



# Explorando posibles tipologías de internautas en Uruguay

Lic. Santiago Escuder<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología, ObservaTIC Maestría en Sociología  
Montevideo, Uruguay

Email: [santiago.escuder@cienciassociales.edu.uy](mailto:santiago.escuder@cienciassociales.edu.uy)

25 de septiembre de 2014

*Resumen:* Los grandes esfuerzos en la sociología sobre la Sociedad de la Información (SI) se han dirigido fundamentalmente a explicar cómo usamos y qué tanto nos apropiamos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), al igual que vislumbrar cuáles han sido sus impactos en la calidad de vida de los hogares y los usuarios. En este artículo se presenta un análisis exploratorio de factores que hacen a la brecha digital y una primera tipología de clasificación de usuarios de Internet según los datos de la Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información (EUTIC) para el año 2010. El estudio tiene como objetivo determinar perfiles de internautas de acuerdo a condicionantes estructurales, de acceso, y tipos de usos que realizamos los uruguayos en la red.

*Palabras clave:* Brecha digital, Tipología de internautas, Sociedad de la información, Uruguay

## Introducción

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se ha extendido considerablemente a finales de década en Uruguay producto de una mejora superlativa en sus principales indicadores de penetración (acceso), los cuales han contribuido a la disminución de la “brecha digital”, entendida en su concepción clásica como producto de la falta de acceso a una computadora o conexión Internet fundamentalmente en el hogar (Corona y Jasso, 2005). En su dimensión compleja, la brecha digital también refiere en cómo nos apropiamos de las tecnologías para mejorar nuestro bienestar y calidad de vida, y de cómo la “brecha de usos” en Internet pueden estar condicionada por diversos factores no solo en cuanto al acceso a las TIC, sino por características socio-educativas, demográficas y culturales de las personas que impiden apropiarse de la tecnología de un mismo modo.

Establecer una clasificación de tipos de perfiles internautas de acuerdo a datos cuantitativos, puede resultar útil tanto para determinar dónde, qué elementos y en cuales poblaciones se expresan las mayores desigualdades sociales en la Sociedad de la Información (SI); pero también puede ser de valioso interés para *policy makers*, como otros actores vinculados al uso de las TIC, y que trabajan en el marco de planes para la SI a nivel local.

## 2. Factores de acceso y apropiación en la sociedad de la información

### 2.1 El acceso a las TIC como primer piso de inclusión digital

El uso de las tecnologías se presenta como un requisito formal para acceder a diversos bienes y servicios: Acceder a un empleo, (tele) trabajar desde el hogar, interactuar con el Estado, o inclusive tomar decisiones políticas a través del

voto electrónico. El impacto de las TIC en los hogares se transmite en un acceso a la información cada vez mayor, lo que incrementa su capacidad de elección y de negociación de recursos. Como cada vez más la toma de decisiones se superpone a los ámbitos que generan y reproducen las TIC: la economía, la educación, la cultura; la falta de acceso a estas repercute de manera directa en los derechos económicos, sociales y culturales de las personas excluidas (Lash, 2002). Por lo tanto, el acceso a las TIC también puede considerarse como un factor de desigualdad, y que limita tanto las capacidades de uso, como el uso efectivo de las mismas.

Pero las TIC también generan impactos tanto al corto como al largo plazo en varias dimensiones relevantes en cuanto al cambio social y la agencia de los individuos, como la estratificación social; la movilidad laboral; la economía; o la educación. Dimensiones que cada vez más refieren al acceso de la información, las destrezas y el dominio que tengamos para llegar a ella (Katzman, 2010, Selwyn 2004).

Crear posibilidades de acceso a la información a través de computadores (u otras plataformas), y conectividad a Internet se tornan como requisitos indispensables en la SI para reducir la “brecha digital” en este “primer piso”, lo cual es producto fundamentalmente de la exclusión y segregación social pre-existente entre los distintos grupos sociales (Robinson 2001; Finquelievich 2003, Rivoir 2009).

### 2.2 Factores multidimensionales de la brecha digital

El mero acceso a las TIC no debería ser condición suficiente para un desarrollo social duradero. Este enfoque limitado y dominante sobre la “brecha digital” en los indicadores de expansión sobre el acceso y el desarrollo de la infraestructura deja pendiente la “multidimensionalidad” o “poli-semia digital” de cómo los individuos interactúan con la tecnología en su propio contexto (Dodel, 2013). En los países latinoamericanos muchas veces no se alcanza a implementar

plenamente una tecnología, cuando se está obligado a asumir otra, siendo estas consumidas desde un “vacío”, o un hueco que “la mayoría de estos países colman semantizando el nuevo objeto desde el lenguaje de la magia, de la religión u otros” (Martín Barbero en Silva, 2001, 2).

Se debe concebir a la brecha digital como un factor en interacción con otras dimensiones. Es decir, acceder de por sí no explicaría las desigualdades. Es necesario conocer cuáles son los aspectos educativos y culturales que promueven el “uso relevante” y significativo (los tipos de usos) de las nuevas tecnologías por parte de los individuos; al igual que explorar cuáles son los principales obstáculos que impiden usos complejos, o el propio uso efectivo.

Selwyn (2004) logra sintetizar estas dos miradas en términos operativos en cuanto a la “polisemia digital” de conceptos (brechas digitales de “primer” y “segundo nivel”), tanto de las condiciones necesarias y pre requisitos en el acceso, como del tipo de uso, tomando nuevos elementos a posteriori como los impactos económicos y sociales en mediano y largo plazo.

### 2.2.1 Plataforma, región, y lugar de acceso

Como se mencionó anteriormente, un primer piso para reducir la brecha digital refiere a las posibilidades reales de acceso a las TIC que dispone determinada población. Tanto las plataformas (específicamente el tipo de computadora o dispositivo desde el cual acceden los internautas), como el acceso a conexión a Internet en diferentes ámbitos puede resultar determinante a la hora de medir los diferentes tipos de usos.

Por lo general, los usos significativos se realizan en el “ágora del hogar” o centros educativos y de formación, mientras que aquellos internautas que acceden desde la esfera comercial (“cyber café”) tienden a utilizar Internet de manera más precaria y en usos más puntuales, ya que estos últimos están pensados como espacios de consumo, y no como lugares de trabajo o centros de información respecto del desarrollo de la creatividad y las habilidades analíticas (Robinson, 2001). Alguna de las políticas de acceso llevadas a cabo en el último decenio en Uruguay y Latinoamérica (Centros MEC<sup>1</sup> en Uruguay por ejemplo) apuntan precisamente a generar no sólo ámbitos de acceso comunitario en zonas relegadas (fundamentalmente rurales), sino espacios de aprendizaje y uso significativo a través del acompañamiento por parte del personal capacitado (moderadores y docentes).

La región en este sentido resulta un componente relevante de la brecha, siendo un reto mayor para las políticas TIC destinar recursos de infraestructura en zonas relegadas carentes muchas veces de los componentes básicos para el funcionamiento óptimo de Internet (electricidad, costos en la comunicación y transporte costo de mano de obra para mantener la infraestructura, entre otras inversiones). Por otro lado, los usuarios de estas zonas probablemente utilicen las TIC con muy poco conocimiento de los métodos de búsqueda de información tradicionales, ya que carecen de bibliotecas, espacios culturales, o centros de formación que maximicen el potencial educativo de estos habitantes (Bastidas Buch, et al, 2001).

### 2.2.2 La edad como factor de cohorte en el uso de la tecnología

La edad es un elemento central para la formación de capacidades que permitan a las personas desenvolverse en distin-

tos ámbitos sociales y económicos. A edades más tempranas, mayor capacidad cognoscitiva para asimilar nuevos aprendizajes y habilidades que permitan enfrentarse al mundo de las TIC.

Prensky (2010) ilustra este fenómeno reconociendo distintos grupos de edades respecto a su predisposición a utilizar las TIC. Por un lado, están aquellos “nativos digitales”, es decir, aquellas personas, sobre todo jóvenes, que nacieron y manejan el lenguaje de Internet. Son usuarios frecuentes de las tecnologías y “polifuncionales” (Sunkel et, al, 2010): logran satisfacer necesidades de entretenimiento, comunicación y búsqueda de información al mismo tiempo y en poco tiempo. En un grupo intermedio se encuentran los “inmigrantes digitales”: aquellos que sin manejar las nuevas tecnologías, se han adaptado a este nuevo lenguaje. Contrario a los nativos, la predisposición cognoscitiva de los inmigrantes digitales para absorber información es más reflexiva y crítica. Por último, Prensky reconoce los excluidos digitalmente o “tecnofóbicos”, siendo aquellos que no solo no manejan el lenguaje de las nuevas tecnologías, sino que tampoco tienen mayor interés en su aprendizaje. Por lo general son adultos mayores que prefieren tecnologías y medios de comunicación tradicionales.

