

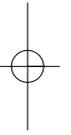
Los Mayores ante las TIC

Accesibilidad y Asequibilidad



Fundación
Vodafone
España





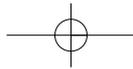


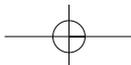
Los mayores ante las TIC

Accesibilidad y Asequibilidad



**Fundación
Vodafone
España**





Edita: Fundación Vodafone España

Coordinadores:

Javier del Arco Carabias-Méndez – Fundación Vodafone España
José María San Segundo Encinar – Análisis e Investigación, S.A.

Estudio Cualitativo:

Myriam Durán Vilches – Análisis e Investigación, S.A.

Estudio Cuantitativo:

Antonio Montero Navarro – Universidad Rey Juan Carlos
Juan José Nájera Sánchez – Universidad Rey Juan Carlos

Producción:

Sara de Nova Sánchez – Análisis e Investigación, S.A.

Redacción:

Javier del Arco Carabias-Méndez – Fundación Vodafone España
Mari Satur Torre Calero – Fundación Vodafone España
Javier Pulido Samper – Text100
Mercedes Gómez Folgueral – Fundación Vodafone España
Ana Delgado Piédrola – Fundación Vodafone España

Coordinación edición:

Mercedes Gómez Folgueral – Fundación Vodafone España

Realización:

Punto Centro

I.S.B.N.: 978-84-934740-7-2

D.L.: M-51954-2010

© 2010. Fundación Vodafone España

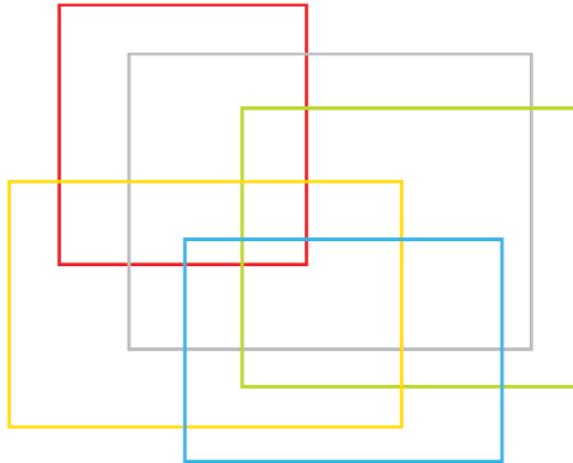
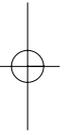
Queda prohibida cualquier reproducción total o parcial de este libro, almacenamiento en un sistema informático, transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, fotocopia u otros métodos).

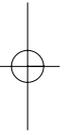
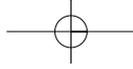




Los mayores ante las TIC

Accesibilidad y Asequibilidad





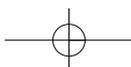


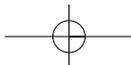
Prólogo

La mayor parte de los análisis sobre la Sociedad del Conocimiento han venido a destacar la importancia que la demanda adquiere en la nueva sociedad. Es cierto que la existencia de una creciente información permite a todos los actores tomar decisiones más rápidas y mejor fundadas; pero, así lo consideran multitud de análisis, lo verdaderamente disruptivo estriba en que, frecuentemente, los usos finales de los productos no son definidos por los productores, sino por los usuarios. Eric von Hippel¹ es uno de los autores que ha dado solidez empírica a estas ideas demostrando como la “cuota de innovación” achacable a fabricantes, usuarios y suministradores variaba de sector a sector. Los usuarios son, muchas veces y en muchos sectores, los que marcan el rumbo de las innovaciones. El sector de las TIC es, sin duda, uno de ellos.

Es esta, entre otras circunstancias, la que hace especialmente útil la publicación del libro “LOS MAYORES ANTE LAS TIC. ACCESIBILIDAD Y ASEQUIBILIDAD”. **Las TIC**, que juegan un papel de gran importancia en la vida de las personas mayores, pueden incrementar su contribución a la calidad de vida y la autonomía personal de las mismas. En estos momentos, las personas mayores, y otros colectivos con necesidades especiales, tienen una menor relación con las TIC por tres problemas: precios poco acordes a las capacidades de compra de estos mercados; productos carentes de utilidad para los usuarios al haber sido diseñados “como oferta”, no como respuesta a las necesidades de quienes finalmente los deberían

¹ “Usuarios y Suministradores como Fuente de Innovación” (Clásicos COTEC núm. 7. 2005). Eric von Hippel.





Los mayores ante las TIC

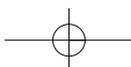
usar; desconocimiento, por parte de los usuarios finales, de productos que: están siendo ofertados, tienen precios razonables y podrían satisfacer sus demandas. Existen, por tanto, un no puedo pagarlo, un no me sirve y un no sé que existan.

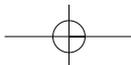
El estudio realiza un análisis pormenorizado de la actitud y el uso que los mayores hacen de las tecnologías. Muestra barreras y actitudes favorables e identifica las tecnologías a las que “aspiran” estas personas.

Esta investigación contribuye a resolver los problemas señalados y, al analizar usos y necesidades de un colectivo muy amplio, es de utilidad a políticas del Gobierno y del Mityc. Su información será también de mucha utilidad para la industria TIC ya que les proporcionará elementos de diagnóstico muy útiles para relacionarse con sus clientes y orientar sus ofertas. Piénsese que, a 1 de enero de 2010, el número total de personas mayores censadas en nuestro país ascendía a 7.742.903, aproximadamente, un 17,0% de la población. De estos, 5.794.212 tenían edades comprendidas entre 65 y 80 años, lo que representa más de un 12% de la población. Muchas discapacidades suelen analizarse sin acudir a la edad como factor explicativo, es –por ello– un énfasis del que conviene hacer uso.

Espero que la lectura de este libro resulte a todos los interesados de utilidad y felicito a la Fundación Vodafone por su trabajo.

Amparo Fernández
Subsecretaria de Industria, Turismo y Comercio
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio





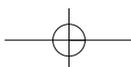
Presentación

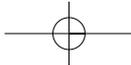
Es una satisfacción poder ofrecer este trabajo, "Los mayores ante las TIC: accesibilidad y asequibilidad", fruto de la colaboración de la Subsecretaría del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Fundación Vodafone España.

Ambas instituciones, desde nuestros respectivos ámbitos de actuación, coincidimos, hace unos meses, en la importancia de contrastar la situación real de las TIC en relación con la población española senior. Tanto la evolución tecnológica, como la socioasistencial y la demográfica, aconsejaban la realización de un estudio demoscópico para constatar su situación presente.

Desde la óptica de la Fundación Vodafone, este nuevo trabajo se enmarca en su línea de estudios de la evolución de la tecnología y su aplicación para el bienestar de los colectivos vulnerables; los mayores, en este caso.

Ya en mayo de 2007, la Fundación, en colaboración con Red.es, organismo adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, editó el libro "*TIC y dependencia*"; consistía en un estudio de opinión, en el que se realizaba una parte prospectiva y un análisis de la situación en ese momento sobre la incidencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el aumento de la autonomía personal y el fomento de la vida independiente de aquellas personas con diversidad funcional, desde su propio punto de vista; ellos fueron el público objetivo con el que se confeccionó la muestra al objeto de realizar el estudio. Las personas con diferentes diversidades funcionales tomaron la palabra y ellos fueron la columna vertebral de estudio.





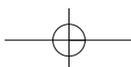
Aquella publicación fue, y aún sigue siendo, un hito en el análisis socio-técnico de la dependencia en España que coincidió, además, con la entrada en vigor, cinco meses antes, de la Ley de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las Personas en Situación de Dependencia, que ha marcado un antes y un después en la historia de las políticas de atención a la dependencia en España.

Previamente, se habían publicado, bajo la exclusiva coordinación de la Fundación Vodafone España, dos estudios en los que se había dado la palabra a especialistas, tanto en la vertiente tecnológica como en la social e incluso en ambas, para realizar un exhaustivo análisis de cómo aplicar las TIC a los colectivos con necesidades especiales y realizar algunas propuestas para un futuro que se adivinaba no muy lejano. Así, se editó en 2003 el libro *Tecnologías de la Información y Comunicaciones y Discapacidad. Propuestas de futuro*. Ante la rápida evolución de las tecnologías asistivas y la progresión conceptual y semántica del complejo mundo relacionado con la discapacidad, se publicó en 2005, *Dependencia y Diversidad*, una continuación revisada y actualizada de la obra de 2003 que acabamos de mencionar.

Ahora, en este año 2010, y merced a un decidido apoyo de la Subsecretaría del Ministerio, Comercio y Turismo, ve la luz la obra que presentamos, y que enlaza con las anteriores, especialmente con "*TIC y dependencia*", por la metodología utilizada y la progresiva evolución de las tecnologías asistivas, especialmente la teleasistencia.

A la vista de la utilidad de la tecnología y de su impacto positivo y creciente en los colectivos vulnerables, procedía realizar su análisis por separado. Así se decidió analizar, en primer lugar, la actitud de las personas de 65 años y más ante tres tecnologías fundamentalmente, telefonía móvil, Internet y teleasistencia, sin dejar de explorar otras más recientes, como los servicios avanzados en telefonía móvil y redes sociales, entre otras.

La razón fundamental de haber dado prioridad temporal a este colectivo es, por un lado, el elevado número de personas mayores de 65 años censadas en nuestro país cuyo número, a 1 de enero de 2010, era de 7.785.480 personas lo que corresponde un 17,2% de la población total; y, por otro lado, la experiencia acumulada en estos últimos años en la formación para la utilización de las TIC, singularmente telefonía móvil, de más de 50.000 personas mayores.

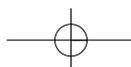
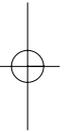


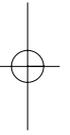
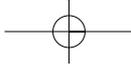


Presentación

Con estas premisas, el apoyo imprescindible del MITyC y el buen hacer de un grupo de profesionales, se ha elaborado "Los mayores ante las TIC", que ponemos a disposición de la sociedad, en la confianza de que sea de utilidad.

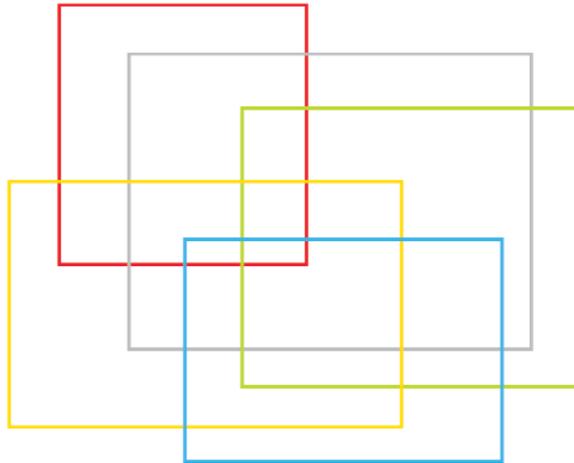
Prof. José Luis Ripoll
Presidente
Fundación Vodafone España

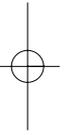
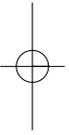






Índice





I LOS MAYORES ANTE LAS TIC: ASPECTOS GENERALES

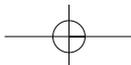
1. INTRODUCCIÓN	27
2. LOS MAYORES EN ESPAÑA	29
2.1. Evolución de la población general (1998-2009)	29
2.2. Pirámides de población	30
2.3. Evolución de la población de más de 45 años (1998-2009)	30
2.4. Distribución poblacional de las personas mayores por comunidades autónomas	31
2.5. Previsiones	33
2.6. Los mayores en España: capacidad de gasto y nivel de formación	35
2.6.1. Nivel de formativo	36
2.6.2. Capacidad adquisitiva	37
3. LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC POR PARTE DE LOS MAYORES ESPAÑOLES Y EUROPEOS. TELEFONÍA MÓVIL	40
3.1. Datos estadísticos sobre el uso de la telefonía móvil	40
3.1.1. Líneas de telefonía móvil por cada 100 habitantes a nivel europeo	41
3.2. Uso de la telefonía móvil en Europa	42
3.2.1. Análisis generacional del uso de la telefonía móvil en Europa con especial atención a España	42
3.2.2. Uso del teléfono móvil por las personas mayores según criterios de sexo y nivel educativo	44
3.2.3. Modalidad contractual	46
3.2.4. Servicios avanzados de telefonía móvil y personas mayores	47



3.3. El uso de la telefonía móvil en España	50
3.3.1. Mayores de 65 años y uso de la telefonía móvil en España	50
3.3.2. Evolución positiva	51
3.3.3. El problema de hábitat	52
3.3.4. Mayores, nivel de ingresos y telefonía móvil	52
4. LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC POR PARTE DE LOS MAYORES ESPAÑOLES Y EUROPEOS: ORDENADOR E INTERNET	53
4.1. Disponibilidad de Ordenador e Internet	53
4.1.1. Disponibilidad de Internet en el hogar	55
4.1.2. Internet con banda ancha	56
4.2. El uso de Internet en Europa	56
4.2.1. Porcentaje de personas que nunca han usado Internet (2009)	57
4.2.2. Porcentaje de personas que han usado Internet en los tres últimos meses (2009)	58
4.2.3. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que usan Internet cada día (2009)	59
4.2.4. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet y porcentaje de personas de la misma edad que si la han usado distribuidas por sexo (2009)	59
4.2.5. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet y porcentaje de personas de la misma edad que si la han usado distribuidas por nivel educativo (2009)	60
4.2.6. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet por nivel educativo (2009)	61
4.2.7. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que han usado Internet en los últimos 3 meses por nivel educativo	62
4.3. Servicios concretos de Internet	63
5. LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC POR PARTE DE LOS MAYORES ESPAÑOLES: INTERNET	64

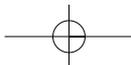


5.1. El uso de Internet en España	64
5.1.1. Personas que han utilizado Internet alguna vez por edad y nivel educativo (2009)	65
5.1.2. Personas que han utilizado Internet alguna vez por edad y hábitat (2009)	66
5.1.3. Personas que han utilizado Internet alguna vez por edad y nivel de ingresos (2009)	67
5.1.4. Frecuencia de uso de Internet por edad (2009)	68
5.1.5. Lugar de acceso: la preferencia por la vivienda	70
5.1.6. Proporción de uso de servicios de Internet por parte de los usuarios (2009)	71
5.1.7. Servicios y temas más buscados en Internet que motivan su acceso	72
6. TELEASISTENCIA	73
6.1. Teleasistencia en España	74
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
8. NOTAS	80
II HABLAN LOS MAYORES: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	
1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	89
1.1. Antecedentes y propósitos	89
1.2. El objeto de la investigación	89
1.3. Identificación de las barreras y grupos de investigación	90
1.4. Investigación planteada	91
2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	92
2.1. Planteamiento del análisis	92
2.2. El momento vital del colectivo mayor de 65 años: estado emocional y estilo de vida	92

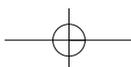


Los mayores ante las TIC

2.2.1. Perfil más Activo	93
2.2.2. Perfil menos activo, sentimiento de soledad	93
2.2.3. Rasgo común a ambos perfiles	94
2.3. Características generales del estilo de vida de los mayores	95
2.3.1. Actividades sociales	95
2.3.2. Inquietudes propias	96
2.3.3. Actividades domésticas	97
2.3.4. Deporte	98
2.4. El estado emocional y el estilo de vida van a condicionar fuertemente la motivación y la actitud hacia las TIC	107
2.4.1. Soledad	107
2.4.2. Conservadurismo	107
2.4.3. Actitud activa	107
2.5. Significados de la tecnología: análisis motivacional del uso de las TIC	108
2.5.1. Significados de las TIC por perfiles de usuarios	108
2.5.2. Significado de la aprobación, justificación y negación de las TIC	112
2.5.3. Significados que justifican y niegan la tecnología	113
2.5.4. Valores de la tecnología	115
2.5.5. La motivación en el uso de las TIC	116
2.5.6. Pirámide de necesidades en relación con las TIC	118
2.6. Tipologías que expresan los rasgos actitudinales en relación con las TIC	118
2.6.1. Claves para entender las diferentes actitudes ante las TIC	119
2.7. Análisis de las tipologías	122
2.7.1. Perfil de rechazo	122
2.7.2. Perfil de la resignación	125
2.7.3. Perfil de la obligación	126
2.7.4. Perfil utilitarista	128



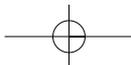
2.7.5. Perfil entusiasta	129
2.8. Barreras de acceso a las tecnologías basadas en la telecomunicación (TIC)	131
2.8.1. Limitaciones relacionadas con la falta de motivación	131
2.8.2. Limitaciones funcionales	132
2.8.3. Limitaciones de carácter económico	132
2.9. A modo de diagnóstico	134
3. LA EXPERIENCIA EN EL USO DE LAS TIC: TELEFONÍA MÓVIL, INTERNET Y TELEASISTENCIA	136
3.1. Telefonía móvil	136
3.1.1. Proceso de aprendizaje	136
3.1.2. La necesidad del teléfono móvil	137
3.1.3. El acceso a la telefonía móvil	139
3.1.4. El proceso de aprendizaje en el uso del teléfono móvil	141
3.1.5. El proceso de renovación del teléfono móvil	143
3.2. Internet	144
3.2.1. La experiencia de Internet	144
3.2.2. La necesidad de Internet en las personas mayores	145
3.2.3. El acceso a Internet por las personas mayores	149
3.2.4. El proceso de aprendizaje de Internet	150
3.2.5. Limitaciones al uso de Internet	152
4. REDES SOCIALES, UNA MEZCLA DE GRAN DESCONOCIMIENTO E INTERÉS POSTERIOR	154
5. TELEASISTENCIA	155
5.1. Concepto previo	155
5.2. Experiencia de la teleasistencia	155
5.2.1. La experiencia de la teleasistencia	155
6. EL DISCURSO DE LA ASEQUIBILIDAD	159



Los mayores ante las TIC

6.1. El discurso del gasto que las personas mayores de 65 años	159
6.2. La asequibilidad en telefonía móvil	161
6.2.1. El control del uso del teléfono móvil	161
6.2.2. La asequibilidad hacia las TIC	163
6.2.3. Umbrales de asequibilidad del teléfono móvil	165
6.3. La asequibilidad en Internet	166
6.3.1. No Usuarios	166
6.3.2. Usuarios	166
6.4. La asequibilidad de la teleasistencia	167
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS	168
7.1. Tecnologías aspiracionales para los mayores de 65 años	168
7.2. Resumen de las aspiraciones de las personas mayores	168
7.2.1. Dispositivos más pequeños	169
7.2.2. Incorporación de la imagen	169
7.2.3. La incorporación de la imagen: ilusiones y temores	170
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	171
9. NOTAS	172
III HABLAN LOS MAYORES: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	
1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	177
1.1. Antecedentes	177
1.2. El objeto de la investigación	177
1.3. Objetivos y metodología	178
1.3.1. El conocimiento de las barreras de acceso y la asequibilidad	178
1.3.2. Ficha técnica de la encuesta	179
1.3.3. Análisis multivariable	180
2. EL PERFIL DEL ENCUESTADO	180

2.1. Aspectos generales	180
2.2. Perfil del encuestado: edad y sexo	181
2.3. El perfil de los encuestados por comunidades autónomas	182
2.4. El perfil del encuestado. Hábitat y nivel de estudios	183
2.5. Perfil del encuestado. Personas en el hogar	183
2.6. Perfil del encuestado. Situación laboral	184
3. LAS TIC Y LAS PERSONAS MAYORES	184
3.1. Datos Generales	184
3.2. Disponibilidad de las tecnologías	185
3.2.1. Disponibilidad de las tecnologías. Edad	186
3.3. Uso de las tecnologías	187
3.3.1. Uso de las tecnologías. Edad	188
3.3.2. Ratio uso/disponibilidad	189
3.4. Las TIC y las personas mayores. Conclusiones	189
4. TELEFONÍA MÓVIL Y PERSONAS MAYORES	190
4.1. Penetración de la telefonía móvil	190
4.1.1. Penetración de la telefonía móvil. Edad	191
4.1.2. Penetración de la telefonía móvil. Sexo	192
4.2. Penetración de la telefonía móvil. Influencia de otras variables	193
4.2.1. Penetración del teléfono móvil. Situación laboral	193
4.2.2. Penetración del teléfono móvil. Número de personas mayores de 65 años en el hogar	194
4.2.3. Penetración de personas en el hogar. Análisis CHAID	195
4.2.4. Actitud ante la tecnología	198
4.3. Las personas mayores usuarias del teléfono móvil	198
4.3.1. Frecuencia de uso del teléfono móvil	199
4.3.2. El acceso a la telefonía móvil	200
4.3.3. Aprendizaje del uso de la telefonía móvil	203
4.3.4. Modalidad contractual	205

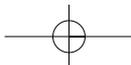


Los mayores ante las TIC

4.3.5. Algunas conclusiones preliminares sobre la penetración del teléfono móvil	206
4.3.6. Servicios utilizados	207
4.3.7. Opinión de los usuarios. Aspectos económicos	211
4.3.8. Opinión de los usuarios. Facilidad de acceso	217
4.3.9. Opinión de los usuarios. Valores percibidos	220
4.4. Mayores usuarios de la telefonía móvil. Algunas conclusiones	224
4.4.1. Grupo I (176/138)	225
4.4.2. Grupo II (67/22)	225
4.4.3. Grupo III (172/108)	226
4.4.4. Grupo IV (85/69)	226
4.5. Las personas mayores no usuarias de la telefonía móvil	227
4.5.1. Datos generales	227
4.5.2. Opinión de los no usuarios de la telefonía móvil	228
4.5.3. Barreras de aprendizaje de carácter general	232
4.5.4. Barreras actitudinales	234
4.6. Mayores no usuarios de la telefonía móvil. Algunas conclusiones	237
4.6.1. Grupo I (176/38)	238
4.6.2. Grupo II (67/45)	238
4.6.3. Grupo III (172/64)	238
4.6.4. Grupo IV (85/16)	238
4.7. Actitud frente a las tecnologías relacionadas con la telefonía móvil	239
4.7.1. Teléfono móvil con imágenes	240
4.7.2. Teléfono móvil táctil	242
5. INTERNET Y PERSONAS MAYORES	244
5.1. Penetración de Internet entre las personas mayores	244
5.1.1. Penetración de Internet entre las personas mayores por disponibilidad, edad y sexo	245

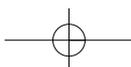


5.1.2. Penetración de Internet. Otras variables	247
5.1.3. Penetración de Internet. Análisis CHAID	250
5.1.4. Actitud ante la tecnología de los grupos considerados	252
5.2. Las personas mayores usuarias de Internet	253
5.2.1. Frecuencia de conexión	253
5.2.2. Servicios de Internet utilizados por las personas mayores	257
5.2.3. Uso de Internet. Servicios más avanzados	262
5.2.4. Opinión de los usuarios. Aspectos económicos	267
5.2.5. Opinión de los usuarios. Facilidad de acceso	270
5.2.6. Opinión de los usuarios de Internet. Valores percibidos	272
5.3. Mayores usuarios de Internet. Algunas conclusiones	276
5.3.1. Grupo I (104/2)	277
5.3.2. Grupo II (58/9)	277
5.3.3. Grupo III (217/19)	277
5.3.4. Grupo IV (24/0)	278
5.3.5. Grupo V (42/26)	278
5.3.6. Grupo VI (56/20)	278
5.4. Mayores no usuarios de Internet	279
5.4.1. Mayores no usuarios de Internet. Conocimiento de Internet	279
5.4.2. Mayores no usuarios de Internet. Intención de conexión	280
5.4.3. Mayores no usuarios de Internet. Aspectos económicos	280
5.4.4. Opinión de los no usuarios de Internet. Facilidad de acceso	284
5.4.5. Opinión de mayores no usuarios. Barreras actitudinales y de aprendizaje	285
5.5. Mayores no usuarios de Internet. Algunas conclusiones	289
5.5.1. Grupo I (102/100)	289
5.5.2. Grupo II (58/49)	290
5.5.3. Grupo III (217/198)	290



Los mayores ante las TIC

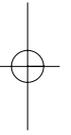
5.5.4. Grupo IV (24/24)	290
5.5.5. Grupo V (42/16)	291
5.5.6. Grupo VI (56/36)	291
6. TELEASISTENCIA	292
6.1. Teleasistencia y personas mayores. Penetración	292
6.1.1. Disponibilidad y uso de la teleasistencia	292
6.1.2. El factor edad y el uso de la teleasistencia	293
6.1.3. El factor sexo y el uso de teleasistencia	294
6.1.4. El factor hábitat y el uso de la teleasistencia	294
6.1.5. El factor nivel de estudios y situación laboral previa en relación con el uso de la teleasistencia	295
6.1.6. El factor número de personas en el hogar y el uso de la teleasistencia	296
6.1.7. Penetración de la teleasistencia. Análisis CHAID	298
6.2. Las personas mayores usuarias de teleasistencia	299
6.2.1. Tiempo de uso de la teleasistencia	299
6.2.2. La teleasistencia y la cuestión económica	300
6.2.3. Satisfacción generada por la teleasistencia	302
6.2.4. Aspectos generales. Perfil de los Grupos	303
6.2.5. Opinión de los usuarios de teleasistencia	303
6.2.6. Teleasistencia cuestiones económicas	306
6.2.7. Teleasistencia: valores percibidos	308
6.3. Personas mayores usuarias de teleasistencia. Algunas conclusiones	312
6.3.1. Grupo I (140/26)	312
6.3.2. Grupo II (302/9)	312
6.3.3. Grupo III (58/5)	313
6.4. Las personas mayores no usuarias de teleasistencia	313
6.4.1. Personas no usuarias de teleasistencia. Perspectivas de uso y facilidad de acceso	313



6.4.2. Personas no usuarias de teleasistencia. Aspectos económicos	316
6.4.3. Personas no usuarias de teleasistencia. Valores percibidos	318
6.5 Mayores no usuarios de teleasistencia. Algunas conclusiones	320
6.5.1. Grupo I (140/114)	320
6.5.2. Grupo II (302/293)	320
6.5.3. Grupo III (58/53)	321
6.6. Actitud frente a las nuevas tecnologías relacionadas con la teleasistencia	321
6.6.1. Teleasistencia con imágenes	321
6.6.2. Teleasistencia aspectos económicos	323
6.6.3. Televisión con Internet y teleasistencia	323
7. APÉNDICES	325
7.1. El análisis CHAID o Chi-squared Automatic Interaction	325
7.2. Perfiles de usuarios de las TIC	329
7.2.1. Mayores usuarios de telefonía móvil	329
7.2.2. Mayores no usuarios de telefonía móvil	331
7.2.3. Mayores usuarios de Internet	332
7.2.4. Mayores no usuarios de Internet	334
7.2.5. Mayores usuarios de teleasistencia	336
7.2.6. Mayores no usuarios de teleasistencia	337

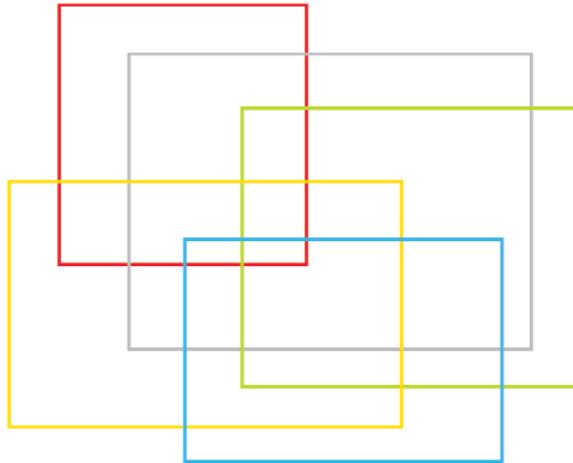
IV CONCLUSIONES

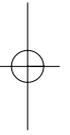
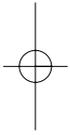
1. Perspectivas generales. Los mayores en España ante las TIC: situación demográfica y dimensión sociológica	341
2. Análisis Cualitativo. La experiencia en el uso de TICc: telefonía móvil, Internet y teleasistencia	344
3. Análisis Cuantitativo. Consideraciones generales: telefonía móvil, Internet y teleasistencia	355





1. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales





1. Introducción

Uno de los conceptos más analizados en los diferentes informes que estudian el estado de implantación de la llamada *Sociedad de la Información*, es el de la *exclusión digital*, más comúnmente denominado *brecha digital*. Este fenómeno tiende a separar a las personas que tienen un nivel suficiente de destreza en el conocimiento y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, habitualmente denominadas TIC, de aquellas otras que, por diferentes circunstancias, carecen de estos conocimientos. La valoración de esta brecha tiene como objetivo primordial su progresiva eliminación, tratando de integrar a toda la población en la mencionada Sociedad de la Información.

El término *fractura* o *brecha digital*, procede del inglés *digital divide*, utilizado durante la Administración Clinton, aunque su autoría es imprecisa. Algunos la atribuyen a Simon Moores, mientras que Hoffman, Novak y Schlosser¹ se refieren a Lloyd Morriest como el primero que lo empleó para hacer referencia a la fractura que podía producirse en los Estados Unidos entre “conectados” y “no conectados”, si no se superaban las serias diferencias existentes en cuanto a capacidad de acceso o *accesibilidad* [1], sin desdeñar la facilidad de uso o *usabilidad* [2], y la capacidad de adquisición o *adquisibilidad*, de las nuevas tecnologías por las personas mayores, las personas con *diversidad funcional* [3], los que viven en lugares aislados, emigrantes, personas carentes de cualquier recurso, enfermos, etc..

A partir de este origen, algunos autores prefieren, en español, el término *fractura digital*² o *estratificación digital*³ por ser mucho más expresivos sobre lo que realmente significa. La traducción a otras lenguas latinas, como el francés, también

ha optado por el término de fractura. No obstante, la mayoría de los autores que escriben en español se decantan por el de brecha, ciertamente más suave pero menos correcto. Algunas otras expresiones que han sido usadas para referirse a la brecha digital son *divisoria digital*⁴, *brecha infocomunicacional*⁵ y el quizá un tanto pesimista, *abismo digital*⁶.

Además de las antedichas, muchas otras son las causas que pueden generar un menor conocimiento y utilización de las TIC: diferencias en la disponibilidad de infraestructuras, menores niveles formativos, motivos económicos o, simplemente, factores culturales. De hecho, con frecuencia, estos aspectos aparecen de forma conjunta, lo que dificulta aún más la lucha contra esta gran división de la población en dos grupos, uno tecnológicamente avanzado y otro al margen de las posibilidades que ofrecen las tecnologías. En este segundo grupo queda incluida una gran proporción de las personas mayores que viven en Europa y, en mayor medida relativa, en nuestro país. En efecto, como podremos ver, gran parte de este segmento poblacional tiene un nivel de uso, e incluso de acceso, bastante limitado a las TIC.

Este trabajo inicial trata de realizar, en el marco del conjunto del estudio sobre el acceso de las personas mayores a las TIC, una primera valoración de los principales indicadores existentes a nivel español, europeo y de algunas otras naciones situadas fuera de la UE (Unión Europea). De esta forma, partiendo de una caracterización global de las personas mayores en nuestro país, así como el notable crecimiento que se prevé para este colectivo, se analizará la magnitud de las diferencias existentes respecto al conjunto de la población, así como frente a otros países de la UE.

Asimismo, a través de la valoración del impacto de diferentes variables en el acceso a dos de las tecnologías predominantes, la telefonía móvil e Internet, se tratará de identificar el origen de las principales diferencias, que se plasman no sólo en el nivel de utilización, sino en los productos y servicios más empleados.

2. Los mayores en España

2.1. Evolución de la población general (1998-2010)

Nuestro país ha experimentado en la última década un crecimiento en su población que no tiene precedentes. En este periodo, el número de empadronados se ha elevado desde los algo menos de 40 millones de 1998 hasta los más de 46 millones, según el último dato publicado por el INE, relativo a 2009.

Para precisar con toda claridad el volumen numérico de nuestra población objetivo y resaltar su importancia, diremos que a 1 de enero de 2010 el número total de personas mayores censadas en España asciende a 7.742.903 personas, aproximadamente un 17,0% de la población total. De estos, 5.794.212 tienen edades comprendidas entre 65 y 80 años, más de un 12,0% de la población total.

Estos casi 5,8 millones de personas, son el público objetivo de nuestro estudio.

El incremento poblacional general se explica, fundamentalmente, a partir del fenómeno de la inmigración. La prolongada etapa de crecimiento económico, las características geográficas y climáticas de nuestro país, el nivel de precios respecto a otros estados de la UE o la cercanía cultural y lingüística con la mayoría de países de América del Sur, Centro América y la proximidad geográfica al continente africano⁷, son algunos de los factores que explican la entrada masiva en nuestras fronteras de inmigrantes.

Este hecho tiene claras implicaciones en la forma de crecer de la población y en cómo la pirámide de población ha visto alterada su estructura, con dos factores que destacan al comparar la distribución poblacional en 1999 y 2010:

- a) El progresivo envejecimiento de la población, fruto tanto de la mayor esperanza de vida de la población española como de la llegada de un importante colectivo de ciudadanos de otros países de la UE (especialmente de Reino Unido) en edad de jubilación.
- b) El crecimiento de los estratos de población entre 30 y 44 años, al que pertenecen una buena parte de los inmigrantes que llegaron a España en busca de un mejor futuro laboral.



Los mayores ante las TIC

2.2. Pirámides de población

Respecto a los mayores, el colectivo nuclear a efectos de este estudio, hay que destacar el crecimiento continuado de los segmentos de población que superan los 75 años de edad, con cifras de aumento que van desde el 31% hasta el 49%. También cabe señalar el descenso experimentado en el estrato entre 65 y 69 años que, no obstante, se verá compensado en los próximos años, dado el fuerte incremento registrado por los empadronados con edades entre 55 y 64 años.

