

Los argentinos, la PC e Internet

Qué computadoras usamos y para qué, cuándo y cómo navegamos son algunos de los datos que ofrecen las últimas encuestas realizadas por diversas consultoras locales. En esta nota, un perfil del usuario nacional



Los argentinos, la PC e Internet

Foto: Simón Chávez

En la Argentina hay casi un millón de hogares con computadora. Y hay 2 millones y medio de PC en el país, o 1 cada 14 personas. Las cifras son quizá frías, pero sirven para vislumbrar la manera en que la informática está cambiando nuestro país y a sus habitantes.

Hace diez años usted se podía considerar un iluminado por poseer una PC/XT o una Commodore 128. Hoy, cuando los avisos de empresas *puntocom* acaparan afiches callejeros y tandas publicitarias, en las grandes ciudades no tener dirección de correo electrónico comienza a ser una rareza.

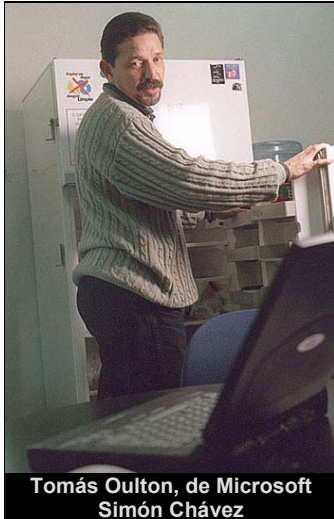
"Las parejas de jóvenes, cuando se van a vivir juntos, muchas veces compran antes la PC que el microondas", dice Tomás Oulton, gerente de la división Hogar y Minoristas de Microsoft Argentina, basándose en una encuesta que la empresa realizó en marzo último.

Hablar de computadoras, microondas y horas de navegación en Internet (en promedio, 12 horas y media semanales por persona), luego de paros generales, aumentos en la desocupación y recortes presupuestarios generalizados, parecería una contradicción. Pero el abaratamiento de las PC y la posibilidad de pagarlas en cuotas permiten que más gente acceda a la informática y la considere una inversión: "Muchos compran la PC para progresar en el trabajo y mantenerse al día, para hacer changas o formar a los chicos para el futuro", detalla Oulton.

Como toda tecnología que se masifica, aparece primero en los hogares pudientes y luego se populariza entre el resto de la sociedad. El proceso es lento, pero seguro: la entrada de computadoras al país creció un 42% en los clones y un 49% en las PC de marca en el último año. Eso significa que uno de cada diez hogares argentinos posee al menos una computadora.

¿Sideralmente lejos del ejemplo canónico de los Estados Unidos, con una PC cada dos hogares? Tal vez, pero todo depende de la vara con que se midan las cosas, aclara Oulton.

En Francia, por ejemplo, la penetración es del 20 por ciento. Y en el resto de América latina tampoco nos va tan mal: según anunció la consultora Gartner Group el 18 de mayo último, nuestro país fue el tercero en crecimiento en los primeros meses del año, detrás de Brasil (el líder de la región) y México.



Tomás Oulton, de Microsoft
Simón Chávez

Cómo usamos la PC

Los datos de Gartner y de Microsoft se suman a los de IDC, Prince & Cooke, PriceWaterhouse, D'Alessio Harris y otros, y comienzan a dibujar nuestro perfil, el de los usuarios argentinos de informática.

Por ejemplo, indican qué computadora usamos. "Actualmente, Compaq y los integradores independientes (clones) son los fabricantes de mayor presencia en el segmento del hogar -anuncia Luis Anavitarte, director de investigaciones para América latina y el Caribe de Dataquest, una subsidiaria del grupo Gartner-. Son los que poseen más del 80% de este mercado específico en la Argentina."

El grueso de esas compras tiene por destino un hogar de clase alta o media tradicional, explica el analista: "Sólo a partir de 1999, y ésta es una nueva tendencia que muestran nuestras estadísticas, el perfil está evolucionando hacia consumidores que podríamos calificar de clase media emergente, con mayor incidencia en las provincias". Para Anavitarte, la expansión se debe a la gran difusión de Internet en el país y a los precios competitivos de las PC, sobre todo cuando pueden ser pagadas en cuotas.

