) elige a la televisión para desarrollar el concepto de *indicador cultural*, porque considera que la misma es la narradora de historias de nuestra época. El proceso de aculturación significa la progresiva aceptación del público, de orientaciones predominantes que parten de la televisión (GERBNER Y OTROS, 1996: 44).

## 1. El uso de los medios

La primera observación sobre la importancia de la naturaleza de los medios en el acceso al conocimiento aparece en Tichenor y colaboradores (1970) cuando enumeran los factores que operan en la formación de brechas. Ese artículo, tal como se ha visto, resalta el rol de la prensa escrita, tradicionalmente elegida por los segmentos más educados para acceder a la información.

La presencia de temas especializados en los medios gráficos conlleva, según estos autores, algunos riesgos, tales como: a) el establecimiento de una agenda de temas vinculada con los intereses de los segmentos de mayor nivel socioeconómico; b) el tratamiento temporal de los temas acomodado a las potencialidades de adquisición y memorización de los grupos que han desarrollado mayores habilidades para asimilar las innovaciones; c) la falta de reiteración de noticias sobre asuntos públicos o científicos, lo que dificulta a los sectores de menor nivel económico social el acercamiento a esos temas.<sup>3</sup>

Como consecuencia de lo anterior, las oportunidades de los medios de comunicación de nivelar el conocimiento serían escasas. Debido a que los medios en sus rutinas productivas pueden propiciar el control social de unos sectores sobre otros, condicionando a sus intereses y preocupaciones la presencia o ausencia de algunos temas en la prensa.

La información es un primer recurso en la creación y el mantenimiento del poder social (TICHENOR, 1980: 118).

Pero así como algunos trabajos (TICHENOR, 1980; ETTEMA Y KLINE, 1977; KWAK, 1999) han sostenido que los medios gráficos (diarios y revistas) contribuyen a los desniveles de conocimiento, otros estudios (CHEW Y PALMER, 1994; VISWANATH Y FINNEGAN, 1996; MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000) han señalado la mayor dependencia de la televisión en los grupos de nivel económico social bajo y han estudiado, con resultados disímiles, el rol del medio televisivo en el estrechamiento de las brechas.

Al respecto, según Viswanath, hay dos temas importantes a conside-

3. "Los medios gráficos responden a los intereses y los gustos de los segmentos de *status* socioeconómico alto. Esto puede ser la causa de que los medios dejen de cubrir muchos tópicos cuando perciben que dejan de ser novedosos para esos grupos" (TICHENOR, 1970: 162).

rar en relación con la televisión: en primer lugar, si efectivamente puede reducir las brechas de conocimiento, y en segundo lugar, aceptado su supuesto rol igualador, si los efectos de la televisión en el conocimiento son similares cuando se trata tanto de una información simple como de un contenido más profundo (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 200).<sup>4</sup> Para este autor, si bien la televisión podría incrementar el conocimiento entre los grupos de nivel económico social bajo, la información que brinda es pobre y enfatiza más el entretenimiento que el aprendizaje, especialmente si se la compara con la información proporcionada por otros medios.

La preocupación por el tema ha llevado a diferentes autores a investigar cómo interviene cada tipo de medio en el fenómeno de las brechas de conocimiento. En esa línea, Kwak formula dos hipótesis (1999) respecto al papel diferenciado en este proceso que cumplen los diarios y la televisión:

1. Las brechas de conocimiento entre los segmentos de mayor y menor nivel socioeconómico dependerán de la intensidad de uso del diario, de modo que las mismas serán más probables en los segmentos que manifiesten un menor nivel de lectura.
2. Las brechas de conocimiento entre los segmentos de mayor y menor nivel socioeconómico dependerán del nivel de uso de la televisión, de modo que las mismas, en todos los niveles económicos sociales, serán

4. En relación con este tema, Viswanath menciona el aporte de Neuman (1976), quien presenta diferentes pruebas a favor de la televisión como factor de estrechamiento de las brechas. En primer lugar, el mirar televisión no está vinculado con el nivel de educación, como es el caso de otros medios. En segundo lugar, los miembros de los grupos de bajo nivel socioeconómico prefieren el consumo de información proveniente del medio televisivo más que el de otros medios. En tercer lugar, la motivación y el tipo de exposición a la televisión es diferente de la motivación por consumir otros medios: los televidentes tienen menos posibilidades, con relación a otros medios, de seleccionar qué noticias mirar y cuáles ignorar. En un estudio que analizó la recordación de noticias, este mismo autor no encontró diferencias en la recordación de contenidos entre las personas con diferente nivel educativo. La única diferencia que descubrió tuvo que ver con el interés en las noticias. Los que estaban más interesados en estar informados recordaban más noticias que los receptores ocasionales. A pesar de que este estudio tuvo considerables omisiones: no analizar el conocimiento previo sobre temas específicos, no preguntar a los televidentes si reforzaban la información televisiva con otras fuentes o no describir las diferencias existentes entre quienes miraban televisión y quienes no lo hacían. De todos modos, este estudio tuvo un aporte interesante debido a que demostró que cuando la información es visual, las diferencias basadas en la educación disminuyen (VISWANATH, 1996: 200-201).

menos probables entre aquellos segmentos con un uso intensivo de ese medio (KWAK, 1999: 395).

Kwak, en esta investigación, al igual que con la variable motivación,<sup>5</sup> utiliza el *modelo de la explicación contingente* para analizar la relación entre exposición a los medios, nivel económico social y conocimiento.<sup>6</sup>

El autor intenta explorar si las variables motivacionales modifican el efecto del uso de los medios entre los segmentos de mayor y menor nivel socio económico<sup>7</sup> y si los efectos sobre el conocimiento son similares entre los grupos con igual nivel de motivación (KWAK, 1999: 396).

Los resultados del estudio le permitieron inferir que el incremento en el acceso y en el uso de los medios son factores importantes para que los segmentos de menor nivel socioeconómico puedan superar la barrera de la educación en la adquisición del conocimiento. Sin embargo, Kwak concluye:

el incremento en el uso y la disponibilidad de los medios no garantiza que las brechas se cierren. Es importante además que el tema sea definido por el medio como relevante para los segmentos de nivel económico social bajo [...]. Cuando un tema no es percibido como importante para ellos, frecuentemente el uso de los medios no ayuda a estos segmentos a alcanzar en conocimiento a los de nivel alto (KWAK, 1999: 406).

En este enunciado, el autor recurre al concepto de funcionalidad de la información, también considerado por otros autores que, como:

– Loges y Ball-Rokeach (1993), encontraron diferencias entre distintos segmentos sociales, en la importancia otorgada a la lectura de diarios. Las personas con ingresos altos eran más lectoras de diarios que las de menores ingresos, con los siguientes objetivos: para consolidar su liderazgo comunitario, para tomar decisiones de voto o comprender de manera más acabada los eventos de la comunidad.

5. Véanse págs. 60-63.

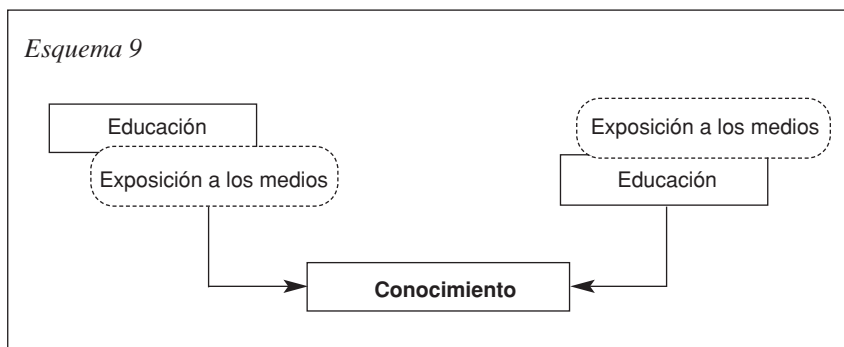
6. Igual tratamiento, como ya se ha mencionado, da a la variable motivación.

7. Esta investigación, realizada durante la campaña presidencial de 1992, aplicó una encuesta telefónica a una muestra de 421 residentes de Dane County (Wisconsin); así relacionó las variables educación, motivación, el uso de los medios y conocimiento. La variable motivación fue medida a partir de dos indicadores: el interés en la campaña y la militancia política.

– Nadeau y colaboradores, señalaron que

los votantes no están incentivados para adquirir información general que no es útil para tomar decisiones (NADEAU Y OTROS, 2001: 3).

Cuando, en un apartado anterior,<sup>8</sup> se reformularon los modelos que interrelacionan –nivel socioeconómico, educación y motivación–, el trabajo de Kwak fue clasificado dentro del *modelo asociativo*. Desde esta perspectiva también, las relaciones entre exposición a los medios considerada como *situación específica* y la variable educación –*transituacional*– pueden eventualmente cooperar en la adquisición de conocimiento. La contingencia en las combinaciones entre los dos factores puede dar como resultado igual nivel de conocimiento.



En referencia a estas combinaciones y al interpretar los datos de su investigación, Kwak encuentra que:

- En una campaña<sup>9</sup> presidencial, un análisis comparativo entre grupos con educación alta y bajo interés y grupos con educación baja e interés alto permite observar un uso de los medios con intensidad similar, medido en términos de exposición a noticias en la televisión y a noticias en los diarios.

8. Véanse págs. 65-66.

9. El interés en la campaña se midió por el uso de los medios. “El uso de los medios por los menos educados e interesados en la campaña fue significativamente relevante, porque el grado de conocimiento de este grupo fue estadísticamente equivalente al del grupo de alta educación y bajo interés, a pesar de los diferentes niveles de educación” (KWAK, 1999: 405).

- Las diferencias en el conocimiento entre grupos menos educados pero con diferentes niveles de interés en la campaña están asociadas con la atención prestada a los medios. Por lo cual, a partir de estas comparaciones, se puede inferir que el incremento en el acceso y el uso de los medios son factores importantes para que los grupos de nivel económico social bajo puedan superar la barrera de la educación en la adquisición del conocimiento (KWAK, 1999: 405).

Estos resultados evidencian la necesidad de estudiar la exposición a los medios en relación con otros factores. Debido a que la misma, al ser considerada como *situación específica*, puede contribuir a reducir los desniveles del conocimiento y, en consecuencia, también a jerarquizar la relevancia de los aspectos *transituacionales* en el acceso a la información.

Coincidimos con Kwak en que es importante conocer qué condiciones contribuyen a un mayor acceso y uso de los medios de información entre las personas de distinto nivel económico social. Porque el incremento tanto en el uso de los medios como en la disponibilidad de los mismos no garantiza, en principio, que se eliminen las distancias en el conocimiento, por lo que es necesario hacer intervenir en el análisis otros factores de orden individual.

En una investigación sobre jóvenes y el uso de las nuevas tecnologías, observamos, en relación con este aspecto, que

el nivel económico social condiciona el acceso de los jóvenes a las nuevas tecnologías; pero el uso, según la situación específica, puede llevar a reducir y en ciertos casos hasta anular las brechas entre los de diferente nivel socioeconómico (BORGAMINCK Y BAQUERIN, 2002: 56).

Además del acceso y el uso de los medios en el marco de la teoría de las brechas de conocimiento, es importante evaluar si el tema es presentado como relevante por los medios y si los segmentos de menor nivel socioeconómico le atribuyen funcionalidad para conservar o superar el lugar que ellos ocupan en la estructura social.

## **2. La reiteración de la información de prensa**

Como se ha visto, en algunas situaciones el incremento de la presencia de un tópico en los medios colabora para que la gente lo conozca y lo utilice según sus propias necesidades.

Entonces, la intensidad en la divulgación de un tema por parte de la

prensa puede condicionar de diversos modos la distribución del conocimiento entre los diferentes segmentos de la sociedad, por lo cual las campañas de prensa podrían tener como efecto una reducción de las brechas de conocimiento.

Recapitulando, las situaciones en las que la divulgación de un tema puede contribuir a la distribución equitativa del conocimiento son:

a) El conflicto o la controversia en torno a un tema que incrementa la preeminencia del mismo en los medios.

b) La propia naturaleza del tema. Un ejemplo son los tópicos vinculados con la salud, que, aunque generalmente convocan primero la atención de líderes, profesionales o grupos con mayor nivel educativo –*innovadores*–, luego se difunden en toda la comunidad.

En esta situación se operaría un derrame de información a partir de los medios que se trasladaría a los ámbitos privados –familia, escuela, trabajo–, donde los *innovadores* generarían un goteo descendente –*trickle down*– hacia los seguidores.

c) Los temas especializados que se transforman en generales o comunitarios, en los cuales, según las características del mensaje a divulgar, podría preverse la aparición de efectos techo impuestos o reales.<sup>10</sup>

Un aspecto poco estudiado, pero no menos importante, es el que observa el efecto del tiempo en la adquisición del conocimiento de ciertos temas. Cuando los tópicos adquieren relevancia en el largo plazo, es posible esperar una nivelación en el conocimiento por parte de los diferentes grupos.

Lo que evidencia que el conocimiento no es estático y que muchas veces es una cuestión de estrategias comunicativas. Al respecto, autores como Chew y Palmer (1994), Zaller (1989), Viswanath y Finnegan (1991), Nadeau y otros (2001), al describir estudios longitudinales, sostuvieron que el seguimiento del flujo de la información en el tiempo puede iluminar la comprensión de factores relativos a la audiencia y al mensaje que condicionan las brechas de conocimiento.

En consecuencia, el supuesto sería, por un lado, que cuando la divulgación de un tema en los medios es continua e intensa, todas las categorías de público podrían adquirir información, mientras que, por otro, si la cobertura fuese pobre o esporádica, la brecha entre los más informados y los menos informados permanecería estable.

10. Véanse 47-48.

La penetración y la diseminación de la información entre los diferentes grupos varía de acuerdo a la intensidad de la cobertura de los medios (NADEAU, 2001: 6).

Además, hay que considerar que sobre los temas presentes en las agendas de los medios durante un período de tiempo prolongado pueden generarse conocimientos nuevos —en el ámbito de la ciencia y de los asuntos públicos—, por lo que las brechas basadas en aspectos estructurales no desaparecen.

Los receptores mejor dotados para una situación de comunicación actualizan sus conocimientos previos y los mismos les permiten la incorporación de nuevos elementos referidos al tema, como también la mejor comprensión de su significado.

En síntesis, para indagar los resultados de la reiteración de un tema por parte de la prensa hay que tener en cuenta situaciones relacionadas con la estructura social, como en situaciones de conflicto, o la naturaleza del tema, ya sea por la percepción de su importancia por parte de los diferentes grupos o por haberse transformado de particular en comunitario. Así como también hay que considerar los conocimientos previos de los diferentes segmentos del público.

### **3. Una experiencia con un solo estímulo**

Como se ha visto, la cobertura de un tema por parte de los medios en el tiempo es una situación de estudio frecuente en la investigación de los desniveles del conocimiento. Sin embargo, Chew y Palmer (1994) se propusieron indagar cómo el interés por un tema puede hacer que un solo estímulo impacte en los niveles de conocimiento.

Eligieron para esta experiencia un tema de salud, que por la percepción de riesgo o amenaza, además de tener una presencia estable en la agenda de los medios, despierta un nivel de interés equivalente entre segmentos de distinto nivel económico social.

El supuesto del que partieron estos autores es que un programa<sup>11</sup> de televisión que difundiera información sobre un tema de salud incre-

11. El impacto del programa, que trataba sobre nutrición y salud, fue medido a través de encuestas telefónicas. El programa advertía que el alto consumo de grasas incrementa el riesgo de contraer enfermedades crónicas y enumeraba los beneficios de reducir el consumo de grasas de origen animal e incrementar el consumo de vegetales,

mentaría, de manera proporcional en los diferentes grupos, los niveles de interés por ese tema.

Los resultados obtenidos fueron muy alentadores para los productores del programa de televisión y, por supuesto, para los investigadores que los usaron como estímulo de la experiencia. Los espectadores atendieron al mensaje, que advertía sobre el riesgo de contraer enfermedades por el alto consumo de grasas y, también, recordaron las recomendaciones sobre el tipo de alimentos más beneficiosos.

El impacto del programa, en términos generales, fue constante a lo largo del tiempo, y esto constituyó un aporte a la teoría, ya que se trató de un solo estímulo y no de una campaña en los medios. Por ello, Chew y Palmer infirieron que la atención prestada a un mensaje único puede aumentar el nivel de conocimiento, resultado generalmente atribuido a la amplitud de la cobertura prestada por los medios al tema.

Esta intervención no se contrapone con el rol de la prensa en la divulgación de los temas, porque en la experiencia de Chew y Palmer el incremento del conocimiento por parte de los distintos segmentos fue condicionado según lo que prevé la teoría. En los trabajos que estudian la cobertura de los temas por los medios en el tiempo se observa la posible reducción de las brechas por la presencia y reiteración de los mismos. Sin embargo, los resultados de un mensaje único pueden alertar sobre la posibilidad de estimular al conocimiento en ciertos temas, utilizando estrategias de comunicación adecuadas.

#### **4. Síntesis conceptual**

Una primera consideración desde la especulación original sería que los medios tienen una función similar a la de otras instituciones sociales que refuerzan o incrementan las desigualdades del conocimiento existentes entre los diferentes segmentos sociales.

Si seguimos a Tichenor y colaboradores cuando se interrogan acerca de cuándo las condiciones son favorables para una distribución más igualitaria del conocimiento por parte de los medios, podemos enunciar algunas respuestas optimistas como las siguientes:

---

frutas y cereales. Este estudio tuvo tres momentos de medición: una medición previa, una a los tres días del programa y la última a los cinco meses y medio.

- cuando los temas son de carácter general y no específico;
- cuando responden a los intereses y perspectivas de los diferentes segmentos sociales;
- cuando el tiempo de permanencia de un tema en los medios permite que los sectores con menores habilidades comunicativas, presumiblemente los de nivel económico bajo o los menos educados, los atiendan, memoricen e interpreten adecuadamente;
- cuando la tematización es común en los medios gráficos y electrónicos.

Sin embargo, la visión es más pesimista cuando se comprueba que la presencia de un tema en la agenda de los medios tiende a decrecer antes que el conocimiento sobre el mismo se nivele. Esta tendencia es frecuente en temas científicos o técnicos, en los cuales un nuevo descubrimiento o una modificación vuelve rápidamente obsoleto ese tema.

Igual tendencia se observa en relación con las nuevas tecnologías, donde las constantes innovaciones van dejando cada vez más atrás a quienes se acercan tardíamente a ellas, y crean nuevos distanciamientos, incluso entre los que acceden a ellas.

Las nuevas técnicas y tecnologías crean nuevas brechas informacionales antes que las viejas se hayan cerrado (KATZMAN, 1974: 53).

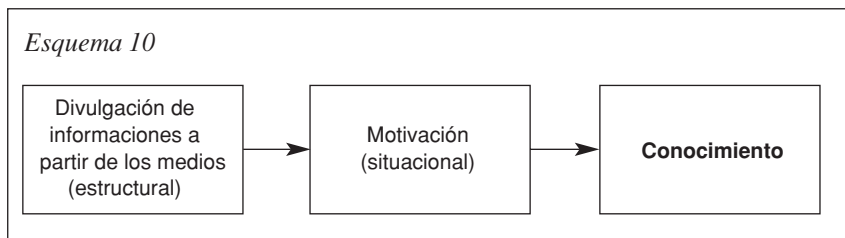
En la misma línea, Wolf advierte sobre los desniveles en el conocimiento tecnológico, que están caracterizados por la permanente reproducción y superposición de innovaciones que limitan la disminución de las brechas respecto a las tecnologías de comunicación más antiguas.

La difusión sobre una base socialmente restringida de una nueva tecnología vuelve a abrir la “tijera” y lanza nuevas diferencias en la adquisición del conocimiento (WOLF, 1994: 79).

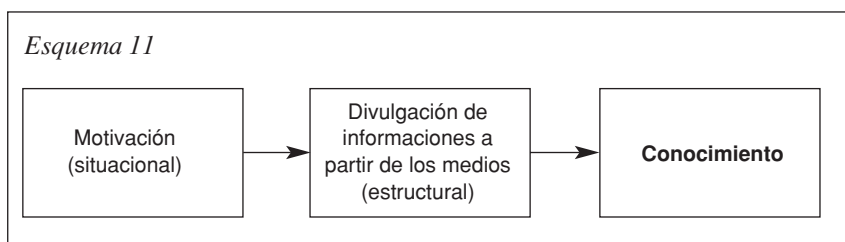
Wolf denomina *clusters tecnológicos* a la organización del conocimiento en torno a las nuevas tecnologías, dado que la familiaridad con una incrementa la competencia en otras nuevas.

Una segunda consideración es que la divulgación de un tema permitirá por lo menos dos enfoques en el análisis. El primero es que la divulgación de un tema por parte de los medios constituye un factor fundamental en la distribución de la información. El sistema de medios, al ser integrante del sistema social, puede ser definido como un factor es-

tructural *–transituacional–*, el cual, al relacionarse con la motivación del público *–situación específica–*, puede dar lugar a distintos niveles de conocimiento.

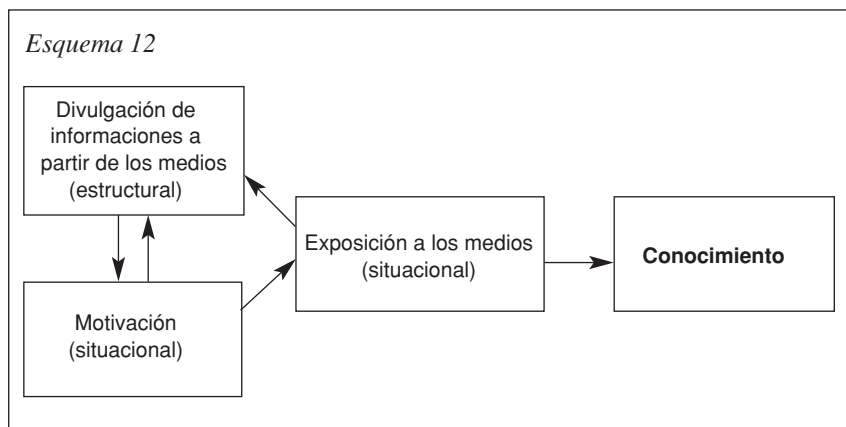


El segundo enfoque supone que el resultado de la divulgación de un tema por parte del sistema de medios depende esencialmente de la motivación del público *–situación específica–*, expresada a partir de los procesos selectivos que condicionan la exposición a los medios *–situación específica–*, y por lo tanto los contenidos que éstos divulgan.<sup>12</sup> Los factores situacionales condicionarían, en consecuencia, el acceso al conocimiento.



Un tercer enfoque, quizás más abarcativo de las condiciones que operan en este proceso, formularía la interrelación de los dos anteriores para comprender la adquisición del conocimiento del material divulgado por los medios.

12. En el trabajo de Kwak, el tratamiento de la motivación y la exposición a los medios se realiza por separado, aunque puede inferirse que al medir interés por la campaña con la cantidad de información que el entrevistado maneja, el autor está suponiendo la presencia de los medios.



Hasta aquí, en los capítulos precedentes hemos considerado los diferentes factores –sociodemográficos, personales, de la estructura social, de las relaciones interpersonales, de los medios de comunicación– que condicionan el conocimiento sobre ciertos temas. En el siguiente apartado, nos proponemos desarrollar el concepto de conocimiento, siempre desde la perspectiva de la teoría que nos ocupa, enunciar definiciones y describir diferencias.

## CAPÍTULO 8

### LA DIFERENCIACIÓN SOCIAL A PARTIR DEL CONOCIMIENTO

El conocimiento es el concepto dependiente de las condiciones hasta aquí enumeradas, y las investigaciones han demostrado que las brechas entre los diferentes segmentos sociales varían según el tipo de conocimiento medido.

Las brechas basadas en el nivel socioeconómico se ensanchan generalmente cuando el conocimiento requerido supone algo más que la simple familiaridad con un tema, y tienden a estrecharse cuando los tópicos son simples como el conocimiento de un hecho o un programa.

Por otra parte, ya se han mencionado algunas condiciones que son necesarias para que la reiteración de un tema por parte de los medios consiga una reducción de los desniveles del conocimiento. La cobertura de un tema puede dar lugar al reconocimiento del evento, pero diferencias en la educación y la motivación de los grupos influyen en la profundidad alcanzada en el conocimiento de dicho tema.

#### 1. Niveles de conocimiento

Las diferencias de grado de conocimiento observadas en diversas experiencias han permitido distinguir entre dos tipos de conocimiento: *superficial* y *profundo*, llamados por los teóricos, respectivamente, *factual* –*factual knowledge*– y *estructural*<sup>1</sup> –*structural*–.<sup>2</sup>

1. Siguiendo la traducción adoptada por Cándido Monzón (1992) y Enric Saperas (1998).

2. Genova y Greenberg analizan el conocimiento *factual* y el *estructural* contrastando dos temas de género diferente y con presencia dispar en el tiempo en los medios: a) la continuidad de una huelga de la National Football League y b) las acusaciones a

Mientras numerosas investigaciones han demostrado que el distanciamiento en el conocimiento es más probable en temas relacionados con asuntos públicos que en otros más próximos a los intereses particulares, Viswanath y Finnegan (1991) sostienen que las brechas de conocimiento aparecen en todos los tópicos y ejemplifican esa idea con experiencias que midieron conocimientos sobre salud. Por lo que, siguiendo a Ettema y Kline, dicen:

En la única situación en la que se nivela el conocimiento es cuando el tema es reconocido como relevante para todos los sectores sociales. Por lo tanto, se puede generalizar diciendo que las brechas no están limitadas a un área temática (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991).

En los puntos sucesivos intentaremos definir los dos tipos de conocimiento y establecer las diferencias entre ellos.

### *1.1. Conocimiento factual*

El conocimiento *factual* supone el reconocimiento de datos concretos de la actualidad referida por los medios. Según Yows y Salmon, son “trozos de información tales como nombres, fechas y hechos” (YOWS Y SALMON, 1991).

Este tipo de saber está vinculado con la capacidad de nombrar y reconocer términos que aparecen en la información distribuida por los medios. Por lo que la exposición a los mismos sería un factor condicionante, aunque no excluyente, para este nivel de conocimiento.

Para definir el conocimiento *factual* los autores recurrieron a diferentes indicadores:

- Lovrich y Pierce, en 1984, definen este saber según el grado de *familiaridad* con términos técnicos. En esa investigación, estos autores pidieron a los entrevistados que reconocieran una canti-

---

Nixon por su desempeño como presidente. Para medir el conocimiento *factual*, estos autores trabajaron con dos tiempos de medición y preguntaron sobre el reconocimiento de figuras y jugadas de fútbol americano y sobre el monto del sueldo presidencial. Para medir el conocimiento *estructural*, preguntaron cómo y por qué esos acontecimientos habían tenido lugar (GENOVA Y GREENBERG, 1979: 84).

dad de términos técnicos empleados con frecuencia en el debate sobre la política del agua.<sup>3</sup>

- Viswanath y Finnegan (1991) lo definieron según el conocimiento de los contenidos de la información enfatizada mediante una campaña. Sostienen, en referencia a los efectos de una campaña particular, que

la información ha hecho que consumir alimentos saludables y realizar ejercicios en forma regular se convirtiera en una norma cultural vigente. “Comer liviano” y “trabajar el cuerpo” ahora forman parte del vocabulario de los sectores altos medios (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991).

De la cita anterior, nos importa destacar el término “vocabulario”. Las palabras que componen ese vocabulario pueden ser memorizadas e incluidas dentro del discurso cotidiano, pero no necesariamente comprendidas en su correcto significado. Por ejemplo: las campañas de comunicación muchas veces instalan términos extranjeros, que pasan a formar parte del repertorio popular e incluso a reemplazar los propios vocablos del idioma nativo, aunque no puedan ser definidas.

Las aproximaciones anteriores nos permitieron caracterizar al conocimiento *factual* del siguiente modo:

**El conocimiento *factual* es un saber superficial que posibilita nombrar o reconocer personas, hechos, cosas, actividades y lugares, así como también recordar fechas y números.**

## 1.2. *Conocimiento estructural*

El conocimiento estructural se adquiere a partir de las informaciones difundidas por los medios y permite relacionar un tema o un acontecimiento con otros temas o hechos. Este grado de conocimiento es más profundo y permite contextualizar los hechos de la actualidad representada por los medios.

3. A cada persona se le pidió que indicara si había escuchado el término alguna vez o si no lo reconocía. Las respuestas se movieron desde los que declaraban conocer todos los conceptos, hasta los que nunca habían escuchado ninguno. La familiaridad tuvo una amplia variación en función de los términos y en función de los individuos (LOVRICH Y PIERCE, 1984: 421).

Los medios gráficos tienen, al informar, la posibilidad de relacionar el hecho con sus antecedentes, con otros hechos contemporáneos y, en ciertas oportunidades, advertir sobre sus consecuencias. Esto parece corresponderse con las investigaciones que han señalado a este medio como el elegido por los grupos más educados.<sup>4</sup> Lo que ha llevado a conjeturar que es en el conocimiento *estructural* donde se profundizan las brechas entre los distintos segmentos sociales, porque las personas de un nivel económico social alto podrían adquirir, en términos absolutos, más conocimiento de los medios por contar con una base mayor de información.

Por otra parte, el conocimiento *estructural* no se limita a la adquisición de las informaciones que provienen de los medios sobre los diferentes temas, sino que se relaciona con conocimientos adquiridos en otros contextos de aprendizaje, tanto formales como informales.

Los conocimientos previos que poseen una persona o un grupo los habilitan tanto en la interpretación del significado de los mensajes como en el reconocimiento de su relevancia. Siguiendo a Yows y Salmon, las personas con mayor educación tienden a acumular más conocimiento y tienen mayores capacidades para aumentar ese conocimiento base (YOWS Y SALMON, 1991).

En las experiencias analizadas, hay diferentes tratamientos para definir el conocimiento *estructural*:

- Lovrich y Pierce (1984) lo definieron como un conocimiento “profundo” y lo midieron solicitando a los entrevistados la definición de los términos técnicos con sus propias palabras.
- Los mismos autores, siguiendo a Miller (1980) y Kessel (1980), consideraron al conocimiento *estructural*, evaluando el número de “problemas identificados” por los entrevistados. Bajo el supuesto de que el conocimiento sobre un tema es necesario para la identificación de los problemas vinculados con él (LOVRICH Y PIERCE, 1984: 422).
- Algunos autores (Salmon, Finnegan, Viswanath) definieron el conocimiento *estructural* a partir de la “creencia u opinión” –*belief*

4. Clarke y Fredin, Lang y Lang, McLeod y Perse, Price y Zaller y Simmons y Garda, en estudios comparativos del consumo televisivo y el consumo de medios gráficos, mostraron que los diarios están más fuertemente asociados tanto con el conocimiento superficial como con el conocimiento profundo de un tema (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 201).

*knowledge*— que las personas tienen sobre su nivel de conocimiento de un tema.

La percepción subjetiva fue evaluada relacionándola con el número de afirmaciones correctas y erróneas sobre un tema. En el área de la salud, se ha realizado un número importante de investigaciones que diferenciaron entre el conocimiento verdadero y la autopercepción de los diferentes grupos sobre el conocimiento de un tema.<sup>5</sup>

Las definiciones anteriores nos permitieron definir el conocimiento *estructural* del siguiente modo:

**El conocimiento *estructural* es un saber que posibilita definir, contextualizar, reconocer causas y consecuencias de un tema o acontecimiento.**

Las definiciones generadas nos permiten apreciar diferencias de grado entre uno y otro tipo de conocimiento. Diferencias que, según algunos autores, han tenido limitaciones metodológicas para ser medidas.

Así, Clarke y Kline presentaron objeciones respecto del uso de cuestionarios con preguntas cerradas para los grupos de nivel económico social bajo. Estos autores sostienen que este tipo de instrumento de medición puede sesgar la información que suministran los entrevistados cuando los investigadores prejuzgan lo que la gente debe conocer. Desde esa posición argumentan que una respuesta abierta podría medir

5. Algunos ejemplos: Salmon, Gentry y Jason (1990) encontraron brechas de conocimiento entre aspectos verdaderos y falsos sobre la transmisión de la enfermedad del sida. Yows y Salmon (1991) evaluaron el conocimiento que la gente tenía sobre el cáncer, definiendo conocimiento con ítems que preguntaban sobre las causas de esa enfermedad. Los conocimientos correctos y erróneos fueron medidos por diferentes afirmaciones. Un listado de ítems que supuestamente producían o anunciaban la enfermedad midió el conocimiento erróneo: comer comidas grasas, los golpes y magullones, la contaminación ambiental, las deformidades en el pecho. Otros ítems evaluaron el conocimiento correcto: dejar de fumar y usar pantalla solar reducen el riesgo de cáncer. Una úlcera que no cicatriza puede advertir sobre riesgo de enfermedad. Finnegan y colaboradores (1989), en el programa “Minnesota Heart Health”, no encontraron diferencias significativas entre los grupos más o menos educados, respecto de los conocimientos enfatizados por la campaña que mencionaba al estilo de vida como causa de ataque cardíaco. Pero los conceptos no enfatizados mostraron brechas de conocimiento erróneos a lo largo del tiempo (YOWS Y SALMON, 1991).

mejor la adquisición de información, al permitir incluir dimensiones de preeminencia y valoración de esa información por parte de los entrevistados. Asimismo, permitiría a los mismos expresar con sus propias palabras lo que conocen acerca de temas de interés personal o que perciben como funcionales para sus vidas (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 211).

En la misma dirección, para Evatt (1998), el uso de preguntas abiertas es más adecuado porque, por ejemplo en temas políticos, la población puede a veces desconocer datos específicos sobre un asunto público, pero contar con conocimientos previos que le permitan argumentar correctamente y demostrar comprender satisfactoriamente sus derechos como ciudadanos. Limitarse a aplicar sobre estas cuestiones una pregunta con alternativas cerradas obligaría a consignar las respuestas con una evaluación desfavorable sobre el conocimiento de los entrevistados.

Si bien, como se ha visto, hay autores que consideran a las preguntas con final abierto más apropiadas para medir el conocimiento, para otros su aplicación no ha demostrado que las brechas basadas en el nivel económico social o en la educación desaparezcan.

Al respecto, Viswanath sostiene que la investigación del conocimiento a través de preguntas abiertas o cerradas no modifica la influencia de los factores condicionantes de las brechas de conocimiento, aunque no desestima que la magnitud de las mismas se reduzca en función del tipo de medición utilizado (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 212-13).

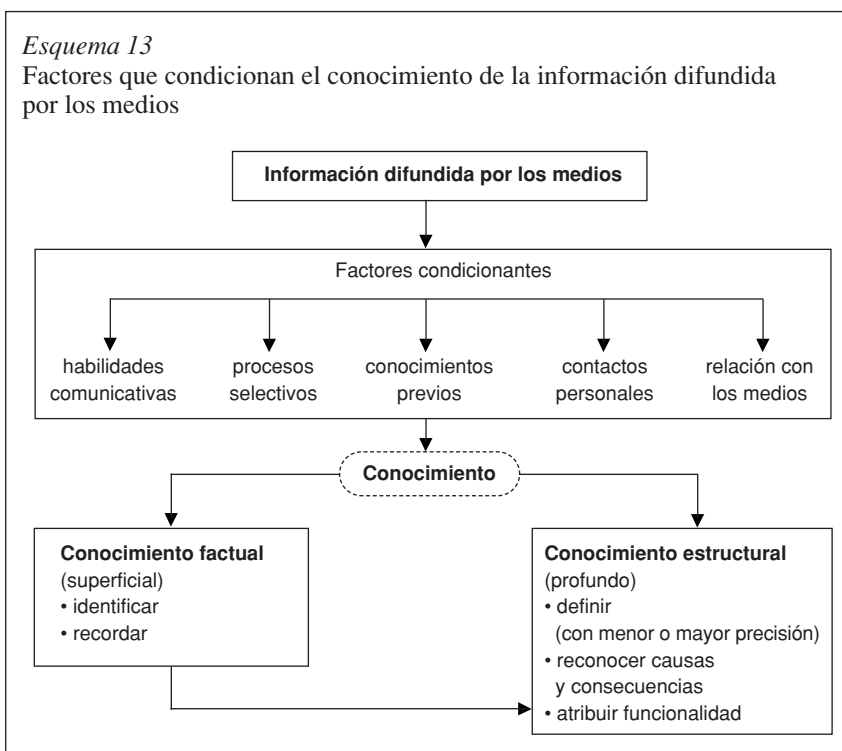
Por último recordemos que en la teoría del distanciamiento social los temas elegidos para diferenciar grados de conocimiento son aquellos que los medios representan de manera constante o que han incrementado su representación.

Los tópicos más estudiados, porque los diferentes investigadores los consideraron próximos a los intereses del público, fueron: los asuntos públicos, el medio ambiente y la salud.

En el panorama de los medios tradicionales, últimamente han aparecido como tópico las innovaciones tecnológicas. Por ello, una vez comprobado que el tema “nuevas tecnologías” ha incrementado su representación en los medios de comunicación, nos pareció pertinente y de interés aplicar la teoría del distanciamiento a este nuevo campo de conocimiento.

## 2. Esquema conceptual: Grados del conocimiento y factores condicionantes

A modo de síntesis, presentamos un esquema que organiza los aspectos que condicionan los grados de conocimiento. Allí mostramos el proceso de difusión y distribución de la información a partir de los medios y los factores que, tanto desde las perspectivas *transituacional* como *situacional*, ayudan a describir las diferencias en el conocimiento.





## CAPÍTULO 9

### PRINCIPALES LINEAMIENTOS TEÓRICOS

En esta primera parte de la investigación se ha abordado el desarrollo histórico de la teoría del distanciamiento social de la información, desde los dos grandes ejes interpretativos: el individual y el social.

En la evolución teórica se advierte que si bien ambas perspectivas no han sido excluyentes, en el inicio hubo mayor rigidez a la hora de enumerar los factores que condicionan las brechas de conocimiento. Las investigaciones más recientes, en cambio, dan cuenta de que un nivel de análisis no debería darse sin el otro. El control de un número mayor de factores consigue una aproximación más compleja y seguramente más representativa del fenómeno en estudio.

Para este desarrollo se ha optado por examinar las variables asociadas con más frecuencia al aumento o reducción de las brechas de conocimiento y el aporte de los principales referentes –tanto desde las perspectivas *transituacional* como *situacional*– a la definición de esos conceptos y a la ponderación de los mismos.

A continuación se enumeran, a modo de síntesis, los lineamientos más relevantes de esta primera parte:

#### **a. Aspectos estructurales**

- Los medios de comunicación, al difundir la información dentro del sistema social, contribuyen a mantener o profundizar, según los casos, los desniveles del conocimiento sobre temas específicos.
- Las brechas de conocimiento participan conservando inalterables las relaciones de poder en la estructura social. Las mismas suponen situaciones de privilegio para algunos segmentos sociales respecto de otros.

- Los medios de comunicación son funcionales al sistema de poder, al contribuir al mantenimiento de las diferencias entre los distintos grupos sociales.
- Tichenor, Donohue y Olien (1970) sostienen que los segmentos de mayor nivel socioeconómico tienden a adquirir la información difundida por los medios de comunicación de un modo más rápido que los de nivel bajo, de modo que la brecha entre estos segmentos se ensancha en lugar de decrecer.
- La teoría, inicialmente, considera que las brechas de conocimiento son irreversibles y se asientan en causas estructurales, como el nivel socioeconómico y, en especial, el nivel educativo, y sostienen que algunos segmentos tienen déficit para adquirir la información.
- Las deficiencias se observan en las habilidades comunicativas, en los procesos selectivos y se extienden al ámbito de los contactos personales y la relación con los medios.
- La hipótesis de las brechas de conocimiento se expresa operativamente en dos sentidos: *diacrónico*: la adquisición de conocimiento sobre un tema muy difundido por los medios será más acelerada entre las personas mejor educadas que entre aquellas con menor educación; y *sincrónico*: la correlación directa entre conocimiento y educación se manifiesta en todo tipo de tópicos, independientemente de la intensidad de la difusión.
- El pobre en conocimiento no lo es en sentido absoluto: hay diferencias en el ritmo y la calidad de la adquisición del conocimiento; por lo tanto, se define el crecimiento diferencial del conocimiento.
- La educación es el principal componente de la dimensión estructural o *transituacional*.

## b. Aspectos situacionales

- Años más tarde (1977), aparece la perspectiva *situacional*. La misma reconoce factores relativos a la audiencia –motivación, funcionalidad– y al mensaje –*efectos techo*–, que pueden igualar el conocimiento. En consecuencia, la relevancia del nivel socioeconómico y de su componente, la educación, disminuirían en razón de situaciones específicas propias de cada persona.
- La escasa motivación, la falta de habilidades comunicativas y

la ausencia de conocimientos previos son características de la audiencia que condicionan la formación de brechas de conocimiento.

- Los “efectos techo” aparecen cuando la información proporcionada por los medios resulta redundante para los sectores de nivel económico social alto y esa reiteración permite que los sectores bajos los alcancen.
- La perspectiva *situacional* plantea que las brechas de conocimiento pueden surgir como consecuencia de diferencias en la motivación y en la importancia de la información. Esto flexibiliza el análisis al no sentenciar la desigualdad en el conocimiento de unos grupos respecto de otros por causas estructurales.
- Las brechas pueden ensancharse por un acceso desigual a las tecnologías de la comunicación, lo cual puede ser más una característica de canal que de audiencia.
- Los diferentes autores han planteado diversos modelos de relación entre los factores estructurales e individuales, que se han sistematizado en tres modelos. El modelo *directo*: monovariable; el *indirecto*: con dos variables, una de ellas interviniendo en la relación causa-efecto; y el *asociativo*: que combina de manera eventual factores de nivel individual y social.

### c. Aspectos de la estructura social

- Algunas características de la comunidad condicionan el distanciamiento social de la información. Ellas son: la estructura de la comunidad, los lazos comunitarios, el factor aglutinante y el conflicto. Las mismas operan en ciertos casos favoreciendo, y en otros dificultando, una distribución equitativa de la información procedente de los medios.
- La “comunidad” no se limita a la proximidad geográfica; comprende también las conformadas por la raza, la religión y otras características compartidas.
- El conocimiento se distribuye de manera diferente en comunidades homogéneas y heterogéneas, debido a que la complejidad y el pluralismo del contexto son factores que afectan la adquisición del mismo.
- Un asunto o tema, identificado por la comunidad como factor aglutinante, puede dar por resultado una reducción en las brechas

- de conocimiento. Cuando un grupo considera interesante o importante un tema, el mismo se convierte en un factor de unión y las brechas de conocimiento son menos probables de cristalizarse.
- El conflicto aumenta el interés y la preeminencia de un tema. Cuando una controversia se transforma en una cuestión pública relevante, se incrementa la información acerca de ella, pudiéndose operar una reducción de la brecha.
  - El conflicto es considerado un factor que iguala la motivación de todos los segmentos sociales por adquirir información.

#### **d. Aspectos relativos a las relaciones interpersonales**

- La complejidad de los procesos de difusión del conocimiento requiere la interrelación de diversos niveles de análisis. Por un lado, la estructura social, donde operan los medios de comunicación, y por el otro, los grupos primarios o secundarios, donde se ejercitan las relaciones cara a cara y el comportamiento individual dentro de ámbitos privados.
- Las relaciones interpersonales, desde una perspectiva microsocia, son fuentes de distribución de información que se yuxtaponen y potencian las informaciones provenientes de los medios.
- El líder de opinión es un eslabón intermedio entre la información, proveniente de los medios, y el resto del grupo. El líder de opinión puede ocupar diferentes lugares en la estructura del grupo, por lo que la difusión de la información puede ser descendente, ascendente u horizontal.
- La figura del líder de opinión significa para los segmentos poco interesados en un tema una segunda oportunidad para adquirir conocimiento al ser motivados por el líder a acercarse al mismo.

#### **e. El papel de los medios**

- Los medios, desde la posición original, tienen una función similar a otras instituciones sociales, en tanto refuerzan o incrementan los desniveles del conocimiento existentes entre diferentes segmentos sociales. Por ejemplo, la presencia de un tema científico o técnico en los medios decrece antes que el conocimiento sobre el mismo se nivele.

- Los medios operan reduciendo las distancias en el conocimiento: cuando los temas difundidos son generales; cuando responden a los intereses y perspectivas de todos los segmentos sociales; cuando el tiempo de permanencia de un tópico en los medios permite que los sectores con menores habilidades comunicativas los atiendan, memoricen e interpreten adecuadamente; cuando el tema ocupa la agenda de los diferentes tipos de medios (gráficos y electrónicos).

## f. El conocimiento y sus diferentes tipos

- El conocimiento no es estático, algunos temas adquieren importancia con el transcurso del tiempo. Por lo tanto, para abordar la problemática del conocimiento, es necesario tener en cuenta las estrategias comunicativas de los medios y las motivaciones del público.
- Los niveles de conocimiento son diferentes como consecuencia de las características de la audiencia y del mensaje. El conocimiento *factual* permite identificar, recordar y definir; el *estructural* se suma al anterior y permite definir con menor o mayor precisión, reconocer problemas, consecuencias y atribuir funcionalidad.
- Las brechas de conocimiento son más probables de ocurrir en el nivel *estructural* porque este tipo de conocimiento requiere de conocimientos adquiridos en diferentes contextos de aprendizaje. Dichos conocimientos previos colaboran tanto en la interpretación del significado como en el reconocimiento de su relevancia.

Hasta aquí hemos intentado sintetizar los aspectos sobresalientes de la teoría del distanciamiento social de la información, sus autores más representativos y las hipótesis y resultados que han permitido formularla, refutarla; en definitiva, validarla y enriquecerla.

En este recorrido se han examinado los factores asociados al aumento o reducción de las brechas del conocimiento y el aporte de sus referentes principales, tanto desde las perspectivas *transituacional* como *situacional*, que han considerado aspectos sociales e individuales.

Antes de finalizar la primera parte del trabajo, sólo nos resta expresar nuestro interés en hacer un aporte a esta perspectiva teórica desde una nueva realidad. Acordamos con Rodrigo Alsina cuando señala que:

la investigación tiene que estar en diálogo permanente con la realidad social a la que se debe. Este diálogo tiene una doble característica. La primera se trata de que la investigación y la teoría, que de ella se deriva, deben describir y/o explicar lo más rigurosamente posible la realidad analizada. La segunda es que la propia realidad va a plantear sus exigencias a la investigación (RODRIGO ALSINA, 2001: 23).

Con esta idea, el tema elegido buscó dar cuenta de la situación actual, en la que las nuevas tecnologías se vislumbran como un factor de cambio en los diferentes ámbitos: sociales, políticos, culturales y comunicativos. Las mismas pueden condicionar las prácticas sociales, y el acceso a ellas y su conocimiento pueden demarcar nuevos espacios de diferenciación social.

En esta línea, nos pareció particularmente interesante orientar nuestra investigación a estudiar el conocimiento que las personas tienen sobre internet, como una manera de estar atentos a aquellos acontecimientos sociales de carácter innovador.

Internet ha sido profusamente examinada con resultados irregulares y desde ángulos diferentes. Desde la sociología de las comunicaciones, se han descripto las características de acceso y de uso, pero hasta lo que sabemos no se ha evaluado respecto a qué y cuánto se conoce de ella.

Para realizar este análisis dejaremos de lado los aspectos relacionados con las características de la comunidad –su estructura, los lazos comunitarios y el conflicto–, debido a que escapan al propósito de la presente investigación, aunque algunos de ellos serán considerados de un modo tangencial.

En cambio, consideraremos aquellos factores que evaluamos pertinentes para nuestros objetivos: los *estructurales* –económicos y educacionales– y los *situacionales* –motivación y funcionalidad, relaciones sociales y exposición a los medios–.

SEGUNDA PARTE

**LAS DIFERENCIAS EN EL  
CONOCIMIENTO DE INTERNET:  
CONSIDERACIONES  
SOCIALES E INDIVIDUALES**



# CAPÍTULO 1

## INTERNET, SU EXPANSIÓN EN EL PÚBLICO Y EN LOS MEDIOS

*Internet es ciertamente un nuevo “foro”, entendido en el antiguo sentido romano de lugar público [...] donde se desarrollaba gran parte de la vida social de la ciudad y se manifestaba lo mejor y lo peor de la naturaleza humana. [...] esto mismo sucede con el ciberespacio, que es [...] una nueva frontera que se abre al inicio del nuevo milenio. Como en las nuevas fronteras de otros tiempos, ésta entraña también peligros y promesas, con el mismo sentido de aventura que caracterizó otros períodos de cambio.*

S. S. JUAN PABLO II,  
“Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio”<sup>1</sup>

### 1. Unas palabras sobre el conocimiento de internet

La televisión, que en la década de 1970 consolida su hegemonía, junto con la prensa y la radio, contribuyeron a la difusión y distribución de la información a públicos heterogéneos y a disminuir las diferencias existentes en el conocimiento que éstos tienen sobre la realidad. En este sentido, los medios tradicionales han sido vislumbrados como igualadores sociales al colaborar con la transmisión uniforme de los contenidos informativos.

Como se ha analizado en la primera parte de este trabajo, la teoría del distanciamiento social de la información cuestiona esta uniformidad y sostiene que la prensa, la radio y la televisión, si bien por un la-

1. Mensaje para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones, Roma, 2002. El hecho de que su Santidad haya elegido dedicar este mensaje a internet advierte sobre la importancia de este tema en el presente y su proyección en el futuro.

do favorecen el acceso del público a la información sobre diferentes temas, por el otro, pueden contribuir a profundizar las distancias entre los diferentes segmentos sociales en el conocimiento de dichos temas.

Esta postura lleva a los iniciadores de la teoría del distanciamiento social de la información a enunciar la hipótesis de las brechas de conocimiento y a indagar cuáles son los factores que condicionan el conocimiento que tiene el público sobre cuestiones particulares –política, salud, medio ambiente, asuntos públicos, etc.– en una situación de información habitual.

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el rol de los factores tradicionalmente estudiados en la teoría del distanciamiento social –nivel socioeconómico y motivación– y, al mismo tiempo, estimar la participación de otros aspectos en el conocimiento que tiene el público sobre un tema específico como internet.

Una observación preliminar de los medios tradicionales –prensa, televisión y radio– nos permitió advertir que las noticias sobre internet que éstos publican aparecen conectadas con diversas problemáticas: tecnológicas, educativas, económicas, policiales, y jerarquizadas según el “valor noticioso”<sup>2</sup> que, en cada caso, les otorga el medio. De acuerdo con el soporte –gráfico o audiovisual–, esas noticias podrán ocupar un espacio o un tiempo relevante o poco destacado dentro del conjunto de la información ordinaria.

Un tema representado en una situación cotidiana de comunicación se diferencia del que aparece en una situación de campaña –política o publicitaria–, que de algún modo le posibilita su jerarquización y reiteración.

Las noticias observadas por la teoría que nos ocupa entrarían en la categoría de *events*, o sea, “acontecimientos de interés público pasajero” (CASERMEIRO DE PERESON, 2003: 183).<sup>3</sup>

2. Los valores noticia son un componente de la *noticiabilidad*, por la que se evalúa el tipo de acontecimiento que se convertirá en noticia (WOLF, 1987: 222-247).

3. En este aspecto, marcamos una diferencia con la teoría de la *agenda setting*, cuyas investigaciones históricamente han tenido como objeto de estudio el reconocimiento por parte del público de temas o problemas ligados a campañas informativas presentes en los medios, en particular campañas políticas. A sus temas de estudio la teoría de la *agenda setting* los denomina *issues*; se trata de problemas de relevancia sobre los que la gente tiene una opinión. Para una exposición documentada del estado de la cuestión de la teoría de la *agenda setting* y de la metodología que utiliza, véase CASERMEIRO DE PERESON, 2003.

El primer propósito de este trabajo fue investigar, por medio de una herramienta que diferenciara grados de conocimiento, cuánto sabían sobre internet los residentes de la Ciudad de Buenos Aires.

El segundo objetivo fue intentar comprender los condicionantes de ese conocimiento particular en la población bajo estudio.

Las noticias sobre internet difundidas por los medios se consideraron fuentes de información del público. Desde el inicio sabíamos que se trataba de un tema complejo porque internet, además de ser un objeto de conocimiento, es una tecnología que difunde y distribuye información, por lo que también puede condicionar el conocimiento sobre sí misma y sobre cualquier otro tema.

Comprobamos esta dificultad cuando, al acercarnos a la bibliografía, advertimos que las definiciones de internet encontradas combinan diferentes niveles de análisis. Hay algunas que indican lo que internet permite hacer, otras que distinguen género y diferencia específica; pero hay escasas definiciones ontológicas, que determinen lo que hace que internet sea lo que es.

Al consultar el diccionario de la Real Academia Española como referencia, vimos que el término internet se incorporó recién en su edición de 2001. Para este trabajo, asumiremos la definición que esa entidad enuncia en el avance de la vigesimatercera edición. Allí, internet es definida como:

red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación (2004).

No es el objetivo del presente estudio examinar la literatura de las ciencias sociales sobre la comunicación a través de una computadora; sin embargo, nos interesa señalar que hay diferentes formas de apreciar el impacto de internet en la cultura de hoy. Por ejemplo, Dominique Wolton señala que internet es el sueño de un mundo sin fronteras ni jerarquías entre pobres y ricos, debido a que comunicarse de un extremo a otro del mundo ya no cuesta nada, a condición de disponer de las computadoras. Todos los individuos pueden entrar en la gran Red, inmensa burla a las desigualdades económicas tradicionales (WOLTON, 1997: 250). Mientras que al respecto, Castells, menos entusiasta, sostiene que

aunque la comunicación a través del ordenador está revolucionando sin duda el proceso de comunicación, y por su mediación la cultura en gene-

ral, es una revolución que se está desarrollando en oleadas concéntricas, iniciadas en los niveles más elevados de educación y riqueza, y probablemente incapaz de alcanzar a grandes segmentos de las masas incultas y los países más pobres (CASTELLS, 2001: 393).

En la revisión bibliográfica internacional efectuada sobre la teoría del distanciamiento social de la información, y a pesar de la significación del asunto, no hemos encontrado investigaciones que estudiaran la presencia del tema internet en los medios tradicionales.

Como hemos señalado en el estado de la cuestión, los temas que eligieron los primeros investigadores –viajes espaciales, la llegada del hombre a la Luna y la relación del cigarrillo con el cáncer– habían sido incluidos recientemente en la agenda de los medios y habían incrementado su presencia en ellos.

Internet parece cumplir con ambos aspectos: es un objeto de información relativamente nuevo para los medios tradicionales y supuestamente ha aumentado su cobertura y representación en los últimos años. Si, como dice Colombo, “el periodismo es el producto de las condiciones culturales y políticas de un país y de una época” (COLOMBO, 1997: 9), internet parecería ser un tema acorde con una realidad cultural nueva en la que es preponderante la función de las nuevas tecnologías.

Por otra parte, internet es una tecnología de la información, y como tal, protagonista principal de la *Sociedad de la Información*. Si definimos con MESTHENE (1970: 25) a la “tecnología como la organización del conocimiento para el logro de propósitos prácticos”; sólo quienes posean las herramientas intelectuales y técnicas para comprender y manejar las nuevas tecnologías podrán integrar este nuevo tipo de sociedad multimedial caracterizada, según WOLTON (1997: 245), por tres premisas: cualquier tiempo (*anytime*), cualquier lugar (*anywhere*) y cualquier cosa o tema (*anything*).<sup>4</sup>

4. Características también utilizadas por Anthony Giddens (1990) al hablar de la modernidad como una nueva combinación del tiempo y el espacio, y del reordenamiento de las relaciones sociales a la luz de las continuas incorporaciones de conocimiento que afectan las acciones de los individuos y los grupos. También las utiliza Castells cuando define la sociedad Red y habla de un nuevo concepto de temporalidad, el del tiempo atemporal, que “se da cuando las características de un contexto determinado, a saber, el paradigma informacional y la sociedad Red, provocan una perturbación sistemática en el orden secuencial de los fenómenos realizados en ese contexto” (CASTELLS, 2001: 499).