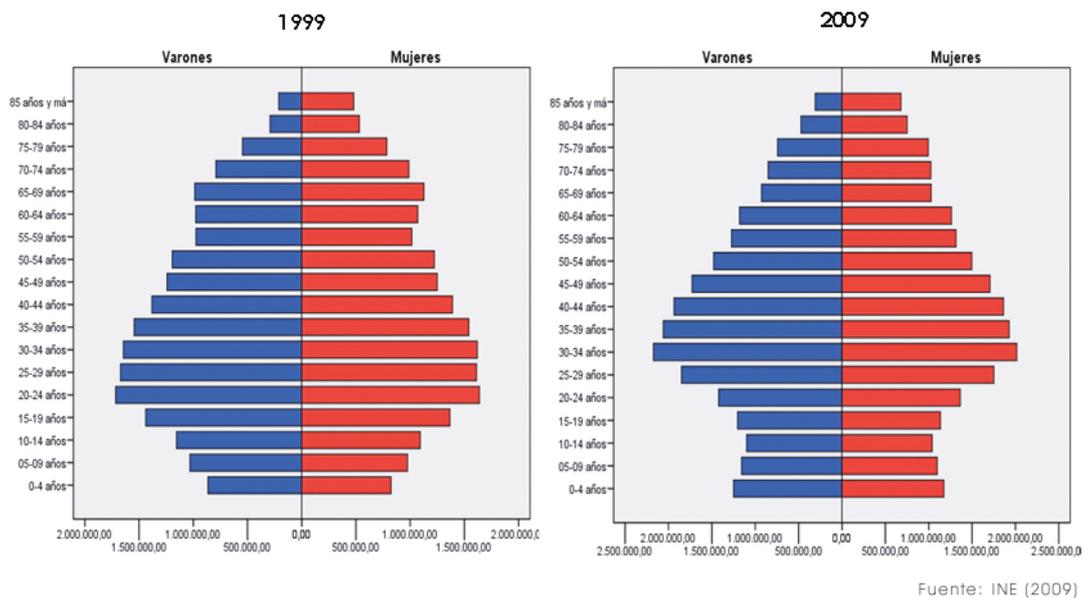
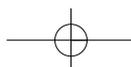


Figura 1.1

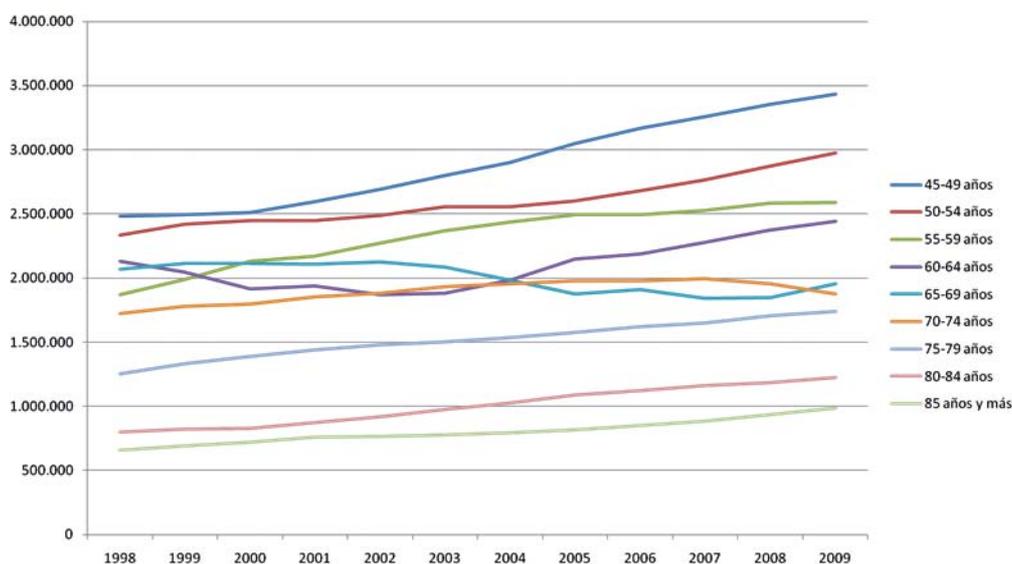
2.3. Evolución de la población de más de 45 años (1998-2010)

El incremento de la poblacional a partir de los 45 años en casi todos los grupos de edad comprendidos a partir de ese punto de partida y hasta los 85 años y más, resulta paulatino pero evidente en los últimos 10/11 años como se observa en la Fig. 2. I. Llama la atención el hecho de que la población mayor de 85 años se ha duplicado de manera exacta entre 1998 y 2009, resultado sin duda de los avances



I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

de la medicina, tanto en su vertiente preventiva como en la eficacia de las nuevas terapias, cada vez más eficaces. El aumento de calidad de vida, los avances de las ciencias biomédicas, la toma de conciencia lenta pero inexorable en relación a la consecución de un envejecimiento activo que combina actividades físicas con mentales, así como la ingestión de una dieta más saludable y la incorporación de las TIC como apoyo del seguimiento de los profesionales de la salud y los cuidadores a las personas de más edad, son algunos de los factores causantes de este hecho singular.



Fuente: INE (2009)

Figura 2.1

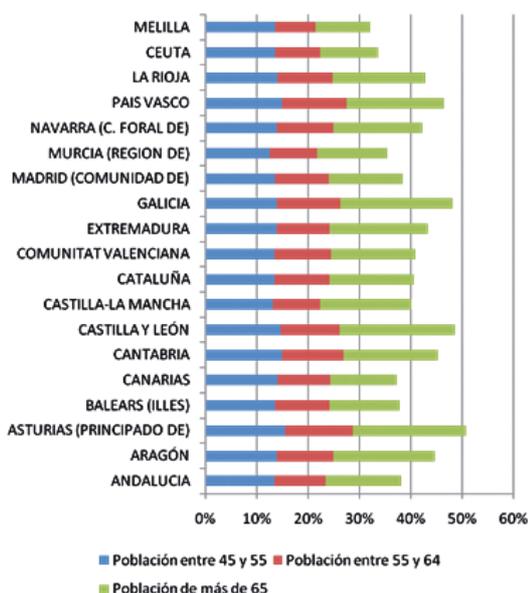
2.4. Distribución poblacional de las personas mayores por comunidades autónomas

Aunque no existen grandes diferencias en la distribución de la población de mayores entre las distintas comunidades autónomas si aparecen algunas sutiles distancias que merecen ser comentadas.

Los mayores ante las TIC

Las comunidades autónomas con un mayor porcentaje de población que supera los 65 años de edad son Galicia, el Principado de Asturias así como Castilla y León, con cifras en torno al 22% mientras que, si exceptuamos a las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, son Canarias, Islas Baleares, Madrid y Murcia las que tienen empadronados una menor proporción de habitantes situados en estos estratos de población.

Población de más de 45 años (2009)
Comunidades autónomas



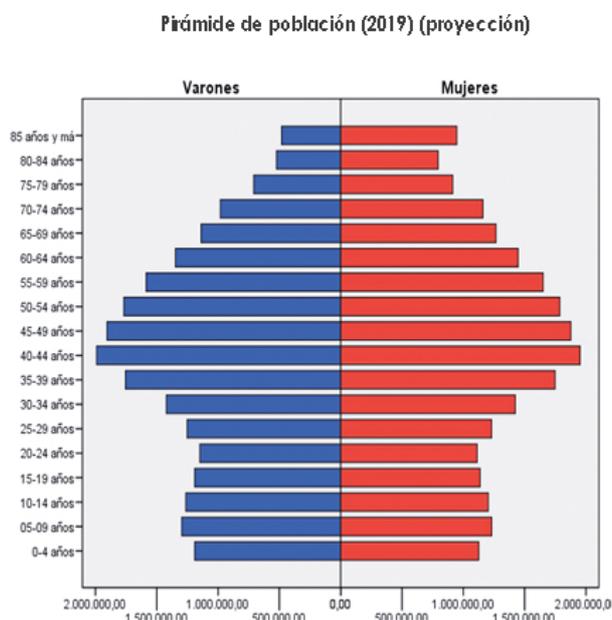
Fuente: INE (2010)

Figura 3.1

Esta situación tenderá a agravarse en los próximos años, dado que si se analiza la población entre 55 y 64 años, las cifras apuntan a que las comunidades que sufrirán un mayor envejecimiento serán, Asturias, Galicia y País Vasco, mientras que las que menos envejecerán, al menos a priori, serán Madrid, Canarias y Extremadura.

2.5. Previsiones

Si consideramos las proyecciones de población a corto plazo realizadas por el INE, se observa que las tendencias mencionadas anteriormente van a tener efectos notables en la configuración de la demografía española en los próximos diez años. Resulta especialmente relevante el crecimiento de la pirámide en los estratos entre 44 y 59 años, fruto del envejecimiento de la masa de población que ha entrado en nuestro país en la década anterior.



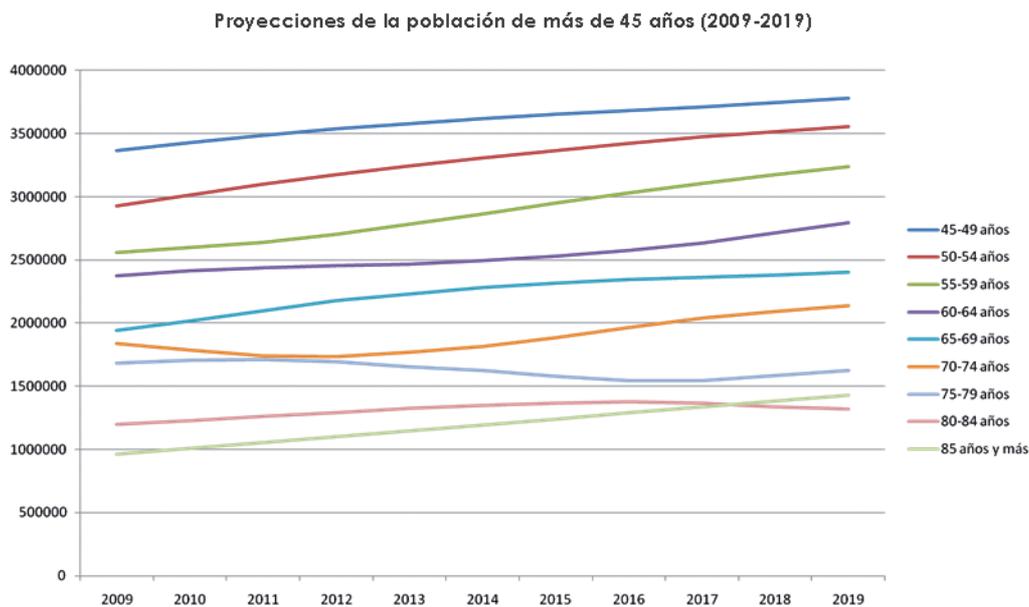
Fuente: INE (2009)

Figura 4.1

Junto con este hecho, destacable sin duda, la cifra más contundente en este análisis viene dada por el incremento esperado cercano al 50% de la población de más de 85 años, lo que confirma la clara tendencia al envejecimiento de la población española. Este hecho se acompaña también del crecimiento, tal y como

Los mayores ante las TIC

apuntábamos, de los segmentos de población de 65 a 74 años en tasas cercanas al 20% y con un leve descenso de la población entre 70 y 74 años, derivado del descenso ya experimentado en la actualidad por la población entre 64 y 70 años.



Fuente: INE (2009)

Figura 5.1

Además, si se observa el crecimiento esperado del 30% de la población entre 55 y 59 años, las nuevas incorporaciones de personas con edades superiores a los 65 años están aseguradas.

I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

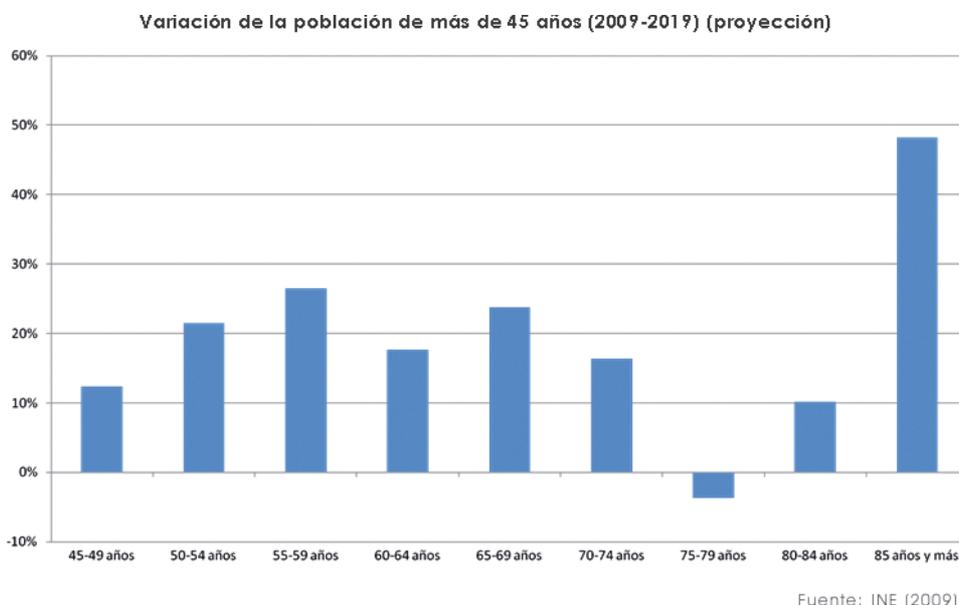


Figura 6.1

La conclusión a extraer de la observación de estos datos, es clara: *nuestro país ha envejecido y va a seguir envejeciendo en los próximos años, hasta el punto de poner, si no se toman medidas adecuadas, en dificultades al sistema público de la Seguridad Social. Este hecho tendrá claras implicaciones sociales y económicas que deberán ser valoradas.*

2.6. Los mayores en España: capacidad de gasto y nivel de formación

A efectos de este estudio, resulta relevante analizar dos aspectos clave: el nivel de formación y el comportamiento de gasto de los mayores. El primero de los factores es, como veremos en el análisis de los datos disponibles respecto a uso de la tecnología, clave en su utilización, especialmente en lo que se refiere al uso de Internet.

Respecto al segundo, la capacidad de gasto, es interesante determinar a priori cuál es la situación actual en este terreno respecto al presupuesto destinado por los mayores a las tecnologías de la comunicación.

2.6.1. Nivel formativo

Respecto a la primera de las variables, el nivel formativo, destaca la importante proporción, cercana al 80%, en la categoría no consta. Este hecho tiene una clara interpretación. *El porcentaje importante de esta población que no pudo completar los estudios primarios y que, o bien sólo posee los conocimientos más rudimentarios de lectura, escritura y aritmética, o en el caso más extremo son casi analfabetos o analfabetos.* Esta realidad no supone, como veremos, una barrera infranqueable para la adopción de soluciones tecnológicas como el teléfono móvil o la teleasistencia. Sin embargo, el uso del ordenador y de Internet requiere de unos mínimos conocimientos en este sentido que, en muchos casos no se dan, siendo estos obstáculos muy difíciles de franquear, aunque no imposibles.

Sin embargo, a la vista de los datos, la evolución previsible para los próximos años muestra que el colectivo que se irá incorporando a esos estratos de edad superior a los 65 años, sí dispone de esta formación y está más familiarizado con estas herramientas, siquiera de una manera somera, y, por tanto, se prevé que estos problemas se eliminarán o mitigarán. Fig. 7.1.

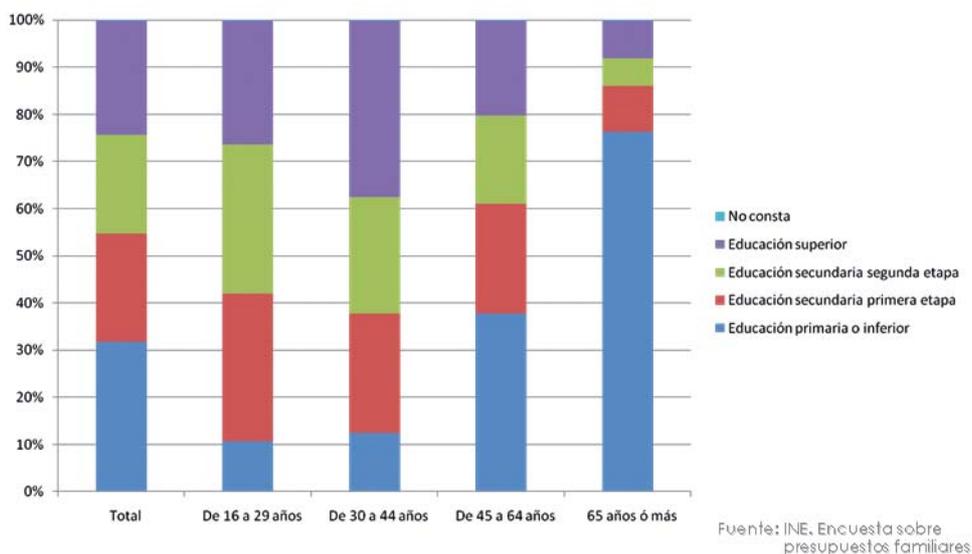


Figura 7.1

2.6.2. Capacidad adquisitiva

Respecto al segundo factor, la Encuesta sobre *Presupuestos Familiares* nos permite hacer alguna aproximación al nivel de gasto por parte del colectivo de mayores. Concretamente, los datos presentados (Fig. 8.1) se refieren a dos tipos de hogares relevantes para el estudio: aquellos en los que el sustentador principal tiene más de 65 años y aquellos en los que el hogar está formado por una única persona que supera esa edad.

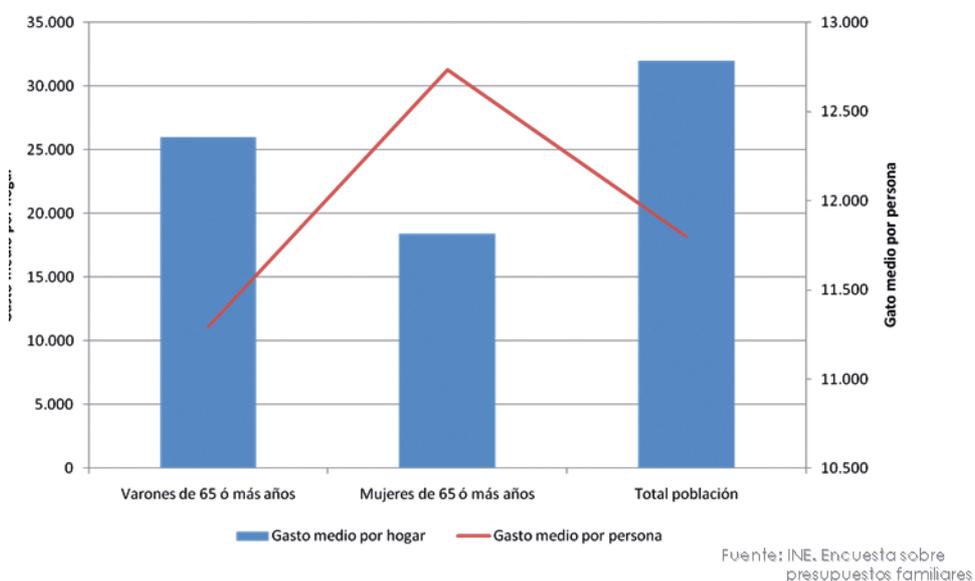
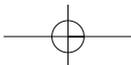


Figura 8.1

Puede observarse que el colectivo analizado tiene un nivel de gasto medio por hogar que resulta menor que la población general y, sin embargo, este hecho no se traslada estrictamente al nivel de gasto medio por persona, especialmente en el caso de los hogares en los que el sustentador principal (Fig. 9.1) es una mujer de más de 65 años. Este hecho se debe a que estos hogares suelen ser unipersonales, mientras que en el caso de los hombres la viudedad es menos frecuente y, por tanto, el presupuesto se divide entre más miembros que, además, comparten algunos gastos comunes.



Los mayores ante las TIC

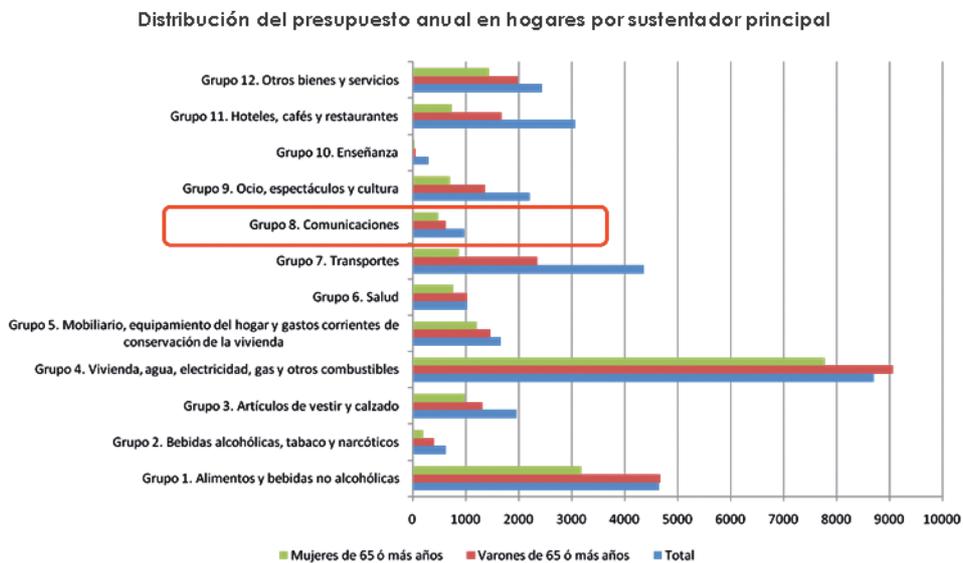


Figura 9.1

Si nos centramos en la distribución por tipo de gasto, se observa en la Fig. 9.1 que en el Grupo 8, denominado *comunicaciones*, en el que quedarían comprendidas las cantidades destinadas a la adquisición de bienes y servicios vinculados a las tecnologías objeto de este estudio, existen diferencias notables en el nivel de presupuesto destinado. Esto se refiere tanto a los hogares en los que el sustentador principal es una mujer o un varón de más de 65 años, como en aquellos en los que el hogar es unipersonal y formado por un individuo de estas características, siendo aún menor la proporción cuando el sujeto es una mujer Fig. 10. I.



I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

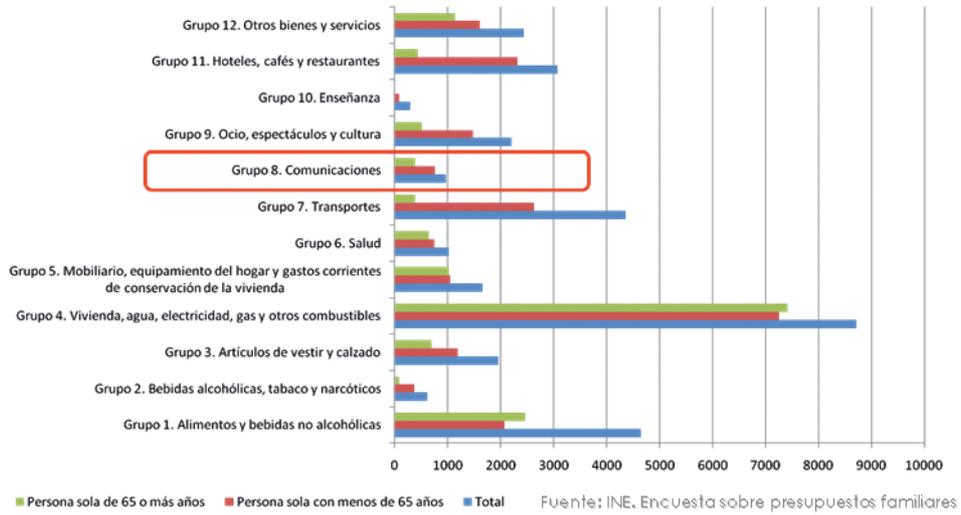
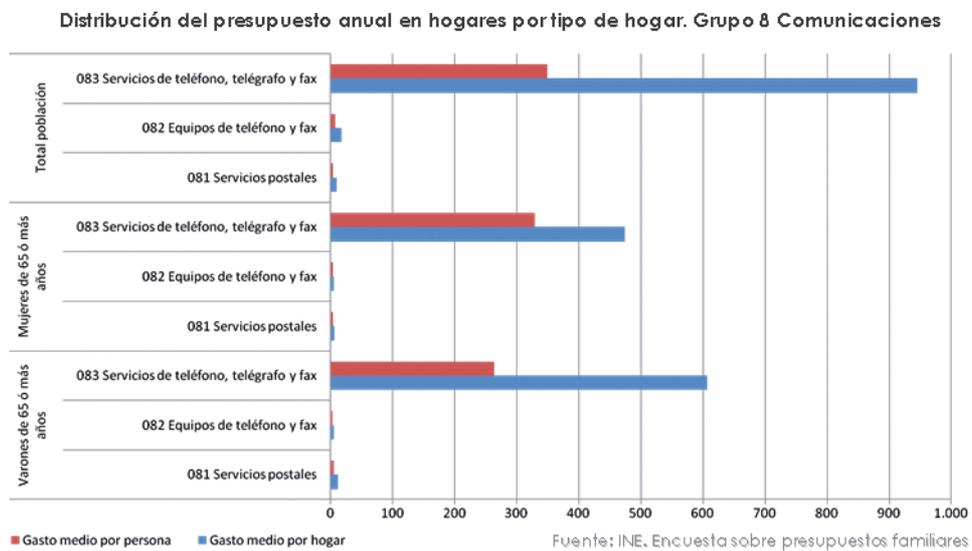
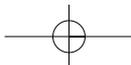


Figura 10.1

Descendiendo a un mayor nivel de desagregación, se observa que los gastos por persona descienden pero en menor medida cuando se consideran estos hogares. Se refleja en la Fig. 11. I.



- Figura 11.1 -



3. La utilización de las TIC por parte de los mayores españoles y europeos. Telefonía Móvil

El presente apartado trata de analizar la disponibilidad y utilización de diferentes medios tecnológicos por parte de las personas mayores, analizadas de manera comparativa con la población general, tanto en el ámbito español como el europeo.

Si bien los medios tecnológicos que están a disposición de las personas mayores son cada vez más variados, se ha optado por analizar la penetración de tres de los que tienen una mayor incidencia o una potencialidad más alta dentro de este segmento: la telefonía móvil, Internet y la teleasistencia.

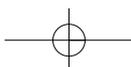
Por lo que se refiere a otros medios tecnológicos como la domótica, sistemas de navegación personal, diferentes tipos de consolas, etc., la disponibilidad de información es, por lo general escasa, siendo prácticamente imposible identificar dentro de ellos los valores correspondientes a las personas mayores.

En los aspectos analizados, se han utilizado dos fuentes principales de información: los datos publicados por *Eurostat*, en el ámbito europeo; y el análisis de los microdatos de la encuesta de *Sociedad de la Información del Instituto Nacional de Estadística* (INE), en el ámbito español. Adicionalmente, dichas fuentes han sido complementadas por información complementaria, como la procedente del IMSERSO o de la *Unión Internacional de Telecomunicaciones* (ITU).

3.1. Datos estadísticos sobre el uso de la telefonía móvil

El teléfono móvil a lo largo de su breve pero intensa historia era considerado hasta hace poco tiempo un equipamiento de carácter personal, si bien en algunos hogares, muy especialmente en países con una importante cultura del alquiler de vivienda, así como en segundas residencias, su disponibilidad por parte de varios miembros del hogar llega a suplir la necesidad de mantener una línea telefónica fija.

Asimismo, los datos de la *Unión Internacional de las Telecomunicaciones* ponen de manifiesto cómo los países con un déficit tradicional de infraestructuras en telefonía fija, como son la mayoría de países africanos y buena parte de Asia, han



desarrollado con mayor facilidad una infraestructura adecuada para la comunicación a través del teléfono móvil.

Debido a ese carácter individual antes aludido, el dato estadístico más frecuente para analizar su penetración es el número de líneas por cada 100 habitantes. La comparativa a escala mundial requiere el análisis del total de líneas. Así, los países más pequeños y ricos, muy especialmente los gigantes del petróleo, son los que presentan un ratio mayor de líneas de telefonía móvil por cada 100 habitantes.

La telefonía móvil es una tecnología muy asociada a su uso. Si bien es teóricamente posible disponer de un teléfono móvil y no utilizarlo, se trata de un hecho muy poco habitual. Por este motivo, los planteamientos estadísticos más desarrollados hacen referencia a su utilización o no utilización, así como el tipo de uso que recibe.

De este modo, en el estudio de la relación de las personas mayores con el teléfono móvil, vamos a analizar su grado de utilización en comparación con el resto de la población, así como los servicios empleados más habitualmente.

3.1.1. Líneas de telefonía móvil por cada 100 habitantes a nivel europeo

En el conjunto de la UE, España se sitúa en una posición media en lo que se refiere a penetración del teléfono móvil, tanto en función de la población como comparando con el número de líneas de telefonía fija.

Los ratios muestran cómo los países de mayor tamaño como Francia, Alemania, Estados Unidos y la misma España, suelen mostrar valores medios en las mediciones relativas tomadas por cada 100 habitantes o en relación con las líneas fijas. Y, sin embargo, los valores absolutos lógicamente son altos debido al tamaño de su población, de igual modo que ocurre en las potencias que constituyen el llamado *grupo BRIC* (Brasil, Rusia, India, y China) o el resto de naciones más pobladas de Asia. El crecimiento del número de líneas de telefonía móvil en España es uno de los menores entre los países líderes en esta estadística.

En el entorno de España, tanto Portugal como, muy especialmente, Italia, muestran una extraordinaria penetración del teléfono móvil en la población. Aunque los datos de Eurostat son relativamente antiguos (año 2008), los reflejamos porque la proporción en líneas generales se ha mantenido.

Líneas de móvil por cada 100 habitantes (2006)

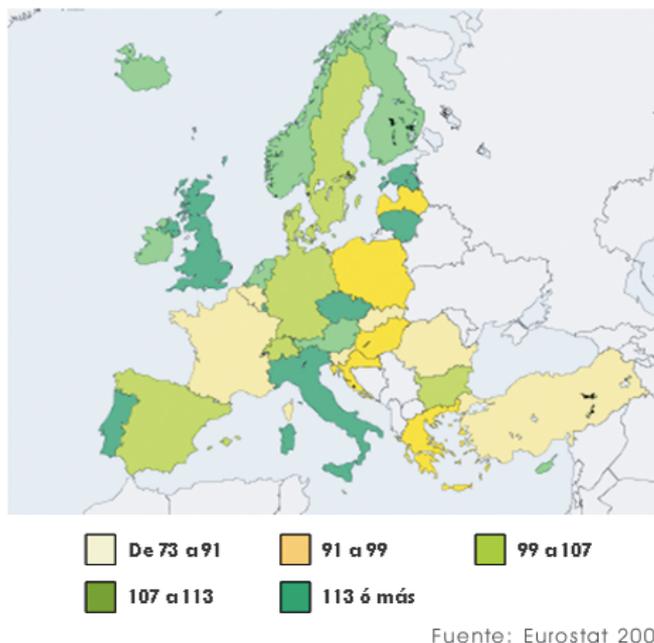


Figura 12.1

3.2. Uso de la telefonía móvil en Europa

3.2.1. Análisis generacional del uso de la telefonía móvil en Europa con especial atención a España

Si comparamos los datos relativos al uso del teléfono móvil en nuestro país y los procedentes de los países de la UE, se puede observar cómo España se sitúa en una posición que podemos considerar media dentro de ésta. El porcentaje de usuarios es del 89%, idéntico al dato perteneciente a la antigua UE de 15 países y superior a la posterior UE que se ha incrementado primero en 25 países y luego en 27. Las mayores tasas de penetración pertenecen, como es tradicional a los países nórdicos con valores que se acercan al 100% de la población.

I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

No obstante, la utilización del teléfono móvil por parte de las personas entre los 65 y 74 años en España, esto es, el segmento más joven de las personas mayores, es sensiblemente más bajo que en nuestro entorno.

En la UE (27) alcanza el 62%, y en la anterior UE (15) llegaba al 67%, en concreto, dos de cada tres personas.

En nuestro país, tan sólo un 58% de este segmento poblacional usa el teléfono móvil. Consecuentemente, existe un nicho de mercado evidente que por razones que ignoramos no se tiene muy en cuenta en los planteamientos de mercadotecnia.

De hecho, España presenta una cierta fractura en relación con otros países de la UE en la utilización de la telefonía móvil respecto de la población general que, no olvidemos, comprende también a las personas mayores y muy particularmente al segmento poblacional comprendido entre 65 y 74 años.

Si bien no es posible identificar fácilmente los motivos de esta fractura, trataremos de analizarlos con más profundidad en el posterior análisis.

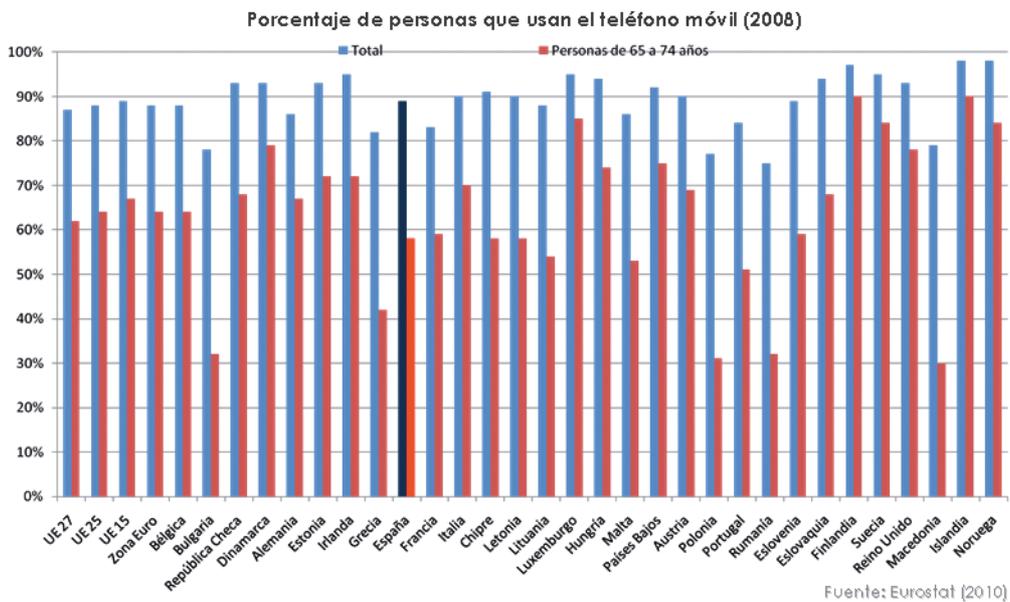


Figura 13.1

Hay que decir que los datos de Eurostat de los que hemos dispuesto en el momento de realizar este análisis, pertenecían a los últimos meses de 2008.