### 2.2.3 TIC y género

El género también reviste desigualdades e inequidades de responsabilidades y distribución de funciones que deben desempeñar tanto varones como mujeres en sociedad. Tanto el acceso a la tecnología, los tipos usos, y la creación de contenidos no son neutrales, sino que por el contrario, se pueden encontrar segmentados de acuerdo al sexo. El uso por parte de las mujeres por lo general es más restringido y requiere de menos destrezas tecnológicas (Castaño, 2005). Por un lado, las mujeres pueden llegar a apropiarse de la tecnología en aquellos usos que refuerzan aun más aquellas desigualdades pre-existentes.

La tecnología puede llegar a contribuir transversalmente en aquellas dimensiones de interés y bienestar en cuanto al cuidado y los quehaceres domésticos, lo cual se ve reflejado en la búsqueda de información, por ejemplo de servicios de salud, alimentación (recetas de cocina), cuidados, crianza de hijos, etc. Sin embargo, el uso de las TIC para estas también puede derivar en procesos de promoción o de empoderamiento de derechos que transformen las relaciones desiguales de género, las relaciones de poder, como también una redefinición de la tecnología que refleje las aspiraciones de las mujeres en materia de contenidos; al igual que en proceso de autonomía e independencia económica.

### 2.2.4 TIC y educación

Por último, la apropiación de la tecnología también requiere de niveles de formación y capacidades para buscar información, procesar y utilizarla de acuerdo objetivos. La brecha digital, es producto de brechas sociales de diversa índole, como la brecha educativa. De allí que múltiples experiencias en América Latina integren a edades cada vez más tempranas las tecnologías en el aula (“Plan Ceibal” en Uruguay, “Conectar igualdad en Argentina”, etc.).

Las personas formadas realizarán usos más productivos y significativos que aquellas con menores niveles educativos. Los mayores niveles educativos pueden también impactar en dos sentidos: 1. En las habilidades digitales instrumentales (manejar determinadas aplicaciones); 2. Como en las habilidades cognitivas que procuren la criticidad con la cual se utiliza la información para atender necesidades (“problem

1 [www.centrosmec.org.uy](http://www.centrosmec.org.uy)

solving”). Utilizar una planilla de excel o un procesador de texto no mide necesariamente cuanto se sabe de matemática o gramática (Rosa, 2013).

### 3. El uso y acceso en Uruguay

Aunque no existen estudios específicos sobre agrupamientos y tipologías en cuanto a perfiles de Internautas en Uruguay, varias han sido las investigaciones existentes que han conjugado y sintetizado tanto el acceso como los tipos de uso y la apropiación de las TIC desde el ámbito de las ciencias sociales y la economía, demostrando la segmentación de usos en Internet.

Los datos más recientes confirman la disminución y mejora del acceso a las TIC como efecto inmediato del Plan Ceibal. Según datos de la Encuesta Nacional de Hogares del año 2012, 60,9% de los hogares accedía un PC y 46,3% a conexión de Internet. De los hogares que cuentan con PC, 16,1% cuentan sólo con el laptop “XO” como su único tipo de PC en el hogar<sup>2</sup>, lo cual sugiere que no accederían a una TIC si no fuera por este tipo de política universal. No obstante, muchos estudios muestran que si bien el impacto ha sido positivo en términos de acceso, la XO (o “ceibalita”) como recurso no se proyecta en usos significativos, sobre todo en el resto de los integrantes del hogar adultos respecto a los niños beneficiarios directos (Rivoir et al, 2010).

Respecto al tipo de uso, a nivel de la población general considerado por tramos etarios, según estudios actuales de la consultora Grupo Radar<sup>3</sup>, para el año 2013 un 55% de los adultos comprendidos entre los 50 y 65 años usaban Internet en sus hogares, pero tan solo un 25% de más de 65 años. Estos porcentajes superan al 80% en los jóvenes comprendidos entre 12 y 19 años; de 20 y 29 años; y 30 a 39 años. Una situación similar se vive en cuanto al nivel socio – económico bajo según el Inse<sup>4</sup>, en donde un 46% de las personas pertenecientes a este utilizaba Internet. Parte del mismo estudio señala que gracias al Ceibal un 24% de hogares beneficiarios del plan utilizan ahora Internet, lo que representa aproximadamente 90.000 personas (Grupo Radar, 2013).

El estudio también muestra una tendencia a utilizar Internet primordialmente para buscar información de interés general (82%); interactuar en redes sociales (78%); usar youtube (71%), y chatear (70%). Los medios tradicionales de comunicación dentro de Internet, como enviar o recibir e-mails, cada vez son menos utilizados, pasando de un 73% de los internautas en el año 2012 a un 63% actualmente. Podríamos afirmar que los usos que realizamos los uruguayos de las TIC son algo “precarios” y estratificados, ya que muy pocos usuarios (alrededor del 17%) los que utilizan las tecnologías para realizar trámites con organismos del Estado, consultar y/o pagar facturas, o realizar trámites bancarios.

### 4. Objetivos e hipótesis

Como se mencionó anteriormente, tanto en la teoría, como en la evidencia empírica, las variables que afectan el acceso como los tipos de usos pueden resultar de diversa índole, pudiéndose ordenar en tres grandes grupos típicos de la Sociología de la Información y el Conocimiento: 1) Aquellas condicionantes “estructurales” propias del individuo (la edad, el sexo, o la clase social); 2) Aquellas vinculadas a las

“condiciones de acceso” a las TIC (acceso a PC y puntos de conexión a Internet); y aquellas que refieren a los niveles educativos y “habilidades digitales” adquiridas en diferentes etapas (e-skills).

El objetivo primordial de este trabajo es analizar los diferentes factores asociados al uso en Internet de manera conjunta (análisis multivariado). Es decir, determinar cuáles son los conjuntos de variables que determinan factores relevantes, y como éstos determinan posibles conglomerados de internautas.

Como hipótesis central se parte del supuesto de que la universalidad de ciertos usos en Internet vinculados al entretenimiento y la comunicación (participar en redes sociales, enviar o recibir e-mails, chatear) sugieren que tanto las condicionantes estructurales, las de acceso, y el nivel educativo no determinarían la probabilidad de usar o no Internet con estos fines (no se alejarían lo suficiente del origen de ordenadas según el análisis de correspondencias); mientras que en aquellos usos que se pueden considerar “significativos” o “complejos” la situación sería la contraria, expresándose las mayores desigualdades en la formación de conglomerados y asociación de variables tanto en las condicionantes estructurales como de acceso en los usos.

En cuanto al enclasmamiento de la “brecha digital”, los factores relacionados con el capital económico (el nivel socio-económico) se asociarán mayormente a los elementos de acceso a las TIC, mientras que la frecuencia y la finalidad de usos se asociaran mayormente al mapa de tipos de usos. Esto no implica que los tipos de usos TIC resulten necesariamente “encastrados” o excluyentes (cada clase social utilizaría las TIC para ciertas actividades y no otras), sino por el contrario, existiría un uso de TIC “omnívoro”<sup>5</sup> (o una “polifuncionalidad” del uso), en donde los internautas pertenecientes a las clases sociales más altas lograrían ampliar su “rango” de tipos de usos, tanto en aquellos considerados significativos, complejos, como aquellos frugales, vinculados a la comunicación y el entretenimiento.

### 5. Metodología y precisiones del análisis de clasificación y correspondencias múltiples

La técnica por excelencia de exploración para variables categóricas es el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) el cual permite reducir la complejidad estadística univariada, al igual que construir y jerarquizar factores explicativos (López-Roldán y Fachelli, 2015a). En este sentido varios han sido los trabajos que han logrado dar cuenta de la segmentación y exploración en el campo del consumo cultural (Manuel Herrera-Usagre, 2011), así como de los bienes culturales en Internet (Mansilla, 2011) utilizando esta técnica.