El impacto de las tecnologías de la información y la profundidad de sus efectos sociales se pueden medir, por un lado, en la capacidad de penetración de la información en la estructura social y, por el otro, en las diferencias que se pueden generar entre los que se acercan a esta nueva cultura y aquellos que se quedan afuera.

Para Martín Serrano,

la producción social de la información aparece [...] como una actividad destinada a reproducir y producir una clase de representaciones sociales adecuadas para enfrentarse al cambio de las condiciones objetivas que afronta la comunidad (MARTÍN SERRANO, 2004: 217).

Por lo tanto, la información producida, difundida y distribuida por los medios de comunicación es uno de los modos que tiene el público de acceder al conocimiento de ciertos temas y orientarse en la satisfacción de diferentes objetivos. Por ejemplo: a) la información de la nómina de candidatos políticos y de sus respectivas plataformas electorales permite la elección en libertad de quienes tienen que emitir su voto; b) la información sobre las causas de una enfermedad, los modos de transmisión, su profilaxis alertan a la gente sobre cómo se contrae la enfermedad, y en caso de estar enfermo, sobre los derechos de atención y provisión de medicamentos.

En esta línea, la información es considerada un bien público que colabora con el ciudadano en el ejercicio de sus derechos y que resguarda la vida democrática dentro de las sociedades modernas. Desde esta perspectiva, parecería relevante preguntarnos cómo los medios de comunicación participan en el conocimiento que el público tiene de internet, habida cuenta de la íntima relación entre los procesos de la comunicación y el conocimiento, y qué otros factores, en este caso relativos a la audiencia, intervienen en la adquisición y aplicación de ese conocimiento particular.

## **2. Incremento de la información sobre internet en los medios**

A medida que internet incrementa su presencia en la sociedad, es de esperar que también aumente su representación en los medios como tema.

Es posible constatar la expansión de internet en la Argentina a partir del incremento del número de usuarios, que, entre marzo de 2000 y el

mismo mes de 2004, pasaron de ser 1.000.000 a 5.328.000,<sup>5</sup> o sea, el 15% de la población total del país (Clarín.com y D'ALESSIO IROL, 2004: 13). Este<sup>6</sup> porcentaje es alto si se lo compara con el promedio de América Latina, donde tan sólo un 3% de su población está conectada a internet.

El propósito de este apartado es evaluar si el incremento del número de usuarios ha sido acompañado por el aumento de la información referida a internet en los medios tradicionales. Y si la producción y distribución de noticias sobre internet por parte de los medios permite que el público conozca sus características, alcances, beneficios y limitaciones y, al mismo tiempo, incorpore términos técnicos (*web*, *e-mail*, correo electrónico, *chat*) al lenguaje cotidiano.

El incremento de información, unido a la mayor accesibilidad a internet de los diferentes públicos –según una encuesta sobre consumos culturales realizada por la Secretaría de Medios de Comunicación,<sup>7</sup> el 33.5% de la población utiliza internet habitualmente desde su casa y el restante 66.5% accede fuera de su hogar<sup>8</sup> (en este último segmento, el 94.4% la utiliza en *ciber* o locutorios, el 16.6% en el trabajo, el 7% en casa de amigos o familiares y el 2.9% en instituciones educativas o bibliotecas)– hace que también supongamos que internet se ha convertido en un tema de conversación y que ha crecido el conocimiento sobre ella.

Por lo tanto, antes de abordar el estudio del conocimiento que tiene el público sobre internet, fue necesario investigar su representación en los medios y observar si dicho conocimiento se había incrementado en el tiempo.

Para cumplir este objetivo se analizaron las noticias aparecidas en dos medios gráficos de relevancia en el área metropolitana.

La elección de diarios como corpus de observación fue consistente con la opinión de Tichenor y colaboradores cuando consideraron que el soporte gráfico era el más apto para divulgar temas especializados:

5. En el año 2005, el número de usuarios se eleva a 10 millones (PRINCE & COOKE, 2006).

6. “Internet: ahora el 67% de los usuarios es mayor de 25 años. A pesar de las crisis, ya son más de cinco millones los argentinos conectados”, diario *Clarín*, Sociedad, Medios, viernes 7 de mayo de 2004, pág. 44.

7. Presidencia de la Nación, Secretaría de Medios de Comunicación, SISTEMA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES, 2005: 147.

8. La misma fuente señala: “Como era lógico de suponer, fuera del hogar el uso de internet no es tan frecuente [...] casi 7 de cada 10 argentinos no tienen PC en su casa y usan internet” (SNCC, 2005: 139).

la mayoría de las noticias sobre ciencia y asuntos públicos (con las posibles excepciones de eventos espectaculares o de crisis) se difunde primariamente en la prensa escrita (TICHENOR, 1970: 162).

Por otra parte, estos investigadores advertían que

ninguno de esos estudios había medido la cobertura de los medios de comunicación ni la exposición directa, y que el impacto de los medios [...] había sido más bien inferido (TICHENOR, 1970: 164).

Frente a esta carencia, y a diferencia de los estudios aludidos, el presente trabajo buscó medir la cobertura del tema internet a partir de una muestra de diarios, con el objetivo de examinar si se cumplía el incremento de información.

Así pues, se consideraron como unidades de análisis los diarios *Clarín* y *La Nación*, debido a que son los de mayor circulación en la Ciudad de Buenos Aires.

Para desarrollar este tramo de la investigación se plantearon dos modalidades de aproximación al tema:

1. por un lado, se hicieron entrevistas abiertas a los editores responsables de los Suplementos de Informática –señores Julio Orione, del diario *Clarín*, y Ariel Torres, del diario *La Nación*–, y
2. por el otro, se contabilizaron las noticias referidas a internet en sendas publicaciones.

### *2.1. Suplementos de informática*

Las entrevistas brindaron informaciones respecto a la difusión del tema internet y en particular a las razones que motivaron el lanzamiento en ambos medios de sus respectivos suplementos de informática.

En ese sentido, Julio Orione nos decía que el suplemento surgió como un servicio a los lectores que tenían computadoras e internet:

un suplemento de servicios para acompañar lo que en ese momento ya se veía claramente, [...] la informatización de la población lectora y la inserción de algunas cuestiones como internet en la vida cotidiana que, si bien todavía con poca fuerza, ya aparecía como un interés de los lectores. La idea fue que el Suplemento acompañara ese proceso y ayudara a la gente a entender qué es la computadora, qué es la posibilidad de conectar las

computadoras, qué es internet. Además, existía ya un mercado real que se reflejaba en los avisos clasificados del diario.

Al mismo tiempo, Ariel Torres, señalaba del mismo suplemento en el diario *La Nación* que:

apareció en virtud de que había un fenómeno que ya estaba absolutamente instalado, que era el de la computación personal.

Y agregaba que había mucha gente que tenía computadora en sus hogares y que estaba interesada en el tema.

La información puede existir, el tema es si vos estás convencido o no de que existe un conjunto de lectores para esa información. Si esto hubiese sido un diario dirigido a las clases más bajas de la sociedad, en ese momento, en esas casas, no había computadoras, por ende hubiéramos sacado un suplemento que no iba a leer nadie. Hoy, en muchas de esas casas, ya hay una computadora, quizás más modesta que las que hay en las casas de las clases más altas por obvias razones [...]. Entonces, en los diarios que leen estas clases, están empezando a aparecer columnas de informática, etc. Así que lo que uno piensa es si existe el lector para ese producto y no si existe la información.

En síntesis, y en concordancia con nuestros objetivos, la aparición de un suplemento con estos contenidos se consideró un indicador del incremento en la difusión del tema.

## 2.2. Representación del tema internet en los medios

Para comprobar si se registraron cambios en el número de notas sobre internet se compararon los años 1997 y 2002. El lapso de cinco años elegido permitiría contrastar los criterios informativos desde una situación constante, dado que ambos medios editaban suplementos de informática durante el tiempo analizado.

El diario *La Nación* había lanzado su suplemento en 1996 y *Clarín* había hecho lo propio durante 1997. La elección del año 2002 se debió a que durante ese año se realizó el estudio de campo de la presente investigación.

Este análisis consideró como *corpus* sólo las noticias aparecidas en el cuerpo principal del diario durante los meses de noviembre y di-

ciembre de los años comparados. De modo intencional, no se analizaron las noticias de los suplementos de informática, por entender que apuntaban a un público particular caracterizado por la predisposición a exponerse a dicho tema.

Fueron contabilizadas todas aquellas notas periodísticas en cuyos titulares aparecía el término internet, o alguno de los términos medidos en el cuestionario aplicado a los entrevistados, como también aquellas notas cuyo contenido remitía a esta tecnología y/o a sus herramientas informáticas.

No se incluyeron en el análisis avisos publicitarios, con el objetivo de mantener el criterio de los autores de los trabajos revisados que consideraron sólo información periodística; y para continuar con el criterio de Tichenor, que advertía que, a diferencia de la publicidad,

a las noticias sobre ciencia y sobre asuntos públicos les falta una repetición constante que facilite el aprendizaje y la familiaridad de las mismas (TICHENOR, 1970: 162).

Los datos relevados aparecen a continuación:

*Número de notas periodísticas según año, mes y medio*

<b>Años</b>	<b>1997</b>				<b>2002</b>			
<b>Meses</b>	<b>noviembre</b>		<b>diciembre</b>		<b>noviembre</b>		<b>diciembre</b>	
<b>Diarios</b>	<i>Clarín</i>	<i>La Nación</i>	<i>Clarín</i>	<i>La Nación</i>	<i>Clarín</i>	<i>La Nación</i>	<i>Clarín</i>	<i>La Nación</i>
<b>Notas</b>	5	1	7	3	14	9	14	7

<b>Años</b>	<b>1997</b>		<b>2002</b>	
<b>Diarios</b>	<i>Clarín</i>	<i>La Nación</i>	<i>Clarín</i>	<i>La Nación</i>
<b>Notas</b>	12	4	28	16

<b>Años</b>	<b>1997</b>	<b>2002</b>
<b>Notas</b>	16	44

Al analizar la información anterior,<sup>9</sup> podemos comprobar que el número de noticias referidas a internet y sus herramientas informáticas entre 1997 (16 notas) y 2002 (44 notas) se triplicó y, como dato, que el diario *Clarín* publicó más noticias sobre ese tópico que el diario *La Nación*.

Un análisis de las secciones donde estas notas han aparecido muestra que, sobre un total de 60 artículos periodísticos, el 42% (25) integró la sección Información General, el 15% (9) la de Cultura, el 12% (7) Empresas y el resto se distribuyeron en Política (4), Exterior (4), Economía (2), Educación (2), Ciencia (2), Editoriales (2) y Opinión (1).

En relación con la selección y ubicación de las noticias referidas a internet y la decisión de cuáles van al cuerpo del diario y cuáles al suplemento, Torres opinó que aquella información que no puede esperar decididamente no es información de suplemento, por ejemplo:

toda vez que una noticia excede, en tanto noticia, el marco de un suplemento que lee un subconjunto de los lectores del diario, toda vez que es noticia para la tapa del diario. Doy un ejemplo: hace un mes, todo me estaba indicando en mi pantalla que había un ataque masivo, muy grande, a internet. Hice un par de llamados y lo que obtuve fue, estamos ante el peor ataque de la historia por el virus Sobig. Por mi parte, pienso que si es el peor ataque a internet de la historia, [...] no es un título para la tapa del Informático, es un título para la tapa del diario [...]. De la misma manera, el otro día Microsoft cerró unos *chats* y claro, como es Microsoft, y como el *chat* es algo que la gente usa bastante [...] entonces fue para el cuerpo del diario, pero para nosotros [el suplemento] ni siquiera fue noticia. [...] El diario vive básicamente de la noticia. Necesita la noticia. Para ponerlo en otros términos: en el caso del suplemento [...] no generamos la noticia ni mucho menos, pero cuando hacemos una guía práctica para hacer algo, estamos generando un contenido despreocupado de la realidad [...]. Los suplementos deben generar contenidos nuevos, sobre todo porque nosotros no tenemos la frecuencia. Nosotros no salimos a diario, salimos una vez por semana. Entonces, casi cualquier noticia va ir al diario porque uno no puede esperar una semana para dar una noticia. [...] Cuando es una noticia que debe salir mañana, y, bueno, cuando es estrictamente noticia, va al diario.

En cuanto a la inclusión, en una alta proporción, de este tipo de notas periodísticas en la sección “Información General”, según Orione,

9. Véase Anexo 1 para ampliar esta información.

ello parece responder a un criterio de la redacción anterior a la existencia del suplemento de informática:

la sección de Ciencia del diario se consolidó [...] hasta el día de hoy en Información General. Durante un período largo los redactores del Informático, yo mismo, seguimos haciendo la sección de Ciencia. Después, ya se creó una isla con redactores de Información General que toman esta información.

En cuanto al número de notas contabilizadas, es importante señalar que el año 2002 en la Argentina estuvo caracterizado por una profunda crisis, que repercutió en todos los sectores económicos, y de modo muy marcado en el área de las nuevas tecnologías. Como dato, y con referencia a los suplementos de informática, podemos mencionar lo que aportan los editores consultados. Al respecto, Orione comentaba cómo se había reducido el número de páginas del suplemento:

Al año de estar saliendo, en 1998, teníamos un suplemento de 48 páginas de extensión, que para un suplemento es muchísimo, porque teníamos entre 16 y 17 páginas de clasificados. Representaba una explosión del mercado en ese momento. Después vino la crisis y eso se redujo brutalmente. Llegamos a tener algún número del Suplemento sin avisos clasificados, o a lo sumo uno o dos.

También Torres coincidía en la reducción del mercado por la crisis:

El número de páginas varió mucho. Ha variado de la mano del mercado. El mercado tuvo un pico de crecimiento en 1997 y 1998, y después de la devaluación se achicó muchísimo, y con eso se redujo también el número de páginas. Como cualquier otro producto, como el diario, como las revistas, etc. El suplemento no tiene ninguna diferencia con el resto del diario en ese sentido.

La situación social de la Argentina pudo haber afectado el flujo de información sobre internet en la medida en que condicionaba su instalación y su acceso, pero esto es sólo un supuesto para dejar planteado.

### *2.3. Publicaciones coleccionables sobre el tema internet o nuevas tecnologías*

Otro indicador considerado para evaluar la relevancia del tema fue indagar sobre la publicación de otros productos informativos sobre in-

internet y/o nuevas tecnologías en los diarios analizados. Nos preguntamos si *Clarín* y *La Nación* habían ofrecido durante ese lapso de tiempo (1997-2002) fascículos coleccionables con contenidos vinculados con nuevas tecnologías en general e internet en particular.

Orione nos dio una primera aproximación a la respuesta de esta pregunta cuando comentaba el éxito de los manuales opcionales:

Desde que salió el suplemento y hasta el año 2000, sacamos manuales opcionales que salían \$1 cada fascículo. De esos manuales se vendieron en total 33 millones, que es una cifra muy alta para algo que no es el diario. De los estudios que se hicieron, comprobamos que mucha gente compraba el manual para el futuro, para los hijos, para tenerlo en casa, muchas veces sin tener en cuenta que esta información se vuelve obsoleta rápidamente.

Las colecciones que aparecieron en esa época fueron:

<b><i>Clarín</i></b>	<b>Manual de internet</b> 12 de noviembre de 1997, 12 cuadernillos	<b>Manual de multimedia</b> 4 de febrero de 1998, 10 cuadernillos	<b>Manual de multimedia plus</b> 15 de abril de 1998, 20 cuadernillos
<b><i>La Nación</i></b>	<b>Guía práctica para internet y nuevas tecnologías</b> 29 de septiembre de 2001, 22 cuadernillos		

Esta información mostró,<sup>10</sup> también, el aumento de información disponible sobre internet, a partir de la aparición de fascículos coleccionables orientados a la difusión del tema.

Para resumir lo desarrollado en el presente apartado, podemos concluir que se produjeron cambios en el monto de información circulante sobre internet y que en este análisis particular los mismos se manifestaron en la aparición de suplementos de informática (en 1996 y 1997,

10. Información suministrada por Julio Orione –diario *Clarín*–; y Raquel San Martín, Suplemento de Educación, y Ana Tello, Departamento de Marketing –ambas del diario *La Nación*–, abril de 2004.

*La Nación* y *Clarín* respectivamente), en el aumento del número de notas periodísticas sobre este tema en los medios y en la publicación de colecciones especializadas (4 manuales, de los cuales *Clarín* vendió 33 millones de ejemplares).

### 3. Las relaciones del público con internet

El propósito de los siguientes capítulos será investigar el conocimiento que los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires tienen sobre internet y tratar de describir cuáles son los factores que condicionan dicho conocimiento.

Con esa intención y teniendo en cuenta los aspectos planteados en el estado de la cuestión, nos preguntamos algunas cuestiones básicas:

1. Si existen diferencias en el conocimiento sobre internet que tiene el público.
2. Si factores de la estructura social o de la situación particular de cada persona condicionan el conocimiento sobre internet.
3. Si el acceso a internet es un factor que define los grados de conocimiento sobre ella que tiene el público.
4. Si diferencias en el uso de internet establecen distancias entre los usuarios.
5. Si un contexto social próximo a internet favorece el conocimiento sobre ese tema.
6. Si los medios de comunicación, al distribuir y difundir información sobre internet, homologan el conocimiento que el público tiene sobre esta tecnología.

Para responder a estos interrogantes, se analizará cómo operan los factores estructurales en el conocimiento de internet. Se estudiarán, además del nivel socioeconómico, propio del marco conceptual elegido, la edad y el sexo, bajo el supuesto de que éstos también condicionan la adopción de una nueva tecnología.

Además, se buscará indagar cómo influyen en el conocimiento del público aspectos relacionados con sus intereses y necesidades.

En un primer momento, se describirá el conocimiento del público sobre nombres y definiciones de conceptos que componen el código informático, y en segundo término, el conocimiento relacionado con las habilidades comunicativas que se desarrollan a partir del tiempo y tipo de uso.

Asimismo, se buscará describir el tipo de relaciones que los usuarios establecen con internet y, a partir de éstas, si el desarrollo de distintas habilidades lleva a los usuarios a construir significados y atribuir funciones diferentes a la conexión con internet.

En este recorrido, el supuesto principal es que los factores estructurales condicionan el conocimiento a partir de facilitar el acceso; pero una vez logrado el mismo, el conocimiento estaría condicionado por otros factores relacionados con la situación particular de cada usuario.

Por último, y en relación con el sistema de medios, se buscará indagar si la exposición a los mismos es un factor que contribuye a la adquisición del conocimiento.

Con el objeto de precisar estos objetivos, y siguiendo el orden señalado, se plantearon las siguientes hipótesis.

#### **4. Líneas de investigación. Conocimiento sobre el tema internet**

##### *4.1. Factores estructurales*

1. Cuando la información sobre internet proveniente de los medios se incrementa, los segmentos de la población de nivel económico social alto adquirirán mayor conocimiento que los segmentos de nivel económico social bajo.<sup>11</sup>
2. Al incrementarse el flujo de información sobre internet proveniente de los medios, los más jóvenes tendrán un mayor conocimiento sobre esa tecnología que los segmentos de mayor edad.<sup>12</sup>
3. Al incrementarse el flujo de información sobre internet proveniente de los medios, los varones adquirirán mayor conocimiento que las mujeres.<sup>13</sup>

Además, el objetivo será estudiar comparativamente la población de “usuarios” y “no usuarios”, bajo el supuesto de que también el uso o no

11. En consonancia con la hipótesis inicial que formularan Tichenor, Donhue y Olien en 1970.

12. Considerando que la contemporaneidad con una nueva tecnología facilita el acercamiento a la misma.

13. En línea con resultados obtenidos, en nuestro país y en el extranjero, sobre el porcentaje de usuarios y usuarias de internet.

de internet estaría condicionado por el nivel económico social, la edad y el sexo.

En cuanto a los condicionantes relacionados con la situación específica de los entrevistados, planteamos los siguientes supuestos:

#### *4.2. Factores situacionales*

- Una vez resuelto el acceso a internet, la motivación es el factor que diferencia el conocimiento entre los usuarios.
- Los usuarios más motivados o para los cuales la información sobre internet es funcional, tendrán mayor conocimiento que los usuarios menos motivados o aquellos para los que la información sobre internet resulte menos funcional.<sup>14</sup>

En cuanto a las relaciones sociales, consideramos que:

- Pertenecer a grupos sociales que usan internet se asocia al mayor conocimiento sobre este tema.

#### *4.3. Exposición a los medios*

- El incremento de información sobre internet proveniente de los medios tradicionales –gráficos, radiales y televisivos– permite que los sectores de mayor exposición a los mismos alcancen más conocimientos sobre internet que los sectores que se exponen menos.

14. En consonancia con la formulación de Ettema y Kline, 1977.



## CAPÍTULO 2 CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

### 1. Procedimiento

Para responder a los interrogantes planteados en esta investigación se aplicó una encuesta telefónica a usuarios y no usuarios de internet de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El conocimiento sobre internet adoptó, en este estudio, la denominación de “conocimiento informático”. Se lo designó de este modo por analogía al nombre que los diferentes medios asignan a las secciones relacionadas con nuevas tecnologías: computación e internet.<sup>1</sup> Reconocemos que este nombre no es el único posible, pero nos parece que cumple con el objetivo buscado. Para la construcción de las preguntas referidas al conocimiento informático se cumplieron una serie de pasos que se describirán a continuación.

#### *1.1. Construcción de indicadores de conocimiento informático*

a. Se definieron pautas que fueron entregadas a un grupo de expertos en el tema, con el objeto de formular las preguntas que permitirían medir el nivel de conocimiento informático de los entrevistados.

Las mismas fueron precedidas por un instructivo que se transcribe, en el cual se explicaban los objetivos de la investigación:

La investigación a desarrollar tiene como objetivo conocer qué grado de conocimiento tiene la población sobre el tema internet.

La teoría orientadora de este trabajo se refiere al *distanciamiento en el co-*

1. Tómense como ejemplos los suplementos de los dos diarios consultados para las entrevistas a sus editores: *Clarín* y *La Nación*.

*nocimiento* a partir de variables clasificatorias como: sexo, edad, nivel socioeconómico y otros factores relacionados con predisposiciones personales como la motivación y el interés.

A fin de medir “grados de conocimiento” y establecer las diferentes situaciones, es necesario diseñar los ítems de la entrevista. Es por ello que recurrimos a su experiencia en el tema para diseñar los indicadores referidos a: familiaridad con términos técnicos, definición de términos técnicos, aplicación de términos técnicos, rutinas de uso y reconocimiento de problemas (Anexo 2).

Los expertos a quienes se explicó personalmente los objetivos de la investigación fueron quince. Ellos se seleccionaron con diferente perfil académico y profesional: analistas de sistemas, editores de medios electrónicos, realizadores de contenidos en diferentes sitios, periodistas de diarios electrónicos, profesionales de comunicaciones comerciales por internet, investigadores del tema. El número de respuestas reclutadas fue de 12 sobre 15.

**b.** El listado proveniente de cada uno de los expertos permitió obtener una primera nómina de conceptos, definiciones, usos, rutinas y problemas. A partir de éstos, se seleccionaron los conceptos más frecuentes y se ordenaron según su grado de dificultad. Así, el listado quedó elaborado en función de dos grandes criterios:

1. temas (referidos a conceptos, definiciones, usos, rutinas)
2. grado de dificultad

Los mismos fueron los indicadores de conocimiento informático.

Cabe señalar que a los usuarios se les aplicaron todos los indicadores, y a los no usuarios, sólo los referidos al conocimiento que pudieran haber obtenido a partir de situaciones particulares.

## *1.2. Diseño del cuestionario*

### *1.2.1. Primer cuestionario*

El cuestionario inicial contó con 120 preguntas, más los datos clasificatorios: sexo, edad y nivel educacional.

Para la organización de las preguntas se dividió el cuestionario en diferentes bloques que respondían a los objetivos de la investigación:

1. Características del entrevistado según el acceso a internet.
2. Grado de conocimiento a partir del flujo de información.
3. Grado de conocimiento de los usuarios a partir de habilidades desarrolladas en el uso de internet.
4. Grado de motivación.
5. Percepción de la utilidad de internet.
6. Exposición a otros medios.

#### 1.2.1.1. Descripción de los bloques y formas de aplicación

##### **a. Nivel de conocimiento: usuarios y no usuarios**

Se midieron inicialmente 13 conceptos (*e-mail*, navegar, *chatear*, página *web*, buscador, módem, comercio electrónico, *hacker*, *webmail*, HTML, *intranet*, *browser*, *firewall*) y sus respectivas definiciones. Además, se aplicó una pregunta abierta sobre el concepto internet.

Para medir difusión de conocimiento, se agregó una nómina de actividades (15), que se podían o no efectuar por internet, y que no fueron provistas por los expertos sino que surgieron del análisis de contenido de informaciones periodísticas y publicitarias. Respecto a las mismas actividades, se preguntaba al entrevistado cuáles se realizaban por internet.

##### **b. Nivel de conocimiento: población de usuarios**

Las preguntas sobre conocimiento aplicadas a los usuarios buscaron describir distintos niveles de conocimiento y/o de habilidades comunicativas desarrolladas a partir del uso de esta nueva tecnología.

Primero se les pidió que autoevaluaran el propio conocimiento sobre internet en una escala del 1 al 10, donde 1 era la peor nota y 10 la mejor.

En segundo lugar, dada una lista de términos (8), se les preguntó acerca de su uso. Si bien la respuesta fue espontánea, los encuestadores tenían consignada la respuesta adecuada provista por los expertos consultados, de forma tal de clasificarla en correcta o incorrecta.

El tercer ítem se proponía conocer cómo el entrevistado resolvía la búsqueda de una información. A tal fin y espontáneamente debía describir los caminos para obtenerla. Este punto se abrevió respecto de lo pedido en las consignas a expertos, optándose por dos situaciones que buscaron polarizar menor y mayor nivel de complejidad.

El cuarto aspecto se basó en el supuesto de que la identificación de problemas relacionados con internet indicaba el nivel de uso que hace

una persona de ese medio; para ello se pidió a los entrevistados que mencionaran espontáneamente algunos inconvenientes que tenían durante la conexión.

Luego del bloque de conocimiento, se pasó a otras preguntas sobre antigüedad y frecuencia de uso de internet.

### **c. Grado de motivación. Población de usuarios**

Para medir el grado de motivación, se aplicaron preguntas que ayudaban a describir la relación del entrevistado con internet:

1. razones por las que comenzó a usar internet
2. modalidad de aprendizaje
3. interés en mayor información sobre el tema
4. razones habituales de uso (se listaron 16 en este primer formulario)

### **d. Utilidad otorgada a internet. Población de usuarios**

Para evaluar la utilidad asignada a esta tecnología, se probaron 7 sentencias sobre las que se pedía que el entrevistado diera su grado de acuerdo, dentro de la escala: “totalmente de acuerdo”, “parcialmente de acuerdo”, “parcialmente en desacuerdo”, “totalmente en desacuerdo”.

### **e. Cambio en la manera de informarse. Población de usuarios**

Antes de pasar al bloque de exposición a medios, se les consultó si internet había modificado su manera de informarse; y a los que contestaron afirmativamente se les pidió que dieran las razones a partir de una pregunta abierta.

### **f. Exposición a otros medios. Usuarios y no usuarios**

Este bloque fue contestado por todos –usuarios y no usuarios– y buscó describir el comportamiento de consumo habitual de otros medios y los medios elegidos para informarse sobre temas locales y no locales.

## *1.3. Encuestas pre-piloto*

Este primer formulario fue probado en 35 entrevistas personales y 17 telefónicas, realizadas entre el 6 y el 12 de noviembre de 2002. La duración en ambos casos fue de 10 a 12 minutos para los no usuarios y 25 a 35 para los usuarios. Esta prueba pre-piloto sirvió para ajustar el cuestionario, simplificar y aclarar la formulación de las preguntas y abreviarlo con la finalidad de agilizar su aplicación.

Respecto a los conceptos que medían “nivel de conocimiento” tanto en usuarios como en no usuarios, de los 13 ítems que incluía el primer cuestionario se seleccionaron 9 para la prueba piloto. Se descartaron tres de los cinco conceptos con alto porcentaje de respuestas afirmativas (*chatear*, *buscador* y *hacker*). En sentido contrario, debió eliminarse el concepto *firewall* por tener un muy bajo porcentaje de respuestas afirmativas.

Se decidió aplicar la segunda parte de esta pregunta, que consistía en elegir la definición correcta entre tres opciones dadas, sólo a los conceptos que el entrevistado había reconocido.

De la nómina inicial de 15 actividades que se realizaban por internet se seleccionaron 6 (2 con un alto nivel de respuesta correcta: “hacer reservas de hoteles o espectáculos en el exterior” y “comprar libros o discos”; 2 con un porcentaje medio de respuestas correctas: “averiguar CUIL o CUIT” y “consultar el estado de cuentas bancarias”; y 2 con bajo nivel de respuesta correcta: “denunciar problemas en la municipalidad” y “averiguar el colectivo que hay que tomar para ir a un lugar”). Por otra parte, al observar la tendencia en algunas personas a contestar que se podía hacer todo por internet, se decidió incluir dos actividades que no se podían realizar por este medio para controlar las respuestas. Estas actividades fueron: “inscribirse en una moratoria de la DGI/A-FIP”<sup>2</sup> e “iniciar los trámites de cédula o pasaporte”.

Respecto a las preguntas de conocimiento aplicadas sólo a los usuarios, de los conceptos que medían el conocimiento del uso (inicialmente 8) se seleccionaron 6: 2 con un porcentaje alto de respuestas correctas (*chat* y *yahoo*), 2 con un nivel medio de respuesta correcta (Mp3 e ICQ) y 2 con un nivel de respuesta correcta bajo (*spam* y FTP). La respuesta correcta estaba consignada en el cuestionario para ayudar al encuestador, pero para el encuestado era espontánea; además, se incluyeron las tradicionales: “no sabe” y “no contesta”.

Con respecto a los caminos sugeridos por el entrevistado para resolver dos situaciones problemáticas y la mención de problemas en el uso, se trabajó con igual modalidad que la pregunta anterior: la respuesta era espontánea pero el encuestador tenía consignadas las diferentes alternativas de respuesta.

Respecto a la variable “motivación”, se ajustaron en el cuestionario

2. Al momento de aplicarse la entrevista, esta actividad no podía realizarse por internet.

los usos (14) de internet consignados en el formulario y se agregó el *ranking* de las tres principales razones.

Con referencia a la “percepción de utilidad de internet”, se ajustaron las afirmaciones para medir aprobación, se suprimieron las que polarizaban las respuestas, tanto en un sentido como en el otro, y se redujeron a seis.

En relación con el bloque de “exposición a los otros medios”, a la pregunta sobre el o los diarios que leían más frecuentemente se agregó la categoría “diarios extranjeros”, que aparecía con frecuencia entre las respuestas de los usuarios de internet que accedían por este medio.

### *1.3.1. Cuestionario de la prueba piloto*

El cuestionario piloto se aplicó entre el 18 y el 20 de noviembre de 2002. Se necesitó realizar 89 contactos telefónicos, para aplicar 25 encuestas: 14 de usuarios y 11 de no usuarios. El criterio adoptado de entrevistar a la persona del hogar mayor de 17 años que hubiera cumplido último los años aseguró el azar pero generó un número muy significativo de posibles entrevistados eliminados.

Los datos clasificatorios relevados fueron: edad, sexo, nivel educacional y ocupación detallada del entrevistado y del principal sostén del hogar.

Con las modificaciones realizadas al primer cuestionario se logró reducir el tiempo de la entrevista a un promedio de 8 minutos para no usuarios y 22 minutos para usuarios.

La prueba piloto ayudó a ajustar y simplificar la formulación de algunas preguntas y a especificar las consignas de aplicación del cuestionario a los encuestadores para mejorar el nivel de respuestas.

### *1.4. Trabajo de campo. Aplicación del cuestionario*

El trabajo de campo se realizó entre el 28 de noviembre y el 12 de diciembre de 2002. Consistió en una encuesta telefónica aplicada a 403 casos y realizada al azar. La muestra fue representativa de la población (error muestral de  $\pm 4.8\%$ ).

A partir de una base de datos aleatoria de teléfonos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se realizaron contactos cada 8 números, utilizándose el cuarto inferior para reemplazo. Para aplicar el tratamiento anterior, se eligió el primer número telefónico, tirando dos da-

dos que indicaron al noveno número de la base como el elegido para comenzar la rutina de búsqueda.

Las entrevistas telefónicas se realizaron en días hábiles, a partir de las 18, y el sábado 30 de noviembre, desde las 10 hasta las 18.30.

Para aplicar la encuesta y asegurar el azar, en aquellos hogares en los que había más de un integrante se eligió, al igual que en la prueba piloto, la modalidad del último cumpleaños, entre los mayores de 17, hasta los 65 años.

Los reemplazos aplicados se debieron a tres situaciones:

- a) entrevista telefónica rechazada;
- b) números telefónicos que en la entrevista incumplían con el criterio de hogares que se había seleccionado (negocios, empresas y organismos públicos);
- c) ausencia de la persona que había cumplido último los años en el hogar. A veces, aunque se trataba de establecer una cita o consultar los horarios en que se lo podía ubicar, no se podía encontrar a la persona asignada.

Las encuestas fueron aplicadas por un equipo de encuestadores profesionales habituados a realizar encuestas telefónicas. Los mismos fueron contratados y coordinados por la responsable de la investigación.

La duración y el carácter de la entrevista (cercana a una situación de examen) requirió de personal entrenado, ya que se suponía un alto nivel de abandono. En la práctica, abandonaron sólo en 10 casos, que argumentaron falta de tiempo para continuar.

Fueron consignados los siguientes datos clasificatorios: sexo, edad, bienes del hogar, ocupación detallada del entrevistado y del principal sostén del hogar y nivel educacional del entrevistado.

Finalizadas las entrevistas telefónicas, se realizó la codificación de las preguntas abiertas y se asignaron códigos nuevos a aquellas respuestas comprendidas en la categoría “otros”.

La base de datos inicial se armó en el programa Excel y se pasó posteriormente al sistema de análisis estadístico SPSS para Windows (versión 10.0), que se utilizó para el análisis y gestión de los datos.

## 2. Conceptos y definiciones

### 2.1. Conocimiento informático

El conocimiento es, en la teoría del distanciamiento social, el concepto que origina brechas entre diferentes segmentos sociales. Este trabajo se propuso distinguir grados de conocimiento sobre internet tanto de la población que accede a esta tecnología como de la que no lo hace.

Cuando desarrollamos el estado de la cuestión, marcamos la disimilitud entre el conocimiento *factual* y el *estructural*, y sugerimos que el segundo no podía darse sin el primero.<sup>3</sup> Por lo que era de esperar que las brechas de conocimiento fueran más significativas cuando el conocimiento requerido se profundizara.

En este sentido, siguiendo a James, podemos decir que hay dos tipos de conocimiento que se diferencian particularmente: *conocimiento de trato* (*knowledge of acquaintance*) y *conocimiento sobre* (*knowledge about*).

Yo trato con muchas personas y cosas sobre las cuales conozco poco, a no ser su presencia en los lugares donde las encuentro [...], pero sobre la naturaleza íntima de estos hechos o lo que los hace ser lo que son, no puedo decir nada en absoluto (JAMES, 1945: 212).

El conocimiento *de trato*, para este autor, es necesario para que se tenga un conocimiento más complejo, como es el que permite describir y definir, al que denomina conocimiento *sobre* o *acerca de*.

Por otra parte, Schutz y Luckmann, cuando definen la familiaridad de los elementos del conocimiento, también distinguen dos tipos de conocimiento:

sabemos que hay “tal cosa” o hemos “oído hablar de ella” y tenemos noticias más o menos confusas al respecto. Por otro lado, hay algunas cosas con las que estamos realmente familiarizados. Comprendemos la índole de esas cosas y su conexión con otros objetos y circunstancias (SCHUTZ Y LUCKMANN, 2001: 143).

Esta distinción lleva a los autores a diferenciar entre el conocimiento totalmente familiar y el no familiar, y a considerar que la graduación

3. Véase Primera parte, págs. 98-102, para el desarrollo de estos conceptos.

de la familiaridad del conocimiento se origina en las formas de adquisición del mismo.

La adquisición de conocimiento depende, para Schutz y Luckmann, de la situación en la que nos encontramos y de la explicitación de las necesidades que ésta nos plantea. De modo que

la explicitación de una situación o experiencia se interrumpe, en general, cuando el conocimiento constituido por la explicitación basta para el dominio de la situación (SCHUTZ Y LUCKMANN, 2001: 146).

Lo que significa que, según la situación en la que nos encontremos, se pueden alcanzar diferentes niveles de claridad o, lo que es lo mismo, diferentes grados de familiaridad con el objeto de conocimiento.

De acuerdo con estos autores, consideramos al conocimiento informático como un saber específico/técnico, relacionado con la posibilidad de entender y aplicar los códigos propios de internet, como también la aptitud de desarrollar habilidades derivadas del tipo de relaciones que se establecen con ella.

En consecuencia, dentro del conocimiento informático distinguimos: a) un conocimiento *informático-teórico*, que supone diferentes grados de familiaridad y que se compone del conocimiento nominal,<sup>4</sup> del conceptual y del de aplicación; y b) un conocimiento *informático-práctico*, que combina el conocimiento de usos y de rutinas.

Los diferentes tipos de conocimiento se relevaron mediante la aplicación del cuestionario. El conocimiento *informático-teórico* se midió en la población general, mientras que el conocimiento *informático-práctico* se evaluó exclusivamente en la población de usuarios.

Sólo en este último subgrupo se pudo medir el conocimiento *informático-general*, que combinó el teórico y el práctico, siempre entre los usuarios encuestados.

El cuestionario para medir el conocimiento informático incluyó 27 preguntas para todos los encuestados, y 8 más cuando los mismos eran usuarios.

4. El término “nominal” se considera de acuerdo con la primera y segunda acepción del diccionario de la Real Academia Española: es decir, como “perteneciente al nombre” y “que tiene nombre de una cosa y le falta la realidad de ella en todo o en parte”. No en el sentido de las acepciones tercera y cuarta: “partidario del nominalismo” y “perteneciente al nominalismo” (RAE, 1997, s.v.).

Debido a que una de las críticas metodológicas<sup>5</sup> reiteradas a las investigaciones que han estudiado el distanciamiento social de la información ha sido que únicamente aplicaron preguntas cerradas para medir grados de conocimiento, en este estudio se utilizaron también preguntas abiertas (9) además de las cerradas (26).

En realidad, la modalidad del cuestionario fue semejante a una “prueba de nivel”. Dada la extensión del mismo, el recurso a preguntas cerradas permitía disminuir el tiempo y significó una aplicación más fácil.

### 2.1.1. *Conocimiento informático-teórico*

Consideramos como tal la posibilidad de nombrar, definir y atribuir funcionalidad a conceptos vinculados al tema internet.

Es un tipo de conocimiento que se adquiere en las prácticas sociales cotidianas. Puede aprenderse a partir de las relaciones sociales, de la exposición a los medios, a través de la educación formal o por la sola contemporaneidad. Este conocimiento se construyó a partir de tres indicadores: el **conocimiento informático-nominal**, el **conocimiento informático-conceptual** y el **conocimiento informático de aplicación**, y los tres se midieron en toda la población.

#### **a. Conocimiento informático-nominal**

El conocimiento informático-nominal es un conocimiento *factual*, de hecho, y se midió a partir del reconocimiento de términos.

Un listado de nueve términos fue leído a los entrevistados para que dijeran si los conocía o los había escuchado mencionar.

5. Autores como Clarke, Kline y Evatt postularon que la operacionalización de la categoría conocimiento mediante cuestionarios de preguntas cerradas puede ser desventajosa para los grupos de nivel económico social bajo. Sostuvieron que este tipo de medición refleja un sesgo relacionado con la información que los investigadores suponen que la gente debe conocer. Para ellos, una respuesta abierta podría medir mejor el manejo de la información, y reflejar mejor la importancia asignada al tema por parte de los entrevistados. Una pregunta abierta presenta la posibilidad de que los entrevistados articulen sus conocimientos en sus propios términos y se refieran a tópicos que les interesen personalmente. De todos modos, las mediciones del conocimiento por medio de preguntas abiertas no han demostrado que las brechas basadas en el nivel socioeconómico desaparezcan, a pesar de que algunos estudios han mostrado que la mismas se reducen en función del tipo de medición utilizada (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 211-213).

La nómina de términos y el puntaje asignado a cada uno fueron los siguientes:<sup>6</sup> *e-mail* (1), navegar (1), página *web* (1), módem (1), comercio electrónico (3), *webmail* (3), HTML (6), *browser* (6), *intranet* (6). El orden de los mismos tuvo en cuenta el orden de complejidad creciente establecido por los expertos que oficiaron de jueces. Sin embargo, reconocemos que los grados son aproximaciones con criterios subjetivos, de modo que otros investigadores podrían considerar otros puntajes.

Cada término tuvo el tratamiento de una respuesta dicotómica (sí-no) a la que se otorgó un puntaje según la complejidad, cuando la respuesta era afirmativa. La familiaridad con dichos términos permitió clasificar el conocimiento informático-nominal de los entrevistados según el puntaje obtenido en bajo (0-7), medio (8-16) y alto (mayor de 17). El rango de estas categorías, que se aplicó también en las otras formas de conocimiento, se fundamentó en la distribución según los terciles<sup>7</sup> (33 y 66) del puntaje acumulado de cada índice en particular.

### **b. Conocimiento informático-conceptual**

El conocimiento informático-conceptual corresponde al conocimiento estructural y fue medido a partir de la posibilidad de los entrevistados de definir términos.

Para ello, se aplicó el mismo listado de términos que midió el conocimiento informático-nominal, leyendo tres alternativas de definición para cada término y preguntando a los entrevistados cuál era la correcta.

Se convino leer sólo las definiciones de los términos que la persona había reconocido en la aplicación anterior; los términos desconocidos no obtuvieron puntos. Las alternativas de respuestas surgieron de las definiciones, correctas e incorrectas, propuestas por los expertos.

Al listado anterior se sumó el concepto internet. Para ello se analizaron las verbalizaciones de los entrevistados frente a la pregunta abierta: “¿Podría usted definir qué es internet?”.

El procedimiento anterior permitió clasificar el conocimiento de los entrevistados en una escala: bajo (0-7), medio (8-18) y alto (mayor de 19). Estas categorías surgieron, otra vez, de otorgar un puntaje, similar al del conocimiento informático-nominal, a cada respuesta correcta, según el nivel de complejidad.

6. Véase Anexo 3: “Glosario de términos”.

7. Véase págs. 148-150.

### **c. Conocimiento informático de aplicación**

El conocimiento informático de aplicación asocia el concepto internet con diferentes acciones que esta tecnología permite ejecutar.

Es, por lo tanto, un saber que faculta a los entrevistados a atribuir funcionalidad a esta tecnología, a partir de un reconocimiento instrumental.

Para medirlo, una lista de ocho actividades fue leída a los entrevistados, seis de las cuales surgieron de relevar artículos periodísticos y avisos publicitarios, aparecidas en los diarios *Clarín* y *La Nación* en el mes previo a la aplicación de la encuesta.

A las actividades listadas se les otorgó un puntaje a partir del grado de respuestas correctas registrado en la prueba pre-piloto. Esta prueba también permitió depurar la nómina original.

Dicho puntaje también ordenó a los entrevistados en conocimiento bajo (0-7), medio (8-12) y alto (mayor de 13) según el conocimiento de las actividades que se podían hacer por internet. Estas actividades fueron:

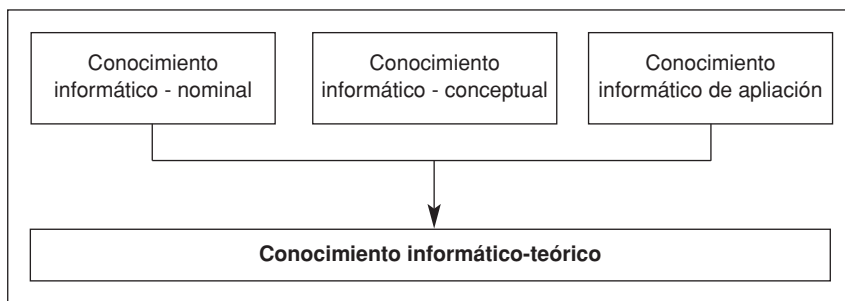
- Hacer reservas de hoteles o espectáculos en el exterior (1)
- Averiguar CUIL o CUIT (1)
- Comprar libros o discos (1)
- Consultar el estado de las cuentas bancarias (1)
- Denunciar problemas en la municipalidad (3)
- Averiguar qué colectivo permite arribar a un determinado lugar (3)
- Inscribirse en una moratoria de la DGI/AFIP (6)
- Iniciar trámite de cédula de identidad o pasaporte (6)

Las últimas dos acciones no se podían ejecutar vía internet, pero se incluyeron como control debido a que en las entrevistas personales piloto se había registrado la tendencia a contestar afirmativamente a todas las preguntas. Por lo tanto, se atribuyó puntaje a los que dijeron que no se podían realizar.

### **d. Índice de conocimiento informático-teórico**

Este índice resulta de la sumatoria de los conocimientos nominal, conceptual y de aplicación. El mismo permitió categorizar a los entrevistados a partir de su posibilidad de reconocer y recordar términos relacionados con el vocabulario propio de internet, la capacidad de definirlos y la facultad de atribuir funcionalidad a esa tecnología.

El conocimiento informático-teórico de los entrevistados los clasificó en conocimiento bajo (0-21), medio (22-46) y alto (mayor de 47).



### 2.1.2. *Conocimiento informático-práctico*

#### *Medición del conocimiento de los usuarios*

Consideramos conocimiento *informático-práctico* a aquella forma de conocimiento derivado del uso de internet. De acuerdo con esta definición, este tipo de conocimiento fue medido sólo en el segmento de usuarios.

Para su definición se utilizaron indicadores más complejos que para el conocimiento teórico; con el propósito de que los mismos fueran sensibles para detectar diferentes niveles de conocimiento entre quienes acceden al uso de internet.

Dichos indicadores fueron: conocimiento de uso y conocimiento de rutinas de búsqueda.

#### **a. Conocimiento informático de uso**

Este primer indicador indagaba acerca del conocimiento de los entrevistados sobre la utilidad de diferentes herramientas informáticas a las que se asignaron diferentes puntajes: *chat* (1), *yahoo* (1), Mp3 (3), ICQ (3), *spam* (6), FTP (6). Las mismas se seleccionaron del listado proporcionado por los expertos y se adjudicaron los puntajes según el grado de dificultad, con un tratamiento similar al listado de conocimiento informático-nominal.

Las respuestas fueron espontáneas y después clasificadas en correctas e incorrectas. Los encuestadores tenían consignada en el formulario una guía para las respuestas correctas y habían recibido el instructivo de transcribir textualmente las respuestas dudosas.

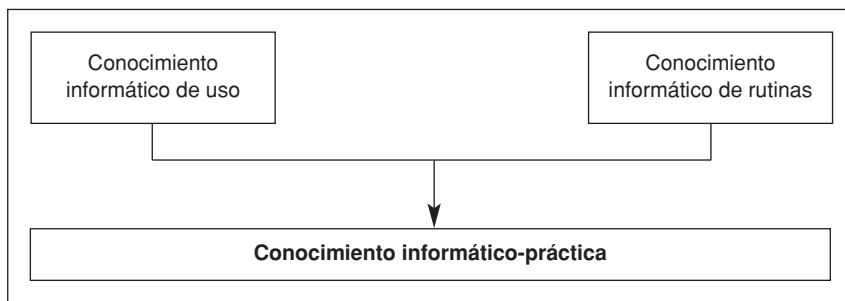
El conocimiento de uso de estas herramientas permitió, una vez más, la distribución de los usuarios entre conocimiento bajo (0-5), medio (6-9) y alto (mayor de 10).

### b. Conocimiento informático de rutinas

El segundo indicador aplicado consistió en presentar al entrevistado dos situaciones problemáticas imaginarias con diferente puntaje –información sobre el Planetario (3) y actualización de antivirus (6)– para medir su conocimiento a partir de las rutinas de búsqueda sugeridas para resolverlas.

Como en la pregunta anterior, las respuestas fueron espontáneas, y para una más rápida aplicación, el encuestador tenía consignadas las diferentes alternativas de respuesta.

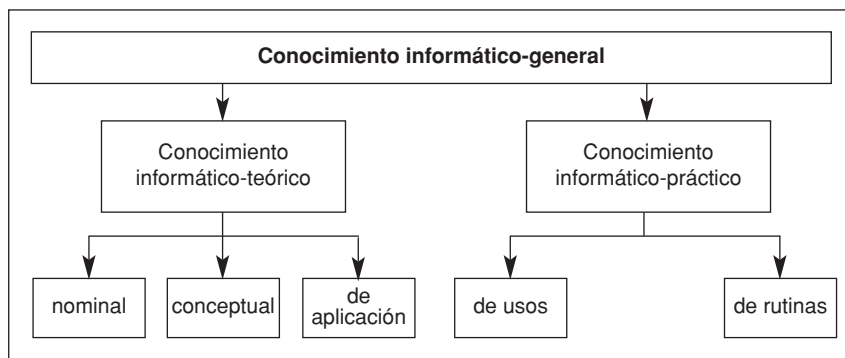
El conocimiento de rutinas de búsqueda permitió la distribución de los usuarios entre conocimiento bajo (0-4), medio (5-7) y alto (mayor de 8).



La combinación de ambos componentes distribuyó a los entrevistados dentro de los valores del nivel de conocimiento *informático-práctico*, de acuerdo con la siguiente escala: bajo (0-9), medio (10-18) y alto (mayor de 19).

#### 2.1.3. Conocimiento informático-general de usuarios

El tratamiento de los niveles de conocimiento –teórico y práctico– de los usuarios permitió generar un índice de conocimiento informático-general que ubicaría a los usuarios en diferentes grados y que permitiría describir los desniveles de conocimiento sobre internet planteados en los supuestos del trabajo. La distribución clasificó a los usuarios en conocimiento informático-general bajo (0-47), medio (48-77) y alto (mayor de 78).



Analizada la forma de medición de la variable dependiente, trataremos a continuación los factores que podrían condicionar el conocimiento.

## 2.2. Factores básicos de la estructura social

### 2.2.1. Nivel económico social

Se definió nivel económico social con tres dimensiones de análisis y un indicador por dimensión: 1) la educación, según el nivel de educación formal del entrevistado; 2) la dimensión económica, medida por el número de bienes poseídos en el hogar; 3) el prestigio social, según el tipo de ocupación del principal sostén del hogar.

El prestigio se midió con la ocupación del principal sostén del hogar,<sup>8</sup> por considerar que dicho indicador, junto con la dimensión econó-

8. La Asociación Argentina de Marketing define al “principal sostén del hogar” como “el miembro del hogar que más aporta al presupuesto y a la economía familiar a través de su ocupación principal, aunque no es necesariamente quien percibe el mayor ingreso” (ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARKETING, 1998: 22). En sociología, este concepto está asociado con el de “jefe del hogar”, que es, para los integrantes del hogar, en quien recae la mayor responsabilidad económica y de toma de decisiones. Para esta asociación, el consumo hogareño se inscribe, social y económicamente, según el miembro que más contribuye a su sustento. En sus investigaciones han mostrado coincidencias, en un 80% de los casos, entre la figura del “jefe del hogar” y la del “principal sostén del hogar.” En un 10% restante, la jefatura es compartida, y en el resto, el “principal sostén del hogar” no coincide con el concepto sociológico de “jefe” (ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARKETING, 1998: 22).

mica –bienes del hogar–, era el que daba la mejor aproximación al contexto social del entrevistado.

Por otra parte, al analizar los datos se encontró que en el 61% de los casos había coincidencia entre el nivel ocupacional del entrevistado y el del principal sostén del hogar. Del 39% restante, un 12% estaba compuesto por entrevistados ocupados pero que no se reconocían como el integrante de mayor responsabilidad económica, y el otro 27%, por entrevistados que no integraban la población económicamente activa –estudiantes: 18% (74 casos), amas de casa: 8,4% (34 casos) y desocupados (2 casos)–.

### *2.2.2. Edad*

La edad fue el único dato clasificatorio controlado en la población entrevistada.

El rango etario estaba comprendido entre 17 y 65 años.

El sistema de categorías aplicado dividió a los encuestados en cuatro segmentos de edades: hasta 25 años, de 26 a 40 años, de 41 a 55 años y mayor de 56 años.

La segmentación elegida tuvo en cuenta diferentes ciclos de vida: la adolescencia y la juventud, bajo el supuesto de que en esta etapa hay una mayor ductilidad para incorporar nuevos conocimientos y prácticas en general, y conocimientos sobre internet en particular, debido a la proximidad que supone la contemporaneidad con ese medio. El segundo grupo, el de la adultez, vinculado con la actividad laboral y la funcionalidad que para dicha actividad tienen diferentes conocimientos, fue dividido en dos segmentos para procurar una lectura más minuciosa. La etapa de la madurez se determinó bajo supuestos inversos a los de la adolescencia/juventud.

Por otra parte, para una mejor interpretación, se efectuó una distribución de intervalos iguales.

### *2.2.3. Sexo*

La distribución entre varones y mujeres fue al azar y la representación resultó ser proporcional a los datos censales.

### 2.3. Factores situacionales

#### 2.3.1. Motivación

El concepto motivación se midió a partir de un índice de tres dimensiones y un indicador por dimensión. Éstos fueron:

- antigüedad de uso de internet
- cantidad de horas semanales de conexión
- iniciativa de conexión a internet en la casa

Dicho índice buscó aproximarse a este concepto sin reducirlo a las horas de conexión. Debido a que, desde nuestro punto de vista, operacionalizar a la motivación sólo a partir de la intensidad de exposición a los medios tradicionales tiene un carácter limitado.

##### **a. Antigüedad de uso de internet**

El tiempo de usuario fue ponderado y organizó a los usuarios en: *principiantes*, quienes habían comenzado a usar internet hacía un año (1); *entrenados*, quienes tenían de 2 a 4 años de experiencia (3); y *veteranos*, aquellos con 5 o más años de uso (6).

##### **b. Horas semanales de uso de internet**

Para conocer la frecuencia de uso, se preguntó a los entrevistados la cantidad de horas semanales que usaban internet, incluyendo todo tipo de uso. De acuerdo con la cantidad de horas, se los clasificó en *ocasionales* –1 a 2 horas– (1), *regulares* –3 a 7 horas– (2), *frecuentes* –8 a 24 horas– (3) y *muy frecuentes* –más de 25 horas– (4).

##### **c. Iniciativa de conexión a internet en el hogar**

Las respuestas a la pregunta “¿qué persona en su grupo familiar tuvo la iniciativa de instalar internet?” fueron agrupadas en dos categorías a las que se adjudicó diferente valor: iniciativa propia (3) e iniciativa de otros (0).

A partir de estas dimensiones, los usuarios se dividieron por su motivación en: poco motivados (0-5), motivados (6-11) y muy motivados (mayor de 12). Una vez más, reconocemos que los grados son subjetivos y, en este sentido, recordamos una frase de José Luis de Imaz en su libro *Los hundidos*, donde, al enumerar las categorías utilizadas en la investigación, señala que:

es imposible elaborar un juego con fundamentación objetiva; por esa razón se adoptó un sistema de ponderaciones subjetivas, cuyas razones aparecían expuestas a lo largo de todos los capítulos (de IMAZ, 1974: 145).