Históricamente, el que llevó la computadora al hogar fue el padre, dice Oulton. Al igual que saber inglés, la computación es considerada esencial para el futuro de los hijos. "Es como el monolito de la película 2001: Odisea del espacio -ejemplifica-, está metida en el cuarto de los hijos para que la investiguen, aprendan a usarla y desarrollen su inteligencia."

Pero ya hay una segunda generación de chicos que administra las compras de hardware (volantes, gamepads, procesadores más veloces, monitores grandes y placas de video 3D) y que hace que, según una investigación de IDC (International Data Corporation), algo más del 40% de los hogares con PC haya actualizado en los últimos doce meses.

El cambio en cuál integrante de la familia impulsa las compras provoca una modificación en los roles. "La casa (y no quiero hacer apología del machismo) fue siempre el territorio de la madre, del ama de casa -indica Oulton-. Sin embargo, ahora, cuando la madre entra en el cuarto de los chicos, puede ordenar todo, pero no le pasa el plumero al teclado porque tiene miedo de romper algo; hay una zona que ya no es suya." La responsabilidad de la educación de los chicos comienza a estar más ligada al padre, generalmente más ducho en cosas de tecnología. Oulton considera que se está dando algo que quizá sea inédito en la historia: el conocimiento del uso de la tecnología, de las herramientas, hoy viene de la mano de los chicos, que son los que les enseñan a los mayores.

Aun así, el uso de la PC en el hogar sigue estando ligado a cuatro grandes actividades: el correo electrónico, la navegación, el procesamiento de texto y el entretenimiento. En este último ítem, el rey es el software de juegos (constituye el 64% de las ventas legales en la Argentina), seguido por los programas educativos para chicos (9%), las enciclopedias (9%) y los programas de interés general (8%; por ejemplo, mapas, recetas, etcétera). Según el estudio de Microsoft, más de la mitad de las ventas de software se hizo en tiendas especializadas, seguidas por los supermercados (21%) y los negocios pequeños (el local de la galería del barrio, por ejemplo), que acaparon el 13 por ciento.

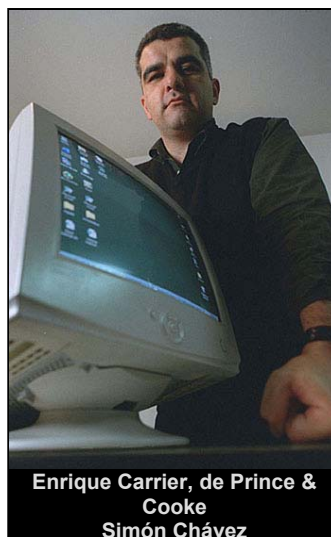
Pero estas ventas (9 millones de pesos, el año último) reflejan apenas un décimo del software circulante. El resto está pirateado. De cada 10 hogares que tienen la enciclopedia Encarta de Microsoft, 8 la obtuvieron ilegalmente, según relata Tomás Oulton. Esto hace que recuperar el dinero invertido sea cada vez más difícil, por lo que la enciclopedia podría dejar de tener su versión latina si no suben las ventas legales.

Sin embargo, la Encarta sufre un ataque desde otro costado menos previsible: la investigación de Microsoft sacó a la luz que los chicos prefieren buscar información en la Web antes que en un CD-ROM, aun cuando el proceso es más lento.

Los navegantes argentinos

De las 12 horas y media promedio que se pasan en línea los más de 980 mil internautas locales cada semana, la parte del león se la llevan los jóvenes: el 40% de los navegantes tiene entre 10 y 24 años. De hecho, el 15% de todos los jóvenes argentinos de entre 20 y 24 años navega en Internet, según las últimas mediciones de la encuestadora francesa Ipsos-Asi. La presencia en el ciberespacio baja a medida que aumenta la edad: sólo el 11% de los que están entre 25 y 34 años y el 9% de los argentinos que tiene entre 35 y 44 años están en la Red. Entre los mayores de 45 años, apenas el 3% navega por la Web.

