

LA GENERACIÓN *MESSENGER* **Relevancia de la mensajería instantánea en la adolescencia chilena**

LUIS CÁRCAMO ULLOA*
FELIPE NESBET MONTECINOS**

RESUMEN

En medio de los cambios que generó la llamada Era de la Información, adquiere importancia el fenómeno de la Comunicación Mediada por Computador (CMC). Esto se relaciona con el creciente acceso de la sociedad chilena hacia la internet, que lo posiciona como líder en Latinoamérica en el tema.

Dada la cercanía que los jóvenes tienen con las nuevas tecnologías, este grupo etéreo es el que se apropia con mayor intensidad de esta nueva herramienta comunicativa. La mensajería instantánea pasa a ser una importante herramienta para los procesos de socialización de los jóvenes, ocupando el lugar que en décadas pasadas tuvo el teléfono. A diferencia de otras tecnologías, la mensajería se convierte en uno de los pocos elementos comunes que cruza los segmentos sociales y las variadas tribus urbanas en las cuales los jóvenes chilenos viven sus procesos de construcción de la identidad.

PALABRAS CLAVE: MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, ADOLESCENTES,
IDENTIDAD, COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADOR

* Profesor del Instituto de Comunicación, Universidad Austral de Chile.
E-Mail: lcarcamo@uach.cl.

** Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Periodista, Universidad Austral de Chile. E-Mail: felipenesbet@gmail.com.

RESUMO

Em meio às mudanças que geraram a chamada Era da Informação, o fenômeno da Comunicação Mediada por Computador (CMC) ganha importância. Isto diz respeito ao crescente acesso da sociedade chilena à internet, o que a posiciona como líder na América Latina.

Considerando a familiaridade dos jovens com as novas tecnologias, este grupo etéreo é o que se apropria com maior intensidade desta nova ferramenta comunicativa. A mensagem instantânea passa a ser uma importante ferramenta para os processos de socialização dos jovens, ocupando o lugar que em décadas passadas era do telefone. Diferente de outras tecnologias, a mensagem instantânea constitui um dos poucos elementos comuns que atravessa os segmentos sociais e as diversas tribos urbanas, pela qual os jovens chilenos vivem seus processos de construção de identidade.

PALAVRAS CHAVE: MENSAGEM INSTANTÂNEA, ADOLESCENTES,
IDENTIDADE, COMUNICAÇÃO MEDIADA POR COMPUTADOR

ABSTRACT

In the middle of changes has generated by Age of Information called, acquired importance the phenomenon of Computer Mediated Communication (CMC). This is related to the increasing access that the Chilean society towards the internet, that positions it like leader in Latin America in the subject.

By the proximity that the young people have with new technologies, this age group has been has itself appropriate with greater intensity of this new communicative tool. The instant messaging has become an important tool by he socialization processes of the young people, having occupied the place that in last decades use the telephone. Compared to other technologies the mail has become one of the few common elements that it crosses the social segments and the varied urban tribes in who the Chilean young people live their processes on construction of the identity.

KEY WORDS: INSTANT MESSAGING, TEENAGERS, IDENTITY,
COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION

1. INTRODUCCIÓN

«Así como los que tienen 30 años son como la generación del casete, nosotros somos la generación del messenger».

Alumna de Tercero Medio, Instituto Superior de Administración y Turismo (INSAT) de Valdivia.

«Si está bien ya que la mayoría de las personas de este Chile se comunica por MSN. Yo creo que si no estuviera este medio de comunicación no tendríamos tantas amistades».

Alumno de Tercero Medio, Liceo Comercial Valdivia.

«Es un buen medio ya que puedes comunicarte de forma rápida con tus amigos y con gente que vive lejos de ti. También puedes conocer nuevas personas, pero hay que tener precaución porque a veces puede ser peligroso».

Alumna de Tercero Medio, Instituto Alemán Valdivia.¹

EL PRESENTE ARTÍCULO BUSCA analizar la relevancia que ostenta la mensajería instantánea entre la adolescencia chilena. Estimamos que este trabajo es un aporte a un fenómeno que carece de una visión detenida por parte de la amplia gama de investigadores sociales que tratan el tema de la adolescencia.