Hacemos nuestro el mismo compromiso.

### 2.3.2. *Funcionalidad*

El concepto de funcionalidad se construyó a partir de tres indicadores que buscaron recoger la percepción sobre la utilidad de internet de los usuarios:

- a) si visita sitios en otros idiomas o de otros países
- b) si internet cambió su manera de informarse
- c) si internet le permite resolver distintas situaciones diariamente

El primer indicador –visita sitios en otros idiomas o de otros países– clasificó a los entrevistados entre quienes dijeron que los visitaban habitualmente (3), los que lo hacían a veces (2) y los que no lo hacían nunca (1).

En cuanto a si el uso de internet había cambiado la manera de informarse, los usuarios se dividieron entre los que respondieron totalmente (3), parcialmente (2) y quienes opinaron que la manera de informarse no se había modificado (1).

El tercer indicador –internet permite resolver numerosas situaciones a diario– distribuyó a los usuarios entre quienes estuvieron muy de acuerdo con esa afirmación (3), los que estuvieron de acuerdo (2) y quienes estuvieron en desacuerdo (1).

A partir de estos indicadores, los usuarios se dividieron, según la funcionalidad que otorgaban a esta tecnología, entre quienes opinaron que internet tenía baja (3-5), media (6-7) y alta (8 y más) funcionalidad.

### 2.3.3. *El contexto social del usuario*

Este concepto fue definido a partir de dos indicadores: por un lado, el uso de internet del **grupo familiar** y por el otro, el de su **grupo de amigos**.

**a. El grupo familiar:** esta pregunta se respondió de manera espontánea y permitió agrupar las respuestas en tres categorías: *todos* –a la

que ingresaron respuestas como todos, padres y hermanos, pareja e hijos–, *algunos* –cuando identificaban a un solo miembro, por ejemplo: hermano, hijo, madre, padre– y *ninguno*.

**b. El grupo de amigos:** las alternativas de respuesta propuestas a la pregunta “¿sus amigos usan internet?” clasificaron a los entrevistados entre aquellos de los que *todos o casi todos* sus amigos usaban internet, de los que sólo *algunos* amigos la usaban y los que no tenían *ningún* amigo usuario.

#### 2.3.4. Relación con los medios

Para medir la exposición de los entrevistados a los medios de comunicación tradicionales, se preguntó sobre los hábitos cotidianos de exposición a los **diarios**, a la **radio** y a la **televisión**.

**a.** Los lectores se clasificaron entre los que no leían diarios, los que lo hacían algunos días y los que leían diarios todos los días.

**b.** Los oyentes de radio también se agruparon por la frecuencia de uso entre los que escuchaban menos de 2 horas de radio por día, los que oían de 2 a 4 horas y quienes lo hacían 5 o más horas.

**c.** Los televidentes se diferenciaron entre los que miraban menos de 2 horas diarias de televisión, los que miraban de 2 a 3 horas y aquellos que lo hacían 4 horas y más.

### 3. Análisis estadístico

*Tratamiento de la variable dependiente: conocimiento informático*

#### 3.1. Análisis univariable

Un tratamiento dado a la variable dependiente en nuestro trabajo fue el de variable continua, que, como tal, pudo asumir cualquier valor numérico, por lo que las medidas aplicadas para el análisis estadístico fueron: la media, la desviación típica y la Prueba t de Student para una muestra y para muestras independientes.

Los diferentes tipos de conocimiento informático de los encuestados –nominal, conceptual, de usos, de rutinas– y sus respectivos índi-

ces –teórico, práctico y general– fueron analizados de acuerdo con sus comportamientos promedios y la amplitud de sus desvíos.

Para comparar los resultados obtenidos en cada grupo con los resultados teóricos según las hipótesis planteadas, elegimos la prueba estadística t de Student, al nivel de significación<sup>9</sup> igual a 0.05.

La Prueba t de Student para una muestra nos ayudó a determinar si la diferencia entre la media de la variable y un determinado valor teórico eran significativos.

La Prueba t de Student para muestras independientes nos permitió determinar si las diferencias de media entre una variable en dos subgrupos de individuos diferentes eran estadísticamente significativas.

### 3.2. *Análisis bivariable*

En este trabajo, la variable dependiente también tuvo tratamiento de variable ordinal.

El conocimiento informático, en todos sus tipos, para el análisis bivariado fue convertido en este tipo de variable.

Las variables ordinales son aquellas que tienen sus valores no numéricos ordenados entre ellos. En este caso, los valores no numéricos se trabajaron con n-tiles.

Los n-tiles son los n-1 valores que dividen la distribución de la variable en n- partes tales que todas ellas contienen el mismo porcentaje de observaciones (Ferrán Aranaz, 1996: 99).

Nosotros adoptamos la nominación terciles ya que utilizamos los percentiles 33 y 66. Esos valores dividieron la distribución de la variable en tres partes, con el 33% de las observaciones cada una.

Asimismo, además del conocimiento informático, tuvieron tratamiento de variable ordinal los siguientes conceptos: nivel económico social, edad, motivación, funcionalidad e intensidad de exposición a los medios. Mientras que el sexo fue la única variable nominal y dicotómica.

Para describir las relaciones entre las variables se aplicaron los coeficientes de asociación: Chi cuadrado de Pearson, Gamma y V de Cra-

9. En adelante, se abreviará significación del siguiente modo: sig.

mer. Los mismos son índices numéricos que, mediante operaciones estadísticas, cifran el grado y, según el caso, la dirección de la asociación entre variables.

Los coeficientes de asociación por sí solos no indican influencia o causalidad, es decir que una variable influya o sea causa de la otra, pero constituyen una de las condiciones para que se pueda establecer una relación de causalidad entre las variables en cuestión (SIERRA BRAVO, 2003: 506).

En nuestro trabajo, para medir la significación de la asociación entre conceptos, utilizamos primero el coeficiente Chi cuadrado de Pearson, y para describir el grado de dicha asociación: Gamma y V de Cramer, según el tipo de variables relacionadas.

El estadístico Chi cuadrado de Pearson se aplica para contrastar la hipótesis nula, o sea, la independencia entre las variables relacionadas. Este coeficiente se construye a partir de las diferencias entre las frecuencias esperadas y observadas bajo la hipótesis de independencia. Como señala Ferrán Aranz, cuando el nivel de significación es menor que 0.05, se rechazará la hipótesis nula. Dado que las diferencias entre lo observado y lo esperado son estadísticamente significativas (FERRÁN ARANAZ, 1997: 144).

En el análisis de nuestros resultados hemos aplicado primero Chi cuadrado de Pearson, y una vez determinado que la asociación no se debía al azar, los coeficientes Gamma o V de Cramer, para calcular la dirección y el grado de la misma.

El coeficiente Gamma se empleó para medir la asociación entre variables con escala ordinal. Gamma varía entre el intervalo -1 y 1.

Si el valor está entre 0 y 1, señala un orden directo, es decir, si una variable aumenta, también aumenta la otra. Si el valor está entre -1 y 0, el orden es inverso, es decir, a medida que aumentan los valores de una variable, disminuyen los de la otra. Es 0 si hay independencia o no asociación. Las lecturas de los cuadros que relacionan las variables han sido consideradas con Gamma mayores de .300 con significación < 0.05.

Para relacionar una variable ordinal con una dicotómica, elegimos el coeficiente V de Cramer. Este coeficiente toma valores entre 0 y 1. En ese intervalo, 0 indica no asociación, y próximos a 1, fuerte asociación.

Sin embargo, corresponde destacar que, como indica la bibliografía consultada, este coeficiente tiende a subestimar el grado de asociación de las variables, por lo que resolvimos leer las asociaciones que superaban un V de Cramer = .250 con significación < 0.05.

Cabe resaltar que la significación encontrada al asociar las diferentes variables en más del 90% de los casos dio un valor  $=.000$ , tanto de Chi cuadrado de Pearson como de Gamma y V de Cramer.

### 3.3. *Análisis multivariable*

En esta investigación hemos aplicado también el análisis multivariable para analizar la relación entre las variables.

El análisis multivariable es para Sieth

el conjunto de todos los métodos estadísticos que en forma simultánea analizan más de dos variables en una muestra de observaciones (SIERRA BRAVO, 2003: 611).

Teniendo en cuenta que en los fenómenos sociales intervienen una multiplicidad de variables, el recurso de esta técnica de análisis estadístico es adecuado, ya que no restringe el número de variables, permitiendo estudiar de manera adecuada la compleja realidad social.

Vale recordar que en la investigación científica las técnicas matemáticas y estadísticas no son un fin sino un instrumento cuyo beneficio depende del modo de aplicación.

En este caso, nosotros hemos elegido una técnica de análisis multivariable confirmatorio, como es la regresión múltiple, en concordancia con los antecedentes de investigación revisados.

El análisis de regresión múltiple busca especificar el grado en que cada una de las distintas variables independientes determina la variación de la variable dependiente bajo estudio.

En nuestro caso, nos permite determinar cómo los factores *estructurales* –nivel económico social, edad, sexo– y los *situacionales* –motivación, relaciones sociales y exposición a medios– determinan la variación del conocimiento informático.

#### *Modelo de regresión*

El modelo de regresión ajustado pretende evaluar el impacto de cada uno de los factores, a partir del control simultáneo de la incidencia de cada uno de ellos sobre la variable dependiente. Es pertinente señalar que el procedimiento agrega un efecto o variable independiente como factor aleatorio no observable, llamado error estocástico. Tal efecto

da cuenta del componente de la variable dependiente que no logran explicar las variables independientes consideradas.

1) En términos generales, la regresión lineal múltiple puede considerarse una extensión de la regresión lineal simple al estudio de la interdependencia entre una variable dependiente,  $Y$ , y un conjunto de variables independientes explicativas ( $X_1, X_2, X_3... X_n$ ) relacionadas por una ecuación del tipo  $Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + \dots + b_n \cdot X_n + \text{error}$ , denominada ecuación de regresión múltiple.

2) Las variables incluidas en este tipo de diseño deben cumplir con una serie de requisitos o supuestos. Las mismas deben ser medidas a nivel de intervalo (como se hace habitualmente en las ciencias sociales: variables ordinales y nominales transformadas en *dummy*, valores 1 y 0). La interdependencia entre las variables debe responder a un modelo lineal, y los efectos de las variables deben poder sumarse entre sí. Debe existir ausencia o baja correlación entre las variables independientes, de modo que los efectos de cada variable sobre la dependiente, cuando se controlan los efectos de las restantes, pueden ser calculados con suficiente confianza.

El test ANOVA, a su vez, permitió evaluar la significancia del coeficiente de determinación, pudiéndose rechazar la hipótesis nula de independencia entre las varianzas de las variables independientes y la dependiente.

El grado en que cada variable independiente determina la variación de la variable dependiente se lee a partir de los coeficientes  $B$  y  $\beta$ .

### *Lectura de coeficientes:*

**Coefficiente de regresión parcial ( $B$ ):** este coeficiente puede interpretarse como el efecto directo de la variable independiente en la dependiente; esto es como el cambio hipotético que se produciría en la variable dependiente si una de las variables independientes cambiara en una unidad, permaneciendo constante el resto de las variables independientes. Sin embargo, cabe indicar que estos coeficientes no dan cuenta del impacto total de cada variable, debido a que no se encuentran especificadas las relaciones causales entre las variables independientes y sólo se conoce en las intercorrelaciones.

La sumatoria de los puntos alcanzados en cada una de las variables predictoras es el puntaje que define el grado de conocimiento informático-general de cada usuario.

$$\text{Ecuación: } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots =$$

**Coefficientes Beta ( $\beta$ ):** constituyen una medida asimétrica de los efectos directos de cada variable independiente que no dependen de las unidades de medición utilizadas (años, grados, etc.). En efecto, se estandarizan las variables dividiéndolas por su desviación típica, logrando de este modo pendientes ajustadas comparables entre sí.

### CAPÍTULO 3

## DISTRIBUCIÓN DEL CONOCIMIENTO SOBRE INTERNET. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

*Cuando yo uso una palabra –insistió Humpty-Dumpty  
con un tono de voz más bien desdenoso–  
quiere decir lo que yo quiero que diga..., ni más ni menos.  
La cuestión –dijo Alicia– es  
si se puede hacer que las palabras signifiquen  
tantas cosas diferentes.*

Lewis CARROLL,  
*Alicia a través del espejo*

La población observada para estudiar el conocimiento informático presentó las siguientes características.

La edad promedio fue de 38 años. Los entrevistados según intervalos de edad se agruparon de la siguiente manera: hasta 25 años: 27%, entre 26 y 40 años: 33%, de 41 a 55 años: 25% y de 56 a 65 años: 15%,<sup>1</sup> proporciones que son similares a las distribuciones etarias correspondientes a la Ciudad de Buenos Aires.

En cuanto al sexo, la muestra tuvo una distribución semejante (50%) de varones (201) y mujeres (202).<sup>2</sup>

1. Fuente: Censo Nacional 2001. Datos Ciudad de Buenos Aires. Población por edad: de 17 a 25 años: 25% (396.938), de 26 a 40 años: 31% (603.035), de 41 a 55 años: 26% (512.514) y de 55 a 65 años: 14% (276.174). Total: 1.946.268. Los porcentajes de la muestra guardan relación con la población en iguales segmentos de edad. Ver [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar) [consultado el 12-03-04].

2. Fuente: Censo Nacional 2001. Datos Ciudad de Buenos Aires. En relación con la población por sexo entre 17 y 65 años de la Ciudad de Buenos Aires: varones: 46% (833.635), mujeres: 54% (961.621). Total: 1.795.256. Ver [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar) [consultado el 12-01-04].

## 1. Conocimiento informático-teórico

### 1.1. Conocimiento informático-nominal

El conocimiento informático-nominal, que de acuerdo con la teoría del distanciamiento social de la información corresponde al conocimiento *factual*, se definió en consonancia con la investigación de Lovrich y Pierce (1984), quienes individualizaron este saber según el grado de familiaridad con los términos técnicos.

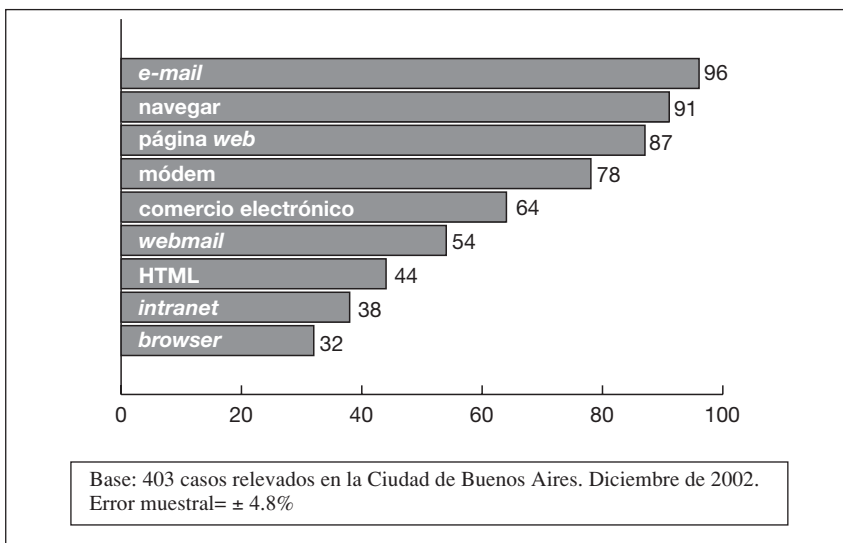
El tipo de conocimiento medido a partir de la capacidad de reconocer términos, presentó la siguiente distribución: *e-mail* (96%), navegar (91%), página *web* (87%), módem (78%), comercio electrónico (64%), *webmail* (54%), HTML (44%), *intranet* (38%), *browser* (32%).

Como se observa en el Gráfico I, el grado de reconocimiento del repertorio de términos alcanzó un máximo de 96% (385 respuestas afirmativas) en el caso de *e-mail* y un mínimo de 32% en el de *browser* (127 respuestas afirmativas),<sup>3</sup> lo que permite señalar grados diferenciales de familiaridad entre uno y otro extremo.

En este sentido, obtuvimos resultados similares a los encontrados por Lovrich y Pierce en relación con la distribución de las respuestas correctas.

La familiaridad tuvo una amplia variación en función de los términos y en función de los individuos (LOVRICH Y PIERCE, 1984: 421).

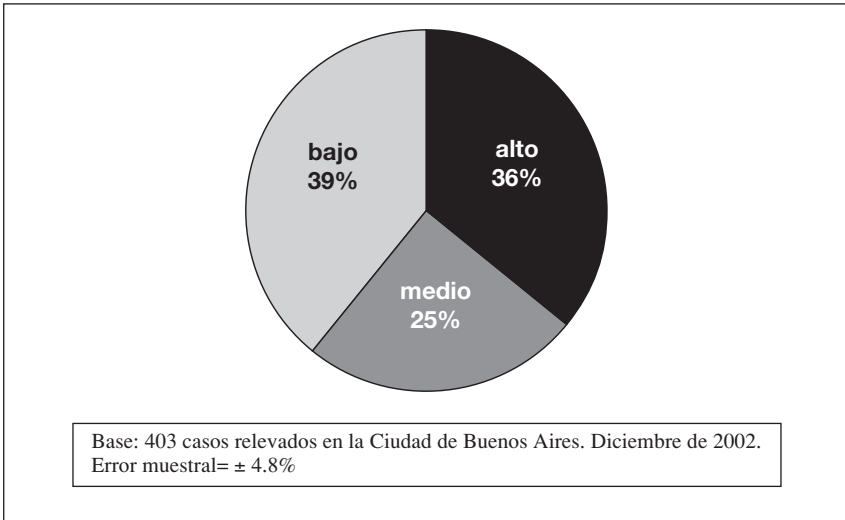
3. Las frecuencias de respuestas afirmativas alcanzadas para cada vocablo permitieron comprobar la correspondencia con la evaluación, de menor a mayor complejidad, sugerida por los expertos consultados para medir este tipo de conocimiento.

*Gráfico I***Conocimiento informático-nominal**

De acuerdo con el puntaje asignado a cada una de las respuestas, según se detalló en el Capítulo 2, se clasificó a los entrevistados dentro de las categorías de conocimiento bajo (0-7), medio (8-16) y alto (mayor de 17), y se observó una distribución de 39%, 25% y 36%, respectivamente (Gráfico II).

Por otra parte, de acuerdo con la calificación antes señalada, se observó que el promedio de la población general fue de  $13.8 \pm 9.7$  puntos y el de la población de usuarios de  $17.2 \pm 9.1$ .<sup>4</sup>

4. Los signos  $\pm$  indican las desviaciones de cada observación respecto de la media.

*Gráfico II***Niveles de conocimiento informático-nominal***1.2. Conocimiento informático-conceptual*

El conocimiento informático-conceptual es el que permite definir los términos relacionados con internet.

Cuando desarrollamos el estado de la cuestión, diferenciamos el conocimiento *factual* y el *estructural* y sugerimos que el segundo no podía darse sin el primero.<sup>5</sup> Por lo tanto, era de esperar que las brechas de conocimiento fueran más significativas cuando el conocimiento requerido se profundizara.

En este sentido, el nivel de conocimiento informático-conceptual se construyó en esta investigación a partir de la posibilidad de: a) definir términos específicos y b) definir internet.

**a. Definición de términos específicos:**

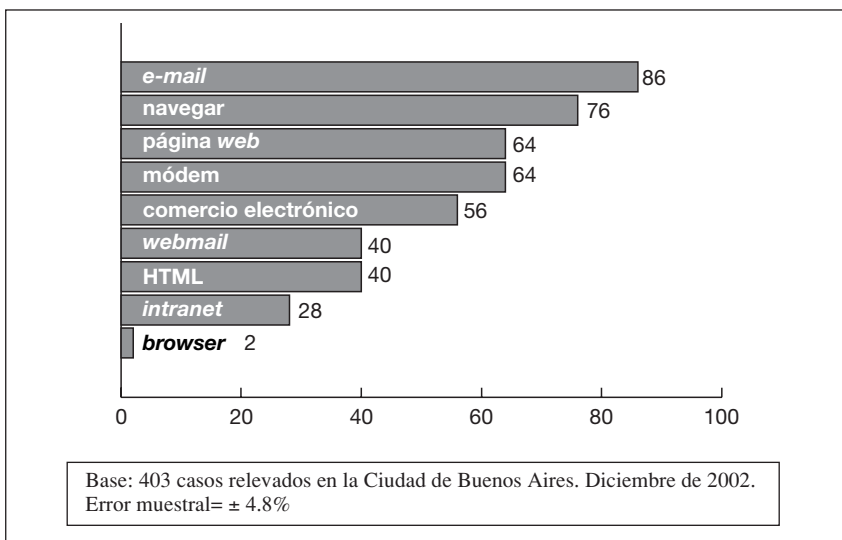
En el trabajo de campo realizado, la distribución de las unidades de medida del conocimiento informático-conceptual fue la siguiente:

5. Véase Primera parte, págs. 98-102, respectivamente.

*e-mail* (86%), navegar (76%), página *web* (64%), módem (64%), comercio electrónico (56%), *webmail* (40%), HTML (40%), *intranet* (28%), *browser* (2%).

### Gráfico III

#### Conocimiento informático-conceptual



El rango de definiciones correctas varió entre el 86% (sobre 348 respuestas), en el caso de *e-mail*, y el 28% (sobre 111 respuestas), en el caso de *intranet*. Con referencia al concepto *browser*, sólo 8 entrevistados de los 127 que conocían este término pudieron definirlo de manera correcta.

#### b. Definición de internet:

A la nómina de conceptos a definir se agregó el tratamiento de la pregunta abierta que pedía a los entrevistados que definieran internet.

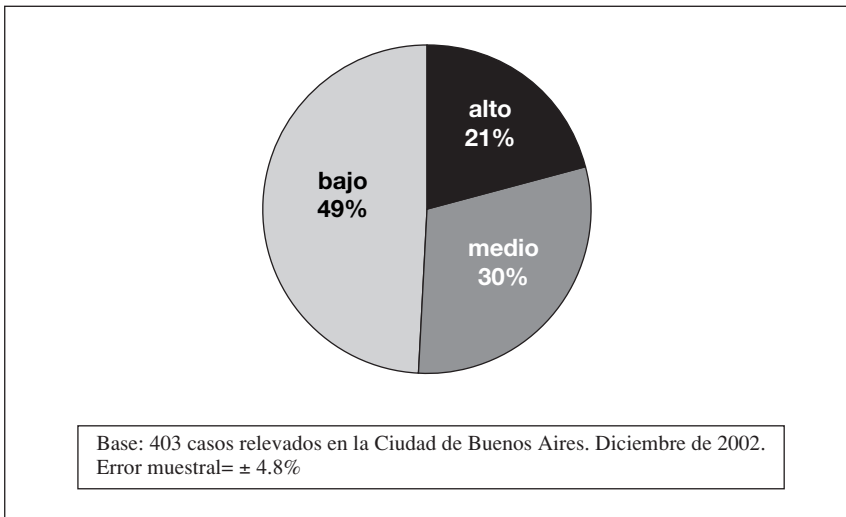
Una vez más el conocimiento de los entrevistados se clasificó en bajo, medio y alto. Ingresaron a conocimiento bajo aquellos entrevistados que la definían como un medio de comunicación o como un medio de información exclusivamente. A la categoría medio ingresaron los que definieron internet desde más de un aspecto (por ejemplo: “es un

medio de comunicación e información con el mundo”, “medio de explorar distintas culturas, comunicarse e investigar”, “accesibilidad a todo tipo de información y comunicación tanto nacional como internacional”, etc.), hicieron referencia a su alcance mundial o global e identificaron funciones (por ejemplo: “permite chequear *mails*; comunicarte e informarte”, “es el modo más rápido y práctico de comunicación y de conocer las noticias de todo el mundo, sin necesidad de comprar el diario”, etc.). A conocimiento alto ingresaron quienes incluyeron en su definición la intervención de ordenadores o computadoras, hicieron referencia a conexión a la Red, incluyeron conceptos como *server*, nodo, etc. (por ejemplo: “es una red de información local o internacional a la que se accede a través de un *browser* o navegador”, “es una red de computadoras interconectadas que permite la comunicación, la investigación y la información”, etc.).

El tratamiento de todas las definiciones de términos –incluida la de internet– clasificó el conocimiento informático-conceptual de los entrevistados como muestra el siguiente gráfico: un 49% ingresó en conocimiento bajo (0-7), un 30% en medio (8-18) y un 21% en alto (mayor de 19).

#### Gráfico IV

#### Niveles de conocimiento informático-conceptual



Por otra parte, y de acuerdo con ese puntaje asignado, el conocimiento informático-conceptual promedio de la población general fue de 9.9 puntos  $\pm$  7.4, y en la población de usuarios, de 12.5  $\pm$  7 puntos. Nuevamente, el promedio de conocimiento es más alto en usuarios que en no usuarios.

El conocimiento informático-conceptual, como se ha enunciado, supone un conocimiento más profundo *—de trato o acerca de, de mayor familiaridad—*, que, de acuerdo con nuestras hipótesis, se debería a diferentes razones, estructurales o de situación específica, y también al tipo de relación con los medios tradicionales de comunicación de cada uno de los entrevistados.

Lo que queda claro es que la posibilidad de definir se agrega a la capacidad de nombrar, evidenciando que el primer tipo de conocimiento se correlaciona fuertemente con el segundo (Gamma .988 sig. .000).<sup>6</sup>

#### Cuadro 1

#### Conocimiento informático-conceptual según conocimiento-nominal

		Conocimiento informático-nominal			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Conocimiento informático-conceptual	Bajo	132 100.0%	66 45.0%		198 49.0%
	Medio		80 55.0%	40 32.0%	120 30.0%
	Alto			85 68.0%	85 21.0%
<b>Total</b>		<b>132</b> <b>100.0%</b>	<b>146</b> <b>100.0%</b>	<b>125</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

Los datos del cuadro anterior permiten mostrar que todos los entrevistados (132) que se ubicaron en el conocimiento informático-nominal bajo tenían un nivel de conocimiento conceptual bajo. O sea, pudieron definir como máximo cuatro conceptos.

6. Véase pág. 149.

Mientras que de los 125 entrevistados con conocimiento informático-nominal alto, 6 de cada 10 también tenían un nivel alto de conocimiento informático-conceptual; lo que les permitió definir por lo menos ocho de los diez términos evaluados.

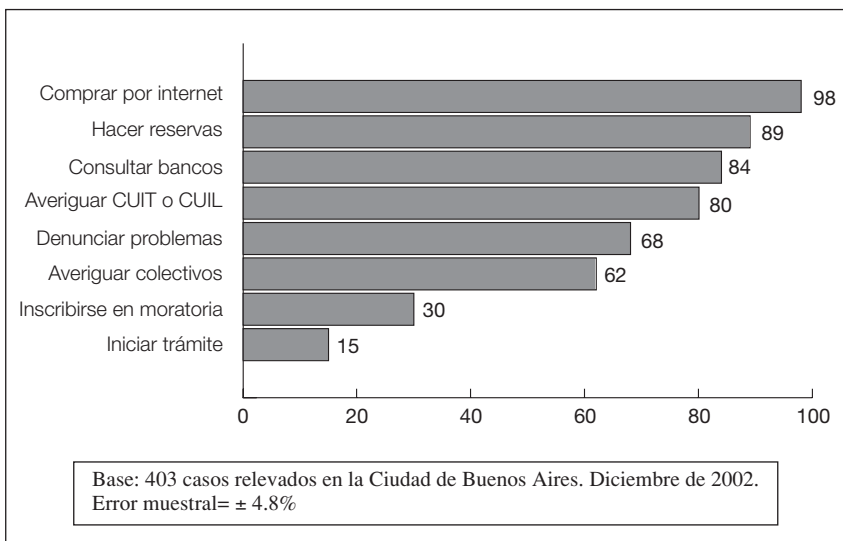
Esto estaría mostrando brechas entre los grados de conocimiento nominal y conceptual de los entrevistados.

### *1.3. Conocimiento informático de aplicación*

El conocimiento informático de aplicación buscó medir la información que manejaban los entrevistados sobre diferentes acciones que se pueden ejecutar por internet.

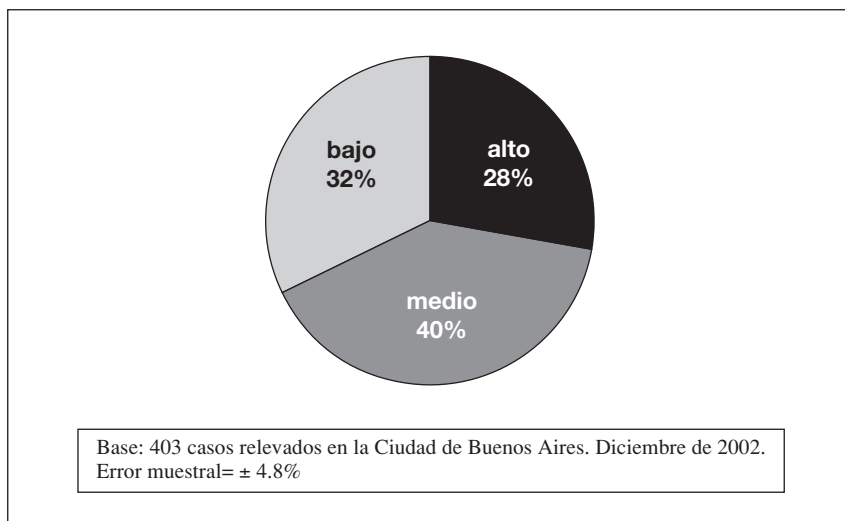
Como se ha definido, éste es un saber que no implica conocimientos específicos vinculados con internet, sino la identificación de sus posibilidades instrumentales. Esta cierta familiaridad con el concepto general de internet, siguiendo la clasificación de James, definiría a este tipo de conocimiento como *de trato*. De manera tal que sería superficial como el nominal, aunque de diferente orden.

En el análisis, la distribución de las respuestas correctas varió entre: conocer qué se puede comprar por internet, hacer reservas de hoteles y espectáculos en el exterior, consultar el estado de las cuentas bancarias y averiguar CUIL o CUIT (93%, 89%, 84% y 80%, respectivamente) y un menor nivel de conocimiento, cuando tuvieron que responder a las preguntas sobre si se podían denunciar problemas en la municipalidad o averiguar qué colectivo tomar para ir a un lugar (68% y 62%, respectivamente). Sólo un 30% y un 15% de los entrevistados respondieron correctamente a las preguntas de control: inscribirse en una moratoria de la DGI/AFIP e iniciar trámite de cédula o pasaporte.

*Gráfico V***Conocimiento informático de aplicación**

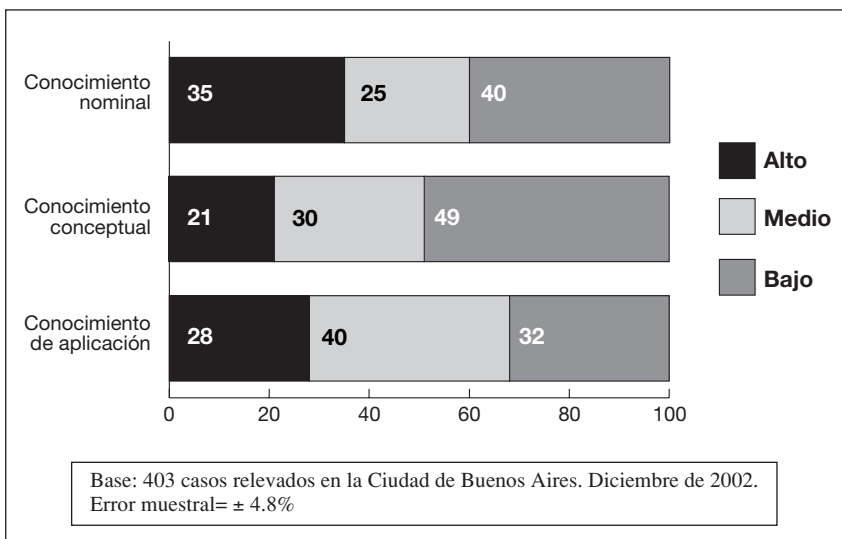
Los datos distribuyen a los entrevistados en diferentes categorías de conocimiento de aplicación: un 32% en conocimiento bajo (0-7), un 40% en medio (8-12) y un 28% en alto (mayor de 13) (Gráfico VI).

Dentro de ese rango (0 y mayor de 13), el promedio del conocimiento informático de aplicación fue de  $10 \pm 4.7$  puntos tanto en la población general como en la de usuarios.

*Gráfico VI***Niveles de conocimiento informático de aplicación**

Un análisis comparativo de los diferentes niveles de conocimiento –bajo, medio y alto– permite observar cuáles son los prevalentes para cada tipo de conocimiento.

En el conocimiento informático-nominal, la población se encuentra polarizada de modo homogéneo en los niveles alto y bajo de conocimiento. En el conocimiento informático-conceptual, la categoría prevalente es el conocimiento bajo, mientras que en el de aplicación es el nivel medio.

*Gráfico VII***Distribución de la población según tipología de conocimiento**

Por otra parte, el conocimiento informático-nominal es el que comparativamente tiene mayor número de entrevistados con nivel de conocimiento alto, seguido por el de aplicación. Lo que volvería a mostrar que el conocimiento *de trato*, que es más superficial, ofrece menos dificultades que el conocimiento *sobre o acerca de*, que corresponde al informático-conceptual.

*1.4. Índice de conocimiento informático-teórico*

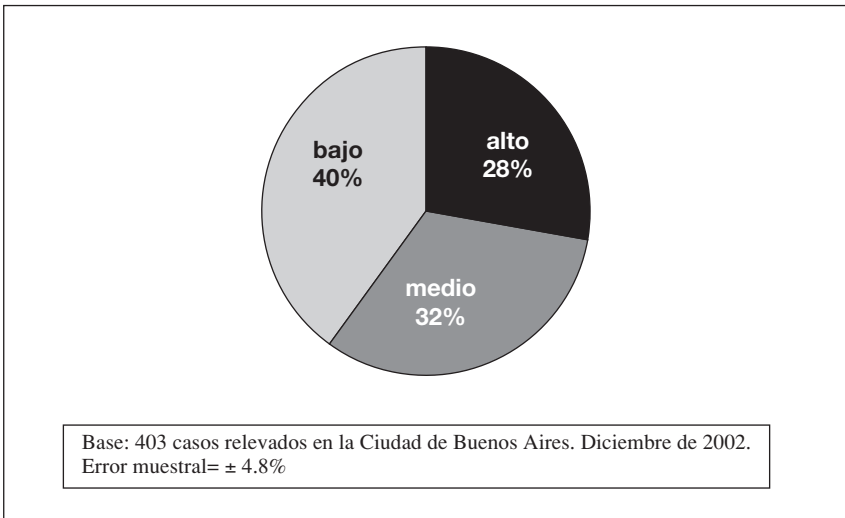
Es la resultante de la combinación de los conocimientos informático-nominal, conceptual y de aplicación. Observándose la siguiente distribución en la población general: un 40% en conocimiento bajo (0-21), un 32% en medio (22-46) y el 28% restante en alto<sup>7</sup> (47 y más).

7. Más adelante, al analizar la significación estadística de cada uno de los componentes de este índice, se optará por combinar sólo los conocimientos nominal y conceptual, lo que modificará la distribución del conocimiento informático-teórico en un 33.3% en conocimiento bajo, un 36.2% en medio y el 30.5% en alto.

Según la calificación asignada, el conocimiento promedio de la población general ( $23.8 \pm 16.8$  puntos), y la de usuarios ( $29.7 \pm 15.7$  puntos), se ubicaría en el grado medio de conocimiento informático-teórico.

### Gráfico VIII

#### Niveles de conocimiento informático-teórico



## 2. Conocimiento informático-práctico

Entre los entrevistados, 282 eran usuarios de internet y conformaron el 70% de la muestra. Consideramos usuario de internet a la persona que emplea esta tecnología en cualquier lugar, sin considerar la cantidad de veces ni los diferentes fines.

La distribución de los usuarios por sexo fue la siguiente: 54% varones (152) y 46% (130) mujeres.

La edad promedio fue de 34 años.<sup>8</sup> Los usuarios, en intervalos de

8. Recuérdese que la edad promedio de la muestra fue de 38 años.

edad, se distribuyeron: hasta 25 años, el 32%; entre 26 y 40 años, un 38%; de 41 a 55 años, un 22%; y entre 56 y 65 años, el 8% restante.<sup>9</sup>

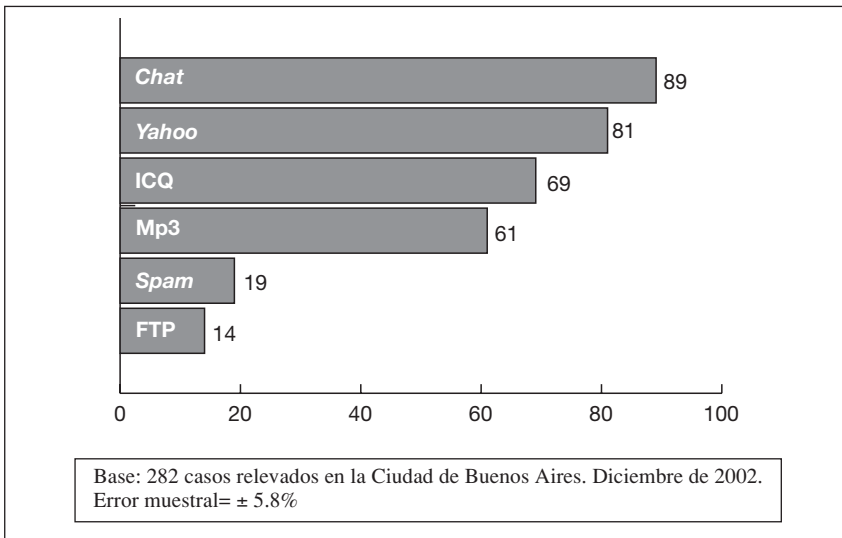
A continuación analizaremos el conocimiento práctico de los usuarios a partir de las dos medidas elegidas (**conocimiento de uso y conocimiento de rutinas**).

### 2.1. *Conocimiento informático de uso*

Las respuestas correctas que dieron los usuarios sobre la utilización de diferentes herramientas informáticas, en orden de mayor a menor frecuencia, fue la siguiente: *chat* (89%), *yahoo* (81%), ICQ (69%), Mp3 (61%), *spam* (19%) y FTP (14%) (Gráfico IX).

Un primer análisis sobre esta medida de conocimiento permitió constatar que *chat* y *yahoo* eran conceptos adecuadamente especificados por alrededor de 8 de cada 10 usuarios, Mp3 e ICQ por 6 de cada 10 y que *spam* y FTP pudieron ser delimitados sólo por 1 o 2 usuarios de cada 10 respectivamente. El menor porcentaje de respuestas correctas para los dos últimos conceptos nos lleva a conjeturar que se relacionan con aplicaciones más específicas o con herramientas menos difundidas.

9. Una investigación realizada por Clarin.com y D'Alessio IROL durante 2004, en base también a una encuesta telefónica de nivel nacional, arrojó los siguientes resultados: en cuanto a la edad, el 64% de los usuarios tiene hasta 34 años y el 58% son varones (Clarin.com y D'Alessio IROL, 2004: 16). Estos datos nacionales muestran una correspondencia con la descripción de la población bajo análisis en el presente trabajo.

*Gráfico IX***Conocimiento informático de uso**

La distribución de los usuarios, según el número de herramientas informáticas a las que dieron el uso apropiado, ubicó un 44% en conocimiento bajo (0-5), un 34% en medio (6-9) y un 22% en alto (10 y más).

Dentro de esa amplitud de rango, el conocimiento promedio de uso fue de  $7.6 \pm 5.5$  puntos.

## 2.2. *Conocimiento informático de rutinas*

Con respecto al conocimiento de las rutinas de búsqueda (información sobre el Planetario y actualizar el antivirus), se encontró una distribución desigual en el conocimiento de los usuarios. Fueron 7 de cada 10 entrevistados los que pudieron indicar las dos rutinas de búsqueda propuestas correctamente.

Las respuestas correctas a las dos situaciones problemáticas presentadas alcanzaron un 80% respecto a la búsqueda de información sobre el Planetario y un 68% sobre caminos para actualizar el antivirus.

La distribución de los usuarios, según la posibilidad de resolver los

problemas planteados, ubicó un 32% en conocimiento bajo (0-4), un 7% en medio (5-7) y un 61% en alto (8 y más).

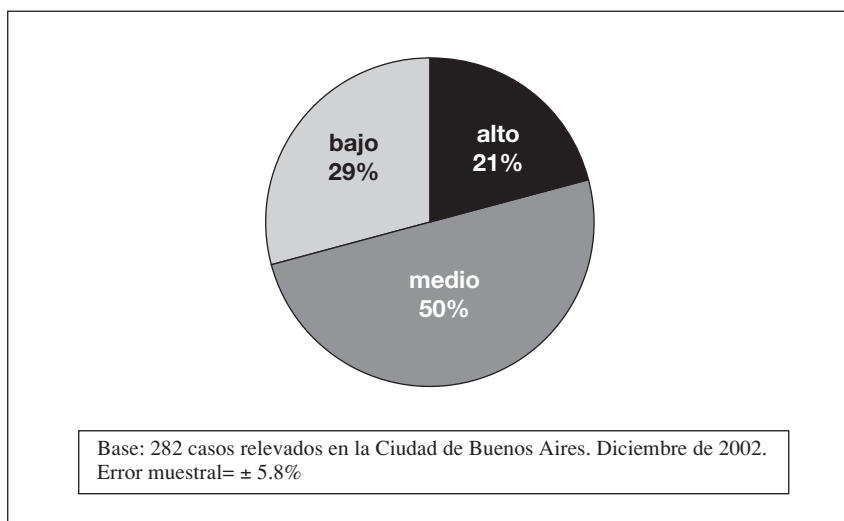
Asimismo, el conocimiento promedio de rutinas del segmento de usuarios, siempre dentro de los parámetros descriptos, fue de  $6.5 \pm 3.3$  puntos.

### 2.3. Índice de conocimiento informático-práctico

La combinación de los anteriores indicadores (usos y rutinas) arrojó la siguiente distribución: el 29% de los usuarios se ubicó en conocimiento informático-práctico bajo (0-9), el 50% en conocimiento medio (10-18) y el 21% en el alto (19 y más).

#### Gráfico X

#### Niveles de conocimiento informático-práctico



Por lo tanto, 5 de cada 10 usuarios se ubicaron en el nivel de conocimiento medio; esto se ratifica cuando observamos el conocimiento informático-práctico promedio, que fue de  $14.1 \pm 7.6$  puntos de conocimiento, ubicándose en el grado medio del puntaje asignado.

Asimismo, los datos demostraron una mayor facilidad de los usua-

rios para resolver rutinas (61% con grado alto de conocimiento) que para resolver usos (22% con grado alto de conocimiento).

### 3. Índice de conocimiento informático-general de los usuarios

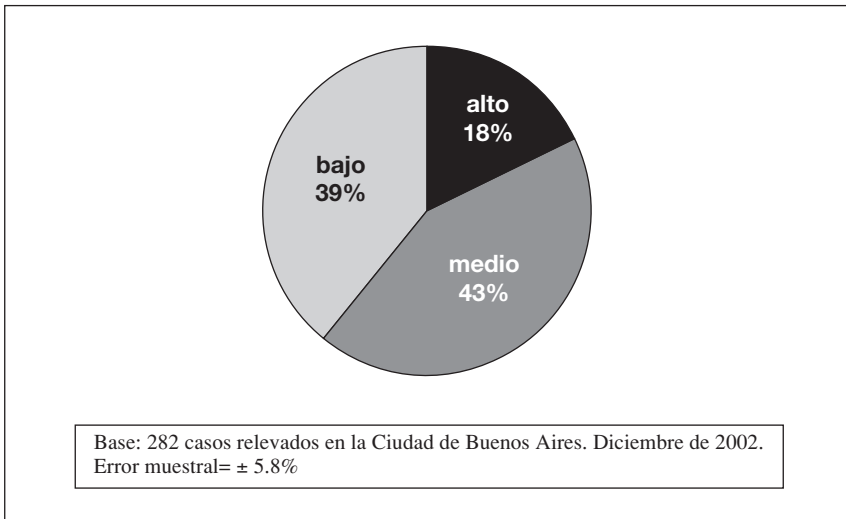
La distribución de los usuarios en el índice de conocimiento informático-general arrojó valores disímiles.

Por un lado, los niveles bajo (0-47) y medio (48-77), 39% y 43% respectivamente, resultaron similares y se diferenciaron del 18% para el grado alto de conocimiento (78 y más). Este último porcentaje estaría indicando que sólo 2 de cada 10 usuarios han desarrollado conocimientos más avanzados o de mayor complejidad.

Por otra parte, al calcular el conocimiento promedio del índice general de usuarios, observamos que éste se ubicaba en el grado bajo de conocimiento (con  $43.8 \pm 21.6$  puntos), respaldando lo mencionado anteriormente.

#### *Gráfico XI*

#### **Niveles de conocimiento informático-general**



#### 4. Consideraciones preliminares acerca del conocimiento sobre internet de la población bajo estudio

La tipología de conocimiento informático generada mediante la combinación de diversos modos de conocimientos: nominal, conceptual, de aplicación, usos y rutinas, permitió observar diferencias en el conocimiento sobre internet de los entrevistados. Lo que permitió mostrar, en alguna medida, lo que Viswanath y Finnegan sostenían al afirmar que las brechas de conocimiento no están acotadas a un área temática determinada, sino que pueden observarse en cualquier clase de tópicos (VISWANATH Y FINNEGAN, 1991).

En los términos de Schutz y Luckmann, el conocimiento informático-nominal requeriría un grado de familiaridad menor que el conocimiento informático-conceptual. En el conocimiento informático-nominal *-factual, de trato-*, tres de los términos propuestos (*e-mail*, navegar y página *web*) fueron reconocidos por el 90% de los entrevistados. Mientras que en el conocimiento informático-conceptual *-sobre o acerca de-*, ningún concepto alcanzó ese mismo porcentaje. Lo que indicaría que definir exige un mayor grado de familiaridad, por lo que no todos los entrevistados tuvieron la habilidad de definir los términos que habían podido nombrar.<sup>10</sup>

El análisis de estas dos formas de conocimiento informático-teórico, a partir del rango alcanzado *-informático-nominal (browser, 32%; e-mail, 96%)* y conceptual (*browser, 2%; e-mail, 86%*)-, vuelve a mostrar que en la medida en que el conocimiento requiere mayor profundidad, el número de respuestas correctas va disminuyendo.<sup>11</sup> Ello indica diferencias en los grados de conocimiento de los entrevistados.

Al seguir analizando las brechas y evaluándolas a través de las diferencias del rango, comprobamos cómo las mismas se van incrementan-

10. Asimismo, es importante precisar que se encontró una asociación absoluta entre los grados de conocimiento (alto, medio y bajo) nominal y conceptual (Gamma .988), lo que corrobora que sólo se puede otorgar significado a aquello que se puede identificar. En este punto, las diferencias respecto al grado menor de asociación encontradas por Lovrich y Pierce pueden obedecer a que dichos autores utilizaron un cuestionario por correo como herramienta de recolección de datos para el conocimiento *factual*, y el *estructural* tan sólo se midió en un subgrupo por vía telefónica y con otra perspectiva.

11. Nótese el bajo porcentaje alcanzado en el conocimiento informático conceptual, donde sólo un 2% de los entrevistados pudo definir *browser*.

do según el tipo de conocimiento. El más superficial, denominado aquí nominal, registra una brecha de 64% (32%-96%), y el más profundo o conceptual registra una brecha de 84% (2%-86%).

En cuanto al conocimiento informático-práctico de los usuarios, se observó que, en relación con el conocimiento de rutinas, la distribución de respuestas correctas fue bastante homogénea: el 61% de los usuarios demostró un grado alto de conocimiento.

En cuanto al conocimiento de uso, sólo el 22% de los usuarios se ubicó en el grado alto de conocimiento (nótese la diferencia con el de rutinas, que llegó a 61%). La distribución de las respuestas correctas fue disímil; la mayoría de los usuarios pudo explicar la utilidad de algunos conceptos (*chat*, *yahoo*) en contraste con otros en los que sólo pudo hacerlo una décima parte de los entrevistados (FTP).

Estas diferencias en el conocimiento práctico nos permiten volver a la diferenciación de James entre conocimiento *de trato* o *acerca de*. Las rutinas de búsqueda serían del primer tipo mientras que las de uso se ubicarían en el segundo.

Al analizar las distintas formas del conocimiento de los usuarios a partir del rango alcanzado, se observaron diferencias en el conocimiento de rutinas (68%-80%) y de usos (14%-89%), que parecerían estar demostrando, también en este caso, que en la medida en que el conocimiento práctico requiere mayor profundidad –*mayor familiaridad*–, el número de respuestas correctas va disminuyendo; indicándonos distintos niveles de conocimiento en los usuarios.

Por lo tanto, siguiendo el análisis de las brechas en el conocimiento informático-práctico de los usuarios, a partir de las diferencias de rango, comprobamos cómo las mismas se van incrementando en el mismo sentido; la distancia es menor (12%) en el conocimiento superficial, que corresponde al de rutinas de búsqueda (80%-68%), y mayor en el profundo (65%), que corresponde al de uso (89%-14%).

Volvemos entonces a poder distinguir entre un tipo de conocimiento *factual* y uno *estructural* también dentro del conocimiento-práctico.

En este sentido, consideramos con Genova y Greenberg que los estudios que distinguen grados de conocimiento (*factual* y *estructural*) tienen mayor riqueza en el análisis de las diferencias del mismo.

Cuando se considera la distribución del conocimiento entre diferentes segmentos, se observa que cuando el conocimiento deja de ser superficial aumenta la comprensión que tiene la audiencia [sobre un determinado tema] (GENOVA Y GREENBERG, 1979: 89).

En síntesis, en cuanto al conocimiento informático-teórico, podemos decir que:

- El conocimiento informático-nominal es la forma más frecuente y superficial de conocimiento y la mayoría de los entrevistados reconoce algunos términos.
- El conocimiento informático-conceptual es un tipo de conocimiento más profundo, por lo que el número de entrevistados que alcanzan un grado alto en ese tipo de conocimiento es menor.
- El conocimiento informático de aplicación resultó ser un tipo de conocimiento de trato, superficial, que no estableció diferencias entre usuarios y no usuarios.
- El conocimiento informático-teórico establece brechas entre quienes sólo pueden nombrar y los que pueden nombrar y definir términos técnicos.

En cuanto al conocimiento informático-práctico:

- El conocimiento de búsquedas es un tipo de conocimiento superficial, por lo que establece menores distancias entre los usuarios que el conocimiento de uso.
- La atribución de funcionalidad a las herramientas informáticas requiere un grado alto de conocimiento informático.

Hasta ahora hemos descrito el comportamiento de la población observada en cuanto a su conocimiento informático. El siguiente paso será analizar la relación de esa variable dependiente con los diferentes factores que pueden condicionarla, según las hipótesis planteadas en la presente investigación.



## CAPÍTULO 4

# FACTORES DE LA ESTRUCTURA SOCIAL QUE CONDICIONAN EL CONOCIMIENTO SOBRE INTERNET

*No cabe duda de que la revolución electrónica entraña la promesa de grandes y positivos avances con vistas al desarrollo mundial; pero existe también la posibilidad de que agrave efectivamente las desigualdades existentes al ensanchar la brecha de la información y las comunicaciones.*

S. S. JUAN PABLO II,  
“Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio”

### **1. Incidencia del nivel económico social en la adquisición de conocimiento informático**

El nivel económico social es, en la formulación original de la teoría del distanciamiento social de la información, el factor que condiciona el establecimiento de brechas de conocimiento entre los diferentes segmentos sociales.

Así, el conocimiento aparece vinculado a condiciones de la estructura social y por lo tanto instalando una visión casi determinante del problema, unida a la cuestión del déficit.<sup>1</sup> Esta postura atribuye el establecimiento de brechas al contexto social, donde se manifiestan las competencias para el conocimiento.

Desde esta perspectiva, algunos segmentos tendrían dificultades in-

1. Tichenor, Donohue y Olien enumeraron una serie de factores que condicionan el establecimiento de brechas de conocimiento a partir de aspectos estructurales, y sostienen que algunos segmentos tienen déficits para adquirir la información. Véase Primera parte, págs. 25-28.

salvables para adquirir cierto tipo de conocimiento, derivadas, exclusivamente, del lugar que ocupan en la vida social.

Por lo tanto, en esta instancia de la investigación, el primer objetivo fue analizar si diferencias en el nivel socioeconómico de los entrevistados condicionaban el grado de conocimiento que los mismos tenían sobre internet. El segundo objetivo consistió en estudiar cómo operaban los factores demográficos –edad y sexo– en la distribución de dicho conocimiento.

### *1.1. El conocimiento informático-teórico según nivel económico social*

Para analizar la relación entre el conocimiento informático y el nivel económico social, se partió del siguiente supuesto:

**Cuando la información sobre internet proveniente de los medios se incrementa, los segmentos de la población de nivel económico social alto adquieren mayor conocimiento que los segmentos de nivel económico social bajo.**

Para evaluar esta asociación se analizó este factor en relación con los diferentes niveles de conocimiento definidos –nominal, de aplicación y conceptual– y el índice que los combina.

### *1.2. El conocimiento informático-nominal y el nivel económico social*

El conocimiento informático-nominal está relacionado con la información sobre internet que circula en el público en general.

Por lo que, según la hipótesis anterior, las personas de nivel económico social alto estarán más familiarizadas con un número mayor de términos técnicos, de manera que el uso de los mismos en el lenguaje cotidiano los distancie de los segmentos bajos.

**Cuando la información sobre internet proveniente de los medios se incrementa, los segmentos de la población de nivel económico social alto adquirirán mayor conocimiento *informático-nominal* que los segmentos de nivel económico social bajo.**

*Cuadro 2***Conocimiento informático-nominal según nivel económico social**

		Nivel económico social			Total
		Bajo	Medio	Alto	
<b>Conocimiento informático-nominal</b>	<b>Bajo</b>	74 62.0%	67 34.0%	18 21.0%	<b>159</b> <b>39.0%</b>
	<b>Medio</b>	27 23.0%	48 25.0%	24 27.0%	<b>99</b> <b>25.0%</b>
	<b>Alto</b>	19 16.0%	80 41.0%	46 52.0%	<b>145</b> <b>36.0%</b>
<b>Total</b>		<b>120</b> <b>100.0%</b>	<b>195</b> <b>100.0%</b>	<b>88</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

El análisis del cuadro anterior muestra que cuanto mayor es el nivel económico social, mayor es el nivel de conocimiento informático-nominal.

Se observa una distribución diagonal, ya que mientras que el 62% de los entrevistados de nivel económico social bajo tienen conocimiento bajo, el 52% de los entrevistados de nivel alto tienen un nivel de conocimiento alto. En tanto, el nivel económico social medio presenta una tendencia similar al alto pero en una proporción menor.

Por otra parte, si se analiza la categoría de conocimiento bajo, se observa que a medida que se asciende en el nivel económico social, el porcentaje de las personas de conocimiento bajo disminuye y viceversa, en la categoría de conocimiento alto, cuando se asciende en el nivel económico social, el porcentaje de personas con ese grado de conocimiento aumenta. Por lo que ambos conceptos están directamente relacionados ( $\text{Gamma}^2 .448 \text{ sig. } .000$ ).