Los mayores ante las TIC

Si examinamos “la siguiente generación” de personas mayores, se revela que existe una importante diferencia cualitativa, afortunadamente, entre las personas que cumplirán los 65 años en la próxima década y las que ahora se encuentran entre los 65 y 74 años en relación al uso del teléfono móvil,

España es uno de los países en los que esta distancia tiene una mayor magnitud, frente a diferencias mucho más escasas en lugares como los países escandinavos o Luxemburgo.

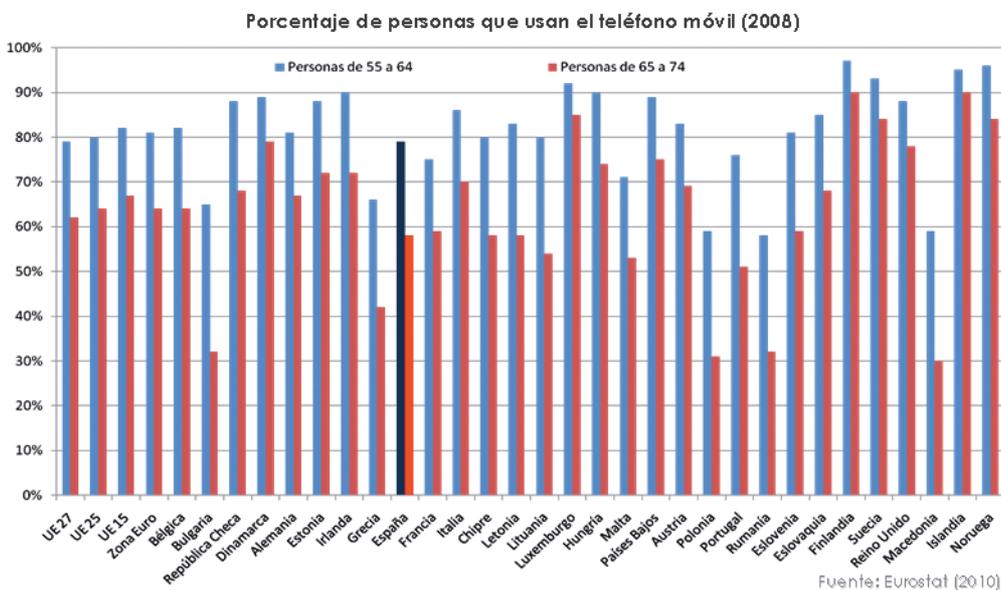


Figura 14.1

3.2.2. Uso del teléfono móvil por las personas mayores según criterios de sexo y nivel educativo

Para tratar de profundizar en la mencionada *fractura* desfavorable al uso del teléfono móvil por parte de las personas mayores, ampliamos el rango de edades a aquellos que sobrepasarán los 65 años antes de 2020. Se han valorado las diferencias existentes en el uso de móvil dentro de este colectivo en función del sexo y del nivel de educación formal.

En lo que al sexo se refiere, se puede observar en el gráfico (Fig. 15.1) que sólo algunos países, especialmente los situados en las regiones próximas a Grecia o los

Balcanes, muestran importantes diferencias de uso entre varones y mujeres, siempre favorables a los primeros.

La variación entre ambos valores es apenas del 4% en nuestro país, posiblemente reflejando una inclinación algo mayor a las tecnologías consideradas de forma global por parte de la población masculina. Estimamos que en muy pocos años esta pequeña desviación se verá totalmente equilibrada. En otros países europeos como el Reino Unido e Irlanda, la diferencia se invierte ya que las mujeres de este rango de edad utilizan el teléfono móvil en mayor medida que los hombres.

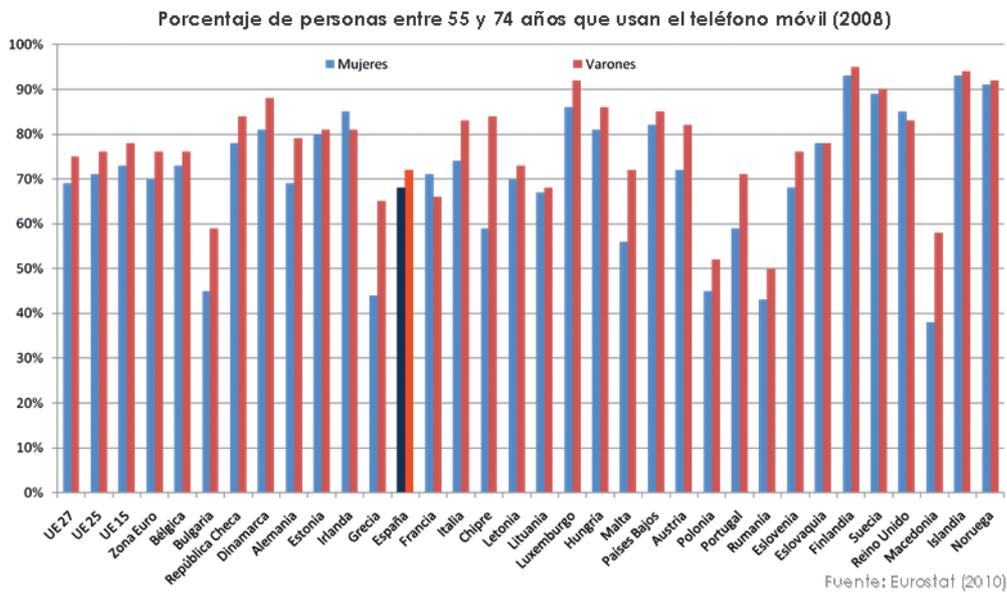


Figura 15.1

En lo que se refiere a formación, en todos los países del entorno europeo se produce una diferencia sensible en la utilización del teléfono móvil entre las personas que han recibido mayores niveles de educación formal respecto a las que han recibido niveles bajos o bien ninguna formación.

Esta diferencia es mayor cuanto más grandes sean las distancias culturales entre los estratos de la población de un país, situándose la media de la UE (27) nada menos que en el 24% (Fig. 16. I).

Los mayores ante las TIC

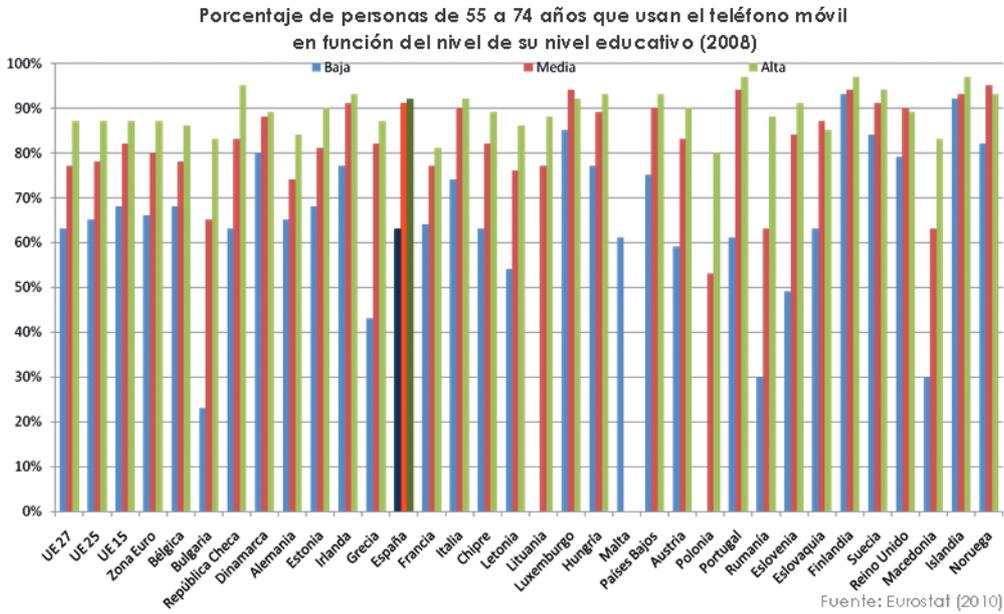


Figura 16.1

3.2.3. Modalidad contractual

La existencia de países con una mayor *cultura del móvil* también aparece reflejada en el análisis de las diferencias en la modalidad de pago del teléfono móvil, a pesar de que las diferencias operativas entre el prepago *tarjeta* y el pospago *contrato* se han reducido en los últimos años.

En los países con un mayor arraigo del teléfono móvil, especialmente en los países nórdicos y Luxemburgo, el uso del contrato es mayoritario en todos los estratos de la población, siendo casi exclusivo en Finlandia. Los usuarios ya se consideran expertos. Y prefieren una relación más estable que no les requiera estar atentos a un frecuente agotamiento de su saldo disponible para llamadas.

En el resto de países, entre los que se encuentra España, se pueden observar dos fenómenos: si bien existe un predominio general de la modalidad de contrato, el uso de los móviles de tarjeta es significativo, asociado en el inconsciente colectivo a una mayor capacidad de control del gasto realizado con el teléfono.

Precisamente por esto, el porcentaje de usuarios abonados bajo la modalidad de prepago se incrementa notablemente entre las personas mayores en todos estos países. España no es una excepción en este asunto. Entre la población general el predominio del contrato es notable, pero existe una práctica paridad entre ambas modalidades para las personas de edades comprendidas entre 65 y 74 años. No obstante, las diferencias son extremas en países como el Reino Unido, donde la prevalencia de la tarjeta asciende hasta niveles próximos al 80% entre las edades más avanzadas (Fig. 17.I)

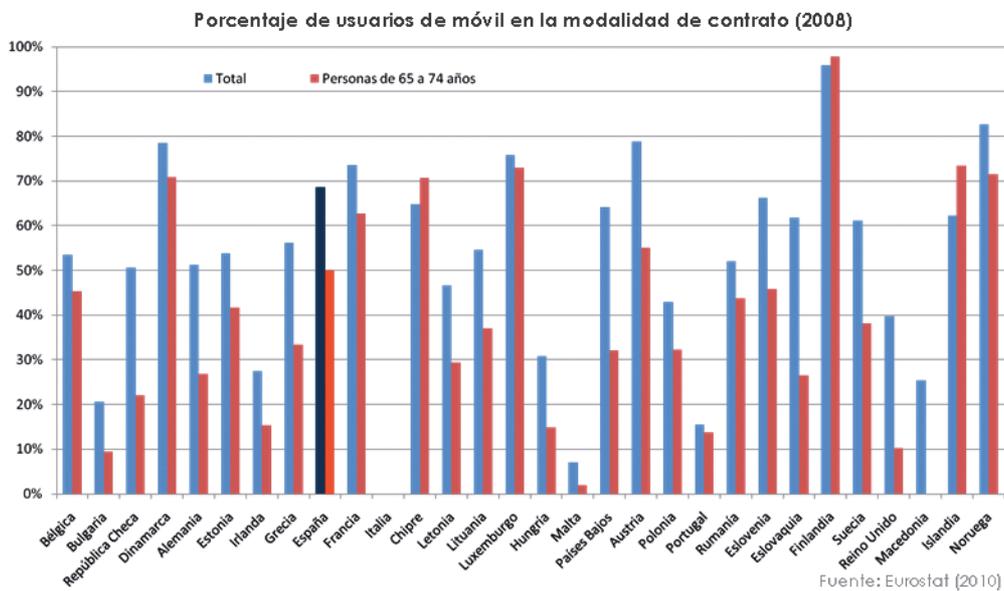
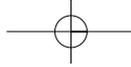


Figura 17.I

3.2.4. Servicios avanzados de telefonía móvil y personas mayores

Finalmente, por lo que se refiere a la utilización de servicios avanzados a través de la telefonía móvil, la llamada cultura de móvil de un país tiene una influencia crucial en su difusión. Así, los países escandinavos que utilizan masivamente esta tecnología, obtienen un mayor partido de ella a través de servicios de valor añadido. Entre estos, los más populares para la población general son los mensajes que incluyen fotografías o vídeo, así como la recepción del correo electrónico en el terminal móvil y la navegación por Internet (Fig. 18 I).



Los mayores ante las TIC

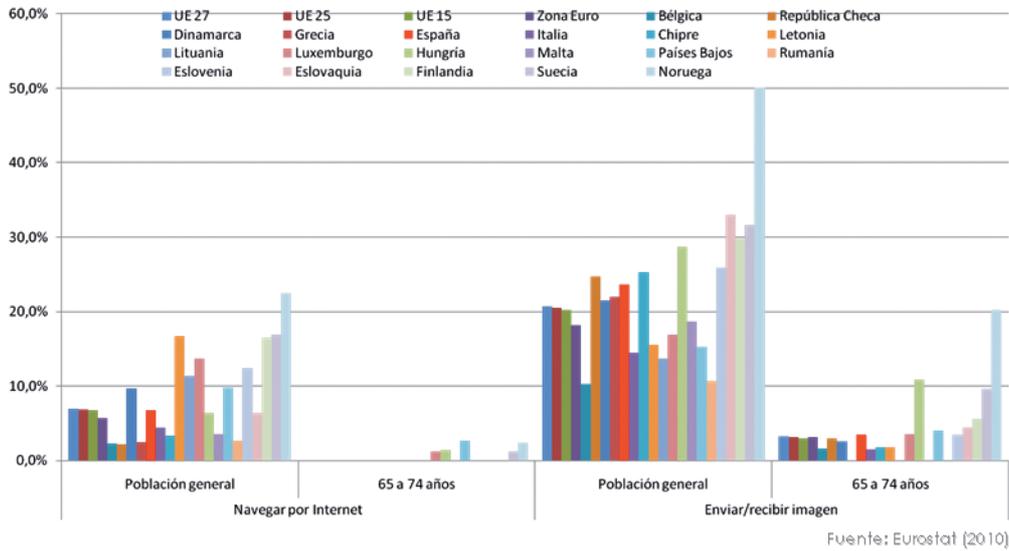
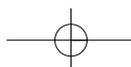


Figura 18.1

No obstante, ninguno de estos servicios tiene aún una cuota de penetración significativa entre la población mayor de 65 años en la inmensa mayoría de los países, con la salvedad tal vez de Noruega.

Si, como dijimos anteriormente, el nivel de formación es una barrera importante para el uso del móvil, la complejidad de los servicios ofrecidos puede aumentar la necesidad de formación previa, dificultando en extremo su utilización.

Las futuras generaciones, más formadas y habituadas a utilizar el teléfono móvil para estas aplicaciones, serán posiblemente usuarios de dichos servicios cuando alcancen edades más avanzadas. De hecho, al igual que ocurría con la utilización estándar del teléfono móvil, existen diferencias, si bien de menor magnitud, entre las personas entre 55 y 64 años y las de la decena inmediatamente superior (Fig. 19. I).



I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

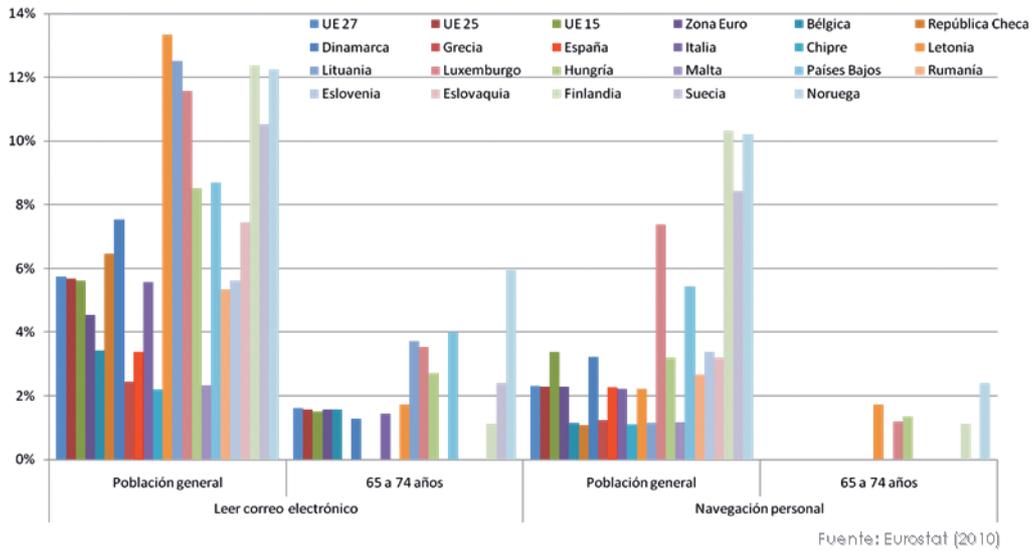


Figura 19.I

Para finalizar esta cuestión, añadimos una figura que muestra un resumen de la utilización de los servicios de valor añadido y sus modalidades de pago (Fig. 20. I).

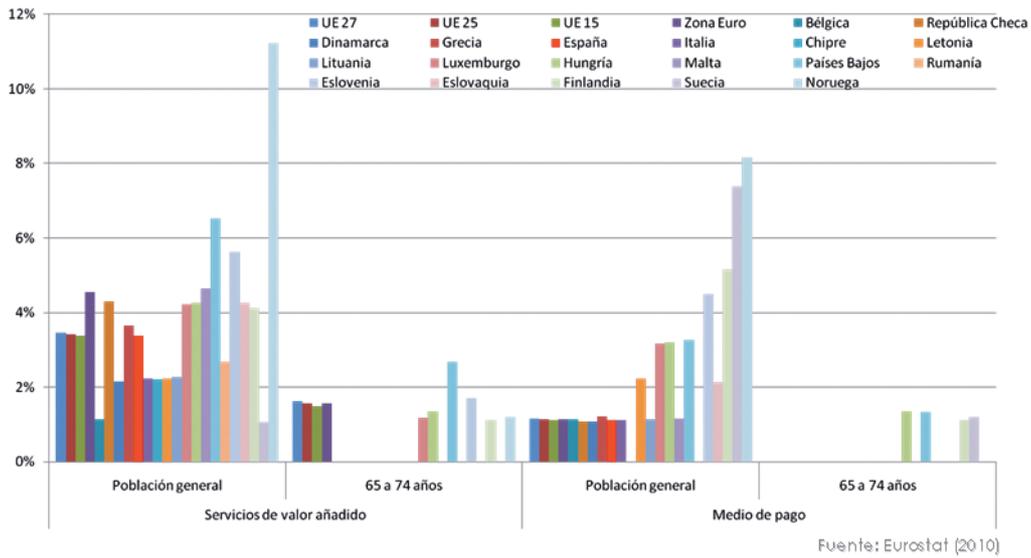


Figura 20.I

3.3. El uso de la telefonía móvil en España

3.3.1. Mayores de 65 años y uso de la telefonía móvil en España

La valoración detallada de los microdatos del INE nos permite realizar en España un análisis más profundo de la *fractura* que se ha mencionado con anterioridad, que identifica un nivel de utilización del teléfono móvil sensiblemente inferior a partir de los 65 años.

En primer lugar, es preciso poner de manifiesto el factor generacional: la inmensa mayoría de personas de menos de 45 años en nuestro país son usuarios del teléfono móvil. En el caso de las personas más jóvenes, estos se ha familiarizado con este dispositivo desde la infancia, por lo que forma parte de sus vidas de forma natural.

En las siguientes generaciones, el uso del teléfono móvil va descendiendo, hasta situarse sólo ligeramente por encima del 20% entre los mayores de 79 años según datos del INE de enero de 2010 (Fig. 21. I).

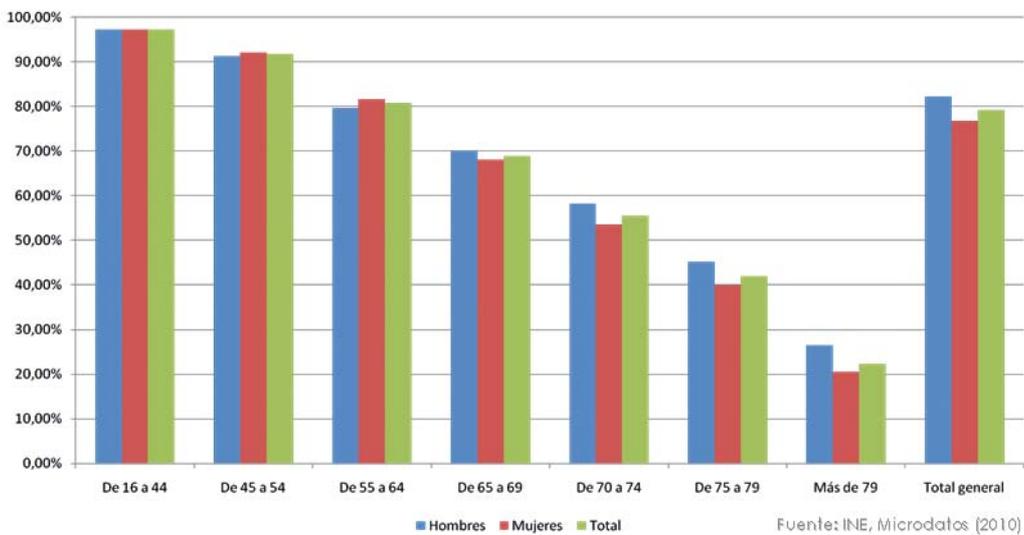


Figura 21.I

En todos los casos, se trata de usuarios que han realizado un aprendizaje en su edad adulta y, en el caso de este último grupo, tras su retiro laboral. Tanto las necesidades percibidas como el aprendizaje han sido diferentes al de los escalones más jóvenes.

3.3.2. Evolución positiva

No obstante, la madurez de las personas que se han familiarizado con el teléfono móvil en la edad adulta va a motivar el incremento constante del porcentaje de personas de más de 65 años que utilicen este dispositivo. De este modo, parece sensato pensar en un crecimiento natural del porcentaje de usuarios similar al que se estimó con anterioridad, que se verá potenciado con el posible aprendizaje del uso de esta tecnología por parte de personas que ya se sitúan por encima de los 65 años.

Si bien existen algunas diferencias en la utilización del teléfono móvil entre hombres y mujeres, favorable a las mujeres hasta los 65 años y a los hombres a partir de esta edad, la sutileza de dichas diferencias muestra la práctica irrelevancia del sexo como factor de análisis.

Por el contrario, existen otros factores susceptibles de incrementar la diferencia de uso entre las personas mayores y el resto de la población. El más evidente está relacionado, como ya se apuntó, con el nivel educativo. En efecto, cuanto mayor es la edad, existe una mayor relación entre el grado de formación recibida y el uso del teléfono móvil. Cabe señalar como ejemplo que, en todos los escalones de edad por debajo de los 79 años, más del 80% de las personas con estudios universitarios son usuarios del teléfono móvil, con un espacio máximo entre edades del 14%, mientras que este mismo salto alcanza el 54% en las personas que únicamente tienen educación primaria.

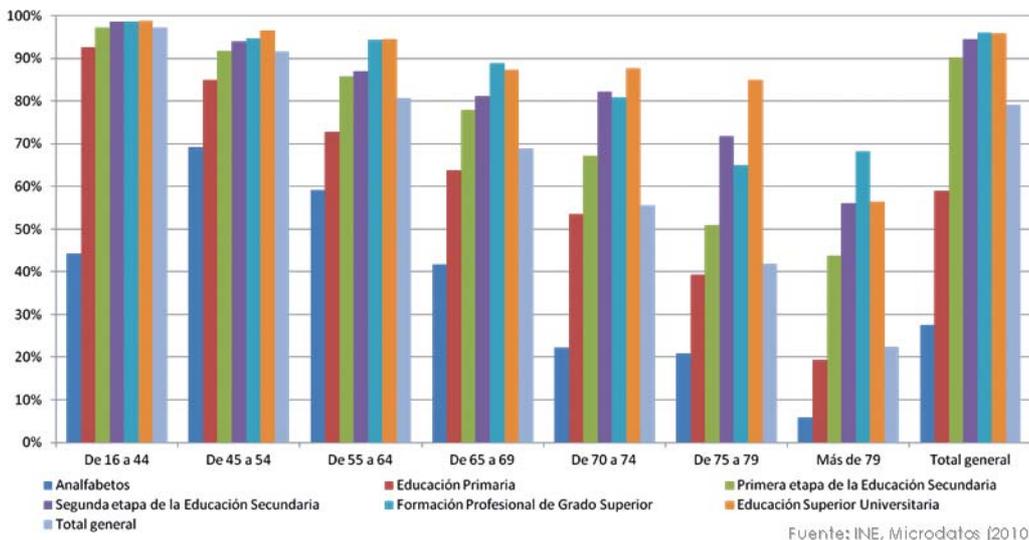


Figura 22.1

Los mayores ante las TIC

3.3.3. El problema de hábitat

Las diferencias en función del tamaño del hábitat actúan de forma parecida, aunque mostrando un menor desequilibrio.

Así, entre los 75 y 79 años, el 62% de las personas que viven en grandes capitales de provincia (más de 500.000 habitantes) son usuarios de teléfono móvil, porcentaje que se reduce al 29% entre los residentes en municipios de menos de 10.000 habitantes dentro del mismo rango de edad.

Consecuentemente, la fractura digital en telefonía móvil se halla en el medio rural.

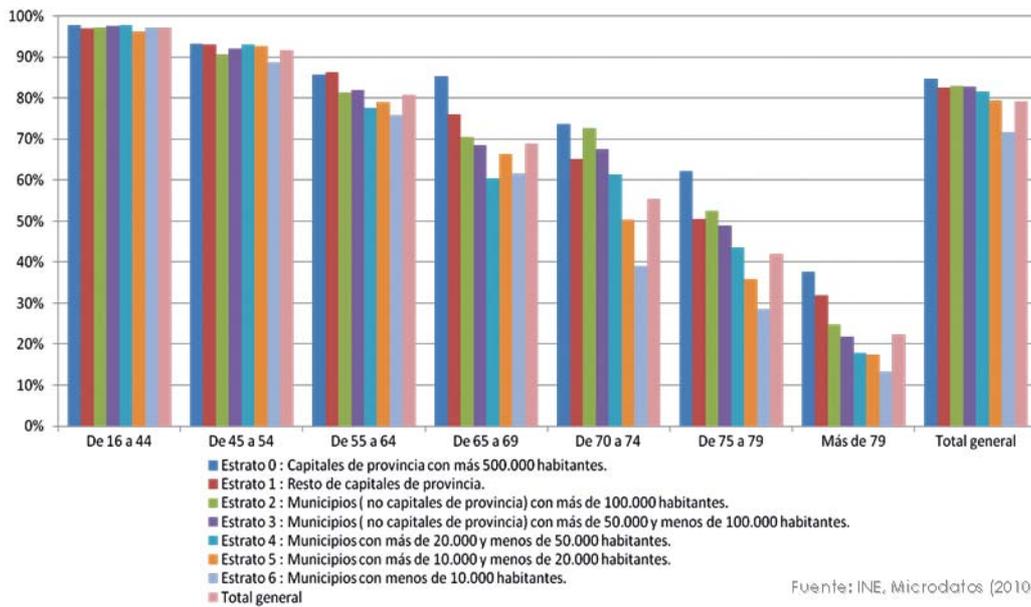


Figura 23.1

3.3.4. Mayores, nivel de ingresos y telefonía móvil

Finalmente, el nivel de ingresos constituye un dato complementario a los citados en los epígrafes anteriores, en lo que se refiere a las personas entre 65 y 69 años.

El 98% de las personas con un mayor nivel de ingresos son usuarios del teléfono móvil. Quizá este hecho pueda relacionarse con una prolongación voluntaria

I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

de la actividad laboral que conduce a dicho nivel de ingresos. Es menor la penetración del teléfono móvil entre las personas que perciben mensualmente menos de 1.100€ (Fig. 24.I).

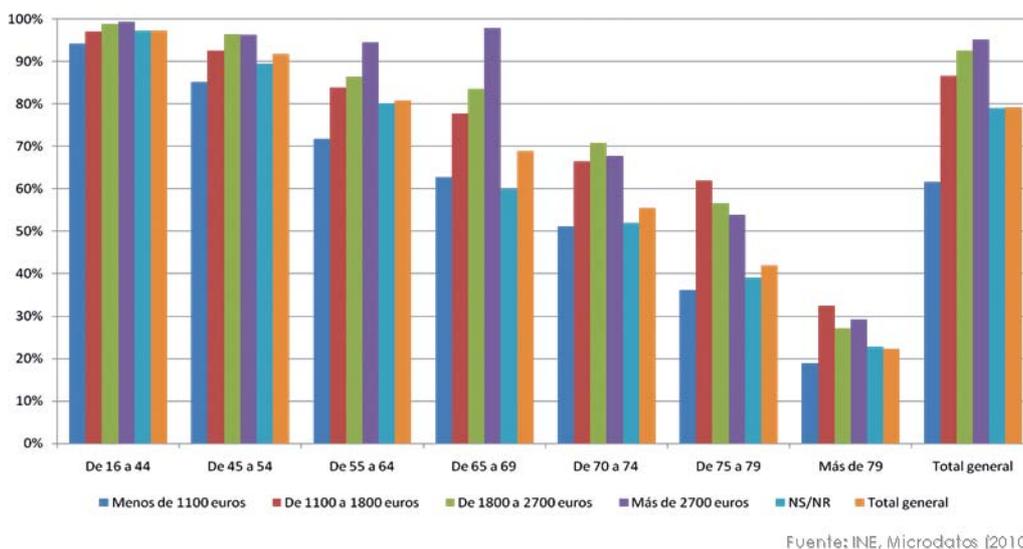


Figura 24.I

4. La utilización de las TIC por parte de los mayores

4.1. Disponibilidad de ordenador e Internet

La profundidad de las estadísticas sobre Internet es, como norma general, mayor que las relativas a la telefonía móvil, debido posiblemente a la extraordinaria amplitud de las funcionalidades de las que dispone la red de redes. Así como la preocupación de Instituciones públicas y privadas por fomentar su penetración.

En estas estadísticas siempre se parte de la disponibilidad de ordenador en los hogares. Los países con tasas muy elevadas de utilización de Internet tienen una

Los mayores ante las TIC

importante penetración de ésta en los hogares, lugar donde además pueden realizar usos de carácter más lúdico que en las oficinas o en centros públicos por restricciones de tiempo.

Dentro de esta disponibilidad, se distingue las conexiones tradicionales a la red de aquellas otras que utilizan banda ancha, las cuales permiten una mayor velocidad de transmisión de datos y, por tanto, acceden a determinados servicios muy limitados en la práctica a las conexiones tradicionales (Fig. 25 I).

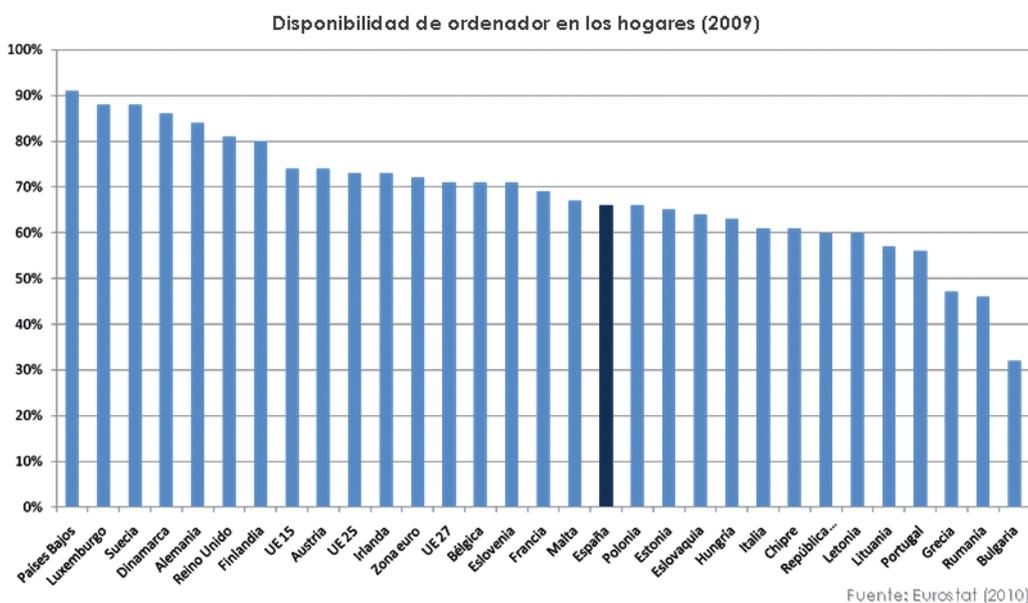


Figura 25.I

Por otra parte, analizaremos los datos relativos a la utilización de Internet. Dado que se trata de una estadística de carácter personal, este tipo de datos nos permitirán analizar las diferencias de penetración existentes entre las personas mayores y el conjunto de la población, tanto a nivel europeo como en nuestro país.

Finalmente, existe una gran amplitud de datos estadísticos relativos a la utilización de los diversos servicios que ofrece Internet. Como veremos, la cultura tecnológica de un país, junto con el propio desarrollo de la red, son la principal fuente de diferencias entre países.

4.1.1. Disponibilidad de Internet en el hogar

Si bien muchas personas acceden de forma habitual a Internet fuera de su domicilio, especialmente en su trabajo o en su centro educativo, *el domicilio particular presenta las tasas más altas de utilización de Internet. De este modo, podríamos afirmar que un primer factor que condiciona fuertemente el uso de la red es la disponibilidad de ordenador en los hogares.*

A la cabeza de la Unión Europea se sitúan algunos países que lideran la mayor parte de estadísticas relativas a tecnologías, ya sea en valor absoluto (Reino Unido o Alemania) o en porcentaje (muy especialmente, los Países Bajos, Luxemburgo o los países escandinavos).

En la disponibilidad de acceso a Internet en los hogares, España ocupa una posición relativamente atrasada dentro del contexto de la UE y la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico* (OCDE), superando únicamente a países como Grecia, Italia, Portugal y algunos miembros del Este de Europa.