Este trabajo recoge análisis de distintos teóricos del tema como de Laire (2002), Balardini (2004) y otros, junto con los datos empíricos entregados por los proyectos realizados por Boneva et al. (2004), Cárcamo (2007) y Nesbet (2007). Cabe señalar, que este documento forma parte del proyecto de investigación: «Percepción del tiempo y de la motivación ante tareas de búsqueda de información y conferencias de texto (chat) mediadas por computador en estudiantes secundarios de Chile».

2. GÉNESIS DEL MSN

Entre los muchos cambios que trae internet, para del Brutto (2000) también se cuenta una revolución en las formas de comunicación. Ya en 1999 Manuel Castells afirma que la comunicación mediada por computador (CMC) es un fenómeno que revolucionando los procesos de comunicativos y culturales.

1 Todas estas opiniones fueron recogidas de la tesis de Felipe Nesbet (2007) sobre los usos de la mensajería entre los liceanos de Valdivia.

La comunicación mediada por computadoras a través de internet se ha posicionado como un espacio importante en el quehacer social, puesto que este medio posibilita el encuentro entre sujetos, por tanto sus posibilidades de acción, interacción y comunicación ha introducido elementos a través de los cuales es posible la formación de relaciones sociales de diversa índole.

De manera que nos vemos enfrentados a un nuevo fenómeno social, en el que se está tejiendo un entramado de relaciones sociales que ameritan nuestra atención, para conocer y comprender este fenómeno (Roco, 2002:7).

La comunicación ha sido un concepto que está presente en la esencia misma de internet. Arpanet, el proyecto del cual nace lo que hoy es internet en los años 60, es un sistema de redes de comunicaciones flexibles y descentralizadas. Su intención primaria era «optimizar el uso de costosos recursos informáticos a base de compartir el tiempo *on line* entre diversos centros de computación» (Castells, 2001:32). Desde esa época la «red de redes» cuenta con mecanismos que permiten la comunicación sincrónica entre computadores que participaban en dicha iniciativa.

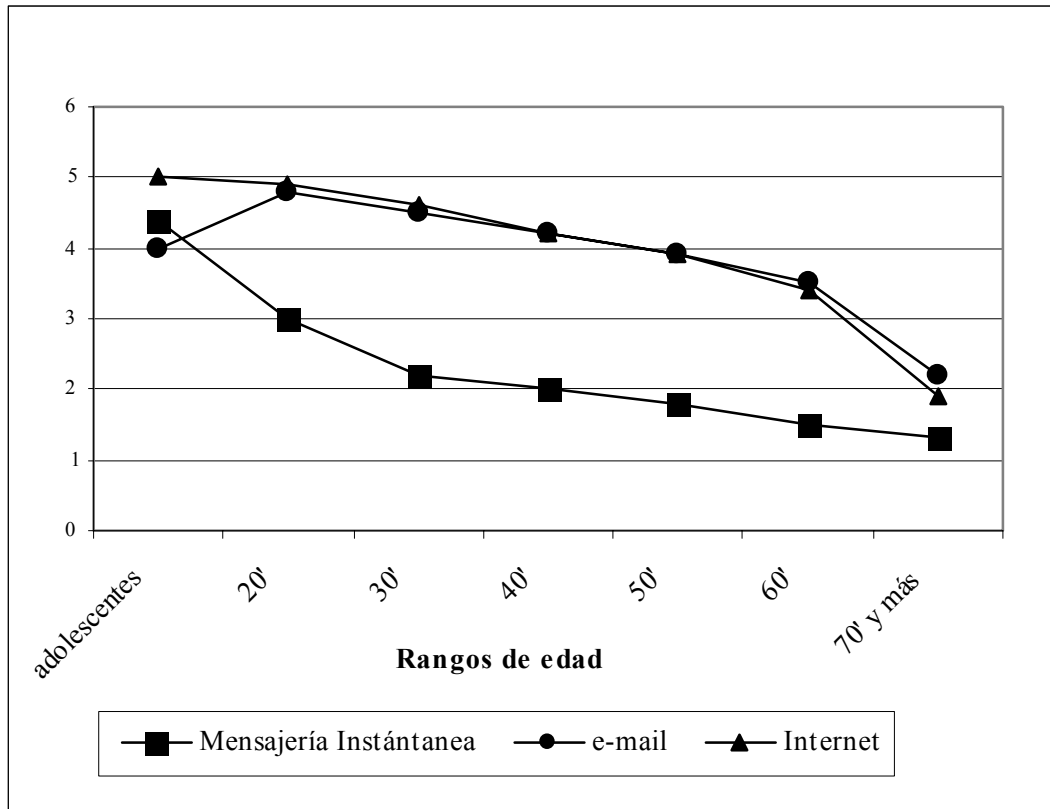
Fernández (2002) señala que con el inicio de la masificación de la internet, a mediados de los 90, la mensajería instantánea se convierte en un producto más en una industria que crece en forma vertiginosa. En este contexto, este autor (2002) relata que «Mirabilis», una compañía israelí dedicada a la informática, crea un software llamado ICQ (vocablo derivado de «I Seek You», «Yo te busco» en inglés), que permite ver si alguna persona estaba *on-line*, para poder enviarle mensajes y recibir sus respuestas al mismo tiempo.