2. Se aplicó el coeficiente Gamma de asociación por tratarse de dos variables de tipo ordinal.

### 1.3. El conocimiento informático-conceptual y el nivel económico social

La capacidad de conocer de un modo más profundo –sobre o acerca de– un tema, en este caso internet, requiere una mayor familiaridad con dicho objeto de conocimiento, por lo que, en relación con el conocimiento informático-conceptual, el supuesto fue que:

**Cuando la información sobre internet proveniente de los medios se incrementa, los segmentos de la población de nivel económico social más alto tendrán mayor *conocimiento informático-conceptual* que los segmentos de nivel económico social más bajo.**

Cuadro 3

#### Conocimiento informático-conceptual según nivel económico social

		Nivel económico social			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Conocimiento informático-conceptual	Bajo	85 71.0%	85 44.0%	28 32.0%	198 49.0%
	Medio	25 21.0%	66 34.0%	29 33.0%	120 30.0%
	Alto	10 8.0%	44 22.0%	31 35.0%	85 21.0%
<b>Total</b>		<b>120</b> <b>100.0%</b>	<b>195</b> <b>100.0%</b>	<b>88</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

Al considerar el conocimiento informático-conceptual bajo (Cuadro 3), observamos que mientras 3 de cada 10 entrevistados del nivel económico social alto (32%) pudo definir sólo algún concepto del lenguaje informático, el 71% de los entrevistados de nivel económico social bajo, es decir, la mayoría, tuvo la misma limitación.

Asimismo, los datos muestran que la capacidad de definir un número mayor de términos tiene relación directa con el nivel económico social alto y que en esta habilidad los segmentos medios tienden a asimilarse a los altos.

Por otra parte, al analizar el segmento de los entrevistados de nivel socioeconómico alto, se observa una distribución uniforme (32%, 33%, 35%) en los diferentes niveles de conocimiento. Esto permite suponer que, en este segmento particular, otros factores estarían explicando las diferencias en el conocimiento.

En síntesis, a medida que se eleva el nivel económico social se asciende en el nivel de conocimiento informático-conceptual, estableciéndose, también en este caso, una asociación directa entre ambos conceptos. (Gamma .434 sig. .000).

#### *1.4. El conocimiento informático de aplicación y el nivel económico social*

Con el fin de indagar si el nivel económico social condiciona también la posibilidad de los entrevistados de conocer las situaciones que pueden resolverse por medio de internet, se partió de la siguiente idea:

**Cuando la información sobre internet proveniente de los medios se incrementa, los segmentos de la población de nivel económico social alto conocerán mejor las actividades que se pueden realizar por internet que los segmentos de nivel económico social bajo.**

En estas circunstancias observamos que el conocimiento de acciones que pueden ejecutarse por internet no está asociado al nivel socioeconómico (Chi cuadrado .754).<sup>3</sup> El Cuadro 4 muestra una distribución homogénea de los diferentes niveles socioeconómicos en cada grado de conocimiento. Lo que corrobora la falta de asociación entre ambos conceptos, permitiendo inferir que este conocimiento podría estar vinculado a otros factores independientes del nivel económico social.

3. El valor de Chi cuadrado de Pearson es mayor a .050 por lo que las diferencias entre lo esperado y lo observado no son estadísticamente significativas.

*Cuadro 4***Conocimiento informático de aplicación según nivel económico social**

		Nivel económico social			Total
		Bajo	Medio	Alto	
<b>Conocimiento de aplicación</b>	<b>Bajo</b>	39 33.0%	63 32.0%	26 30.0%	<b>128</b> <b>32.0%</b>
	<b>Medio</b>	52 43.0%	73 37.0%	37 42.0%	<b>162</b> <b>40.0%</b>
	<b>Alto</b>	29 24.0%	59 30.0%	25 28.0%	<b>113</b> <b>28.0%</b>
<b>Total</b>		<b>120</b> <b>100.0%</b>	<b>195</b> <b>100.0%</b>	<b>88</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

*1.5. Índice de conocimiento informático-teórico según nivel económico social*

Las conclusiones particulares surgidas de los análisis anteriores en relación con la posibilidad de los entrevistados de nombrar y definir los términos evaluados se corroboraron también cuando se observó la asociación directa entre el índice de conocimiento informático-teórico y el nivel económico social (Gamma .438 sig. .000).

*1.6. Componentes del nivel económico social*

Una vez analizada la asociación del nivel económico social con los diferentes componentes del índice de conocimiento informático-teórico, y con el objeto de conocer si había alguna dimensión del nivel económico social con mayor prevalencia, se midió el grado de asociación con cada uno de los componentes del índice de conocimiento.

Tabla 1

**Asociación de las dimensiones del nivel económico social con el índice de conocimiento informático-teórico y sus componentes**

Conocimiento	Educación	Ocupación sostén del hogar	Bienes del hogar
Informático-teórico	.427*	.364*	.329*
Informático-nominal	.407*	.341*	.322*
Informático de aplicación	-.089	.083	.130
Informático-conceptual	.443*	.341*	.314*

Coefficiente Gamma\* Significación .000

La tabla anterior permite extraer dos conclusiones preliminares: por un lado, muestra una asociación entre las dimensiones del nivel económico social y los componentes nominal y conceptual del índice de conocimiento informático-teórico.<sup>4</sup>

Por el otro, y en relación con el conocimiento de aplicación, se confirma la falta de especificidad para definir el conocimiento informático. Este componente parecería ser de otro orden; el supuesto al incluirlo fue que el empleo del concepto general de internet mediría la posibilidad de los entrevistados de relacionar esa tecnología con acciones concretas. Esta medida de conocimiento, sin embargo, no resultó un indicador sensible para analizar el conocimiento informático; por esta razón, se resolvió excluirlo de la construcción del índice de conocimiento-teórico y, en consecuencia, modificar la construcción inicial de esta herramienta.<sup>5</sup>

En cuanto a los componentes asociados positivamente –nominal y conceptual–, se advierte que el grado de asociación con la dimensión educación es algo mayor que con los otros componentes. No estamos

4. No se considera en la interpretación el grado de asociación con el índice de conocimiento informático-teórico, por tratarse de un promedio de los otros componentes.

5. Antes de tomar esta decisión, se observó el comportamiento de esta variable en relación con todos los factores estructurales que se analizaron en la investigación, encontrándose resultados similares.

todavía en condiciones de indicar si este hallazgo permite explicar, más que los otros dos, diferencias en los grados de conocimiento.<sup>6</sup> Sin embargo, y a la luz de los resultados obtenidos en investigaciones anteriores, podemos inferir que la educación es una variable con efectos significativos en la adquisición de todo tipo de conocimiento específico en general y del conocimiento informático en particular.

Recordemos que una lectura atenta del primer artículo sobre la hipótesis de la brecha de conocimiento permitió definir a la educación como el principal componente del nivel económico social.

Allí leemos que la educación condiciona favorablemente la adquisición del conocimiento, a partir de: a) desarrollar habilidades comunicativas, b) presuponer un mayor bagaje de conocimientos previos y c) la interacción cotidiana en un mayor número de grupos que aumentan la posibilidad del intercambio de información de diferentes temas. En sentido *diacrónico*, una mayor educación acelera la adquisición de conocimientos y, en sentido *sincrónico*,<sup>7</sup> el monto de adquisición de conocimientos, ya se trate de tópicos poco difundidos como muy difundidos, es mayor entre los más educados que entre los menos educados (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 163; 1980: 117).<sup>8</sup>

La metodología elegida para este trabajo con un solo tiempo de medición no nos permite aportar datos respecto del sentido *diacrónico*, relacionado con ritmos de adquisición de conocimiento; sí, en cambio, individualizar grados de conocimiento a partir de diferencias en las condiciones iniciales del receptor.

En relación con lo anterior, el análisis de la Tabla 1 se aviene al supuesto inicial que señalaba que la distribución del conocimiento sobre internet no es homogénea y que el nivel económico social es un factor que condiciona diferencias en este tipo de conocimiento.

Por otra parte, señala que la asociación con la educación es más fuerte que con los otros componentes –bienes y principal sostén del hogar– del nivel económico social. Además, indica que el grado de asociación de la educación con el conocimiento informático-conceptual (Gamma .443) es algo más fuerte que con el nominal (Gamma .407).

6. A tal fin se aplicará la ecuación de regresión lineal múltiple (Véanse págs. 282-284).

7. Diacrónico –*over time*– y sincrónico –*at a given point in time*– (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970: 163).

8. Para mayores referencias, véase Primera parte, págs. 28-30.

Esta diferencia no se advierte con los otros componentes del nivel socioeconómico.

A continuación, se analizarán los factores demográficos –edad y sexo– para indagar si contribuyen o no a generar diferencias en el conocimiento sobre internet de los entrevistados.

## **2. Incidencia de la edad en la adquisición del conocimiento informático**

La edad es un factor estructural que en gran parte de las investigaciones sobre conocimiento no ha sido analizado de manera independiente. En este trabajo, en razón de haber elegido como tema internet, partimos del supuesto de que la edad podría condicionar el conocimiento sobre ese tema.

La percepción de internet y la preocupación por conocer qué es, sus lenguajes y su funcionalidad, estaría, desde este plano de conjeturas, en relación con la contemporaneidad de los sujetos y la aparición de esa nueva tecnología.

Internet, hipotéticamente, tendría una significación diferente para los que son contemporáneos con ella y los que no.

En este sentido, consideramos las conclusiones de Elizalde cuando indagó los modos de relación de los jóvenes con los medios tradicionales. Allí señalaba que

sus relaciones [las de los jóvenes] con los medios no parten de un problema sino de una situación *aprobemática*. Las referencias de nombres propios de personas famosas o de contenidos, medios o textos muestran el grado de cotidianidad que tienen en la vida social de los jóvenes (ELIZALDE, 1998: 99).

Consideramos, entonces, un comportamiento semejante en su relación con otros medios o tecnologías.

La socialización o no en la era de internet supondría una mayor o menor proximidad a la misma, y por lo tanto una menor o mayor selección de contenidos relacionados con ella en la exposición a los medios tradicionales.

Por lo que, en este tema en particular, la edad se suma a los factores estructurales, que condicionarían el conocimiento que los entrevistados tienen sobre internet.

### 2.1. El conocimiento informático-teórico según la edad

En relación con la edad, planteamos que:

**Cuando la información sobre internet se incrementa, los más jóvenes tendrán un mayor conocimiento sobre esa tecnología que las personas de mayor edad.**

El análisis del conocimiento informático-teórico según la edad de los entrevistados mostró que ambos conceptos estaban relacionados en grado moderado y dirección inversa (Gamma  $-.318$  sig.  $.000$ ); es decir: a mayor edad, menor conocimiento y viceversa.

Los datos del siguiente cuadro muestran que aproximadamente 5 de cada 10 entrevistados mayores de 41 años se ubican en el grado inferior de conocimiento informático-teórico, mientras que sólo 2 de cada 10 menores de 40 tienen el mismo nivel de conocimiento.

*Cuadro 5*

#### Conocimiento informático-teórico según edad

		Edad				Total
		hasta 25	26 a 40	41 a 55	56 y más	
<b>Conocimiento informático-teórico</b>	<b>Bajo</b>	25 23.0%	28 21.0%	45 45.0%	36 57.0%	<b>134</b> <b>33.0%</b>
	<b>Medio</b>	46 43.0%	48 36.0%	31 31.0%	21 33.0%	<b>146</b> <b>36.0%</b>
	<b>Alto</b>	37 34.0%	56 42.0%	24 24.0%	6 10.0%	<b>123</b> <b>31.0%</b>
<b>Total</b>	<b>108</b> <b>100.0%</b>	<b>132</b> <b>100.0%</b>	<b>100</b> <b>100.0%</b>	<b>63</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>	

Por otra parte, el subgrupo con mayor proporción de entrevistados con conocimiento alto tiene entre 26 y 40 años. Lo que nos permite hipotetizar que es el segmento que reclutaría el mayor número de usuarios.

Si bien la lectura anterior muestra que los mayores tuvieron menor conocimiento informático que los más jóvenes, este grado de asociación (Gamma  $-.318$ ) no permitiría deducir que ser joven es sinónimo de tener un grado alto de conocimiento.

Por lo que, en esta instancia, sólo podemos concluir que la edad es un factor que está asociado al nivel de conocimiento informático-teórico de la población en general. Más adelante, al aplicar la prueba de regresión lineal múltiple,<sup>9</sup> podremos precisar su valor predictivo.

### 3. Incidencia del sexo en el nivel de conocimiento informático

El sexo es otro factor estructural que tampoco ha sido controlado como factor independiente en las investigaciones de la hipótesis de las brechas de conocimiento.

Sin embargo, habiendo relevado datos de otros países sobre comportamientos diferentes de varones y mujeres en relación con el uso de internet (CASTELLS, 2001: 392-393; JUNG Y OTROS, 2001: 525; BONFADDELLI, 2002: 75; DÍAZ MARTÍNEZ, 2002: 186), este trabajo partió del supuesto de que el sexo, también en nuestro medio, es un factor que condiciona el conocimiento de ese tema, debido a la menor incorporación de las mujeres a la Red.<sup>10</sup>

De modo que sugerimos que:

**Cuando la información sobre internet se incrementa, los hombres tendrán mayor nivel de conocimiento sobre internet que las mujeres.**

Esta proposición también se apoya en los antecedentes de la teoría del distanciamiento social de la información, que sostiene que diferencias en la funcionalidad otorgada a un tema de parte de los distintos segmentos sociales aumentan las brechas de conocimiento entre esos segmentos sobre ese mismo tema.

9. Véanse págs. 282-284.

10. Una investigación realizada en el año 2001 en la Ciudad de Buenos Aires y en el Gran Buenos Aires arrojó diferencias en el uso de internet entre varones (58%) y mujeres (42%) (MARZULLI Y BAQUERIN, 2002: 39).

### 3.1. El conocimiento informático-teórico según sexo

Al analizar la asociación entre conocimiento informático-teórico y sexo (Cuadro 6), se observa que los varones tienen más conocimiento sobre internet que las mujeres (V de Cramer<sup>11</sup> .295 sig. .000).

#### Cuadro 6

#### Conocimiento informático-teórico según sexo

		Sexo		Total
		varones	mujeres	
Conocimiento informático-teórico	Bajo	46 23.0%	88 43.0%	134 33.0%
	Medio	68 34.0%	78 39.0%	146 36.0%
	Alto	87 43.0%	36 18.0%	123 31.0%
<b>Total</b>		<b>201</b> <b>100.0%</b>	<b>202</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

Al observar cada uno de los componentes del índice de conocimiento informático-teórico,<sup>12</sup> se advirtió que existe una clara distribución diagonal entre el conocimiento informático-nominal alto y el sexo masculino (49%) y el conocimiento bajo y el sexo femenino (51%). Quiere decir que 5 de cada 10 varones entrevistados tienen un conocimiento alto y, a la inversa, 5 de cada 10 mujeres poseen un nivel bajo de conocimiento informático-nominal (V de Cramer .289 sig. .000). Y en cuanto a la habilidad para definir los términos –conocimiento informático-conceptual–, los varones se distribuyeron de manera uniforme entre los diferentes grados de conocimiento (37% en nivel bajo, 31% en nivel

11. Se aplica el coeficiente de asociación V de Cramer, el cual varía entre 0 y 1, por tratarse de una variable nominal y otra ordinal.

12. Véase Anexo 4.

medio y 33% en nivel alto), mientras que el 61% de las mujeres se ubicó en el conocimiento informático-conceptual bajo (29% en medio y 10% en alto) (V de Cramer .301 sig. .000).

Esto parecería estar mostrando diferentes comportamientos en el conocimiento informático según el sexo.

Respecto de los varones, se establecen distancias entre la posibilidad de nombrar y definir (49% y 37% en el grado alto). En cuanto al conocimiento conceptual, la distribución semejante en las tres categorías de nivel económico social permite pensar que otros factores estarían operando para discriminar el conocimiento.

En cuanto a las mujeres, es mayor la proporción que se ubica en el grado bajo de conocimiento (51% nominal y 61% conceptual), lo que advertiría que las mujeres tienen una mayor dificultad, tanto para conocer y recordar términos vinculados con internet, como para poder definirlos.

Las diferencias encontradas por sexo no son a nuestro entender una cuestión de déficit o competencias para este conocimiento específico; sostener esto sería describir de forma incompleta estos resultados. Los mismos seguramente requerirán un análisis de múltiples dimensiones que contemple otras situaciones particulares que caracterizan a los entrevistados y permitan su profundización.

#### **4. Población general. Consideraciones preliminares de los factores estructurales como condicionantes del conocimiento informático**

Con el objeto de precisar cómo condicionan los factores básicos de la estructura social el conocimiento informático de la población general, se analizará el comportamiento promedio de cada subgrupo según su nivel económico social, edad y sexo, en un intento de reconocer o no la presencia de diferencias entre los mismos. Para ello, consideraremos en primera instancia el promedio general de los tres tipos de conocimiento: informático-nominal<sup>13</sup> (13.8 puntos), conceptual<sup>14</sup> (9.9 puntos) y teórico,<sup>15</sup> que incluye a los anteriores (23.8 puntos), y rela-

13. El conocimiento informático-nominal osciló entre 0 y 28 puntos.

14. El conocimiento informático-conceptual osciló entre 0 y 28 puntos.

15. El conocimiento informático-teórico osciló entre 0 y 56 puntos.

cionaremos los mismos respecto del nivel económico social, la edad y el sexo.

#### *4.1. Conocimiento informático-teórico y nivel económico social*

En relación con el nivel económico social en sus distintas categorías, se observó, como indica la Tabla 2, que el comportamiento promedio del conocimiento informático-nominal es significativamente diferente entre los tres subgrupos.

Mientras que los entrevistados de nivel económico social bajo tienen una media de 9.2 puntos de conocimiento, los de nivel medio y alto alcanzan 14.7 y 18.2 puntos respectivamente.

La descripción anterior permite precisar que cuanto más alto es el nivel económico social, mayor es el número de términos que los entrevistados conocen y recuerdan.

En el conocimiento informático-conceptual, la tendencia se repite: en el nivel económico social bajo la media es de 6.3 puntos, mientras que en los sectores medios y altos es de 10.6 y 13.2 puntos respectivamente, aunque se observa una disminución general en el conocimiento informático de las tres categorías. En este caso, también se puede concluir que los grupos de mayor nivel económico social tienen más habilidades para otorgar significado a los términos medidos. Sin embargo, se reitera que si bien las diferencias entre los segmentos son significativas en cuanto al promedio de conocimiento, si se compara el puntaje del conocimiento informático-conceptual con el nominal, se registra una reducción en los tres segmentos comparados.

Tabla 2

**Conocimiento informático-teórico promedio y sus componentes según nivel económico social**

<b>Conocimiento informático</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
<b>Nominal</b>	<b>18.2</b> ± 8.8 * #	<b>14.7</b> ± 9.7 . #	<b>9.2</b> ± 8.2 * .
<b>Conceptual</b>	<b>13.2</b> ± 7.3 * #	<b>10.6</b> ± 7.4 . #	<b>6.3</b> ± 6.0 * .
<b>Teórico</b>	<b>31.50</b> ± 15.8 * #	<b>25.4</b> ± 16.7 . #	<b>15.5</b> ± 14.0 * .

\* Alto vs. Bajo, significación .000; • Medio vs. Bajo, significación .000; # Alto vs. Medio, significación .004<sup>16</sup>

Por lo tanto, al analizar los puntajes promedio, podríamos decir que existen diferencias significativas respecto al conocimiento entre las tres categorías del nivel económico social, que se repiten en cada forma de conocimiento considerado. Esto señala de manera precisa la identidad de cada uno de dichos segmentos.

#### 4.2. Conocimiento informático-teórico y edad

En segundo lugar, se realizó el mismo análisis con el factor edad utilizando un criterio dicotómico que dividió a la muestra entre los menores de 40 años y los mayores de 41.

16. \* Muestra el nivel de diferencia estadística entre el Nivel económico social Alto versus Bajo, respecto de cada tipo de conocimiento informático; • muestra el nivel de diferencia estadística entre el Nivel económico social Medio versus Bajo, respecto de cada forma de conocimiento informático; # muestra el nivel de diferencia estadística entre el Nivel económico social Alto versus Medio, respecto de cada tipo de conocimiento informático.

Como se observa en la Tabla 3, la edad establece diferencias significativas entre los comportamientos promedio de los dos subgrupos comparados.

*TABLA 3*

**Conocimiento Informático-teórico promedio y sus componentes según edad**

<b>Conocimiento informático</b>	<b>Menos de 40 años</b>	<b>41 años o más</b>
<b>Nominal</b>	<b>16.0</b> ± 9.4 *	<b>10.7</b> ± 9.2 *
<b>Conceptual</b>	<b>11.7</b> ± 7.1 *	<b>7.2</b> ± 7.1 *
<b>Teórico</b>	<b>27.7</b> ± 16.2 *	<b>18.0</b> ± 16.0 *

\* Menores de 40 años vs. 41 años y más, significación .000

En el conocimiento informático-nominal, el conocimiento promedio del grupo de los jóvenes (16 puntos) fue superior en 5 puntos al del grupo de mayor edad (10.7 puntos). Diferencia que se mantiene para el conocimiento conceptual (11.7 y 7.2 puntos respectivamente).

Asimismo, para corroborar estos resultados se compararon entre sí todos los subgrupos originales de edad (hasta 25, de 26 a 40, de 41 a 55 y de 56 y más), y el análisis de sus conocimientos promedio arrojó diferencias de medias significativas en todos los casos, menos entre los dos segmentos más jóvenes (Tabla 4). Por lo que se puede deducir que los segmentos más jóvenes tienen igual acceso al conocimiento informático, aunque las razones que explican ese conocimiento similar puedan tener un origen diferente.

*Tabla 4*  
**Conocimiento informático según edad**

<b>Conocimiento informático</b>	<b>Edad</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación Típica</b>	<b>Significación</b>
<b>Nominal</b>	hasta 25	<b>15.3</b>	9.4	N.S
	26 a 40	<b>16.5</b>	9.3	N.S.
<b>Conceptual</b>	hasta 25	<b>10.8</b>	7.0	N.S.
	26 a 40	<b>12.4</b>	7.3	N.S.
<b>Nominal</b>	hasta 25	<b>15.3</b>	9.4	.016
	41 a 55	<b>12.0</b>	9.7	.016
<b>Conceptual</b>	hasta 25	<b>10.8</b>	7.0	.013
	41 a 55	<b>8.3</b>	7.5	.013
<b>Nominal</b>	hasta 25	<b>15.3</b>	9.4	.000
	56 y más	<b>8.6</b>	8.1	.000
<b>Conceptual</b>	hasta 25	<b>10.8</b>	7.0	.000
	56 y más	<b>5.5</b>	6.0	.000
<b>Nominal</b>	26 a 40	<b>16.5</b>	9.3	.000
	41 a 55	<b>12.0</b>	9.7	.001
<b>Conceptual</b>	26 a 40	<b>12.4</b>	7.3	.000
	41 a 55	<b>8.3</b>	7.5	.000
<b>Nominal</b>	26 a 40	<b>16.5</b>	9.3	.000
	56 y más	<b>8.6</b>	8.1	.000
<b>Conceptual</b>	26 a 40	<b>12.4</b>	7.3	.000
	56 y más	<b>5.5</b>	6.0	.000
<b>Nominal</b>	41 a 55	<b>12.0</b>	9.7	.020
	56 y más	<b>8.6</b>	8.1	.015
<b>Conceptual</b>	41 a 55	<b>8.3</b>	7.5	.015
	56 y más	<b>5.5</b>	6.0	.011

N.S.: no significativo

Al igual que en el nivel económico social, se observa que cuando se requiere un conocimiento más profundo, en todos los grupos etarios, el número de personas que puede responder correctamente disminuye. Sin embargo, se volvieron a registrar mayores habilidades en el manejo de conceptos y definiciones en el segmento más joven.

En síntesis, la población más joven muestra un comportamiento promedio que tiene diferencias significativas favorables respecto a la población mayor en los niveles de conocimiento analizados. Por lo que se podría decir que cuantos más años tiene una persona, la posibilidad de tener un conocimiento informático-teórico alto disminuye.

#### 4.3. Conocimiento informático-teórico y sexo

El sexo fue el tercer factor estudiado a partir del comportamiento promedio de sus categorías, y se observó que el comportamiento promedio de varones y mujeres fue significativamente diferente en los distintos tipos de conocimiento informático.

*Tabla 5*  
**Conocimiento informático-teórico y sus componentes según sexo**

<b>Conocimiento informático</b>	<b>Varones</b>	<b>Mujeres</b>
<b>Nominal</b>	<b>16.7</b> ± 9.8 *	<b>11.0</b> ± 8.6 *
<b>Conceptual</b>	<b>12.2</b> ± 7.7 *	<b>7.6</b> ± 6.9 *
<b>Teórico</b>	<b>13.8</b> ± 9.7 *	<b>9.9</b> ± 7.4 *

\* Varones vs. mujeres, significación .000

Para el conocimiento informático-nominal, mientras que los varones tuvieron una media de 16.7 puntos de conocimiento, las mujeres obtuvieron 11 puntos (una diferencia de 5.7 puntos a favor de los varones).

En tanto, para el conocimiento informático-conceptual, los varones alcanzaron una diferencia de 4 puntos.

El sexo opera de modo similar tanto en el conocimiento superficial *-factual-* como en el más profundo *-estructural-*. Las mujeres conocen menos términos que los varones, y en cuanto al conocimiento informático-conceptual, si bien la media de conocimiento baja en ambos subgrupos, los varones pueden definir mayor cantidad de términos que las mujeres. Por ello, podemos deducir que el sexo es un factor que diferencia el conocimiento sobre internet de los entrevistados.

Antes de enunciar los ítems resumen del presente apartado, queremos expresar que coincidimos con Dervin, Jacobson y Nilan en relación con los factores edad y sexo, cuando rechazan la posibilidad de que las variables demográficas puedan en sí mismas explicar el establecimiento o la suspensión de brechas de conocimiento, y cuestionan el modelo “si... entonces”, proponiendo el “entonces... entonces” (GAZIANO, 1999: 126). El desafío será poder descubrir la complementariedad de los diferentes factores o, en su defecto, dejar planteadas futuras líneas de investigación en este sentido.

En síntesis, podemos señalar lo siguiente:

- a mayor nivel económico social, mayor grado de conocimiento informático alcanzado.
- la educación es el principal componente del nivel económico social cuando se intenta conocer su relación con el conocimiento informático.
- la edad condiciona de modo inverso el conocimiento informático: a mayor edad, se espera un menor grado de conocimiento sobre internet.
- los varones alcanzan mayor conocimiento informático que las mujeres.

Por lo tanto, en esta etapa de la investigación, los factores estructurales analizados condicionan el conocimiento que tienen los entrevista-

dos sobre internet y permiten definir distancias entre segmentos sociales diferentes. Sin embargo, los grados de asociación encontrados sugieren que hay otros factores que están interviniendo y, por lo tanto, despejarlos será el objetivo de los apartados siguientes.

## CAPÍTULO 5 USUARIOS Y NO USUARIOS DE INTERNET

*El hombre se reconoce cuando se mide con el obstáculo.*

Antoine de SAINT-EXUPÉRY,  
*El Principito*

Los resultados señalados en este estadio de la investigación nos permiten reconocer que el nivel económico social es un factor que se encuentra asociado al conocimiento sobre internet, aunque no de modo contundente.

El tema en estudio, por tratarse de una nueva tecnología, estaría más próximo a sectores de nivel económico social más acomodado que tienen facilitado el acceso a internet. Esta posibilidad los estaría distanciando de otros grupos con capacidad limitada de acceder a la misma.

Por lo tanto, supusimos que este factor estaría afectando indirectamente el conocimiento informático al influir los modos de relación de las personas con internet.

En este sentido, consideramos que los más *próximos* a una tecnología tienen mayor conocimiento y desarrollan mayores habilidades en el manejo de la misma, comparados con aquellos que se mantienen *distantes*.

De ser así, el aumento de la difusión y la distribución de información sobre internet por parte de los medios tradicionales, en concordancia con nuestro marco conceptual, no actuaría homogeneizando sino diferenciando y distanciando a estos segmentos.

Por lo que enunciamos que:

**Cuando la información sobre internet proveniente de los medios se incrementa, los segmentos de la población más próximos a esa tecnología adquirirán mayor conocimiento informático que los segmentos distanciados.**

## 1. Caracterización de usuarios y no usuarios

La población entrevistada se dividió en un 70% de usuarios (282) y un 30% de no usuarios (121).

Con el objeto de conocer algunas características de los usuarios y no usuarios en cuanto a sus posibilidades de conexión a esta nueva tecnología, empezamos por averiguar cuántos de los entrevistados tenían computadora; y como muestra la Tabla 6, mientras que el 87% de los usuarios tenía computadora, el 60% de los no usuarios carecía de la misma. Lo que evidencia una relación directa entre tener computadora y ser usuario de internet (V de Cramer .486 sig. .000).

*Tabla 6*

**Diferencias en el acceso a tecnologías informáticas entre la población de usuarios y de no usuarios de internet**

Acceso	Usuarios	No usuarios
Tiene computadora	87%	40%
No tiene computadora	13%	60%
Usa computadora	-	28%
No usa computadora	-	72%
Tiene internet en el hogar	77%	12%
No tiene internet en el hogar	23%	88%

La segunda pregunta fue cuántos de los no usuarios de internet usaban computadora. Los datos mostraron que el 72% (87) de los entrevistados distanciados de esta tecnología tampoco usaba computadora. Lo que indica que la relación entre estas dos acciones –usar computadora y usar internet– es muy fuerte (V de Cramer .572 sig. .000).

El tercer interrogante buscó precisar cuántos de los entrevistados tenían internet en la casa. Mientras que 8 de cada 10 usuarios (77%) tenía internet en la casa, sólo el 12% de los no usuarios (15) contaba en su hogar con esta tecnología. Por lo tanto, el acceso al medio parecería explicar la utilización del mismo.

A partir de estos datos, nos preguntamos si el nivel económico social sería un factor condicionante a la hora de definir el acceso al medio y, en consecuencia, una llave al conocimiento.

Con este objetivo, se midió la asociación del nivel económico social con tener y usar tecnologías informáticas, observándose relaciones significativas y decrecientes entre nivel económico social y:

- tener computadora (V de Cramer .429\*)<sup>1</sup>
- tener internet (V de Cramer .392\*)
- usar computadora (V de Cramer .391\*)
- usar internet (V de Cramer .351\*)

Los coeficientes anteriores muestran una asociación directa entre este factor y la relación de “poseer” y “usar” tecnologías informáticas en general (computadora) e internet en particular. Pero además indican que esta asociación se acentúa en el hecho de poseer estas tecnologías. De lo que se deduce que, indirectamente, el nivel económico social, al facilitar el acceso, podría condicionar el conocimiento.

En otra investigación realizada durante el año 2000 entre jóvenes que cursaban el último año del colegio secundario, también observamos esta relación de nivel económico social con acceso, y al respecto señalábamos que:

mientras el 54% de los hijos provenientes de familias de nivel económico social medio alto y alto tienen un alto nivel de acceso a las nuevas tecnologías, el 58% de los que provienen de familias de nivel socio económico medio bajo tienen un bajo acceso a ellas (BORGAMINCK Y BAQUERIN, 2002: 56).

Antes de continuar con esta línea de análisis, nos propusimos indagar un poco más las características de usuarios y no usuarios.

1. \* Significación .000

### 1.1. Perfil de usuarios y no usuarios

Usuarios	No usuarios
<ul style="list-style-type: none"> <li>• la edad promedio es de 34 años (el 70% son menores de 40 años)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• la edad promedio es de 46 años (el 35% son menores de 40 años)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 54% son varones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% son varones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 81% es de nivel económico social medio y alto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 46% es de nivel económico social medio y alto</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 64% tiene estudios terciarios y universitarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 34% tiene estudios terciarios y universitarios</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 25% tiene una ocupación de prestigio social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 7% tiene una ocupación de prestigio social</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 38% posee bienes considerados de prestigio en su hogar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 7% posee bienes considerados de prestigio en su hogar</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 83% tiene televisión por cable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 33 % tiene televisión por cable</li> </ul>

De los datos anteriores podemos concluir que los usuarios<sup>2</sup> son en mayor proporción varones, jóvenes,<sup>3</sup> educados, con ocupaciones de prestigio y con mayor cantidad de bienes que los no usuarios. Asimismo, y en relación con el acceso a las nuevas tecnologías, tienen computadoras, internet y televisión por cable en mayor proporción que los no usuarios.

2. Estas características concuerdan con una investigación realizada en los Estados Unidos en 1995 y presentada por Castells. Según este estudio, el 65% de los usuarios fueron hombres, acomodados y con una edad promedio de 36 años (CASTELLS, 2001: 392). Otros datos, recogidos por Janet Morahan-Martín en 1998, sobre una población *on line* estimada en 112,75 millones, mostraron que: “Las personas conectadas tienden a ser varones, más ricos, más educados y más jóvenes que la media de la población” (DÍAZ MARTÍNEZ, 2002: 186-187).

3. En relación con la edad, nuestros resultados son coincidentes con JUNG Y OTROS (2001: 527-8); LOGES Y JUNG (2001: 553-8) y Clarin.com y D’Alessio *Irol* (2004: 16).

### *1.1.2. Percepción de los no usuarios sobre internet*

Las razones<sup>4</sup> que dieron los no usuarios cuando se les preguntó por qué no usaban internet ayudaron también a caracterizarlos.

En orden decreciente, las respuestas a esta pregunta abierta arrojaron los siguientes datos:

- 45% manifestó que no necesitaba internet, o que no le reconocía utilidad
- 29% adujo razones económicas
- 16% dijo que era difícil aprender a usarla<sup>5</sup>
- 5% que no tenía tiempo
- el 5% restante no respondió a la pregunta

Habiendo diferenciado a usuarios y no usuarios según aspectos sociodemográficos, en el siguiente apartado se buscará describir cómo el uso de una nueva tecnología es un factor que condiciona su conocimiento.

La teoría del distanciamiento social de la información, como se recordará, además de los factores estructurales, también reconoce como condicionantes del conocimiento a factores relacionados con la motivación o la funcionalidad.

El ser usuario de internet va a considerarse en esta investigación la “situación específica” que iguala a este segmento de los entrevistados por el acceso a esta tecnología, por lo cual los usuarios se definieron como una población motivada por la sola utilización de ese medio.

Por lo tanto, y a partir de nuestros supuestos, así como se establecen brechas de conocimiento en la población a partir de factores como el nivel económico social, la edad y el sexo, de igual forma, la “situación

4. Estas razones coinciden, en líneas generales, con los “motivos de no utilización de internet” registrados por la Secretaría de Medios. En esa medición, un 35% de los entrevistados adujo no saber usar internet. Este motivo, asociado con variables sociodemográficas y lugar de residencia, permitió observar que: los que desconocen cómo se usa internet son de nivel socioeconómico bajo y mayores de 50 años; y respecto al lugar de residencia, habitan el norte del país (SNCC, 2005: 151).

5. Esta información nos permite acordar con Gaziano y Gaziano cuando señalan: “lo que la gente cree acerca de sus habilidades para aprender y conocer es parte del proceso colectivo de la construcción del conocimiento” (GAZIANO Y GAZIANO, 1996: 131).

específica” –la motivación– podría establecer distancias en los niveles de conocimiento de los usuarios. Por lo que a continuación nos proponemos analizar cómo el uso de internet condiciona el conocimiento informático.

## 2. Niveles de conocimiento informático-teórico según el uso de internet

### 2.1. Conocimiento informático-nominal

La evaluación del conocimiento informático, al diferenciar entre usuarios y no usuarios, mostró que el nivel de respuestas de los primeros era significativamente mayor que el de los segundos.

#### Cuadro 7

#### Conocimiento informático-nominal según acceso a internet

		Usa internet		Total
		sí	no	
Conocimiento informático-nominal	Bajo	71 25.0%	88 72.0%	159 40.0%
	Medio	73 26.0%	26 22.0%	99 24.0%
	Alto	138 49.0%	7 6.0%	145 36.0%
<b>Total</b>		<b>282</b> <b>100.0%</b>	<b>121</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

Los datos anteriores (Cuadro 7) indican que mientras el 75% de los usuarios tiene un conocimiento medio y alto, los no usuarios alcanzan ese grado en un 28%, y que en el grado bajo de conocimiento hay proporcionalmente muchos menos usuarios (25%) que no usuarios (72%), lo cual sugiere que el uso se asocia positivamente con el conocimiento informático-nominal (V de Cramer. 480 sig. .000).

## 2.2. *Conocimiento informático-conceptual*

La comparación entre el conocimiento informático-conceptual de usuarios y no usuarios volvió a mostrar una asociación sustancial entre ambos conceptos (V de Cramer. 498 sig. .000).

Asimismo, se advirtió que mientras entre los no usuarios el 87% tenía un grado bajo de conocimiento, la distribución de los usuarios en las diferentes categorías de conocimiento era uniforme (Cuadro 8).

*Cuadro 8*

### **Conocimiento informático-conceptual según acceso a internet**

		Usa internet		Total
		sí	no	
<b>Conocimiento informático-conceptual</b>	<b>Bajo</b>	93 33.0%	105 87.0%	<b>198 49.0%</b>
	<b>Medio</b>	106 38.0%	14 11.0%	<b>120 30.0%</b>
	<b>Alto</b>	83 29.0%	2 2.0%	<b>85 36.0%</b>
<b>Total</b>		<b>282 100.0%</b>	<b>121 100.0%</b>	<b>403 100.0%</b>

Esto parece satisfacer el supuesto de que una vez resuelta la conexión a internet, situación que iguala a todos los usuarios, el nivel económico social no explicaría las diferencias en el conocimiento informático sino que las mismas podrían deberse a otros factores condicionantes.

## 2.3. *Índice de conocimiento informático-teórico*

El análisis del índice de conocimiento informático-teórico permite clarificar las tendencias encontradas en relación con el uso de internet.

## Cuadro 9

## Conocimiento informático-teórico según acceso a internet

		Usa internet		Total
		sí	no	
Conocimiento informático-teórico	Bajo	51 18.0%	83 69.0%	134 33.0%
	Medio	111 40.0%	35 29.0%	146 36.0%
	Alto	120 42.0%	3 2.0%	123 31.0%
<b>Total</b>		<b>282</b> <b>100.0%</b>	<b>121</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

Los datos que aparecen en el Cuadro 9 volvieron a confirmar la estrecha relación entre conocimiento informático y uso (V de Cramer .527 sig. .000).

Los usuarios se distancian significativamente en el conocimiento informático-teórico de los no usuarios; por lo que consideramos que ser o no usuario de internet es una “situación específica” que condiciona diferencias en el conocimiento informático-teórico de los entrevistados.

Un elemento a destacar es que un 69% de los mismos tenía conocimiento informático bajo. Desde la perspectiva de la hipótesis de las brechas de conocimiento y siguiendo a Hyman y Sheatsley,<sup>6</sup> este subgrupo entraría en la categoría de los que ellos denominan “desconocedores crónicos” –*chronic know-nothings*–, es decir, personas que no saben ni se interesan sobre internet, y no estarían predispuestas a revertir su actitud (MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000: 259). Sería arriesgado con nuestra información considerar que los que no usan internet quieren quedar excluidos de esta tecnología, pero ya enumeramos los argumentos que ellos dieron para no usarla.<sup>7</sup> Si bien hay un porcentaje de personas (29%) que aludieron a razones económicas, la mitad de ellas se

6. Véase Primera parte, págs. 21-22.

7. Véase pág. 197.

orientó a definir internet como poco útil o poco necesaria para ellos. En este sentido, parecería que este subgrupo coincide con la hipótesis de dichos autores cuando caracterizaron a los desconocedores crónicos en temas políticos:

estos adultos, no obstante, no han tomado la decisión de quedar excluidos del ejercicio de su ciudadanía. Su falta de interés por los asuntos públicos es el resultado indirecto de preocupaciones personales más acuciantes que la política en sí (MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000: 267).

Por último, al observar el comportamiento de los usuarios, también advertimos que en este grupo hay diferencias en el conocimiento informático. En los capítulos siguientes se analizarán los factores que, en concordancia con los lineamientos teóricos presentados, podrían condicionar la formación de brechas entre los que acceden a esta tecnología.

### 3. Usuarios y no usuarios. Consideraciones preliminares acerca de su conocimiento sobre internet

Con el objeto de precisar el análisis anterior, se compararon los comportamientos promedio de conocimiento informático de los que usan y los que no usan internet.

*Tabla 7*

#### Valores promedio del conocimiento entre usuarios y no usuarios

		Media	Desviación típica	Diferencia de medias
<b>Conocimiento nominal</b>	Usuario	<b>17,2 *</b>	9,1	11,1
	No usuario	<b>6,1</b>	5,8	11,1
<b>Conocimiento conceptual</b>	Usuario	<b>12,6 *</b>	7,0	8,8
	No usuario	<b>3,8</b>	4,1	8,8
<b>Conocimiento teórico</b>	Usuario	<b>29,7 *</b>	15,7	19,8
	No usuario	<b>9,9</b>	9,3	19,8

\* Usuarios vs. no usuarios (.000)

De los datos de la Tabla 7 se desprende que, en el segmento usuarios, el comportamiento promedio del conocimiento informático-nominal (17.2 puntos) es significativamente mayor que el de los no usuarios (6.1 puntos). Esta diferencia permite precisar que los que usan internet conocen un número mayor de términos técnicos que los que no lo hacen.

En cuanto al conocimiento informático-conceptual, el comportamiento de conocimiento promedio de los usuarios vuelve a arrojar diferencias significativas (12.6 puntos) respecto de los no usuarios (3.8 puntos), evidenciándose un incremento en la distancia entre ambos subgrupos.

De igual modo, podemos observar que el promedio del conocimiento informático-conceptual –más profundo, *sobre o acerca de*– respecto del nominal –superficial, *de trato*– registra valores menores tanto en usuarios (17,2/12,6 puntos) como en no usuarios (6,1/3,8 puntos).

Si volvemos a la diferenciación del conocimiento que hacen Schutz y Luckmann, observamos que en los usuarios hay mayor familiaridad con los términos técnicos y sus significados que en los no usuarios, familiaridad que según los mismos autores se debe a las diferentes formas de adquisición del conocimiento.

En los que usan internet, el conocimiento informático tiene relación con la experiencia mientras que en los no usuarios sólo con haber oído o sabido de ella.<sup>8</sup> Por lo que suponemos que este conocimiento puede ser más frágil, más volátil que el que se adquiere y se aplica.

8. Recordamos la definición de familiaridad de Schutz y Luckmann, “sabemos que hay ‘tal cosa’ o hemos ‘oído hablar de ella’ y tenemos noticias más o menos confusas al respecto. Por otro lado, hay algunas cosas con la que estamos realmente familiarizados. Comprendemos la índole de esas cosas y su conexión con otros objetos y circunstancias” (SCHUTZ Y LUCKMANN, 2001: 143).

En síntesis, podemos decir que:

- El nivel económico social condiciona el acceso a internet y de modo indirecto al conocimiento.
- Los no usuarios de internet son en mayor proporción mujeres, mayores de 40 años, menos educados y con ocupaciones y bienes de menor prestigio.
- Los no usuarios argumentan que no usan internet porque no la necesitan, por razones económicas o porque perciben que es difícil aprender a usarla.
- Los usuarios de internet tienen en general mayor acceso a las nuevas tecnologías que los no usuarios.
- Los usuarios son en mayor proporción varones, jóvenes, educados, con ocupaciones y bienes de prestigio.
- El uso de internet se asocia positivamente al conocimiento informático alto y el no uso al conocimiento bajo.
- El número de términos técnicos reconocidos y definidos por los usuarios de internet es significativamente mayor que en los no usuarios.
- El porcentaje de usuarios con conocimiento informático-conceptual alto (29%) es menor que el porcentaje con conocimiento informático-nominal alto (49%). Por lo que a mayor profundidad de conocimiento, hay menor cantidad de usuarios con un grado alto de conocimiento.
- Los usuarios muestran una distribución bastante homogénea en los diferentes grados de conocimiento informático-conceptual (33% bajo, 38% medio y 29% alto).



## CAPÍTULO 6

# EL CONOCIMIENTO INFORMÁTICO DE LOS USUARIOS DE INTERNET

### 1. Factores estructurales

El nivel económico social, como surge de los capítulos anteriores, es un factor que, al facilitar el acceso a internet, consecuentemente se encuentra asociado a grados diferenciales de conocimiento informático.

Una comparación entre aquellos con y sin acceso a internet, si bien sería apropiada para estudios preocupados por la difusión de la tecnología, resulta sin embargo insuficiente cuando se aborda la distribución del conocimiento.

Cuando el énfasis está puesto en el acceso o el no acceso y en el uso o no uso, se parte del presupuesto de que resueltos ambos, la incorporación de la tecnología en la vida cotidiana de los usuarios se dará de la misma forma y en el mismo grado. Esta postura nos induce a un determinismo tecnológico, que no inspira la presente investigación porque supondría ignorar, por un lado, que las personas tienen diferentes potencialidades y, por el otro, que actúan en diferentes contextos sociales en los cuales la tecnología está incluida.

Con esta preocupación, en la segunda etapa del trabajo, el objetivo fue preguntarnos si entre los usuarios, los factores estructurales –nivel económico social, edad y sexo– condicionaban del mismo modo que entre la población general el nivel de conocimiento informático.

En primer lugar, se estudió la relación de dichos factores con los diferentes grados de conocimiento –tanto teórico como práctico– que tienen los usuarios sobre internet. En segundo lugar, se incluyó en el análisis a la motivación, considerada un factor *situacional*, para indagar cómo influye en ese conocimiento.

### 1.1. Factores estructurales que condicionan el conocimiento informático-teórico sobre internet de los usuarios

Al evaluar la relación entre el nivel socioeconómico y el conocimiento informático-teórico de los usuarios, si bien observamos asociación (Chi cuadrado. 020) entre ambos factores, la misma no presentaba un poder estadístico significativo (Gamma .274). Asimismo, tampoco encontramos asociación con la edad (Chi cuadrado .060).

Al analizar el sexo, éste apareció diferenciando de un modo más acentuado el conocimiento informático de los usuarios (V de Cramer .337 sig. .000).

#### Cuadro 10

#### Conocimiento informático-teórico de los usuarios según sexo

		Sexo		Total
		varones	mujeres	
Conocimiento informático-teórico	Bajo	12 8.0%	39 30.0%	51 18.0%
	Medio	56 37.0%	5 42.0%	111 40.0%
	Alto	84 55.0%	36 28.0%	120 42.0%
<b>Total</b>		<b>152</b> <b>100.0%</b>	<b>130</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

En el Cuadro 10 se observa que mientras el 30% de las mujeres se ubican en el nivel de conocimiento bajo, sólo cerca del 8% de los varones se ubican en ese mismo grado. En cuanto al nivel alto de conocimiento, el 55% son hombres y el 28% mujeres. Lo que indicaría que los hombres poseen mayor conocimiento informático-teórico.

De acuerdo con estos datos, podemos inferir que, de los tres factores estructurales que en nuestras hipótesis iniciales afectaban el conocimiento sobre internet de los usuarios, el sexo es el que parece condicionar más los grados de este tipo de conocimiento.

Según los datos presentados, los varones parecerían tener mayor facilidad para reconocer y definir términos del código informático que las mujeres.

### *1.2. Factores estructurales que condicionan el conocimiento informático-práctico sobre internet de los usuarios*

Una vez examinado el conocimiento informático-teórico, nos proponemos ahora analizar el conocimiento informático-práctico a partir sus dos dimensiones: conocimiento de uso y conocimiento de rutinas de búsqueda,<sup>1</sup> como punto de partida para generar un índice del conocimiento práctico de los usuarios.

En primer lugar, observamos si existía relación entre los factores estructurales en estudio –nivel económico social, edad y sexo–, y los resultados mostraron que no se presentaba asociación significativa entre el nivel económico social y la edad con el conocimiento informático-práctico (Chi cuadrado .070 y .134 respectivamente).

En cambio, el sexo fue el factor que volvió a mostrar diferencias en este tipo de conocimiento (V de Cramer -.278 sig. .000), aunque el grado de asociación es menor al del conocimiento-teórico.

#### *Cuadro 11*

#### **Conocimiento informático-práctico según sexo**

		Sexo		Total
		varones	mujeres	
<b>Conocimiento informático-teórico</b>	<b>Bajo</b>	12 8.0%	39 30.0%	<b>51</b> <b>18.0%</b>
	<b>Medio</b>	56 37.0%	5 4.2.0%	<b>111</b> <b>40.0%</b>
	<b>Alto</b>	84 55.0%	36 28.0%	<b>120</b> <b>42.0%</b>
<b>Total</b>		<b>152</b> <b>100.0%</b>	<b>130</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

1. Véase págs. 141-143.

Los datos del Cuadro 11 indican que mientras 4 de cada 10 mujeres se ubican en el conocimiento-práctico bajo, sólo 2 de cada 10 varones se ubican en ese mismo grado. El nivel medio de conocimiento-práctico no muestra diferencias entre varones y mujeres, y en el grado de conocimiento alto la proporción de varones es mayor que la de mujeres.

Por lo cual, en el conocimiento informático-práctico, los varones registran también niveles más altos de conocimiento, debido a que a medida que se profundiza el conocimiento son menos las mujeres que pueden atribuir significado y/o resolver las situaciones problemáticas planteadas para medir el conocimiento informático-práctico.

### *1.3. La participación del sexo en el conocimiento general de los usuarios*

*Mientras las mujeres usan los ordenadores, los varones los aman.*

Willian M. BUCKLEY

Se recordará que hemos planteado como hipótesis inicial que las mujeres tienen menos conocimiento informático que los varones, basándonos en la inclusión tardía de las mujeres a la Red.<sup>2</sup>

Este supuesto se corrobora al observar el Cuadro 12, donde el sexo femenino tiene un franco predominio en el grupo con menor antigüedad, alcanzando el 64%. Esta proporción es inversa a la distribución de los varones, que constituyen el 66% de los usuarios con más de 5 años de antigüedad, es decir, el grupo con inserción más temprana.

2. Véase pág. 183.

*Cuadro 12***Antigüedad en el uso de internet según sexo**

		Antigüedad en el uso de internet			Total
		hasta 1 año	2 a 4 años	5 años y más	
sexo	masculino	19 36.0%	85 54.0%	48 66.0%	152 54.0%
	femenino	34 64.0%	71 46.0%	27 34.0%	130 46.0%
<b>Total</b>		<b>53</b> <b>100.0%</b>	<b>156</b> <b>100.0%</b>	<b>73</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

Si, como hemos mostrado en el capítulo anterior, el acceso, y por lo tanto el uso, condicionan el conocimiento, las brechas entre varones y mujeres podrían deberse a diferencias en el tiempo de adopción de esta tecnología.

Discrepamos con Tichenor y colaboradores (1970; 1980) cuando definieron a las brechas de conocimiento como irreversibles al asentarse en causas estructurales como el nivel económico social o la educación, su componente principal.

En modo alguno podríamos atribuir las diferencias de conocimiento entre varones y mujeres a una cuestión de déficit para adquirir información, y coincidimos con Dervin en que

el conocimiento válido necesita ser definido subjetiva y no objetivamente, ya que la gente puede no percibir como necesaria la información real en determinadas áreas (DERVIN, 1980: 94).

Lo mismo advertíamos al analizar el conocimiento en la población general, donde observamos el riesgo de considerar que alguna variable demográfica *per se* pudiera estar relacionada con la posibilidad de aparición o suspensión de una brecha de conocimiento (GAZIANO, 1999: 132).

Las diferencias en el tiempo de adopción de internet por parte de varones y mujeres es un rasgo que se ha observado en diferentes países. A modo de ejemplo, a continuación reproducimos los resultados de una investigación de Bonfadelli basada en datos del *MA Net study*, *WEMF*, en la población de Suiza.

*Cuadro 13***Desarrollo de brechas en el acceso a internet en Suiza<sup>3</sup>**

Usuarios %	Mayo / octubre 1997	1997 / 1998	Mayo / octubre 1998	1998 / 1999	Mayo / octubre 1999	1999 / 2000	Incremento
<b>Total</b>	10.8%	15.6%	19.1%	24.7%	26.3%	33.4%	+23%
<b>Varones</b>	16	23	27	34	35	43	+27%
<b>Mujeres</b>	6	8	12	16	18	24	+18%
<b>Brecha entre sexos</b>	+10%	+15%	+15%	+18%	+17%	+19%	

Como se observa en estos resultados (Cuadro 13), el incremento en el uso de internet entre los años 1997 y 2000 ha sido importante para ambos sexos (27% en los varones y 18% en las mujeres). Sin embargo, la comparación por sexo nos muestra que la brecha entre el número de usuarios y usuarias se ha ido incrementando (10% en 1997 y 19% en 2000).

Por otra parte, una investigación de Lee, Li-Shuan Wang y Bolls, realizada también a partir de los datos secundarios recogidos en una investigación nacional de los Estados Unidos en el año 1997, mostró que los usuarios tempranos de internet eran varones, educados y con ingresos altos (LEE, LI-SHUAN WANG Y BOLLS, 2002: 15).

En Argentina, por su parte, datos recogidos por Clarin.com y DVAlessio *Irol* señalan que

los hombres siguen siendo mayoría, aunque crece la participación de las mujeres (Clarin.com y DVAlessio *Irol*, 2004: 15).<sup>4</sup>

Estos estudios nos permiten ratificar, en otros contextos y en algunos casos con tratamientos longitudinales, las brechas registradas en nuestros resultados al comparar la antigüedad de usuarios y usuarias (hasta 1 año + 28%, entre 2 y 4 años + 8% y más de 5 años + 32%).<sup>5</sup>

Si, como hemos analizado en el capítulo anterior, el uso condiciona el conocimiento, las mujeres, al ser usuarias tardías de internet, propor-

3. Fuente: BONFADELLI, 2002: 75.

4. El 58% de los usuarios son varones y el 42% mujeres.

5. Véase Cuadro 12, pág. 209.

cionalmente también incorporarán más tardíamente elementos del código informático. Esto se manifiesta en un conocimiento más superficial debido a la menor familiaridad con los términos técnicos (sólo el 28% de las mujeres tiene conocimiento informático alto).

Aunque, parafraseando a Durkheim, cuando describe la relación entre suicidio y religión, la inferioridad de las mujeres en este tipo particular de conocimiento no podría atribuirse seguramente al sexo.<sup>6</sup>

En consecuencia, nos propusimos tratar de comprender las diferencias de conocimiento informático. A tal fin analizamos algunas características de usuarios y usuarias, y en esa línea observamos que la distribución por edad no marcaba ninguna diferencia por sexo (en ambos grupos el 70% tenía menos de 40 años). En cuanto a la educación, se advirtió una escasa diferencia a favor de los varones (67% de los usuarios y 58% de las usuarias con educación alta); sin embargo, al analizar ocupación, se observaron diferencias: el porcentaje de varones (45%) ubicado en ocupaciones de mayor prestigio fue mayor que el de las mujeres (25%).<sup>7</sup>

Lo que permite suponer que la relación con internet es producto más de la incorporación de esta tecnología en la cultura de la vida cotidiana que de exigencias externas, por ejemplo, del mundo laboral. Aunque esta diferencia sólo pueda quedar planteada para investigaciones futuras, porque nuestra información no nos permite comprobarlo.<sup>8</sup>

Por otra parte, creemos que sería importante profundizar estos datos con aproximaciones microsociológicas que permitieran describir aspectos culturales de la relación de las mujeres con las tecnologías en general y con internet en particular. En este sentido, coincidimos con Gaziano y Gaziano cuando indican que

diferentes grupos valoran la incorporación del conocimiento diferencialmente o estiman las diferentes clases de conocimiento en esa misma forma (GAZIANO Y GAZIANO, 1996: 130).

