



TENDENCIAS DE LOS INTERNAUTAS

Fernando Santiago, Director técnico AIMC

Faltan ya pocos días para que se publiquen los resultados de la 13ª edición del estudio “Navegantes en la Red” correspondiente a 2010. Dicho estudio, realizado anualmente por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), es llevado a cabo mediante encuesta a internautas, y quizás sea oportuno refrescar algunos de los cambios acontecidos en las pautas de comportamiento de los internautas en los últimos años. El interés de la encuesta no estriba en realizar una fotografía de la población que accede a Internet, algo que tampoco permite la metodología utilizada, sino en aprovechar las características específicas de los encuestados –individuos con mayor experiencia en Internet y con un uso más intenso y extenso de la Web que la población de internautas en general- para alumbrar posibles tendencias a corto y medio plazo.

En perspectiva, entre los numerosos datos del estudio, el fenómeno que más llama la atención por su vertiginoso ascenso es el denominado Redes Sociales. Facebook, hoy en día mundialmente conocido, lanzó su versión en español en 2007 y los datos obtenidos en la encuesta de 2008 la situaban ya en 8ª posición entre las páginas web más visitadas, anunciando lo que luego sería en 2009 un fenómeno de masas.

Un segundo hecho de gran relevancia que se extrae de la encuesta tiene que ver con los hábitos de conexión a Internet de los encuestados. Año tras año crece la frecuencia de acceso a Internet a partir de dispositivos de carácter móvil, destacando en particular el acceso a través del teléfono móvil: en 2009 uno de cada tres encuestados así lo atestigua. Todo un nuevo mercado se abre con el acceso a Internet móvil y la generación de nuevos dispositivos móviles. La creciente demanda de Internet móvil, la generación de más tipos de dispositivos móviles y el desarrollo de ofertas por parte de los proveedores tendrán consecuencias directas en nuevos usos de Internet, hoy centrados básicamente, en lo que a teléfonos móviles se refiere, en la navegación (36% de los encuestados) y el uso de correo electrónico (31%).

Un tercer dato que este estudio nos permitió entrever antes de plasmarse como algo general se refiere al uso de las redes de intercambio P2P. Tras un ascenso veloz, que culmina con un máximo de penetración en 2006 (45,8% de los encuestados), el fenómeno se desinfla y experimenta un descenso continuado: (41,3% en 2007; 36,2% en 2008; y 26,6% en 2009). Como contrapartida a esta pérdida de fuerza de las redes P2P destaca el incremento de la visualización de contenidos sin descargar (*streaming*), fenómeno al que contribuye sin duda prácticas crecientes como “escuchar música o ver películas o series directamente online, sin descargar”: un 56,9% de los entrevistados en 2009 afirmaba haber escuchado música en el último mes y un 41,8% reconocía haber visto alguna película/serie. De hecho, si nos fijamos en el fenómeno ‘radio a la carta’, observamos cómo su penetración crece diez puntos en sólo un año, pasando del 30,2% en 2008 al 40,1% en 2009.

El ritmo de cambios que tiene lugar en Internet es vertiginoso y no es fácil realizar análisis con perspectivas a medio plazo. Pero algunos de los usuarios tienen un valor inestimable como anunciadores de próximos fenómenos, de tendencias, y es esta capacidad la más destacada de este estudio que está a punto de arrojar los resultados de su 13ª edición.

Enero 2011