Las posiciones de privilegio son detentadas por los países nórdicos. De hecho, en las estadísticas de la ITU resulta llamativo comprobar cómo, si bien los primeros lugares en penetración por población corresponden a países muy pequeños, tanto los escandinavos como los Países Bajos muestran unas tasas de penetración extraordinariamente elevadas, algo que ya sucedía con el teléfono móvil (Fig. 26 I).

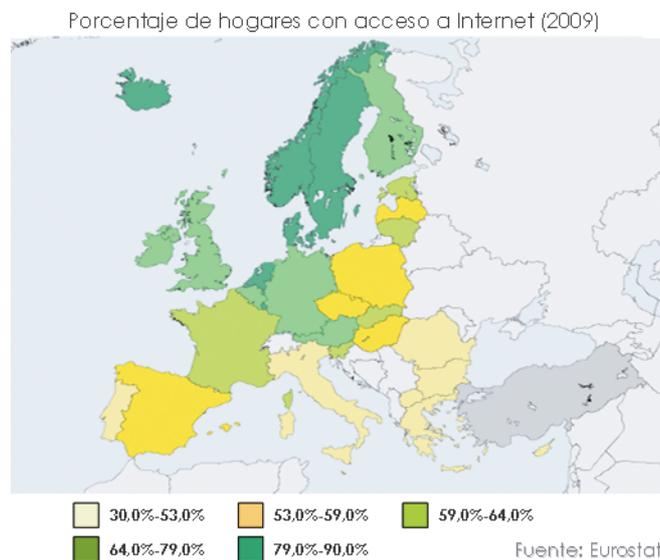
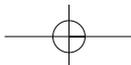


Figura 26.I



4.1.2. Internet con banda ancha

Si analizamos la disponibilidad de acceso a Internet de calidad, a través de banda ancha, los datos son relativamente similares a los existentes para cualquier acceso a Internet. Esto se debe precisamente a la importancia del acceso de banda ancha en los países con más conexiones a Internet, principalmente Escandinavia y los Países Bajos.

España se sitúa en una posición similar a la que ocupaba en el conjunto de accesos a Internet, dentro de una mayor polarización en el conjunto de Europa, donde se sitúan algunos de los países con mayor penetración en función de la población junto a otros, como Italia o Grecia, que presentan ratios relativamente pobres (Fig. 27 I).

Porcentaje de hogares con acceso a Internet de banda ancha (2009)

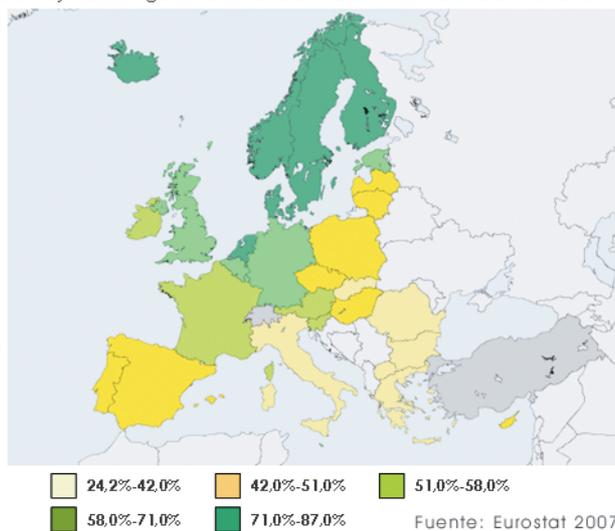
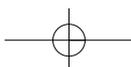


Figura 27.I

4.2. El uso de Internet en Europa

Como puede comprobarse las dos medidas más habituales con relación a la utilización de Internet son el porcentaje de personas que nunca han utilizado Internet y la proporción de usuarios que han accedido a la red en los últimos tres



meses. Existe una importante diferencia en el acceso en función de la edad, muy superior a la que encontrábamos en la utilización de la telefonía móvil, que se sitúa por encima del 20% en todos los países, incluidos aquellos con una mayor penetración de las tecnologías, muy especialmente Noruega.

4.2.1. Porcentaje de personas mayores que nunca han usado Internet (2009)

No toda la población europea es usuaria de Internet. La media de no usuarios de la UE (25) se sitúa en el 73% mientras que en la UE (27) desciende hasta el 70%. Los países con menor número de usuarios son los que tienen un porcentaje menor del 10% de usuarios mayores. A saber: Rumania, Grecia, Bulgaria, Serbia, Portugal, Macedonia, Polonia y Lituania. Le siguen Chipre, Lituania y Hungría. A continuación, Malta, España e Italia.

Consecuentemente, ocupamos una posición ciertamente baja en el uso de Internet por personas mayores en relación con otros países de la Unión Europea, lo que debe ser motivo de preocupación y reflexión.

Hay países con una población mayor muy inmersa en esta aplicación tecnológica como Noruega, que alcanza el 70 % de usuarios mayores y otros rondan el 60% como Islandia, Reino Unido, Austria, Luxemburgo, Dinamarca o Países Bajos (Fig. 28 I).

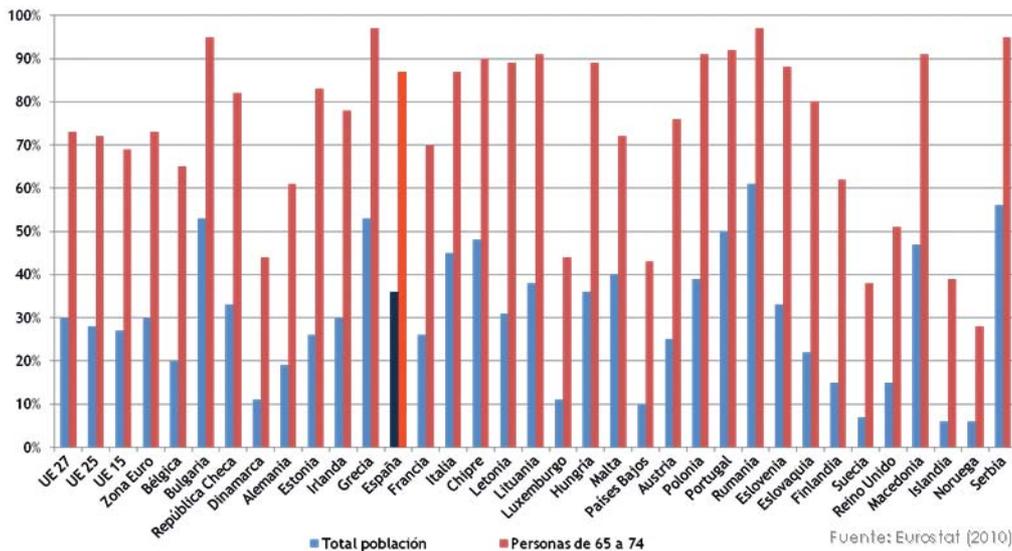


Figura 28.I

Los mayores ante las TIC

4.2.2. Porcentaje de personas que han usado Internet en los tres últimos meses

Los mismos países que destacaban por la disponibilidad de infraestructuras en los hogares, son los que se caracterizan por una mayor utilización de la red en los 3 últimos meses, tanto entre la población general como, de forma muy significativa, entre las personas mayores de 65 años.

Así, esta última tasa supera el 50% en países como Noruega, Dinamarca, Islandia, Suecia, los Países Bajos o Luxemburgo, estableciendo un importante ascenso respecto a otras naciones como el Reino Unido.

La posición de España en todas estas medidas debe ser considerada mala. Nuevamente, entre los países más desarrollados de la UE, sólo Italia muestra valores inferiores a los de España en ambos indicadores. No obstante, si la diferencia en el conjunto de la población debe ser considerada preocupante, posiblemente lo es más la relativa a las personas mayores. El porcentaje de personas que superan los 65 años y nunca han utilizado Internet es uno de los más altos de Europa, sensiblemente peor que el de Italia y próximo al de Grecia o Chipre, entre otros (Fig. 29 I).

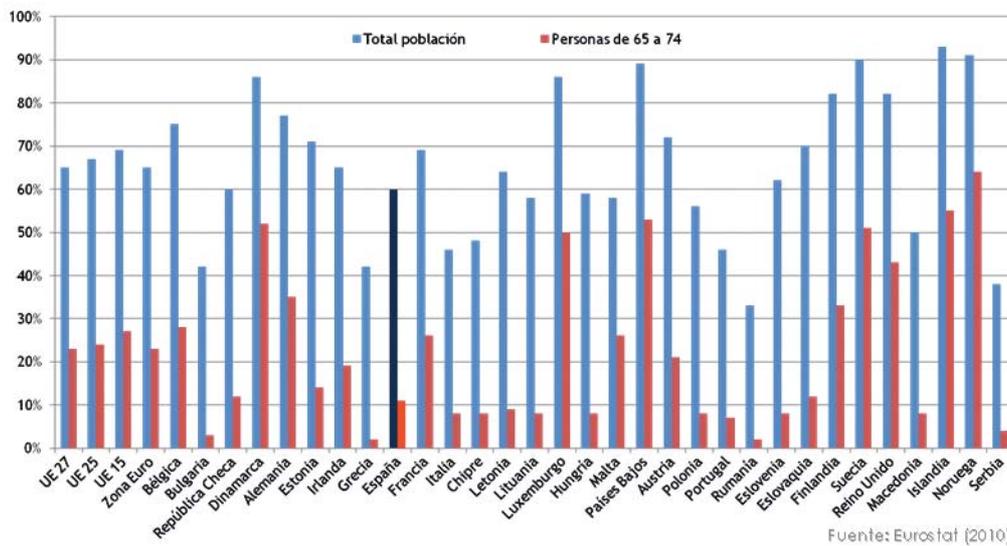


Figura 29.I

4.2.3. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que usan Internet cada día

Uno de los motivos de este mal posicionamiento ya ha sido enunciado con anterioridad. Así, la baja disponibilidad de conexiones a Internet en los hogares, tanto en general como si consideramos el aspecto calidad, dificulta el acceso a la red de buena parte de la población, y muy significativamente de las personas mayores.

De hecho, la estadística sobre el uso diario de Internet revela una alta correlación de éste con la disponibilidad de conexión en el hogar. No obstante, más adelante se abordarán otros posibles motivos de este posicionamiento (Fig. 30 I).

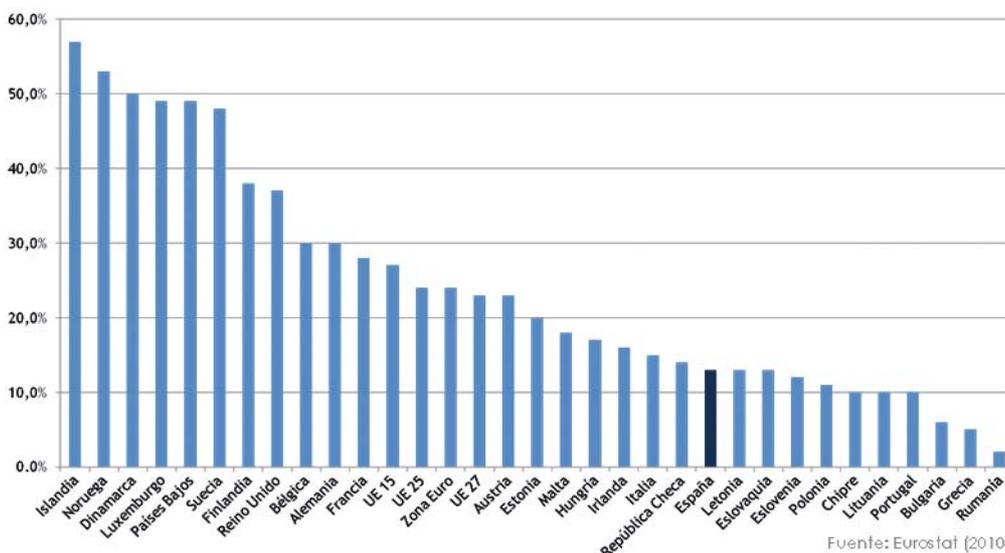


Figura 30.I -

4.2.4. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet y porcentaje de personas de la misma edad que si la han usado distribuidas por sexo

El análisis de la utilización de Internet en función del sexo arroja diferencias algo mayores que en el caso de la telefonía móvil, e incluso llamadas en algunos países con una tasa muy elevada de uso de Internet, como son Noruega e Islandia (Fig. 31 I).



Los mayores ante las TIC

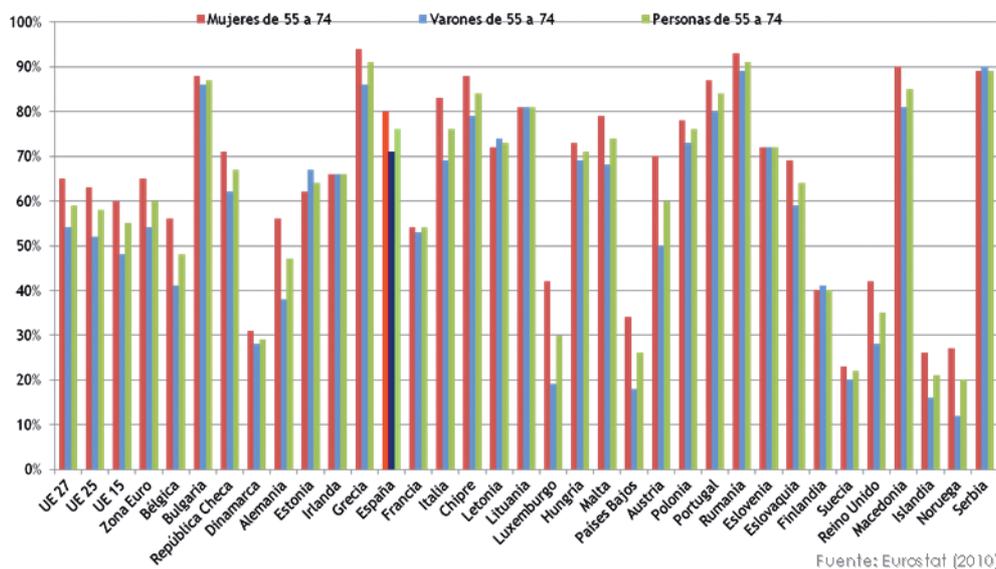


Figura 31.1

4.2.5. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet y porcentaje de personas de la misma edad que si la han usado distribuidas por nivel educativo

Como en la telefonía móvil, las principales diferencias en todos los niveles de edad, pero muy significativas entre los 55 y 74 años, deben relacionarse con el nivel educativo de los usuarios: mientras que al menos un 70% de las personas de edad avanzada con un nivel educativo alto han utilizado Internet en los últimos tres meses, esta tasa se reduce por debajo del 20% en la práctica totalidad de los países europeos entre las personas con un nivel educativo bajo (Fig. 32 I).



I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

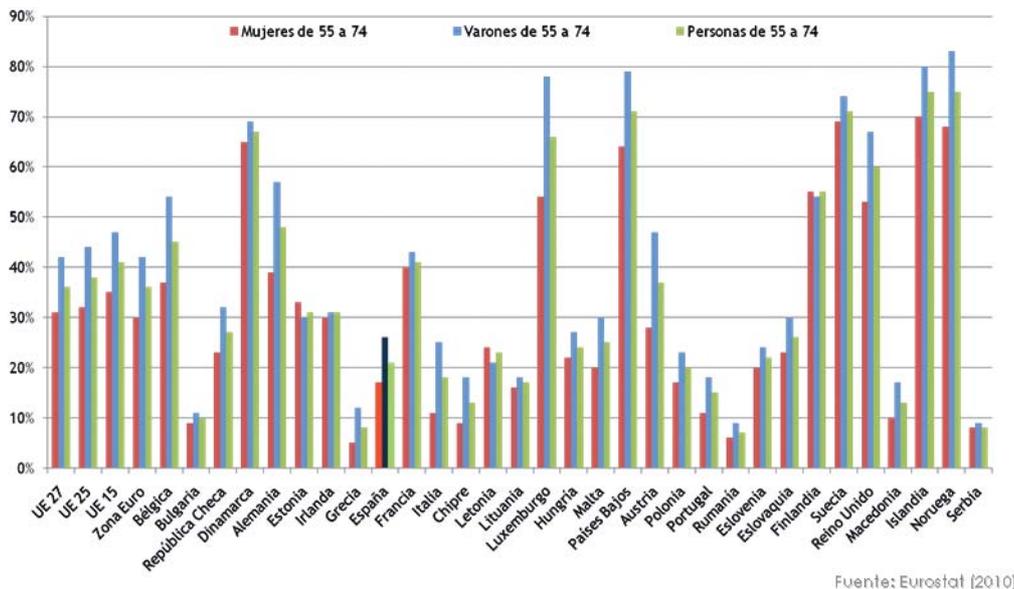
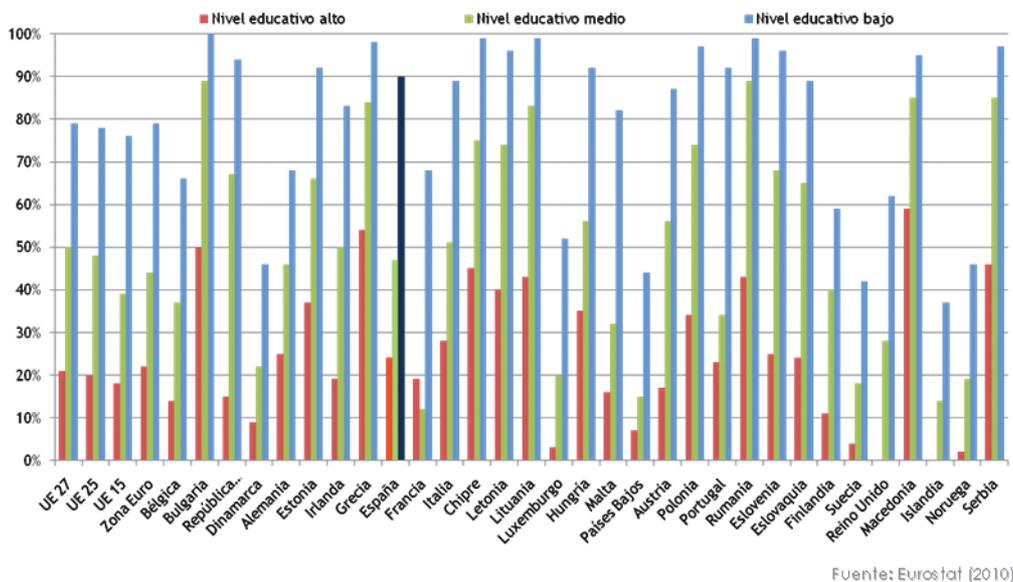


Figura 32.1

4.2.6. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que nunca han usado Internet por nivel educativo

La diferencia es más sensible si se analiza el porcentaje de personas que nunca han utilizado Internet. Si bien en los países con una mayor penetración global de Internet los datos son algo mejores, existen diversas naciones, entre ellas España, en las que un 90% de estas personas no han accedido aún a la red, reduciéndose este porcentaje a cifras cercanas al 25% para la población con un mayor nivel formativo (Fig. 33 I).

Los mayores ante las TIC



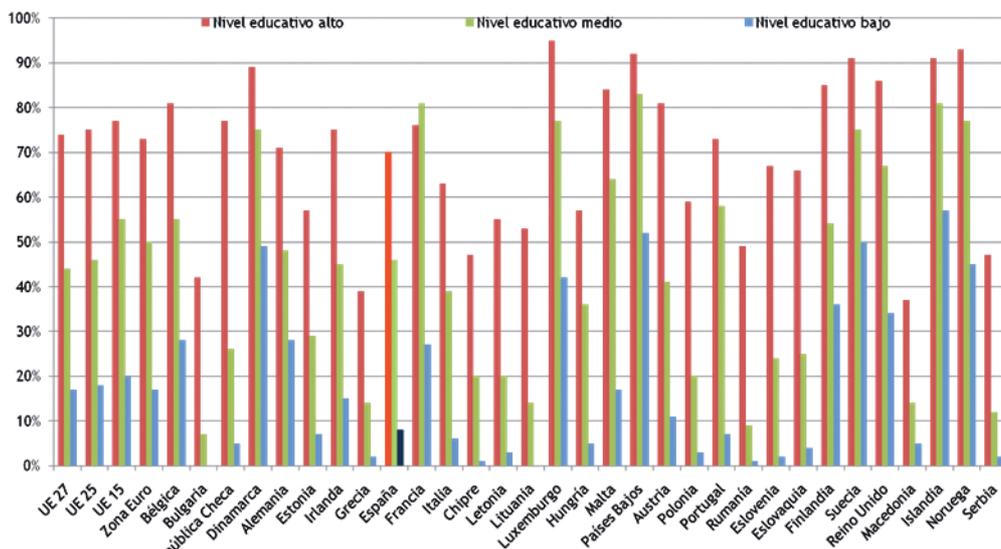
Fuente: Eurostat (2010)

- Figura 33.1 -

4.2.7. Porcentaje de personas de 55 a 74 años que han usado Internet en los últimos tres meses por nivel educativo

En cuanto a los usuarios, destacan los altos niveles de uso en Luxemburgo y países escandinavos, pero puede establecerse como norma casi general que la educación, que ya actuaba como un freno para la disponibilidad y uso de la tecnología móvil, se llega a convertir en una barrera prácticamente invencible en la utilización de Internet (Fig. 34 I).

I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales



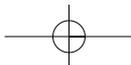
Fuente: Eurostat (2010)

Figura 34.1

4.3. Servicios concretos de Internet

La mayor o menor utilización de los diferentes tipos de servicios que presta Internet a las personas mayores en cada país, depende simultáneamente de varios factores, entre los que cabe destacar el acceso a Internet de los mayores, analizado anteriormente, la disponibilidad de servicios adecuados en la lengua materna del usuario y, en último caso, la oferta de servicios adecuados para este segmento de edad.

Entre los servicios más populares entre las personas mayores en todos los países, veremos que son el correo electrónico y la búsqueda de información en la red, que también figuran entre los servicios más utilizados por parte del conjunto de la población.



5. La utilización de las TIC por parte de las personas mayores en España: Internet

5.1. El uso de Internet en España

España se sitúa, en general, en una posición media-baja en la utilización de la mayoría de servicios de Internet por parte de las personas con edades comprendidas entre los 55 y 74 años, salvo en la búsqueda de información general y aquella relativa a las administraciones públicas y, en cierta medida, en las actividades relacionadas con los contenidos (carga y descarga de imágenes, música...).

Al igual que sucedía con la telefonía móvil, en nuestro país existe un importante contraste entre tres tipos de personas:

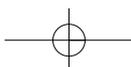
Las generaciones que han “nacido con Internet”, esto es, las que se encuentran cursando sus estudios en los diferentes tipos de centros educativos, que son usuarios naturales e intensivos de tecnología.

Las personas que han aprendido a utilizar la red en el ámbito de su trabajo, lo que requiere un menor grado de profundización que sólo afecta, además, a una parte de la población activa.

Los que ya habían abandonado la actividad profesional con anterioridad a la eclosión de Internet, cuyo aprendizaje debe relacionarse con una voluntad de aprender y no con una necesidad de hacerlo.

De esta forma, podemos observar que cada generación ha utilizado la red de redes en menor medida que la inmediatamente más joven, alcanzándose tasas de uso muy elevadas entre los más jóvenes, que se sitúan siempre por encima del 80% para la población con menos de 45 años.

Además, salvo en este escalón de edad, siempre se produce una diferencia de uso entre hombres, algo superior, y mujeres (Fig. 35 I).



I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

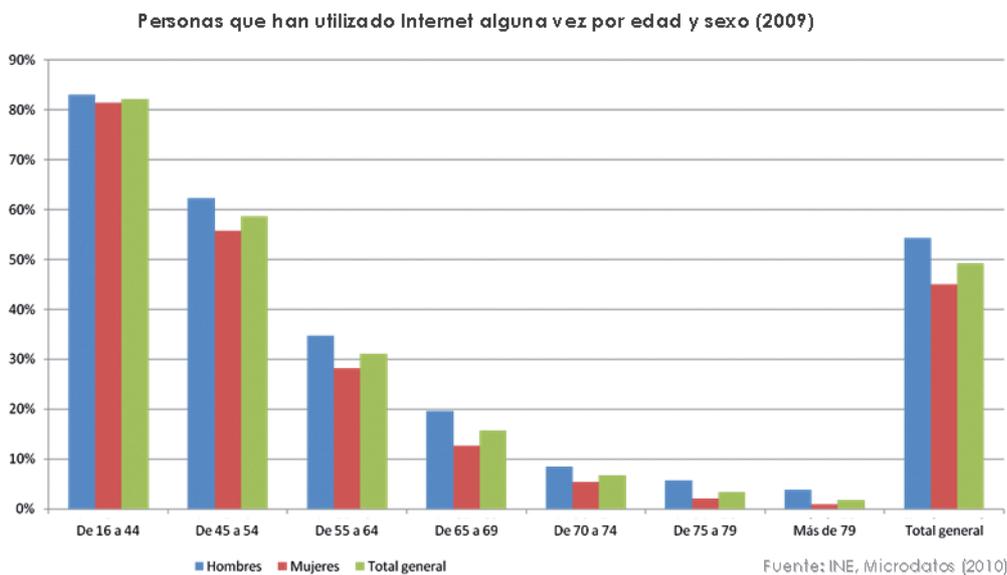
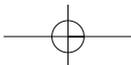


Figura 35.1

5.1.1. Personas que han utilizado Internet alguna vez por edad y nivel educativo

Nuevamente, las desigualdades formativas son el origen de grandes diferencias, muy especialmente a medida que avanza la edad. A partir de los 65 años, la mayor parte de los usuarios de Internet son personas con estudios universitarios, siendo muy poco frecuente el acceso a la red por parte de la población que sólo tiene educación primaria o el primer ciclo de la secundaria (Fig. 36 I).



Los mayores ante las TIC

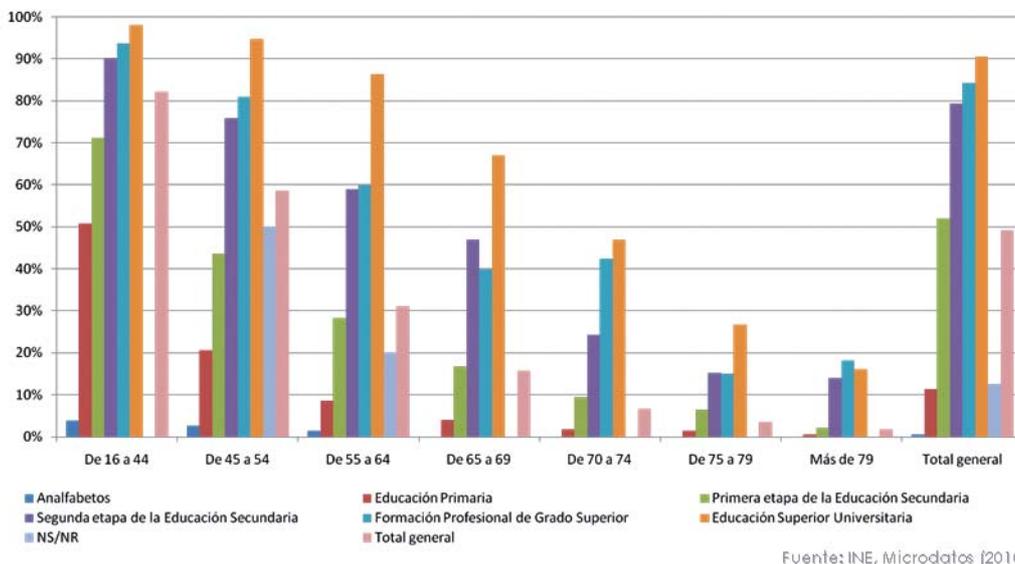


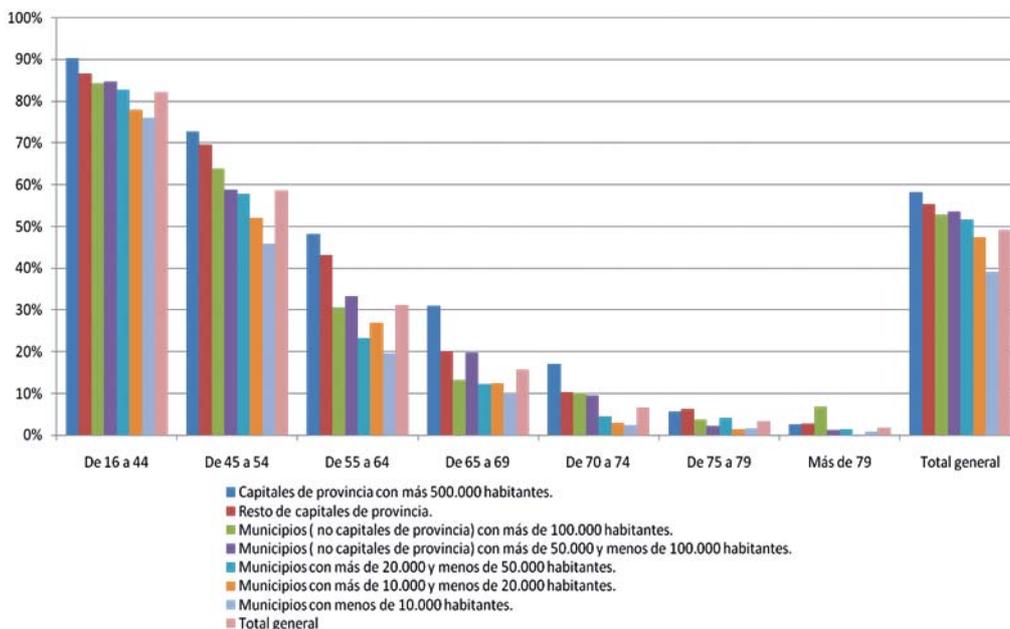
Figura 36.1

5.1.2. Personas que han utilizado Internet alguna vez por edad y hábitat

También existen algunas diferencias, de menor magnitud, derivadas del hábitat que se considere. Como norma general, la utilización de Internet es más habitual en las poblaciones de mayor tamaño en casi todos los estratos de la población salvo, paradójicamente, a partir de los 70 años, cuando ésta se diluye (Fig. 37 I).



I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales



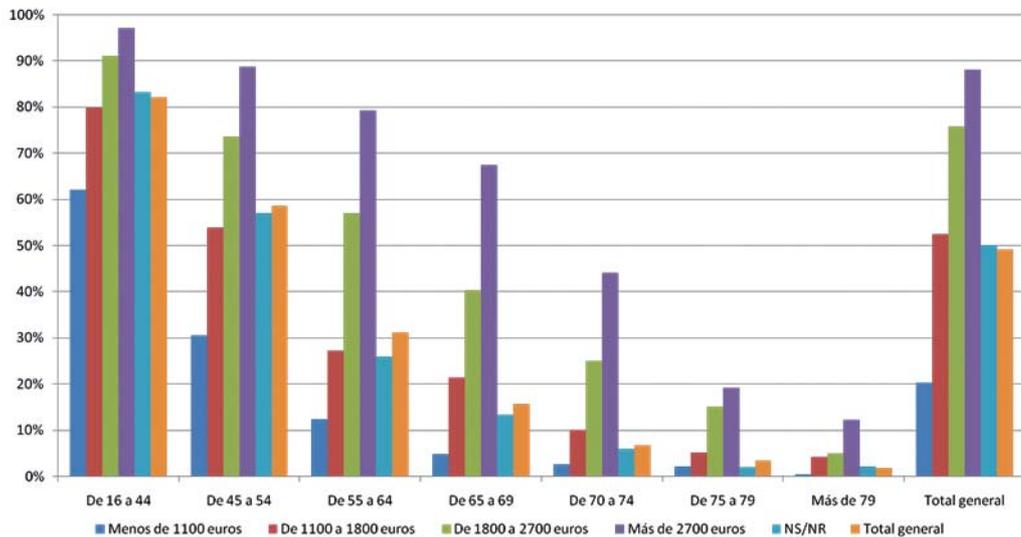
Fuente: INE, Microdatos (2010)

Figura 37.1

5.1.3. Personas que han utilizado Internet alguna vez por edad y nivel de ingresos

No obstante, las distancias más importantes a partir de los 55 años derivan de la capacidad económica. El porcentaje de personas que han accedido a Internet en el rango de mayor renta, duplica e incluso triplica la proporción de usuarios procedentes de las capas intermedias de renta, siendo extraordinariamente bajo el porcentaje de personas con nivel de renta modesto que dentro de este rango de edad utilizan Internet (Fig. 38 I).

Los mayores ante las TIC



Fuente: INE, Microdatos (2010)

Figura 38.1 -

5.1.4. Frecuencia de uso de Internet por edad

La mayor parte de las personas que han utilizado Internet en todos los rangos de edad analizados, son usuarios frecuentes. Al menos tres cuartas partes, han utilizado Internet en el último mes, y más de la mitad acceden a la red de forma diaria (Fig. 39 I).

I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

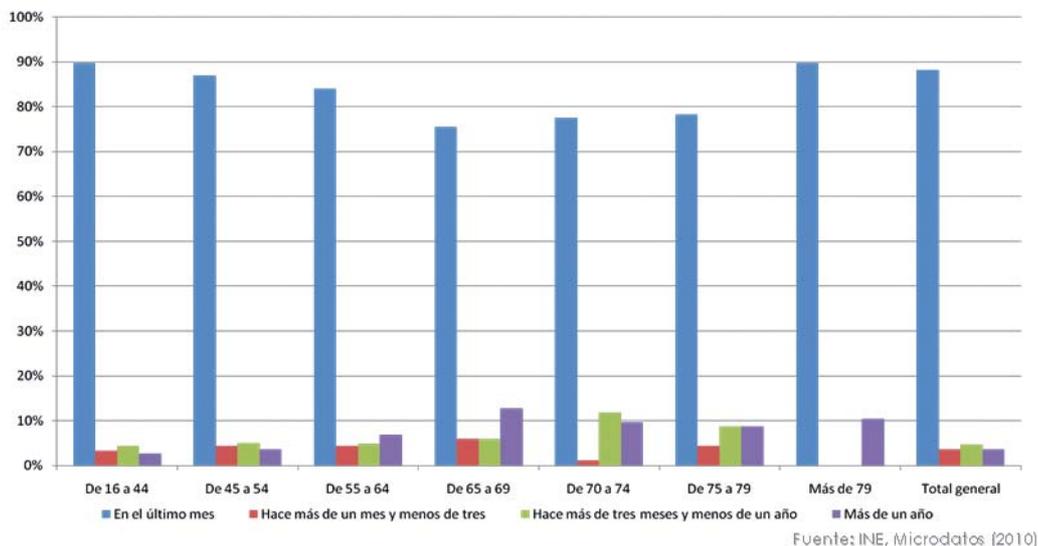


Figura 39.1

No obstante, el porcentaje de personas que han utilizado Internet con menor frecuencia es más alto entre las personas de mayor edad. Este hecho puede derivar de varios efectos: la "curiosidad ocasional", que puede relacionarse con una sesión única para conocer de primera mano los servicios de Internet. También influye la retirada de la actividad laboral, en cuyo marco se producía el acceso a Internet, por lo que hace varios años que no se produce dicho acceso. *Son muy importantes las dificultades de acceso derivadas de determinadas limitaciones funcionales* (Fig. 40. I).