Hasta el día de hoy los diversos sistemas de mensajería instantánea mantienen un mecanismo algo similar al ICQ. Generalmente, los programas de mensajería son gratuitos, y requieren tener una cuenta de correo electrónico.

3. LOS CHATS Y EL MAIL YA FUERON

Ante los otros mecanismos de comunicación mediada por computador, como el correo electrónico o e-mail y los salones de chats o chats rooms, para Boneva et al. (2004) la adolescencia estadounidense se decanta hacia el messenger (ver gráfico 1).

GRÁFICO 1: FRECUENCIA DE USO



1: Nunca. 2: menos frecuente. 3: poco todas las semanas.

4: 1 a 2 días a la semana. 5: 3 a 5 días a la semana.

Fuente: Boneva et al., 2004.

We placed IM use in the context of other major teen computer-based activities— e-mail use and browsing the web. Comparing frequencies of use of these three applications by cohorts, we found different patterns of IM, e-mail and web use of adolescents and adults. For example, adolescents are the highest users of IM, and its use dropped quickly with age. In contrast respondents in their twenties are the highest users of e-mail. The decline in e-mail and web use with age was much less steep than the decline in IM use (Boneva et al., 2004:22).²

2 «Pusimos el uso de la mensajería instantánea en el contexto del otro uso computarizado importante entre los adolescentes, el *e-mail* y navegar en la web. Comparando frecuencias del uso de estas tres aplicaciones de grupos cohortes, encontramos diversos patrones de mensajería instantánea, el *e-mail* y el uso del web de adolescentes y de adultos. Por ejemplo, los adolescentes son los principales usuarios de mensajería instantánea, y su uso declina rápidamente por la edad. En cambio las personas

Este proyecto (2004) encuentra indicios que para los quinceañeros (*teenagers*) norteamericanos los *chats rooms* pierden protagonismo frente al fenómeno MSN. Entre 1996 y 1998 el 26% de los adolescentes entrevistados visita los salones de *chats*, porcentaje que desciende al 12% entre 1999 y el 2002.

4. LA MAGIA DEL MESSENGER

La predilección juvenil hacia la mensajería no nos resulta un fenómeno extraño. Distintos autores, desde McLuhan (1967), pasando por Negroponte (1995) hasta Balardini (2003) hacen hincapié en la estrecha relación entre los jóvenes y la tecnología. En este marco, para Balaguer (2006) la mensajería instantánea cobra relevancia en sus procesos de comunicación y socialización.

Fernando de Laire (2001) plantea que la mensajería instantánea, vista como fenómeno comunicativo, es fruto del contexto tecnológico actual que ve desarrollarse al máximo la abstracción de las relaciones sociales; en otras palabras las relaciones cara a cara, o interpersonales, disminuyen o son cada vez más innecesarias. Esto se produce por lo que Giddens (1990) denomina *desanclaje*, la capacidad de la modernidad para disociar el tiempo del espacio.

De Laire (2001) postula que entre los jóvenes el *desanclaje* se transforma en *reeanclaje*. «Es decir de búsqueda de espacios de rehumanización, para recuperar las relaciones cara a cara (de Laire, 2001)». El estudio de Adriana Gil y sus colaboradores (2003) refuerza esta tesis:

Podemos concluir claramente y sin dudas que los jóvenes están más preocupados por las demás personas y las relaciones que mantienen que por la tecnología en sí misma. En este sentido, utilizan las tecnologías para mantener las relaciones que ya tienen cara a cara y para transformarlas, a menudo incluso para profundizar en ellas, de manera que las convierten en relaciones más íntimas y más sinceras (Gil et al., 2003:4).