Los datos de las todas las encuestadoras coinciden al hacer el retrato genérico del navegante vernáculo: tiene 29 años, es hombre (más del 65% de los navegantes) y cursó estudios universitarios. "Es una persona ansiosa -describe Juan José Dell'Acqua, director de Technology Risk Services de la consultora PricewaterhouseCoopers-, con un nivel sociocultural relativamente alto, y es joven. Los chicos no sostienen la navegación, no tienen paciencia, hacen zapping entre los sitios; son muy curiosos. Entre los más grandes hay dos sectores: los verdaderos cibernautas, que están desde que esto empezó, y los que se tuvieron que subir por motivos profesionales, encontraron una herramienta profesional y rompieron la barrera del miedo a la tecnología, pero no son navegantes genuinos, no son los que dejan un partido de fútbol para quedarse navegando."



Otro dato para completar la imagen, agrega Alex Grönberger, director regional para América latina de Ipsos-Asi, es la ubicación del navegante: la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores concentran el 72% de las conexiones (para la consultora local Prince & Cooke es el 68%), seguida por Córdoba (8%), Rosario (7%), Mendoza (6%), Mar del Plata (4%) y Tucumán (3 por ciento).

Las actividades usuales de los navegantes domésticos (enviar y recibir e-mail, buscar información, chatear, etcétera) tienen su horario: según Grönberger, los picos de consumo comienzan a las 8.30 y se mantienen por una hora, mientras la gente llega a la oficina y chequea su casilla de correo; el tráfico vuelve a subir después del almuerzo y a partir de las 18 hay un consumo sostenido, tanto desde la oficina (en la que muchos empleados se quedan después de hora aprovechando la conexión rápida) como en los hogares, llegando a su pico máximo en estos últimos entre las 21 y las 23.

Aunque los argentinos todavía no adoptaron el comercio electrónico como una forma masiva de consumo (sólo el 23% de los navegantes compró por medio de Internet, informa Enrique Carrier, director de Prince & Cooke) igual consideran que conectarse a la red de redes mejoró su calidad de vida: el 64% de los encuestados por la firma D'Alessio Harris en marzo último en Ciudad Internet consideró que su margen de confort progresó desde que se conectó a la Web (porque acceden a información diversa y efectúan operaciones en poco tiempo, según aventuran los investigadores).

Si el consumo en línea no despegaba no es por falta de solvencia económica: según Carrier, el 59% de los navegantes tiene un nivel socioeconómico ABC1 (el más alto), seguidos por los integrantes del segmento ABC2 (36 por ciento).

Finalmente, el e-mail gratuito suele funcionar como segunda cuenta de correo electrónico (muchas veces es la primera): el 65% de los navegantes tiene una cuenta gratuita de webmail, relata Carrier, con Hotmail como el más popular (36%), seguido de Yahoo! (21%) y Ciudad (12 por ciento). Peculiaridades personales aparte, a medida que se registran datos y costumbres comienza a formarse una imagen que muestra qué compartimos los argentinos cada vez que nos sentamos frente a una computadora.

El Estado no tiene datos

La información sobre la presencia de computadoras en los hogares es de fuentes estrictamente comerciales: "No tenemos alguien del Gobierno que proporcione esos datos censales, faltaría una auditoría gubernamental", afirma Juan José Dell'Acqua, de PricewaterhouseCoopers.

La razón esencial por la que no hay datos oficiales es que el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec) no incluyó preguntas sobre informática en el último censo nacional de 1991, porque en ese momento la cantidad de PC en los hogares argentinos era ínfima. Según el Indec, en el censo del año que viene casi seguro se incluirá una pregunta por la presencia de computadoras en las casas argentinas, pero al ritmo en que crece su difusión, los guarismos quedarán rápidamente obsoletos.

Ricardo Sametband