6. Durkheim, cuando analiza a la religión como condicionante del suicidio, argumenta: "La inferioridad [refiriéndose al número de suicidios] de los católicos griegos no puede atribuirse seguramente a la religión" (DURKHEIM, 1986: 121).

7. V de Cramer .-210 sig. .000.

8. Un estudio sobre internet en Argentina indicó que el uso de internet en el trabajo es mayor en las ocupaciones de más prestigio: dirección y gerencia 22%, empresarios 13%, profesional independiente 23%, técnicos 13% (Clarín.com y D'Alessio Irol, 2004: 32).

Sólo con el fin de mostrar que otras investigaciones han dado cuenta de estas diferencias, mencionamos algunas de sus conclusiones:

- Para Díaz Martínez, el alejamiento de las niñas de las tecnologías está ampliamente documentado y se produce

en casa (POMERLEAU Y OTROS, 1990), en la escuela (KELLY, 1982; HOFSTADTER, 1986; SUBIRATS Y BRULLET, 1988; SANDLER, 1988; SPERTUS, 1991, etc.), en los medios de comunicación (PEÑA MARTÍN Y FABRETTI, 1994), en los espacios de juego y de recreo (SUBIRATS Y TOMÉ, 1992) y por supuesto en los juegos y juguetes (DÍAZ MARTÍNEZ, 2002: 193).

- Para Furger, los niños pulsán el ratón del ordenador sin preocuparse para nada de lo que puedan organizar. Mientras que las niñas temen explorar las posibilidades del ordenador por si hacen algo mal (FURGER, 1998).
- Por su parte, Herring señala:

varones y mujeres poseen distintos estilos de comunicación por internet (HERRING, 2000).

- Y Van Rompaey, Roe y Struys mostraron que los adolescentes varones usan internet para obtener trucos para sus juegos electrónicos mientras que las adolescentes aman chatear (VAN ROMPAEY, ROE Y STRUYS, 2002: 202).

En consecuencia: profundizar sobre estos modos diferenciales de relación con las tecnologías podría ayudar a comprender las brechas de conocimiento entre varones y mujeres.

#### *1.4. Interrelación entre conocimientos informático-teórico e informático-práctico*

Sin desconocer que el conocimiento informático-teórico está fuertemente asociado con el conocimiento práctico (Gama .771 sig. .000), y que ambos tipos de conocimiento indican grados de menor a mayor complejidad, cuando se los vinculó se pudieron observar algunas diferencias, según el tipo de conocimiento (Cuadros 14 y 15).

Cuadro 14

**Conocimiento informático-práctico según teórico**

		Conocimiento informático-teórico			Total
		bajo	medio	alto	
<b>Conocimiento informático-práctico</b>	<b>bajo</b>	35 69.0%	35 31.0%	12 10.0%	<b>82</b> <b>29.0%</b>
	<b>medio</b>	15 29.0%	73 66.0%	53 44.0%	<b>141</b> <b>50.0%</b>
	<b>alto</b>	1 2.0%	3 3.0%	55 46.0%	<b>59</b> <b>21.0%</b>
<b>Total</b>		<b>51</b> <b>100.0%</b>	<b>111</b> <b>100.0%</b>	<b>120</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

En el Cuadro 14, al considerar dependiente el práctico, vemos que del subgrupo con conocimiento-teórico alto sólo el 46% se asocia a conocimiento práctico alto.

El hecho de que sólo menos de la mitad de los usuarios con conocimiento-teórico alto también tenga conocimiento-práctico alto estaría indicando que el conocimiento-teórico requiere desarrollar menores habilidades informáticas, aunque puede considerarse un paso necesario para alcanzar un grado alto de conocimiento informático-práctico.

## Cuadro 15

**Conocimiento informático-teórico según práctico**

		Conocimiento informático-práctico			Total
		bajo	medio	alto	
<b>Conocimiento informático-teórico</b>	<b>Bajo</b>	35 43.0%	15 10.0%	1 2.0%	<b>51 18.0%</b>
	<b>Medio</b>	35 43.0%	73 53.0%	3 5.0%	<b>111 39.0%</b>
	<b>Alto</b>	12 14.0%	53 38.0%	55 93.0%	<b>120 43.0%</b>
<b>Total</b>		<b>82 100.0%</b>	<b>141 100.0%</b>	<b>99 100.0%</b>	<b>282 100.0%</b>

Sin embargo, es interesante señalar que a la inversa no se observa esta relación (Cuadro 15). La casi totalidad del subgrupo conocimiento informático-práctico alto (93%) se asocia al conocimiento teórico alto. De manera que aquellos que han alcanzado un nivel alto en el conocimiento de usos y rutinas deberían tener un buen manejo de términos y definiciones.

En otras palabras y en relación con los resultados anteriores, podemos decir que el conocimiento informático-práctico alto necesita como condición *sine qua non* un conocimiento informático-teórico elevado. Mientras que la inversa no cumple esas condiciones.<sup>9</sup>

Las diferencias en el conocimiento informático-teórico de los usuarios a partir de su conocimiento práctico buscarán ser entendidas con la incorporación de nuevos factores en el análisis de brechas entre usuarios.

9. Por otra parte, la asociación de Gamma .771 entre conocimiento teórico y práctico no es igual para los varones (.790) que para las mujeres (.680), lo que sigue marcando distancias entre las habilidades de ambos.

### 1.5. Los usuarios. Consideraciones preliminares sobre el condicionamiento de factores estructurales

El nivel económico social y la edad no surgieron como factores que condicionan de modo sustancial el conocimiento informático de los usuarios. El sexo, en cambio, parecería estar más vinculado con las habilidades informáticas de los que usan internet. Por ello, al analizar el comportamiento del conocimiento promedio de varones y mujeres, se clarificaron las diferencias señaladas.

*Tabla 8*  
**Valores promedio de conocimiento según sexo**

	Sexo	Media	Sig. (bilateral)	Diferencia ` de medias
<b>Conocimiento general</b>	varones	<b>51,0</b>	.000	15
	mujeres	<b>35,5</b>	.000	15

Al examinar, como hicimos en el punto 1.3, a usuarios y usuarias según las características de edad, educación y ocupación, descubrimos que:

- Si bien la distribución por edad era similar (70% en cada caso), cuando se analizó el comportamiento de conocimiento por grupos de edades y sexo se observaron diferencias. Los varones, independientemente de la edad, tienen un mayor conocimiento informático.

*Tabla 9*  
**Media de conocimiento general. Edad según sexo**

Edad	Varones	N	Mujeres	N
<b>Hasta 40 años</b>	<b>53,0</b>	106	<b>38,4</b>	9
<b>41 años y más</b>	<b>46,3</b>	46	<b>28,7</b>	39

- En cuanto a la educación, los usuarios aparecían como un poco más educados que las mujeres. Pero igualando el nivel educativo, volvimos a encontrar diferencias en el conocimiento por sexo.

*Tabla 10***Media de conocimiento general. Educación según sexo**

<b>Educación</b>	<b>Varones</b>	<b>N</b>	<b>Mujeres</b>	<b>N</b>
<b>Menos educados</b>	<b>45,0</b>	50	<b>27,6</b>	54
<b>Más educados</b>	<b>53,9</b>	102	<b>41,1</b>	76

- Al examinar la ocupación de los usuarios y de las usuarias, habían aparecido diferencias en la actividad laboral.

Las mujeres aparentemente desarrollaban actividades de menor prestigio. Al observar el conocimiento informático de ambos sexos comparando situaciones laborales semejantes, volvimos a comprobar que el conocimiento sobre internet de los varones es mayor.

*Tabla 11***Media de conocimiento general. Ocupación según sexo**

<b>Ocupación</b>	<b>Varones</b>	<b>N</b>	<b>Mujeres</b>	<b>N</b>
<b>Ocupación de menor prestigio</b>	<b>49.9</b>	83	<b>33.6</b>	97
<b>Ocupación de mayor prestigio</b>	<b>52,1</b>	69	<b>41,8</b>	33

Lo que nos hace regresar a la hipótesis de que el menor grado de conocimiento sobre internet que tienen las mujeres podría obedecer entre otras causas a la incorporación tardía de esta tecnología en la cultura de la vida cotidiana, más allá de las exigencias externas, como podría ser el mundo del trabajo. Más adelante seguiremos indagando esta línea de análisis.

En síntesis, podemos decir que:

- El nivel económico social condiciona el acceso a internet; sin embargo, dentro de la población de usuarios no constituye un factor sustancialmente asociado al conocimiento informático.
- La edad se asocia débilmente con el conocimiento de internet que tienen los usuarios.
- El sexo es el factor estructural que más diferencia el conocimiento informático entre los usuarios.
- El conocimiento teórico es condición para el conocimiento práctico.
- Los varones son usuarios más precoces de internet que las mujeres.
- Los usuarios no se diferencian en edad de las usuarias. Pero sí se distancian levemente en educación y de modo significativo en la actividad laboral respecto de las mujeres.
- El conocimiento informático de las mujeres parece ser inferior al de los varones, independientemente de la edad, la educación y la ocupación.
- Las mujeres tienen un conocimiento más superficial que los varones, tanto en el conocimiento teórico como en el práctico. Por lo tanto, nombran y definen menor cantidad de términos técnicos, y reconocen menos para qué se usan determinadas herramientas informáticas, al igual que resuelven menos situaciones problemáticas.

En el apartado siguiente incorporaremos a este análisis los factores vinculados con la situación específica de los entrevistados. Intentaremos, entonces, una mirada orientada a describir cómo los usuarios se relacionan con internet a partir de actividades o procesos individuales.

En este sentido, nos preguntaremos hasta qué punto el conocimiento sobre internet tiene una importancia similar para personas y grupos distintos. El supuesto será que dentro de los usuarios hay diferencias en la valoración de internet como tema de conocimiento; diferencias que, desde nuestra perspectiva, se manifestarán en el tipo de relación que establecen con ella.

## 2. Factores situacionales que condicionan el conocimiento de los usuarios

Como hemos observado en el apartado anterior, entre los usuarios existen condiciones estructurales que los diferencian en sus grados de conocimiento informático. Desde la postura de Tichenor y colaboradores, estos factores actuarían siempre ampliando las distancias entre ellos.

Sin embargo, la interpretación de la brecha a partir de diferencias en la situación específica permite ampliar la comprensión del problema al considerar el papel que cumplen la motivación por adquirir conocimiento y la funcionalidad que le adjudican los diferentes usuarios.

Según esta postura, cuando la motivación para adquirir información se incrementa, la brecha podría disminuir, e incluso no cristalizarse.

La hipótesis de la situación específica indicaría que cuando las características estructurales están bajo control, los aspectos motivacionales son los que tendrían efectos sustanciales e independientes sobre los niveles de conocimiento.

Por lo tanto, si consideramos a la motivación como factor condicionante, debemos preguntarnos si:

**los usuarios más motivados o para los cuales el conocimiento informático es funcional adquirirán más conocimientos y desarrollarán mayores habilidades informáticas que los no motivados o aquellos para los cuales esos conocimientos y habilidades informáticas no son funcionales.**

Asimismo, a partir del hallazgo sobre la incidencia del sexo en el conocimiento de internet nos propusimos prestar particular atención a la acción de la motivación en el segmento de usuarias.

## 2.1. La motivación y su incidencia en los niveles de conocimiento informático

...no puedo enunciar los motivos de mi acción sin vincular esos motivos con la acción de la cual son el motivo.

Paul RICOEUR,  
*El proyecto y la motivación*

La motivación, que, como sabemos, es un concepto intangible, requirió de caminos indirectos para ser definida.

Por lo tanto, se definió la motivación a partir de tres dimensiones: antigüedad de uso de internet, cantidad de horas semanales de conexión e iniciativa de conexión de internet en la casa.<sup>10</sup> Esta definición se ubica dentro de la dimensión *conductual* según la distinción que hicieron Chew y Palmer (1994).<sup>11</sup> Para estos autores, este tipo de definición permite medir la implicancia que un tema o entidad tiene para una persona a partir de las actividades que la misma ejecuta en relación con ese tema o entidad.

Como se verá, esta forma de precisar motivación permitió describir la relación de los usuarios con internet, considerando tanto acciones del presente como del pasado.

Se midieron, pues, los aspectos de la siguiente manera:

La primera dimensión consideró cuánto tiempo de uso de internet tenían los entrevistados y a partir de este dato se los organizó en *principiantes, entrenados y veteranos*.

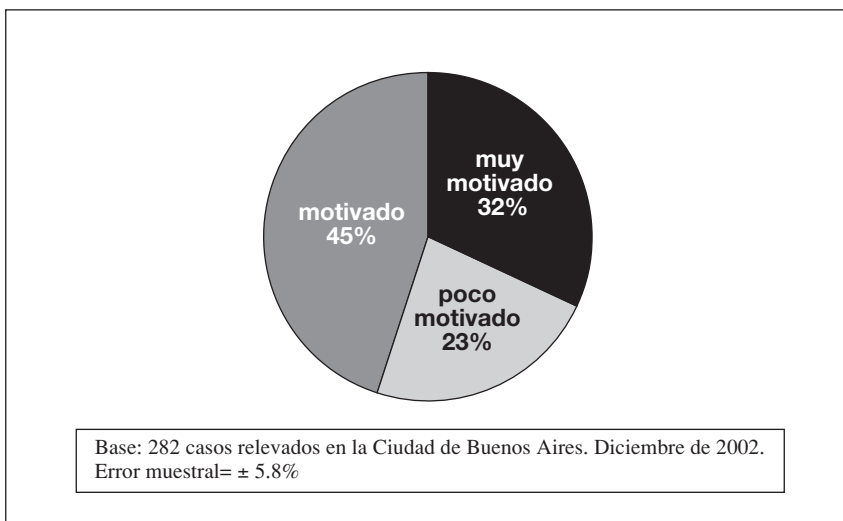
La segunda dimensión clasificó a los usuarios a partir de la cantidad de horas semanales que se conectaban a internet, distinguiendo entre *ocasionales, regulares, frecuentes y muy frecuentes*.

La tercera dimensión distinguió a los usuarios entre los que *habían tenido o no* la iniciativa de instalar internet en el hogar.

La combinación de las dimensiones anteriores permitió distribuir a los usuarios según su motivación, como muestra el Gráfico XII, en *poco motivados, motivados y muy motivados*.

10. Véanse págs. 145-146.

11. Las otras dos dimensiones definidas por estos autores eran la cognitiva y la afectiva. Véase Primera parte, págs. 50-51.

*Gráfico XII***Niveles de motivación de los usuarios**

No se consideró un subgrupo de no motivados, por interpretar que el ser usuario implicaba, en sí mismo, algún grado de motivación.

Antes de relacionar la motivación de los entrevistados con su conocimiento informático, que es el objetivo de este capítulo, nos preguntamos si los aspectos estructurales que se han venido analizando en esta investigación –nivel económico social, su componente educación, edad y sexo– tenían algún grado de asociación con la motivación y cada uno de sus componentes.

Tabla 12

**Factores estructurales y motivación**

<b>Factores Estructurales</b>	<b>Motivación horas de</b>	<b>Cantidad de conexión</b>	<b>Antigüedad de uso</b>	<b>Iniciativa de Conexión en el hogar</b>
<b>Nivel económico social</b>	.357**	.191	.467**	.285*
<b>Educación</b>	.264**	.078	.434**	.286*
<b>Edad</b>	.052	-.123	.050	.010
<b>Sexo</b>	.199	.152	-.335*	.224

Coeficiente Gamma: \*\* significación .000; \* significación .001

El análisis de los coeficientes de la Tabla 12 permite insinuar que la motivación está asociada con el nivel económico social y su componente, educación.

Respecto a las dimensiones de motivación, la antigüedad en el uso de internet es el que tiene un grado más alto de asociación con el nivel económico social, la educación y el sexo. En cuanto a la iniciativa de conexión, también está asociada, aunque en menor grado, con el nivel económico social.

La información anterior permite inferir que, así como habíamos señalado, en concordancia con otros autores Castells (2001), Morahan-Martín (2002), Lee, Li-Shuan Wang y Bolls (2002), que el pertenecer a un nivel económico social medio o alto, tener mayor educación y ser varón serían condiciones que facilitan las relaciones con internet y, en consecuencia, algunos segmentos sociales tendrían la oportunidad de ser usuarios de internet antes que otros, reiterando pautas de adopción descriptas también al implantarse otros medios de comunicación como la radio y la televisión.

También entre los usuarios, según las asociaciones encontradas, el nivel económico social, la educación y el sexo, serían, siguiendo a Etema y Kline, los *factores relativos a la audiencia* que permitirían describir diferencias en la motivación de los usuarios de internet (ETTEMA Y KLINE, 1977: 183).

Una reflexión particular nos merece la asociación encontrada entre antigüedad de uso y sexo (Gamma -.335). La misma nos lleva, una vez más, a interpretar a las brechas de conocimiento informático entre varo-

nes y mujeres a partir de diferencias en el tiempo de adopción de esta tecnología. Lo que estaría caracterizando a los varones como más innovadores y, por lo tanto, inclinados a adoptar internet antes que las mujeres.

Si bien reconocemos que estas desiguales situaciones de acceso y uso de internet pueden afectar la motivación de los usuarios, nuestro supuesto es que dichos condicionantes no son de modo alguno irreversibles.

En los puntos siguientes nos proponemos indagar cuál es el papel que cumple la motivación en relación con el conocimiento informático.

## 2.2. La motivación y los niveles de conocimiento informático-teórico

Con el objeto de comprobar si la motivación de los usuarios condicionaba el grado de conocimiento informático-teórico, se relacionaron ambos conceptos y se observaron las tendencias reflejadas en el Cuadro 16.

### Cuadro 16

#### Conocimiento informático-teórico según motivación

		Motivación			Total
		Poco motivado	Motivado	Muy motivado	
Conocimiento informático-teórico	Bajo	29 45.0%	19 15.0%	3 4.0%	51 18.0%
	Medio	29 45.0%	58 46.0%	24 26.0%	111 39.0%
	Alto	6 10.0%	50 39.0%	64 70.0%	120 43.0%
<b>Total</b>		<b>64</b> <b>100.0%</b>	<b>127</b> <b>100.0%</b>	<b>91</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

A medida que la motivación es mayor, también es mayor el nivel de conocimiento informático-teórico. El 70% de los muy motivados tie-

nen un grado alto de conocimiento. Por otra parte, el 90% de los poco motivados se ubican, en proporciones iguales, entre los niveles de conocimiento bajo y medio. Además, se puede señalar que sólo tres usuarios entre los 91 del subgrupo más motivado se ubicaron en conocimiento bajo. Si bien las bajas frecuencias en esta distribución diagonal no permiten lecturas apropiadas, sugieren la tendencia de la diagonal opuesta.

El subgrupo de motivados, aunque en menor proporción, se asemeja en la distribución de conocimiento al subgrupo muy motivado.

En conclusión, se observa una fuerte asociación directa entre motivación alta y conocimiento informático-teórico alto y entre poca motivación y conocimiento bajo (Gamma .675 sig. .000). Lo que nos permite inferir que existe una estrecha vinculación entre la motivación de los usuarios y el conocimiento teórico que ellos tienen sobre internet.

### 2.3. La motivación y los niveles de conocimiento informático-práctico

En un segundo momento, se estudió la relación entre el conocimiento informático-práctico y la motivación (Gamma .671 sig. .000).

#### Cuadro 17

#### Conocimiento informático-práctico según motivación

		Motivación			Total
		Poco motivado	Motivado	Muy motivado	
Conocimiento informático-práctico	Bajo	36 56.0%	39 31.0%	7 8.0%	82 29.0%
	Medio	27 42.0%	71 56.0%	43 47.0%	141 50.0%
	Alto	1 2.0%	17 13.0%	41 45.0%	59 21.0%
<b>Total</b>		<b>64</b> <b>100.0%</b>	<b>127</b> <b>100.0%</b>	<b>91</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

A partir de los datos del Cuadro 17, resulta interesante señalar que el porcentaje de usuarios del subgrupo muy motivado con conocimiento práctico alto es del 45%, en comparación con el 70% de la misma relación en el conocimiento teórico. Igual desplazamiento se observa en el resto de las categorías de motivación. Lo que indicaría que hay mayor nivel de conocimiento teórico que práctico.

Por otra parte, sigue manteniéndose la distribución diagonal que relaciona conocimiento bajo con poca motivación y conocimiento alto con alto grado de motivación.

Es interesante, pues, señalar que el acceso al conocimiento práctico es menos prevalente que el teórico aun en los usuarios muy frecuentes y veteranos (características de los muy motivados).

Este grado de dificultad no implica que estos usuarios no usen algunas herramientas que no pueden caracterizar; por ejemplo, pueden buscar información por *Yahoo* o bajar música, pero sin poder definir qué es un buscador o qué es Mp3. Por lo tanto, cuando el tipo de conocimiento requerido es más complejo, se reduce el número de usuarios con grado alto de conocimiento.<sup>12</sup>

En síntesis, el grado sustancial de asociación directa entre conocimiento práctico y motivación permite inferir también que la motivación condiciona diferencias en el conocimiento práctico de los usuarios.

12. Estos datos parecerían reafirmar lo observado en el segmento de usuarios: el conocimiento práctico requiere mayores habilidades que el teórico. Como señalamos al relacionar conocimiento teórico alto con conocimiento práctico alto, mientras que el 93% de los usuarios con grado alto de conocimiento práctico tienen conocimiento teórico alto, sólo el 43% de los usuarios con conocimiento teórico alto tiene ese nivel de conocimiento práctico (véanse págs. 212-214), lo que indicaría una brecha de aproximadamente el 50% entre ambas formas de conocimiento. En esa línea, se buscó analizar de qué manera la motivación podría actuar modificando dicha distancia. Para eso se consideró solamente al subgrupo muy motivado y se observó que el 95% con conocimiento práctico alto (41 usuarios) tenía conocimiento teórico alto mientras que el 61% con conocimiento teórico alto (64 usuarios) tenía conocimiento práctico alto, lo cual muestra que, en esta forma particular de análisis, la distancia es del 34%. Esto parece indicar que la motivación podría actuar no sólo en alguna de las formas del conocimiento sino que actúa disminuyendo la distancia generada entre ambos tipos, haciéndose más evidente en el conocimiento teórico, donde un mayor número de usuarios puede alcanzar el grado alto de conocimiento práctico, que consideramos de mayor complejidad.

#### 2.4. *Interrelación entre dimensiones de motivación y conocimiento general*

Al medir (Tabla 13) la relación entre los componentes de la motivación y los propios del conocimiento general, los índices indicaron un mayor grado de asociación entre conocimiento teórico y tiempo de usuario, por un lado, y entre conocimiento práctico y cantidad de horas semanales de conexión, por el otro.

*Tabla 13*

#### **Tipos de conocimiento y componentes de motivación**

	<b>Conocimiento teórico</b>	<b>Conocimiento práctico</b>
<b>Antigüedad de uso de internet</b>	.638**	.563**
<b>Cantidad de horas semanales de conexión</b>	.528**	.590**
<b>Iniciativa de conexión de internet en la casa</b>	.516**	.511**

Gamma\*\* Significación .000

Mientras que no se observaron diferencias con la iniciativa de conexión de internet en la casa y tipo de conocimiento.

#### 2.5. *Índice de conocimiento general de los usuarios*

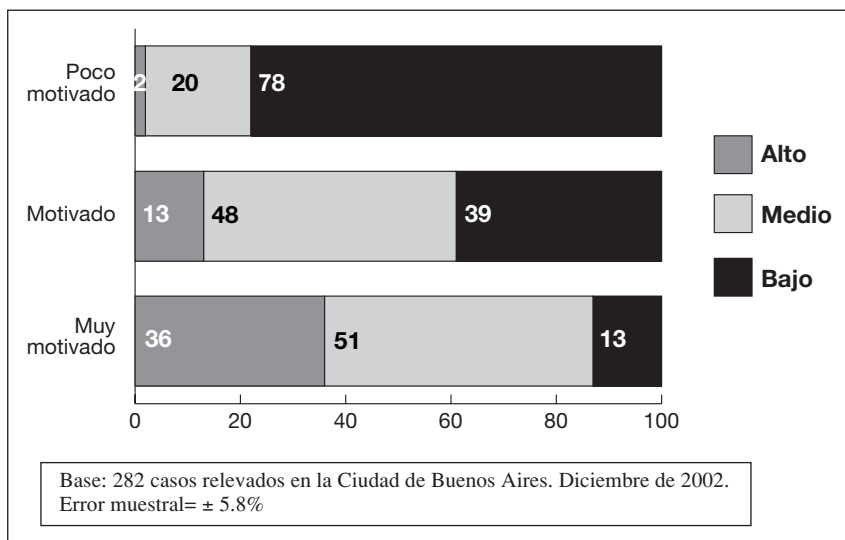
El índice de conocimiento general de los usuarios combinó, como se ha explicado,<sup>13</sup> los índices de conocimiento informático-teórico y práctico.

Al relacionarlo con motivación, se comprobó una vez más la asociación fuerte entre ambos aspectos (Gamma .686 sig. .000). La motivación alta se asocia al conocimiento alto y la poca motivación al conocimiento bajo.

13. Véase págs. 142-143.

## Gráfico XIII

## Niveles de conocimiento según grados de motivación



Como se observa en el Gráfico XIII, mientras el 78% de los usuarios poco motivados tiene nivel bajo de conocimiento general, sólo el 13% de los muy motivados se ubican en ese grado de conocimiento. Por otra parte, mientras que el 87% de los usuarios muy motivados tiene conocimiento general medio y alto, el 22% de los poco motivados tienen conocimiento medio (20%) y alto (2%).

Con estos datos se puede inferir que la motivación condiciona el conocimiento general que los usuarios tienen de internet. Por lo que este factor *situacional* define brechas entre los usuarios a partir del tipo de conocimiento que ellos desarrollan.

Los datos con los que contamos en la presente investigación, sin embargo, no nos permiten saber qué es lo que despierta la motivación. Haber encontrado asociación entre la motivación y el conocimiento no significa que las brechas en el conocimiento hayan sido explicadas adecuadamente. Estos resultados nos sugieren una serie de interrogantes complementarios: ¿Qué significa el conocimiento de internet para los diferentes grupos? ¿Cuál es el valor de ese conocimiento para ellos? ¿Cuáles son las diferencias en los procesos de la construcción de ese conocimiento en los diferentes segmentos sociales? Y ¿cómo estas

cuestiones repercuten en la motivación? Por el momento, baste señalar que aquí se abre una amplia línea de investigación futura.

La motivación estaría entonces condicionando sustancialmente el conocimiento informático de los usuarios; por lo que el siguiente paso fue tratar de conocer las características de los usuarios según sus grados de motivación. Para este análisis, se delineó el perfil de los segmentos polares –poco y muy motivados–, para mostrar con mayor claridad las diferencias.

## 2.6. Caracterización de usuarios según motivación

### Perfil de usuarios

<b>Poco motivados</b>	<b>Muy motivados</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• más de la mitad no tiene internet en la casa (30% se conecta en locutorios o cibercafés y 11% sólo en el trabajo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 92% se conecta a internet desde su casa</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 de cada 10 son varones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 de cada 10 son varones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 15% es de nivel económico social alto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 40% es de nivel económico social alto</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 34% tiene estudios terciarios y universitarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 56% tiene estudios terciarios y universitarios</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 50% aprendió a usar internet por iniciativa propia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 85% aprendió a usar internet por iniciativa propia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 40% está interesado en recibir más información sobre internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 60% está interesado en recibir más información sobre internet</li> </ul>

En síntesis, podemos señalar que los usuarios con mayor motivación en general son: varones más educados y de nivel económico social medio y alto que se conectan desde sus casas. Han aprendido a usar internet por iniciativa personal y están más interesados en informarse sobre temas vinculados con esta tecnología.

### 3. La motivación y la intervención de los factores estructurales

A partir de la comparación de las características de los usuarios poco motivados con los muy motivados, nos preguntamos si los factores estructurales analizados en esta investigación –nivel económico social, edad y sexo– que parecían tener significativa importancia tendrían la

*Cuadro 18*

#### Conocimiento informático-general según motivación por nivel económico social

		Motivación			Total	
		Poco motivado	Motivado	Muy motivado		
<b>Bajo</b>	<b>Conocimiento informático general</b>	<b>Bajo</b>	20 83.0%	11 58.0%	2 17.0%	<b>33</b> <b>60.0%</b>
		<b>Medio</b>	3 13.0%	7 37.0%	6 50.0%	<b>16</b> <b>29.0%</b>
		<b>Alto</b>	1 4.0%	1 5.0%	4 33.0%	<b>6</b> <b>11.0%</b>
	<b>Total</b>	<b>24</b> <b>100.0%</b>	<b>19</b> <b>100.0%</b>	<b>12</b> <b>100.0%</b>	<b>55</b> <b>100.0%</b>	
<b>Medio</b>	<b>Conocimiento informático general</b>	<b>Bajo</b>	20 67.0%	27 36.0%	4 9.0%	<b>51</b> <b>34.0%</b>
		<b>Medio</b>	10 33.0%	38 50.0%	25 58.0%	<b>73</b> <b>49.0%</b>
		<b>Alto</b>		11 14.0%	14 33.0%	<b>25</b> <b>17.0%</b>
	<b>Total</b>	<b>30</b> <b>100.0%</b>	<b>76</b> <b>100.0%</b>	<b>43</b> <b>100.0%</b>	<b>149</b> <b>100.0%</b>	
<b>Alto</b>	<b>Conocimiento informático general</b>	<b>Bajo</b>	10 100.0%	11 34.0%	6 16.7%	<b>27</b> <b>35.0%</b>
		<b>Medio</b>		16 50.0%	15 42.0%	<b>31</b> <b>40.0%</b>
		<b>Alto</b>		5 16.0%	15 42.0%	<b>20</b> <b>26.0%</b>
	<b>Total</b>	<b>10</b> <b>100.0%</b>	<b>32</b> <b>100.0%</b>	<b>36</b> <b>100.0%</b>	<b>78</b> <b>100.0%</b>	

misma influencia a la hora de interpretar el valor de la motivación en el conocimiento sobre internet de los usuarios.

Por lo que, en primer lugar, se hizo intervenir al nivel económico social en la relación motivación y conocimiento.<sup>14</sup>

Los datos del cuadro 18 admiten diferentes niveles de lectura.

En la categoría de nivel económico social bajo,<sup>15</sup> mientras que el 83% de los usuarios poco motivados<sup>16</sup> tiene conocimiento-general bajo, el mismo porcentaje (83%, 10 casos de 12) de los muy motivados se ubica en los grados medio y alto de conocimiento. En el segmento medio de motivación, casi el 60% tiene conocimiento bajo. Por lo que en el nivel económico social bajo, la poca motivación se asocia al conocimiento bajo.

En el nivel económico social medio,<sup>17</sup> los poco motivados se distribuyen entre los niveles de conocimiento medio y bajo; entre los motivados, el 86% se ubica en los mismos grados de conocimiento. Mientras que el 90% de los muy motivados se distribuye entre los niveles medio y alto.

En el subgrupo de nivel económico social alto,<sup>18</sup> el 100% de los usuarios poco motivados tiene bajo conocimiento, y el 84% de los muy motivados tiene conocimiento medio y alto.

En síntesis, al hacer intervenir al nivel socioeconómico, la fuerte asociación entre motivación y conocimiento general de los usuarios se clarifica al advertirse que los poco motivados de todos los segmentos socioeconómicos se concentran en el grado bajo de conocimiento. En tanto que los muy motivados, cualquiera sea su nivel económico social, tienen una distribución semejante en los diferentes grados de conocimiento, con una tendencia a concentrarse en los niveles medio y alto.

14. Importa aclarar que, como era de esperar, al cruzar estas tres variables la dispersión es mayor y las frecuencias menores. Por eso, en algunos casos se tomarán frecuencias absolutas, sólo para consignar posibles tendencias.

15. Asociación de nivel económico social bajo, tipo de motivación y grados de conocimiento: Gamma .710 sig. .000.

16. En este segmento particular, teniendo en cuenta que las dimensiones combinadas para definir motivación tienen mucho que ver con el acceso, era de suponer una brecha significativa entre los poco motivados y muy motivados en el conocimiento bajo.

17. Asociación de nivel económico social medio, tipo de motivación y grados de conocimiento: Gamma .643 sig. .000.

18. Asociación de nivel económico social alto, tipo de motivación y grados de conocimiento: Gamma .686 sig. .000.

Es decir que, *independientemente del nivel económico social, la mayor motivación es lo que se asocia al mayor conocimiento.*

El conocimiento de los motivados tiende a asimilarse en el segmento económico social bajo a los poco motivados y en los segmentos medio y alto a los muy motivados.

En síntesis, pareciera que los poco motivados, a pesar de pertenecer a los segmentos de nivel económico social medio y alto, no pueden alcanzar un grado alto de conocimiento. Lo que sugeriría que la motivación diferencia más que el nivel socioeconómico el conocimiento sobre internet. Esto corrobora que los muy motivados alcanzan prácticamente el grado alto de conocimiento independientemente del nivel económico social.

Estos resultados se alinean con la hipótesis de la *situación específica* (Ettema y Kline, Genova y Greemberg, Lovrich y Pierce, Chew y Palmer, Viswanath y Finnegan) cuando enuncia que si las características propias del nivel económico social están bajo control, los indicadores motivacionales tienen efectos sustanciales e independientes sobre los niveles de conocimiento.

En una segunda etapa, se hizo intervenir la variable edad, y para evitar las frecuencias bajas por celda, se agrupó la edad en dos valores: hasta 40 años y desde 41 y más. El siguiente cuadro muestra cómo se distribuyeron los usuarios.

Cuadro 19

## Conocimiento informático-general según motivación por edad

Edad de dos valores		Motivación			Total	
		Poco motivado	Motivado	Muy motivado		
Hasta 40 años	Conocimiento informático general	Bajo	29 73.0%	28 32.0%	10 14.0%	67 34.0%
		Medio	10 25.0%	48 55.0%	35 51.0%	93 47.0%
		Alto	1 3.0%	12 17.0%	24 35.0%	37 19.0%
	Total	40 100.0%	88 100.0%	69 100.0%	197 100.0%	
41 años y más	Conocimiento informático general	Bajo	21 88.0%	21 54.0%	2 9.0%	44 52.0%
		Medio	3 12.0%	13 33.0%	11 50.0%	27 32.0%
		Alto		5 13.0%	9 41.0%	14 16.0%
	Total	24 100.0%	39 100.0%	22 100.0%	85 100.0%	

Los datos confirman que, independientemente de la edad, los muy motivados tienen una distribución semejante.

Como dato, podemos señalar que en el subgrupo de motivados, mientras que el 32% de los más jóvenes tiene conocimiento bajo, el 54% de los mayores de 41 años tiene ese grado de conocimiento. Esta comparación, lo mismo que la distribución de los poco motivados (73% jóvenes y 88% de mayores) en el conocimiento bajo, ayuda a interpretar las diferencias en los grados de asociación entre la motivación y el conocimiento, entre usuarios jóvenes (Gamma .626 sig. .000) y mayores (Gamma .792 sig. .000), por lo cual el grado de asociación entre motivación y conocimiento es más fuerte en los de mayor edad.

Si volvemos a vincular estos resultados con la hipótesis de la *situación específica*, podríamos decir que cuando la edad está bajo control, la motivación puede contrarrestar su impacto en relación con el conocimiento informático.

Al estudiar la variable sexo (Cuadro 20), se observó que en el seg-

mento de muy motivados la proporción de varones con conocimiento alto (47%) era mayor que la proporción de mujeres (19%), y que en ese mismo subgrupo, pero con conocimiento general bajo, se daba la relación inversa (varones 7% y mujeres 22%). Mientras que en el segmento de motivados había mayor proporción de mujeres (53%) que de varones (26%) en el grado bajo de conocimiento informático.

Cuadro 20

**Conocimiento informático-general según motivación por sexo**

Sexo			Motivación			Total
			Poco motivado	Motivado	Muy motivado	
Varones	Conocimiento informático general	Bajo	21 75.0%	18 26.0%	4 7.0%	<b>43</b> <b>28.0%</b>
		Medio	6 21.0%	38 55.0%	25 46.0%	<b>69</b> <b>45.0%</b>
		Alto	1 4.0%	13 19.0%	26 47.0%	<b>40</b> <b>26.0%</b>
	<b>Total</b>	<b>28</b> <b>100.0%</b>	<b>69</b> <b>100.0%</b>	<b>55</b> <b>100.0%</b>	<b>152</b> <b>100.0%</b>	
Mujeres	Conocimiento informático general	Bajo	29 81.0%	31 53.0%	8 22.0%	<b>68</b> <b>52.0%</b>
		Medio	7 18.0%	23 40.0%	21 58.0%	<b>51</b> <b>39.0%</b>
		Alto		4 7.0%	7 19.0%	<b>11</b> <b>9.0%</b>
	<b>Total</b>	<b>36</b> <b>100.0%</b>	<b>58</b> <b>100.0%</b>	<b>36</b> <b>100.0%</b>	<b>130</b> <b>100.0%</b>	

El análisis anterior marca una asociación fuerte entre motivación y conocimiento general en ambos sexos (mujeres: Gamma .650 sig. .000 y varones: Gamma .703 sig. .000), aunque los datos señalados permitirían interpretar, también en este caso, algunas diferencias a favor de los varones.

Por lo que también con respecto al sexo, y en concordancia con la hipótesis de la *situación específica*, podríamos decir que cuando el mismo está bajo control, los indicadores motivacionales tienen efectos

sustanciales e independientes sobre los niveles de conocimiento informático.

En conclusión, la motivación es un factor situacional que condiciona el conocimiento que los usuarios tienen sobre internet. Los factores estructurales, en situaciones particulares, pueden acentuar el grado de relación, que es fuerte igualmente en todos los casos.

#### **4. La motivación de los usuarios y la funcionalidad otorgada a internet**

El concepto de funcionalidad aparece en la teoría del distanciamiento social de la información siempre asociado con el concepto de motivación,<sup>19</sup> y ambos son designados como aspectos que reducen las brechas de conocimiento.

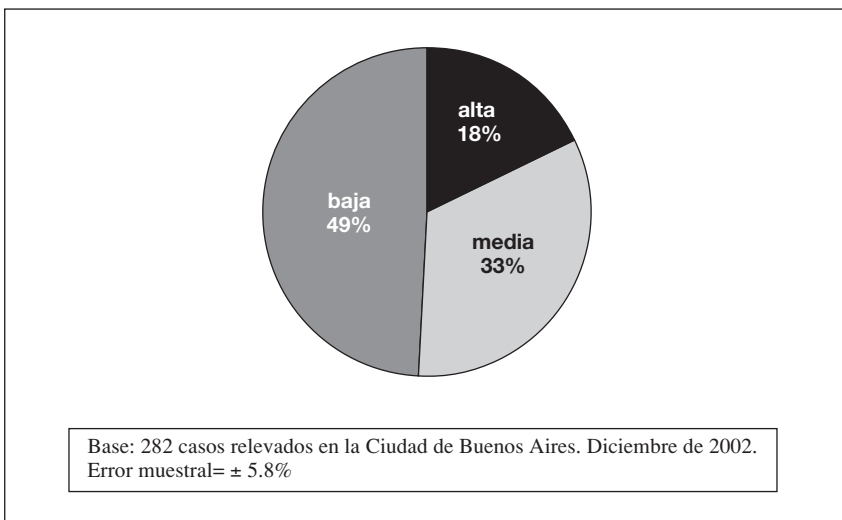
Sin embargo, todos los trabajos consultados se focalizaron en la motivación y ninguno operacionalizó a la funcionalidad, ni tampoco la relacionó de modo aislado con el conocimiento. En consecuencia, el presente apartado tiene como objetivo indagar este aspecto.

Con el propósito de conocer cómo percibían los usuarios la funcionalidad de internet en su vida cotidiana y definiendo funcionalidad como utilidad, se generó un índice que ayudó a clasificar a los usuarios entre quienes le otorgaban baja, media y alta funcionalidad (Gráfico XIV) según la intensidad con la que realizaban algunas actividades y su percepción sobre las posibilidades de esa herramienta.

Dicho índice combinó las siguientes preguntas:

- si los entrevistados visitaban sitios en otro idioma y/o en otro país
- si internet había modificado su manera de informarse
- si consideraban que internet les permitía resolver numerosas situaciones diarias

19. Véase Primera parte, págs. 40-45.

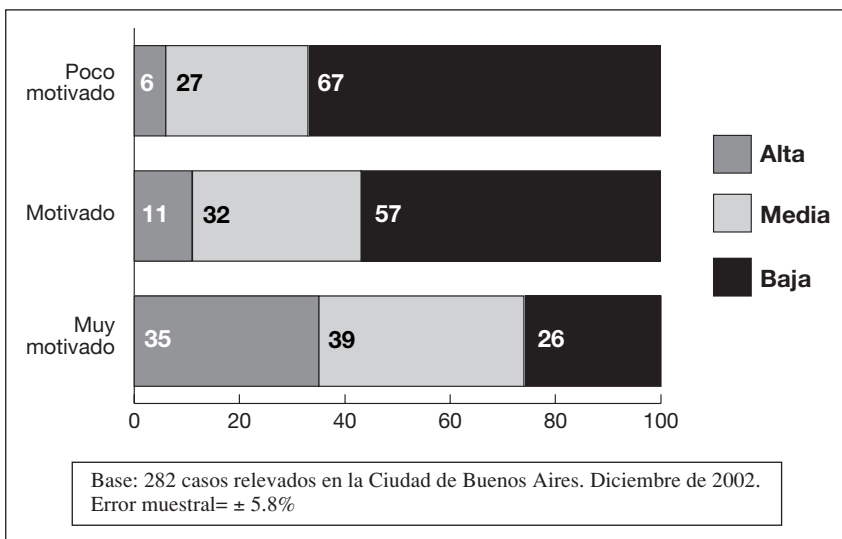
*Gráfico XIV***Funcionalidad otorgada a internet**

Conocida la distribución de los usuarios según la funcionalidad otorgada a internet, examinamos cómo la misma se asociaba a la motivación debido a que siempre se las presentaba juntas y relacionadas con el conocimiento. El supuesto fue que los más motivados serían quienes reconocieran un mayor número de beneficios en esta tecnología.

Como se observa en el Gráfico XV, mientras que 7 de cada 10 usuarios muy motivados percibió a internet con una funcionalidad entre media y alta, una proporción similar (67%) de los poco motivados consideró que la funcionalidad de internet era baja y más de la mitad de los motivados mostraron una opinión semejante.

## Gráfico XV

## Funcionalidad según grados de motivación



Por otra parte, los datos mostraron que cuanto mayor es la motivación, mayor es la percepción de utilidad de internet (Gamma .493 sig. .000). Esto se corresponde con las opiniones vertidas por los muy motivados, que expresaron que habitualmente se conectaban con sitios en otros idiomas o de otros países (53%), que internet les resolvía a diario un gran número de situaciones (89%) y que había cambiado totalmente su manera de informarse (41%).

Las razones dadas para sostener esta última opinión fueron que internet:

1. aumentó sus fuentes de información (53%),
2. aceleró e hizo instantáneo el proceso informativo (15%),
3. reemplazó a otros medios informativos (11%),
4. facilitó el acceso a todo tipo de información (11%),
5. permitió obtener información libremente (9%).

En síntesis, si la motivación se asocia a la percepción que los usuarios tienen sobre la funcionalidad de internet, y esta última a la motivación, podemos suponer que ambos conceptos se retroalimentan y condicionan el conocimiento informático.

A partir de allí, nos preguntamos cómo la atribución de mayor o menor funcionalidad otorgada a esta tecnología condicionaba el conocimiento informático de los usuarios.

*Cuadro 21*

**Conocimiento informático-general según funcionalidad**

		Funcionalidad			Total
		baja	media	alta	
<b>Conocimiento informático general</b>	<b>Bajo</b>	78 56.0%	24 26.0%	9 18.0%	<b>111</b> <b>39.0%</b>
	<b>Medio</b>	51 37.0%	50 54.0%	19 38.0%	<b>120</b> <b>42.0%</b>
	<b>Alto</b>	10 7.0%	19 20.0%	22 44.0%	<b>51</b> <b>18.0%</b>
<b>Total</b>		<b>139</b> <b>100.0%</b>	<b>93</b> <b>100.0%</b>	<b>50</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

Como observamos en el Cuadro 21, la funcionalidad baja se asocia al conocimiento bajo y la funcionalidad alta al conocimiento alto (Gamma .552 sig. .000). Asimismo, más de la mitad de los usuarios que atribuyen a internet una funcionalidad media tienen un grado medio de conocimiento. Lo que estaría sugiriendo la asociación directa entre funcionalidad y conocimiento informático de los usuarios.

Por lo que podemos considerar que la funcionalidad atribuida a internet es una *situación específica* que, cuando los factores estructurales están bajo control, puede tener efectos sustanciales e independientes sobre el conocimiento de los usuarios.

Lo expuesto en relación con la motivación y la funcionalidad nos lleva a coincidir con Ettema y Kline en que las brechas entre los diferentes segmentos pueden disminuir no sólo por características del mensaje, sino también por factores que caracterizan a la audiencia (ETTEMA Y KLINE, 1977: 189).

## 5. Los usuarios. Consideraciones preliminares sobre el condicionamiento de los factores situacionales

Con la intención de ajustar los resultados del presente apartado, se obtuvieron los conocimientos promedios de los usuarios según los diferentes componentes que se usaron para construir el índice de motivación. El objetivo fue comprender mejor los grados de conocimiento a partir de la antigüedad en el uso de internet, la cantidad de horas semanales de conexión y la iniciativa de instalar esta tecnología en sus hogares.

En primer término, observamos (Tabla 14) que la antigüedad como usuario distingue el conocimiento informático: mientras los *veteranos* registran los promedios más altos en cada tipo de conocimiento, los *principiantes* tienen los promedios más bajos. Por lo tanto, el incremento en los años de uso de internet es directamente proporcional al conocimiento.

Tabla 14

### Antigüedad de uso y tipos de conocimiento

Características de usuarios según la antigüedad de uso de internet	Conocimiento informático-teórico	Conocimiento informático-práctico	Conocimiento informático-general
<b>Principiantes</b>	17.0 ± 11.4 * •	8.9 ± 6.3 * •	25.9 ±15.7 * •
<b>Entrenados</b>	29.3 ± 15.5 * ≡	13.7 ± 6.4 * ≡	42.8 ± 20.1 * ≡
<b>Veteranos</b>	40.0 ± 11.4 *≡	19.2 ± 8.0 *≡	59.3 ±17.3 *≡

\* Principiantes vs. entrenados (.000)

• Principiantes vs. veteranos (.000)

≡ Entrenados vs. veteranos (.000)

Los iniciadores en la formulación de la hipótesis de las brechas de conocimiento recurrirían a los conocimientos previos para interpretar esta distribución desigual del conocimiento (TICHENOR, DONOHUE Y OLIEN, 1970; KATZMAN, 1974; ETTEMA Y KLINE, 1977).

Ellos sostuvieron, a pesar de no haber realizado estudios longitudinales, que el escaso desarrollo de habilidades en el pasado condicionaba la adquisición de conocimientos en el presente. Desde nuestros resultados, podríamos inferir que los *veteranos*, por haber adoptado antes internet, han tenido un desarrollo previo que posibilita mayores habilidades informáticas y, por ende, un mayor conocimiento, distanciándose de esta manera de los *principiantes*.

También sostuvieron que la falta de motivación en el pasado obstaculizaba la incorporación de conocimientos en el presente. Creemos que para sostener dicha afirmación desde nuestra perspectiva sería necesario efectuar un nuevo estudio a *posteriori*, aplicando una metodología semejante que nos permitiría quizás conocer si los poco motivados en 2002 seguirán con el tiempo teniendo un grado bajo de conocimiento.

En segundo término, se analizó si las horas semanales de uso de internet generan diferencias en el conocimiento informático de los usuarios. Como dato, señalamos que el tiempo promedio general de conexión de los usuarios de la muestra fue de  $9.7 \pm 12.1$  horas semanales.<sup>20</sup>

20. Discriminando por la tipología de tiempo de uso semanal, se observó que: los usuarios ocasionales tenían un promedio de conexión de  $1.4 \pm 0.5$  horas; los regulares de  $4.7 \pm 1.5$  horas, los frecuentes de  $12.5 \pm 4.2$  horas y los muy frecuentes de  $38.1 \pm 14.1$  horas.

Tabla 15

**Intensidad de uso y tipos de conocimiento**

Características de usuarios según su relación con internet	Conocimiento informático-teórico	Conocimiento informático-práctico	Conocimiento informático-general
<b>Ocasionales</b>	<b>19.6</b> ± 13.5 * • #	<b>9.2</b> ± 5.6 * • #	<b>28.9</b> ±17.7 * • #
<b>Regulares</b>	<b>30.7</b> ±15.8 * ≡ ⊥	<b>13.7</b> ± 7.4 * ≡ ⊥	<b>44.4</b> ± 20.8 * ≡ ⊥
<b>Frecuentes</b>	<b>33.2</b> ±13.5 • φ ⊥	<b>16.0</b> ± 6.7 • φ ≡	<b>49.3</b> ±18.0 • φ ⊥
<b>Muy frecuentes</b>	<b>42.4</b> ± 12.4 # ≡ φ	<b>22.1</b> ± 6.1 # ≡ φ	<b>64.6</b> ±16.8 # ≡ φ

\* Ocasionales vs. regulares (.000)

# Ocasionales vs. muy frecuentes (.000)

φ Frecuentes vs. muy frecuentes (.000)

⊥ Regulares vs. frecuentes (No sig.)

• Ocasionales vs. frecuentes (.000)

≡ Regulares vs. muy frecuentes (.000)

≡ Regulares vs. frecuentes (.029)

Los resultados de la Tabla 15 parecen indicar que a medida que se incrementa el número de horas de conexión, aumenta el grado de conocimiento informático, y que existen diferencias estadísticamente significativas entre todos los grupos a excepción del grupo de usuarios *regulares* (3 a 7 horas) respecto del de usuarios *frecuentes* (8 a 24 horas) en el conocimiento informático-teórico y, consecuentemente, en el conocimiento general.

Una posible interpretación sería que aquellos usuarios con conexiones de 3 a 24 horas semanales tienen un conocimiento teórico homogéneo, o sea, pueden reconocer, recordar y definir un número similar de términos pertenecientes al código informático; sin embargo, a la hora de ser evaluados en el conocimiento práctico, los que más tiempo semanal se conectan desarrollan mayores habilidades referidas a acciones concretas que los que se conectan menos, por lo que ese tipo de

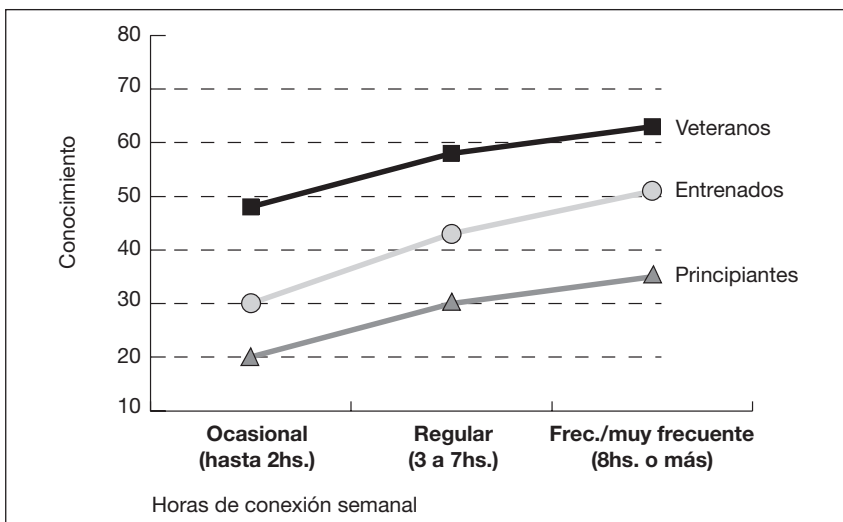
conocimiento es más alto en los usuarios frecuentes que en los regulares.<sup>21</sup>

En consecuencia, diríamos que el conocimiento informático se incrementa en forma directamente proporcional con el tiempo de conexión.

En relación con la antigüedad como usuario y el tiempo de conexión semanal, y siguiendo una vez más a Ettema y Kline cuando sostuvieron que “la percepción de dominio de determinada información puede desmotivar a los grupos más avanzados a seguir contactándose con ella” (ETTEMA Y KLINE, 1977: 198), se analizaron (Gráfico XVI) los comportamientos de conocimiento promedio y se observó que: a) el mayor conocimiento se da entre aquellos con mayor antigüedad y mayor cantidad de horas de uso; b) las horas de uso incrementan de mane-

Gráfico XVI

**Conocimiento según antigüedad y horas de conexión semanal**



21. Un segundo comentario sería que este hallazgo, en la comparación de estos dos subgrupos particulares, esté indicando que se requeriría una modificación en el punto de corte de las horas para considerar cada segmento, de forma tal de poder corroborar las diferencias o no entre un uso de 3 a 24 horas semanales; pero esto tendría que efectuarse en una investigación futura partiendo de valores diferentes.

ra proporcional el conocimiento informático independientemente de la antigüedad de uso (*principiantes* de 20.2 a 33.7 puntos de conocimiento; entrenados de 30 a 51.2 puntos de conocimiento y *veteranos* de 46.3 a 63.9 puntos de conocimiento); c) los usuarios *veteranos* se distancian de los entrenados (con una diferencia de +16.3 puntos de conocimiento) y de los *principiantes* (con una diferencia de +26.1 puntos de conocimiento), independientemente de usar internet frecuente o muy frecuentemente.

Estos resultados se contraponen a los autores de la perspectiva *situacional*,<sup>22</sup> dado que nuestros hallazgos muestran que la adopción temprana de esta tecnología es un factor que favorece alcanzar un grado alto de conocimiento informático. De manera que quienes adoptaron internet más tarde están probablemente rezagados en este tipo particular de conocimiento.

En cambio, son coincidentes con la perspectiva de Viswanath cuando señala, parafraseando a Price y Zaller, que

aquellos que saben más, continuarán sabiendo más. El conocimiento adquirido es un fuerte indicador de la adquisición de conocimientos subsiguientes (VISWANATH Y FINNEGAN, 1996: 211).

Por lo tanto, otra vez suponemos que un nuevo estudio que aplicara un procedimiento similar nos permitiría entender mejor cómo el paso del tiempo afecta el comportamiento promedio del conocimiento sobre internet de los diferentes grupos. Asimismo, nos autorizaría a considerar el establecimiento o no de posibles *efectos techo*<sup>23</sup> en relación con la motivación de los diversos grupos.

En tercer término, se analizaron las diferencias de conocimiento entre los usuarios que habían sido protagonistas de la conexión de internet en sus hogares, por un lado, y los que no tenían internet en la casa o no habían tenido la iniciativa de contar con esta tecnología, por el otro.

22. La percepción de algunos grupos de que ya han adquirido conocimientos suficientes sobre un tema no los motivará a seguir adquiriendo nuevos (ETTEMA Y KLINE, 1977: 198).

23. En este caso, se trataría de *efectos techo impuestos por la audiencia*, desde la nominación de Kline, Miller y Morrison, 1974. No podría pensarse en *efectos techo impuestos por el mensaje* por la constante superación de las nuevas tecnologías. Para mayor información, véase Primera parte, pág. 47.

Como muestra la Tabla 16, las diferencias entre los primeros y los segundos son estadísticamente significativas: señalan que una distinta actitud entre los usuarios genera distancias en el conocimiento de internet y, en consecuencia, aquellos que han tenido iniciativa presentan un mayor conocimiento.