De acuerdo al sociólogo chileno Fernando De Laire (2001) en la construcción de su identidad los adolescentes exacerban la búsqueda de espacios. En este proceso uno de los lugares donde los jóvenes se en-

de 20 años son los mayores usuarios del *e-mail*. La declinación del *e-mail* y la navegación en la web con la edad era mucho menos escalonada que la declinación del uso de la mensajería instantánea».

racinan (se repliegan, buscan abrigo) es la red, específicamente los foros virtuales y el fenómeno *chat*.³ Adriana Gil (2003) sostiene que los adolescentes urbanos construyen colectivamente su identidad de la mano de las nuevas tecnologías. Ligado a este argumento, García y Lombarte (2005) afirman que el celular y el *chat* «actúan como instrumentos de socialización para los más jóvenes, reforzando su sentimiento de pertenencia a un grupo» (García y Lombarte, 2005).

Desde un punto de vista más práctico, Boneva et al. (2004) proponen que una de las razones del éxito de la mensajería es la reducción del tiempo libre de los adolescentes, debido a sus obligaciones estudiantiles. Este punto también cabe para Chile, con respecto a la instalación de la jornada escolar completa.

Lo anterior se relaciona con otra de las características de la mensajería, que lo vincula con los jóvenes: la inmediatez. Esto implica una ventaja del *messenger* por sobre el *e-mail*. «Si quieren decirle algo a alguien no le envían un mensaje de correo electrónico, porque es demasiado lento tener que esperar que el otro se acuerde de conectarse y mirar su correo» (Gil et al., 2003:11).

Algo que es inherente a la *magia del messenger* y que ha favorecido su éxito es el estilo de conversación amena e informal que se genera en este sistema comunicativo. Esto queda reflejado claramente en la investigación de Nardi, Whittaker y Bradner, (2000) sobre la interacción mediante este sistema comunicativo.

As the log shows, the general tenor of instant messages is typically casual, informal, and friendly. One user contrasted it with email: «It's more casual so you can be more quirky». Relaxed grammar and spelling are the norm. Standard capitalization is often ignored though caps may be used for emphasis. Multiple exclamation points and question marks are sprinkled liberally throughout Instant messages. This informality lends Instant messages a kind of intimacy that is often absent from other types of mediated communication (Nardi, Whittaker y Bradner, 2000:3).⁴

3 Como vimos anteriormente en ese momento los *chats rooms* están más en boga que el *messenger*.

4 «Mientras que el registro demuestra el tenor general de la mensajería instantánea es típicamente ocasional, informal, y amistosa. Un usuario lo comparó con el e-mail: 'Es más ocasional así que puedes ser más estafalario'. La gramática y el deletreo relajados son la norma. Generalmente, la capitalización se ignora, aunque se puede utilizar para el énfasis».

Dado lo anterior, para estos académicos norteamericanos Boneva et al. (2004), los distintos sistemas de este tipo se convierten en el principal complemento comunicación entre las amistades juveniles. Por eso no llama la atención que las actividades más comunes en los *cibercafés*, tanto entre los adolescentes peruanos como entre sus pares barcelonenses, según Villanueva (2005) y Gil (2003) respectivamente, sea el uso de la mensajería instantánea y otras formas de comunicación interpersonal.

En Chile se observa una situación no es muy distinta. Por ende, Nesbet (2007) plantea que la mensajería es uno de los pocos elementos comunes en la juventud chilena. «Tanto a los que les gusta ‘My Chemical Romance’ a los seguidores del reggeatton,⁵ como a las *pelolais*, los *pokemon* y los *poncio*⁶ les gusta chatear por *messenger* casi por igual» (Nesbet, 2007:14). Muestra de ello es que en la campaña del uso del condón del segundo semestre del 2006 en los *spots* se representaban conversaciones vía *messenger* de una niña con uniforme liceano con otro joven.

5. MESSENGER EN CIFRAS

A pesar de que Chile sigue estando lejos de las naciones desarrolladas en el acceso a internet, es indiscutible que la red está llegando a amplios sectores de la sociedad chilena. Aunque no existe consenso en

sis. A través de la mensajería instantánea se dibujan libremente puntos múltiples de exclamación y signos de interrogación. Esta falta de formalidad da a la mensajería instantánea una intimidad, a menudo, ausente de otros tipos de comunicación mediada».