La clasificación de internautas fue realizada por conglomerados jerárquicos a través del método de Ward<sup>6</sup> el cual

<sup>5</sup> El trabajo de Manuel Herrera-Usagre (2011) logra realizar una buena síntesis sobre las tres hipótesis que determinan los tipos de consumo cultural: El argumento de la homología (la estratificación social determinaría el consumo cultural); el argumento de la individuación (el consumo cultural no estaría determinado por los estilos de vida, sino por la voluntad de estos); y el argumento de la homología (los estilos de vida y las clases sociales no determinan directamente el consumo cultural, sino que amplían el rango de estos). El presente trabajo pretende poner a prueba este tipo de hipótesis para los tipos de usos TIC.

<sup>6</sup> Método de conglomerados jerárquicos que establece la mínima pérdida de inercia, uniendo dos grupos para los cuales se tenga el menor incremento en el valor total de la suma de los cuadrados de las dife-

<sup>2</sup> Datos de Elaboración Propia según Encuesta Continua de Hogares, Instituto Nacional de Estadística (INE)

<sup>3</sup> www.gruporadar.com.uy

<sup>4</sup> Índice de Nivel Socio-Económico

tiene como ventaja la formación de clases compactas y de igual tamaño con pérdida de información mínima. El Análisis de ACM se realizó en paralelo bajo el procedimiento CORMU<sup>7</sup>.

A tales efectos se utilizó la base de datos de Personas de la Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información en los Uruguayos (EUTIC) relevada en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadística (INE<sup>8</sup>) en convenio Agencia de Gobierno Electrónico para la Sociedad de la Información y el Conocimiento (AGESIC<sup>9</sup>). La tenencia de algún tipo de computador se agregó de la base de Hogares de la misma encuesta.

La muestra está compuesta por unas 6.228 personas comprendidas en unas 3.690 viviendas, distribuidas en un 47% en Montevideo, 11% en la Periferia, y 42% en el Interior Urbano (5000 o más habitantes). Vale destacar que a los efectos del análisis, se tomaron exclusivamente internautas, por lo que existe un sesgo de selección sobre las personas que llegaron a utilizar PC e Internet hace menos de un mes dentro de la muestra mayor. Las personas que efectivamente realizaron algún tipo de uso en Internet son 3452, representando un total de 1.422.150 personas expandidas en el universo total del país.

La operacionalización de las variables independientes intenta recrear posibles situaciones plausibles en la realidad y manejadas en el marco teórico. En este sentido, las variables discretas o continuas como la “Edad” y los “Años de Educación”, y los ingresos económicos de los internautas fueron categorizadas en distintos tramos. En el caso de los años de educación se seccionó la variable original en cuatro tramos: Aquellos internautas que tienen un nivel de escolaridad básico (entre 0 y 6 años de educación); aquellos con nivel medio liceal (entre 7 y 9 años); aquellos usuarios considerados con nivel intermedio superior (bachillerato, 10 a 12 años); y los de nivel superior con más de 12 años de educación (universidad u otro terciario). Para la edad se tomaron en cuenta 6 tramos etarios relevantes de acuerdo a hipotéticas situaciones respecto a la educación y trabajo de las personas: internautas de 6 a 11 años (la mayoría niños beneficiarios del Plan Ceibal y que acuden a escuela, nativos digitales); internautas de 12 a 19 años (fundamentalmente adolescentes en edad liceal, nativos digitales); internautas jóvenes de 20 a 29 años (internautas en supuesta edad universitaria, que viven su primera experiencia laboral, nativos digitales); adultos de 30 a 39 años (internautas que están terminando estudios universitarios, muchos de ellos trabajando, y que no nacieron bajo el nuevo paradigma tecnológico, pero se adaptaron a este nuevo lenguaje como inmigrantes digitales); adultos de 40 a 49 años y 50 a 59 años (internautas ocupados y por fuera del sistema educativo que también migraron hacia el nuevo lenguaje tecnológico); e internautas de 60 o más años (no nacieron bajo el nuevo paradigma tecnológico, ni tampoco intentan adaptarse a él; son los más relegados del mundo digital). En el caso de los ingresos del hogar (imputados a cada internauta) se tomaron quintiles.

Vale aclarar que se excluyeron también los ámbitos de acceso y usos vinculados al trabajo (“Buscar trabajo”; “Teletrabajar”; etc.), por excluir internautas en edades menores a 14 años. Esto no desmerece la importancia de estos usos y

lugares de acceso para futuras exploraciones mediante ACM y grupos de clasificación.

Para estimar las brechas tanto de género, como por región se tomaron las variables sexo y regiones de Uruguay (Montevideo e Interior urbano). Se tomaron también como condicionantes de acceso a la Sociedad de la Información la tenencia de diferentes tipos de PC (PC de escritorio, notebook, XO, etc.); la disponibilidad de conexión a Internet en el hogar y los posibles lugares de donde pueden acceder los internautas a la red (hogar, trabajo, Cyber café, etc.).

A las condicionantes mencionadas con anterioridad se le sumaron variables de tipo de control en cuanto a la endogeneidad y significado en el uso de Internet, como la frecuencia y la finalidad con la que utilizan la red

## 6. Principales hallazgos

### 6.1 El “capital económico” y el “capital digital” como producto del ACM

De acuerdo a las puntuaciones del Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) se identificaron trayectos de variables significativos al igual que “cuadrantes polares” tanto de acceso como tipos de usos para los dos primeros factores. Los valores del alpha de Cronbach para estos dos factores arrojan un 0,854 para la primera dimensión, y 0,809 para la segunda<sup>10</sup>; lo cual deja entrever la viabilidad y representatividad estadística de los elementos que componen estas dimensiones. La variabilidad explicada por el procedimiento es del 11,61% para el primer factor, y 9,23% para el segundo. La inercia explicada por el procedimiento de Benzécri es del 56,03% para el primer factor, y 31,84% para el segundo. Tomando en cuenta los diez primeros factores que arroja el análisis ACM de los 51 posibles, vemos que un 80,78% de la variabilidad de los datos se encuentran en los dos primeros factores.

En cuanto a las contribuciones de las variables, un 42,92% de la variabilidad del primer factor se nutre de los diferentes tipos de usos. Sin embargo, un 45,81% de las contribuciones del segundo factor también recaen en los tipos de usos. El género y la región prácticamente no contribuyen a explicar ninguno de los dos factores.

La edad y los diferentes lugares de acceso contribuyen en explicar un 10,89% y un 17,75% de la inercia del segundo factor, mientras que el nivel educativo, la frecuencia de uso, el tipo de PC, y la conexión a Internet gravitan mayormente en el primer factor (8,22%; 4,25%; 7,68% respectivamente). También los quintiles de ingreso nutren esencialmente al primer factor (5,93%), lo cual corrobora que tanto el acceso a PC como la conectividad se encuentran correlacionados.

En cuanto a los usos, aquellos ligados al entretenimiento y el estudio contribuyen primordialmente al segundo factor, mientras que los usos con mayores contribuciones en el primer factor están esencialmente vinculados esencialmente a la búsqueda de diferentes tipos de información, a excepción de utilizar el correo electrónico. Tipos de usos como la utilización y participación en redes sociales, descargar programas de computación contribuyen por igual a los

rencias de cada individuo al centroide del cluster (Lopez Roldan, 1996).

<sup>7</sup> Determinado por el paquete de procesamiento SPAD

<sup>8</sup> www.ine.gub.uy

<sup>9</sup> www.agesic.gub.uy

<sup>10</sup> El modelo de validación interna utilizado para dar cuenta de la fiabilidad de las sumatorias fue el alfa de Cronbach, el cual asume que las escalas utilizadas están compuestas por elementos homogéneos que miden la correlación existente entre los “ítems” que componen dicha escala (Pardo et al, 2002), en nuestro caso las diferentes condicionantes con respecto a los usos. Según Pardo y Ángel Ruiz, los valores de alpha por encima de 0,8 son considerados meritorios y los de 0,9 excelentes.

dos factores<sup>11</sup>. En este sentido, el análisis mediante el gráfico de posiciones ACM (nº1 y nº2) permite ilustrar estas relaciones en cuanto a la direccionalidad de los diferentes componentes de la brecha digital.