*Tabla 16*

**Iniciativa y tipo de conocimiento**

<b>Características de usuarios según su relación con internet</b>	<b>Conocimiento informático-teórico</b>	<b>Conocimiento informático-práctico</b>	<b>Conocimiento informático-general</b>
<b>Sin iniciativa</b>	<b>25.1</b> ± 15.7 *	<b>11.6</b> ± 7.0 *	<b>36.8</b> ± 20.9 *
<b>Con iniciativa</b>	<b>34.8</b> ± 14.1 *	<b>16.7</b> ± 7.4 *	<b>51.6</b> ± 19.8 *

\* sin iniciativa vs. con iniciativa (.000)

Como una segunda contribución de estas consideraciones finales, se analizaron los valores promedio de las distintas formas de conocimiento de los usuarios de internet de acuerdo con los diferentes grados de motivación. El objetivo fue corroborar las lecturas anteriores que vincularon la motivación con la tipología de conocimientos generada y definir con mayor precisión las distancias en el conocimiento informático. Con dicho propósito se presenta la siguiente tabla:

Tabla 17

**Motivación y conocimiento informático**

<b>Conocimiento</b>	<b>nominal</b>	<b>concep- tual</b>	<b>teórico</b>	<b>de uso</b>	<b>de rutina</b>	<b>práctico</b>	<b>general</b>
	<b>10.0</b>	<b>7.0</b>	<b>17.1</b>	<b>4.5</b>	<b>4.1</b>	<b>8.6</b>	<b>25.8</b>
<b>Poco motivado</b>	± 6.9 * .	± 5.2 * .	± 11.8 * .	± 3.7 * .	± 3.1 * .	± 5.4 * .	± 15.0 * .
	<b>16.8</b>	<b>12.2</b>	<b>29.1</b>	<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>13.1</b>	<b>42.2</b>
<b>Motivado</b>	± 8.9 * #	± 6.8 * #	± 15.3 * #	± 4.4 * #	± 3.3 * #	± 6.5 * #	± 19.9 * #
	<b>22.7</b>	<b>16.8</b>	<b>39.5</b>	<b>11.2</b>	<b>8.0</b>	<b>19.3</b>	<b>58.8</b>
<b>Muy motivado</b>	± 6.7 • #	± 5.5 • #	± 11.8 • #	± 6.1 • #	± 2.3 • #	± 7.2 • #	± 16.8 • #

\* Poco motivado vs. Motivado (.000)

• Poco motivado vs. Muy motivado (.000)

# Motivado vs. Muy motivado (.000)

Como se observa en la tabla 17, se analizaron las diferencias entre los distintos grados de motivación y los valores medios de las distintas formas de conocimiento, comprobándose diferencias estadísticamente significativas entre cada una de las categorías de motivación analizadas.

A partir de estos resultados, se puede apreciar que a medida que el grado de motivación aumenta, se incrementa el nivel de conocimiento, y que dicho comportamiento se constata de manera similar en todas y cada una de las formas de conocimiento analizadas.

Por otra parte, este análisis particular permite afirmar el perfil propio de cada uno de los niveles de motivación, que se da también en todos y cada uno de los grados de conocimiento evaluados.

En cuanto a la funcionalidad, los comportamientos de conocimiento promedio de los usuarios según su percepción de la utilidad de internet establecieron distancias estadísticamente significativas (Tabla 18) entre los diferentes subgrupos analizados, lo que sugeriría que la atribución de funcionalidad a internet por parte de los usuarios distingue el conocimiento sobre ella.

Tabla 18

**Funcionalidad y conocimiento informático**

	<b>Funcionalidad baja</b>	<b>Funcionalidad media</b>	<b>Funcionalidad alta</b>
<b>Conocimiento informático-general</b>	<b>34.1</b> ± 19.5 * •	<b>50.4</b> ± 19.3 • #	<b>58.7</b> ± 18.3 * #

\* Funcionalidad alta vs. baja (.000)

• Funcionalidad media vs. baja (.000)

# Funcionalidad media vs. alta (.008)

Por lo tanto, la motivación por internet y la percepción de la utilidad de esta tecnología para la vida cotidiana de los usuarios condicionan el grado de conocimiento que desarrollan en ese tema.

En síntesis, podemos decir:

- El nivel económico social, la educación y el sexo son condiciones que acercan o distancian a internet de los usuarios. Por lo que afectan indirectamente a la motivación. Los factores estructurales que acercan a internet son: ser varón, pertenecer al nivel económico social alto y tener un grado alto de educación.
- De los componentes de la motivación, la antigüedad de uso es la que más se asocia al nivel económico social, la educación y el sexo.
- La motivación condiciona el conocimiento informático –tanto teórico como práctico– de los usuarios. Así, la mayor motivación se asocia al conocimiento alto y la menor motivación al conocimiento informático bajo.
- Independientemente del nivel económico social, la mayor motivación se asocia al mayor conocimiento. De manera que los poco motivados, aunque pertenezcan a segmentos de niveles económico sociales medios/altos, no alcanzan un grado alto de conocimiento. Por otra parte, los muy motivados, independientemente del nivel económico social, alcanzan un grado alto de conocimiento.

- Independientemente de la edad, los muy motivados tienen un grado alto de conocimiento informático.
- Independientemente del sexo, los muy motivados tienen un grado alto de conocimiento informático.
- La motivación condiciona el conocimiento informático, independientemente de los factores estructurales. Por lo tanto, los factores motivacionales –situacionales– tienen efectos sustanciales e independientes sobre los niveles de conocimiento.
- La motivación se asocia a la percepción que los usuarios tienen sobre la funcionalidad de internet.
- Una percepción de funcionalidad alta se asocia a un grado alto de conocimiento, de la misma manera que una percepción de baja funcionalidad se asocia a un grado bajo de conocimiento.

En el próximo capítulo examinaremos los propósitos con los que los usuarios se conectan a la Red, con el fin de comprender mejor el tipo de relaciones que establecen con la misma.

El análisis desarrollado hasta este punto no puede decirnos por qué la gente se conecta o cuáles son sus rutinas habituales. Intentaremos, en el siguiente capítulo, dar respuesta a algunos de estos interrogantes.



## CAPÍTULO 7

# DIFERENCIAS EN EL USO DE INTERNET

*Entiendo porque quiero, y de la misma manera  
uso de mis otras capacidades y hábitos.*

SANTO TOMÁS DE AQUINO,  
*Suma Teológica*

### 1. Propósitos de conexión

Los usuarios, según sus necesidades e intereses, establecen diversas relaciones con internet. En este apartado examinaremos los tipos de conexión de quienes frecuentan internet, tratando de examinar si estos condicionan el conocimiento informático-general de los usuarios o si sólo afectan el desarrollo de habilidades relativas a usos particulares y específicos (Tabla 19).

De la tabla siguiente se desprende que 7 de cada 10 (73%) usuarios utilizan internet para comunicarse a través de *e-mails*. Y que el resto de las aplicaciones se distancian significativamente de estos porcentajes.

La segunda aplicación más frecuente es la de buscar información, seguida por dos acciones –trabajar, investigar– mencionadas espontáneamente por el 30% de los usuarios que, por su amplitud temática, impiden sacar conclusiones sobre el tipo de herramientas informáticas que ellos utilizan. Si por esta razón no consideramos, en este análisis particular, a este tercer grupo de frecuencias, *chatear* aparece como la segunda acción específica más ejecutada, mencionada por un 25% de las personas, reforzando la idea de que la comunicación es la aplicación más frecuente a la hora de conectarse a internet.

Exponerse a los medios tradicionales (diarios, radio y televisión) por medio de internet y bajar música ocupan el tercer lugar entre los motivos de uso mencionados por el 10% de los usuarios. El resto de las

Tabla 19

**Tipo de conexión a internet**

	<b>Tipo de conexión</b>
Enviar y recibir <i>e-mail</i>	<b>73%</b>
Informarse sobre distintos temas (turismo, espectáculos, horarios de trenes y aviones, estado del tiempo)	<b>34%</b>
Investigar	<b>32%</b>
Trabajar	<b>31%</b>
<i>Chatear</i>	<b>25%</b>
Leer diarios, escuchar radio o mirar televisión	<b>11%</b>
Bajar música	<b>9%</b>
Bajar programas	<b>5%</b>
Jugar	<b>4%</b>
Escuchar música	<b>4%</b>
Realizar operaciones bancarias	<b>3%</b>
Comprar productos o contratar servicios	<b>3%</b>
Estudiar a distancia	<b>2%</b>
Participar en foros de discusión	<b>2%</b>

acciones tienen baja prevalencia, dado que las ejecutan menos del 5% de los usuarios.

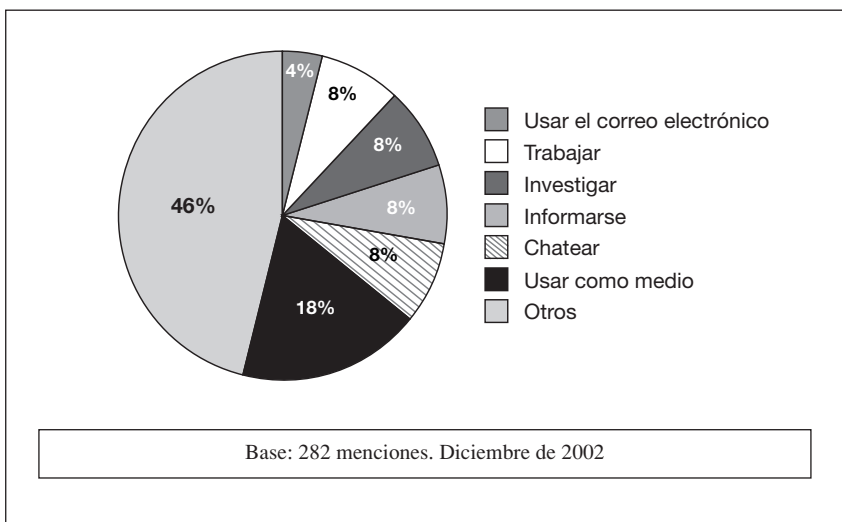
### *1.1. Motivo principal de conexión a internet*

Un segundo análisis se efectuó con las respuestas de los usuarios a la pregunta sobre el principal motivo de conexión (Gráfico XVII). El 46% de los entrevistados respondió que la razón principal por la que se conectaba a internet era para usar el correo electrónico; en segundo lugar, un 18% dijo que el motivo primordial de uso era por trabajo; un 8% declaró que usaba internet principalmente para investigar, infor-

marse y *chatear*. Mientras que el resto de las actividades tuvieron bajas frecuencias, precedidas por leer diarios, escuchar radio y mirar televisión, con un 4%.

### Gráfico XVII

#### Motivo principal de conexión a Internet



En síntesis, tanto en porcentaje de usuarios, como en porcentaje de respuestas sobre motivos de uso (671 menciones), al igual que en el motivo principal (*top*), la actividad de usar el correo electrónico se distancia significativamente del resto de actividades.

El uso del correo electrónico como propósito más frecuente de conexión también lo observó Bonfadelli cuando estudió en Suiza una población de 853 casos, durante el año 2000 (BONFADELLI, 2002:78).

En la Tabla 20 presentamos los resultados de los dos estudios con el objeto de examinar las coincidencias y las divergencias entre los comportamientos de uso en una sociedad muy desarrollada y en otra con características diferentes.<sup>1</sup>

1. Se consideraron sólo las categorías comparables. Para conocer la tabla completa, véase BONFADELLI, 2000.

Tabla 20

**Comparación entre tipos de conexión en Ciudad de Buenos Aires y Suiza**

<b>Propósitos de conexión</b>	<b>Buenos Aires 2002</b>	<b>Suiza 2000</b>
Enviar y recibir <i>e-mail</i>	<b>73%</b>	<b>92%</b>
<i>Chatear</i>	<b>25%</b>	<b>34%</b>
Leer diarios, escuchar radio o mirar televisión	<b>11%</b>	<b>56%</b>
Bajar programas y música	<b>14%</b>	<b>62%</b>
Jugar	<b>4%</b>	<b>40%</b>
Escuchar música	<b>4%</b>	<b>39%</b>
Realizar operaciones bancarias	<b>3%</b>	<b>35%</b>
Comprar productos o contratar servicios	<b>3%</b>	<b>49%</b>
Estudiar a distancia	<b>2%</b>	<b>50%</b>
Participar en foros de discusión	<b>2%</b>	<b>17%</b>

Los datos de la tabla anterior nos permiten señalar que usar el correo electrónico y *chatear* son actividades con comportamientos semejantes en las dos muestras de usuarios, aunque los usuarios suizos lo hacen en mayor proporción.

En cuanto al resto de los tipos de uso se evidencian grandes diferencias, que indicarían que la instalación de internet en la cultura suiza es mucho más diversificada que en nuestro medio. La distancia se profundiza si se considera la diferencia de años de medición, que hace suponer que Suiza, en el año 2002, pudo seguir incrementando el porcentaje de conexiones con diferentes propósitos.

Las brechas en el uso de internet podrían ser consideradas un indicador de diferencias en el grado de desarrollo alcanzado por ambas sociedades. Aunque, en esta investigación particular, éste es sólo un interrogante que queda formulado para trabajos futuros.

## 2. Tipos de conexión

En el campo de la sociología de la comunicación, la teoría funcionalista fue la primera en definir las funciones que cumplen los medios de comunicación. Para ello observó los propósitos de los actores sociales, definiendo acciones funcionales y disfuncionales.

Mientras que la función es un hecho social que tiende a estabilizar e integrar el sistema, la disfunción tiende a desajustarlo. Sánchez Noriega, sistematizando el aporte de diferentes autores, enumeró las siguientes funciones<sup>2</sup> de los medios tradicionales de comunicación (SÁNCHEZ NORIEGA, 1997: 139-40):

- difundir informaciones que satisfacen la curiosidad y permiten una cierta percepción del mundo;
- contribuir a la cohesión social –la integración– a partir del intercambio y la interpretación de la información;
- proporcionar compañía y entretenimiento;
- satisfacer demandas culturales;
- conferir *status* social a personas, organizaciones y movimientos sociales a través de la presencia pública;
- legitimar los subsistemas –económicos, políticos, sociales– difundiendo valores, normas y opiniones de los mismos;
- fomentar el consumo al actuar como factores de desarrollo económico;
- actuar como instrumentos políticos;
- reforzar la identidad social a partir de la permanencia tranquilizadora del mundo cotidiano.

Acordamos con Rodrigo Alsina que habría que plantearse como un reto para el futuro

cuáles son las funciones de las nuevas tecnologías, sobre todo, internet, para los individuos, para los grupos específicos y para la sociedad en general (RODRIGO ALSINA, 2001: 193).

Por otra parte, desde la perspectiva del receptor, a la luz de la hipótesis de los usos y de las gratificaciones, se examinaron las relaciones que éstos mantienen con los medios en términos de la satisfacción de sus diferentes necesidades.

2. No es cita textual, se han omitido las disfunciones posibles de algunas funciones, brevemente enunciadas por el autor.

Este punto de vista explora la conducta del receptor frente a los medios y la vincula con la gratificación de necesidades. Concibe al receptor como activo en la medida en que es quien: a) decide si la relación de comunicación sucede o no y b) elige un medio determinado para satisfacer su necesidad.

Más adelante, la teoría de la dependencia de los medios, en la década del setenta, observó que debido a que la sociedad se ha tornado cada vez más compleja, la vida tiende a organizarse menos alrededor de los grupos sociales tradicionales. En consecuencia, los actores sociales (personas y organizaciones) se apoyan a diario cada vez más en los medios de comunicación para resolver diversas situaciones.

La relación de dependencia se manifiesta con la elección o preferencia de un medio específico para la satisfacción de necesidades sociales particulares;

las personas tienen expectativas de que los sistemas de medios pueden ayudarlos a conseguir sus objetivos, por lo que desarrollan relaciones de dependencia hacia los mismos y los perciben como la mejor ayuda para lograr cumplir con sus fines (LOGES Y BALL-ROKEACH, 1993: 603).

Si bien este análisis no es el objetivo del presente trabajo, pensamos que estas teorías ayudarían a interpretar las relaciones que los usuarios pueden desarrollar con internet con el propósito de satisfacer sus diferentes necesidades; teniendo en cuenta, además, que esta tecnología compete en numerosas situaciones con otras fuentes de satisfacción.

Con el propósito de examinar con qué fines se conectaban los usuarios a internet, los motivos de uso se clasificaron en cinco categorías, para evitar la dispersión en las respuestas:

- *comunicativo*, en la que se incluyeron: enviar y recibir *e-mails*, *chatear* y participar en foros de discusión;
- *entretenimiento*, en la que se consideraron: jugar y escuchar música;
- *informativo*, en la que se agruparon: informarse sobre distintos temas y leer diarios, escuchar radio y mirar televisión;
- *instrumental*, en la que se consideraron: trabajar, investigar y estudiar a distancia, y
- *servicios*, en la que se reunieron: quienes utilizaban internet para bajar programas y música, realizar operaciones bancarias y comprar productos o servicios.

El análisis de los diferentes propósitos de conexión mostró la distribución que aparece en el Gráfico XVIII: el 80% de las conexiones tiene un propósito *comunicativo*, el 56% *instrumental*, el 41% *informativo*, el 17% de *servicios*, y sólo el 7% satisface un propósito de *entretenimiento*.

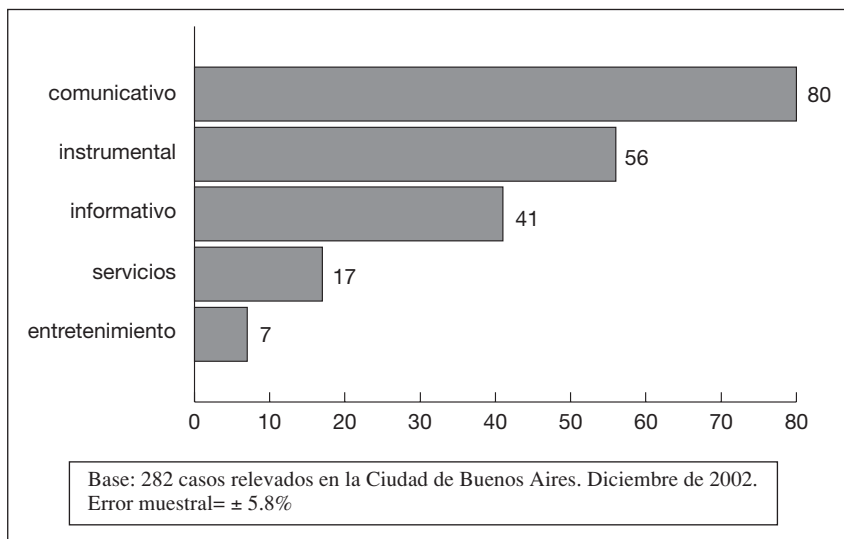
Por lo tanto, podríamos decir que los usuarios de internet son dependientes de esta nueva tecnología principalmente para satisfacer necesidades de comunicación.

Lo que nos lleva nuevamente a caracterizar esta relación desde la teoría de la dependencia de los medios:

una relación determinada entre los receptores y un medio particular puede ser descripta en términos de dependencia de los medios; la que definimos como una elección o preferencia por un medio específico como resultado de la satisfacción de las necesidades sociales particulares (MIYO, 1983: 627).

Gráfico XVIII

### Propósitos de conexión de los usuarios a internet



Los datos anteriores marcan distancias entre los usuarios debido a que hay propósitos cumplidos sólo por un número reducido de los mismos. Mientras que 226 personas (80%) usan internet para comunicarse, sólo 47 (17%) y 20 (7%) usuarios la utilizan como *servicio* o *entretenimiento* respectivamente.

Si consideramos que estos propósitos requieren el desarrollo de destrezas específicas, las mismas estarían marcando modos de relación restringidos a un escaso número de usuarios, y por lo tanto brechas en cuanto al uso de esta tecnología.

Al analizar las diferencias en el uso de internet según diferentes aspectos, encontramos que:

- La educación se asocia<sup>3</sup> tenuemente con los propósitos de *entretenimiento* e *instrumental*. De modo que a mayor educación, menor conexión con propósitos de *entretenimiento* y, a la inversa, a mayor educación, mayor proporción de uso con fines *instrumentales*. En este sentido, encontramos alguna coincidencia con los resultados de Bonfadelli:

Las personas menos educadas usan internet significativamente más con propósitos de entretenimiento (BONFADELLI, 2002: 79).

- en cuanto al sexo, sólo se registraron diferencias poco relevantes en los propósitos *comunicativos* (mencionado por un 76% de varones y un 85% de mujeres) y de *servicios* (mencionado por un 22% de varones y un 11% de mujeres).

Asimismo, al diferenciar los propósitos por sexo y por edades se observaron algunas tendencias que se registran en la Tabla 21 y que sería adecuado estudiar en investigaciones futuras, con el objetivo de conocer si algunos propósitos de conexión se incrementan o permanecen constantes:

3. Asociación entre educación y *entretenimiento*: V de Cramer -.192 sig. 0.16.  
Asociación entre educación y propósitos *instrumentales*: V de Cramer .210 sig. .010.

Tabla 21

**Propósitos de conexión a internet según sexo y edad**

Edad	Varones				Mujeres			
	hasta 25 años	26 a 40 años	41 a 55 años	56 años y más	hasta 25 años	26 a 40 años	41 a 55 años	56 años y más
<b>Propósitos (en %)</b>								
<b>Comunicativo</b>	80	82	67	54	93	87	83	56
<b>Instrumental</b>	38	55	64	85	59	62	57	33
<b>Informativo</b>	30	46	36	46	28	56	40	56
<b>Servicios</b>	34	18	9	23	5	12	13	22
<b>Entretenimiento</b>	20	2	3	-	8	4	10	-

Estas tendencias sugerirían que:

- En ambos sexos, a medida que aumenta la edad parecería disminuir la conexión con propósitos *comunicativos* (aunque en las mujeres este uso declina sólo en el grupo de mayor edad). Asimismo, el grupo que menos se conecta con fines *comunicativos* es el de 56 años y más.
- En los varones, el uso con propósitos *instrumentales* aumenta con la edad, y en las mujeres, parecería disminuir a partir de la sexta década.
- Aunque el uso *informativo* tiene un comportamiento errático, para ambos sexos parecería que el segmento que menos se conecta con este fin es el de menor edad.

La baja frecuencia registrada en las funciones de *servicios* y *entretenimiento* nos exime de alguna interpretación.

### 2.1. Propósitos de conexión y conocimiento informático

La clasificación de los usuarios según los propósitos de conexión a internet se generó para indagar si dichos propósitos establecían brechas de conocimiento informático. Por esta razón, se analizó la relación entre los propósitos de los usuarios y el grado de conocimiento sobre internet (Tabla 22).

Tabla 22

**Conocimiento informático-general y propósitos de conexión**

<b>Conocimiento Informático-general</b>	<b>Propósito comunicativo</b>	<b>Propósito instrumental</b>	<b>Propósito informativo</b>	<b>Propósito de servicios</b>	<b>Propósito entretenimiento</b>
<b>Bajo</b>	39%	41%	33%	26%*	30%
<b>Medio</b>	43%	36%	47%	38%*	50%
<b>Alto</b>	17%	22%	21%	36%*	20%
<b>Totales</b>	100% (226)	100% (157)	100% (116)	100% (47)	100% (20)

\* V de Cramer .216 sig. .001

Aunque se advierte una leve asociación entre usar internet como *servicio* y tener un grado mayor de conocimiento informático-general (el 74% tiene un grado medio o alto de conocimiento). En términos generales, se puede decir que los propósitos de conexión no condicionan el conocimiento informático de los usuarios.

Es posible pensar que, una vez aprendida una rutina, la misma consigue satisfacer las necesidades del usuario sin que esto signifique que conozca el porqué y para qué de cada paso.

Si relacionamos las observaciones anteriores con la motivación de los usuarios, se podría inferir que esta última se asocia significativamente al conocimiento informático, independientemente de los propósitos de conexión de los usuarios. Por lo tanto, aquellos entrevistados que son usuarios *veteranos*, que usan internet muy frecuentemente y que han tenido la iniciativa de instalar internet en su hogar, características que definen el segmento de los muy motivados, posiblemente tendrán un alto grado de conocimiento informático, sin importar los propósitos para los que se conectan con esta tecnología.

Por otra parte, también podríamos inferir que ciertas aplicaciones específicas –por ejemplo, *servicios*–, al requerir mayor pericia, tienen algún grado de asociación con el conocimiento.

### 3. Diferencias en el uso de internet.

#### Consideraciones preliminares sobre su relación con el conocimiento informático

Para resumir los resultados encontrados sobre las diferencias en el uso de internet, se calcularon los comportamientos promedio del conocimiento de los usuarios según sus propósitos de conexión y se analizaron las diferencias de medias entre todos ellos.

Como se observa en la Tabla 23, la única diferencia estadísticamente significativa en el conocimiento promedio de los usuarios se ha encontrado entre los usuarios que usan internet como servicio y los que la usan para comunicarse. Si tenemos en cuenta que la práctica más extendida tiene como propósito la *comunicación*, esta diferencia nos estaría sugiriendo que aquellos usuarios con objetivo de *servicio*, al requerir de un tipo de habilidades más complejas, tienen un grado mayor de conocimiento.

Tabla 23

#### Propósitos de conexión y conocimiento

Conocimiento Informático-general	Propósito comunicativo	Propósito instrumental	Propósito informativo	Propósito de servicios	Propósito entretenimiento
<b>Teórico</b>	<b>29.7</b> ±15.3	<b>30.8</b> ±15.8	<b>31.8</b> ±15.2	<b>35.7</b> ±15.9	<b>32.4</b> ±15.1
<b>Práctico</b>	<b>14.2</b> ±7.5	<b>14.3</b> ±8.0	<b>14.7</b> ±7.4	<b>17.2</b> ±6.9	<b>16.7</b> ±7.2
<b>General</b>	<b>44.0</b> ±21.0	<b>45.1</b> ±22.7	<b>46.5</b> ±20.8	<b>52.9</b> ±21.6	<b>49.1</b> ±20.7

\* Comunicación vs. servicio (.003)

Por lo tanto, los usuarios ejercitan en internet diferentes tipos de actividades; algunas generalizadas a casi todos y otras con menor o casi ninguna prevalencia. Sin embargo, estos diferentes propósitos de conexión de los usuarios en general no establecerían diferencias significativas en sus grados de conocimiento informático.

En síntesis:

- Los usuarios se aglutinan en torno a la aplicación del correo electrónico y se dispersan y atomizan en el resto de las aplicaciones.
- Así, la mitad de los entrevistados (46%) dijo que el principal motivo de conexión es el uso del correo electrónico. En segundo lugar se ubican los que se conectan para trabajar (18%), seguidos por los que manifestaron que lo hacen para investigar, informarse y *chatear* (8% respectivamente).
- Para 8 de cada 10 usuarios, internet satisface propósitos *comunicativos*.
- Los propósitos *instrumentales e informativos* son la razón de las conexiones del 50% de los usuarios.
- Los propósitos de conexión no condicionan el grado de conocimiento sobre internet que tienen los usuarios.
- De acuerdo con los comportamientos, del conocimiento promedio, podríamos decir que los que usan internet como *servicio* se distancian en el conocimiento de quienes la usan con propósitos *comunicativos*.

Hasta aquí hemos analizado la participación de la motivación en el conocimiento que tienen los usuarios de internet. En los apartados siguientes nos proponemos indagar el papel que cumplen las relaciones sociales y los medios de comunicación social en la distribución del conocimiento informático.

## CAPÍTULO 8

### LAS RELACIONES SOCIALES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL CONOCIMIENTO INFORMÁTICO

*Si nuestra amistad depende de cosas como el espacio y el tiempo, entonces, cuando por fin superemos el espacio y el tiempo, ¡habremos destruido nuestra propia hermandad! Pero supera el espacio, y nos quedará sólo un Aquí. Supera el tiempo, y nos quedará sólo un Ahora.*

Richard BACH,  
*Juan Salvador Gaviota, un relato*

#### 1. El conocimiento y las relaciones sociales

Los contactos personales son considerados en la teoría del distanciamiento social de la información como otro de los factores que inciden en la distribución desigual del conocimiento.

Como hemos visto en el estado de la cuestión, para los iniciadores de la teoría (Tichenor, Donohue, Olien), la educación, además de condicionar las habilidades comunicativas, facilitaba la interacción diaria con numerosos grupos de referencia, lo cual convertía a los contactos personales en una posibilidad de acceso al conocimiento sobre temas de interés público, a partir del continuo intercambio de informaciones.

Aunque otros autores (Ettema, Kline, Greemberg, Dervin, McDervitt, Chaffee) se negaron a considerar que los menos educados carecieran de múltiples ámbitos de interacción, aceptaron, sin embargo, que los mismos estaban orientados a resolver otras necesidades.

Para abordar la incidencia del contexto social de los entrevistados en los grados de conocimiento, se les preguntó si dentro de su grupo

familiar y/o de amigos había otros usuarios de internet. Para este análisis, se partió del supuesto de que los contactos personales con otros usuarios inciden en el conocimiento informático de los entrevistados. De modo que aquellos que contaran con familiares y/o amigos *conectados* a esta tecnología tendrían mayor nivel de conocimiento.

La atención de este capítulo estará puesta en examinar la función que cumplen las relaciones interpersonales en el acceso al conocimiento de internet; concibiendo a las mismas como un puente que conecta condiciones estructurales que caracterizan al grupo y aspectos individuales que se actualizan por el sólo hecho de estar anclados en uno determinado.

Los sujetos no se comportan como individuos aislados en el procesamiento y uso de la información [...], sino que son parte de redes sociales, y es a través de la interacción con los grupos primarios como se genera periódicamente el interés [por los temas] (MCDEVITT Y CHAFFEE, 2000: 261).

### 1.1. El conocimiento informático y el grupo familiar

La proximidad del grupo familiar a internet diferenció a los entrevistados entre aquellos con familias muy *conectadas*, en donde todos

#### Cuadro 22

#### Conocimiento informático-general y grupo familiar

		Otros usuarios del grupo familiar			Total
		Ninguno	Algunos	Todos	
Conocimiento informático-general	Bajo	21 41.0%	69 42.0%	21 35.0%	111 39.0%
	Medio	24 47.0%	63 38.0%	33 47.0%	120 43.0%
	Alto	6 12.0%	30 21.0%	15 18.0%	51 18.0%
<b>Total</b>		<b>51</b> <b>100.0%<sup>4</sup></b>	<b>13</b> <b>100.0%</b>	<b>97</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

eran usuarios (34%), familias en donde sólo algunos miembros lo eran (48%), y otras en las que sólo el entrevistado usaba internet (18%).

Al relacionar la conexión familiar a internet con el grado de conocimiento, no se observaron diferencias significativas entre aquellos cuyo grupo familiar utilizaba o no internet (Gamma .077 sig. .344).

De acuerdo con estos resultados (Cuadro 22), internet no parecería cumplir con las condiciones que enumera Mc Chaffee<sup>1</sup> cuando analiza la intervención de los grupos primarios en la disminución de las brechas de conocimiento. En este estudio particular, internet no sería un tema discutido con frecuencia en la familia, ni parecería un tipo de conocimiento funcional para el logro de metas familiares (MC DEVITT Y CHAFFEE, 2000: 285).

Los miembros del microambiente familiar comparten condiciones propias del lugar que ocupa cada familia en la estructura social (*factores estructurales*), y a su vez cada uno de ellos tiene diferentes características sociodemográficas —edad, sexo, educación— y distintos intereses particulares (*situación específica*). Lo que permitiría explicar que individualmente desarrollen habilidades propias y ejecuten prácticas sociales especiales de acuerdo con sus intereses.

Algunas investigaciones han identificado a la motivación como una variable (ETTEMA Y KLINE, 1977; GENOVA Y GREENBERG, 1979) que establece diferencias dentro de los integrantes de un mismo grupo. Dichas diferencias individuales constituyen rasgos aislados y definidos que influyen en las actividades selectivas propias de los miembros del grupo.

A modo de ejemplo, una familia de nivel socioeconómico acomodado tendrá mayores posibilidades de tener una computadora familiar y la conexión a internet preferida. Una vez resuelto el acceso que pone a todos los miembros en una situación de igualdad respecto a la posibilidad de relacionarse con internet, son las características e intereses particulares de cada uno de los integrantes de la familia los que permiten explicar el acercamiento o no a esta tecnología y el desarrollo de habilidades relacionadas con el conocimiento informático y con su uso.

En este sentido, estamos de acuerdo con Bonfadelli cuando dice que

hay muchas explicaciones plausibles para las brechas en el acceso a internet; en ellas interactúan, en complejas direcciones, tanto factores motivacionales como cognitivos (BONFADELLI, 2002: 76).

1. Para ampliar información, véase Primera parte.

En nuestro caso, sólo el 38% de los usuarios que tenían internet en la casa respondió que toda su familia usaba internet, un 49% dijo que algunos y un 19% que era el único usuario en su hogar.

Lo que nos vuelve a sugerir que, resuelto el acceso, son otros los condicionantes que se ponen en juego para definir las diferencias de conocimiento.

Desde esta perspectiva, participamos de la sugerencia de Viswanath al plantear, como una posible línea de investigación, el estudio del papel que cumplen las relaciones interpersonales en la adquisición de conocimiento en grupos homogéneos y heterogéneos (Viswanath y Finnegan, 1996: 213). Pensamos que la familia es un objeto de estudio ideal ya que conjuga, desde el punto de vista señalado, condiciones propias de los dos tipos de grupo.

En suma, en cuanto al conocimiento informático de los usuarios, el número de integrantes de la familia que usan internet no parece incidir en su grado de conocimiento.

### *1.2. El conocimiento informático y los amigos*

En relación con la proximidad a internet de sus grupos de amigos, los entrevistados se dividieron entre quienes dijeron que todos o casi todos sus amigos eran usuarios (75%), quienes contestaron que algunos usaban internet (23%) y quienes dijeron que no tenían ningún amigo usuario (2%). Lo que advierte sobre la tendencia mayoritaria de los entrevistados a compartir la posibilidad de acceso y el uso de esta tecnología. Y por lo tanto, también el interés por el conocimiento de dicho tema; asumiendo la frase de Chaffee, diríamos, “*likes talk to likes*”, (“los gustos buscan a los gustos”).<sup>2</sup>

Así, compartir una práctica social, el uso de internet, dentro del grupo de pares sería una variable interviniente vinculada con la motivación y la funcionalidad para adquirir información sobre dicho tema.

Con tal propósito se relacionó la composición del grupo de amigos según fueran o no usuarios de internet (Cuadro 23) con el conocimiento informático del entrevistado, advirtiendo que existía una asociación entre ambos (Gamma .350 sig. .001)

2. Citada por ETTEMA Y KLINE, 1977: 191.

*Cuadro 23***Conocimiento informático-general y grupo de amigos**

		Amigos usuarios de internet			Total
		Ninguno	Algunos	Todos	
<b>Conocimiento informático-general</b>	<b>Bajo</b>	5 71.0%	32 50.0%	74 35.0%	<b>111</b> <b>39.0%</b>
	<b>Medio</b>	2 29.0%	26 41.0%	92 43.0%	<b>120</b> <b>43.0%</b>
	<b>Alto</b>		6 9.0%	45 21.0%	<b>51</b> <b>18.0%</b>
<b>Total</b>		<b>7</b> <b>100.0%</b>	<b>64</b> <b>100.0%</b>	<b>211</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

Los datos del cuadro anterior muestran que mientras 5 de los 7 entrevistados que no tienen amigos usuarios tienen conocimiento informático bajo, 3 de cada 10 (el 35%) de los entrevistados cuyos amigos son todos o casi todos usuarios tienen ese grado de conocimiento.

Por otra parte, mientras el 50% de quienes tienen algunos amigos usuarios se ubican en los grados medio y alto, el 64% de los entrevistados cuyos amigos son todos usuarios se ubican en esos grados de conocimiento informático.

Estos resultados permiten suponer que el grupo de pares se asocia directamente al grado de conocimiento. De modo que pertenecer a un grupo de amigos que no usan internet se asocia a conocimiento bajo y conformar un grupo en donde todos son usuarios se asocia al conocimiento medio/alto.

Si volvemos a la diferenciación de Viswanath entre grupos homogéneos y heterogéneos, el grupo de amigos parece asimilarse, en cuanto a sus intereses, al primer tipo, y por lo tanto facilitar la adquisición de conocimiento.

En sintonía con lo sugerido en cuanto al grupo familiar, un análisis comparativo de la incidencia de ambos grupos en el incremento del conocimiento de internet podría ser una línea interesante para desarrollar en investigaciones futuras.

Con el propósito de examinar más minuciosamente cómo opera el grupo de amigos en relación con el conocimiento de internet, se anali-

zaron los componentes del conocimiento informático-general. Así, observamos que mientras la integración del grupo de amigos a internet se asociaba positivamente al conocimiento informático-teórico del entrevistado (Gamma .414 sig. .000), el conocimiento informático-práctico no se vinculaba con el hecho de que el grupo de pares usara internet (Gamma .196 sig. .079).

Creemos que estos resultados son compatibles con otros, señalados en capítulos anteriores, los cuales indicaban que el conocimiento informático-teórico ofrece menos dificultad que el práctico. Internet puede ser un tema de conversación, pero, para el conocimiento de herramientas concretas, es posible que se requiera del desarrollo de destrezas relativas al uso personal.

En el Cuadro 24 se analiza la relación entre la conexión a internet del grupo de amigos y el conocimiento informático-teórico.

#### *Cuadro 24*

#### **Conocimiento informático-teórico y grupo de amigos**

		Otros amigos usuarios de internet			Total
		Ninguno	Algunos	Todos	
<b>Conocimiento informático-teórico</b>	<b>Bajo</b>	4 57.0%	18 28.0%	29 14.0%	<b>51 18.0%</b>
	<b>Medio</b>	3 43.0%	27 42.0%	81 38.0%	<b>111 39.0%</b>
	<b>Alto</b>		19 30.0%	101 48.0%	<b>120 43.0%</b>
<b>Total</b>		<b>7 100.0%</b>	<b>64 100.0%</b>	<b>211 100.0%</b>	<b>282 100.0%</b>

Se advierte una suerte de relación diagonal que asocia el conocimiento teórico bajo y no tener amigos usuarios (4 de 7 entrevistados) en un extremo y conocimiento teórico alto y que todos o casi todos los amigos usen internet (101 de 211, 48%) en el otro extremo. Mientras ningún usuario enclavado en un grupo de amigos que no usan internet tiene un grado alto de conocimiento, la mitad de los usuarios que parti-

cipan de un grupo donde todos usan internet tiene ese grado de conocimiento informático.

Este tipo de relaciones sociales estaría contribuyendo a la formación de brechas en el conocimiento sobre internet que tienen los usuarios; en consecuencia, tener grupos de amigos *conectados* favorece al conocimiento, y de modo inverso, pertenecer a grupos de amigos *desconectados* de esta tecnología favorece el desconocimiento en ese tema.

## 2. Internet y la comunicación con los amigos

Con el objeto de describir si internet afectaba la frecuencia de comunicación entre los usuarios y sus amigos, se les preguntó si a partir del uso de internet se había incrementado la comunicación con ellos.

Cuadro 25

### La comunicación por internet con amigos

		Amigos usuarios			Total
		Ninguno	Algunos	Todos	
Incremento de la comunicación por internet con los amigos	Si		33 52.0%	150 71.0%	183 65.0%
	No	7 100.0%	31 48.0%	61 29.0%	99 35.0%
<b>Total</b>		<b>7</b> <b>100.0%</b>	<b>64</b> <b>100.0%</b>	<b>211</b> <b>100.0%</b>	<b>282</b> <b>100.0%</b>

El Cuadro 25 consigna que el 71% de los entrevistados cuyos amigos eran todos usuarios de internet manifestó que se había incrementado la comunicación entre ellos. En el caso de los entrevistados que tenían sólo algunos amigos usuarios, la mitad de ellos (52%) respondió que se comunicaban más que antes (V de Cramer .276 sig. .000).

La relación presentada anteriormente fue a efectos de indagar si internet puede no sólo ser un tema de conversación, para el cual se necesita el manejo de ciertos códigos específicos, sino además favorecer la

comunicación entre amigos, por lo que éstos deban desarrollar ciertas habilidades que faciliten la misma. Lo que podría sugerirnos una serie de interrogantes complementarios sobre los amigos *interconectados*: para qué se comunican, con qué frecuencia y si este nuevo modo de comunicación ha reemplazado medios anteriores.

### 3. ¿Quiénes son consultados sobre internet?

La sociología de la comunicación, al estudiar el papel de las relaciones personales en el conocimiento de un tema difundido por los medios, comprobó que algunas personas adquieren mayor nivel de conocimiento a partir de un mayor nivel de exposición a los mismos.

Sin duda, los aportes de Lazarsfeld, Merton, Berelson, Katz, McPhee, entre otros, mucho tuvieron que ver con estos hallazgos que permitieron definir la figura de los líderes de opinión como aquellos con mayor información sobre un tema a partir de la relación con los medios.

En esta investigación, casi el 10% de los usuarios (27) dijo ser consultado siempre por amigos o familiares sobre temas vinculados con internet (usos, instalación). Lo que hace que este líder de opinión se convierta en un eslabón entre la información sobre internet por un lado y las necesidades de información de los miembros de su grupo por el otro.

Este subgrupo de usuarios tiene algunas características que intentaremos enumerar, aunque el número reducido de entrevistados que lo integran nos impide generalizar lo observado.

#### 3.1. Perfil de los líderes de opinión sobre internet

Los líderes consultados tienen las siguientes características, jerarquizadas según el número de entrevistados (27) que las comparten:

- son de nivel económico social medio/alto
- tienen conocimiento informático alto
- están muy motivados
- tienen internet en la casa
- tienen menos de 40 años
- son varones
- son usuarios *veteranos*
- tienen interés en informarse sobre novedades relacionadas con internet

- usan internet para trabajar
- son usuarios *muy frecuentes*
- todos o casi todos sus amigos usan internet

Las características detalladas muestran que los diferentes grupos tienen una correcta percepción del conocimiento sobre internet de las personas que consultan. Debido a que sus líderes reúnen condiciones estructurales que facilitan la proximidad a internet –nivel económico social, edad, sexo, acceso–, pero también un alto grado de motivación que les permite desarrollar las habilidades requeridas para alcanzar un conocimiento informático elevado.

Aunque de modo anticipado, a partir de los datos con los que contamos, nos animamos a señalar que estos usuarios consultados por sus grupos cumplen algunas de las características de liderazgo enumeradas por KATZ (1980: 99).<sup>3</sup>

a) tienden a mantener una estrecha relación con las personas a las que influyen (familiares/amigos) y a compartir las mismas características de posición social (todos o casi todos los amigos tienen internet en la casa); b) se observa cierto grado de especialización en el tema (grado alto de conocimiento informático, aplicación de internet en el trabajo); c) un alto grado de motivación, que se manifiesta en el interés de informarse sobre novedades referidas a internet, y un grupo de seguidores interesados (usuarios) susceptibles de ser influenciados en ese tema; d) una tendencia a un grado alto de exposición al medio (son usuarios *muy frecuentes* y *frecuentes*), en este caso a internet.

Siempre con Katz, desde los líderes se operaría un derrame de información a los ámbitos privados –familia, amigos–, generando un goteo hacia abajo (*trickle down*). Esta problemática se ha abordado tangencialmente en el presente trabajo, pero consideramos que amerita ser un objetivo en investigaciones futuras.

#### 4. Consideraciones preliminares acerca del contexto social

Para sistematizar lo observado en el presente capítulo, se calcularon los conocimientos promedio de los entrevistados según la composición de usuarios de su grupo familiar y de amigos.

3. Para completar esta información, véase Primera parte, pág. 80.

Esta modalidad de análisis ratificó que el uso o no de internet por parte de otros miembros de la familia no establecía diferencias significativas en el conocimiento informático del entrevistado. Mientras que, como indica la tabla 24, la interacción con amigos usuarios favorecía al conocimiento informático-general.

Tabla 24

**Conocimiento y relación social (amigos)**

		<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Desvío típ.</b>	<b>Sig.</b>	<b>Diferencia de medias</b>
<b>Conocimiento teórico</b>	Alguno o ninguno	71	<b>34,5</b>	16,8	.000	-8,0
	Todos o casi todos	211	<b>42,5</b>	16,0	.001	-8,0
<b>Conocimiento práctico</b>	Alguno o ninguno	71	<b>12,4</b>	7,3	.029	-2,3
	Todos o casi todos	211	<b>14,7</b>	7,7	.026	-2,3
<b>Conocimiento general</b>	Alguno o ninguno	71	<b>46,8</b>	22,4	.001	-10,3
	Todos o casi todos	211	<b>57,2</b>	21,8	.001	-10,3

En cuanto a los líderes, sus conocimientos promedio se distancian significativamente del resto de los usuarios evaluados (Tabla 24), también en los diferentes tipos de conocimiento informático.

Tabla 25

**Conocimiento promedio de los líderes y el resto de los usuarios**

		<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Desvío típ.</b>	<b>Sig.</b>	<b>Diferencia de medias</b>
<b>Conocimiento teórico</b>	Líderes	27	<b>54.8</b>	11.8	.000	15.9
	Otros	255	<b>38.9</b>	16.2	.000	15.9
<b>Conocimiento práctico</b>	Líderes	27	<b>21.3</b>	7.6	.000	7.9
	Otros	255	<b>13.3</b>	7.2	.000	7.9
<b>Conocimiento general</b>	Líderes	27	<b>76.1</b>	17.6	.000	23.9
	Otros	255	<b>52.2</b>	21.5	.000	23.9

Por lo tanto, identificamos un subgrupo de personas con alto grado de conocimiento informático en cualquiera de sus formas, partiendo de la consideración de terceros que, dado las habilidades demostradas, justifica las consultas que reciben de sus contactos personales.

En síntesis:

- El uso de internet por parte del contexto familiar no parece afectar el grado de conocimiento de los usuarios, mientras que tener amigos conectados se asocia positivamente al mismo.
- Contar con amigos conectados condiciona el conocimiento sobre internet de los usuarios, y de manera particular el conocimiento informático-teórico, es decir, la posibilidad de nombrar y definir conceptos vinculados a esta nueva tecnología. Esto supone incorporar temas relacionados con experiencias personales, novedades y percepciones sobre internet a la conversación entre amigos.
- Los líderes (10% de la muestra), generalmente jóvenes, de sexo masculino, altamente motivados y con internet en la casa, se distancian en el conocimiento informático del resto de los usuarios.



## CAPÍTULO 9

# LOS MEDIOS Y LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO

*Todo eso se desvaneció como una sombra,  
Como una noticia fugaz;  
como una nave que surca el mar agitado,  
sin que pueda descubrirse la huella de su paso.*

Libro de la Sabiduría 5, 9-10

### **1. Los medios tradicionales y el conocimiento informático**

La teoría del distanciamiento social de la información ha planteado que el conocimiento, en regla general, no se difunde equitativamente entre los diferentes grupos sociales, dado que factores de naturaleza estructural o individual favorecen o restringen el acceso al conocimiento del público a diferentes temas.

Siempre según este marco conceptual, los medios de comunicación no cumplen un papel nivelador sino, por el contrario, profundizan las diferencias entre los segmentos sociales.

En consecuencia, sus autores han hecho a los medios de comunicación copartícipes de las desigualdades del conocimiento, justamente en las últimas décadas del siglo XX, cuando la sociología de la comunicación consolidó la influencia social y política de los mismos.

Las investigaciones han sugerido que tanto la intensidad de exposición de los receptores respecto de los medios de comunicación como las características propias de cada uno de estos últimos pueden afectar las brechas de conocimiento en temas de interés público.

La presente investigación, en primer lugar, ha mostrado que los medios de comunicación incrementaron la cantidad de información transmitida sobre internet y, en segundo lugar, que la proximidad o la lejanía de diferentes grupos respecto de internet, tanto como tema de conoci-

miento del público en general o como práctica social de los que acceden y usan este medio, ha generado diferencias en el conocimiento informático.

El interrogante a responder será, entonces: ¿cómo afecta el aumento de representación del tema internet en los medios tradicionales –gráficos, radiales y televisivos– en el conocimiento de los receptores?

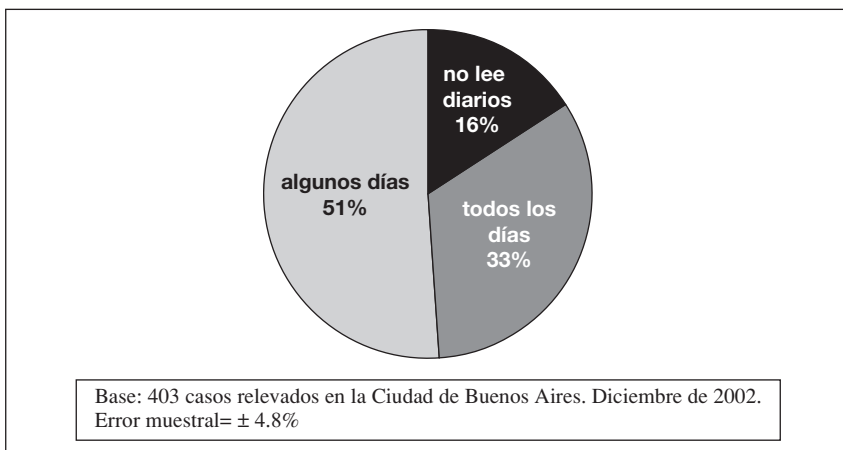
Partiendo del supuesto de que las personas desarrollan diferentes capacidades para procesar y guardar información, nos preguntamos si diferencias en la exposición a los medios generan diferencias en el conocimiento informático de quienes se exponen a ellos. Para responder a esta pregunta, se analizó primero el comportamiento de los entrevistados en relación con la exposición a diarios, radio y televisión.

### *1.1. Los lectores de diarios*

Los entrevistados se dividieron entre lectores y no lectores de diarios. Los primeros se diferenciaron entre los que leían algunos días en la semana y los que lo hacían a diario. Como se observa en el Gráfico XIX, la mitad de los entrevistados respondió que leía el diario algunos días a la semana y el 16.4% (66 casos) que no leía nunca; en este subgrupo particular, el 64% (42) eran usuarios de internet.

#### *Gráfico XIX*

#### **Frecuencia en la lectura de diarios**



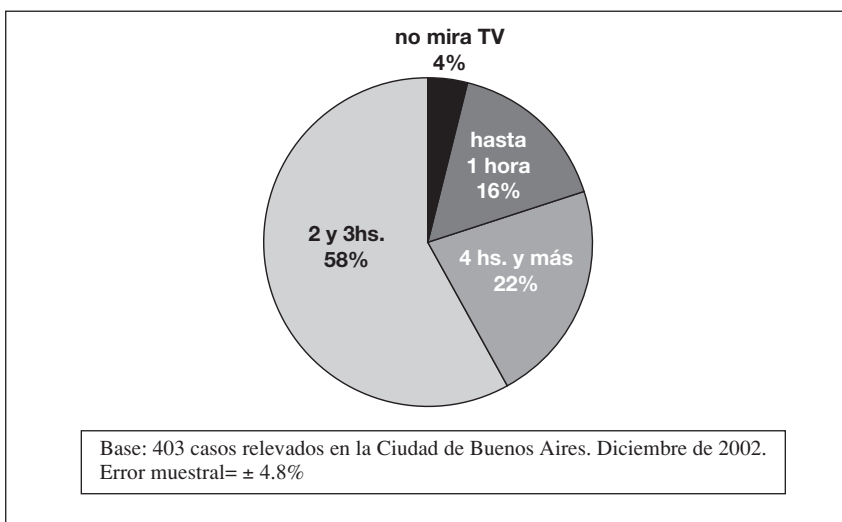
### 1.2. Los televidentes

Los televidentes se clasificaron según la cantidad de horas semanales de exposición. Con ese criterio se distinguieron los que dijeron que no miraban televisión, los que se exponían 1 hora por día, los que miraban entre 2 y 3 horas diarias y aquellos con mayor intensidad de exposición a este medio, que declararon mirar un número mayor de cuatro horas diarias.

El gráfico XX indica que en la muestra, sólo el 4% (16 casos) no eran televidentes, y de estos, 9 usaban internet.

#### Gráfico XX

##### Frecuencia de exposición a la televisión



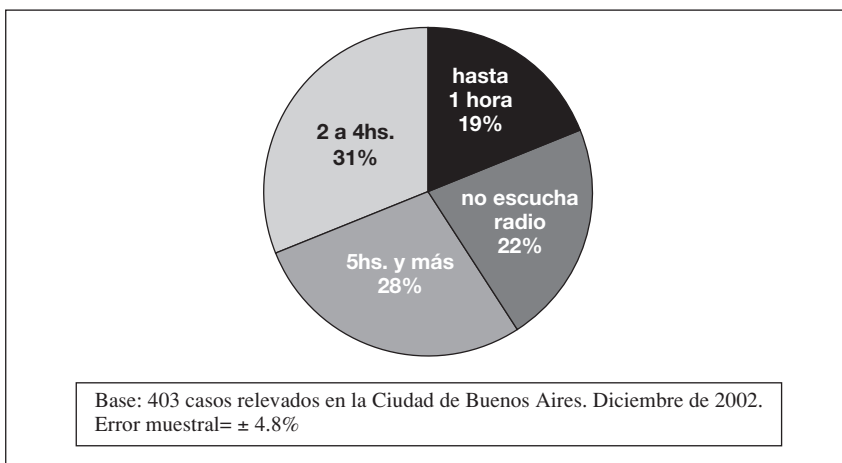
### 1.3. Los oyentes

Las respuestas de los entrevistados sobre sus hábitos diarios de exposición a la radio permitieron agruparlos de la siguiente forma: los que escuchaban hasta 1 hora de radio por día, los que escuchaban entre 2 y 4 horas y aquellos con mayor exposición, que dijeron escuchar radio 5 o más horas diarias.

Asimismo, 90 se declararon no oyentes de radio, y de ese segmento, el 68% (61) usaban internet (Gráfico XXI).

Gráfico XXI

**Frecuencia de exposición a la radio**



Antes de analizar la relación exposición a los medios y conocimiento, describiremos si incorporar al análisis factores sociodemográficos, como nivel económico social, edad y sexo, ayudaría a entender mejor el tipo de relaciones que los entrevistados establecían con los medios señalados.

Tabla 25

**Asociación de frecuencia de exposición a medios según nivel económico social, edad y sexo**

Frecuencia de exposición	Nivel económico social	Edad	Sexo
Lectura de diarios	.397*	.154*	-.283#
Exposición a la televisión	-.225	-.224#	.016
Exposición a la radio	-.187	.248*	-.035

Gamma significativa \* .000; # .001; • .014

Como se observa en la Tabla 25, el nivel socioeconómico, la edad y el sexo están asociados con la lectura de los diarios, aunque en diferente grado y dirección.

El nivel económico social tiene una relación directa con la lectura de los diarios: los segmentos de nivel alto registran mayor frecuencia de lectura semanal. En cuanto a la edad, el grado de asociación encontrado no permite describir diferencias en el comportamiento de las diferentes edades.

Asimismo, la variable sexo registra una asociación inversa pobre, que parecería indicar que los varones son más lectores que las mujeres.

Al analizar las horas diarias de exposición a la televisión y a la radio, se observó que estas conductas parecerían estar escasamente condicionadas por la edad, y ser independientes de los otros dos factores.

## **2. El conocimiento informático y la relación con los medios tradicionales**

En este apartado el propósito fue indagar si diferencias en la relación de los entrevistados con los medios tradicionales condicionaban el conocimiento sobre internet. Para algunos autores de la teoría del distanciamiento social de la información (Tichenor, Ettema, Gaziano, Kwak, Zaller), los medios gráficos posibilitan un conocimiento más profundo de los temas, mientras que la televisión tiene una aproximación superficial a los mismos.