- 5 My Chemical Romance es una banda estadounidense que cultiva el estilo Emo, rock con letras muy emocionales de ahí el denominativo, y es popular entre los jóvenes de estrato alto y medio. De hecho existe una tribu urbana es identificada con este movimiento. El *reggeatton* es el fenómeno musical del momento, pero su popularidad se concentra en los sectores bajos.
- 6 *Pokemón* y *pelolais* son las dos grandes diferenciaciones existentes entre las adolescentes chilenas, aunque también tocan a los varones. A grandes rasgos, los *pokemon*, denominativo proveniente de un animé japonés, son generalmente de clase baja y media-baja, y se caracterizan por sus varios piercing y el pelo más corto. En cambio, las *pelolais* son de estratos más altos y usan el pelo largo y liso. Mientras los *poncio* son los varones (a veces también se le designa así a las mujeres) que flirtean comúnmente en las fiestas.

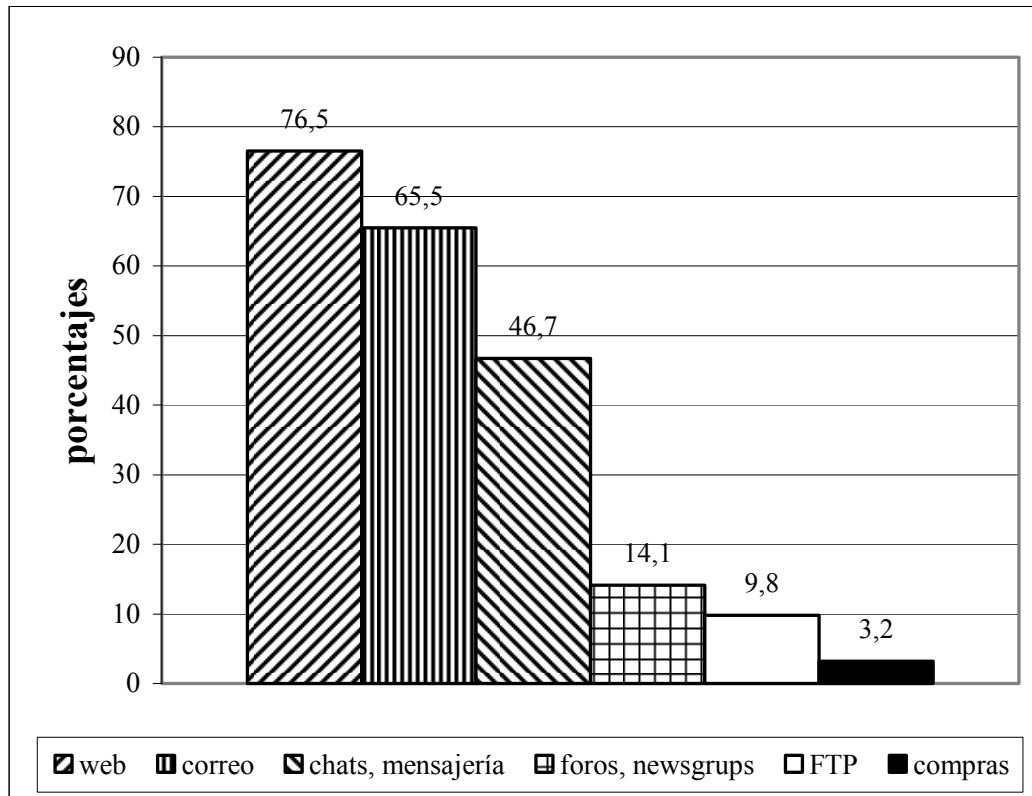
los porcentajes, tomaremos los resultados del último informe de la World Internet Project (Godoy, 2006) que consigna un acceso a la internet del 40,2%, lo que deja a Chile como la nación con mayor acceso en Latinoamérica.

Existen pocas cifras para cuantificar la relevancia de la mensajería entre los adolescentes.⁷ Según los datos recabados por Boneva et al. (2004) el 83% de los quinceañeros norteamericanos (*teenagers*) usa la mensajería. El 72,4% se conecta uno o dos días a la semana. Mientras el 52% de los encuestados conversa con alguien el día anterior a ser entrevistado para dicha investigación.