Los mayores ante las TIC

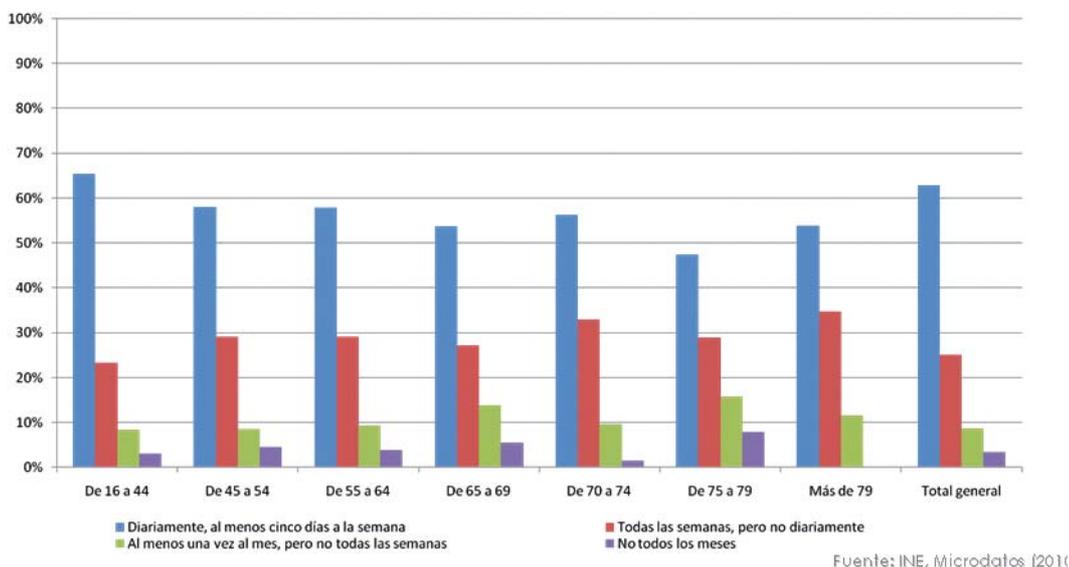


Figura 40.1

5.1.5. Lugar de acceso: la preferencia por la vivienda

La inmensa mayoría de las personas que acceden a Internet, lo hacen habitualmente desde su hogar, hecho que puede simultanearse con otros lugares como, por debajo de los 65 e incluso de los 70 años, el centro de trabajo.

La proporción de personas que utilizan la red en su domicilio es más alta entre las personas mayores de 65 años que la que se da en el conjunto de la población, lo que puede relacionarse con el cese de la actividad laboral. Al margen de esta localización, resulta especialmente importante el uso en otra vivienda diferente de la propia, familiares o amigos, así como, en centros educativos, *con toda probabilidad en el marco de cursos de formación sobre la utilización de Internet donde se adquieren los rudimentos básicos para poder acceder a la red* (Fig. 41 I).

I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

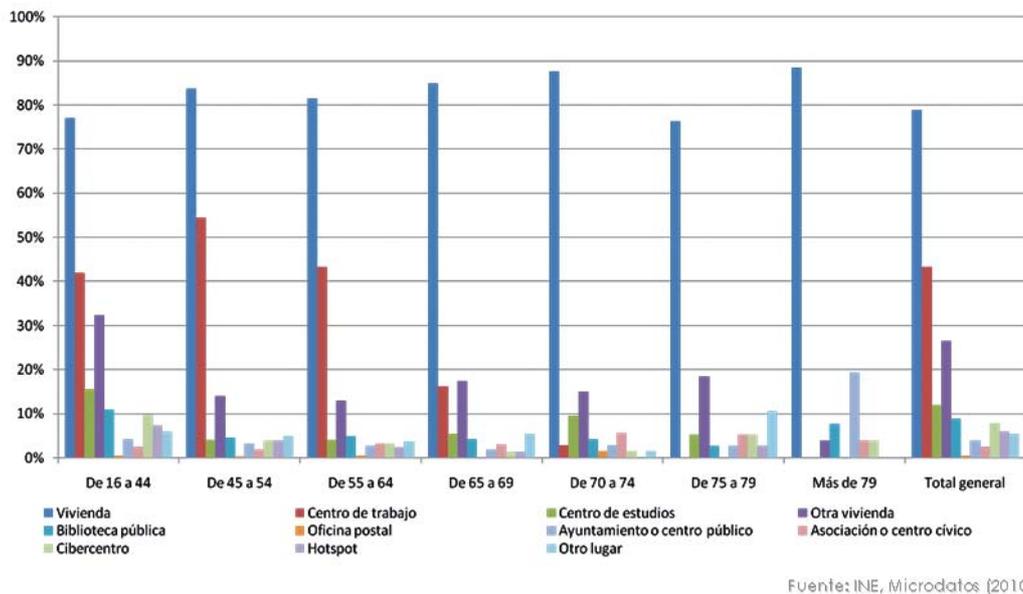


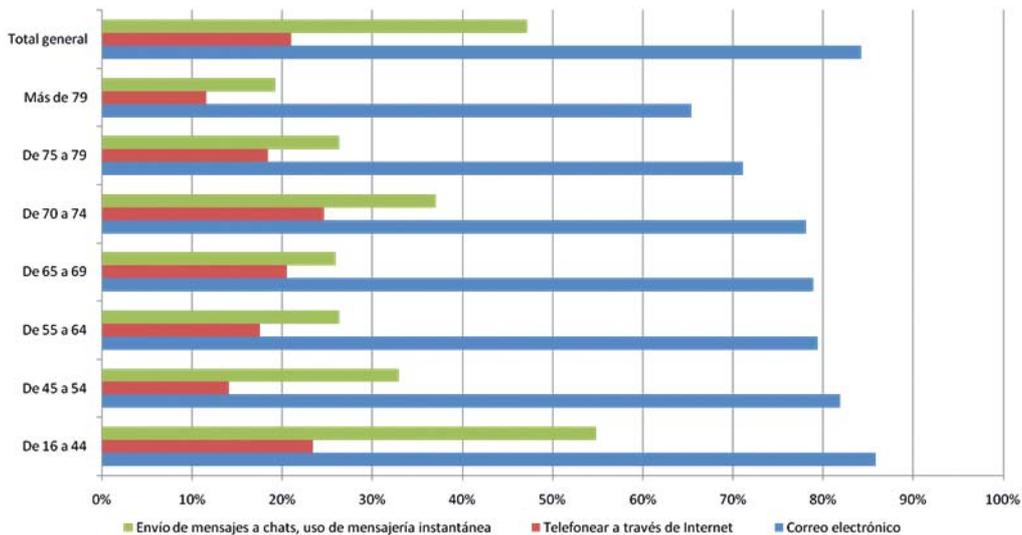
Figura 41.I

5.1.6. Proporción de uso de servicios de Internet por parte de los usuarios

Por lo que se refiere al análisis de los servicios utilizados, en la mayor parte de los casos, el grado de penetración de éstos entre las personas mayores es más bajo que el existente para el conjunto de la población. Este hecho puede derivar del mencionado uso intensivo de las tecnologías, y en concreto de la red, que llevan a cabo los segmentos de menor edad.

Llama la atención la mayor incidencia de la telefonía a través de Internet (voz sobre IP) entre las personas mayores, así como un nivel aceptable de uso de servicios de mensajería instantánea. Este hecho puede derivar de la utilización de la red para la conexión remota con familiares, hijos y nietos, que viven a una distancia que dificulta el contacto directo (42 I).

Los mayores ante las TIC



Fuente: INE, Microdatos (2010)

Figura 42.1

5.1.7. Servicios y temas más buscados en Internet que motivan su acceso

Por el contrario, si bien la incidencia de la búsqueda de información sobre bienes y servicios o la lectura de prensa alcanzan niveles relativamente altos, comparables a los del resto de la población, resulta extraño el hecho de que la búsqueda de información sobre temas relacionados con la salud no alcance una especial incidencia en este tramo de la población.

6. Teleasistencia

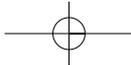
Según Valero, Sánchez y Bermejo¹¹, en la definición de la teleasistencia, entendida como servicio de atención social y/o sanitaria en el hogar, convergen tres conceptos con enfoques interrelacionados: teleasistencia, telecuidado y e-salud. El término teleasistencia domiciliaria fue originariamente acuñado en la década de los 90 del pasado siglo XX, como un sistema de atención en la casa a la persona necesitada de ayuda en una situación de urgencia y por tanto había de ser un servicio fácilmente disponible basado en las tecnologías de comunicación mayoritariamente existentes.

En ese marco sociotécnico, el teléfono y los dispositivos de alarmas técnicas para prevenir incendios, humo, escapes de gas e intrusiones, entre otros, se posicionaron como elementos clave, y se introdujo el término telealarma para referirse a un sistema eficiente de ayuda a distancia a la persona necesitada en la casa en situaciones de urgencia.

En la medida en que la teleasistencia domiciliaria comienza a incorporar, a mitad de los años 90, modelos de atención centralizada y suministrada por colectivos de profesionales ubicados en un entorno físico común, como asistentes sociales, psicólogos, etc. Surge un tipo de teleasistencia social para recibir las llamadas a centros de control y atención, en los cuales los datos sociales del usuario y en su caso alguno sanitario, pueden estar recogidos en sistemas de información. De este modo, se plantea un servicio de atención continuada, también conocido como telecuidado, en inglés denominado *home telecare*, que puede estar parcialmente personalizado según el tipo de necesidad social, edad, diferencia funcional o discapacidad y contexto sanitario de la persona.

A este modelo corresponde la denominada teleasistencia domiciliaria definida como tal en el *Programa de Teleasistencia Domiciliaria* IMSERSO-FEMP de octubre de 1999 que describe el servicio en los siguientes términos:

“La Teleasistencia Domiciliaria es un servicio que, a través de la línea telefónica y con un equipamiento de comunicaciones e informático específico, ubicado en un centro de atención y en el domicilio de los usuarios, permite a las personas mayores o personas discapacitadas, con sólo accionar el dispositivo que llevan constantemente puesto y sin molestias, entrar en contacto



verbal “manos libres”, durante las 24 horas del día y los 365 días del año, con un centro atendido por personal específicamente preparado para dar respuesta adecuada a la necesidad presentada, bien por sí mismo o movilizándolo otros recursos humanos o materiales, propios del usuario o existentes en la comunidad”.

Otra referencia más reciente al servicio de teleasistencia según figura en el informe titulado *Teleasistencia. Definición del Servicio* elaborado en julio de 2006 por el grupo de Trabajo 10 de la *Comisión Multisectorial del Hogar Digital* de ASI-MELEC (ASIMELEC06) que ya incluye la telefonía móvil y establece:

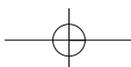
“Se define la Teleasistencia como un sistema de ayuda dentro y fuera del hogar que cubre las necesidades de aquellas personas que pueden requerir de atención constante ó puntual y asistencia rápida en casos de urgencia durante las 24 horas”.

6.1. Teleasistencia en España

La existencia de un número de hogares cada vez más elevado formado exclusivamente por personas mayores, en muchas ocasiones, con cierto grado de dependencia, ha influido de forma decisiva en el crecimiento en los últimos años de los servicios de teleasistencia. De hecho, la mayor parte de estos servicios son de iniciativa pública, con un coste para el usuario subvencionado.

Aunque la información disponible sobre el uso de estos servicios es escasa, los datos de IMSERSO de 2008 muestran que, entre enero de 2002 y el mismo mes de 2008, el número de usuarios de servicios de teleasistencia públicos prácticamente se ha cuadruplicado, hasta alcanzar cifras cercanas a los 400.000 usuarios.

Por comunidades autónomas, destacan de forma relevante las más de 100.000 personas que disfrutan de este servicio en la Comunidad de Madrid, que lidera esta estadística, seguida de Andalucía y Cataluña (Fig. 43 I).



I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

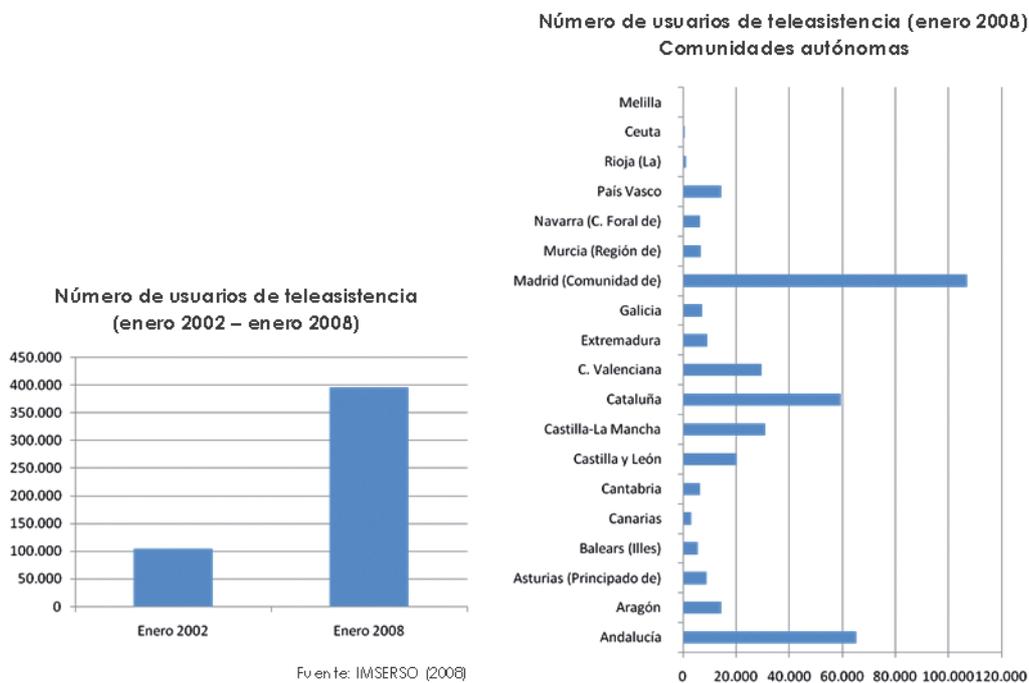


Figura 43.1

El análisis del índice de cobertura muestra, no obstante, que el porcentaje de población mayor de 65 años cubierta por este servicio se mantiene en niveles inferiores al 5%, aunque en el periodo de tiempo considerado, el crecimiento haya sido muy acusado. Nuevamente Madrid es la única comunidad que ha conseguido sobrepasar la frontera del 10% en esta métrica, sólo seguida, aunque a cierta distancia, por la comunidad de Castilla-La Mancha que ha puesto este servicio a disposición de algo más del 8,5% de la población objetivo (Fig. 44 I).

Los mayores ante las TIC

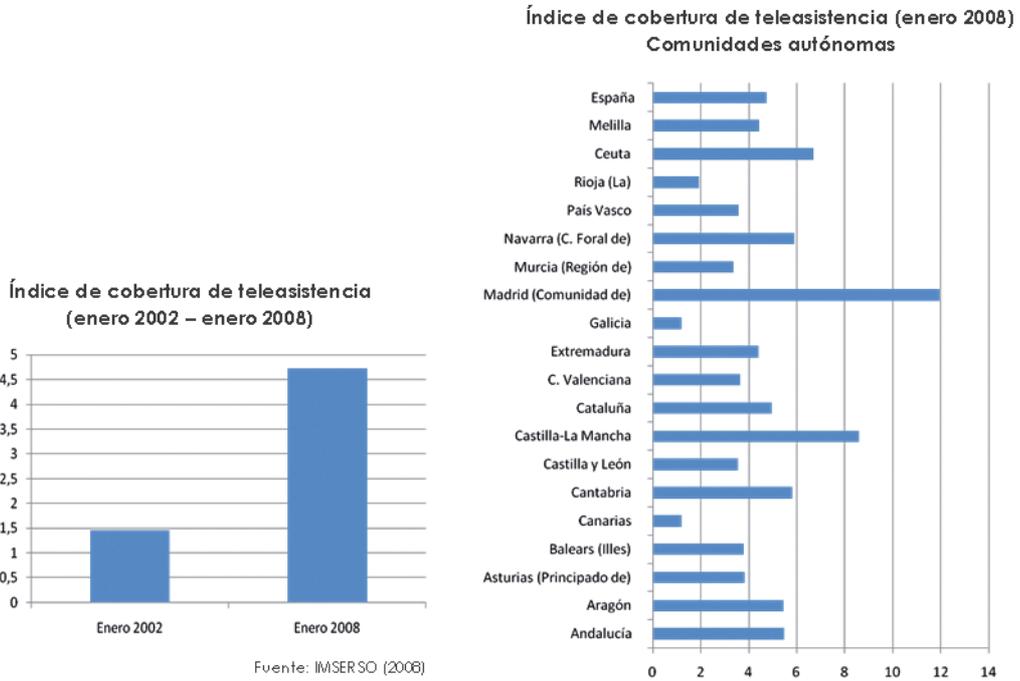
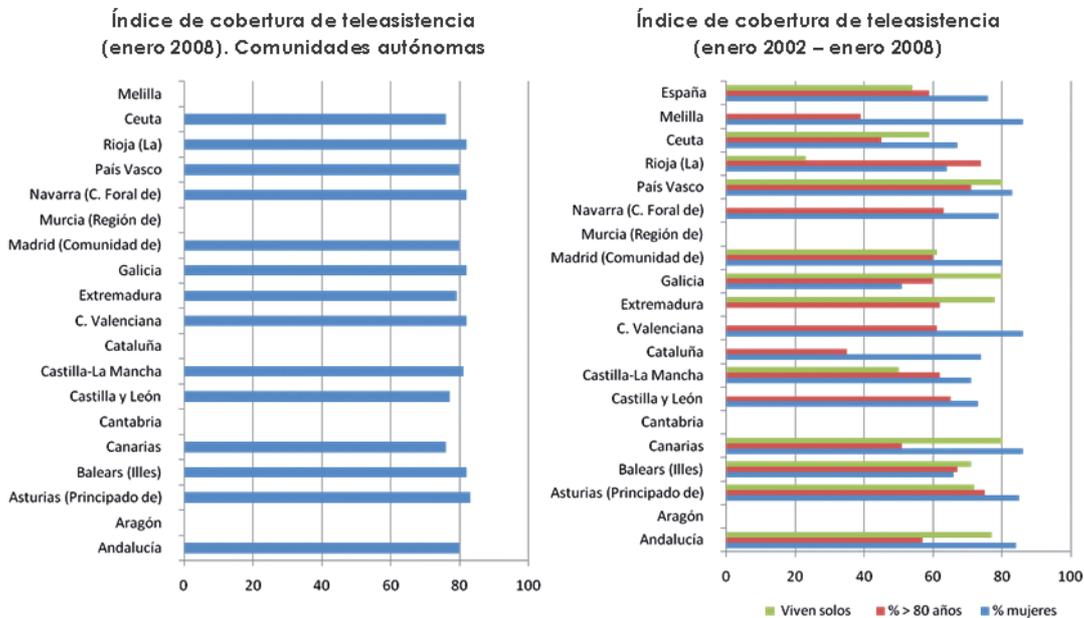


Figura 44.1

Respecto al perfil de los usuarios, en los gráficos se puede observar que la media de edad se sitúa en torno a los 80 años, siendo mayoritariamente mujeres de más de 80 años que viven solas (Fig. 45 I).

I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales



Fuente: IMSERSO 2008

Figura 45.I

Finalmente, respecto al precio de los servicios, la subvención ha contenido el aumento del precio del servicio que, en el periodo considerado, sólo se ha incrementado en un 4% Andalucía y la Comunidad Foral de Navarra son las que han mantenido los precios más bajos, situándose en el extremo opuesto, La Rioja (Fig. 46 I).

Los mayores ante las TIC

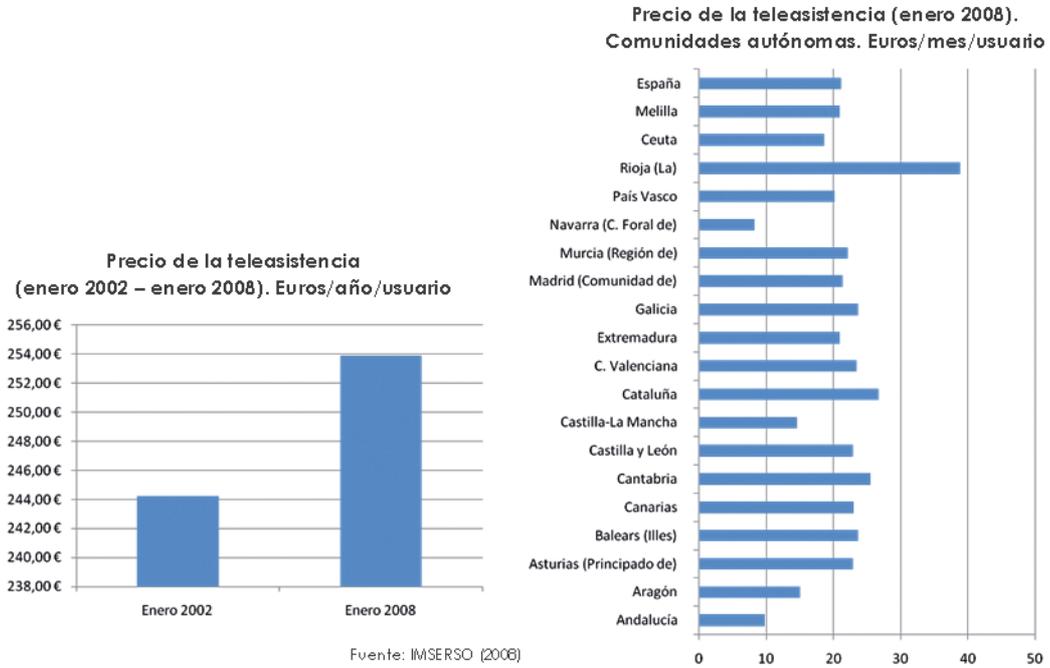
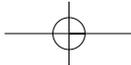


Figura 46.1

7. Referencias bibliográficas

1. Hoffman, D.L, Novak, T.P. y Schlosser, A. E. (2001). "The evolution of the digital divide: Examining the relationship of race to internet access and usage over time". En Compaine, B., *Digital Divide*. Cambridge, Massachussets: The MIT Press.
2. Baigorri, A. (2000), 'La fractura Digital', I Congreso Mundial de Alfabetización Tecnológica, Cáceres; Mattelart, A. (2001). *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona: Paidós, p. 163.
3. Carracedo Verde, J.D. (2003). "*Jerarquías y desigualdades en el diseño de las Sociedades de la Información: Explorando la estratificación digital*", p.1.
4. Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona; Plaza y Janés, p. 275.
5. Ford, A. (2002). *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, p. 115.
6. Covi, D. (2002). "Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza". En Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, No. 185, p. 13-33.
10. El cabo o Punta de Tarifa, localidad de la provincia española de Cádiz, sirve además de divisoria a las aguas del Mar Mediterráneo y del Océano Atlántico, que se cruzan justo enfrente de la propia ciudad, que por lo tanto está situada en la parte más angosta del canal o Estrecho de Gibraltar, a una distancia mínima de 14 kilómetros de las costas marroquíes, lo que la convierte en la ciudad europea más cercana al continente africano.
11. Véase Miguel A. Valero, José A. Sánchez y Ana Belén Bermejo, *Servicios y tecnologías de teleasistencia: tendencias y retos en el hogar digital*, Fundación para el conocimiento Madrid y Círculo de Innovación en TIC (CITIC). Madrid, junio 2007.



8. Notas

1. La primera definición que se puede atribuir a la accesibilidad proviene del sector de la geografía y se refiere a la facilidad de acceder a un lugar, una persona o una cosa.

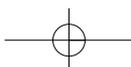
Con el advenimiento de la sociedad de la información, el concepto de accesibilidad ha evolucionado a fin de tener en consideración nuevas realidades. En efecto, se observa que la movilidad, la proximidad y la distancia ya no son elementos esenciales de la definición de accesibilidad, o más bien, que la accesibilidad en el espacio físico se halla ahora complementada por la accesibilidad en el espacio virtual, desafiando los principios de la distancia, de la proximidad o de la interacción espacial.

La accesibilidad al medio físico se refiere a la cualidad que tienen los espacios para que todas las personas, incluso aquellas afectadas de discapacidades de movilidad o comunicación, puedan:

- a) Llegar a todos los lugares y edificios sin sobreesfuerzos y con plena autonomía.
- b) Acceder a los establecimientos de uso público y los servicios que presten en condiciones de seguridad y autonomía.

De forma paralela a la accesibilidad al medio físico, la accesibilidad a la Web y a Internet en general (medio electrónico), se refiere al conjunto de elementos que facilitan el acceso a la información Web de todas las personas en igualdad de condiciones, y ello independientemente de la tecnología que utilicen (ordenador, PDA, teléfono y otros) y de la discapacidad del usuario (física, psíquica, sensorial y otras).

En ISO/TC 16027, se define accesibilidad como la facilidad de uso de forma eficiente, eficaz y satisfactoria de un producto, servicio, entorno o instrumento por personas que poseen diferentes capacidades. Por tanto, accesibilidad electrónica hace referencia a que los productos y servicios electrónicos puedan ser utilizados por los usuarios con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso determinado. Por ejemplo: accesibilidad de los equipos informáticos (hardware y software), accesibilidad Web, accesibilidad de la televisión digi-



tal, accesibilidad de la telefonía móvil, accesibilidad de los productos y servicios de domótica, así como otros servicios característicos de la sociedad de la información.

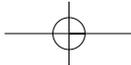
La accesibilidad es una condición necesaria para la participación social de las personas con distintas diversidades funcionales. En una sociedad en la que cada vez se utilizan más las tecnologías de la información y de las comunicaciones para informarse, estudiar, relacionarse, entretenerse, y trabajar, y en la que cada vez son más los servicios que se prestan por vía telemática, asegurar la accesibilidad de los nuevos medios tecnológicos, en particular de Internet, resulta prioritario.

La accesibilidad Web trata de aspectos relacionados con la codificación y la presentación de información en el diseño de una página Web, que va a permitir que las personas con algún tipo de limitación puedan percibir, entender, navegar e interactuar de forma efectiva con la Web, así como crear y aportar contenido.

Actualmente, todavía un significativo número de páginas Web presentan barreras de accesibilidad, lo que hace difícil e incluso imposible su utilización por muchas personas con diversidad funcional. Sin embargo, si las páginas Web y el software Web, fueran accesibles con carácter universal, cualquier persona con discapacidad podría utilizar estos servicios de forma eficaz.

Además de los usuarios con discapacidad anteriormente reseñados, también hay usuarios que disponen de conexiones lentas a Internet o que acceden mediante equipos portátiles del tipo PDA (Personal Digital Assistant) o teléfonos móviles con reducidas pantallas gráficas, que se benefician del diseño accesible. En general, todos los usuarios se benefician de la accesibilidad Web.

Las dificultades de acceso a los contenidos de la Web podrían reducirse considerablemente si, los responsables de las organizaciones que gestionan páginas Web, los desarrolladores de estas páginas y los gestores de contenidos, tuvieran en consideración las necesidades de las personas con discapacidad y la diversidad de formas de acceso (condicionada por los distintos tipos de terminales existentes, el software, la velocidad de la conexión y muchos otros factores) y respetaran unas sencillas normas de estructura y diseño de las páginas Web. Pero estas normas no son suficientemente conocidas y la mayoría de los diseñadores de sitios, los responsables políticos, los cargos administrativos, y los



proveedores de contenido no las tienen siempre en consideración.

El resultado es que muchos ciudadanos, y particularmente quienes tienen algún tipo de diversidad funcional y los de edad avanzada, experimentan dificultades para acceder a la información y a los servicios que ofrecen los nuevos medios de comunicación y, en concreto, Internet. Dado el desarrollo que están experimentando los servicios telemáticos, existe el peligro de que un gran porcentaje de la población quede, por estas razones, socialmente excluida. De ahí la razón de ser de nuestra Fundación Vodafone y de otras muchas organizaciones, privadas y públicas, que han convertido la construcción de una sociedad sin barreras tecnológicas dotada de accesibilidad universal, su objetivo principal.

Se trata de un concepto íntimamente ligado al de usabilidad.

2. La usabilidad es una condición necesaria pero no suficiente para ofrecer una buena accesibilidad. El concepto de accesibilidad es más amplio, cuando hablamos de usabilidad nos estamos restringiendo a un usuario de la audiencia objetivo del sitio y cuando hablamos de accesibilidad nos estamos refiriendo al máximo rango posible de usuarios, incluyendo a personas con discapacidad.

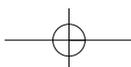
En muchas ocasiones se asocia, también, el concepto de experiencia del usuario con Usabilidad. La experiencia del usuario es un concepto mucho más amplio que usabilidad, podemos decir que la Experiencia del usuario engloba a la Usabilidad.

La usabilidad –anglicismo que significa “facilidad de uso”– como indican Bevan, Kirakowski, y Maissel (1991) parece tener su origen en la expresión “user friendly”, que es reemplazada por sus connotaciones vagas y subjetivas.

La definición más extendida es la ofrecida por la ISO, que define usabilidad como el “grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos, en contextos de uso específicos”.

En la definición se puede observar que la usabilidad se compone de dos tipos de atributos:

- a) Atributos cuantificables de forma objetiva: como son la eficacia o número de errores cometidos por el usuario durante la realización de una tarea, y eficiencia o tiempo empleado por el usuario para la consecución de una tarea.
- b) Atributos cuantificables de forma subjetiva: como es la satisfacción de uso,



medible a través de la interrogación al usuario, y que tiene una estrecha relación con el concepto de Usabilidad Percibida.

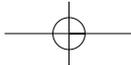
Como se indica en la definición, la usabilidad de una aplicación debe ser entendida siempre en relación con la forma y condiciones de uso por parte de sus usuarios, así como con las características y necesidades propias de estos usuarios. Un diseño no es en sí mismo usable: "lo es para usuarios específicos en contextos de uso específicos".

El concepto de usabilidad puede ser definido, además de como atributo de calidad de una aplicación, como disciplina o enfoque de diseño y evaluación. Se suele hablar entonces de Ingeniería de la Usabilidad o conjunto de fundamentos teóricos y metodológicos que aseguren el cumplimiento de los niveles de usabilidad requeridos para la aplicación.

Un concepto íntimamente ligado al de usabilidad es el de accesibilidad. Éste ya no se refiere a la facilidad de uso, sino a la posibilidad de acceso. En concreto a que el diseño, como prerequisite imprescindible para ser usable, posibilite el acceso a todos sus potenciales usuarios, sin excluir a aquellos con limitaciones individuales -discapacidades, dominio del idioma, etc.- o limitaciones derivadas del contexto de acceso como software y hardware empleado para acceder, ancho de banda de la conexión empleada, etc.

Se da la paradoja de que mientras que un diseño usable requiere delimitar a su audiencia potencial con el fin de diseñar para lo concreto, un diseño accesible implica la necesidad de eliminar las barreras de acceso y diseñar para la diversidad y heterogeneidad de necesidades de acceso presentadas por esta audiencia específica. Hasta hace muy pocos años, cuando la audiencia para la que se diseñaba era muy amplia y presentaba necesidades de acceso muy diferentes, normalmente se hacía necesaria la utilización de varias versiones del diseño o un diseño adaptable, como son las conocidas "versiones solo texto" o versiones en varios idiomas. Pero en la actualidad, gracias a la implantación de estándares Web se puede conseguir una única versión de la Web, accesible, de fácil uso y con una experiencia de usuario positiva.

3. Diversidad funcional es un término alternativo al de discapacidad que ha comenzado a utilizarse en España por iniciativa de los propios afectados. El término fue propuesto en el Foro de Vida Independiente, en enero de 2005 y pre-



tende sustituir a otros cuya semántica puede considerarse peyorativa, tales como "discapacidad" o "minusvalía". Se propone un cambio hacia una terminología no negativa, no rehabilitadora, sobre la diversidad funcional.

El Foro de Vida Independiente es heredero en España del Movimiento Internacional de Vida Independiente, nacido en la Universidad de Berkeley, San Francisco, tras la guerra de Vietnam.

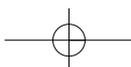
El cambio terminológico ha dado lugar también a una nueva manera de entender el fenómeno y ha significado la descripción de un Modelo de la Diversidad.

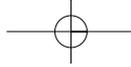
Existen muchas palabras ampliamente utilizadas en diferentes ámbitos para denominar al colectivo de mujeres y hombres con diversidad funcional. La más utilizada en España es "Minusválido": plazas de aparcamiento reservados para minusválidos, lavabo para minusválidos, pensiones para minusválidos, residencias para minusválidos, etc. Tanto en los medios de comunicación como en las calles, las personas con diversidad funcional forman parte de un colectivo "menos válido", o que "vale menos".

Por otro lado, en los textos jurídicos persiste esta terminología y se usan términos como incapacitación, incapacidad, discapacidad, invalidez (parcial, total, absoluta, gran invalidez), minusvalía y dependencia. Todos ellos resaltan el lado negativo de una realidad humana.