En esta investigación se evaluó por separado el segmento de usuarios y de no usuarios, y en ninguno de los casos se observaron resultados estadísticamente significativos.

Los coeficientes de asociación que se observan en la tabla siguiente sugieren que los medios, independientemente de los modos de relación que los receptores establecen con ellos, no predicen sobre el grado de conocimiento informático.

Tabla 26

**Asociación entre conocimiento informático y frecuencia de exposición a medios**

<b>Conocimiento informático Población de no usuarios</b>	<b>Lectura de diarios</b>	<b>Exposición a la televisión</b>	<b>Exposición a la radio</b>
<b>Nominal</b>	-.154	.041	.047
<b>Conceptual</b>	-.129	-.034	-.040
<b>Teórico</b>	-.034	-.020	.061

<b>Conocimiento informático Población de no usuarios</b>	<b>Lectura de diarios</b>	<b>Exposición a la televisión</b>	<b>Exposición a la radio</b>
<b>Nominal</b>	.188	-.083	-.171*
<b>Conceptual</b>	.073	-.092	-.196*
<b>Teórico</b>	.140*	-.102	-.223*
<b>Uso</b>	.010	.126	-.113
<b>Rutina</b>	.162	.131	-.263*
<b>Práctico</b>	.121	.126	-.192*
<b>General</b>	.137	-.090	-.180*

\* Chi cuadrado significativo .000/ .020; Gamma no significativa

La ausencia de asociación podría atribuirse a las características del tema *–factores relativos al mensaje–*, lo suficientemente específico y técnico como para requerir una suerte de nueva alfabetización.

Otra posibilidad podría ser que el aumento de representación de internet en los medios no basta para que estos contenidos sean considerados de relevancia para el público (*factor relativo a la audiencia*).

En este sentido, nuestros resultados replican los hallazgos de Kwak<sup>1</sup> cuando señaló que la disponibilidad de un tema en los medios no garantiza que las brechas se cierren; es necesario, además, que el tema sea percibido por los receptores como relevante (KWAK, 1999: 396).

1. Para ampliar información, véase Primera parte, págs. 86-89.

Algunos autores (Kwak, Loges, Ball-Rockeach, Nadeau) señalaron la importancia de que un tipo de información se considere funcional para los diferentes grupos, ya sea para mantener su posición actual o para poder tomar determinadas decisiones. Desde esta perspectiva la exposición a los medios puede ser considerada una *situación específica* que condicionaría el distanciamiento social de la información.

Estos factores *relativos a la audiencia* nos remontan al concepto de exposición, memorización e interpretación selectivas, retomados por Tichenor (1970)<sup>2</sup> y Ettema y Kline (1977),<sup>3</sup> cuando señalaron a las diferencias individuales de los receptores como un factor a tener en cuenta para entender los distintos tipos y grados de su exposición a los medios.

Las personas son diferentes tanto en su personalidad, en su estructura cognitiva, como también en sus necesidades, hábitos de percepción, creencias, valores, actitudes y habilidades (DE FLEUR, 1993: 226).

La actividad selectiva podría ser una explicación para la ausencia de asociación entre la exposición a los medios y el conocimiento informático de los entrevistados. Debido, quizás, a: 1) la inclusión de internet en la agenda de los medios, y el consecuente incremento de información, guardarían relación sólo con los intereses de grupos determinados, concretamente los usuarios; 2) los usuarios más motivados tendrían mayor capacidad de adquisición y memorización de la información sobre internet proveniente de los medios, porque habrían desarrollado más habilidades para asimilar innovaciones; 3) la sola reiteración de noticias sobre internet no aseguraría el acercamiento a este tema de los sectores distanciados de esta tecnología.

Desde esta perspectiva, los *factores relativos a la audiencia* condicionarían comparativamente más al conocimiento informático de los entrevistados que los factores *relativos al mensaje e incluso al medio* (canal).

Diversas investigaciones (ROBINSON, 1976, 1977; ROBINSON Y ZUKIN, 1976; BENTON Y FRAZIER, 1976) también marcaron diferencias entre los efectos sobre el conocimiento de las noticias del diario y de la televisión, al demostrar que las personas para las cuales los diarios eran su fuente principal de información adquirirían más conocimiento que aquellos que miraban las noticias por televisión. Asimismo, que los diarios condicionaban más que esta última los temas que se intercambian.

2. Para ampliar información, véase Primera parte, pág. 35.

3. Para ampliar información, véase Primera parte, pág. 42.

biaban en los contactos personales, provocando también un efecto más fuerte en informaciones específicas.

Otros autores, como Becker y Whitney (1980), descubrieron que la dependencia de los diarios estaba asociada positivamente al conocimiento, mientras que la dependencia de la televisión se asociaba negativamente. Basado en estos informes, Fry (1979) predijo que la dependencia de los medios era básicamente un aspecto de la motivación; los miembros de la audiencia estarían motivados para elegir y prestar atención a un medio específico –televisión o diarios–, según el mismo le proporcionara el tipo de información deseada (MIYO, 1983: 628-629).

Ninguna conclusión semejante puede inferirse de los resultados obtenidos en el presente estudio. Los receptores (tanto usuarios como no usuarios) no se diferencian en el conocimiento informático por el medio al que se exponen, como tampoco por la intensidad de exposición.

El conocimiento sobre internet aparentemente tendría más que ver con: a) la posibilidad de acceso y de uso –*proximidad*– de esta tecnología que con la difusión de internet como tema a partir de los medios; b) con el desarrollo de habilidades relacionadas con la motivación por adquirirlas y c) con la actividad selectiva que permitiría retroalimentar el conocimiento informático con informaciones provenientes tanto de ámbitos privados (grupos de pares) como públicos (medios de comunicación).

#### En síntesis:

- El grado de conocimiento informático alcanzado es independiente tanto del tipo de medio al que el receptor se expone como de la intensidad de esa exposición.
- La actividad selectiva de los receptores, considerada como un factor relativo a la audiencia, ayudaría más que las características del tema –*factor relativo al mensaje*– a entender los modos de la exposición a los medios tradicionales.
- Los medios de comunicación no actúan incrementando las brechas de conocimiento informático, que, por otra parte, se establecen de modo sustancial, en primer lugar, entre los que acceden o no acceden a internet y, en segundo lugar, según el grado de motivación de los usuarios.

## CAPÍTULO 10

### LOS DETERMINANTES ASOCIADOS AL CONOCIMIENTO INFORMÁTICO. ANÁLISIS MULTIVARIADO

Con el fin de determinar cuáles son los principales factores que influyen en el conocimiento sobre internet que tiene la población bajo estudio, se propuso la aplicación de un modelo de regresión lineal múltiple<sup>1</sup> utilizando como variables predictivas a los factores estructurales y *situacionales*, con la intención de indagar cuál es el grado de participación de cada uno de ellos en las brechas de conocimiento informático.

De acuerdo con el recorrido, de lo general a lo particular, de la presente investigación, pretendimos encontrar la explicación más ajustada del comportamiento de la variable dependiente. A tal fin se fueron incorporando de manera progresiva los diferentes factores relacionados con el conocimiento informático de los entrevistados.

#### 1. Factores determinantes del conocimiento informático

##### 1.1. Factores estructurales

Las variables sociodemográficas que se incluyeron en la regresión para conocer si efectivamente actuaban como condicionantes de un tema particular como internet fueron:

- Nivel económico social
- Edad
- Sexo

1. Véanse págs. 150-152.

Se recordará que las hipótesis que formulamos inicialmente planteaban distancias en el conocimiento sobre internet, entre diferentes categorías sociales: los varones en relación con las mujeres,<sup>2</sup> los jóvenes en relación con las personas de mayor edad y los segmentos de nivel económico social alto respecto a los de nivel económico social bajo.

En cuanto a este último factor, se tomó la decisión de usar sus componentes desagregados —educación, ocupación del principal sostén del hogar y bienes del hogar— para conocer si alguno de ellos tenía mayor carácter predictivo respecto del conocimiento informático. El interrogante a responder era el peso relativo de la educación en el proceso de adopción del conocimiento sobre internet.

## *1.2. Factores situacionales*

### *1.2.1. Motivación de los usuarios*

En segundo término, se incluyó un conjunto de variables *situacionales* para evaluar su participación en el conocimiento informático de los entrevistados.

La primera variable, propia de la situación específica de cada entrevistado, que se incluyó en este modelo de regresión fue el uso o no uso de internet.

Se introdujo para comprobar, en primer lugar, si efectivamente la proximidad a esta nueva tecnología condicionaba su conocimiento y, en segundo lugar, si una vez resuelto el acceso, la motivación era el factor que mejor explicaba las diferencias en los grados de conocimiento de internet de los usuarios.

Esto último en concordancia con uno de nuestros enunciados iniciales que sostenía que los usuarios más motivados o para los cuales la información sobre internet era funcional, tendrían mayor conocimiento que los usuarios menos motivados o aquellos para los que esa información resultara menos funcional.

El tratamiento del factor motivación en esta regresión se midió a través de sus tres componentes desagregados, con el propósito de analizar minuciosamente cómo opera la motivación:

2. Sexo: variable nominal transformada en dummy: varón = 1 y mujer = 0. Véase pág. 151.

- Antigüedad en el uso de internet
- Horas semanales de uso de internet
- Iniciativa de internet en el hogar

Las preguntas a plantearse en esta regresión fueron cómo jugaba la antigüedad del usuario –*veterano, entrenado o principiante*–, la intensidad de uso semanal –*ocasional, moderado, frecuente y muy frecuente*– y la iniciativa de conexión a internet en el hogar (variable nominal transformada en dummy, con iniciativa = 1 y sin iniciativa = 0) a la hora de diferenciar los grados de conocimiento informático.

### 1.2.2. Relaciones sociales

También se incluyeron en la regresión múltiple los factores que vinculaban los grados de conocimiento de los usuarios con el uso de internet por parte del contexto familiar o de amigos, planteando que pertenecer a grupos sociales *conectados* a internet se asociaba al mayor conocimiento sobre este tema.

Ambos factores fueron codificados como dummy: familiares y/o amigos usan = 1 y no usan = 0.

### 1.2.3. Exposición a medios tradicionales

El último conjunto de factores incorporados a la regresión estuvo vinculado con la exposición de los usuarios a los medios tradicionales.

De acuerdo con los postulados de la teoría del distanciamiento social de la información, planteamos que el incremento de información sobre internet proveniente de los medios –gráficos, radiales y televisivos– permitía que los sectores de mayor exposición a los mismos alcanzaran mayor conocimiento sobre internet que los sectores con menor exposición.

Los factores que se incluyeron en la regresión, para considerar este conjunto, fueron: cantidad de días semanales de lectura de diario, cantidad de horas diarias de televisión y de horas diarias de escuchar radio.

## 2. Modelo de regresión

Como hemos señalado,<sup>3</sup> un modelo de regresión ajustado pretende evaluar el impacto de cada uno de los factores, a partir del control simultáneo de la incidencia de cada uno de ellos sobre la variable dependiente, en nuestro caso: conocimiento informático.

### 2.1. Población general

Con el propósito de comprobar primero cuáles son los factores que influyen en el conocimiento informático de la población general, se incorporaron al modelo de regresión como variables predictivas: los factores sociodemográficos, la exposición a los medios tradicionales y el uso de internet.

El modelo resultante alcanzó un  $r^2$  ajustado de 0.37,<sup>4</sup> mostrando una capacidad explicativa baja. Asimismo, el test de ANOVA dio significativo, permitiendo rechazar la hipótesis nula.

#### 2.1.1. Coeficiente de regresión Beta ( $\beta$ )

Los coeficientes de regresión tipificados  $\beta$  permiten obtener una medida de la contribución relativa de las variables al modelo.

$$\text{Conocimiento informático} = \beta_1 \text{ edad} + \beta_2 \text{ sexo} + \beta_3 \text{ educación} + \beta_4 \text{ bienes del hogar} + \beta_5 \text{ ocupación del sostén} + \beta_6 \text{ lectura de diarios} + \beta_7 \text{ horas de TV} + \beta_8 \text{ horas de radio} + \beta_9 \text{ uso de internet}$$

3. Véanse págs. 150-152.

4. Véase Anexo 5.

Tabla 27

**Población general - Coeficiente  $\beta$** 

	$\beta$	t	Sig.
<b>Demográficas - socioeconómicas</b>			
Edad	-0,142	-2,943	0,003
Sexo (varón = 1)	0,223	5,133	0,000
Educación	0,209	4,254	0,000
Bienes del hogar	0,133	2,763	0,006
Ocupación del principal sostén del hogar	0,055	1,296	N.S
<b>Exposición a los medios</b>			
Días semanales de lectura de diarios	0,002	0,039	N.S
Horas diarias de televisión	-0,068	-1,551	N.S
Horas diarias de radio	-0,040	-0,899	N.S
<b>Usuario de internet (usa = 1)</b>	<b>0,326</b>	<b>6,502</b>	<b>0,000</b>

N = 403. El bloque de factores incluye: componentes de nivel económico social, edad, sexo, exposición a los medios y uso de internet. Los coeficientes  $\beta$  registran los factores significativos y no significativos (N.S.) para la variable dependiente.

A partir de la lectura de los coeficientes  $\beta$ , se observa que en este modelo los factores que condicionan el conocimiento informático son el uso de internet y las variables de tipo sociodemográficas.

Si consideramos la jerarquía de los coeficientes  $\beta$  vemos que:

- La variable que más aporta al modelo es el uso de internet. Según este coeficiente (0.326), ser usuario indica un mejor manejo del código informático.
- El segundo factor determinante es el sexo (0.223). De acuerdo con este valor, los varones se distancian de las mujeres en el conocimiento informático.
- La tercera variable que aporta al modelo, con un impacto muy cercano al anterior, es la educación (0.209). Los más educados se distancian de los menos educados.

- El cuarto factor es la edad (- 0.142); dado que el coeficiente es negativo, su aporte es en sentido inverso: los jóvenes se distancian de los mayores en el conocimiento de internet.
- El quinto factor corresponde a los bienes del entrevistado (0.133). Este componente del nivel económico social, aunque con un valor menor, aporta a la interpretación en tanto se relaciona con la posibilidad de acceso a internet.

## 2.2. Población de usuarios

Con el objetivo de conocer los factores que determinan el conocimiento informático de la población de usuarios, se sumaron al conjunto de factores estructurales y de exposición a los medios, que se consideraron en el modelo anterior el conjunto de los factores motivacionales<sup>5</sup> y el de las relaciones sociales.

La capacidad explicativa de este modelo ajustado fue superior a la del anterior (0.37): alcanzó un  $r^2$  de 0.55.<sup>6</sup> El test ANOVA nuevamente permitió rechazar la hipótesis nula de independencia entre las varianzas de las variables independientes y la dependiente.

$$\begin{aligned} \text{Conocimiento informático} = & \beta_1 \text{ edad} + \beta_2 \text{ sexo} + \beta_3 \text{ educación} + \beta_4 \\ & \text{bienes del hogar} + \beta_5 \text{ ocupación del sostén} \\ & + \beta_6 \text{ tiempo de usuario} + \beta_7 \text{ horas de uso} \\ & \text{semanal} + \beta_8 \text{ iniciativa de conexión en el} \\ & \text{hogar} + \beta_9 \text{ familiares usuarios} + \beta_{10} \text{ ami-} \\ & \text{gos usuarios} + \beta_{11} \text{ lectura de diarios} + \beta_{12} \\ & \text{horas de TV} + \beta_{13} \text{ horas de radio} \end{aligned}$$

5. No se incluyó funcionalidad por el grado de asociación directa con el factor motivación.

6. Véase Anexo 6.

Tabla 28

**Población de usuarios - Coeficiente de regresión  $\beta$** 

	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
<b>Demográficas - socioeconómicas</b>			
Edad	-0,142	-2,741	0,007
Sexo (varón = 1)	0,216	4,351	0,000
Educación	0,147	2,721	0,007
Bienes del hogar	0,030	0,590	N.S.
Ocupación del principal sostén del hogar	0,098	2,092	0,038
<b>Motivación</b>			
Tiempo de usuario	0,348	6,466	0,000
Horas de uso semanal	0,314	6,064	0,000
Iniciativa de conexión en el hogar (con iniciativa = 1)	0,146	2,891	0,004
<b>Relaciones sociales</b>			
Familiares usuarios (usan = 1)	0,000	0,008	N.S.
Amigos usuarios (usan = 1)	0,105	2,213	0,028
<b>Exposición a los medios</b>			
Días semanales de lectura de diarios	0,045	0,868	N.S
Horas diarias de televisión	-0,049	-1,058	N.S
Horas diarias de radio	-0,023	-0,479	N.S

N = 282. El bloque de factores incluye: componentes de nivel económico social, edad, sexo, exposición a los medios, motivación y relaciones sociales. Los coeficientes  $\beta$  registran los factores significativos y no significativos (N.S.) para la variable dependiente.

### 2.3. Coeficiente de regresión $\beta$

En este segundo modelo puede destacarse que las principales variables predictivas corresponden a las que caracterizan la *situación específica* del usuario, a partir de su motivación.

- La variable que más aporta al modelo es la antigüedad en el uso de internet. Según este coeficiente (0.348), ser usuario veterano predice un mejor manejo del código informático y el desarrollo de habilidades devenidas de la práctica propiamente dicha. Desde esta perspectiva, los *veteranos* se distancian de los *principiantes* en los grados de conocimiento y en la posibilidad de incorporar, a partir de sus conocimientos previos, más fácilmente las innovaciones.
- El segundo factor, que incide con impacto muy cercano al anterior (0.314), es el tiempo de uso semanal de internet. El tiempo dedicado a internet estaría estableciendo brechas en el conocimiento informático entre los *conectados*. Lo anterior corrobora la relación directa entre tiempo de conexión semanal y grado de conocimiento informático que hemos señalado al examinar las diferencias significativas registradas entre los grados de conocimiento de los usuarios: *ocasionales*, *regulares*, *frecuentes* y *muy frecuentes*.
- La tercera variable con aporte sustantivo al modelo es el sexo (0.216). Los varones usuarios se distancian de las mujeres en el conocimiento informático.
- El cuarto factor es la educación (0.147), que también en el subgrupo de usuarios es el componente del nivel económico social que tiene mayor peso en el conocimiento informático.
- La quinta variable es la iniciativa de conexión en el hogar (0.146). La misma, dentro de los componentes de la variable motivación, es la dimensión con menor impacto.
- El sexto factor es el de la edad (-0.142), que, aunque con impacto bajo y nuevamente en sentido inverso, advierte que los jóvenes se distancian de los mayores en este tipo particular de conocimiento.
- La séptima variable, también con bajo impacto (0.105), es el grupo de amigos. Tener amigos usuarios influye favorablemente en el conocimiento informático.
- El octavo y último factor con significación en este modelo es la ocupación del principal sostén del hogar (0.098), aunque su aporte es poco relevante.

### 3. Consideraciones preliminares. Ordenamiento de los factores predictivos del conocimiento informático

Con el objetivo de sistematizar los resultados obtenidos, a continuación presentamos, para las dos poblaciones analizadas, los coeficientes de regresión ( $\beta$ ) ordenados según su grado de implicancia para diferenciar el conocimiento informático.

Tabla 29

#### Ordenamiento de las variables predictoras

Población General	Población de Usuarios
Usar internet	Antigüedad de uso
Sexo	Intensidad de uso
Educación	Sexo
Edad	Educación
Bienes del hogar	Iniciativa de internet en el hogar
	Edad
	Amigos usuarios
	Ocupación del principal sostén del hogar

A modo de síntesis:

- en la *población general*, el factor que más afecta, y en forma casi obvia, en los grados de conocimiento informático es el uso.
- en la *población de usuarios*, aspectos de la motivación aparecieron explicando más que los factores estructurales los grados de conocimiento sobre internet.
- el *sexo* es el factor estructural que más explica la adquisición del conocimiento informático.



TERCERA PARTE

**CONSIDERACIONES FINALES**



## CAPÍTULO 1 ALCANCES Y LÍMITES

### 1. Respetto a los lineamientos teóricos elegidos

En esta investigación nos propusimos: a) indagar la relevancia de internet en la cultura cotidiana, describiendo qué y cuánto conocen las personas sobre ella; b) brindar un panorama de cómo y por qué conocen; c) analizar cuáles son las condiciones que permiten adquirir dicho conocimiento.

La mayor parte de los ensayos e investigaciones existentes buscaron describir e interpretar el impacto de internet en la cultura a partir de su potencialidad tecnológica y de los nuevos modos de participación de quienes se conectan a ella. Muchos de estos estudios advirtieron que este nuevo medio generaba una nueva fisura social —la *brecha digital*— caracterizada por el acceso o no acceso a esta nueva tecnología y a sus lenguajes.

En cambio, nuestra preocupación se ubicó en otro plano al tratar de describir cómo se distribuye un nuevo tipo de conocimiento —en este caso, internet— y cuáles son los factores que favorecen u obstaculizan su adquisición.

La comprensión del proceso de adquisición de conocimiento requiere, dada su complejidad, de un enfoque interdisciplinario. En este trabajo se lo analiza desde la perspectiva de la sociología y, específicamente, de la sociología de la comunicación, uno de cuyos temas de estudio es el rol de los medios en la sociedad.

La propuesta que Tichenor, Donohue y Olien desarrollan en la teoría del distanciamiento social de la información considera que independientemente de la producción, difusión y distribución de la información a través de los medios, el proceso de adquisición de conocimiento está condicionado por la situación social de las personas. Pero, como

hemos visto, sucesivas investigaciones<sup>1</sup> han mostrado lo que a nuestro juicio es primordial: que las personas pueden superar los condicionantes sociales a partir de sus potencialidades individuales.

Ambos lineamientos teóricos se complementan de manera tal que para comprender el proceso de adquisición de conocimiento deben considerarse aspectos macrosociales (factores *estructurales*, tales como el nivel socioeconómico, la edad y el sexo) y microsociales (factores *situacionales*, tales como la motivación y la funcionalidad). Por lo tanto, quedaría superada la visión de los que dicen que las diferencias estructurales entre segmentos sociales son irreversibles. Las personas con iniciativa pueden acercarse a diferentes temas de conocimiento y desarrollar habilidades aun en circunstancias estructurales desfavorables.

Por otra parte, la teoría del distanciamiento social de la información –tratada empíricamente en estudios sobre: campañas electorales, salud, políticas públicas y temas relacionados con avances científicos– cuestiona el rol positivo de los medios para la adquisición equitativa de la información al observar la persistencia de grados diferenciales de conocimiento en los distintos segmentos sociales. Esta perspectiva teórica considera que los medios, a pesar de contribuir a la difusión y distribución más o menos homogénea de la información, no logran nivelar el conocimiento del público sobre diferentes temas.

Los medios –según los resultados de múltiples investigaciones– refuerzan aún más las distancias establecidas entre los diferentes grupos en razón de otros factores que afectan el conocimiento.

Los alcances del presente trabajo contribuyen a debilitar la opinión sobre la incidencia de los medios tradicionales de comunicación en la distribución homogénea del conocimiento de un tema. No obstante estos resultados, creemos que los lineamientos teóricos elegidos han constituido un punto de partida adecuado para los objetivos de nuestro trabajo.

Antes de enumerar las conclusiones generales de este estudio, ponemos en consideración algunas limitaciones metodológicas, en algunos casos asumidas desde el inicio y en otros advertidas en el análisis de los resultados.

1. Ettema y Kline, Genova y Greemberg, Lovrich y Pierce, Chew y Palmer, Viswanath y Finnegan, etc.

## 2. Respeto del trabajo de campo

En esta investigación se ha intentado medir el conocimiento informático que tienen los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires, considerando que los mismos se insertan en una realidad social y cultural que tiene diferencias con otras regiones de la Argentina.

Asimismo, nos interesa mencionar que, al haber trabajado con una muestra telefónica, el sector con muy bajos recursos, que es el que no tiene teléfono,<sup>2</sup> no ha sido representado y, en consecuencia, la proporción de no usuarios en nuestra muestra puede estar subrepresentada.

El cuestionario aplicado para evaluar los grados de conocimiento informático incluyó preguntas abiertas y cerradas. Si bien consideramos que las preguntas abiertas pueden reflejar mejor los límites sutiles de los grados del conocimiento así como la importancia asignada a internet por parte de los entrevistados, en nuestra experiencia, las mismas no agregaron información relevante.

En cuanto a las preguntas cerradas, hemos observado una limitación en la definición de los usuarios *veteranos*, resultado de haber aplicado una respuesta con alternativas fijas a la pregunta sobre el tiempo de uso de internet (hasta un año, 2 a 4 años y 5 o más años). Al haber ingresado todos los usuarios *veteranos* dentro del rango 5 o más años, hemos perdido la posibilidad de medir el incremento del conocimiento por año de uso y, lo que es más importante, la diferenciación respecto de esta variable en la incorporación de varones y mujeres al uso de internet, que hubiera resultado de mucha utilidad para profundizar la interpretación de los resultados encontrados.

En último término, nos importa señalar que si bien los procedimientos efectuados permiten generalizar y explicar los hechos, hay cuestiones que quedaron esbozadas tangencialmente, como por ejemplo: razones de no uso de internet, diferencias en el conocimiento por sexo, atribución de funcionalidad o satisfacción de necesidades. Estos casos requerirían un abordaje de mayor profundidad.

Desde nuestro punto de vista, la complementariedad de análisis per-

2. Un informe realizado por la empresa Telefónica indica que en 2001 la teledensidad cada 100 habitantes era de 63.4% (Telefónica, 2004: 85). Por su parte, el estudio sobre: Hábitos y Actitudes (ENHA) que ACNielsen realiza todos los años da cuenta de que en octubre del año 2002 la población sin teléfono fijo en la Ciudad de Buenos Aires era el 26,5% (Fuente: Lic. Pablo Azcárate, Director de Investigación de ACNielsen, 2004).

mite enriquecer la interpretación. A modo de analogía, hemos visto cómo los datos obtenidos al contabilizar las noticias aparecidas en los diarios *Clarín* y *La Nación* se interpretaron mejor a la luz de las entrevistas realizadas a los editores responsables de los suplementos informáticos. Por consiguiente, complementar la información relevada en el trabajo de campo con entrevistas en profundidad a usuarios y no usuarios de internet, o incluso con observación participante para describir las rutinas de uso en diferentes ámbitos, nos permitiría tener una visión más compleja y aguda de las diferencias en el conocimiento informático.

Queremos destacar que el instrumento desarrollado resultó adecuado para medir el conocimiento, por lo cual podría ser aplicado en otros contextos socioculturales. Un análisis comparativo y secuencial de sus resultados podría agregar riqueza a la comprensión del tema en estudio.

## CAPÍTULO 2 CONCLUSIONES GENERALES

### 1. Incremento de la presencia de internet en los medios

El análisis de algunos datos de la estructura social y de los contenidos de los medios gráficos nos permitió advertir que el incremento en el número de usuarios se da conjuntamente con el incremento en la producción, difusión y distribución de información sobre el tema internet en los medios de comunicación.

El impacto de internet en la Argentina se comprueba en el aumento del número de usuarios, que pasó de 1.000.000 en el mes de marzo del año 2000 a 3.600.000 en el mes de octubre del año 2002 (Clarín.com y D'Alessio, 2004: 9).<sup>1</sup>

El aumento de la representación del tema “internet” en los medios se observa:

- en la aparición de suplementos de informática;
- en el incremento del número de noticias (las noticias sobre internet se triplicaron en una muestra de los diarios *Clarín* y *La Nación* correspondiente a los meses de noviembre y diciembre de 1997<sup>2</sup> y 2002);
- en la aparición de fascículos coleccionables relacionados con internet y/u otras tecnologías informáticas.

1. Por otra parte, los datos del crecimiento de usuarios según el Observatorio TIC Price & Cooke son los siguientes: 3.650.000 (2001), 4.100.000 (2002), 5.700.000 (2003), 7.560.000 (2004), 10.000.000 (2005). Por otro lado, el crecimiento de clientes de banda ancha pasa de 97.000 en 2001 a 810.000 en 2005 (Prince & Cooke, 2006).

2. Según los datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones: en el año 1997, alrededor de 250.000 personas eran usuarios de internet (Telefónica, 2004: 50).

## 2. El esquema de investigación. Nuestros interrogantes iniciales

El incremento de la presencia del tema “internet” en los medios convalidó el enfoque de nuestros enunciados iniciales, que advertían cómo este contexto informativo creaba un ambiente propicio para observar cómo el nivel económico social (educación, bienes del hogar y ocupación del principal sostén familiar), la edad y el sexo tendrían efectos en forma individual y probablemente también en forma interdependiente en los grados del conocimiento informático.

En ese momento dijimos que las personas de nivel económico social alto, pero también los jóvenes y los varones, se distanciarían en el conocimiento sobre internet de aquellos de nivel económico social bajo, adultos mayores y mujeres. Estas hipótesis fueron enunciadas tanto para la población general como para la población de usuarios, que serían aquellas personas en quienes era de esperar que las condiciones favorables hubieran operado.

Era evidente esperar que los usuarios aventajarían a los no usuarios en el conocimiento de internet al tener una relación *cercana* con esta tecnología. Sin embargo, también planteamos el establecimiento de brechas de conocimiento entre los propios usuarios, derivadas de diferente motivación.

Otra situación específica que nos permitió formular nuevas hipótesis estuvo vinculada con el contexto social del usuario –familia y amigos–, y así enunciamos que un contexto social próximo a internet también favorecía el conocimiento informático.

Otro de los supuestos, propio también de la situación de cada entrevistado, estuvo referido al papel de los medios de comunicación y formulaba que los sectores de mayor exposición a dichos medios alcanzarían más conocimientos sobre internet que los sectores con menor exposición.

La aplicación de la regresión lineal múltiple nos permitió analizar en qué medida cada uno de los factores *estructurales* –nivel económico social, edad, sexo– y *situacionales* –motivación, relaciones sociales y exposición a medios– participan y condicionan la variación del conocimiento informático.

Al mismo tiempo, nos permitió comprobar el valor predictivo de todos y cada uno de los factores considerados en el conocimiento informático y, en consecuencia, validar las hipótesis planteadas en el inicio de esta investigación.

### 3. Tipos de conocimiento informático: teórico y práctico

El instrumento desarrollado para medir el conocimiento resultó útil y nos permitió caracterizar tipos de conocimiento –teórico y práctico– y grados de conocimiento –alto, medio y bajo– y diferenciar entre el conocimiento *factual* –definido como un saber que permite nombrar, reconocer personas, hechos, cosas, actividades, lugares o fechas– y el conocimiento *estructural*, que posibilita definir, contextualizar e identificar las causas de un tema o acontecimiento.

En cuanto al **conocimiento informático-teórico** –nominal y conceptual–, que se midió tanto en usuarios como en no usuarios, advertimos:

- 3.1. La posibilidad de reconocer términos informáticos resultó la forma más frecuente y superficial de conocimiento y corresponde a lo que se denominó conocimiento informático-nominal.
- 3.2. Algunos términos fueron registrados por la mayoría (*e-mail*, 96%; navegar, 91%; página *web*, 87%) y otros sólo por la tercera parte de los entrevistados (*intranet*, 38%; *browser*, 32%).
- 3.3. El conocimiento informático-conceptual, relativo a la habilidad de definir términos técnicos, se presentó como un tipo de conocimiento más profundo y por lo tanto menos habitual.
- 3.4. Sólo *e-mail* pudo ser definido por la mayoría de los entrevistados (86%); la posibilidad de definir el resto de los conceptos fue marcando distancias entre los entrevistados, hasta llegar a *browser*, que pudo ser definido sólo por un 2% de ellos.
- 3.5. Las brechas de conocimiento se establecieron entre quienes sólo pudieron nombrar términos técnicos y los que, además de nombrarlos, lograron definirlos.
- 3.6. A medida que el conocimiento informático-teórico requiere mayor profundidad, el número de personas con ese tipo de conocimiento disminuye (bajo, 40%; medio, 32%; alto, 28%).

El **conocimiento informático-práctico** –de usos y de rutinas– medido sólo en el segmento de usuarios nos permitió advertir que:

- 3.7. El conocimiento informático-teórico resultó condición necesaria para la adquisición del conocimiento informático-práctico.

Sin embargo, no es condición suficiente. Menos de la mitad de los usuarios con conocimiento teórico alto alcanzó también un alto grado de conocimiento práctico (46%).

- 3.8. La medición del conocimiento informático-práctico permitió agrupar a los usuarios entre los que pueden resolver y definir actividades elementales (61% tiene un grado alto de conocimiento de rutinas de búsqueda) y aquellos que pueden resolver y definir actividades más difíciles y atribuir funcionalidad a las herramientas informáticas de mayor complejidad (22% tiene un alto grado de conocimiento de uso).

#### **4. Población general. Aspectos relacionados con la adquisición del conocimiento informático**

Nuestros resultados probaron la influencia de factores sociodemográficos en el proceso de adquisición de conocimiento:

- 4.1. El nivel económico social explica el grado de conocimiento, de manera tal que a mayor nivel económico social, mayor es el grado de conocimiento informático alcanzado.
- 4.2. De los componentes que integraron el nivel económico social, la educación es el que más se asocia al conocimiento.
- 4.3. Los grados de educación establecen brechas en el conocimiento; así, las personas con mayor nivel educativo alcanzan mayor conocimiento sobre internet que las de menor nivel educativo.
- 4.4. El sexo es el factor demográfico que más diferencia el grado de conocimiento sobre internet. Los varones tienden a mostrar un alto conocimiento informático mientras que las mujeres se concentran en un bajo nivel de conocimiento.
- 4.5. La edad condiciona de modo inverso el conocimiento informático: a mayor edad, es dable esperar un menor grado de conocimiento sobre internet. Esto podría estar vinculado, entre otras razones, a la mayor funcionalidad que le otorgan los segmentos más jóvenes a las nuevas tecnologías que forman parte de su mundo cotidiano.
- 4.6. Entre los segmentos más jóvenes (de 17 a 40 años), no se observan diferencias significativas en el conocimiento de internet. Aunque pueden ser diferentes las razones por las que alcanzan dicho conocimiento.

El aporte relevante del presente trabajo consistió en el análisis multivariado que permitió jerarquizar cada una de las variables analizadas y ponderar su participación en la adquisición del conocimiento sobre internet de la población general. Esto permitió concluir que:

- 4.7. Como era de esperar, en la población general el uso es el factor con mayor incidencia sobre el conocimiento informático.
- 4.8. Después del uso de internet, el factor estructural con mayor incidencia en el conocimiento sobre internet de los entrevistados es el sexo.
- 4.9. La prevalencia del sexo para diferenciar el conocimiento sobre internet constituye un hallazgo que desplaza la importancia del nivel socioeconómico, o su componente principal, la educación, en este tipo de conocimiento especializado.
- 4.10. La distancia entre el conocimiento de los varones y las mujeres fue significativa en los diferentes tipos de conocimiento informático-teórico (nominal y conceptual). Las diferencias en el conocimiento informático por sexo no se atribuyen a distintas capacidades de unos y otros, sino que obedecerían a modos disímiles de relación con esta tecnología y/o a la incorporación tardía en el uso de internet de las mujeres.
- 4.11. El tercer factor en afectar el conocimiento informático es la educación. Su capacidad predictiva es menor que la variable sexo, pero se confirma como el componente principal del factor socioeconómico.
- 4.12. El cuarto factor con capacidad de explicar el conocimiento informático en la población general es la edad. La cual, contrariamente a lo esperado tratándose de nuevas tecnologías, fue el factor demográfico con menor peso para diferenciar el conocimiento.
- 4.13. La exposición a los medios tradicionales –gráficos, radiales, televisivos– por parte de los entrevistados no participa en la adquisición del conocimiento; no se obtuvieron diferencias significativas que permitieran comprobar la hipótesis que enunciaba que los segmentos sociales con mayor exposición a los medios poseen más conocimientos sobre internet que los sectores que se exponen menos.
- 4.14. El conocimiento informático alcanzado por el público es independiente: a) de la presencia del tema internet en los medios, b) del medio al que las personas eligen exponerse y c) de la intensidad de dicha exposición.

- 4.15. En esta línea, no se pudo demostrar lo enunciado por la teoría del distanciamiento social de la información, según la cual los medios de comunicación ayudan a reforzar las brechas de conocimiento.

**A modo de síntesis, presentamos, jerarquizadas, las condiciones que favorecen el conocimiento informático en la población general: ser usuario, varón, educado y joven.**

Una vez presentado el comportamiento de los diferentes factores que afectan el conocimiento informático en la población general y habiendo señalado la importancia del uso de internet en la adquisición de ese tipo particular de conocimiento, se enumeran los factores que nos permitieron caracterizar a usuarios y no usuarios.

- 4.16. El nivel económico social, al condicionar el acceso, condiciona el uso de internet y, de modo indirecto, la adquisición del conocimiento informático.
- 4.17. El tipo de relación –*cercana* (usuarios) versus *lejana* (no usuarios)– con esta tecnología es lo que mejor explica el grado de conocimiento informático. Por lo tanto, los usuarios se distancian significativamente de los no usuarios en los grados de conocimiento informático.
- 4.18. Los no usuarios son en mayor medida mujeres, adultos mayores, de menor nivel educativo, con ocupaciones y bienes de bajo prestigio. No usan internet: a) porque presumen que no lo necesitan, o no le reconocen utilidad, b) porque estiman que es costoso y c) porque perciben que es difícil aprender a usarla
- 4.19. Los usuarios de internet tienen, en general, mayor acceso a otras nuevas tecnologías (más del 80% tiene computadora en el hogar y televisión por cable), son en mayor proporción varones, jóvenes, tienen mayor nivel educativo y ocupaciones y bienes de prestigio.
- 4.20. El número de términos técnicos reconocidos y definidos por los usuarios de internet (29.7 puntos de conocimiento promedio) es significativamente mayor que en los no usuarios (9.9 puntos de conocimiento promedio), por lo que el uso de internet se asocia positivamente al conocimiento informático alto.

## 5. Usuarios. Aspectos relacionados con la adquisición del conocimiento informático

El análisis de la población de usuarios permitió observar la influencia de cada uno de los factores estudiados. Los resultados son los siguientes:

- 5.1. En el segmento de usuarios, el factor estructural que más diferencia el conocimiento informático general es el sexo. El nivel económico social y la edad no condicionan de modo sustancial su conocimiento informático.
- 5.2. Los varones son más precoces en el uso de internet que las mujeres. Tienen mayor conocimiento de esta tecnología y, si bien no se diferencian en edad con las usuarias, se distancian levemente en educación y de modo significativo en tener ocupaciones con mayor prestigio.
- 5.3. Las mujeres usuarias de internet tienen menor conocimiento informático que los varones, cualquiera sea su edad, educación y ocupación.

En cuanto a la influencia del factor situacional más importante: “la motivación”, nuestras conclusiones son las siguientes:

- 5.4. Factores estructurales como el sexo, el nivel económico social –la educación, su principal componente– y la edad pueden facilitar la proximidad a internet; sin embargo, los factores motivacionales –*situacionales*– tienen efectos sustanciales e independientes sobre los niveles de conocimiento una vez superado el acceso a la tecnología.
- 5.5. La motivación es el factor que mejor explica las diferencias en el conocimiento de los usuarios independientemente del sexo, del nivel económico social y de la edad.
- 5.6. La mayor motivación se asocia al conocimiento alto (en un 70% de los casos) y la menor motivación al conocimiento informático bajo (en un 45% de los casos). El mayor conocimiento se da entre aquellos usuarios con mayor experiencia e intensidad de uso.
- 5.7. La antigüedad de uso es el componente de la motivación que más se asocia al nivel económico social, la educación y el sexo. El ser varón, pertenecer al nivel económico social alto y te-

ner un grado alto de educación posibilitaría el “descubrimiento” prematuro de una nueva tecnología y, de esta forma, favorecería el conocimiento. Los *veteranos* –aquellos con más años de uso– se distancian en el conocimiento (59.3 puntos de conocimiento promedio) significativamente de los *entrenados* (42.8 puntos de conocimiento promedio) y de los *principiantes* (25.9 de conocimiento promedio).

- 5.8. Las horas de uso de internet se relacionan en forma directamente proporcional con el conocimiento informático (aparentemente, por el factor entrenamiento). A medida que se incrementa el número de horas de conexión, aumenta el grado de conocimiento.
- 5.9. Se observan diferencias significativas entre el conocimiento informático general –teórico y práctico– de los subgrupos de usuarios –*ocasionales*, *regulares* y *muy frecuentes*– entre sí. Sin embargo, no se observan diferencias significativas en el conocimiento informático-general entre los usuarios *regulares* y los *frecuentes*. Esto se debe a que ambos grupos tienen un conocimiento teórico homogéneo, pero se distancian a la hora de ser evaluados en el conocimiento práctico. Los usuarios *frecuentes* aventajan a los *regulares* en el conocimiento práctico debido a que se conectan una mayor cantidad de horas semanales a internet y por lo tanto desarrollan habilidades referidas a acciones y prácticas concretas.
- 5.10. Los usuarios que han tenido la iniciativa de la conexión de internet en su hogar se distancian en el grado de conocimiento informático (51.6 puntos de conocimiento promedio) de aquellos sin iniciativa (36.8 de conocimiento promedio).
- 5.11. La motivación se asocia a la percepción que los usuarios tienen sobre la funcionalidad de internet. Las razones que argumentan los muy motivados sobre la utilidad de esta tecnología son: a) que internet les resuelve a diario un gran número de situaciones (89%), b) que les permite conectarse con sitios en otros idiomas y de otros países (53%) y c) que internet ha cambiado totalmente su manera de informarse (41%) –al aumentar sus fuentes de información, reemplazar otros medios informativos, facilitar el acceso a todo tipo de información y acelerar el proceso informativo–.
- 5.12. Una percepción de funcionalidad alta se asocia a un grado alto de conocimiento (58.7 puntos de conocimiento promedio), de

la misma manera que una percepción de baja funcionalidad se asocia a un grado bajo de conocimiento (34.1 puntos de conocimiento promedio).

- 5.13. El principal propósito de conexión a internet resultó ser el *comunicativo*. Los usuarios se aglutinan en torno a la aplicación del correo electrónico y se dispersan y atomizan en el resto de las aplicaciones. Sin embargo, a medida que aumenta la edad, disminuye la conexión con estos propósitos.
- 5.14. La segunda aplicación más frecuente de internet es *instrumental* (permite trabajar, estudiar a distancia, investigar). En los varones, el uso con propósitos instrumentales aumenta con la edad y en las mujeres disminuye.
- 5.15. El tercer propósito de conexión es *informativo* (buscar información sobre diferentes temas y problemas, conectarse con los medios tradicionales). Los más jóvenes (17 a 25 años) son los que menos se conectan con esta finalidad.
- 5.16. Los propósitos de conexión no condicionan el grado de conocimiento sobre internet que tienen los usuarios, con excepción de los que usan internet como *servicio* –“bajan” programas y música, realizan operaciones bancarias y compran productos o servicios–, los cuales se distancian en el conocimiento de quienes la usan con propósitos *comunicativos*.

El segundo factor situacional considerado al analizar la población de usuarios fue su contexto social y su relación con el conocimiento informático. A continuación, se presentan las conclusiones:

- 5.17. El uso de internet por parte de otros miembros de la familia no se asocia al conocimiento informático, mientras que tener amigos usuarios favorece ese tipo de conocimiento.
- 5.18. No se ha encontrado relación entre la conexión a internet del grupo familiar y el conocimiento del entrevistado. Esto significa que no se cumple en este tipo de conocimiento la teoría de derrame o goteo –*trickle: down, up*–, ni hacia abajo –de padres a hijos–, ni hacia arriba –de hijos a padres–. En cambio, la asociación encontrada entre el conocimiento informático del entrevistado y la conexión a internet de su grupo de amigos nos sugiere un goteo hacia los lados, horizontal, entre pares (*trickle across*).

- 5.19. Tener amigos y compañeros de trabajo usuarios de internet condiciona el conocimiento. Supone compartir experiencias personales, novedades y percepciones en las conversaciones habituales. Algunos miembros del entorno social son consultados a la hora de desarrollar nuevas competencias en el uso de internet.

En relación también con los contactos personales, nos interesó caracterizar a los líderes de opinión en sus grupos de pertenencia y pudimos señalar que:

- 5.20. Un grupo reducido de los usuarios (10%) dijo ser consultado siempre por amigos o familiares sobre temas vinculados con internet (usos, instalación).
- 5.21. Este pequeño subgrupo de líderes se distancia significativamente en el conocimiento informático (76.1 puntos de conocimiento promedio) del resto de los usuarios (52.2 puntos de conocimiento promedio).
- 5.22. Entre los líderes y quienes les consultan es posible describir un proceso de difusión de conocimiento de “goteo hacia abajo”. Esta dirección descendente no se basa en diferencias sociodemográficas, sino principalmente en diferencias en el grado de motivación.

En cuanto a la exposición a los medios en la población de usuarios, podemos agregar que:

- 5.23. El grado de conocimiento informático alcanzado es independiente tanto del tipo de medio al que el receptor se expone como de la intensidad de esa exposición.
- 5.24. Los medios de comunicación no actuarían incrementando las brechas de conocimiento informático. La actividad selectiva de los receptores *–factor relativo a la audiencia–* condiciona más que las características del tema *–factor relativo al mensaje–* los modos de la exposición a los medios tradicionales. Las situaciones particulares de las personas condicionan sus modos de recepción y permiten diferentes definiciones sobre la importancia de un tema para su vida social. Se podría inferir que la especificidad del tema, la funcionalidad que sólo algunos segmentos le otorgan al conocimiento de internet, la baja percepción de riesgo que supone su descono-

cimiento serían razones que podrían explicar la independencia de los grados de conocimiento informático de las rutinas de exposición a los diferentes medios por parte del público.

Nuestra conjetura es que cuando la información que se difunde a partir de los medios: a) no tiene carácter excepcional, como podría ser la llegada del hombre a la Luna; b) no implica para el receptor una cuestión de fuerte compromiso emotivo, causado por el temor o el espíritu patriótico, como podría ser la amenaza de una epidemia, la invasión territorial o el campeonato mundial de fútbol; c) el receptor no está obligado a realizar acciones en las que necesita aplicar dicha información, como el caso de participar en un acto electoral. La adquisición del conocimiento por parte del público tendría más que ver con sus intereses particulares que con la difusión y distribución de la información de parte de los medios.

Estos intereses particulares se manifiestan en actividades selectivas, como la exposición, en la recordación y en la interpretación de los diferentes temas. Las que a su vez se relacionan con las habilidades comunicativas de cada persona, los conocimientos previos y los contactos sociales relevantes.

Ante hechos de alta cobertura periodística, que pasan a integrar la agenda de los medios, la actividad selectiva es menor, porque esos contenidos se imponen. En cambio, cuando el tema es esporádico o forma parte de un suplemento especializado con aparición habitual, la adquisición del conocimiento estará condicionada por el grado de interés expresado en las diferentes formas de selectividad.

La regresión múltiple nos permitió evaluar en la población de usuarios la contribución de factores relacionados con la *situación específica*. De esa manera, comprobamos el valor de la motivación para la adquisición del conocimiento informático, pudiendo concluir que:

- 5.25. El análisis de la motivación a partir de sus dos componentes más significativos (antigüedad de uso e intensidad de uso), y según el orden de prevalencia, nos confirma que la misma es el principal factor explicativo del conocimiento informático.
- 5.26. Una vez resuelto el acceso a internet, la motivación es el factor que más diferencia el conocimiento que los usuarios tienen de esa tecnología.

- 5.27. Los usuarios más motivados o para los cuales la información sobre internet es funcional tienen mayor conocimiento informático (58.8 puntos de conocimiento promedio) que los usuarios menos motivados o aquellos para los que la información sobre internet resulta menos funcional (25.8 de conocimiento promedio).
- 5.28. El segundo factor con implicancia en el conocimiento de los usuarios fue el sexo. Este dato constituye, desde nuestro punto de vista, una contribución del presente estudio que nos interesa señalar. Los varones usuarios (51 puntos de conocimiento promedio) se distancian de las mujeres (35.5 puntos de conocimiento) en el conocimiento informático. El sexo es, entonces, el factor sociodemográfico que más diferencia el conocimiento sobre internet también en la población de usuarios.
- 5.29. La distancia entre el conocimiento de varones y mujeres se podría interpretar como consecuencia de la incorporación tardía de aquéllas a esta nueva tecnología. Nuestros datos fueron consistentes con este argumento al registrarse mayor porcentaje de varones que de mujeres con 5 o más años de antigüedad como usuarios. Por otra parte, la regresión lineal, al demostrar el valor fundamental de la antigüedad de uso, nos ayuda a interpretar, aunque de modo preliminar, las diferencias de conocimientos según el sexo. En esta línea de razonamiento, si la antigüedad de uso es lo que más afecta el grado de conocimiento informático, y las mujeres usan internet desde hace menos tiempo que los varones, en consecuencia, las mujeres estarán rezagadas respecto de estos últimos en este tipo particular de conocimiento.
- 5.30. El tercer factor que explica el conocimiento informático es la educación, que también en la población de usuarios resultó ser el componente del nivel socioeconómico que más afecta al mismo.
- 5.31. La iniciativa de conexión de internet en el hogar y la edad son factores que también contribuyen a explicar el conocimiento.

Como hemos señalado, consideramos como otro factor *situacional* la influencia del contexto social, y el análisis multivariado ha corroborado la diferente significación de la familia y los amigos en la posibilidad de afectar el conocimiento informático, de modo que:

5.32. Tener amigos usuarios es un factor que favorece el conocimiento sobre internet, mientras que el número de usuarios que integran el grupo familiar no afecta dicho conocimiento.

Por último, con respecto a la exposición a los medios, observamos que:

5.33. En la población de usuarios, este factor no tiene implicancias en los grados de conocimiento informático. Este resultado es de mucho interés porque, al neutralizar la contribución de los medios en la distribución del conocimiento sobre internet en esta población, que sabemos está motivada por este tema, se vuelven a marcar diferencias respecto de la formulación de la teoría del distanciamiento social de la información que sostiene que los medios profundizan, o cuanto menos mantienen, las brechas de conocimiento.

**En resumen, las condiciones que favorecen el conocimiento informático entre los usuarios por orden jerárquico son: tener motivación alta, ser varón, educado y joven.**

A modo de síntesis final, diremos que:

La motivación es el factor que más explica el conocimiento informático y por lo tanto tiene una implicancia mayor que los aspectos sociodemográficos.

La combinación de un grado alto de motivación con características sociodemográficas favorables predice el grado máximo de conocimiento informático. Las personas motivadas, de nivel socioeconómico alto, educadas, varones y jóvenes se distanciarán en el conocimiento informático del resto de las personas.

Un grado alto de motivación puede contrarrestar los condicionamientos adversos de las variables estructurales. Y viceversa: personas con factores estructurales favorables, pero con baja motivación, se ubicarán en un grado de conocimiento bajo.

Tener amigos usuarios de internet es un factor que también favorece el conocimiento informático.

Por último, las noticias sobre internet en los medios de comunicación no establecen diferencias en el conocimiento de internet.



### CAPÍTULO 3

## LINEAMIENTOS FUTUROS

La presente investigación sobre las brechas en el conocimiento de internet nos ha permitido concluir que, si bien es innegable la existencia de factores sociales y demográficos que intervienen en forma favorable o desfavorable en el proceso de adquisición del conocimiento, los mismos se ven aventajados por el interés de las personas por el conocimiento de esta nueva tecnología.

De ningún modo desconocemos que la igualdad de oportunidades en el acceso a internet, lo mismo que una educación básica asegurada permitirían una distribución más homogénea del conocimiento. Sin embargo, advertir que, una vez resuelto el acceso, personas con condiciones desfavorables puedan alcanzar un grado alto de conocimiento subraya la importancia de las aspiraciones personales en el proceso de adquisición del conocimiento. Y abre nuevas perspectivas de investigación y acción en los sectores de menor nivel socioeconómico.

Durante el transcurso de este estudio, hemos identificado algunas cuestiones que, desde nuestro punto de vista, sería interesante seguir profundizando; y además han aparecido nuevos interrogantes que también nos sugieren líneas de investigación futuras. Los siguientes son algunos de estos nuevos problemas de investigación:

- Comprobar en una nueva población el valor predictivo del índice de conocimiento generado para el presente estudio.
- Establecer la existencia o no de posibles *efectos techo*, a través de una nueva encuesta con el mismo subgrupo (los de mayor conocimiento) que permita describir el comportamiento del conocimiento a lo largo del tiempo.
- Evaluar el papel de los conocimientos previos en la adquisición de conocimiento y en el desarrollo de habilidades informáticas, a partir de comparar a *principiantes* y *veteranos* en la incorporación de temas nuevos sobre internet.

- Analizar cuáles serían los factores que permiten que la asociación entre baja motivación y bajo conocimiento se mantenga o se modifique.
- Estudiar la dirección de la transmisión del conocimiento informático en los diferentes grupos (*goteo hacia abajo*, *goteo hacia arriba* y *goteo horizontal*).
- Evaluar otras causales en la aparente relación deficitaria de las mujeres con la tecnología en general y con internet en particular.
- Frente a la comprobación de que el conocimiento que tienen los segmentos jóvenes sobre internet es homogéneo, estudiar el supuesto de que esos segmentos llegan a un nivel de conocimiento semejante a partir de satisfacer propósitos diferentes: los más jóvenes (17 a 25 años), usando internet en mayor proporción con propósitos de *entretenimiento*, y los de 26 a 40 años, principalmente con propósitos *instrumentales*.
- Comparar en una misma población y en el mismo momento los grados de conocimientos sobre diferentes tipos de temas. Unos que conforman la agenda de los medios y otros esporádicos y especializados, para evaluar cómo operan las estrategias persuasivas de los emisores y las actividades selectivas de los receptores.
- Medir el grado de conocimiento sobre internet de aquellos niños y jóvenes de nivel socioeconómico bajo que sólo acceden en *cibers* o locutorios. Describir el tipo de actividades que realizan y la percepción que tienen de esta tecnología.

Éstas son algunas de las líneas de investigación que esperamos encarar en el futuro. Si este plan se cumple, se deberá, sin duda, a que enfrentar esta tesis doctoral nos ha motivado en el ejercicio de la “*adquisición del conocimiento*”.