El primer estudio que toma, sucintamente, el tema de la mensajería instantánea entre los jóvenes chilenos fue la investigación del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) sobre el uso del PC del 2002. En el mencionado trabajo un 72,8% de los encuestados reconoce que chatea (la encuesta no hacía diferencia entre el *chats* y la mensajería instantánea), de los cuales un 46,7% los usaba de forma regular, y un 26,1% de forma ocasional. Otro dato interesante que aporta este estudio, fue que las páginas de *chat* y conversación son los terceros sitios más visitadas, detrás los musicales y académicos (ver gráfico 2). Un 65,1% de los encuestados dice usar internet para conocer a otras personas. En gran parte, aunque no exclusivamente, aquí se sitúa el uso de los sistemas de mensajería.

7 Sin embargo, los adultos tampoco se libran de la fascinación por el messenger. En la tesis de Silvio García (2004) sobre la penetración de esta herramienta en la empresa Sodimac, el 51% de los trabajadores de esta compañía se declaraba contento con esta nueva tecnología, y el 21% muy contento. Sólo un 4% se manifestó descontento o muy descontento con el sistema. Ver García, 2004.

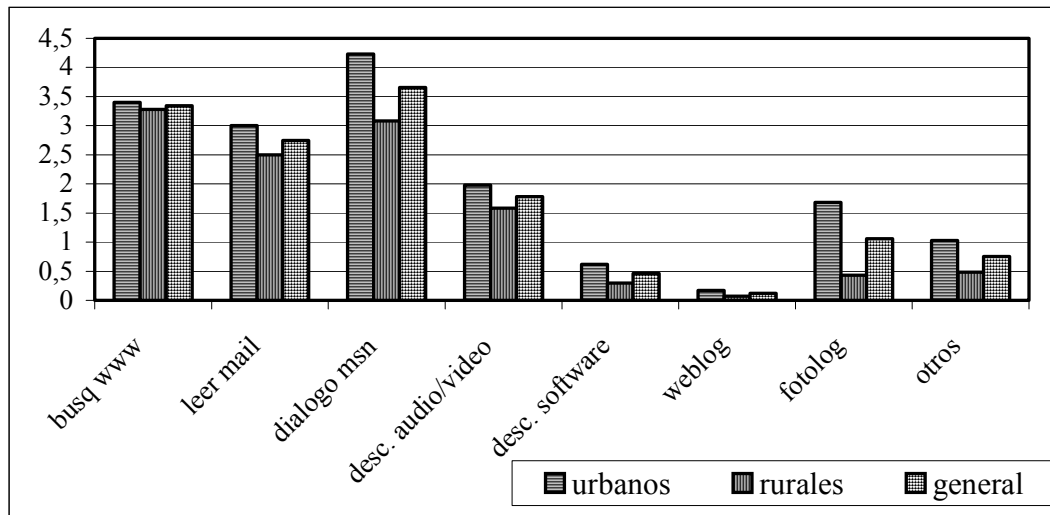
GRÁFICO 2: SERVICIOS USADOS DE LA RED,
CATEGORÍA «USO REGULAR»



Fuente: INJUV, 2002.

En la actualidad los datos otorgados por Cárcamo y Contreras (2007) señalan que la conversación por *messenger* es el primer lugar de las actividades electrónicas consultadas, con una frecuencia de conexión de 3,6 días a la semana (ver gráfico 3).

GRÁFICO 3: DÍAS SEMANALES DE DEDICACIÓN



Fuente: Proyecto DID-UACH, S-2007-50.

Incluso en la tesis de Nesbet (2007) los porcentajes resultan ser aún mayores. El 44% de los encuestados se conecta todos los días, el 24% tres veces a la semana y el 23% una vez a la semana (ver gráfico 4). Pero se debe hacer la salvedad de que Cárcamo y Contreras (2007) realizan su investigación tanto en entornos urbanos como rurales (donde generalmente el acceso es mucho menor), mientras Nesbet se basó enteramente en una ciudad.