El término oficial para referirse a las personas con diversidad funcional es, por ahora, "personas con discapacidad", que es el concepto que recoge la Organización Mundial de la Salud en la Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (Véase la obra canónica Palacios, Agustina; Romañach, J (Diciembre de 2006). *El Modelo de la Diversidad: La Bioética y los Derechos Humanos para alcanzar la plena dignidad en la diversidad funcional*. España: Diversitas Editorial, pp. 252. ISBN 84-964-7440-2978-84-964-7440-6) y que la legislación internacional y las asociaciones representantes de personas con diversidad funcional emplean de forma mayoritaria.

Con el término diversidad funcional se propone una nueva visión que no es negativa, que no implica enfermedad, deficiencia, parálisis, retraso, etc. con independencia del origen patológico, genético o traumático de la diversidad en cuestión. No obstante, no se niega el hecho de que se habla de personas que



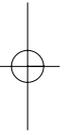


I. Los mayores ante las TIC: Aspectos generales

son diferentes a la norma estadística y que por ello realizan algunas sus funciones de manera diferente a la media de la población.

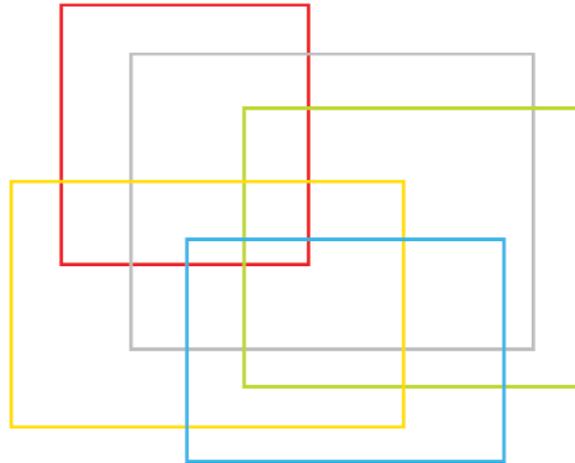
El Movimiento Internacional de Vida Independiente (MVI) considera que la terminología negativa viene derivada de la tradicional visión del modelo médico de la diversidad funcional, en la que se presenta a la persona diferente como una persona biológicamente imperfecta que hay que rehabilitar y "arreglar" para restaurar unos teóricos patrones de "normalidad". Para el MVI, tales patrones nunca han existido, no existen y en el futuro es poco probable que existan; precisamente debido a los avances médicos.

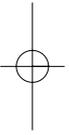






2. Hablan los mayores: Investigación cualitativa





1. Objetivos y metodología

1.1. Antecedentes y propósitos

Durante los últimos años se ha estudiado el retraso en el acceso de los mayores a las TIC, mediante la observación tanto factores culturales como actitudinales¹ y operativos.

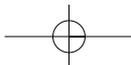
La reducción de la fractura digital constituye un objetivo social prioritario ya que es en los mayores donde las TIC pueden jugar un papel, si cabe, más importante ante sus problemas de comunicación, de soledad, de necesidad, de ayuda, etc.

La Fundación Vodafone España, que ya ha realizado algún estudio en esta línea “TIC y dependencia. Estudio de opinión” y es referencia en este campo, quiere profundizar en este segmento de población, desde una triple perspectiva:

- Establecer un análisis de la situación actual
- Profundizar en las barreras de accesibilidad
- Dimensionar las barreras y los umbrales de asequibilidad

1.2. El objeto de la investigación

Se pretende evaluar las barreras que parecen frenar el acceso a las TIC por parte de los mayores, contemplado todo ello desde una doble perspectiva:



Los mayores ante las TIC

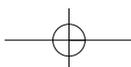
- a. Diagnosticar las causas de estas dificultades:
 - Actitudes
 - Desconocimiento
 - Usabilidad
 - Precios
- b. Establecer una estrategia para analizar las posibilidades de intervenir en:
 - Precio
 - Comunicación
 - Formación

En unos casos se trataría de recopilar la información disponible y en otros, como en el tema de asequibilidad, de profundizar y dimensionar. Centrándonos en esta última cuestión, la referida a la asequibilidad, se trata de conocer:

- El grado en el que la asequibilidad ejerce como barrera.
- Los umbrales de asequibilidad.
- Su traducción en los diversos tipos de dispositivos.
- Las tipologías de mayores que se establecen por asequibilidad y su dimensionamiento.
- Las diferencias entre los precios percibidos y los umbrales de asequibilidad.
- Las posibles estrategias.

1.3. Identificación de las barreras y grupos de investigación

De las diferentes fases de las que consta el estudio, estamos actualmente en la fase segunda, destinada a realizar una profundización cualitativa, que se ha abordado después de analizar los datos secundarios considerados en la parte I y conocer la perspectiva de los expertos.





Trataremos pues de identificar y entender qué barreras están incidiendo en el acceso y el uso de las TIC.

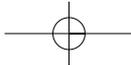
1.4. Investigación planteada

Se han realizado tres grupos de discusión en Madrid con personas entre 65 y 80 años. La variable de segmentación de los grupos ha sido el nivel de uso de TIC.

Los tres grupos los hemos clasificado del modo siguiente:

- a. Grupo I: Mayores que no han accedido a las TIC, al que hemos denominado grupo objetivo básico.
- b. Grupo II: Mayores que han accedido mínimamente al uso de las TIC, al que hemos denominado target de evolución.
- c. Grupo III: Mayores que si han accedido al uso de las TIC, al que hemos denominado target de aprendizaje.





En todos los grupos se ha profundizado en:

- Substrato de motivaciones y frenos
- Palancas que inciden en el acceso y en la asequibilidad
- Sensibilidad ante posibles estrategias

2. Análisis de resultados

2.1. Planteamiento del Análisis

Iniciamos el análisis del acceso a las TIC entre el colectivo de mayores de 65 años, adentrándonos en el momento vital de este colectivo.

Comprender el estilo de vida y el estado emocional que atraviesan los mayores de 65 años, es un punto de partida obligado para entender cómo se relacionan con las TIC, las variables que determinan el acceso y las variables que lo frenan.

En el segundo capítulo, entramos en el valor que le otorga este colectivo a la tecnología, y en el substrato motivacional que impulsa el acceso y el uso de la misma.

En el tercer capítulo, desarrollamos cinco tipologías actitudinales que nos delimitan claramente las barreras de acceso y de uso de cada tecnología.

El cuarto capítulo profundiza en la experiencia detallada en el acceso y uso de cada tecnología objeto de estudio: telefonía móvil, Internet y teleasistencia.

El quinto capítulo ahonda en el discurso que los mayores de 65 años desarrollan en torno a la asequibilidad, esto es, la adquisición y el gasto de uso de las TIC.

Finalmente abordaremos aquellas las tecnologías que se proyectan cara al futuro y aquellas a las que aspiran.

2.2. El momento vital del colectivo mayor de 65 años: Estado emocional y estilo de vida

El momento vital de una persona mayor de 65 años está impregnado por tres grandes dimensiones emocionales:



- Ser activo
- Ser conservador
- Sentirse sólo

La intensidad con la que el sujeto vive cada dimensión determina su posicionamiento vital.

No todos los mayores entre los 65 y los 80 años tienen un perfil emocional común. Ni mucho menos. Ello nos obliga a definir al menos dos perfiles emocionales con elementos diferenciadores que, sin embargo, poseen un elemento común: su carácter más bien conservador.

2.2.1. Perfil más activo

Los sujetos más jóvenes, entre los 65 y 75 años, son más activos y en ellos se manifiesta con intensidad variable, pero de manera bastante nítida, la aspiración a gozar de una autonomía personal lo más plena posible. En general, describimos un sujeto fuerte, con una evidente necesidad de autonomía personal, que suele verse muy reforzada desde su contexto social: médicos, asistentes sociales, familiares, amigos... Se diría que una buena parte de las personas mayores analizadas llevan una vida activa en la que demandan un tiempo para ellos, para hacer cosas como:

- Desarrollar nuevas inquietudes
- Realizar actividades que siempre se han deseado hacer
- Hacer una actividad física

2.2.2. Perfil menos activo, sentimiento de soledad

Son sujetos más mayores, de 80 o más años. Empiezan a sentirse solos y ese sentimiento se agrava con el paso del tiempo, el decaimiento físico y psíquico y/o la pérdida de un miembro de la pareja. Nos hallamos ante unas personas a las que se les despiertan temores. Un tiempo más triste, para reconocerse en su nuevo estado vital. Un tiempo de soledad caracterizado por:

- Echar de menos a seres queridos
- Necesitar más apoyo humano
- Un tiempo para la familia: hijos y nietos



Los mayores ante las TIC

El sujeto que se encuentra un poco perdido, con fuerte necesidad de apoyo personal.

2.2.3. Rasgo común a ambos perfiles

Como antes indicábamos, tienden hacia posiciones conservadoras. La moderación suele impulsar, aunque no siempre, todos sus actos. A partir de los 65 años se anhela un tiempo para la serenidad caracterizado por aspirar a poder encontrar:

- Un tiempo para descansar
- Un tiempo para un ocio tranquilo
- Un tiempo para disfrutar de la familia
- Un tiempo para ser caseros

Todo ello enmarcado generalmente en un contexto en el que hay una manifiesta dificultad de asumir riesgos y emprender nuevas acciones.



Figura 1.II



2.3. Características generales del estilo de vida de los mayores

2.3.1. Actividades sociales

Según el Profesor J.C. Meléndez Moral [2], existen diferentes variables que determinan que la persona mayor perciba una mayor o menor posibilidad de relaciones sociales. En la variable edad, el grupo que mayor porcentaje obtiene es el de más de 75 años.

Muy posiblemente, una vez pasados los primeros momentos en los que se produce un cierto desencanto al no ver cumplidas muchas de las expectativas esperadas, el sujeto se adapta a sus nuevas circunstancias, supera su crisis y adopta unas nuevas estrategias de vida a través de una reestructuración, tanto cognitiva como del desarrollo de nuevas conductas adaptadas a sus circunstancias vitales.

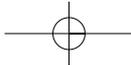
Dentro de estas estrategias estarían situadas las relaciones sociales. Aparece así como un elemento básico de la intervención en el cambio social de la tercera edad: el ser capaces de aportar el apoyo social necesario para la adecuada superación del periodo vital.

Además, debemos tener en cuenta que este apoyo social es más necesario en el caso de los hombres. Pues es en este grupo en el que mayores índices de cambio se operan al llegar el momento de la jubilación, algo específico de estas generaciones y que probablemente con la modernización y equiparación de roles sociales que estamos viviendo, disminuirá progresivamente.

Posiblemente, uno de los desencadenantes que mayor peso específico tengan en esa baja percepción de posibilidad de relaciones sociales, sea la pérdida del rol laboral, hipótesis que desde la teoría de la actividad se afirma ya que, según ésta, sólo el sujeto activo es un sujeto que está satisfecho.

Si durante un gran porcentaje de nuestras vidas la mayor ocupación de nuestro tiempo es el trabajo y por tanto es en él donde desarrollamos gran parte de nuestras relaciones sociales, se hace necesaria una adecuada planificación de la jubilación no sólo en el estricto sentido económico sino más bien en el plano vital.

Dotar a los sujetos jubilados de actividades con las que realmente se sientan identificados y que no minusvaloren sus capacidades ni hagan que se asuman



estereotipos negativos, se plantea como un elemento básico de la intervención social y familiar en cuanto a actividades de ocio y tiempo libre se refiere.

Dentro del estado civil, parece interesante que sea el grupo de viudos el que obtenga una puntuación superior. Posiblemente, el grupo compuesto por personas casadas siga manteniendo aquellas relaciones sociales establecidas por su propio rol, mientras que el grupo de viudos, además de seguir manteniendo estas, se plantea que sus relaciones sociales se pueden enriquecer y crecer en éste periodo del ciclo vital.

Esto de nuevo nos da una idea de que el periodo de la jubilación, aún a expensas de estar viudo, es decir, haber sufrido el acontecimiento vital más estresante que se puede vivir, puede seguir planteándose como un período de desarrollo social y personal, de crecimiento y de mejora y no como una línea en continuo declive en la que la soledad es uno de los ejes vitales de su existencia.

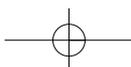
Por último, en la variable nivel estudios, es el grupo que no “sabe leer ni escribir con fluidez” el que percibe un mayor incremento en sus posibilidades de relaciones sociales frente a grupos con estudios primarios y de bachillerato, que son los que menos posibilidades perciben en cuanto a relaciones sociales.

Como conclusión, podemos indicar que estas relaciones sociales suelen concretarse en:

- Vínculos sociales del barrio
- Espectáculos
- Museos
- Salir con amigos
- Viajar

2.3.2. Inquietudes propias

Los mayores de nuestros días han cambiado. Ya no son aquellas personas mayores de 65 años que sólo y exclusivamente observan el paso del tiempo. Ahora buscan precisamente lo contrario, aprovechar las oportunidades que la nueva sociedad brinda para este colectivo que se traduce en una mayor autonomía, una mejor calidad de vida, más atenciones sanitarias, y especialmente una



constante inquietud por descubrir las posibilidades que la vida ofrece en esta etapa de cambio. Estas son las propiedades que caracterizan la nueva generación de mayores.

La larga vida laboral, las tareas domésticas, el esfuerzo por mantener el núcleo familiar y los cambios sociales y políticos marcan la vida de estas personas, pero no caen en la desidia o la apatía, de manera que cada vez es más frecuente observar a nuestros mayores asumiendo nuevos retos para el conocimiento, la cultura, el ocio o el deporte. Ejemplifican un modelo a seguir por su esfuerzo, vitalidad y trabajo.

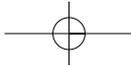
Ciertamente las personas mayores desarrollan aficiones nuevas y es justo que lo hagan. Además, cada vez muestran una actitud menos pasiva, en términos relativos, ante la oferta que se les realiza desde diferentes sectores, incluido el público en todos sus niveles, a fin de realizar actividades que concuerdan más o menos con sus inquietudes.

Los mayores analizados en esta investigación, dicen tener aficiones o hobbies de manera que los cursos que se organizan en diferentes niveles y por distintas entidades, constituyen la modalidad de actividad preferida cuando se hallan fuera del hogar. Le siguen, más o menos por este orden, las clases de escritura creativa, música activa, risoterapia, perfeccionamiento de la autoestima, pintura, fotografía, Internet, ordenador...

2.3.3. Actividades domésticas

En lo que se refiere a las actividades domésticas, hay claramente tres que espontáneamente manifiestan cuando se les interroga por su actividad en ese marco hogareño:

- Realizar las tareas de la casa. Aunque el gran peso lo lleve la mujer, el hombre mayor de hoy participa en algunas labores que le son más gratas como las de hacer recados, realizar arreglos, el bricolaje, etc.
- Cuidar a los nietos. Tarea que los abuelos realizan con gusto.
- Ver la TV.



2.3.4. Deporte

De acuerdo con el artículo de Cayetano Martín Olalla², las personas mayores se encuentran en una nueva etapa de su vida en la que deben afrontar numerosos cambios que son consecuencia del proceso de resocialización que experimentan. Deben asumir las características, actitudes y comportamientos que conllevan este nuevo período y que nunca antes habían asumido.

Los estudios sociológicos sobre la actividad física y deportiva y personas mayores, son escasos ya que es un ámbito de interés reciente, a diferencia de la medicina o la biología.

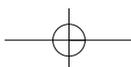
Para poder hacer un análisis sociológico de la tercera edad, debemos conocer el perfil de la pirámide de población, cosa que vimos en la parte I. La población española está experimentando un envejecimiento debido a una disminución de la mortalidad (mejor alimentación, más recursos, avances médicos) y de la natalidad, y un aumento de la esperanza de vida. Y es que España es uno de los países con una mayor esperanza de vida al nacer entre otras cosas, por su excelente dieta mediterránea.

Pero, ¿qué significa ser mayor desde un punto de vista sociológico? El envejecimiento se define como proceso, como construcción social [3] y como estado no homogéneo. Veamos detenidamente cada uno de estos términos y expresiones.

El paso a la tercera edad no se realiza a una edad concreta ni de una sola vez, sino que existe un proceso que desemboca en un estado que normalmente se define por características asociadas a incapacidad, pasividad, dependencia. Es importante tener en cuenta esto último para poder comprender la actitud de las personas ante este periodo de transición.

A lo largo de la historia, según ha ido evolucionando la sociedad, también ha ido evolucionando la forma de entender esta etapa de la vida. Por ello podemos referirnos a la vejez como construcción social. Actualmente son las instituciones y la sociedad las que establecen a partir de qué edad una persona es considerada mayor (jubilación) y como desde antaño, se les asigna unos roles sociales que especifican claramente los comportamientos y actitudes propios, y perdónese me la expresión, de los "viejos".

Aunque la existencia de estereotipos y roles sociales puedan dejarlo entrever, la vejez no es un fenómeno homogéneo y no podemos esperar de ellos conduc-



tas homogéneas. Hay una serie de variables que influyen, tales como el nivel económico y cultural, los hábitos de ocio, la personalidad, las relaciones afectivas, los vínculos familiares, el tipo de trabajo desarrollado, la conciencia o las enfermedades padecidas...

Los rituales más importantes de paso a la tercera edad son:

- a. La jubilación: supone el abandono del trabajo, elemento alrededor del cual se lleva organizando la vida durante muchos años. Como en las sociedades postmodernas la actividad productiva es el criterio de valoración del individuo más utilizado, es normal que éste abandono suponga un desajuste en su vida que deberá ser resuelto cuanto antes.
- b. El espacio y el tiempo: la jubilación implica cambios con respecto a las dimensiones espacio y tiempo. Aunque se haya encontrado una actividad que sustituya a la laboral, el tiempo que se pase en el hogar va a ser mayor que antes, lo cual puede provocar conflictos con los familiares en este seno hogareño. Así, es necesario que la persona mayor reconquiste espacios y tiempos para el cultivo de la propia individualidad.
- c. El empobrecimiento económico: asociado normalmente a la jubilación, debe cambiar muchos hábitos relacionados con el ocio y el consumo. Como las personas mayores de hoy han pasado por épocas de necesidades y con otros valores distintos al consumo, les va a costar menos esta adaptación. Mucho menos que a los futuros mayores socializados desde pequeños en esta sociedad del consumo.
- d. La soledad: aunque no es algo constante porque depende mucho de la biografía del sujeto, se pueden ir produciendo hechos que van a contribuir a esta situación: la marcha de los hijos, la pérdida de los progenitores, la viudedad, la muerte de amigos... Pero debemos potenciar en nuestros mayores el hecho de que la soledad se vea más como una oportunidad (independencia, reelaboración del yo y del lugar que tienen en el mundo...) que como un problema.
- e. El deterioro corporal: con la edad nuestro cuerpo experimenta cambios morfológicos y fisiológicos que van a afectar a la calidad de vida de las personas mayores, provocando una cierta pérdida de autonomía hasta poder conducir a una imposibilidad de realizar tareas domésticas y de autocuidado.

f. La muerte: la propia y la de personas cercanas y familiares. Si es difícil afrontar la jubilación, aún lo es más poder afrontar lo que representa el fin de la vida.

El contexto descrito con anterioridad es importante para realizar el análisis de la relación de la actividad física con las personas mayores que se realiza a continuación.

Hay que aclarar que si las personas mayores de ahora realizan menos deporte que los jóvenes, no significa que hayan dejado de hacerlo sino que nunca lo han hecho y es que hay que tener en cuenta las características de la época que han vivido en su niñez, juventud y edad adulta; es lo que se ha denominado efecto generación.

Podemos decir que cada vez son más las personas mayores que realizan algún tipo de actividad física y/o deportiva³. Y es que es una actividad que comienza a ser reconocida como una actividad útil y con sentido para sus vidas. Veamos algunos datos estadísticos que confirmen este hecho:

En 1980, cuando aún no existía una oferta deportiva pública, el 8% de las personas de 50-60 años y el 5% de los mayores de 61 realizaba actividad física⁴. Una de las investigaciones del CIS correspondientes al año 2000, muestra que el 17% de las personas de 55-65 años realiza actividad física y que el 24% sale al campo. En cuanto a los mayores de 65 años, el 11% realiza alguna actividad física y el 22% sale al campo de forma regular.

Además, los datos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2001), nos muestran que el 70% de las personas suelen dar paseos y acudir al parque, una proporción similar realiza compras y recados y más de un 20% va a un club, hogar o sociedad recreativa, aunque menos del 10% manifiesta realizar algún deporte.

¿Dónde acuden a realizar actividad física? Un 53% de los mayores de 65 años acude sobre todo a instalaciones públicas, el 33% a clubes abiertos y el 18% a clubes privados. Lo que nos permite comprobar que las personas mayores responden muy bien a la oferta pública.

El 6% de los que tienen entre 55-64 años y el 4% de los que tienen entre 65-74 años, son socios o accionistas de un club deportivo.

El 39% de las personas que tienen entre 55-64 años, consideran que su forma física es buena o excelente. Lo que indica que no sólo aumenta la esperanza de vida sino también la calidad de ésta.

En cuanto a la frecuencia de práctica de deportes, el 51% de las personas de 55-64 años la realizan tres o más veces a la semana, y lo mismo ocurre con el 54% de los mayores de 65. Estos datos son iguales e incluso superiores que aquellos obtenidos a partir de personas más jóvenes. Por ejemplo, en el caso de los jóvenes, el porcentaje es del 67% y en las personas de edad comprendida entre 45-54 años, el porcentaje disminuye al 35%. Por tanto, cuando las personas mayores realizan actividad física le dedican más tiempo que las personas más jóvenes, pudiendo estar este hecho influido por la mayor cantidad de tiempo libre del que disponen y porque los beneficios de la actividad física son más importantes y notorios a estas edades avanzadas.

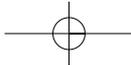
En cuanto a los motivos por los que no realizan actividad física, el factor edad en general alcanza un porcentaje importante (32%). El 22% de entre los que tienen 55-64 años y el 16% de los mayores de 65 años, dicen que aunque hayan abandonado este hábito, les gusta realizar actividad física, por lo que se entiende que quizás el abandono haya sido producido por motivos de salud.

Son muy pocas las personas mayores que realizan actividades físicas de aventura en la naturaleza (el 3% de los mayores de 55 años). Seguramente el motivo sea el riesgo que conlleva y las exigencias de una buena condición física para realizar estas actividades.

Sólo el 9% de las personas de 55-64 años y el 7% de los mayores de 65 años han participado en las competiciones populares de deporte para todos. Aunque los porcentajes no han crecido comparados con años anteriores, ahora sí se incluye a los mayores de 65 años. Éstos tienen cada vez menos reparo en practicar actividades con personas de edades más jóvenes lo que significa dos cosas importantes: una que ellos ya han valorado sus características y limitaciones físicas y que el resto de la sociedad es más receptiva y está cada vez más acostumbrada a este tipo de situaciones.

Para concluir es importante procurar que los mayores reflexionen sobre la nueva etapa que les ha tocado vivir. Así podríamos marcar los siguientes objetivos hacia los que debe ir dirigida dicha reflexión:

- Hacerles ver los rituales por los que han pasado: que existen como tales y que afectan a todo el mundo.
- Reconocer los desajustes que cada uno de los rituales ha provocado.

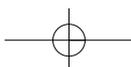


- Asumir que han aparecido problemas, ya que sólo podrán resolverse o afrontarse si se reconoce su existencia.
- Comprender la necesidad de reorganizar la propia vida en función de las características de la nueva situación.
- En cuanto a nuestra labor con esta población, no se puede limitar a tratar únicamente con un cuerpo que ya tiene muchos años, sino que debemos acercarnos a ellos y comprender el momento que viven y por tanto las necesidades afectivas, psicológicas, sociales, además de las físicas, que tienen.
- Las personas mayores constituyen un grupo de población en continuo aumento, pero hay que cuestionarse en qué condiciones se está envejeciendo en nuestro país, es decir, la calidad de vida de estas personas.
- El término calidad de vida incluye, para la mayoría de los investigadores, todos los aspectos de la vida humana. Supone cualquier cosa que uno se pueda imaginar y que le pueda interesar. La calidad de vida se basa en percepciones y expectativas individuales. Esto implica que este concepto no es algo estático, sino dependiente del tiempo y que sufre cambios y refleja las experiencias de la vida.

El interés por la evaluación de la calidad de vida en la edad adulta, ha motivado a algunos autores a buscar un instrumento para su medida. La influencia del estado de salud sobre la calidad de vida de las personas mayores ha sido un tema estudiado con detenimiento. De hecho, la salud es el aspecto que más inquietud produce en las personas mayores.

Se ha demostrado científicamente que la actividad física, junto con una dieta adecuada, es un método eficaz para retrasar la aparición de los problemas ligados al envejecimiento. La *Organización Mundial de la Salud* (OMS) ha dejado constancia de la necesidad para los mayores de ejercitar los músculos haciendo una actividad física moderada y regular con el objetivo de preservar al máximo sus capacidades funcionales.

El bienestar de las personas mayores recae principalmente en el factor económico y en el de la salud. En los últimos años, se ha producido una mejora en la situación económica de las personas mayores. La salud es el aspecto que más preocupa a los mayores en nuestro tiempo. Las personas mayores entienden que el



mantener unas buenas condiciones de salud es el factor más influyente a la hora de determinar la calidad de vida.

España se caracteriza por ser uno de los países del mundo en el que más tiempo siguen viviendo los individuos una vez que traspasan el umbral de la jubilación.

Los diferentes estudios sociológicos de las conductas de los españoles, de los que son pioneros los trabajos de García Ferrando [4], han sido llevados a cabo tanto desde una perspectiva orientada directamente hacia la práctica deportiva como bajo una perspectiva de salud. Es decir, se enfoca la actividad física o el deporte como una conducta más que presenta relación con la salud de los individuos. Esta segunda orientación, ha cobrado importancia conforme se han llevado a cabo investigaciones que justifican la relación de la actividad física con la salud.

En las cuatro últimas encuestas sobre hábitos deportivos de la población en España dirigidas por el profesor García Ferrando, se efectúan varias propuestas acerca del deporte obteniéndose como resultado la noción de *Deporte salud*. El deporte permite estar en forma, es el significado más aceptado por la población española, con un 58% en 1985, un 58% en 1990, un 60% en 1995, y un 66% en 2000.

En lo que se refiere a la vejez, se empieza a observar un fenómeno relativamente nuevo que implica una estrecha relación entre la actividad deportiva y la salud en esta etapa de la vida. Hasta hace pocas décadas, cuando las personas envejecían, o bien reducían su ritmo de trabajo o bien buscaban otras ocupaciones más fáciles. En cualquier caso, el retiro de la actividad profesional tendía a valorarse como una de las conquistas más importantes del Estado de Bienestar. Después de una larga etapa de trabajo, la posibilidad de retirarse de una actividad productiva o de reducir el ritmo en otras de diversa índole -cuidado de los hijos, tareas del hogar, etc., se considera normalmente como una liberación. De alguna manera se genera un sentido de reposo y de descanso durante las horas que antes se dedicaban a otro tipo de actividad.

Sin embargo, después de un determinado periodo de disfrute del tiempo liberado del trabajo, todas estas horas libres que quedan a iniciativa personal del jubilado pueden convertirse en interminables, sobre todo, cuando predomina el aburrimiento por encima del sentimiento gratificante del no tener que hacer nada. Por ello, surge la necesidad de estar ocupados, es decir, las personas mayores preci-

san llevar a cabo algunas actividades útiles bien sea para ellos, para la familia o para la sociedad. En este sentido, estamos asistiendo a la aparición de una nueva edad tal, y como señalan los teóricos actuales es la que le sigue al final de las constricciones productivas y que antecede a la decadencia física, psíquica y social.

La capacidad de mantenerse activos y útiles nos parece adecuada para contribuir a la sensación de bienestar del colectivo de las personas mayores favoreciendo sus condiciones vitales. Uno de los destinos de participación social más demandados por los mayores en los últimos años es el deporte. Ello es así por varias razones:

- Porque es un hecho demostrado que la realización de programas de preparación física de una manera sistemática mejora la capacidad para realizar tareas que impliquen motricidad, coordinación, fuerza y resistencia.
- Porque produce los siguientes efectos beneficiosos: reducción de peso, disminución de la presión sanguínea, regulación del pulso, disminución de la tensión neuromuscular, mejora de la fuerza y la flexibilidad, desarrollo de la capacidad respiratoria, mayor resistencia a la fatiga, mejora de la estabilidad emocional y elevación la potencia cardíaca y, en general, retardo del envejecimiento (Mazzeo y otros, 1998)⁵.
- Si consideramos la relación entre la práctica de actividades físicas regulares y los aspectos psicológicos, veremos que del análisis de la autoestima en personas de edad (ya que los trabajos más numerosos se encuentran en edades más jóvenes y en atletas) se puede inferir que si se controlan o se retardan las condiciones físicas desfavorables, que son aparentemente las causas de la baja autoestima, ésta debería mejorar.
- En el nivel más abstracto de los beneficios que reporta la participación en los programas de actividades físico-deportivas, hay que destacar la contribución de Hernández Moreno (1997)⁶, quien recoge la clasificación elaborada por Nixon y Jewet⁷ y propone un modelo de finalidades de la actividad física, combinando tres dimensiones existenciales básicas del ser humano:
 - El hombre dueño de sí mismo. Es decir, el hombre se mueve para mantener y mejorar sus capacidades funcionales y para conseguir una integración personal (conocimiento de sí mismo).

- El hombre en el espacio. Adaptarse y controlar el ambiente físico que le rodea, mediante la consciencia para desplazarse y proyectarse en relación con las cosas y las personas que le rodean.
- Comunicarse, compartir ideas y sentimientos, expresarse, clarificar. Ello implica que exista una integración grupal mediante el trabajo en equipo y las relaciones de competición y liderazgo, lo que conduce, a su vez, tanto al conocimiento como a la integración en la cultura en la que se encuentra inserto.

La práctica de un programa de entrenamiento físico adecuado mejora tanto el área física como la psíquica. El propósito de la actividad física en los adultos mayores se puede resumir siguiendo a estos autores en los siguientes puntos:

- Bienestar físico.
- Autoconfianza.
- Sensación de autoevaluación.
- Mayor seguridad y confianza en las tareas cotidianas, por un mejor dominio del cuerpo.
- Aumento de la movilidad.
- Mejor respuesta a las propuestas de actividades (prontitud).
- Aumento de la movilidad articular.
- Aumento del tono muscular.
- Mejoría en la amplitud y economía de la respiración.
- Mejoría en la circulación, especialmente a nivel de las extremidades.
- Aumento de la resistencia orgánica.
- Mejoría de las habilidades y de la capacidad de reacción y de coordinación.
- Mejora las respuestas frente a la depresión, el miedo, las decepciones, los temores y las angustias.
- Fortalece psicológicamente frente al aburrimiento, el tedio, el cansancio y la soledad.
- En cuanto a los tipos de deportistas se pueden distinguir tres categorías entre los practicantes de deporte en el colectivo de personas mayores:
 - Los deportistas de toda la vida: son personas que no han abandonado nunca el deporte y que de un modo consciente y responsable han ido adaptándose a su merma de facultades.
 - Antiguos deportistas, pero "inconscientes": son deportistas que, o bien abandonaron el deporte y posteriormente lo reanudan dispuestos a revi-

Los mayores ante las TIC

vir su pasado sin previa consulta médica, o bien son deportistas que pese a seguir su entrenamiento durante años, han rebasado los límites de sus capacidades, creyéndose capaces de grandes hazañas.

- Nuevos deportistas: son personas que no han sido deportistas de jóvenes y que, al ver declinar sus facultades físicas, intentan permanecer activos y conseguir una segunda juventud mediante la práctica deportiva.

En conclusión, y a partir de las respuestas obtenidas en la investigación cualitativa, podemos establecer que en 2010, las tendencias no muestran, en general, una gran motivación por parte de los mayores hacia el deporte aunque sí les interesa el ejercicio más o menos sistemático y también algunas de sus nuevas tendencias orientales como yoga y tai chi. En Concreto:

- Pasear
- Nadar
- Correr
- Bicicleta
- Yoga
- Tai Chi
- Ir al parque con nietos



Figura 2.II

2.4. El estado emocional y el estilo de vida van a condicionar fuertemente la motivación y la actitud hacia las TIC

2.4.1. Soledad

Los mayores que se sienten solos tienen, según nuestro análisis, una actitud ambivalente ante las TIC:

- Por un lado hay una búsqueda de apoyo para cubrir necesidades de carácter emocional y funcional, de manera que algunos de los mayores a los que hemos oído reconocen la importancia de la tecnología. Así textualmente dicen: *“Las TIC me pueden ayudar”*.
- Pero por otra parte se pone de manifiesto una fuerte lejanía hacia las TIC como herramienta de apoyo para cubrir estas necesidades. Textualmente dicen: *“Las TIC no están pensadas para personas como yo”*.

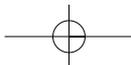
2.4.2. Conservadurismo

La actitud conservadora no facilita la incorporación a las TIC. Así dicen algunos: *“Las TIC no son para mí, me dan pereza”*.

2.4.3. Actitud activa

En la actitud activa de la persona mayor de 65 años se configuran dos actitudes contrapuestas, otra vez la ambivalencia, hacia la tecnología que se concretan en:

- Pro-tecnológica desde la existencia de inquietudes por descubrir cosas nuevas, actitud positiva presente en algunos mayores que se expresa y resume en la frase: *“Las TIC son una oportunidad”*.
- Anti-tecnológica, desde la falta de reconocimiento de la necesidad de servirse de las Nuevas Tecnologías y la reafirmación en su estilo de vida activo de



Los mayores ante las TIC

su status que, según los que así opinan, merece reconocimiento, respeto y máxima atención personal por el hecho, para ellos importante, de ser mayor. Dicen: *“Las TIC no me aportan nada”*.



Figura 3.II

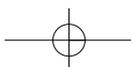
2.5. Significados de la tecnología: Análisis motivacional del uso de las TIC

2.5.1. Significados de las TIC por perfiles de usuarios

2.5.1.1. Grupo Avanzado en el uso de las TIC

El grupo de mayores analizado que tiene más afinidad por las TIC presenta algunos aspectos significativos que resulta interesante matizar:

- Para unos el advenimiento y despliegue de las TIC en todos los niveles sociales y en la mayoría de los colectivos es textualmente: *“Un forma de no quedarte atrás es acercarte a los otros, es mirar más allá. Así, por esta razón, “Aunque no te guste tienes que estar”*.
- Otros, de una manera bastante realista, señalan que: *“Hay muchos aspectos de la vida cotidiana que tienes que relacionar con la electrónica”*.