ANEXO 1

**PRESENCIA DEL TEMA INTERNET  
EN LOS MEDIOS GRÁFICOS**



## Listado de noticias del diario *Clarín* - noviembre 1997

Fecha	Título	Sección	Tapa	Tema	Palabras clave	Dirección de página web	Dirección de correo electrónico
03/11/97	Un banco en Internet	Información General	No	Posibilidad de realizar operaciones por internet a través de un banco privado	internet	Sí	No
04/11/97	Tarjetas seguras en internet	Economía	No	Validación de operaciones de compraventa a través de internet	Internet <i>hackers</i>	No	No
12/11/97	Internet para todos	Información General	Sí	Cómo aprender a navegar	<i>chat, web</i>	Sí	No
26/11/97	Ofrecen un meteorito por Internet	Información General	Sí	Caída de un meteorito en Chaco y oferta del mismo a través de internet	internet	Sí	Sí
28/11/97	Dan a Internet igual garantía constitucional que a la prensa internet,	Información	No	Promulgación de un decreto que considera a internet como semejante a los demás medios de comunicación	<i>web</i>	No	No

**Listado de noticias del diario *Clarín* - diciembre 1997**

Fecha	Título	Sección	Tapa	Tema	Palabras clave	Dirección de página web	Dirección de correo electrónico
01/12/97	El día mundial del SIDA se conmemora en Internet	Información General	No	Mensajes por el Día mundial de Lucha contra el SIDA en internet	cibernético, red de redes, internet	Sí	No
08/12/97	De la aldea a la infocuidad	Opinión	No	Informatización de la comunidad de un pueblo español	internet, correo electrónico, <i>ciberespacio</i> y virtual	No	No
13/12/97	Se largó la maratón de Internet	Información General	Sí	Concurso de <i>chateo</i> convocado por <i>Clarín</i>	internet, <i>chat</i> y <i>web</i>	No	No
20/12/97	Alarma el aumento del racismo en Internet	Internacionales	No	Aumento de los sitios con consignas racistas en un 300% en el último año	internet, CD-ROM, <i>web</i> , internautas	No	No
22/12/97	Crearon un banco de poesías	Información General	No	Acceso e intercambio de poesías a través de internet	internet	Sí	No
26/12/97	Papá Noel también compra en Internet	Información General	No	Anticipo de las compras navideñas a través de la red	internet	No	No
28/12/97	La novedad es Internet	Información General	No	Compra y venta de futbolistas por internet	internet, PC	Sí	No

## Listado de noticias del diario *Clarín* - noviembre 2002

Fecha	Título	Sección	Tapa	Tema	Palabras clave	Dirección de página web	Dirección de correo electrónico
03/11/02	Jornada de informática	Educación	No	Promoción de curso de informática	informática	No	Sí
08/11/02	Arte y Tecnología en la II Bienal Internacional de Bellas Artes	Información General (Cultura)	No	Arte y tecnología	internet, fotografía digital, tecnologías electrónicas	No	No
10/11/02	Marketing y tecnología	Información General	No	Promoción de curso de informática	informática; herramientas informáticas	No	Sí
11/11/02	Tecnología Informática	Información General (Las cosas y la gente)	No	Promoción de curso de informática	tecnología informática, seminario <i>on-line</i>	No	No
12/11/02	Karlic se despide con una defensa del diálogo social Recuadro: "Escrutinio electrónico"	Política	No	Escrutinio electrónico para definir sucesión de obispos	escrutinio electrónico	No	No
14/11/02	Páginas amarillas en CD	Empresas y protagonistas	No	Lanzamiento de nuevo CD	CDROM	Sí	No
16/11/02	La situación del portal educativo del Estado	Editoriales	No	Análisis de la situación del portal educ.ar	portal	No	No
16/11/02	Guía para pagar lo justo cuando hay Internet en casa	Información General (Consumo)	No	Guía para contratación de servidor de internet	internet, red	No	No
21/11/02	Un servicio para elegir el hotel desde la computadora	Información General	No	Promoción de la nueva Guía de Hoteles de Clarin.com	internet, computadora	No	No

**Listado de noticias del diario *Clarín* - noviembre 2002 (cont.)**

<b>Fecha</b>	<b>Título</b>	<b>Sección</b>	<b>Tapa</b>	<b>Tema</b>	<b>Palabras clave</b>	<b>Dirección de página web</b>	<b>Dirección de correo electrónico</b>
22/11/02	Porno en la red de concejales de Rosario	Política	No	Descubrimiento de pornografía en la red de Concejo Deliberante de Rosario	computadoras, red, internet	No	No
28/11/02	López Murphy quiere voto electrónico	Política	No	Voto electrónico	voto electrónico	No	No
28/11/02	Unicenter renueva su <i>site</i>	Empresas y protagonistas	No	Lanzamiento de nueva página web	<i>site</i>	Sí	No
28/11/02	Otra página web	Empresas y protagonistas	No	Nueva página web	página web	Sí	No
28/11/02	Lanzan un CD <i>card</i>	Empresas y protagonistas	No	Lanzamiento de CD <i>card</i>	CD	No	No

**Listado de noticias del diario *Clarín* - diciembre 2002**

<b>Fecha</b>	<b>Título</b>	<b>Sección</b>	<b>Tapa</b>	<b>Tema</b>	<b>Palabras clave</b>	<b>Dirección de página web</b>	<b>Dirección de correo electrónico</b>
05/12/02	Seminario de Management	Empresas	No	Seminario que brinda soluciones de tecnologías informáticas	informáticas	No	Sí
05/12/02	Lanzamiento de servicios de Internet	Empresas	No	Ofrecimiento de información para casos de emergencias	internet	Sí	Sí
05/12/02	Nuevo sitio	Información General	No	Lanzamiento en internet del sitio de una empresa cervecera	tour virtual, link, red	Sí	No
08/12/02	Aclaración sobre un trabajo	Información General	No	Piratería informática	internet e informática	No	No
15/12/02	Dibujando con la computadora	Información General	No	Curso para aprender a dibujar en la PC	PC, digital	No	No
15/12/02	Ayuda desde el ciberespacio	Información General	No	Asistencia a estudiantes a través de internet	ciberespacio, on-line, chat, web, correo electrónico, internet, foros de mensajes	No	No
21/12/02	Crearon el primer estómago virtual	Información General	No	Presentación de un modelo informático que simula los movimientos gástricos	webcam	No	No
22/12/02	Recursos electrónicos para bibliotecarios	Educación	No	Ofrecimiento de recursos electrónicos para libros		No	Sí

**Listado de noticias del diario *Clarín* - diciembre 2002 (cont.)**

<b>Fecha</b>	<b>Título</b>	<b>Sección</b>	<b>Tapa</b>	<b>Tema</b>	<b>Palabras clave</b>	<b>Dirección de página web</b>	<b>Dirección de correo electrónico</b>
26/12/02	Un pueblo de Estados Unidos se vende por Internet	Información General	No	Propuesta a cibernautas de compra de un pueblo de California	cibernautas, web	No	No
26/12/02	Crean un sitio para encuestas	Empresas	No	Lanzamiento de un sitio de encuestas on-line	portal, internet	Sí	No
27/12/02	Tecnología: costos y oportunidades	Editoriales	No	Política de desarrollo tecnológico	software	No	No
28/12/02	Cirugía y el foro antioperación que existe en Internet	Información General	No	Creación de una página para brindar información sobre operación del exceso de sudor	web	Sí	No
30/12/02	Firmar digitalmente es posible en la Argentina	Información General	No	Promulgación de la ley que permite la firma digital	internet	No	No

**Listado de noticias del diario *La Nación* - noviembre 1997**

Fecha	Título	Sección	Tapa	Tema	Palabras clave	Dirección de página web	Dirección de correo electrónico
08/11/97	El diario en Internet	Cultura	No	Lanzamiento de <i>La Nación</i> en la red	internet	Sí	Sí

**Listado de noticias del diario *La Nación* - diciembre 1997**

Fecha	Título	Sección	Tapa	Tema	Palabras clave	Dirección de página web	Dirección de correo electrónico
16/12/97	Un instituto habilitó la primera biblioteca digital en inglés	Cultura	No	Inauguración de un sistema que permite consultar publicaciones especializadas	internet	No	No
26/12/97	Récord de compras virtuales	Exterior	No	Adquisición de bienes y productos por internet	internet, ciberespacio	No	No
28/12/97	La mafia rusa tiene su sitio en Internet	Exterior	No	Existencia de sitios que introducen al mundo del crimen organizado	internet	Sí	No

Listado de noticias del diario *La Nación* - noviembre 2002

Fecha	Título	Sección	Tapa	Tema	Palabras clave	Dirección de página web	Dirección de correo electrónico
04/11/02	Con algunos cuidados el chat puede ser una herramienta útil para los niños	Cultura	No	Estudio sobre chateo y relaciones sociales entre menores de 18 años (Carrier Asociados)	chat	No	No
05/11/02	Internet, también para hacer los deberes	Cultura	No	Internet como herramienta para escuela	red, correo electrónico, internet	No	No
09/11/02	Se conoció la tablet PC, que permite escribir a mano sobre pantalla plana	Psicología / Ciencia	No	Presentación de nueva PC por parte de Bill Gates	PC	No	No
10/11/02	La Biblioteca Vaticana ya tiene su sitio de Internet	Cultura	No	Lanzamiento de biblioteca virtual del Vaticano	sitio de internet	Sí	No
12/11/02	Varsavsky: el dinero de educ.ar no llega a las escuelas del país	Cultura	Sí	Análisis del caso de educ.ar	portal	No	No
13/11/02	El País dejará de ser gratuito por Internet	Cultura	No	Arancelamiento de acceso a diario digital	Internet	No	No
13/11/02	Viejos oficios que conviven en Internet	Información General	No	Lanzamiento de página para consultar sobre artesanos tradicionales	Internet, registro informático	Sí	No
26/11/02	Prohíben la pornografía en Internet para menores	Información General Política	No	Reglamentación informática	Internet, cibercafés	No	No
28/11/02	La OEA propondrá que se utilicen urnas electrónicas / Cómo resultó el sistema en Brasil		No	Voto electrónico	escrutinio electrónico	No	No

**Listado de noticias del diario *La Nación* - diciembre 2002**

<b>Fecha</b>	<b>Título</b>	<b>Sección</b>	<b>Tapa</b>	<b>Tema</b>	<b>Palabras clave</b>	<b>Dirección de página web</b>	<b>Dirección de correo electrónico</b>
07/12/02	La conoció por Internet, la mató y se suicidó	Exterior	No	Secuestro y homicidio de una joven por parte de un hombre que la conoció por internet	internet, chat-room	No	No
08/12/02	Salteadores en Internet	Notas	No	Monopolio del acceso telefónico	internet, DSL	No	No
11/12/02	Computadoras para escuelas	Cultura	No	Firma de un convenio para escuelas públicas para enseñar el manejo de internet	internet	No	No
17/12/02	Las escuelas tienen su mapa digital	Cultura	No	Información de la ubicación de las escuelas y sus matrículas disponible en Internet	internet	Sí	No
20/12/02	Se creó un portal que da acceso a 1600 revistas científicas	Ciencia	No	Creación de una biblioteca electrónica	internet	Sí	No
27/12/02	La gran mural- la china contra Internet	Notas	No	Apoyo del gobierno de China para sostener el crecimiento de las empresas de informática del país	internet, e-mail, cibernautas	No	No
28/12/02	Como comprar un pueblo por Internet	Exterior	No	Creación de una compañía de subastas por internet	chat, internet	No	No



ANEXO 2

**CONSIGNAS A EXPERTOS**



## **Consignas y cuestionario entregado a los expertos**

La investigación a desarrollar tiene como objetivo conocer qué grado de conocimiento tiene la población sobre el tema internet.

La teoría orientadora de este el trabajo se refiere al distanciamiento en el conocimiento a partir de variables clasificatorias como sexo, edad y nivel socioeconómico, y de otros factores relacionados con predisposiciones personales como la motivación y el interés.

A fin de medir “grados de conocimiento” y establecer las diferentes situaciones, es necesario diseñar los ítems de la entrevista. Es por ello que recurrimos a su experiencia en el tema para diseñar los indicadores referidos a: familiaridad con términos técnicos, definición de términos técnicos, aplicación de términos técnicos, rutinas de uso y reconocimiento de problemas.

## **A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN LOS REQUERIMIENTOS DE CADA UNO**

**Le ruego leer primero todo el instructivo, porque hay puntos que están relacionados.**

### *1. Familiaridad con términos técnicos*

Necesitaría que proponga un listado de 10 términos vinculados con internet que representen, por su especificidad, diferentes grados de conocimiento. Los términos deben aparecer en los medios o en el lenguaje cotidiano y se usarán para preguntar al entrevistado si los ha escuchado o leído, o sea, si los reconoce.

A fin de captar los distintos grados de conocimiento, le ruego los ordene, según su criterio, de menor a mayor grado de frecuencia en el lenguaje cotidiano.

### *2. Definición de términos técnicos*

Necesitaría que proponga 5 términos vinculados a internet, con dis-

tinto nivel de complejidad, y los defina. A fin de medir el conocimiento que tiene el entrevistado del significado de dicho concepto, se le pedirá que seleccione entre tres respuestas dadas.

Para lo cual le pido incluya las tres opciones de respuesta, expresadas lo más brevemente posible, y que indique la correcta.

### *3. Aplicación de términos técnicos*

Interesa medir la posibilidad que tiene el entrevistado de vincular un concepto con su uso, para lo cual le pido que enumere 5 conceptos con su uso respectivo de menor a mayor dificultad.

### *4. Rutinas de uso*

Para confirmar el grado de conocimiento vinculado con nivel de uso, he pensado en pedir al entrevistado que resuelva algunos problemas que indiquen la familiaridad que tiene con internet y la posibilidad de conseguir un propósito. Para ello le pido que indique los pasos (rutina) necesarios para lograr algunos objetivos propios de internet (buscar información, bajar programas, *chatear*, recibir *e-mails*, etc.) o aquellos que usted considere apropiados. En el momento de elegir estos problemas (3), no olvide que el nivel de complejidad debería ser progresivo.

Por otra parte, le solicito consigne la o las alternativa/s de respuesta, indicando la secuencia de pasos. La respuesta a esta pregunta será abierta, pero es necesario que en el momento de aplicación de la entrevista estén escritas todas las opciones para que el encuestador pueda marcar las correctas.

**PARA ORGANIZAR LAS RESPUESTAS, LE HAGO LLEGAR LA SIGUIENTE PLANILLA**

NOMBRE:.....

**1. Familiaridad con términos técnicos**

**1 Más habitual**

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

4 \_\_\_\_\_

5 \_\_\_\_\_

6 \_\_\_\_\_

7 \_\_\_\_\_

8 \_\_\_\_\_

9 \_\_\_\_\_

**10 Menos habitual**

**2. Definición de términos técnicos**

Conceptos  
(*menos complejo*)

Definiciones (*ubicar la correcta en a*)

1 .....

*correcta*.....

.....

.....

2 .....

*correcta*.....

.....

.....

3 .....

*correcta*.....

.....

.....

4 .....

*correcta*.....

.....

.....

*(más complejo)*

5 .....

*correcta*.....

.....

.....

**3. Aplicación de términos técnicos**

*(menos complejo)*

1. Concepto .....

1. Uso .....

2. Concepto .....

2. Uso .....

3. Concepto .....

3. Uso .....

4. Concepto ..... 4. Uso .....  
*(más complejo)*

5. Concepto ..... 5. Uso .....

**4.Rutinas de uso**

*(menos complejo)*

Objetivo .....

Rutina .....

.....

Objetivo .....

Rutina .....

.....

*(más complejo)*

Objetivo .....

Rutina .....



## ANEXO 3

# **GLOSARIO<sup>1</sup>**

1. Para la elaboración de este glosario, se han tomado como fuentes:  
[www.lawebdelprogramador.com/diccionario](http://www.lawebdelprogramador.com/diccionario),  
[www.ati.es/novatica/glosario/glosario\\_internet.html](http://www.ati.es/novatica/glosario/glosario_internet.html)



**Browser:** aplicación para “navegar” y visualizar todo tipo de información en la World Wide Web. En su forma más básica, es una aplicación para lectura de hipertexto que facilita la visualización de los datos disponibles en los servidores de información de internet. En su forma más avanzada, cuenta con funcionalidades plenamente multimediales.

**Chat:** comunicación simultánea entre dos o más personas en tiempo real a través de internet. Hasta hace pocos años, sólo era posible la “conversación” escrita, pero los avances tecnológicos permiten ya la conversación con audio y vídeo, o la conversación entre más de dos personas (grupos de chat).

**Comercio electrónico:** transacciones comerciales de bienes y servicios realizadas a través de las tecnologías de la información y de la comunicación, con el soporte de plataformas y protocolos estandarizados.

**E-mail:** sistema de envío y recepción de mensajes escritos entre múltiples usuarios a través de Internet. Dícese también de los mensajes enviados a través de este medio.

**FTP (File Transfer Protocol):** protocolo que permite la transferencia remota de archivos electrónicos desde y hacia un servidor en Internet. FTP es también habitualmente el nombre del programa que el usuario invoca para ejecutar las operaciones que ese protocolo permite.

**HTML (HyperText Markup Language):** lenguaje de descripción de páginas comúnmente utilizado en la World Wide Web.

**ICQ (“I seek you”):** sistema de mensajería instantánea que permite el intercambio de mensajes de textos cortos, archivos, etc., entre dos o más usuarios, por medio de la Red.

**Internet:** red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión entre servidores y computadoras mediante diversos protocolos de comunicación.

**Intranet:** red propia de una organización, diseñada y desarrollada siguiendo los protocolos propios de internet, en particular el protocolo TCP/IP. Puede estar o no conectada a internet.

**Módem:** aparato que conecta una computadora a Internet por medio de la línea telefónica o por medio de la red de televisión por cable.

**MP3 (Estrato de Audio 3 de MPEG-1):** método de compresión digital de audio que permite una buena calidad de sonido mientras los archivos obtenidos mantienen un tamaño reducido. Se denomina así también a cada uno de los archivos de audio obtenidos con ese método.

**Navegar:** actividad de búsqueda, uso y aprovechamiento de la información disponible en la World Wide Web.

**Página web:** archivo que constituye una unidad significativa de información accesible en la World Wide Web a través de un navegador. Su contenido puede incluir desde un texto corto a un voluminoso conjunto de textos, gráficos fijos o en movimiento, sonido, etc. El término “página web” se utiliza a veces para designar el contenido global de un sitio de internet; sin embargo, en ese caso debería decirse “sitio web”.

**Spam:** envío masivo, indiscriminado y no solicitado de mensajes no deseados (publicidad, cadenas, etc.) a través del correo electrónico. El término proviene de un número de comedia del colectivo británico Monty Python en el que un grupo de vikingos cantaban “*spam, spam, spam...*” en un tono creciente de voz hasta ahogar las otras conversaciones.

**Webmail:** servicio que permite gestionar el correo electrónico desde un sitio web. Es de gran utilidad para personas que tienen que desplazarse con frecuencia o no disponen de una computadora propia; lo ofrecen habitualmente los proveedores de acceso a Internet.

**Yahoo:** servicio de directorio y buscador de información en internet.

ANEXO 4

**COMPONENTES DEL CONOCIMIENTO  
INFORMÁTICO-TEÓRICO SEGÚN SEXO**



## Conocimiento informático-nominal

		sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Conocimiento informático-nominal	Bajo	56 27.8%	103 51.0%	<b>159</b> <b>39.5%</b>
	Medio	46 22.9%	53 26.2%	<b>99</b> <b>24.6%</b>
	Alto	99 49.3%	46 22.8%	<b>145</b> <b>36.0%</b>
<b>Total</b>		<b>201</b> <b>100.0%</b>	<b>202</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

V de Cramer .289, significación .000

## Conocimiento informático-conceptual

		sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Conocimiento informático-conceptual	Bajo	74 36.8%	124 61.4%	<b>198</b> <b>49.1%</b>
	Medio	62 30.8%	58 28.7%	<b>120</b> <b>29.8%</b>
	Alto	65 32.3%	20 9.9%	<b>85</b> <b>21.1%</b>
<b>Total</b>		<b>201</b> <b>100.0%</b>	<b>202</b> <b>100.0%</b>	<b>403</b> <b>100.0%</b>

V de Cramer .301, significación .000



ANEXO 5

**REGRESIÓN LINEAL MÚLTIPLE.  
POBLACIÓN GENERAL**



## Resumen del Modelo

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típico de la estimación
0,626	0,392	0,376	13,33

## ANOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Regresión</b>	38995,241	9	4332,804	24,358	.000
<b>Residual</b>	60478,956	340	177,879		
<b>Total</b>	99474,197	349			

## Coefficientes B y Beta ( $\beta$ )

	B	Error típico	Beta ( $\beta$ )	t	Sig.
Constante	1,729	4,051		4,027	0,670
Demográficas - socioeconómicas					
Edad	-0,166	0,056	-0,142	-2,943	0,000
Sexo (varón = 1)	7,535	1,468	0,223	5,133	0,000
Educación	1,829	0,430	0,209	4,254	0,000
Puntos bienes	0,175	0,063	0,133	2,763	0,006
Ocupación del principal sostén	0,104	0,080	0,055	1,296	0,196
Exposición a medios					
Días semanales de lectura de diarios	0,011	0,286	0,002	0,039	0,969
Horas diarias de televisión	-0,624	0,402	-0,068	-1,551	0,122
Horas diarias de radio	-0,217	0,242	-0,040	-0,899	0,369
Usuario de internet (usa = 1)	12,455	1,916	0,326	6,502	0,000



ANEXO 6

**REGRESIÓN LINEAL MÚLTIPLE.  
POBLACIÓN DE USUARIOS**



## Resumen del Modelo

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típico de la estimación
0,762	0,58	0,55	15,20

## ANOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Regresión</b>	63126,976	13	4855,921	21,0162	.000
<b>Residual</b>	45517,961	197	231,055		
<b>Total</b>	108644,938	210			

**Coefficientes B y Beta ( $\beta$ )**

	<b>B</b>	<b>Error típico</b>	<b>Beta (<math>\beta</math>)</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
Constante	9,446	6,826		1,384	0,168
<b>Demográficas - socioeconómicas</b>					
Edad	-0,252	0,092	-0,142	-2,741	0,007
Sexo (varón = 1)	9,891	2,273	0,216	4,351	0,000
Educación	1,785	0,656	0,147	2,721	0,007
Puntos bienes	0,055	0,093	0,030	0,590	0,556
Ocupación del principal sostén	0,194	0,093	0,098	2,092	0,038
<b>Motivación</b>					
Tiempo de usuario	4,529	0,700	0,348	6,466	0,000
Horas de uso semanal	7,458	1,230	0,314	6,064	0,000
Iniciativa de conexión en el hogar	6,655	2,302	0,146	2,891	0,004
<b>Relaciones sociales</b>					
Familiares usuarios (no usan = 1)	0,006	0,741	0,000	0,008	0,993
Amigos usuarios (no usan = 1)	-1,155	0,522	-0,105	-2,213	0,028
<b>Exposición a medios</b>					
Días semanales de lectura de diarios	0,373	0,430	0,045	0,868	0,386
Horas diarias de televisión	-0,163	0,154	-0,049	-1,058	0,291
Horas diarias de radio	-0,042	0,088	-0,023	-0,479	0,633

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



**ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARKETING:**

**1998** *Índice de nivel socioeconómico argentino. Principales localidades*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Marketing, Comisión de Investigación de Mercado.

**BAQUERIN DE RICCITELLI, M. Teresa y Lidia BORGAMINCK DE DE LA TORRE:**

**2003** “Comunicación y movimientos de protesta”, *Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad - ICOS*, Buenos Aires, Pontificia Universidad Católica Argentina, boletín n° 5, junio 2003: 5-9.

**2002** *Las nuevas tecnologías. ¿Progreso o exclusión?* Disponible en internet en: [www.uca.edu.ar/institutos/iis/investigación/ponencias/riccitelli\\_delatorre.pdf](http://www.uca.edu.ar/institutos/iis/investigación/ponencias/riccitelli_delatorre.pdf)

**1999** “Los jóvenes y las nuevas tecnologías”, *Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad - ICOS*, Buenos Aires, Pontificia Universidad Católica Argentina, boletín n° 4, noviembre 2002: 51-59.

**BELL, Robert A. y Rina ALCALAY:**

**1997** “The impact of the Wellness Guide/Guia on Hispanic women’s well-being related knowledge, efficacy belief, and behaviors: The mediating role of aculturation”, *Health Education and Behavior*, Thousand Oaks, vol. 24, issue 3, jun. 1997: 326-343 [consultado el 4 de abril de 2000].  
Disponible en internet:  
[www.conwal.com/McarePrev/biblio5.htm](http://www.conwal.com/McarePrev/biblio5.htm)

**BONFADELLI, Heinz:**

**2002** “The internet and knowledge gaps. A theoretical and empirical investigation”, *European Journal of Communication*, CA and New Delhi, Sage Publications London, Thousand Oaks, vol. 17 (1): 65-84.

**CALVO FERNÁNDEZ, Rafael:**

**2003** *Glosario básico inglés-español para usuarios de Internet 1994-2003* (166, nov.-dic. 2003) [consultado el 10 de agosto de 2004]. Disponible en internet:  
[www.ati.es/novatica/glosario/glosario\\_internet.html](http://www.ati.es/novatica/glosario/glosario_internet.html)

**CASERMEIRO DE PERESON, Alicia:**

**2003** *Los medios y las elecciones. Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*, Buenos Aires, EDUCA.

**CASTELLS, Manuel:**

**2001** *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*, México, Siglo XXI Editores, vol. I.

**CHEW, Fiona y Sushma PALMER:**

**1994** “Interest, the knowledge gap, and television programming”, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Summer, vol. 38, issue 3: 271 y ss. [consultado el 10 de julio de 2000].  
Disponible en: Academic Search Premier, Academic Search Elite, <http://search.epnet.com/custlogin.asp?custid=s83395540>

**CLARIN.COM, D’ALESSIO IROL:**

**2004** *Internet en la Argentina 2003-2004*, Buenos Aires, Clarin.com.

**COLOMBO, Furio:**

**1997** *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*, Barcelona, Anagrama (Colección Argumentos).

**DAVIS, Joel J.:**

**2003** “The accessibility divide: The visually-impaired and access to online news”, *Journal of broadcasting & Electronic Media*, vol. 47, nº 3, sept. 2003: 474-481.

**DE FLEUR, Melvin L. y Sandra J. BALL-ROKEACH:**

**1993** *Teorías de la comunicación de masas. Nueva versión revisada y ampliada*, Barcelona, Paidós.

**DEMERS, David y Kasisomayajula VISWANATH, eds.:**

**1999** *Mass Media, Social Control and Social Change. A Macro-social Perspective*, Iowa, Iowa State University Press.

**DE IMAZ, José Luis:**

**1974** *Los hundidos. Evaluación de la población marginal*, Buenos Aires, Ediciones La Bastilla (Serie Campo Minado).

**DE MORAGAS SPA, Miguel:**

**1985** *Sociología de la comunicación de masas, III. Propaganda política y opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gilli.

**DERVIN, Brenda:**

**1980** “Communication gaps and inequities: Moving toward a reconceptualization”, en DERVIN, B. y M. J. VOIGT, eds.: *Progress in Communication Sciences*, NJ: Ablex, Norwood, págs. 73-112.

**DÍAZ, José Miguel y Elena GAMEZ:**

**2003** “Hábitos lectores y motivación entre estudiantes universitarios”, Universidad de la Laguna, *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, vol. 6, nº 13 [consultado el 24 de octubre de 2005]. Disponible en internet: <http://reme.uji.es/articulos/adxazij769071102/texto.html>

**DÍAZ MARTÍNEZ, Capitolina:**

**2002** “El diferencial de género en internet”, en GARCÍA BLANCO, José María y Pablo NAVARRO SUSTAETA: *¿Más allá de la Modernidad? Las Dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

**DICCIONARIO INFORMÁTICO:**

**2000** [Consultado 1º de agosto de 2004].  
Disponible en: [www.lawebdelprogramador.com/diccionario](http://www.lawebdelprogramador.com/diccionario)

**DURKHEIM, Emile:**

**1986** *El suicidio*, México, La red de Jonás Premia Editora.

**1965** *Las reglas del método Sociológico*, Buenos Aires, Editorial Schapire.

**ELIZALDE, Luciano H.:**

**1998** *Los jóvenes y sus relaciones cotidianas con los medios. Una aproximación teórica y metodológica al estudio de la recepción*, Buenos Aires, Cuadernos Australes de Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Austral.

**ETTEMA, James S., J. W. BROWN y R. V. LUEPKER:**

**1983** “Knowledge gap effect in a health information campaign”, *Public Opinion Quarterly*, winter, vol. 47, nº 4.

**ETTEMA, James S. y F. Gerald KLINE:**

**1977** “Deficits, differences, and ceilings. Contingent conditions for understanding the knowledge gap”, *Communication Research*, vol. 4, nº 2: 179-203.

**EVATT, D.S.:**

**1998** “Measuring public knowledge through open-ended questioning”, *South-western mass communication journal*, 14 (1): 61-71.

**FERRÁN ARANAZ, Magdalena:**

**1997** *SPSS para Windows. Programación y análisis estadístico*, Madrid, McGraw-Hill (Serie McGraw-Hill de Informática).

**FURGER, R.:**

**1998** *Does Jane computer? Preserving our Daughters's Place in the Ciber revolution*, New York, Warner Books.

**GAZIANO, Emanuel y Cecilie:**

**1999** “Social Control, Social Change and the Knowledge Gap Hypothesis” en DEMERS, D. y K. VISWANATH, eds.: *Mass Media, Social Control and Social Change. A Macrosocial Perspective*, Iowa, Iowa State University Press.

**GAZIANO, Cecilie y Joan O'LEARY:**

**1998** “Childbirth and infant development knowledge gaps in interpersonal setting”, *Journal of Health Communication*, vol. 3, issue 1, ene.-mar.: 29 [consultado 20 de septiembre de 2000]. Disponible en Academic Search Premier, Academic Search Elite, <http://search.epnet.com/custlogin.asp?custid=s83395540>

**GAZIANO, Cecillie:**

- 1995** “A twenty-five-year review on knowledge gap research”, *50<sup>th</sup> Annual Conference of the American Association for Public Opinion Research*, Fort Lauderdale, FL, 21 de mayo [consultado 12 de septiembre de 2001].  
Disponible en internet: <http://www.mit.csu.edu.au/special/conference/AAPOR/proceedig/Gaziano.html>

**GENOVA, B. K. L. y Bradley S. GREENBERG:**

- 1979** “Interest in News and Knowledge Gap”, *Public Opinion Quarterly*, 43: 79-91.

**GERBNER, George, Gross LARRY, Michael MORGAN y Nancy SIGNORELLI:**

- 1996** “Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación”, en BRYANT, Jenning y DOLF ZILLMANN: *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías*, Barcelona, Paidós Comunicación, págs. 35-66.

**GIDDENS, Anthony:**

- 1990** *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza Editorial.

**GLASER, Theodore L. y SALMON, Charles T.:**

- 1995** *Public Opinion and the Communication of Consent*, New York, The Ghilford Press.

**GRABER, Doris A., comp.:**

- 1986** *El Poder de los Medios en la Política*, 1<sup>era</sup> ed., Buenos Aires, GEL Grupo Editor Latinoamericana (Colección Temas). Traducción de Antonio Bonanno).

**HARGITTAL, Eszter:**

- 2004** “Internet access and use in context”, *New Media & Society*, Sage Publications, vol. 1: 137-143.

**HERRING, S.:**

- 2004** “Diferencias de género en la comunicación telemática: el bagaje familiar en la nueva frontera” [consultado 8 de mayo de 2004]. Disponible en internet: [www.enredando.com/cas/es.medi@maseenredadndos/msg00007.html](http://www.enredando.com/cas/es.medi@maseenredadndos/msg00007.html).

**JAMES, William:**

**1945** *Principios de Psicología*, Buenos Aires, Editorial GLEM. Traducción directa de Domingo Barnes.

**JUAN PABLO II:**

**2002** "Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio", *Mensaje del Santo Padre para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*, Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, Vaticano, 24 de enero de 2002.

**JUNG, Joo-Young, Jack Linchuan QIU y Yong-Chan KIM:**

**2001** "Internet connectedness and Inequality", *Communication Research*, Sage Publications, vol. 28, nº 4, agosto: 507-535.

**KATZ, Elihu, Jay G. BLUMLER y Michael GUREVITCH:**

**1985** "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas" en DE MORAGAS SPÁ, Miguel: *Sociología de las Comunicaciones de Masas II. Estructura, funciones y efectos*, Barcelona, Gustavo Gilli.

**KATZ, Elihu:**

**1980** "La divulgación de las nuevas ideas y prácticas", en SCHRAMM, Wilbur: *La ciencia de la comunicación humana*, México, Editorial Grijalbo (Tratados y manuales Grijalbo).

**KATZMAN, Natan:**

**1974** "The impact of Communication Technology. Some theoretical premises and their implications", *Ekistics* 225, agosto: 125-130.

**1974** "The impact of Communication Technology: Promises and Prospects", *Journal of Communication*, autumn, nº 24: 47-58.

**KELLY, Ross E. y Philip E. T. LEWIS:**

**2001** "Household demand for internet connection", *The Journal of Media Economics*, vol. 14, nº 4: 249-265.

**KLAPPER, Joseph, T.:**

**1980** "Los efectos sociales de la comunicación de masas", en SCH-

RAMM, Wilbur: *La Ciencia de la Comunicación Humana*, México, Editorial Grijalbo (Tratados y manuales Grijalbo).

**KWAK, Nojin:**

**1999** “Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis. Education, Motivation and Media Use”, *Communication Research*, Sage Publication, vol. 26, nº 4, agosto: 385-413.

**LAZARSELD, Paul Félix y Robert King MERTON:**

**1986** “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”, en de MORAGAS SPÁ, Miguel: *Sociología de la Comunicación de Masas, II. Estructura, funciones y efectos*, Barcelona, Gustavo Gilli.

**LAZARSELD, Paul Félix:**

**1985** “La campaña electoral ha terminado”, en de MORAGAS SPÁ, Miguel: *Sociología de la Comunicación de Masas, III. Propaganda política y opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gilli.

**LAZARSELD, Paul Félix, Bernard BERELSON y William N. MC PHEE:**

**1985** “Procesos políticos: la misión de los \mass media\ (La Campaña electoral de 1948. Elmira, Nueva York)”, en de MORAGAS SPÁ, Miguel: *Sociología de la Comunicación de Masas, III. Propaganda política y opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gilli.

**LEE, Tien-tsung, Linda LI-SHUAN WANG y Paul BOLLS:**

**2002** “An analysis of the characteristics of early internet adopters”, paper presented to the *Communication Technology & Policy Division*, AEJMC Annual Convention, Miami Beach, Florida.

**LOGES, William E. y Joo-Young JUNG:**

**2001** “Exploring the digital divide. Internet Connectedness and Age”, *Communication Research*, Sage Publications, vol. 28, nº 4, agosto: 536-562.

**LOGES, William E. y Sandra J. BALL-ROKEACH:**

**1993** “Dependency Relations and Newspaper Readership”, *Journalism Quarterly*, 70: 602-614.

**LOVRICH Jr., N. P. y J. C. PIERCE:**

**1984** “Knowledge gap. Phenomena: Effect of Situation-Specific and Transsituational Factors”, *Communication Research an International Quarterly*, Sage Publications, Beverly Hills, London, New Delhi, vol. 11, nº 3, julio.

**MARTÍN SERRANO, Manuel:**

**2004** *La Producción Social de Comunicación*, 3<sup>era</sup> ed. revisada, Madrid, Alianza Editorial (Manuales/Ciencias Sociales).

**MARZULLI, Paula y María Teresa BAQUERIN DE RICCITELLI:**

**2002** “Internet: una nueva forma de comunicación”, *Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad - ICOS*, Buenos Aires, Pontificia Universidad Católica Argentina, boletín nº 4, noviembre 2002: 39-50.

**MCDEVITT, Michael y Steven CHAFFEE:**

**2000** “Closing Gaps in Political Communication and knowledge. Effects of School Intervention”, *Communication Research*, Sage publications, vol. 27, nº 3, junio: 253-292.

**MCQUAIL, Denis y Sven WINDAHL:**

**1984** *Modelos para el estudio de la Comunicación Colectiva*, Pamplona, Ediciones de la Universidad de Navarra.

**MERSKIN, Debra:**

**1999** “Media dependency theory: origins and directions”, en DEMERS, David y K. VISWANATH: *Mass Media, Social Control and Social Change. A Macrosocial Perspective*, Iowa, Iowa State University Press, cap. 3.

**MERTON, Robert T. K.:**

**1964** *Teoría y estructura sociales*, 2<sup>da</sup> ed., México, Fondo de Cultura Económica.

**MESTHENE, E. G.:**

**1970** *Technological Change*, New York, Mentor.

**MIYO, Yuko:**

**1983** “The knowledge-gap hypothesis and media dependency”,

*Communication Yearbook 7*, edited by Robert N. Bostrom, Beverly Hills Sage: 626-650.

**MONZÓN, Cándido:**

**1992** “La espiral del silencio y la hipótesis del distanciamiento social”, EN MUÑOZ ALONSO, Alejandro y otros: *Opinión Pública y Comunicación Política*, Madrid, EUDEMA.

**NADEAU, Richard, Neil NEVITTE, Elisabeth GIDENGIL y André BLAIS:**

**2001** “Election Campaigns as Information Campaigns: Who learns what and with what effect?”, submitted to: *The American Political Science Review*, marzo [consultado el 26 de marzo de 2003]. Disponible en Internet: [www.fas.umontreal.ca/POL/Ceseec/documents/InformationCampaigns.pdf](http://www.fas.umontreal.ca/POL/Ceseec/documents/InformationCampaigns.pdf)

**OLIEN, Clarice N., George A. DONOHUE y Phillip J. TICHENOR:**

**1995** “Conflict, Consensus and Public Opinion”, en GLASER, Theodore L. y Charles T. SALMON: *Public Opinion and the Communication of Consent*, New York, The Ghilford Press, 12.

**1980** “Community structure and media use”, *Mass Communication Review Yearbook*, Sage Publications, Beverly Hills, California, vol. 1.

**PERIODISMO SOCIAL:**

**2004** “Brecha digital, el nombre de una segunda exclusión social” [consultado el 4 de noviembre de 2004].  
Disponible en internet:  
[www.periodismosocial.org.ar/principalBrechaDigital/info.htm](http://www.periodismosocial.org.ar/principalBrechaDigital/info.htm)

**PRINCE & COOKE:**

**2006** “Observatorio TIC Prince &Cooke. Indicadores tecnológicos de la Argentina” [Consultado el 4 de MAYO de 2006]  
Disponible en internet:  
[www.princecooke.com/observatoriotic/indice.htm](http://www.princecooke.com/observatoriotic/indice.htm)

**PRESIDENCIA DE LA NACIÓN:**

**2001** *Sistema Nacional de Consumos Culturales*, Secretaría de Medios de Comunicación, agosto. Disponible también en internet: [www.consumosculturaales.gov.ar](http://www.consumosculturaales.gov.ar)

**REAL ACADEMIA ESPAÑOLA:**

**2002** Avance de la vigésima tercera edición [consultado el 12 de mayo de 2004]. Disponible en internet: [www.rae.es](http://www.rae.es)

**RODRIGO ALSINA, Miguel:**

**2001** *Teorías de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*, Zaragoza, Editorial Aldea Global.

**SALMON, C. T.:**

**1986** "Message discrimination and the information environment", *Communication Research*, vol. 13: 363-372.

**SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis:**

**1997** *Crítica de la seducción mediática, comunicación y cultura mediática en la opulencia informativa*, Madrid, Tecnos.

**SAPERAS, Enric:**

**1987** *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Las recientes investigaciones en torno a los efectos de la comunicación de masas: 1970-1986*, Barcelona, Editorial Ariel Comunicación.

**1998** *Manual Básico de Teoría de la Comunicación*, Barcelona, CIMS, Libros de Comunicación Global.

**SCHUTZ, Alfred y Thomas LUCKMANN:**

**2001** *Las estructuras del mundo de la vida*, Buenos Aires, Amorrortu editores.

**SIERRA BRAVO, Restituto:**

**2003** *Técnicas de Investigación Social. Teoría y Práctica*, 14<sup>º</sup> ed., Madrid, Thomson.

**SPEIGHT, Kimberly:**

**1999** "Gaps in worldwide information explosion: How the Internet is affecting the worldwide knowledge gap", *Telematics and Informatics*: 135-150 [consultado el 10 de junio de 2003]. Disponible en Internet: [www.elsevier.com/locate/tele](http://www.elsevier.com/locate/tele).

**TELEFÓNICA:**

- 2004** *La sociedad de la información en la Argentina. Presente y perspectivas 2004-2006*. Informe realizado por Telefónica. Dirección de proyecto y redacción: TEMBOURY REDONDO, Mercedes y Annie FERRARI ULIANA.

**TICHENOR, Phillip J., George A. DONOHUE y Clarice N. OLIEN.**

- 1986** “Comunicación y conflicto comunitario”, en GRABER, Doris A., comp.: *El Poder de los medios en la política*, 1<sup>ra</sup> ed., Buenos Aires, GEL Grupo Editor Latinoamericano (Colección Temas). Traducción de Antonio Bonanno.
- 1980** *Community, Conflict and the Press*, Sage Publications, Beverly Hills, California.
- 1970** “Mass media flow and differential growth in knowledge”, *Public Opinión Quarterly*, 34: 158 -170.

**VAN ROMPAEY, Veerle, Keith ROE y Karin STRUYS:**

- 2002** “Children’s influence on internet access at home. Adoption and use in the family context”, *Information, Communication & Society*, vol. 5, issue 2: 189-206.

**VILCHES, Lorenzo:**

- 2001** *La Migración Digital*, Estudios de Televisión, Barcelona, Gedisa Editorial.

**VISWANATH, Kasisomayajula, G. Daniel McDONALD y Paul J. LAVAKRAS:**

- 2000** *Class versus Place: Models for diffusion & adoption of new communication technology*, 55<sup>th</sup> Annual AAPOR Conference, Portland, Oregon, mayo: 18-21.

**VISWANATH, Kasisomayajula, G. M. KOSICKI y E. S. FREDIN:**

- 2000** “Local community ties, community-boundedness, and local public affairs knowledge gaps”, *Communication Research*, vol. 27, issue 1, 24 feb.: 27 [consultado el 20 de junio de 2001].  
Disponible en: Academic Search Premier, Psychology & Behavioral Sciences Collection,  
<http://search.epnet.com/custlogin.asp?custid=s83395540>

**VISWANATH, Kasisomayajula y John R. FINNEGAN Jr.:**

- 1996** “The knowledge gap hypothesis: Twenty-five years later” en *Communication Yearbook*, 19. Published annually for the International Communication Association, BURLESON, Brant R., editor, Sage Publications, International Educational and Professional Publisher, Thousand Oaks, London, New Delhi. Printed in the United States of América.

**VISWANATH, Kasisomayajula, Emily KAHN, John R. FINNEGAN Jr., James HERTOY y John D. POTTER.**

- 1993** “Motivation and knowledge gap. Effects of a Campaign to reduce Diet-Related Cancer Risk”, *Communication Research*, vol. 20, issue 4, 18 p., 5 charts, agosto: 546 [consultado el 16 de febrero de 2000].  
Disponible en: Academic Search Premier, Academic Search Elite, <http://search.epnet.com/custlogin.asp?custid=s83395540>

**VISWANATH, Kasisomayajula y John. R. FINNEGAN Jr.:**

- 1991** “Helth and knowledge gap”, *American Behavioral Scientist*, vol. 34, issue 6, jul.-ago.: 712-715 [consultado el 6 de diciembre de 2000].  
Disponible en : Academic Search Premier, Academic Search Elite, <http://search.epnet.com/custlogin.asp?custid=s83395540>

**WEINER, B.:**

- 1985** “An attributional theory of achievement motivation and emotion”, *Psychological Review*, 92: 548-573.

**WOLF, Mauro:**

- 1994** *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Paidós (Instrumentos Paidós).
- 1987** *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectiva*, Barcelona, Paidós (Instrumentos Paidós).

**WOLTON, Dominique:**

- 2000** *Internet ¿Y después? Una teoría crítica de los medios de comunicación*, Barcelona, Gedisa Editorial.
- 1999** *Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras*, Madrid, Acento Editorial.

**YOWS, S. R. y C. SALMON:**

**1991** “Motivational and structural factors in predicting different kinds of cancer knowledge”, *American Behavioral Scientist*., vol. 34, issue 6, 15 p., 2 charts, jul.-ago.: 727.

**ZALLER, John:**

**1999** “Perversities in the Ideal of the Informed Citizenry”. Paper presented at *Conference on Transformation of Civic Life*, Middle Tennessee State University, Murfreesboro and Nashville, Tennessee, 12-13 noviembre [consultado el 26 de marzo de 2003 ]. Disponible en internet:  
[http://www.mtsu.edu/@seig/paper\\_j\\_zaller.html](http://www.mtsu.edu/@seig/paper_j_zaller.html)



## ÍNDICE GENERAL



<b>Agradecimientos</b> .....	9
<b>Introducción</b> .....	13

**PRIMERA PARTE:**  
**LA TEORÍA DEL DISTANCIAMIENTO SOCIAL**  
**DE LA INFORMACIÓN**  
***KNOWLEDGE GAP***  
**-ESTADO DE LA CUESTIÓN-**

<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>LOS EFECTOS LIMITADOS DE LOS MEDIOS</b> .....	19
1. Antecedentes de la teoría de las brechas de conocimiento .....	21
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>LA PERSPECTIVA ESTRUCTURAL. EL ARTÍCULO</b>	
<b>FUNDACIONAL</b> .....	25
1. El nivel socioeconómico .....	25
2. Sentidos diacrónico y sincrónico .....	28
3. Educación: principal componente de la perspectiva estructural ...	34
4. Apreciación conceptual y crítica .....	37
<b>CAPÍTULO 3</b>	
<b>EL ARTÍCULO QUE PLANTEA LA CONTROVERSIAS.</b>	
<b>LA PERSPECTIVA SITUACIONAL</b> .....	39
1. Factores relativos a la audiencia y factores relativos al mensaje ..	39
1.1. Factores relativos a la audiencia.....	40
1.2. Factores relativos al mensaje: los efectos techo.....	45
2. La motivación en la adquisición del conocimiento .....	50
2.1. Dimensiones de motivación .....	50
2.2. Definiciones de motivación .....	52
3. Síntesis conceptual .....	56
<b>CAPÍTULO 4</b>	
<b>LA INTERRELACIÓN DE FACTORES CONDICIONANTES DEL</b>	
<b>DISTANCIAMIENTO SOCIAL DE LA INFORMACIÓN: EL NIVEL</b>	
<b>SOCIOECONÓMICO, LA EDUCACIÓN Y LA MOTIVACIÓN.....</b>	59
1. Diferentes modelos de asociación .....	59
1.1. Modelo de la explicación causal .....	59

1.2. Modelo de explicación opuesta .....	60
1.3. Modelo de la motivación contingente .....	60
2. Integración de los distintos enfoques. Síntesis conceptual: modelos directo, indirecto y asociativo .....	64
<b>CAPÍTULO 5</b>	
<b>EL DISTANCIAMIENTO SOCIAL DE LA INFORMACIÓN Y LAS CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD .....</b>	<b>67</b>
1. La comunidad .....	67
1.1. Estructura de la comunidad .....	67
2. Los lazos comunitarios y el tema de unión o factor aglutinante ...	69
3. El conflicto .....	70
4. Características de la estructura social que favorecen la reducción de las distancias informativas. Esquema conceptual.....	71
<b>CAPÍTULO 6</b>	
<b>LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LAS RELACIONES INTERPERSONALES .....</b>	<b>73</b>
1. Una experiencia de intervención en un tema político .....	76
2. Los líderes de opinión. Influencia social ascendente y descendente .....	79
3. Aportes conceptuales .....	83
<b>CAPÍTULO 7</b>	
<b>LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS .....</b>	<b>85</b>
1. El uso de los medios .....	86
2. La reiteración de la información de prensa .....	90
3. Una experiencia con un solo estímulo .....	92
4. Síntesis conceptual .....	93
<b>CAPÍTULO 8</b>	
<b>LA DIFERENCIACIÓN SOCIAL A PARTIR DEL CONOCIMIENTO .....</b>	<b>97</b>
1. Niveles de conocimiento .....	97
1.1. Conocimiento factual .....	98
1.2. Conocimiento estructural .....	99
2. Esquema conceptual: Grados del conocimiento y factores condicionantes.....	103
<b>CAPÍTULO 9</b>	
<b>PRINCIPALES LINEAMIENTOS TEÓRICOS .....</b>	<b>105</b>

**SEGUNDA PARTE:**  
**LAS DIFERENCIAS EN EL CONOCIMIENTO DE INTERNET:**  
**CONSIDERACIONES SOCIALES E INDIVIDUALES**

<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>INTERNET, SU EXPANSIÓN EN EL PÚBLICO Y EN LOS MEDIOS</b>	
MEDIOS.....	113
1. Unas palabras sobre el conocimiento de internet .....	113
2. Incremento de la información sobre internet en los medios .....	117
2.1. Suplementos de informática.....	119
2.2. Representación del tema internet en los medios .....	120
2.3. Publicaciones coleccionables sobre el tema internet o nuevas tecnologías .....	123
3. Las relaciones del público con internet .....	125
4. Líneas de investigación. Conocimiento sobre el tema internet ....	126
4.1. Factores estructurales .....	126
4.2. Factores situacionales .....	127
4.3. Exposición a los medios .....	127
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS</b> .....	
1. Procedimiento .....	129
1.1. Construcción de indicadores de conocimiento informático ...	129
1.2. Diseño del cuestionario .....	130
1.3. Encuestas pre-piloto .....	132
1.4. Trabajo de campo. Aplicación del cuestionario .....	134
2. Conceptos y Definiciones .....	136
2.1. Conocimiento informático .....	136
2.2. Factores básicos de la estructura social .....	143
2.3. Factores situacionales .....	145
3. Análisis estadístico. Tratamiento de la variable dependiente: conocimiento informático .....	147
3.1. Análisis univariable .....	147
3.2. Análisis bivariable .....	148
3.3. Análisis multivariable .....	150
<b>CAPÍTULO 3</b>	
<b>DISTRIBUCIÓN DEL CONOCIMIENTO SOBRE INTERNET.</b>	
<b>CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA</b> .....	
1. Conocimiento informático-teórico .....	154
1.1. Conocimiento informático-nominal .....	154
1.2. Conocimiento informático-conceptual .....	156
1.3. Conocimiento informático de aplicación .....	160
1.4. Índice de conocimiento informático-teórico .....	163
2. Conocimiento informático-práctico .....	164
2.1. Conocimiento informático de uso .....	165

2.2. Conocimiento informático de rutinas .....	166
2.3. Índice de conocimiento informático-práctico .....	167
3. Índice de conocimiento informático-general de los usuarios .....	168
4. Consideraciones preliminares acerca del conocimiento sobre internet de la población bajo estudio .....	169
<b>CAPÍTULO 4</b>	
<b>FACTORES DE LA ESTRUCTURA SOCIAL QUE CONDICIONAN EL CONOCIMIENTO SOBRE INTERNET .....</b>	<b>173</b>
1. Incidencia del nivel económico social en la adquisición de conocimiento informático .....	173
1.1. El conocimiento informático-teórico según nivel económico social .....	174
1.2. El conocimiento informático-nominal y el nivel económico social .....	174
1.3. El conocimiento informático-conceptual y el nivel económico social .....	176
1.4. El conocimiento informático de aplicación y el nivel económico social .....	177
1.5. Índice de conocimiento informático-teórico según nivel económico social .....	178
1.6. Componentes del nivel económico social .....	178
2. Incidencia de la edad en la adquisición del conocimiento informático .....	181
2.1. El conocimiento informático-teórico según la edad .....	182
3. Incidencia del sexo en el nivel de conocimiento informático .....	183
3.1. El conocimiento informático-teórico según sexo .....	184
4. Población general. Consideraciones preliminares de los factores estructurales como condicionantes del conocimiento informático .....	185
4.1. Conocimiento informático-teórico y nivel económico social...	186
4.2. Conocimiento informático-teórico y edad .....	187
4.3. Conocimiento informático-teórico y sexo .....	190
<b>CAPÍTULO 5</b>	
<b>USUARIOS Y NO USUARIOS DE INTERNET .....</b>	<b>193</b>
1. Caracterización de usuarios y no usuarios .....	194
1.1. Perfil de usuarios y no usuarios .....	196
2. Niveles de conocimiento informático-teórico según el uso de internet .....	198
2.1. Conocimiento informático-nominal .....	198
2.2. Conocimiento informático-conceptual .....	199
2.3. Índice de conocimiento informático-teórico .....	199
3. Usuarios y no usuarios. Consideraciones preliminares acerca de su conocimiento sobre internet .....	201

**CAPÍTULO 6**

**EL CONOCIMIENTO INFORMÁTICO DE LOS USUARIOS**

<b>DE INTERNET .....</b>	<b>205</b>
1. Factores estructurales .....	205
1.1. Factores estructurales que condicionan el conocimiento informático-teórico sobre internet de los usuarios .....	206
1.2. Factores estructurales que condicionan el conocimiento informático-práctico sobre internet de los usuarios .....	207
1.3. La participación del sexo en el conocimiento general de los usuarios .....	208
1.4. Interrelación entre conocimientos informático-teórico e informático-práctico .....	212
1.5. Los usuarios. Consideraciones preliminares sobre el condicionamiento de factores estructurales .....	215
2. Factores situacionales que condicionan el conocimiento de los usuarios .....	218
2.1. La motivación y su incidencia en los niveles de conocimiento informático.....	218
2.2. La motivación y los niveles de conocimiento informático-teórico .....	222
2.3. La motivación y los niveles de conocimiento informático-práctico .....	223
2.4. Interrelación entre dimensiones de motivación y conocimiento general .....	225
2.5. Índice de conocimiento general de los usuarios .....	225
2.6. Caracterización de usuarios según motivación .....	227
3. La motivación y la intervención de los factores estructurales .....	228
4. La motivación de los usuarios y la funcionalidad otorgada a internet .....	233
5. Los usuarios. Consideraciones preliminares sobre el condicionamiento de los factores situacionales .....	237

**CAPÍTULO 7**

<b>DIFERENCIAS EN EL USO DE INTERNET .....</b>	<b>247</b>
1. Propósitos de conexión .....	247
1.1. Motivo principal de conexión a internet .....	248
2. Tipos de conexión .....	251
2.1. Propósitos de conexión y conocimiento informático .....	255
3. Diferencias en el uso de internet. Consideraciones preliminares sobre su relación con el conocimiento informático .....	257

**CAPÍTULO 8**

<b>LAS RELACIONES SOCIALES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL CONOCIMIENTO INFORMÁTICO .....</b>	<b>259</b>
1. El conocimiento y las relaciones sociales .....	259
1.1. El conocimiento informático y el grupo familiar .....	260

1.2. El conocimiento informático y los amigos .....	262
2. Internet y la comunicación con los amigos .....	265
3. ¿Quiénes son consultados sobre internet? .....	266
3.1. Perfil de los líderes de opinión sobre internet.....	266
4. Consideraciones preliminares acerca del contexto social.....	267
CAPÍTULO 9	
LOS MEDIOS Y LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO .....	271
1. Los medios tradicionales y el conocimiento informático .....	271
1.1. Los lectores de diarios.....	272
1.2. Los televidentes.....	273
1.3. Los oyentes.....	273
2. El conocimiento informático y la relación con los medios	273
tradicionales .....	275
CAPÍTULO 10	
LOS DETERMINANTES ASOCIADOS AL CONOCIMIENTO	
INFORMÁTICO. ANÁLISIS MULTIVARIADO.....	279
1. Factores determinantes del conocimiento informático .....	279
1.1. Factores estructurales .....	279
1.2. Factores situacionales .....	280
2. Modelo de regresión .....	282
2.1. Población general .....	282
2.2. Población de usuarios.....	284
2.3. Coeficiente de regresión $\beta$ .....	285
3. Consideraciones preliminares. Ordenamiento de los factores	
predictivos del conocimiento informático .....	287
 <b>TERCERA PARTE:</b> <b>CONSIDERACIONES FINALES</b>  	
CAPÍTULO 1	
ALCANCES Y LÍMITES .....	291
1. Respecto a los lineamientos teóricos elegidos .....	291
2. Respecto al trabajo de campo .....	293
CAPÍTULO 2	
CONCLUSIONES GENERALES .....	295
1. Incremento de la presencia de internet en los medios .....	295
2. El esquema de investigación. Nuestros interrogantes iniciales ....	296
3. Tipos de conocimiento informático: teórico y práctico .....	297
4. Población general. Aspectos relacionados con la adquisición del	
conocimiento informático .....	298
5. Usuarios. Aspectos relacionados con la adquisición del	
conocimiento informático .....	301

CAPÍTULO 3	
LINEAMIENTOS FUTUROS .....	309
<b>Anexos</b> .....	311
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	347
<b>Índice general</b> .....	363