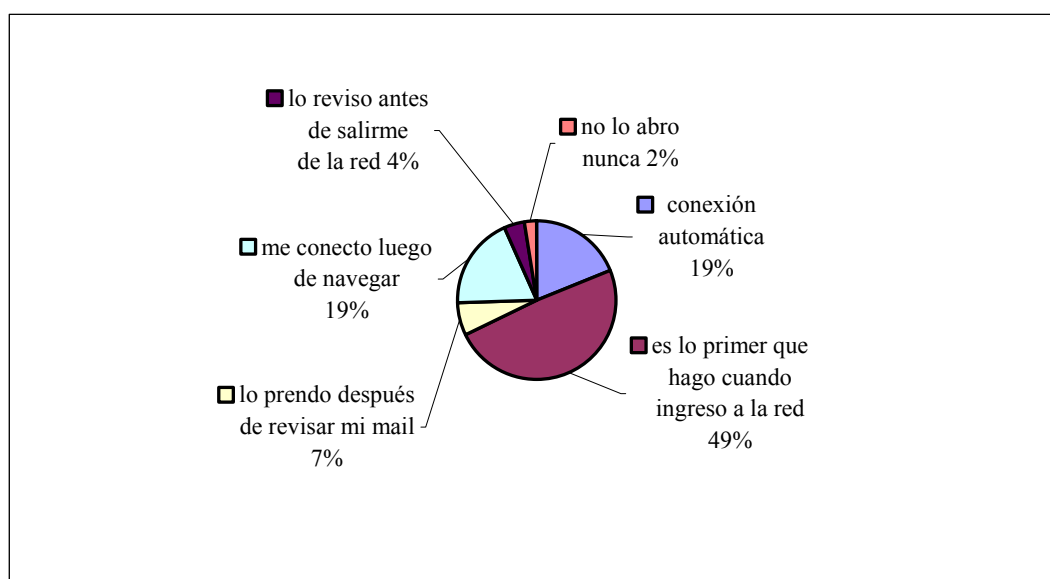
GRÁFICO 4: FRECUENCIA DE CONEXIÓN SEMANAL A LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



Fuente: Nesbet, 2007.

Ante la pregunta sobre el momento en el que los adolescentes abren su cuenta de mensajería, el 49% dice que es lo primero que hace cuando ingresa a la web, y el 19% tiene programado su computador para que se inicie automáticamente (ver gráfico 5). Esto demuestra claramente la importancia prioritaria que los adolescentes le otorgan al *messenger* dentro de su uso de internet.

GRÁFICO 5: MOMENTO EN EL QUE SE ABRE LA CUENTA DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



Fuente: Nesbet, 2007.

5. EL TELÉFONO YA FUE

Tanto el trabajo de Nesbet (2007) como el de Cárcamo y Contreras (2007) coinciden en una leve preferencia femenina hacia la mensajería. Siguiendo a estos estudiosos para el 29% de las chicas chatear por MSN es su primera prioridad electrónica, mientras entre los varones el porcentaje baja a un 24%. Para Nesbet (2007) existe una diferencia estadística significativa en la frecuencia de conexión diaria con respecto a género (2,14 en las damas y 2,41 en los varones).⁸

Entre los usos de la mensajería dicha tesis respalda la teoría de De Laire (2001) sobre el rol del *messenger* como espacio en el cual los

⁸ En este caso, de acuerdo a la encuesta elaborada para este estudio 2 significaba tres veces a la semana y 3 una vez a la semana.

jóvenes continúan sus procesos de socialización, un aspecto que tiene una importancia fundamental en el proceso de construcción de la identidad, como lo señala Virginia Toledo (1998) y Boneva et al. (2004), entre otros. En consecuencia, para un 90% de los estudiantes secundarios encuestados por Nesbet (2007) «conversar con amigos» estuvo en su 1ª ó 2ª prioridad en los usos de la mensajería.

Así como antiguamente se pedía el número de teléfono para conquistar una chica, en la actualidad se usa la mensajería como herramienta de conquista. Un 55,4% de los encuestados en esta investigación (Nesbet, 2007) manifiesta utilizar este sistema para conocer más a alguien que le gusta o le parece atractivo.

Pero no sólo la mensajería se transforma en un lugar para encontrar amor o simplemente flirtear, sino también para experimentar con otra clase de amor y amistad: el virtual. En dicho proyecto, el 87% de los adolescentes confiesa tener en su lista de contactos (*Buddy List*) a gente que no conoce personalmente, de los cuales el 33% admite haber conocido personalmente por lo menos a uno.