**Tabla 1. Valores propios y porcentajes de la varianza de la inercia explicada según el análisis ACM**

Factor	Valor propio	% Inercia	Valor propio corregido	% Inercia corregida	% Acumulado
1	0,160012	11,61	0,018681	56,03	51,51
2	0,127278	9,23	0,010616	31,84	80,78
3	0,074671	5,42	0,002398	7,19	87,39
4	0,057090	4,14	0,000955	2,86	90,02
5	0,045642	3,31	0,000366	1,10	91,03
6	0,039297	2,85	0,000159	0,48	91,47
7	0,035300	2,56	0,000072	0,22	91,67
8	0,033719	2,45	0,000047	0,14	91,80
9	0,031881	2,31	0,000025	0,07	91,87
10	0,030091	2,18	0,000010	0,03	91,90

Fuente: Elaboración propia de conglomerados en base a datos de la EUTIC, 2010

El trayecto de izquierda a derecha sobre el eje de abscisas “X” compone la dimensión del “capital económico”, nutrida esencialmente por variables que refieren a las condiciones de acceso de los internautas. En el eje de ordenadas “Y” de abajo hacia arriba se encuentran aquellos elementos asociados al “capital digital”, específicamente al tipo de uso, la frecuencia y el significado con la que se utiliza la red. En el cuadrante X- e Y+ se encontrarían ubicados aquellos internautas con capital digital alto, pero que deben acceder al mundo de la Sociedad de la Información mediante plataformas y puntos de acceso dispuestos por las políticas públicas. En el cuadrante contrario (X+ e Y-), están aquellos con capital económico mayor, que acceden fundamentalmente desde el “ágora del hogar”. El cuadrante X- e Y- identifica la “exclusión” o “precariedad digital”. No acceden ni tampoco utilizan significativamente la tecnología. El cuadrante opuesto (X+ e Y+) refleja la situación contraria: la “inclusión digital”. Son internautas que acceden a la tecnología tanto en ámbitos privados como públicos. Utilizan de manera frecuente la tecnología para todo tipo de uso.

Tanto la tenencia o no de PC en el hogar, el tipo de PC, y el acceso a Internet se encuentran positivamente correlacionados, y adquieren una misma dirección con respecto a los ingresos del hogar. Los internautas con mayores ingresos acceden exclusivamente a PC común. Dos son los motivos que pueden explicar estas diferencias: 1. Los hogares con mayores ingresos registran una menor cantidad de niños, respecto a los hogares de menores ingresos, por lo que la probabilidad de tener un laptop por defecto del Plan Ceibal en el hogar se reduce sensiblemente. Por otro lado, los integrantes menores (niños) de los hogares en quintiles de ingresos altos, acuden a centros privados de formación (colegio o liceo privado), y aunque el Plan Ceibal se implementa en muchos centros de educación privada, fundamentalmente la política tiene como objetivo llegar aquellos niños que acuden

a educación pública. Los hogares con ingresos intermedios (quintil número tres) como era de esperar acceden a ambos recursos (XO y PC común). Los puntos de acceso también corren en un mismo sentido respecto al tipo de PC: los internautas que acceden a XO se conectan a Internet desde puntos de acceso público (Centro Educativo) o comerciales (Cyber Café); mientras que aquellos puntos de acceso desde el hogar o sofisticados (3G, celular) se encuentran en internautas de contexto económico más favorable. El acceso también parecería estar correlacionado a la región de pertenencia del internauta. En el interior urbano, en donde existen mayor número de internautas con menor capital económico, se produce el efecto de acceso mediante la política TIC (Plan Ceibal), o el ámbito comercial (cyber café).

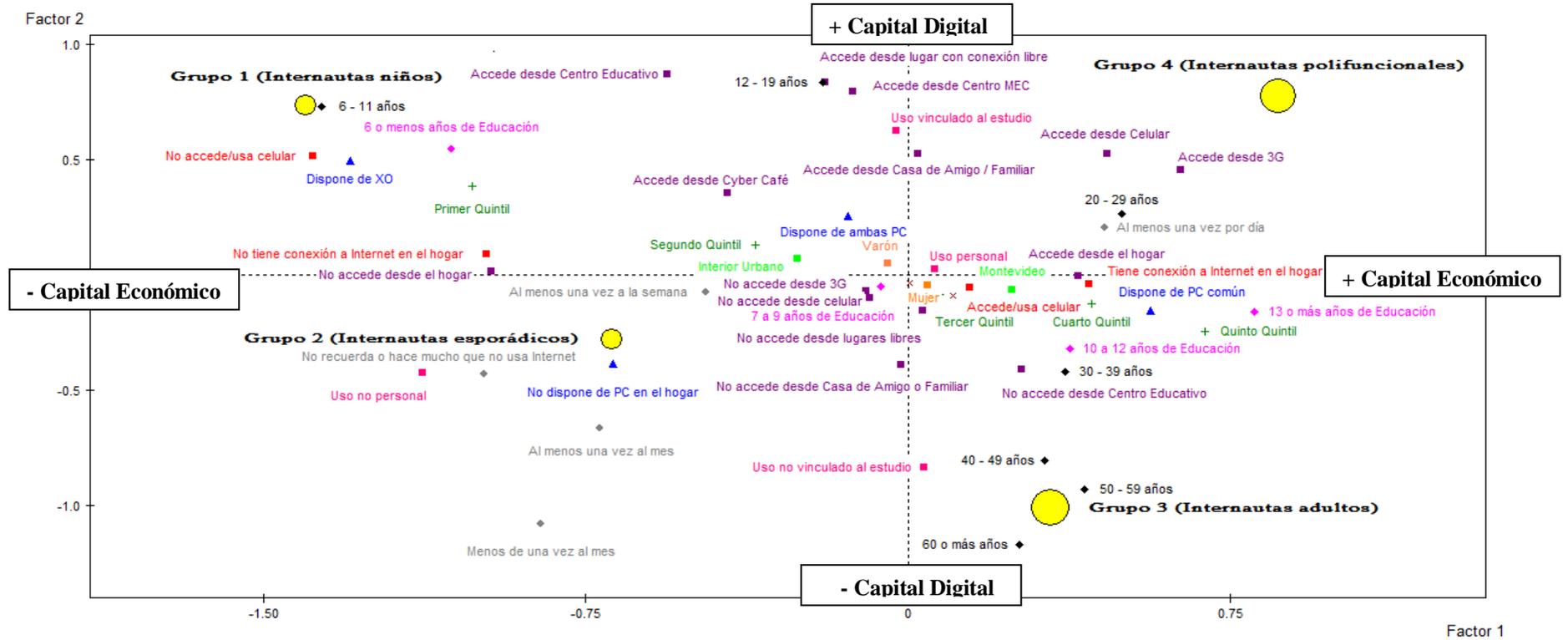
La educación también asume un similar trayecto entre cuadrantes respecto a los quintiles de ingreso y el tipo de acceso, aunque no parecería estar emparentado directamente a los tipos de usos. En este sentido, el trayecto que toman los distintos tramos educativos es muy similar al recorrido que toman los diferentes quintiles de ingreso, ya que estas dos variables están relacionadas positivamente entre sí (a mayor educación, mayores ingresos). Por lo que el efecto de la educación discrimina más en el tipo de acceso, que en el uso. Igualmente, aquellos que tienen más de 12 años de educación estarían más cercanos a aquellos usos del cuadrante X+ e Y+ considerados significativos (mayor capital digital).

El trayecto etario también define perfiles en cuanto al tipo de acceso, aunque su recorrido no se sucede entre cuadrantes “antagónicos” como sucede con el ingreso, o el nivel educativo y el acceso. Los internautas niños acceden mayormente desde hogares que disponen de la XO como su único recurso tecnológico, mientras que los adolescentes y adultos desde hogares con PC común. El trayecto etario pasa por tipos de usos diferenciados, y admite variantes en la operacionalización de la natividad digital (la cual no es lo mismo que “apropiación” o uso “significativo” de la tecnología). En la niñez y adolescencia temprana el uso de Internet se vincula al estudio y lo lúdico (descargar materiales y juegos). En la juventud adulta (20 a 29 años) el uso pasa por ser con fines lúdicos pero esta vez mediante la comunicación. La polifuncionalidad e intensividad de usos dentro de Internet es mayor en este tramo, combinándose los usos lúdicos con usos “relevantes” o “complejos” que requieren de determinadas habilidades especiales, como descargar programas; o ligadas a interactuar con el Estado; servicios de salud; etc. A edades de adultez más avanzada, los usos pasan a ser más puntuales, básicos y genéricos (Buscar bienes y servicios; Leer noticias; Enviar, escribir mails). La frecuencia con la que se utiliza Internet pasaría a ser menor a medida que aumenta la edad.