- Por último, los más soñadores o los que tienen una visión más abierta del mundo, indican que la tecnología informacional: *“Te abre la mente”*.
- Las palabras y frases que este subgrupo más pronuncia son:
 - “Una ventana al mundo”*.
 - “Dispositivos móviles”*.
 - “Un avance para la sociedad”*.
 - “Creación de oportunidades”*.
 - “Una motivación vital”*.
 - “Generación de nuevas inquietudes”*.
 - “Internet”*, *“Nuevas posibilidades de comunicación”*.

2.5.1.2. Grupo Medio en el uso de las TIC

Este grupo de personas mayores se escuda en su edad para mirar a las TIC con una actitud que tiene un componente de curiosidad y otro de recelo, especialmente de las propias capacidades personales para acceder a estas tecnologías. Se diría, en pocas palabras, que hay un interés matizado por el miedo a su edad. Textualmente, dicen: *“Lo malo es que nos hacemos muy viejos y no hay tecnología para eso”*.

Esa actitud general de culpar a la edad, viene matizada, a su vez, también por actitudes más concretas:

- Los que reconocen que el advenimiento de las TIC: *“Es un gran avance pero tiene sus defectos”*. Esos defectos que les atribuyen suelen estar relacionados con la usabilidad y la accesibilidad.
- Hay un subgrupo que afirma implícitamente la necesidad de una formación y entrenamiento previos. Textualmente dicen: *“Si se utiliza bien, porque muchas veces nos complica la vida”*.
- Los que admiran y tienen una sana envidia hacia sus nietos y con cierta admiración afirman de ellos: *“Nacen sabiendo”*.

2.5.1.3. Grupo Básico en el uso de las TIC

Se trata del conjunto de personas más reticente al uso de las TIC. Aunque sus expresiones pueden resultar un poco exageradas formalmente, las hemos expresado textualmente tal y como han sido dichas: *“La tecnología me mata, todo lo que*

conlleva se lleva muy mal conmigo, se me ponen los pelos de punta” “Va todo muy deprisa”...

Ciertamente, lo que importa es el fondo, que expresa una cierta frustración al reconocer explícitamente su falta de capacidad para el uso y acceso de las TIC.

- El subgrupo que reconoce la importancia de las TIC, incluso su necesidad, pero experimenta un rechazo a priori, un cierto malestar ante unas tecnologías reconocidas como necesarias, pero consideradas por estos individuos como algo que se les escapa, que no está a su alcance. Así dicen: *“Nos guste o no es el futuro”*.
- El subgrupo que vive al margen de la existencia de las TIC. Sus miembros, sencillamente dicen: *“No pienso en ello”*.
- Otro subgrupo expresa un rechazo frío y distante hacia la tecnología. Dicen simplemente: *“No me gusta”*.
- El último subgrupo, que pensamos ha tenido en algún momento una relación frustrante con las TIC, se manifiesta con indignación: *“Me vuelvo loco”*. En el fondo, aunque no se manifieste, hay en este subgrupo una rebeldía que constituye la base de una posible integración en el universo TIC.

Dentro de este Grupo Básico en el uso de las TIC, son los subgrupos primero y cuarto, los más recuperables para un uso racional de las TIC. El expreso reconocimiento del valor de las TIC por el primer subgrupo y la rebeldía que expresan los del cuarto, son el caldo de cultivo para una acción formativa, dicho esto con todas las reservas. Los grupos carentes de interés o claramente tecnofóbicos son difícilmente recuperables. Las palabras y frases que este subgrupo más pronuncia son:

“Rapidez”.

“Horror”.

“Imposible”.

“Futuro”.

“Nuevo”.

“Sin control”.

Todos los miembros pertenecientes a este grupo piensan que: *“Hemos llegado un poco tarde”*.

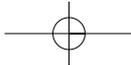
En conclusión, si partimos del análisis del Grupo Avanzado en el uso de las TIC y realizamos, tal como hemos hecho, un exhaustivo análisis que finaliza en Grupo Básico en el uso de las TIC, vemos que:

- a. El Grupo Avanzado en el uso de las TIC, ha iniciado un proceso de interiorización que se concreta en la aparición de una necesidad que está presente en el sujeto.
- b. El Grupo Medio en el uso de las TIC, desea acceder a la tecnología porque reconoce su utilidad e importancia pero, implícitamente está demandando formación. Textualmente manifiesta: *“Es una cosa que yo no le saco provecho y no quiere decir que no sea importante, otra cosa es que yo no la domine”*.
- c. Grupo Básico en el uso de las TIC, tiene el problema aparcado. El acceso y uso de las TIC constituye para estas personas un proceso por interiorizar, una necesidad no presente en el sujeto. Hay una evidente falta de motivación lo que constituye, como luego veremos con mucho más detalle, la barrera principal para que los mayores usen las TIC en beneficio propio y de su entorno familiar y social. El pesimismo y un cierto fatalismo son patentes en la afirmación: *“Hemos llegado un poco tarde”*.

SIGNIFICADOS DE LAS TIC POR PERFILES DE USUARIOS



Figura 4.II



2.5.2. Significado de la aprobación, justificación y negación de las TIC

Dentro del análisis motivacional del uso de las TIC, buscamos ahora un campo de significado que nos abre el análisis hacia las motivaciones y actitudes en el uso de las TIC.

Así hemos establecido tres significados que exponemos a continuación:

2.5.2.1. *Significados que aprueban o confieren atributos positivos a la tecnología*

Tratan de poner de manifiesto que las TIC son una oportunidad para estar en el mundo. Estos significados que valorizan la tecnología son, en el caso de las personas mayores, los que se enuncian a continuación, sin que la relación sea exhaustiva pues nos limitamos a indicar los que los grupos han manifestado:

- Autonomía.
- Libertad.
- Relación.

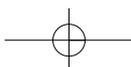
2.5.2.2. *Significados que justifican a la Tecnología*

Tratan de poner de manifiesto que las TIC son vitales pero difíciles de incorporar. Las personas mayores entienden la necesidad de las TIC afirmando su significado práctico pero no las ven tan accesibles como ocurría en el caso anterior. Así, este grupo atribuye espontáneamente a la tecnología que nos ocupa los significados siguientes:

- Práctica.
- Joven.
- Difícil.

2.5.2.3. *Hay también grupos de mayores que utilizan significados que niegan a la Tecnología*

Se autoexcluyen del proceso de incorporación mediante una expresión textual común un poco lapidaria "Las TIC no son para mí". Los significados que predomi-



nan en este grupo expresan sensación de vértigo, descontrol y temor. Espontáneamente fluyen los significados siguientes:

- Rapidez.
- Sin Control.
- Miedo o temor.



Figura 5.II

2.5.3. Significados que justifican y niegan la tecnología

Desde los significados que justifican y niegan la tecnología, presentes básicamente en los grupos de usuarios medios y básicos en el uso de TIC, se articula el discurso de "sentirse víctimas del progreso". Este discurso, expresado por algunas de las personas mayores que han participado en las dinámicas de grupo, merece un análisis específico:

- Se trata, en primer lugar, de un discurso que conecta directamente con la no interiorización de la tecnología en su vida cotidiana. En este sentido, los mayores que así se han expresado optan por mantenerse al margen y dicen: *"No forma parte de mi estilo de vida"*.

Los mayores ante las TIC

“A mi es que lo que me gusta es pasear y llegar a casa y ver la tele o leer el periódico”.

El grupo que articula este discurso muestra desinterés y ninguna intención de cambiar de actitud.

- En segundo lugar, hay un grupo que articula un discurso que les sirve para justificar su lejanía de las TIC. Esa lejanía denota incapacidad y una cierta falta de voluntad para esforzarse. Las personas pertenecientes a este grupo dicen que la tecnología:

“No están pensadas para gente como yo”.
“Hemos llegado tarde para coger el tren de la tecnología”.

Las personas mayores comprendidas en este apartado que justifican o niegan la tecnología se sienten analfabetos tecnológicos.

Presentan una elevada desmotivación y desconocimiento, ambos aspectos claves para entender su desvinculación hacia las TIC. En resumen, se aprecia una gran falta de ilusión.



Figura 6.II

2.5.4. Valores de la tecnología

Más allá de la motivación y finalmente de la actitud que se genera hacia las TIC, a la tecnología se le reconoce una serie de valores admitidos y consensuados por todos. Si concretamos a partir de la información de la investigación realizada, reconocen con claridad unos valores y opinan, en consonancia con ello, que la tecnología es:

2.5.4.1. Autonomía

Lo que supone tener un mayor espacio de libertad, más independencia personal, poder desarrollar actividades físicas de una manera controlada y sin temor a la desorientación y, poder desarrollar actividades mentales mediante la utilización de programas adecuados. La frase clave pronunciada respecto de la tecnología, dice: "Me permite ser autónomo".

2.5.4.2. Seguridad

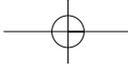
Esta es una cuestión clave para las personas mayores. Viene asociada a tranquilidad personal y familiar y a la comodidad de poder acceder a diferentes servicios con carácter ubicuo y personalizado. La frase que más repiten en relación con la tecnología, es: "Me permite estar seguro".

2.5.4.3. Conexión con el mundo

Aunque podría pensarse en principio que para las personas mayores podría tratarse de un valor menos importante, la información adquiere cada vez mayor interés para las personas mayores las cuales desean estar en conexión con la realidad y tener la ocasión de explorar esa misma realidad. Al respecto, opinan que la tecnología: "Me permite estar en el mundo".

2.5.4.4. Comunicación

Ciertamente, la comunicación es un valor fundamental en estos nuevos tiempos impregnados por la tecnología. Ésta permite a las personas integrarse en la sociedad y relacionarse con familiares, amigos, servicios médicos, asistenciales, de



ocio, etc. Esto es, los sitúa en el mundo real actual porque tienen la necesidad de sentirse conectados a él. La frase más curiosa que libremente expresan, se refiere precisamente a esa necesidad de conexión; esta es: *“Me permite estar conectado”*.

En conclusión, cuando el sujeto conecta con algún valor de los expresados, se activa la necesidad y se genera la motivación hacia el uso de las TIC.

VALORES DE LA TECNOLOGÍA

Más allá de la motivación y finalmente la actitud que se genera hacia las TIC, a la tecnología se le reconoce una serie de valores admitidos y consensuados por todos.



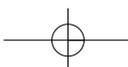
Figura 7.II

2.5.5. La motivación en el uso de las TIC

Se han detectado, en el estudio realizado, tres niveles de motivación en función del protagonismo que tiene la persona mayor en ser impulsor de la necesidad de acceso y uso de las TIC:

2.5.5.1. Motivación alta

El Impulso hacia el uso de las TIC nace de una manera clara y espontánea del propio individuo. Se trata de una motivación que está ya en la persona de manera que se hace activa una necesidad media-alta. Hay una experiencia alta con la tecnología.



2.5.5.2. Motivación media

Posteriormente se ha detectado una motivación que no nace del individuo sino que es impulsada desde el exterior, familia y entorno social que genera una motivación forzada en la persona, de manera que se activa una necesidad media-básica. Hay, así mismo, una experiencia media-básica con la tecnología.

2.5.5.3. Motivación baja o nula

Finalmente nos encontramos con un colectivo que no siente ningún impulso hacia el uso de la tecnología pues no hay motivación en la persona, de manera que no hay sentimiento de necesidad. Hay una experiencia baja o nula en el uso de la tecnología.

Cuando el sujeto conecta con algún "valor", se activa la necesidad y se genera la motivación hacia el uso de las TIC.

LA MOTIVACIÓN EN EL USO DE LAS TIC

Se han detectado tres niveles de motivación en función del protagonismo que tiene el sujeto en ser impulsor de la necesidad de acceso y uso de las TIC:



Figura 8.II

2.5.6. Pirámide de necesidades en relación con las TIC

En el estudio se ha identificado un rango de necesidades de la persona que conecta directamente con un substrato motivacional hacia las TIC.

Partimos de motivaciones básicas y fundamentales como la seguridad y continuamos ascendiendo por la pirámide hasta llegar a una motivación aspiracional que, en algunas ocasiones, se cumple: la autonomía personal.

En la Fig. 9-II se enumeran los sustratos motivacionales vinculados a las TIC y se conectan con las necesidades del sujeto. La motivación crece desde la base al vértice de la pirámide.

PIRÁMIDE DE NECESIDADES TIC

Se han identificado un rango de necesidades del sujeto que conectan directamente con un substrato motivacional hacia las TIC.



Figura 9.II

2.6. Tipologías que expresan los rasgos actitudinales en relación con las TIC

Se han detectado tres aspectos claves que condicionan poderosamente a la persona mayor en su posicionamiento actitudinal hacia las TIC.

2.6.1. Claves para entender las diferentes actitudes ante las TIC

- La formación tecnológica previa
- Su estado anímico y físico
- El impulso exterior

2.6.1.1. Personas que han tenido experiencias previas en el entorno laboral

En relación con estas personas, el rol asumido en el periodo de trabajadores activos, les va a condicionar plenamente; funcionarios, administrativos, abogados, médicos, arquitectos, periodistas, decoradores, técnicos, profesores... que han tenido contacto al menos con ordenadores, se sienten más preparados para acceder a las TIC.

Las amas de casa, y las personas de mayor edad, entorno a los 80 años y más, son los más alejados de las TIC.

2.6.1.2. Las condiciones físicas y psíquicas de las personas

La situación física del individuo: la vista, el oído, la concentración, la memoria, la capacidad motriz... son factores que van a limitar fuertemente su capacidad de aprendizaje y sus posibilidades de acceso.

Así mismo, y en el plano psíquico, la situación emocional, la autoestima, la ilusión, van a condicionar notablemente también el acceso a las TIC y su motivación para el aprendizaje.

2.6.1.3. El contexto familiar y social de la persona mayor

El hecho de estar sólo, la presencia de hijos en el hogar, nietos, un entorno social dinámico, la asistencia activa a centros de mayores... son factores que condicionan fuertemente tanto la capacidad de acceso como la adquisición de la voluntad para aprender a acceder a las TIC.

Hijos y nietos son los máximos impulsores y motivadores de la persona mayor hacia las TIC.

LAS CLAVES PARA ENTENDER LAS ACTITUDES HACIA LAS TIC

Se han detectado tres aspectos claves que condicionan fuertemente al "sujeto" en su posicionamiento actitudinal hacia las TIC.

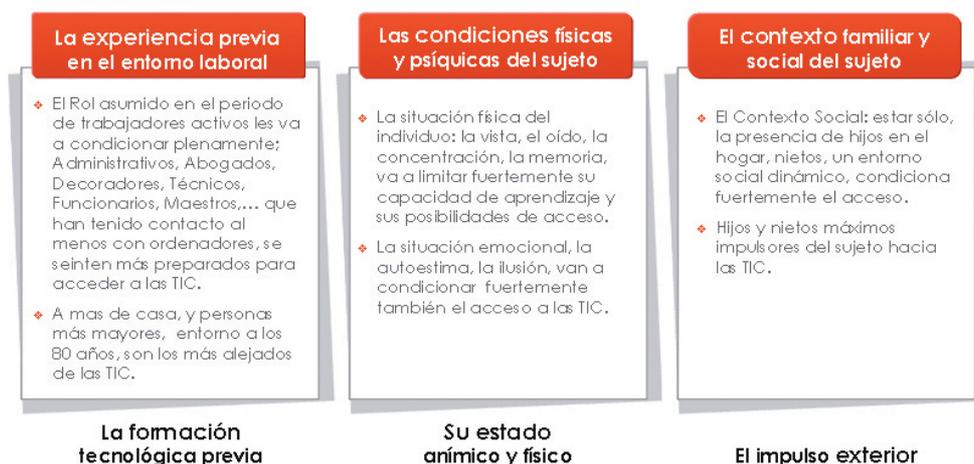


Figura 10.II

2.6.1.4. Tipologías actitudinales

El estudio ha revelado la existencia o identificado cinco perfiles actitudinales. Cada uno de ellos nos habla de una realidad motivacional y de una experiencia de uso diferenciada en relación con las TIC.

Tomamos un plano cartesiano, con sus cuatro cuadrantes, determinados por los dos ejes, el horizontal llamado propiamente de abscisas (eje x) y el vertical, denominado de ordenadas (eje y). Como trabajamos con magnitudes enteras, obtenemos los cuatro cuadrantes señalados.

El plano cartesiano queda pues delimitado por dos variables, "uso de la tecnología" y "aspiración al uso de la tecnología". Jugando con ambas, podemos definir cuatro cuadrantes:

- Cuadrante inferior izquierdo (no usan la tecnología/no aspiran al uso de la tecnología). Han aparecido en nuestro estudio dos perfiles actitudinales: uno más duro de puro rechazo, y otro de resignación que nos duele por una parte y nos exige por la otra.
- Cuadrante superior izquierdo (no usan la tecnología/aspiran al uso de la tecnología). No han aparecido en nuestro estudio perfiles actitudinales en este cuadrante.

- Cuadrante inferior derecho (usan la tecnología/no aspiran al uso de la tecnología). Tampoco ha aparecido en el estudio que presentamos perfiles actitudinales en este cuadrante.
- Cuadrante superior derecho (usan la tecnología/aspiran al uso de la tecnología). En el estudio aparecen en este cuadrante tres perfiles actitudinales: el perfil de los que usan la tecnología por obligación, por eso aparece elevada su posición en el eje de ordenadas y muy baja en el de abscisas; el perfil utilitarista, la usan porque la encuentran útil para sus necesidades y fines; por último el quinto perfil corresponde a los entusiastas, de manera que no sólo usan la tecnología sino que aspiran a adentrarse en ella y aprender más.

En conclusión, y esto es muy importante, quedan definidos cinco perfiles actitudinales en relación con las personas de 65 años y más. Estos son:

- Rechazo
- Resignación
- Obligación
- Utilidad
- Entusiasmo

TIPOLOGÍAS ACTITUDINALES

Se han identificado cinco perfiles actitudinales que nos hablan de una realidad motivacional y de una experiencia de uso diferenciada hacia las TIC.

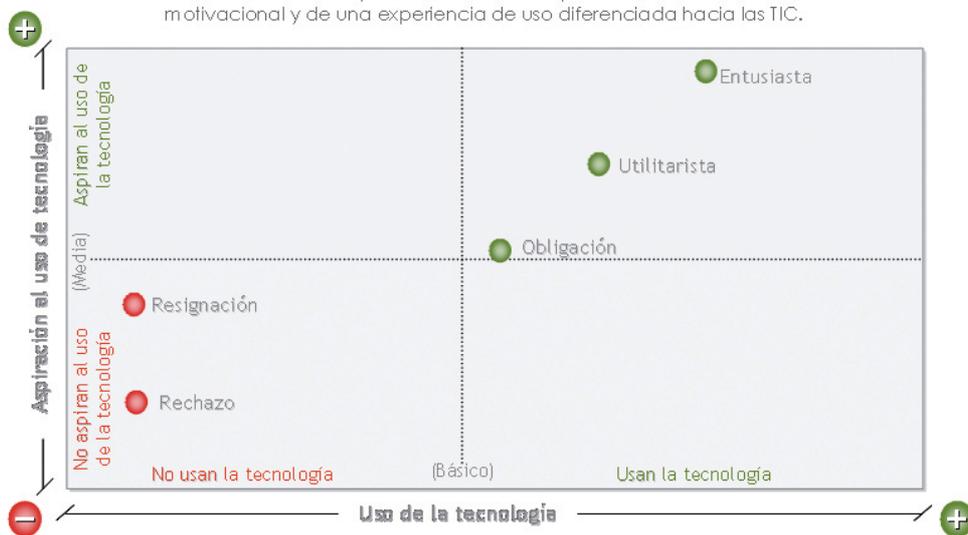


Figura 11.II



2.7. Análisis de las tipologías

2.7.1. Perfil de rechazo

2.7.1.1. *Apreciaciones subjetivas*

Pasamos ahora a estudiar cuál es el perfil de rechazo hacia las tecnologías por parte de algunas personas mayores. Advertimos que en este apartado se va a abordar una cuestión que consideramos clave a la hora de comprender bien el rechazo. Comenzaremos afirmando que la persona así caracterizada manifiesta estar altamente desmotivada hacia el uso de las TIC y que articula un discurso crítico hacia el uso de la tecnología. No han usado las TIC y no piensan usarlas.

Esto es, son personas que dicen, con toda rotundidad:

- No me gusta.
- No lo entiendo.
- No pienso en ello.
- Me asusta.
- No me interesa.
- No quiero.
- No las necesito.

Profundizando un poco más en estas primeras manifestaciones espontáneas se advierte la existencia de unas apreciaciones subjetivas más profundas que nos indican miedo, pereza y rebeldía. Apreciaciones que se deducen de las siguientes afirmaciones, libremente expresadas:

“A mí, el móvil, me da mucho miedo..., no lo entiendo, me llaman y no sé cogerlo, así que eso me asusta”.

“La cosas que no entiendo les doy de lado”.

“Yo es que es lo que te digo, que no tengo tiempo”.

“Yo prefiero pasear e ir a ver los museos”.

“Prefiero leer, soy una lectora empedernida, la tecnología no me interesa”.

Esta actitud viene justificada por dos factores principales:



- La creencia de que incorporar las TIC a su vida cotidiana es asumir un proceso de dependencia.
- Rebeldía hacia una supuesta pérdida de autonomía.

Lo que verdaderamente es importante es:

El rechazo de la limitación o incluso de la propia vejez es un sentimiento de afirmación de la autoestima. Se valoran mucho a sí mismos por ser mayores de manera que lo consideran un status que debe ser respetado y no desvirtuado por injerencia alguna, incluso tecnológica.

Secundariamente, hay otras razones también notables que justifican la actitud mencionada:

- El desconocimiento profundo de las TIC.
- El miedo al cambio y a la ruptura de hábitos.

Conviene que profundicemos:

PERFIL DEL RECHAZO

<p>► Argumentación del rechazo</p> <ul style="list-style-type: none"> • No me gusta • No lo entiendo • No pienso en ello • Me asusta • No me interesa • No quiero • No las necesito 	<p>→ Miedo, Pereza, Rebeldía</p> <p><i>"A mí el móvil me da mucho miedo... , no lo entiendo, me llaman y no sé cogerlo, así que eso me asusta."</i> <i>"La cosas que no entiendo les doy de lado."</i> <i>"Yo es que es lo que te digo, que no tengo tiempo..."</i> <i>"Yo prefiero pasear, e ir a ver los museos."</i> <i>"Prefiero leer, soy una lectora empedemida, la tecnología no me interesa."</i></p>
<p>► Un sujeto altamente desmotivado hacia el uso de las TIC y que articula un discurso crítico hacia el uso de la tecnología. No han usado las TIC y no piensan usarlas.</p>	
<p>► Una actitud que se justifica desde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La creencia de que asumir las TIC es asumir un proceso de dependencia. Rebeldía hacia la pérdida de Autonomía. <i>"El rechazo de la limitación o incluso de la propia vejez es un sentimiento de afirmación de la autoestima"</i> <i>(Libro: Las TIC y personas con problemas de movilidad)</i> • El desconocimiento profundo de las TIC. • El miedo al cambio ruptura de hábitos. • El miedo a la adaptación. Proceso de aprendizaje 	

Figura 12.II



2.7.1.2. Significado de la tecnología para las personas mayores que presentan este perfil

En cuanto al ser del individuo tenemos:

- Pérdida de sus hábitos y de su realidad vital por un lado y, por el otro, la aceptación de la pérdida de capacidades físicas y psíquicas. Aceptación de la soledad. Todo ello se traduce en: *Una pérdida de identidad.*
- También estas personas presentan una predisposición nula al cambio que suele ir acompañada de una notable dificultad en asumir ayudas, lo que supone la existencia de: *Un sujeto muy cerrado.*

En resolución:

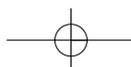
Superar la etapa del rechazo y generar un impulso hacia las TIC conlleva en este colectivo un fuerte esfuerzo, que se inicia asumiendo sus limitaciones, sólo desde aquí se está preparando para asumir y valorar la TIC como una oportunidad.

PERFIL DEL RECHAZO

Para éste perfil la Tecnología significa una pérdida del



Figura 13.II



2.7.2. Perfil de la resignación

Este perfil se caracteriza por unas personas mayores (y a veces no tan mayores) desmotivadas hacia el uso de las TIC y que articulan un discurso de resignación hacia las tecnologías de la información y la comunicación. No han usado las TIC y necesitan un fuerte impulso para intentarlo.

Los mayores que hemos encuadrado en este perfil, dicen:

- No he podido aprender.
- He perdido la oportunidad.
- No está hecha para nosotros.
- Demasiado avanzado.
- No quiero romperlo.

Analizando más detenidamente estas primeras manifestaciones espontáneas se advierten la existencia de unas apreciaciones subjetivas más profundas que parecen indicar falta de control, una sensación de rapidez que aturde y... algo de miedo o prevención, sobre todo a equivocarse.

Esta actitud de las personas mayores en situación de resignación se justifica desde:

- El desconocimiento de las TIC.
- La creencia de que el acceso a las TIC requiere de unas aptitudes que ellos no tienen y se niegan a abordar el proceso de aprendizaje.
- La creencia de que las TIC están dirigidas a gente más joven.



Los mayores ante las TIC

PERFIL DE LA RESIGNACIÓN

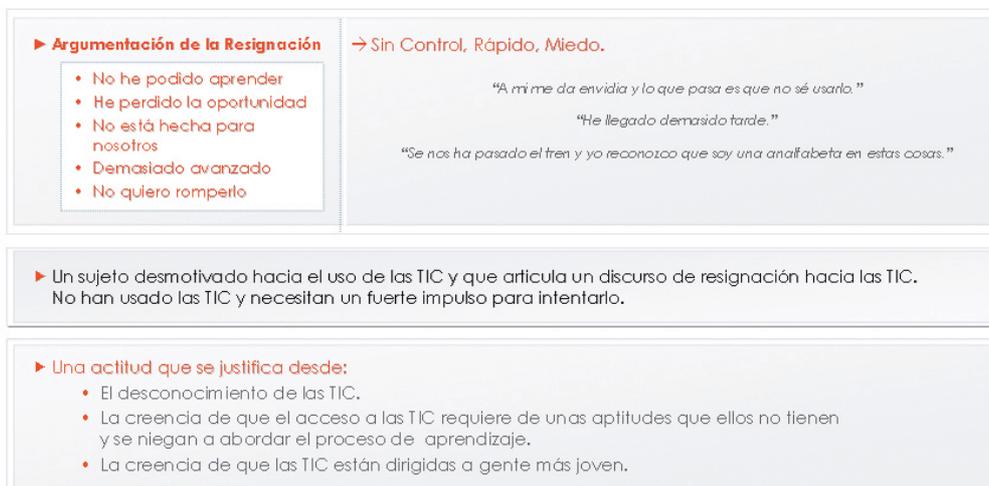


Figura 14.II

2.7.3. Perfil de la obligación

Este perfil está compuesto por personas mayores con una motivación básica hacia el uso de las TIC y que articula un discurso de obligación desde la seguridad y la comodidad que les reportan las TIC. El teléfono móvil y la teleasistencia son, entre las personas más mayores, las tecnologías que han incorporado más habitualmente a sus vidas.

Espontáneamente manifiestan:

- Me lo compraron.
- Me obligaron.
- Me aconsejaron.
- No pude decir que no.

Estudiando más detenidamente estas primeras manifestaciones espontáneas, puede deducirse de ellas la existencia de unas apreciaciones subjetivas más profundas que se relacionan con la seguridad que las nuevas tecnologías les confieren; Estas son: la tranquilidad propia y la de sus cuidadores si los hay, vecinos y amigos,



muy especialmente de sus familiares más próximos; control de su situación anímica y física, de sus parámetros vitales, de sus necesidades y compras, de su ocio, de su posición física en el domicilio y cuando salen, de posibles accidentes...

“Cuando se murió mi marido mis hijos me trajeron el móvil a mi casa”.

“La doctora me lo recomendó por si me caía por la calle, soy diabética y tengo muchos mareos”.

“Me lo regalaron mis hijos por Navidades y lo utilizo cuando salgo de viaje”.

“Mi hija me trajo el ordenador a casa y todos los días me llamaba, ¿no lo has abierto todavía!, ¿no?”.

Una actitud que se justifica desde:

- La imposición de las TIC en su contexto familiar y/o social como el consejo del médico o la presión de hijos.
- La necesidad de sentirse más seguros al haber aceptado una situación de soledad y/o de cierta discapacidad física y/o psíquica.
- Un uso básico de la tecnología, y por lo tanto un sistema de aprendizaje básico y accesible para ellos.

PERFIL DE LA OBLIGACION

<p>► Argumentación de la Obligación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Me lo compraron • Me obligaron • Me aconsejaron • No pude decir que no 	<p>→ Seguridad, Tranquilidad, Control.</p> <p><i>“Cuando se murió mi marido mis hijos me trajeron el móvil a mi casa.”</i> <i>“La doctora me lo recomendó por si me caía por la calle, soy diabética y tengo muchos mareos”</i> <i>“Me lo regalaron mis hijos por Navidades y lo utilizo cuando salgo de viaje”</i> <i>“Mi hija me trajo el ordenador a casa y todos los días me llamaba, no lo has abierto todavía, no!”</i></p>
<p>► Un sujeto con una motivación básica hacia el uso de las TIC y que articula un discurso de obligación desde la seguridad y la comodidad que les reportan las TIC. El Móvil, y la Teleasistencia entre los más mayores, son las tecnologías que han incorporado más habitualmente a su vida.</p>	
<p>► Una actitud que se justifica desde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La imposición de las TIC en su contexto familiar y/o social (prescripción médica / presión de hijos). • La necesidad de sentirse más seguros al haber aceptado una situación de soledad y/o de cierta discapacidad física /psíquica. • Un uso básico de la tecnología, y por lo tanto un sistema de aprendizaje básico y accesible para ellos. 	

Figura 15.II

2.7.4. Perfil utilitarista

Las personas mayores en las que se observa este perfil, presentan una motivación media-alta y alta hacia el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, de manera que articulan un discurso de utilidad hacia las TIC desde las posibilidades de comunicación e información que les confieren. Son personas usuarias de tipo medio y avanzado en relación con el teléfono móvil, mientras que hacen un uso básico y medio de Internet.

- Es el mundo en el que nos movemos.
- Es necesaria.
- Es práctica.
- Es actual.

Al examinar más detenidamente estas primeras manifestaciones realizadas espontáneamente por las personas que han participado en los grupos, puede deducirse de ellas la existencia de unas apreciaciones subjetivas más profundas que permiten clasificarlas en el perfil que contemplamos. Las personas entrevistadas aprecian la seguridad que proporcionan las tecnologías. Así mismo, les permiten descubrir las ventajas de disponer de comunicación para poder hablar con familiares, amigos, personas que les cuidan o son responsables de su salud. Esa comunicación conduce a la integración porque se sienten sin duda "más en el mundo actual", no se hallan "arrojados del mundo" y confinados en el gueto del olvido y la incomprensión, son, ellos también, ciudadanos de Telépolis [5] y, finalmente, perciben estar informados y son capaces de interactuar con esa información que reciben.

Esta actitud utilitarista se justifica desde:

- El conocimiento de las TIC.
- La experiencia en el uso de las TIC desde hace tiempo, cubriendo necesidades de seguridad, comunicación e interacción con el entorno, y de Información.
- Se consideran usuarios avanzados del móvil que han superado ya las barreras de usabilidad.
- Son usuarios básicos / medios de Internet, un medio con el que no están estrechamente vinculados.

- Se reconocen limitados en sus conocimientos y con falta de confianza hacia el medio.

PERFIL UTILITARISTA

<p>► Argumentación de la Utilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es el mundo en el que nos movemos • Es necesaria • Es práctica • Es actual 	<p>→ Seguridad, Comunicación, Integración, Información.</p> <p><i>“Te vas de viaje y sabes el hotel al que vas, información de la ciudad, excursiones.”</i> <i>“Leo el periódico por Internet y veo a mi nieto por la webcam en la guardería.”</i> <i>“Para mí el mayor avance es el móvil, en cualquier momento estás conectado con alguien.”</i></p>
<p>► Un sujeto con una alta motivación al uso de las TIC y que articula un discurso de utilidad hacia las TIC desde las posibilidad de Comunicación e Información que les reportan. Son usuarios medios y avanzados del móvil, y básicos y medios de Internet.</p>	
<p>► Una actitud que se justifica desde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento de las TIC. • La experiencia en el uso de las TIC desde hace tiempo, cubriendo necesidades de Seguridad, Comunicación e Interacción con el entorno, y de Información. • Se consideran usuarios avanzados del móvil habiendo superado ya las barreras de usabilidad. • Son usuarios básicos/medios de Internet, un medio con el que no están estrechamente vinculados. Se reconocen limitados en sus conocimientos y con falta de confianza hacia el medio. 	

Figura 16.II

2.7.5. Perfil entusiasta o “apóstoles”

Finalmente, hay un segmento con una mayor motivación hacia el uso de las TIC y que articula el discurso del entusiasmo hacia las tecnologías de la información y las comunicaciones desde la oportunidad que éstas les dan para desarrollarse como personas en tanto que instrumentos facilitadores de la vida. Son usuarios avanzados del teléfono móvil y de Internet. Las personas mayores que componen este grupo dicen:

- Es nuestro futuro.
- Me permite seguir estando activo.
- Es útil para mi vida cotidiana.
- Explorar.
- Desarrollarme.
- No podría vivir sin ella.