El romance virtual, conocido entre los jóvenes chilenos como *ciberpololeo* (término que congrega el neologismo ciber con el chilenuismo pololeo), y el sexo virtual son menos relevantes cuantitativamente, pero no por eso menos interesantes para los estudiosos de los fenómenos juveniles y/o de la penetración de las nuevas tecnologías en la sociedad.

No obstante, en la incesante vertiginosidad de la Era de la Información es muy probable que muy pronto la mensajería instantánea, como la conocemos hoy en día, casi no tenga líneas de continuidad con algún otro sistema de comunicación que la reemplace en la predilección de la gente. Hace 5 años Joan Mayans realiza una etnografía virtual sobre los *chats rooms* IRC, pero en la actualidad este sistema es muy poco usado, por lo que pasa a engrosar la arqueología de las TIC, junto con los disquetes 3,5' y el beeper.

VALDIVIA (CHILE), NOVIEMBRE DE 2007

RECIBIDO: DICIEMBRE 2007

ACEPTADO: MARZO 2008

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALARDINI, SERGIO (2004): «Dedeejays y ciberchabones: subjetividades juveniles y tecnocultura». *Revista Jóvenes* N°20. México: IMJ.
- CÁRCAMO y CONTRERAS (2007): «Percepción del tiempo y de la motivación ante tareas de búsqueda de información y conferencias de texto (chat) mediadas por computador en estudiantes secundarios de Chile». Instituto de Comunicación Social, Universidad Austral de Chile.
- CASTELLS, MANUEL (2001): *La galaxia internet*. Barcelona: Areté.
- (1999): *La sociedad red. La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. México: Siglo XXI.
- DE LAIRE, FERNANDO (2001). «¿Identidad juvenil? La insoportable levedad del ser: aportes para renovar el marco teórico de los estudios sobre juventud». *Revista Mad* N°4. Santiago: Departamento de Antropología. Universidad de Chile.
- GARCÍA, SILVIO (2004) «Introducción de tecnologías emergentes en empresas: caso mensajería instantánea en Sodimac S.A.». Memoria para optar al título de ingeniero civil de industrias. Universidad Católica de Chile. Departamento de Ingeniería Industrial y de Sistemas.
- GIDDENS, ANTHONY (1990): *The consequences of modernity*. Cambridge: Polito Press.
- MAYANS, JOAN (2002). *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- MCLUHAN, MARSHALL y QUENTIN FIORE (1967). *El medio es el mensaje: inventario de efectos*. New York: Paidós Studio.
- NEGROPONTE, NICHOLAS (1995). *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida.
- NESBET, FELIPE (2007) «Usos de la mensajería instantánea en estudiantes secundarios de Valdivia». Tesis de Periodista. Universidad Austral de Chile. Facultad de Filosofía y Humanidades.
- TOLEDO, VIRGINIA et al. (1998): *Adolescencia tiempo de decisiones*. Santiago: Mediterráneo.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- BALAGUER, ROBERTO: «El chat y el messenger: instrumentos de entrenamiento en comunicación para tiempos de incertidumbre y baja atención». En: www.cibersociedad.net.
- BONEVA, BONKA et al. (2004): «Teenage communication in the instant messaging era». En: www.cs.cmu.edu.
- DEL BRUTTO, BIBIANA: «Relaciones virtuales o relaciones reales». *Revista Kairos de Temas Sociales* N°4. San Luis: Universidad Nacional de San Luis.

- FERNÁNDEZ, MARCELO: «Mensajería instantánea en internet». Laboratorio de redes de la Universidad Nacional de San Juan, Argentina.
En: www.tyr.unlu.edu.ar.
- GIL, ADRIANA et al: «¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital».
- NARDI, BONNIE et al.: «Interaction and outeraction: instant messaging in action». En: <http://dis.shef.ac.uk>.
- ROCO, GLADYS: «Relaciones interpersonales en los chats de internet»
En: <http://cibersociedad.rediris.es>.
- SOTO, FERNANDO; CARLOS ESPEJO e ISABEL MATUTE: «Los jóvenes y el uso de computadores e internet». En: www.injuv.gob.cl.
- VILLANUEVA, EDUARDO (2006): «Brecha digital: descartando un término equívoco». *Revista Razón y Palabra* N°51. En: www.cem.itesm.mx.