El género no parecería resultar significativo tanto en cuanto al acceso, como a los usos, al igual que la región, si bien la tendencia del interior urbano se asocia más hacia el cuadrante con efecto de las políticas TIC (X- e Y+). En el caso del sexo, tanto varones como mujeres no se alejan lo suficiente de las coordenadas de origen como para establecer diferencias tanto en los tipos de usos, como en otras características respecto a la intensividad con que usan o acceden a Internet.

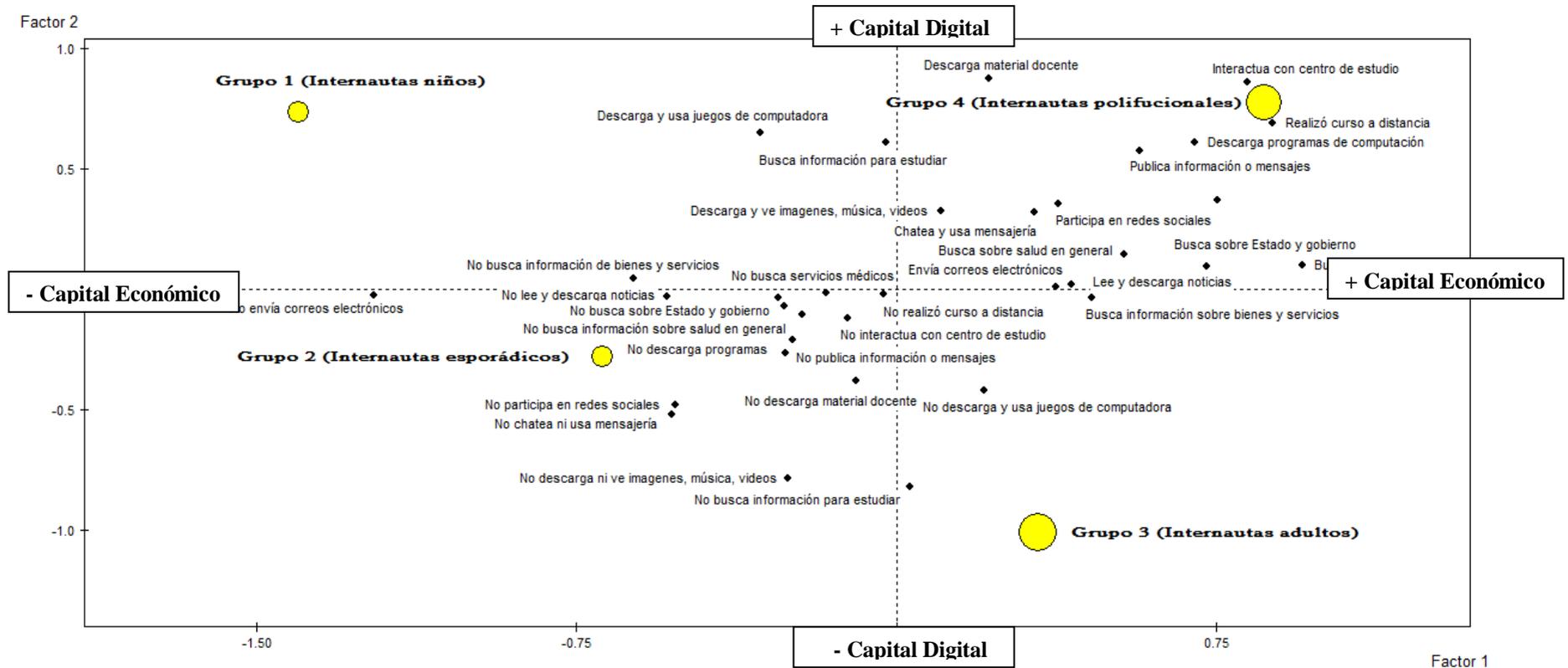
<sup>11</sup> Ver Anexo de contribuciones de factores.

**Gráfico 1. Análisis de correspondencias sobre el espacio de las diferentes condicionantes en la Sociedad de la Información para internautas**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EUTIC, 2010

Gráfico 2. Análisis de correspondencias sobre el espacio de los diferentes tipos de usos en la Sociedad de la Información para internautas



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EUTIC, 2010

## 6.1 Conglomerados y perfiles de internautas

El análisis de clasificación (López-Roldán y Fachelli, 2015b) da lugar a una tipología que describe los resultados de este trabajo en cuatro grupos<sup>12</sup>.

Un hallazgo relevante en cuanto a la posición del centroide para cada conglomerado es su ubicación respecto a los ejes de abscisas y ordenadas en el espacio de correspondencias. Más allá de las distancias respecto al origen, y entre conglomerados, es de destacar que cada cuadrante en el gráfico contiene exclusivamente un conglomerado, por lo que por cada agrupación se puede reconocer un perfil de internauta opuesto (ver gráficos n°1 o n°2).

En el “Grupo 1” se identificaron aquellos elementos que caracterizan perfiles de “internautas niños”, con formación escolar. Según la clasificación, se trata de aproximadamente unos 256.250 usuarios, un 18% de los internautas totales en Uruguay. En su mayoría pertenecen a hogares de los quintiles número uno de distribución del ingreso (43,5% respectivamente), y del Interior del país (60,6%). 43% de esos internautas dispone sólo de XO como la única PC en el hogar, si bien 36,1% acceden a XO y PC común. Menos de la mitad disponen de conexión a Internet en el hogar (44,9%), aunque más de un 90% accede desde centros educativos, lo cual corrobora el impacto del Plan Ceibal en mitigar la brecha digital en el acceso en estos niños.

El significado que le otorgan a Internet estos usuarios fundamentalmente es como espacio de entretenimiento, y vinculado al estudio. Asimismo, en los tipos de usos que realizan estos internautas se destacan Descargar juegos (81,9%); Buscar Información para estudiar (88,3%); y Descargar imágenes, música y video (72,8%). La universalización de este tipo de usos esta correlacionada con los principales usos que realizan los niños dentro de la órbita del Plan Ceibal<sup>13</sup>; en los cuales además de navegar en Internet, se utilizan aplicaciones didácticas tanto para programar, de lenguaje, matemática, historia, como para aprender mediante entretenimiento.

En el “Grupo 2” se encuentran aquellos internautas “esporádicos” o “casuales”. Contrario al resto de grupos, muy pocos utilizan la tecnología con mayor frecuencia (solo 18% la utiliza todos los días de la semana). Representan un 18,3% del total de usuarios, calculados en unas 260.184 personas. Pertenecen en su mayoría a los primeros quintiles de ingresos. 55% no dispone de PC, y acceden a Internet fundamentalmente fuera del hogar (56,9% desde el cyber café, y 62,9% desde casa de amigos, vecinos o familiares). Un dato particular respecto a este grupo es su promedio de edad, el cual es menor respecto al grupo de “internautas adultos” (Grupo 3), lo cual deja entrever que la brecha dentro de Internet se comporta de manera diferencial respecto a la brecha de acceso y uso, la cual tiene un fuerte componente etario. El acceso y el uso se presentan como una fuerte barrera según la edad de las personas (sólo 36,9% de los mayores de 50 años usa PC, y 29,8% son usuarios de Internet). Sin embargo, una vez superada esta barrera, la “precariedad digital” impacta de manera más profunda entre cierto grupo de jóvenes respecto a los

adultos, y adultos mayores. Utilizan Internet en su mayoría para comunicarse: 70,7% utiliza el correo electrónico; 57,6%

**Tabla 2. Clasificación primaria de internautas de acuerdo a variables estructurales y de acceso a las TIC**

Variables	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Casos expandidos	256250	260184	458271	447445
% de Casos en el total	18,0	18,3	32,2	31,5
Primer Quintil	43,5%	34,5%	6,0%	6,2%
Segundo Quintil	25,4%	27,9%	14,6%	16,8%
Tercer Quintil	13,9%	20,5%	22,6%	20,6%
Cuarto Quintil	10,7%	11,7%	25,4%	27,9%
Quinto Quintil	6,5%	5,4%	31,5%	28,6%
Montevideo	39,4%	39,6%	58,0%	58,3%
Interior urbano	60,6%	60,4%	42,0%	41,7%
Varón	55,3%	48,1%	46,4%	49,5%
Mujer	44,7%	51,9%	53,6%	50,5%
Edad Promedio	9,9	28,2	45,4	25,9
6 a 11 años	80,9%	0,7%	0%	2,7%
12 a 19 años	17,7%	32%	1,8%	33,2%
20-29 años	0,6%	30,4%	8,5%	33,7%
30-39 años	0,5%	19,4%	23,9%	16,6%
40-49 años	0%	9,6%	29,9%	7,9%
50-59 años	0%	4,9%	21,7%	4,8%
60 o más años	0,3%	3%	14,1%	1%
Años Educación Promedio	2,8	9,2	11,7	11,4
Dispone de ambas PC	36,1%	9,6%	21,3%	24,3%
Dispone de PC común	16,2%	10,8%	74,3%	72,3%
Dispone de XO	43,0%	24,6%	2,3%	2,1%
No dispone de PC	4,7%	55,0%	2,1%	1,3%
Conexión a Internet en el Hogar	44,9%	5,8%	94,8%	96,0%
Al menos una vez por día	38,5%	18,0%	54,3%	85,3%
Al menos una vez a la semana	52,7%	45,9%	34,2%	14,1%
Al menos una vez al mes	6,5%	25,1%	8,6%	,5%
Menos de una vez al mes	,7%	7,9%	2,3%	0%
No recuerda o hace mucho tiempo	1,6%	3,1%	,5%	,1%
Accede desde Hogar	48,0%	12,3%	92,0%	96,8%
Accede desde Cyber	17,4%	56,9%	4,0%	16,5%
Accede desde Centro Educativo	90,3%	17,8%	3,2%	36,5%
Accede desde Casa de un Amigo, Familiar, etc.	45,1%	62,9%	12,0%	60,1%
Accede desde Lugares con Conexión Inalámbrica Gratuita	33,1%	9,1%	3,3%	22,1%
Accede desde 3G cualquier lugar fuera del hogar	6,6%	8,4%	7,7%	26,1%
Accede desde un celular	5,5%	22,6%	6,3%	27,9%
Accede desde Centros MEC, Centros del Estado y ONG.	6,6%	4,4%	1,3%	4,9%

Fuente: Elaboración propia de conglomerados en base a datos de la EUTIC, 2010

<sup>12</sup> El análisis por el método de Ward arroja soluciones de clasificación también para 5 y 10 grupos.

<sup>13</sup> Según la evaluación 2009-2011 del Departamento de Monitoreo del Plan Ceibal, después de “Navegar”, las actividades más utilizadas eran “Grabar”, “Tux Paint”, Juegos de Internet. Disponible en: [http://www.ceibal.org.uy/index.php?option=com\\_content&id=908&Itemid=58](http://www.ceibal.org.uy/index.php?option=com_content&id=908&Itemid=58) (fecha de consulta 20/10/2013).

chatean; y un 55,1% participa en redes sociales, superando al grupo de adultos. Por otra parte, en este grupo un 22,6% accede a la red desde su celular.

En el “Grupo 3” están aquellos “internautas adultos”. Se compone por 458.271 de usuarios (32,2% sobre el total). Primordialmente pertenecientes a los quintiles de ingresos superiores (25,4% en el cuarto quintil, y 31,5% en el quinto respectivamente), y que tienen al menos 10 años de educación o más. Una leve mayoría, 58%, son de Montevideo. Acceden pura y exclusivamente a una PC común (74,3%), y disponen prácticamente todos de conexión a Internet en el hogar (94,8%) sin necesidad de tener que acceder desde otros puntos de acceso. Contrario a su grupo antagónico, los “internautas niños”, utilizan la tecnología para fines puntuales y genéricos. Para buscar información sobre bienes y servicios (67,2%); y leer o descargar noticias (64%). Particularmente para comunicarse, no utilizan aplicaciones novedosas (facebook, redes sociales), sino mecanismos tradicionales dentro de Internet (enviar correo electrónico, con un 86%).

**Tabla 3. Clasificación primaria de internautas de acuerdo a tipos de usos en Internet**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Bienes y Servicios	23,1%	42,3%	67,2%	75,2%
Servicio Médicos	2,2%	6,3%	15,9%	25,8%
Salud en General	16,6%	21,1%	34,0%	47,7%
Estado o Gobierno	8,7%	13,3%	29,1%	45,3%
Información para Estudiar	88,3%	39,4%	21,3%	86,8%
Realizó Cursos a Distancia	,7%	1,8%	,8%	7,7%
Interactuar con el Centro de Estudio	4,3%	4,6%	2,0%	31,7%
Descargar Material del Docente.	35,2%	19,1%	5,8%	59,4%
Enviar y Recibir Correo.	27,3%	70,7%	86,0%	98,7%
Participar en Redes Sociales	30,0%	55,1%	41,9%	91,0%
Chatear o Utilizar Mensajería Instantánea	41,9%	57,6%	47,1%	91,3%
Publicar Información o Mensajes Instantáneos	9,2%	29,5%	15,4%	61,6%
Realizar llamadas o Video-llamadas	6,5%	11,4%	17,9%	43,1%
Descargar o Ver en Tiempo Real Imágenes, Música, Videos y Películas	72,8%	65,3%	51,1%	92,7%
Uso o Descarga de Juegos de Video o Computadora	81,9%	27,8%	13,4%	48,0%
Descargar Programas de Computación	10,8%	10,1%	12,7%	56,7%
Leer o Descargar Noticias	31,4%	39,9%	64,0%	73,3%

Fuente: Elaboración propia de conglomerados en base a datos de la EUTIC, 2010

Por último, el “Grupo 4” se conforma por internautas “polifuncionales intensivos”. Representan el 31,5% de los internautas, unos 447.445 usuarios. Contrario a su grupo opuesto (“internautas esporádicos”) el 72,3% dispone de PC común, y un 24,3% de ambas computadoras (XO y PC común). Utilizan de manera intensiva Internet, 85,3% al menos una vez por día. Aunque acceden a Internet primordialmente desde el hogar (96,8%), también utilizan diversas plataformas de acceso, como conexión 3G (26,1%), celular (27,9%), y puntos de

acceso fuera del hogar, como casas de amigos o vecinos (60,1%). Son internautas jóvenes al igual que su grupo antagónico (Grupo 2), pero primordialmente de quintiles de ingresos medios y altos. Combinan usos complejos y específicos, los cuales requieren de determinadas competencias y habilidades, junto con usos lúdicos y de comunicación (chatear, participar en redes sociales, realizar video llamadas).

## 7. Algunas reflexiones en cuanto a la tipología de internautas

Tanto el Análisis de Correspondencia Múltiple (ACM), como de clasificación de conglomerados primario identificó varios perfiles de internautas que utilizan y se apropian de manera diferente de las TIC. Corroborando con parte de nuestros antecedentes, como con las hipótesis generales, la identificación de perfiles de grupo está condicionada tanto por variables estructurales, como por el tipo de acceso a las TIC. Asimismo, el protocolo ACM identificó cuadrantes polares y situaciones diferenciales en cuanto a las condicionantes para apropiarse de las TIC.

Una primera interpretación estipula que las condiciones económicas del hogar (los ingresos) primordialmente definen la tenencia y el tipo de computadora a la cual acceden los internautas, como la tenencia de conexión a Internet o el acceso a la red desde otro lugar, lo cual determinaría parte de los usos. Surgen así nuevas plataformas que explican ciertos usos significativos, como acceder desde un celular, o conexión a 3G fuera del hogar; plataformas que se utilizan fundamentalmente para comunicarse. Sin embargo, aquellos implementos para acceder a la sociedad de la información determinados por el capital económico (tenencia de conexión a Internet y acceso desde el hogar, tenencia de PC común) no determinarían en mayor medida la direccionalidad del capital digital (los tipos de usos).

La edad también aparece como un factor determinante que define perfiles de usuarios distintos, inclusive antagónicos de acuerdo a su capital digital. Pero contrario a la brecha de acceso y uso efectivo, en donde la edad aparece como una barrera que se expresa en cohortes generacionales a la hora de medir el porcentaje bruto de personas que utilizan Internet, dentro de los usuarios efectivos esta condición parecería tener un efecto diferencial, pero no necesariamente gradativo. Ciertos adultos utilizan de manera más intensiva y significativa Internet, respecto a ciertos jóvenes que no acceden desde su hogar y utilizan la red de manera más precaria y esporádica. En este sentido, tanto el ACM como el análisis de clasificación dieron cuenta de un fenómeno de antagonismo nuevo en Internet: la oposición sobre la polifuncionalidad y apropiación de Internet de ciertos jóvenes en situación favorable tiene su contracara en internautas jóvenes pero en situación económica desfavorable, y no en los adultos que utilizan de manera más esporádica Internet pero logran acceder desde el ágora del hogar, o en internautas niños que utilizan las TIC fundamentalmente para estudiar. Surge como problema relevante el punto de acceso a Internet y sus costos, y como este bien puede determinar un mejor aprovechamiento si se dispone de este recurso en ámbitos de formación.

En este sentido, los tipos de usos también se presentan como un correlato de la vida off-line. Por ejemplo en aquellos usos vinculados al estudio, donde tanto los niños como jóvenes utilizan las TIC con estos fines, relegándose este tipo de uso en los adultos, los que probablemente ya se desvincularon del sistema educativo. Esto parece muy claro en el antagonismo que guardan los perfiles de internautas adultos respecto

a los niños, los cuales se encuentran en cuadrantes opuestos de acuerdo a las posiciones resultantes del ACM.

Asimismo, la diversidad de usos está sumamente correlacionada con la frecuencia con la que utilizamos Internet. Aquellos internautas que logran explotar mejor la información que ofrece la red, y realizan usos más significativos y complejos, utilizan Internet “para todo” (entretenerse, comunicarse, interactuar con el Estado, descargar programas de computación, etc.).

Un dato no menor de acuerdo al género, son las diferencias mínimas tanto en las condicionantes de acceso, como tipos de usos, si se tienen en cuenta todos los elementos a la vez. Tanto el ACM, como el método de clasificación para estos internautas no parecerían reconocer diferencias sustanciales de acuerdo al género en la brecha de usos como se estipulaba en el marco teórico. En cuanto a la región, la hipótesis del relegamiento del Interior urbano en la sociedad de la información respecto a Montevideo tiene cierto asidero. Tanto en la conformación de grupos como en el espacio de factores, los internautas del interior del país tienen un comportamiento más esporádico del uso determinada por el bajo capital económico y digital, como al efecto del acceso a través de la política TIC (bajo capital económico, alto capital digital).

Tanto el ACM, como el análisis de clasificación arrojó cuatro agrupamientos posibles de Internautas, 3 de ellos esperables según nuestras hipótesis: 1. Aquellos internautas niños, en su mayoría beneficiarios del Plan Ceibal, pertenecientes a los quintiles más vulnerables en cuanto al ingreso, y que utilizan la computadora tanto con fines didácticos, como con fines lúdicos (descargar juegos), aunque este último puede referirse a varias aplicaciones propias del Plan Ceibal. Contrario al resto de grupos, no son Internautas que utilizan la red para comunicarse; 2) Internautas esporádicos o casuales. En su mayoría utilizan Internet sólo para comunicarse de manera puntual. Son jóvenes. No realizan un uso intensivo de Internet, ya que la mayoría no dispone de conexión a Internet en el hogar. Pertenecen a los primeros quintiles de ingresos; 3) Internautas adultos, de clase alta, que disponen en su mayoría solo de PC común en el hogar, al igual que de conexión a Internet, y que utilizan Internet de manera genérica, esencialmente para buscar información de servicios, y comunicarse vía correo electrónico, y; 4) Internautas polifuncionales. Combinan todo tipo de uso y plataformas de acceso. Aunque la mayoría pertenecen a los quintiles de ingreso superiores, también los hay en los primeros. En su mayoría disponen de conexión en el hogar, sin embargo, acceden también desde otros ámbitos y plataformas (celulares, conexión 3G).

La polifuncionalidad e inclusión digital de este último grupo también refuta en parte la hipótesis sobre la universalidad de los usos vinculados al entretenimiento y la comunicación, aunque bien se había matizado la segmentación sobre las preferencias de las diferentes plataformas de comunicación según tramos etarios. Para el caso de los internautas niños, los usos referidos a la comunicación no excederían el 50% de las preferencias. Vale destacar que muchas aplicaciones de este tipo no se encuentran permitidas para menores tanto desde el marco legal, como desde su acceso en cuanto a su uso desde una XO (red Internet Ceibal). Los internautas adultos y esporádicos tampoco participan en redes sociales, o chatean con la misma asiduidad que los internautas polifuncionales. Las preferencias no representarían más del 60%, que pese a ser altas, se encuentran muy por debajo de los porcentajes de preferencia de los internautas polifuncionales (90% o más). Los mecanismos tradicionales de comunicación (correo electrónico) son aquellos en donde las preferencias entre estos tres

grupos estarían más parejas.

En futuros trabajos de investigación surge la necesidad de plantear nuevas interrogantes y elementos para caracterizar aun más a los internautas uruguayos. En este caso proponemos dos: Por un lado sería oportuno preguntarse retrospectivamente acerca del impacto que tiene la XO en aquellos internautas niños. La evidencia nos sugiere que parte de los usos que realizan estos internautas se debe al efecto de inclusión digital del Plan Ceibal. Pero ¿Utilizarían las TIC de manera didáctica de no existir el Ceibal? ¿No las utilizarían? Por último, otras interrogantes refieren a caracterizar mejor la polifuncionalidad (o esporadicidad) dentro de Internet mediante el rol principal de los internautas dentro del hogar (jefe de hogar, hijo, conyugue, etc.), y dentro de este, específicamente por el tipo trabajo (ocupación), ya que muchos de los tipos de usos (realizar cursos a distancia por ejemplo) deberían estar correlacionados con el tipo de profesión

## Bibliografía

- Castaño, C. (2005): “Las mujeres y las tecnologías de la información: Internet y la trama de nuestra vida”. Madrid: Alianza Editorial
- Corona L, Jasso J. (2005). “Enfoques y Características de la sociedad del conocimiento. Evolución y perspectivas para México” en Sánchez Daza, Germán (Coord.). Innovación en la sociedad del conocimiento. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México
- Dodel, M. (2013): “La tecnología de la información y comunicación como determinantes del bienestar: el papel de las habilidades digitales en la transición al empleo en la cohorte PISA 2003”. Tesis de Maestría en Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Udelar
- Finkelievich, S. (2003): Documento, “TIC, Desarrollo y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe”. Disponible en: <http://lanic.utexas.edu/project/laoop/iigg/dt37.pdf> (fecha de consulta 15/08/2013)
- Grupo Radar (2007-2013): El perfil del Internauta Uruguayo. 5ta - 10ma edición. Último informe disponible en: <<http://www.gruporadar.com.uy/01/wp-content/uploads/2013/10/El-perfil-del-internauta-uruguayo-2013-presentacion-C3%B3n-p%C3%BAblica.pdf>> (fecha de consulta, 21/10/2013).
- Herrera-Usagre, M (2011): “El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas”. EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.o 22, julio-diciembre. pp. 141-172. [http://version.xoc.uam.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75%3Aeditorial27&catid=20%3Aeditorial&Itemid=38](http://version.xoc.uam.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=75%3Aeditorial27&catid=20%3Aeditorial&Itemid=38) (fecha de consulta, 16/01/2014)
- Katzman, R. (2010): “Impacto social de la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el sistema educativo”. Serie Políticas Sociales N°166. CEPAL, Santiago de Chile. Disponible en: <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/41364/P41364.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/dds/tpl/top-bottom.xsl> (fecha de consulta 15/08/2013)
- Lash, S. (2002): “Critique of Information”. London: Sage, 2002
- López-Roldán, P. (1996): “La construcción de una tipología de segmentación del mercado de trabajo” pp 41-58. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia. 08 193 Bellaterra (Barcelona). Spain. Disponible

- en:  
<http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p41.pdf> (fecha de consulta 15/08/2013)
- López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2015a). “Análisis factorial”. En P. López-Roldán y S. Fachelli, *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo III.11. 1ª edición. Disponible en: <http://ddd.uab.cat/record/142928>
- López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2015b). “Análisis de clasificación”. En P. López-Roldán y S. Fachelli, *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo III.11. 1ª edición. Disponible en: <http://ddd.uab.cat/record/142929>
- Martín Barbero, J. (1987): “De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía”. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. S.A. en Silva, Uca. Un Futuro por Comunicar. El Impacto de las nuevas tecnologías de comunicación e información en la vida cotidiana. Boletín Nº 38 del Programa Políticas Sociales de SUR. Agosto 2001. Disponible en: <http://www.isis.cl/temas/cominf/uca.pdf> (fecha de consulta, 21/10/2013).
- Mansilla, Hector (2011): “Clases sociales y consumos de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y bienes culturales”. Revista Estudios de Comunicación y Política. Universidad Autónoma Metropolitana. México. Disponible [http://version.xoc.uam.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75%3Aeditorial27&catid=20%3Aeditorial&Itemid=38](http://version.xoc.uam.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=75%3Aeditorial27&catid=20%3Aeditorial&Itemid=38) (fecha de consulta 15/03/2013).
- Pardo, A. Ruis, M.A (2002): “SPSS 11. Guía para el análisis de datos”. Mc Graw Hill. Madrid
- Prensky, M. (2010): “Nativos e Inmigrantes digitales”. Albatros. SL. Disponible en: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20%28SEK%29.pdf> (fecha de consulta 15/08/2013)
- Rivoir, A. (2009): “Políticas de Sociedad de la Información para la Inclusión Digital y el desarrollo en América Latina. Revisión de los Distintos Enfoques”. En Revista Temas de Comunicación, Desafíos Digitales, n°18. Facultad de Humanidades y Educación Universidad Católica Andrés Bello, Caracas
- Rivoir A., Baldizan S., Escuder S. (2010): “Plan Ceibal: acceso, uso y reducción de la brecha digital según las percepciones de los beneficiarios”. Trabajo presentado en las IX Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, Udelar, Montevideo. Disponible en: [http://www.observatic.edu.uy/wp-content/uploads/2010/09/plan\\_ceibal\\_acceso\\_uso\\_y\\_reducci%C3%B3n\\_de\\_la\\_brecha\\_digital\\_seg%C3%BA\\_n las\\_percepciones\\_de\\_los\\_beneficiarios.pdf](http://www.observatic.edu.uy/wp-content/uploads/2010/09/plan_ceibal_acceso_uso_y_reducci%C3%B3n_de_la_brecha_digital_seg%C3%BA_n las_percepciones_de_los_beneficiarios.pdf) (fecha de consulta 15/08/2013).
- Bastidas-Buch Roberto, Proenza Francisco, y Montero Guillermo (2001): “Telecentros para el desarrollo socioeconómico y rural para en América Latina y el Caribe” (Doc de Trabajo). Washington D.C, Febrero del. Disponible en: <http://www.eamericas.org/documentos/telecentrosa.pdf> (fecha de consulta 15/08/2013)
- Robinson, S. (2001): “Hacia un modelo de franquicias para telecentros comunitarios en América Latina”, en Marcelo Bonilla y Gilles Cliche (editores), Internet y Sociedad en América Latina y el Caribe. FLACSO Ecuador – IDRC: Quito.
- Rosa, R F (2013): “Por um indicador de letramento digital: Uma abordagem sobre competências e habilidades em tic”. Ponencia presentada em Centro de Convenções Ulysses Guimarães Brasília/DF Disponible en: [http://www.escoladegoverno.pr.gov.br/arquivos/File/2013/V\\_CONSAD/VI\\_CONSAD/035.pdf](http://www.escoladegoverno.pr.gov.br/arquivos/File/2013/V_CONSAD/VI_CONSAD/035.pdf) (fecha de consulta 15/08/2013)
- Selwyn, N (2004): “Reconsidering political and popular understandings of the digital divide”. *New Media & Society*, 6(3): 341-362.
- Sunkel, G. & Trucco, D. (2010): “Nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la educación en América Latina: riesgos y oportunidades”. Disponible en: <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/2/41612/P41612.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/socinfo/tpl/top-bottom.xsl> (fecha de consulta 15/08/2013)

## Anexos

### Anexo de contribuciones factoriales (%)

Variable	Categorías	Factor 1	Factor 2
Región	Montevideo	0,51	0,05
	Interior Urbano	0,54	0,05
Género	Varón	0,02	0,02
	Mujer	0,02	0,02
Uso y Acceso desde celular	si	0,32	0,05
	no	3,04	0,53
Acceso desde Hogar	si	1,88	0,00
	no	4,61	0,00
Acceso desde Cyber	si	0,60	0,54
	no	0,15	0,13
Acceso desde Centro Educativo	si	1,69	5,18
	no	0,80	2,44
Acceso desde casa de un amigo, vecino o familiar	si	0,00	2,51
	no	0,00	1,85
Acceso desde lugares con conexión inalámbricas gratuita	si	0,10	2,31
	no	0,02	0,43
Acceso desde banda 3G fuera del hogar	si	0,91	0,60
	no	0,14	0,09
Acceso desde Celular	si	0,58	0,93
	no	0,11	0,18
Acceso desde centro comunitario	si	0,01	0,54
	no	0,00	0,02
Uso personal	si	0,06	0,01
	no	1,12	0,20
Uso Vinculado al Es-	si	0,01	4,74

<b>tudio</b>	no	0,01	6,32
<b>Entretenimiento</b>	si	0,00	1,50
	no	0,00	4,86
<b>Bienes y Servicios</b>	si	2,04	0,01
	no	2,73	0,02
<b>Servicio Médicos</b>	si	2,26	0,03
	no	0,39	0,01
<b>Salud en General</b>	si	1,59	0,15
	no	0,78	0,07
<b>Estado o Gobierno</b>	si	2,46	0,05
	no	0,94	0,02
<b>Información para Estudiar</b>	si	0,01	4,57
	no	0,01	6,13
<b>Realizó Cursos a Distancia</b>	si	0,41	0,32
	no	0,01	0,01
<b>Interactuar con el Centro de Estudio</b>	si	1,40	1,93
	no	0,19	0,27
<b>Descargar Material del Docente.</b>	si	0,24	4,93
	no	0,11	2,15
<b>Enviar y Recibir Correo.</b>	si	1,80	0,00
	no	5,91	0,00
<b>Participar en Redes Sociales</b>	si	1,41	1,53
	no	1,91	2,07
<b>Chatear o Utilizar Mensajería Instantánea</b>	si	1,09	1,34
	no	1,77	2,19
<b>Publicar Información o Mensajes Instantáneos</b>	si	1,72	2,22
	no	0,79	1,02
<b>Realizar llamadas o Videollamadas</b>	si	2,15	0,65
	no	0,63	0,19
<b>Descargar o Ver en Tiempo Real Imágenes, Música, Videos y Pe</b>	si	0,13	1,59
	no	0,32	3,83
<b>Uso o Descarga de Juegos de Video o Computadora</b>	si	0,68	3,50
	no	0,44	2,26
<b>Descargar Programas de Computación</b>	si	2,13	2,03
	no	0,74	0,70
<b>Leer o Descargar Noticias</b>	si	1,62	0,01
	no	2,11	0,01
<b>Tipo de PC</b>	No dispone de PC en	0,95	0,38
	Dispone de PC común	2,77	0,26
	Dispone de XO	3,88	0,71
	Dispone de ambas com	0,07	0,32

<b>Frecuencia de Uso</b>	al menos una vez por	1,86	0,50
	al menos una vez a l	1,27	0,04
	al menos una vez al	0,77	0,83
	menos de una vez al	0,35	0,63
<b>Años de Educación en Tramos</b>	6 o menos años de ed	5,03	1,66
	de 7 a 9 años de edu	0,01	0,01
	10 a 12 años de educ	0,72	0,65
	Más de 12 años de ed	2,46	0,13
<b>Edad por Tramos</b>	6 - 11 años	4,90	1,76
	12 - 19 años	0,13	2,99
	20 - 29 años	0,80	0,29
	30 - 39 años	0,37	0,62
	40 - 49 años	0,24	1,91
	50 - 59 años	0,27	1,72
<b>Conexión a Internet</b>	60 o más años	0,06	1,60
	SI	2,10	0,02
	NO	4,88	0,05
<b>Quintiles de ingreso</b>	Primer Quintil	3,13	0,57
	Segundo Quintil	0,42	0,07
	Tercer Quintil	0,02	0,03
	Cuarto Quintil	0,65	0,07
	Quinto Quintil	1,72	0,27