De estas manifestaciones realizadas espontáneamente por las personas que han participado en los grupos, puede deducirse que hay en ellos unas apreciaciones subjetivas más profundas que permiten clasificarlas en el perfil que contemplamos. Ciertamente, estas personas más entusiastas destacan la oportunidad que para ellos supone el uso de las TIC y también las oportunidades y comodidades que ellas les deparan en su vida cotidiana. Piensan que las TIC son causa de un doble desarrollo, uno en el plano personal, lo que les permite “estar en el mundo con todas sus posibilidades”, y otro en un plano general ya que las TIC son un motor clave del desarrollo mundial actual. Igualmente entienden que su futuro y el de toda la sociedad, pasan por la incorporación de las TIC a la vida cotidiana.

El estar *infoincluidos* supone para ellos estar con vida. Finalmente se identifica Internet como la herramienta más práctica para alcanzar un mayor conocimiento. A continuación, mostramos algunas de las expresiones que estos individuos han formulado:

“Yo lo hago por Internet, el banco, cojo entradas del teatro, me informa de todo...”.

“El último viaje lo compré por Internet”.

“Soy un entusiasta, soy peor que mis hijos, me gusta estar a la última de móviles”.

“Para mí Internet es lo mejor que hay, descargo mis fotos, me encanta descubrir cosas”.

Una actitud que se justifica desde:

- Un alto conocimiento de las TIC.
- La mayor experiencia en el uso de las TIC, experimentando con Blogs, Chats y compra por Internet.
- Son usuarios avanzados que han superado las barreras de usabilidad y de falta de confianza. Un sujeto altamente vinculado con Internet. Es el medio que protagoniza su discurso.



PERFIL ENTUSIASTA

<p>► Argumentación del Entusiasmo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es nuestro futuro • Me permite seguir estando activo • Es útil para mi vida cotidiana • Explorar • Desarrollarme • No podría vivir sin ella 	<p>→ Oportunidad, Desarrollo, Futuro, Vida y Conocimiento.</p> <p>“Yo lo hago por Internet, el banco, cogo entradas del teatro, me informa de todo...”</p> <p>“El último viaje lo compré por Internet.”</p> <p>“Soy un entusiasta, soy peor que mis hijos, me gusta estar a la última de móviles.”</p> <p>“Para mí Internet es lo mejor que hay, descargo mis fotos, me encanta descubrir cosas.”</p>
<p><input type="checkbox"/> Un segmento con la mayor motivación al uso de las TIC y que articula el discurso del entusiasmo hacia las TIC, desde la oportunidad que les dan para desarrollarse como personas y les facilita la vida. Son usuarios avanzados del Móvil y de Internet.</p>	
<p><input type="checkbox"/> Una actitud que se justifica desde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto conocimiento de las TIC. • La mayor experiencia en el uso de las TIC, experimentando con Blogs, Chats y compra por Internet. • Son usuarios avanzados que han superado las barreras de usabilidad y de falta de confianza. Un sujeto altamente vinculado con Internet. Es el medio que protagoniza su discurso. 	

Figura 17.II

2.8. Barreras de acceso a las tecnologías basadas en la telecomunicación (TIC)

Esta es una cuestión crucial en este estudio porque refleja una situación real que afecta a muchas personas mayores de 65 años. Los análisis realizados a partir de las dinámicas grupales efectuadas, nos permiten definir, con carácter general, tres tipos de barreras o limitaciones que exponemos a continuación:

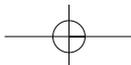
2.8.1. Limitaciones relacionadas con la falta de motivación

Son las más importantes. Al no existir un impulso motivacional, no hay reconocimiento de necesidad, ni deseo de uso. Las personas mayores que carecen de motivación, dicen: *“Las tecnologías no están en mí”*.

Esta postura, que pone de manifiesto una actitud de rechazo a priori, tiene como causa principal una fuerte lejanía y desconocimiento de las TIC.

Estos mayores tienen un perfil actitudinal de rechazo hacia la tecnología.





2.8.2. Limitaciones funcionales

Puede haber personas mayores que, en razón de alguna patología o edad avanzada, presenten diferentes niveles de discapacidad y existan dificultades objetivas para su acceso a la tecnología. Es el caso de las personas con discapacidad agravada por la edad. Pero aquí, en este caso concreto, la limitación funcional se refiere a personas que no teniendo una dificultad funcional física o psíquica severa, presentan alguna limitación en las aptitudes físicas o mentales. Son personas que por razones varias tienen dificultades en el proceso de aprendizaje. Así, dicen: *“Estas cosas no son fáciles para mí”*.

En este escenario, las TIC se acercan al sujeto y él se incorpora a ellas de forma muy básica.

El perfil actitudinal de estas personas es de resignación y de obligación.

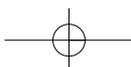
2.8.3. Limitaciones de carácter económico

Siendo como luego veremos la dificultad menos importante, ciertamente existe una limitación económica que intimida a algunos a hacer uso de las TIC y acceder a ellas. Esa dificultad se hace patente más en aplicaciones y funcionalidades avanzadas que pueden no ser asumibles en su contexto económico. A este respecto, manifiestan: *“No son asequibles para mí”*.

Ahora bien, hay que hacer notar que esta limitación económica puede darse a priori, pocas veces, o a posteriori, cuando la persona ya usa las TIC y desea tener más posibilidades y demanda soluciones más avanzadas lo que resulta más frecuente. La preocupación económica surge por el hecho de que las TIC están incorporadas en el sujeto, incluso a veces en su uso más avanzado.

Muchos individuos de este grupo tienen un perfil actitudinal utilitarista y entusiasta. Lo ideal sería que no se frustrase por causas económicas.

En resolución, las limitaciones están asociadas a un estado actitudinal y motivacional del sujeto. En este contexto, las barreras de asequibilidad no emergen en el discurso hasta que no se han superado las motivacionales y las funcionales.



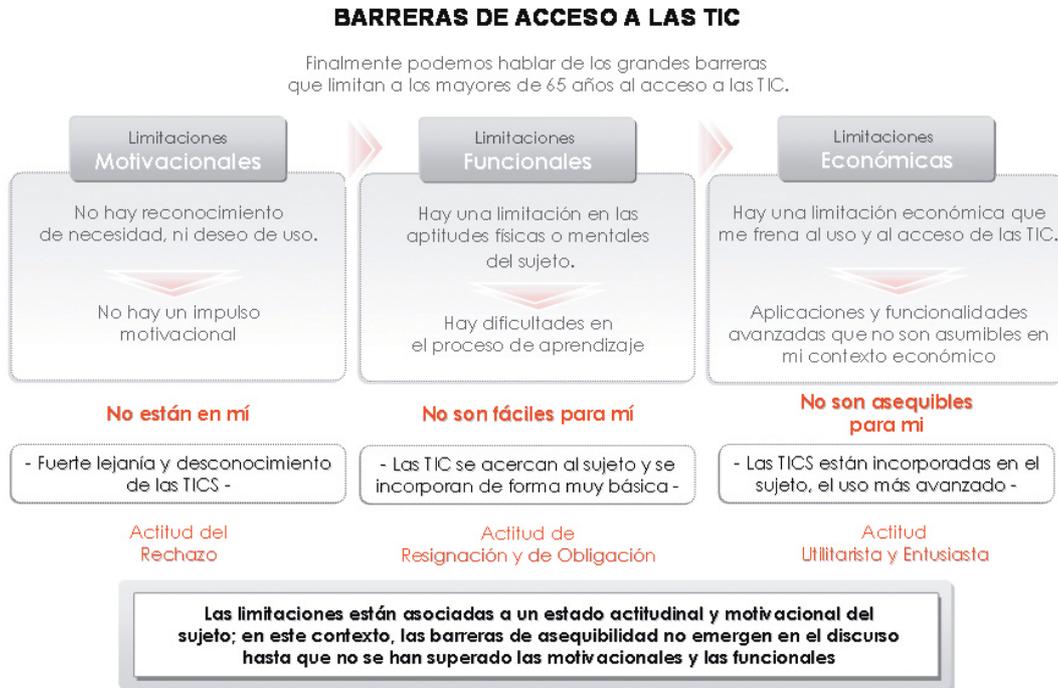


Figura 18.II

Al efecto, hemos realizado un esquema en forma de elipse que consideramos fundamental para terminar de comprender bien este epígrafe, uno de los más importantes del estudio.

La elipse esta subdividida en tres porciones de plano elipsoidal, correspondientes cada una a la limitación correspondiente. El orden de prioridad e importancia se establece desde el centro a la periferia, de manera que cada porción corresponde a una limitación.

La limitación esencial es la motivacional, le sigue la funcional en la que se exponen las causas más frecuentes de la misma para terminar con la económica, más externa y menos importante, en la que también se aducen las razones que la genera.

→ La barreras económicas surgen cuando ya se tienen incorporadas las TIC y se han superado el resto de limitaciones



Figura 19.II

Como corolario, cabe decir que las barreras económicas suelen surgir, aunque como vimos no así en todos los casos, cuando los TIC ya están incorporadas por el sujeto y se han superado el resto de limitaciones.

2.9. A modo de diagnóstico

Aunque actualmente la realidad sea otra, si se reflexiona detenidamente sobre lo expuesto hasta ahora, se prevé un futuro de uso de las TIC prometedor, desde usuarios más formados y que han interiorizado la cultura tecnológica desde hace tiempo.

Ciertamente, y como ya hemos señalado, actualmente la realidad es otra que viene caracterizada por:

- Bajos niveles reales de uso.

- Usos muy básicos.
- Amplios segmentos poblacionales con escaso conocimiento.

A este respecto diagnosticamos:

La cuestión clave es que estamos ante un segmento poblacional con una escasa cultura tecnológica, lo que determina la baja motivación y dificulta el proceso de aprendizaje.

Por lo que recomendamos realizar un triple esfuerzo:

- El primer paso es ayudar al cambio de mentalidad y un diseño adecuado de las estrategias de accesibilidad y de contenidos.
- En innovación, transformando los dispositivos y los programas para facilitar aún más el uso y el acceso. Mejorar la experiencia de usuario, adaptada a sus necesidades, capacidades e intereses.
- En aprendizaje, planificar una formación exhaustiva en telefonía móvil e Internet por parte de los operadores de telefonía, obras sociales, fundaciones, administraciones públicas, familias, ONG, etc. y naturalmente informar y difundir lo que se hace.

SÍNTESIS DE DIAGNÓSTICO

Se prevé un futuro de uso de las TIC prometedor, desde usuarios más formados y que han interiorizado la cultura tecnológica desde hace tiempo.

Actualmente la realidad es otra....

Hay bajos niveles de uso

Hay usos muy básicos

Hay escaso conocimiento

Una realidad que depende más de una escasa cultura tecnológica, que determina la baja motivación y endurece el proceso de aprendizaje.

- Un salto mental muy alto que el individuo tiene que abordar -

Es importante para ti

Es necesaria

El primer paso es ayudar al cambio de mentalidad:

- Estrategias de accesibilidad y de contenidos -

Tu puedes no es tan difícil

Es accesible

Figura 20.II



3. La experiencia en el uso de TIC: Telefonía móvil, Internet y teleasistencia

3.1. Telefonía móvil

3.1.1. Proceso de aprendizaje

Si analizamos las discusiones generadas en los grupos alrededor de la telefonía móvil, observamos que se establece un proceso de acercamiento que a estas alturas, año 2010, ha progresado mucho lo que nos permite establecer un proceso lógico en relación con los diferentes niveles que conlleva el proceso de acercamiento y utilización. Este proceso comienza con la necesidad y culmina en las personas mayores más activas desde el punto de vista tecnológico, en el proceso de renovación de dispositivos.

- Necesidad: Suele darse un impulso que puede generarse desde una variedad de contextos: contexto laboral, contexto familiar, contexto social, por iniciativa propia, de uno mismo.
- Acceso: El acceso, en la mayoría de los casos suele ser provocado. A decir verdad, la persona mayor no tiene un gran protagonismo en este primer paso. El mayor no suele elegir el dispositivo móvil en el caso de un primer acceso.
- Proceso de aprendizaje: Suele tratarse de un proceso de aprendizaje que en muchos casos es de carácter autodidacta pero con fuerte importancia del contexto, sobre todo de la familia más próxima, hijos y nietos. En los grupos analizados no se ha detectado todavía el impacto de la formación externa realizada por administraciones, obras sociales, fundaciones, ONG...
- Proceso de renovación de dispositivos: En este proceso, que supone un cambio de dispositivo, es donde el sujeto adquiere mayor protagonismo en función de su autonomía adquirida durante el proceso.

En consecuencia, al principio del proceso estamos ante un sujeto poco autónomo y muy dependiente en los inicios del acceso al teléfono móvil. El nivel de autonomía y su evolución como usuario está muy condicionado por el proceso de aprendizaje.





Figura 21.II

3.1.2. La necesidad del teléfono móvil

De las reuniones celebradas, se extrae la conclusión que la necesidad de tener un teléfono móvil está directamente vinculada con las necesidades más básicas del uso de las tecnologías de la información y la comunicación. De ahí que sea la TIC más extendida entre el colectivo de mayores, independientemente de la actitud que se tenga hacia las TIC.

3.1.2.1. Necesidades de seguridad

En un contexto de soledad como el que viven muchas personas mayores, a lo que se suma una pérdida paulatina de las aptitudes físicas y psicológicas, el teléfono móvil es una herramienta que aporta tranquilidad al sujeto. En este sentido, las personas entrevistadas ponen de relieve:

“Te puede sacar de situaciones difíciles”.

“Un accidente en carretera, una avería, sobre todo te da tranquilidad al viajar”.

“A mí desde luego me lo recomendó el médico, soy diabético y me dan muchos



mareos, y me ha dicho que lo lleve siempre encima”.

“Te saca de un apuro”.

“Desde que vivo sola... me lo trajo mi hija y reconozco que me da seguridad”.

3.1.2.2. Necesidad de comunicación

Una de las mayores necesidades de las personas mayores que es la de mantener el contacto con el entorno familiar, hijos y nietos, la realizan a través del teléfono móvil. Estos familiares próximos son los máximos protagonistas de las comunicaciones a través del móvil. Los testimonios así lo ponen de relieve:

“Soy un poco mamá gallina, tengo que saber de mis hijos todos los días”.

“Nos fuimos de vacaciones y para hablar con mis hijos y nietos”.

“Sobre todo lo uso para hablar con mi hijo que es taxista en Ciudad Real”.

“Enseguida te enteras de todo lo que pasa con tu familia”.

“Para hablar con los amigos que no ves”.

En un contexto ya más general, es la actitud la que va a condicionar más el uso que el acceso.

“No se puede decir que NO al móvil”.

De manera residual aparece el trabajo como necesidad que impulsa el uso del teléfono móvil.

“A mí me lo dieron en el trabajo hace 15 años”.

Consecuentemente, las personas mayores reconocen ampliamente la necesidad y la utilidad del teléfono móvil, pero en muchos casos su uso se ve condicionado, bien desde las limitaciones que surgen ante los inconvenientes aprendizaje, bien desde el control de gasto y el control de su propia autonomía.



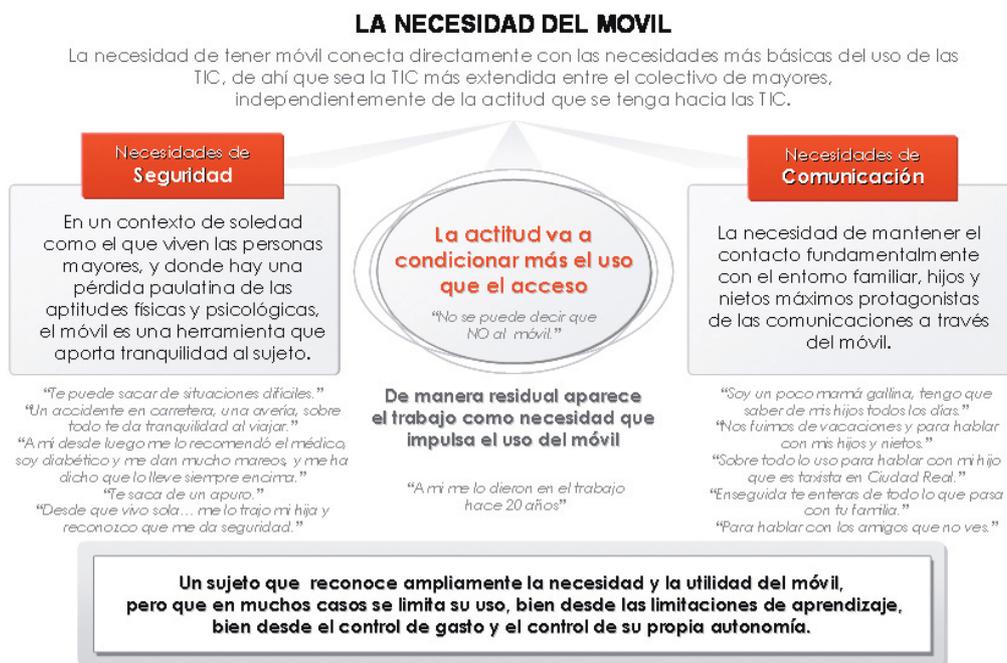


Figura 22.II

3.1.3. El acceso a la telefonía móvil

El acceso a la telefonía móvil por el colectivo de mayores está fuertemente impulsado en la actualidad por su entorno familiar, tanto hijos como nietos.

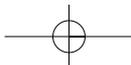
- Un acceso que requiere en muchos casos del impulso exterior y donde el sujeto reconoce que necesita "un empujón" para tenerlo.
- Un acceso donde el sujeto en muchos casos no es protagonista y por lo tanto no decide el dispositivo móvil que tiene.

En este sentido relacionado con el acceso, textualmente manifiestan:

"Un regalo de Reyes".

"Mi hijo me obligó".

"Mi hija me lo trajo a casa".



Los mayores ante las TIC

- “Mi nieto me dio el suyo”.*
- “El médico me lo aconsejó”.*
- “Me lo dieron en el trabajo”.*
- “Me lo dio mi hija, aunque yo ya lo quería”.*

En cambio, entre el grupo de usuarios avanzados, el protagonismo de la persona en el acceso al teléfono móvil es mayor, no sólo desde el impulso –una necesidad que nace de él–, sino en la elección del dispositivo móvil, pues el “móvil” lo elige él y no otra persona.

- “Me compré mi primer (marca conocida) y me costó 100.000 ptas., desde entonces siempre tengo esa marca”.*
- “Yo me compré el primero y luego ya no he vuelto a comprar ninguno. Siempre espero alguna promoción por puntos para cambiarlo”.*

EL ACCESO AL MOVIL

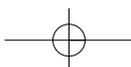
El acceso al móvil por el colectivo de mayores está impulsado en la **actualidad** fuertemente por su entorno familiar - hijos y nietos -.



Entre el grupo de **usuarios avanzados** el protagonismo del sujeto en el acceso al móvil es mayor, no sólo desde el impulso - **es una necesidad que nace de él** -, sino en la elección del dispositivo móvil - el móvil lo elige él -.

- “Me compré mi primer Motorola y me costó 100.000 ptas, desde entonces siempre tengo esa marca.”*
- “Yo me compré el primero y luego ya no he vuelto a comprar ninguno. Siempre espero alguna promoción por puntos para cambiarlo.”*

Figura 23.II



3.1.4. El proceso de aprendizaje en el uso del teléfono móvil

El proceso de aprendizaje es un proceso caracterizado por ser:

3.1.4.1. Tutelado

Un proceso donde sólo la persona con un conocimiento más avanzado se reconoce autodidacta, con interés e ilusión por aprender por él mismo. Hijos y nietos dan pautas básicas iniciales, y posteriormente se convierten en consultores puntuales. Los testimonios son claros:

“Yo tengo dos hijos que viven arriba y les digo para eso estáis vosotros”.

“Mi primer móvil me lo dio mi nieto y él me enseñó lo que sé”.

“Yo me senté con el móvil y cuando lo dominé fue cuando salí con él y luego no me ha costado ir adaptándome, ahora lo manejo perfectamente, agenda, alarma...”.

3.1.4.2. Difícil

Un proceso donde los usuarios más básicos reconocen encontrar muchas dificultades, en la comprensión de instrucciones y en la familiarización con el nuevo lenguaje. El miedo y la desmotivación frenan el aprendizaje. Lo que manifiestan resulta elocuente y claro:

“Tuve miedo, no voy a saber”.

“Yo sentí que no iba a ser capaz de utilizarlo”.

“Se me olvidan las cosas”.

“Me interesa poco y no echas la carne en el asador”.

“Palabras que no entiendo, folletos ininteligibles”.

“Yo soy todo lo contrario, empecé a toquetearlo por arriba y por abajo y si meto la pata no sé qué pasará”.

“Los mensajes imposible, las letras son muy pequeñas”.

“Yo tengo poca agilidad en los dedos”.

3.1.4.3. Limitado

Un proceso que genera un uso básico del móvil, donde sólo entre el grupo de usuarios avanzados se reconoce el interés por aprender nuevas funcionalidades. Un uso para la mayoría muy básico, sólo recibir llamadas, hacer y recibir llamadas, o introducir contactos en la agenda. Afirman:

“Envío de SMS, fotografías, eso ni pensarlo”.

“Yo lo dejo en el cajón y sólo lo saco cuando salgo de viaje”.

“Estar localizado y que me localicen, y no me gusta nada más, y no me gusta digamos aprender más cosas porque no quiero”.

EL PROCESO DE APRENDIZAJE DEL MOVIL

El proceso de aprendizaje es un proceso caracterizado por ser:

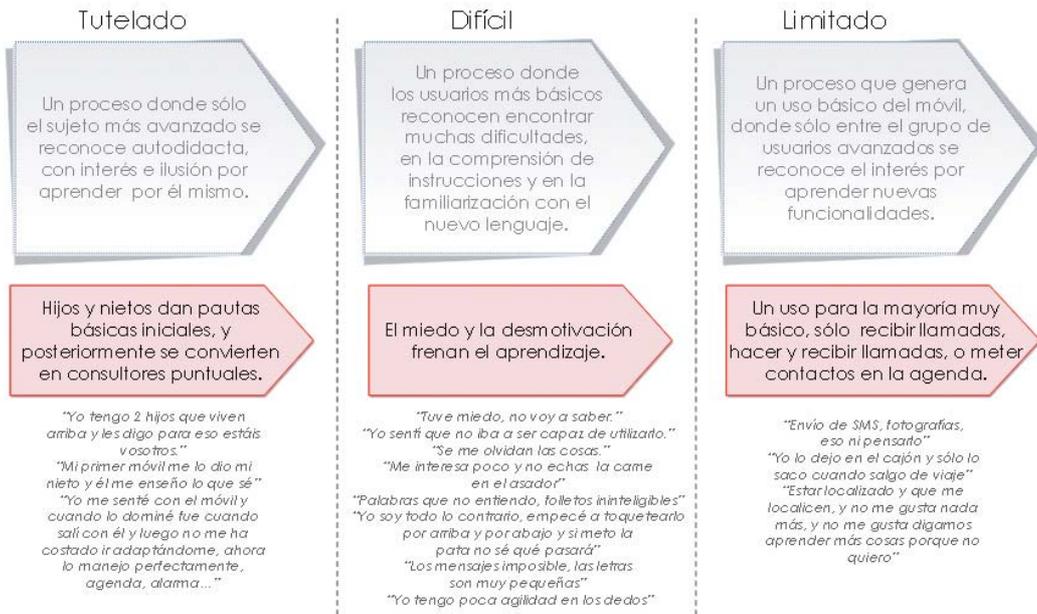


Figura 24.II

3.1.5. El proceso de renovación del teléfono móvil

La renovación del móvil está condicionada por dos grandes aspectos:

3.1.5.1. Una promoción interesante que les impulse a cambiarse

La necesidad de cambiar de "móvil" no es muy fuerte para la mayoría de los participantes del grupo.

El impulso externo es "vital" para generar el cambio. En este contexto el sistema de puntos aparece como el mayor impulsor del cambio, donde el sujeto hace un esfuerzo con el menor coste posible.

"Yo estoy deseando poder cambiarlo por uno con una cámara mejor, pero estoy esperando a una buena promoción".

3.1.5.2. Un proceso de aprendizaje avanzado que les estimule y no frene el proceso de cambio

Ante el cambio de teléfono móvil, se proyecta el inicio de un proceso de aprendizaje. Entre los usuarios básicos se despierta el temor a revivir un proceso complejo que ya han superado.

En este contexto el sujeto "se aferra" a su teléfono móvil y frena todo lo que puede el proceso de renovación.

"Yo con este me manejo fenomenal. No lo cambiaría por nada del mundo".

"Yo el mío ya lo tengo dominado".

La conclusión es: se aferran a su instinto conservador y al valor de las cosas perdurables. No hay un impulso de consumo activo en ellos.



EL PROCESO DE RENOVACIÓN DEL MÓVIL

La renovación del móvil está condicionada por dos grandes aspectos:

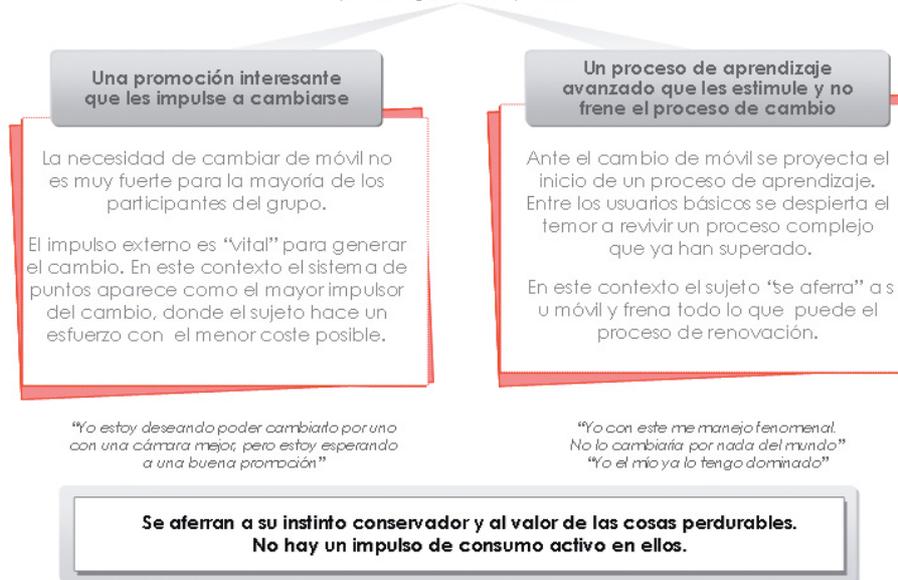


Figura 25.II

3.2. Internet

3.2.1. La experiencia de Internet

De las reuniones que hemos celebrado en forma de dinámicas de grupo, se extraen unas primeras conclusiones sobre la experiencia de las personas mayores con la red de redes. Este apartado, que podría aparentar un contenido optimista, no debe de enmascarar consideraciones inmediatamente posteriores.

- Necesidad: El impulso a acceder a Internet surge en una persona con una notable necesidad de mantenerse activo y emprender cosas nuevas, algo que va mejorando notablemente con el paso de tiempo, pero que se limita todavía a sectores no muy amplios de la población.



- Acceso: La persona es la protagonista del acceso, si bien se ve impulsada de manera destacada por instituciones sociales como centros sociales de mayores, y el contexto familiar, fundamentalmente hijos y nietos.
- Proceso de Aprendizaje: El proceso de aprendizaje se fundamenta en una formación a través de la familia, cursos o del entorno laboral, lo que hace que sean usuarios algo más independientes y con mayores posibilidades de desarrollo.
- Proceso de Renovación: El uso de Internet entre usuarios básicos y de carácter intermedio, se hace fuera del hogar, en los centros de formación, bibliotecas y casas de hijos. Entre los usuarios avanzados, el ordenador, bien sea éste comprado o regalado, perdura en el tiempo mucho más que el teléfono móvil. La conexión a Internet es un pago que se asume y se justifica plenamente desde su uso más avanzado.

LA EXPERIENCIA DE INTERNET

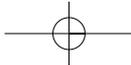


Figura 26.II

3.2.2. La necesidad de Internet en las personas mayores

3.2.2.1. Personas con motivación media y alta

La necesidad de acceder a Internet requiere una motivación media y avanzada por parte de la persona mayor. Hablamos de una persona con notable necesidad de mantenerse activa y emprender cosas nuevas.



- **Formativa.** Internet es considerada por algunas personas mayores como herramienta de desarrollo personal. Así hay quien dice: *“Yo desde que me jubilé, sentí la intranquilidad de aprender cosas y hacer cosas, y me dijeron oye Internet está muy interesante y me apunté a un curso”*.

- **Contenidos.** Necesidad de conocimiento para el desarrollo de aficiones. Dicen:

“Yo estoy escribiendo un relato que se desarrolla en la India pues obtengo un montón de información por Internet”.

“Un reportaje de Río de Janeiro, como si estuvieses allí, unas fotos, un documental impresionante”.

- **Práctica y Útil.** Internet como herramienta de gestión personal.

“Es que me sentía una analfabeta funcional porque cualquier cosa que quieren ya te dicen vaya a la Web tal...Entonces a mis años he tenido que empezar a aprender”.

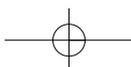
“Yo tengo un archivo de recetas en Word”.

- **Herramientas.** Necesidad de gestión de bancos, espectáculos y viajes. Necesidades de información, lectura de periódicos, tiempo, opinión, direcciones, consultas varias...

“Internet es interesante en todos los aspectos, vas a alquilar un piso y mandas la foto por Internet... te vas de vacaciones consultas los hoteles, ves las habitaciones, lees las opiniones de otras personas”.

Hay que decir con toda sinceridad que quien así responde no es una mayoría. El acceso a Internet está muy determinado por la actitud hacia las TIC.

Es necesario una actitud utilitarista y/o de entusiasmo para acceder a Internet.



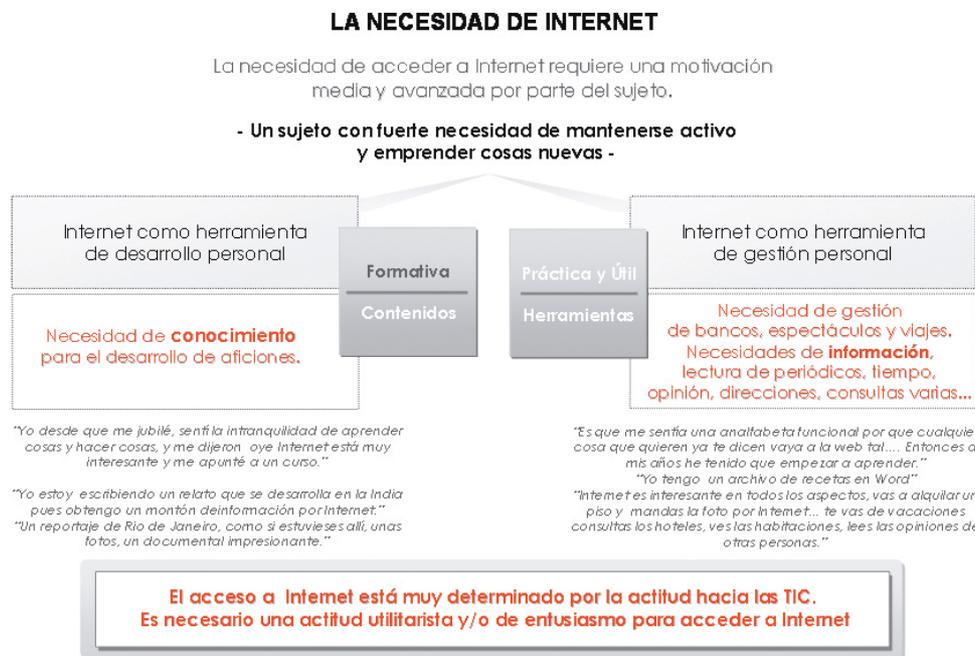


Figura 27.II

3.2.2.2. Personas con motivación básica e intermedia

Estas personas, en relación con Internet, se reafirman las actitudes de rechazo y de resignación entre los usuarios básicos e intermedios en el uso de las TIC. Estamos pues ante un número mayoritario de personas mayores que no conectan con el medio, desde la negación y la resignación. Observamos

- No lo necesito para nada. Quien así opina, dice:

"La imaginación la tienes para algo".

"Prefiero pasear".

"Prefiero coger un libro y leerlo".

"Prefiero ir a la agencia de viajes".

Estas personas tienen miedo a la pérdida de Identidad y a la ruptura de sus hábitos y rutinas.

Los mayores ante las TIC

- No me fío.
"Yo no me atrevo a meterme y dejar mis datos".
"Me daría miedo de que me cojan la cuenta".

Hay un claro temor al uso de Internet por los que así opinan y una clara desinformación.

- No puedo.
"Internet es para los jóvenes".
"Yo veo el ordenador y ni me lo planteo".

Surge aquí claramente el miedo al aprendizaje, directamente relacionado con limitaciones actitudinales anteriormente descritas.

LA NECESIDAD DE INTERNET

Desde Internet se reafirman las actitudes de **rechazo y de resignación** entre los usuarios básicos e intermedios en el uso de las TIC.



Figura 28.II

3.2.3. El acceso a Internet por las personas mayores

El acceso al uso de Internet está protagonizado por la propia persona siendo por tanto una necesidad que nace de ella y que se impulsa desde ella.

Sin embargo, es fundamental destacar la gran importancia que tienen en el impulso a Internet dos factores esenciales:

3.2.3.1. El contexto social

La formación es un factor clave para el impulso a acceder a Internet. Esta se puede impartir en el entorno laboral, centros sociales, bibliotecas, fomentando cursos... Lo que se trata es de buscar marcos, espacios y un clima que impulsen al sujeto a explorar y desarrollarse en nuevas áreas.

Este impulso se traduce en la formación de la persona:

“Me lo aconsejaron en el centro de Infanta Mercedes”.

“No me quedó más remedio que aprenderlo para mi trabajo”.

3.2.3.2. El contexto familiar

La familia resulta clave en el impulso necesario para acceder a Internet. Hijos y nietos promueven el uso del ordenador e Internet entre padres y abuelos.

Proporcionan un impulso que suele traducirse en el regalo de un ordenador.

“Mi hijo me lo regaló”.

“Mi nieto me dio el suyo”.

“Cuando aprendí con el de mi hijo, me compré el mío propio”.

Consecuentemente, en el acceso a Internet prima la formación de la persona ya que ésta requiere de conocimientos para incorporarse al uso de Internet.

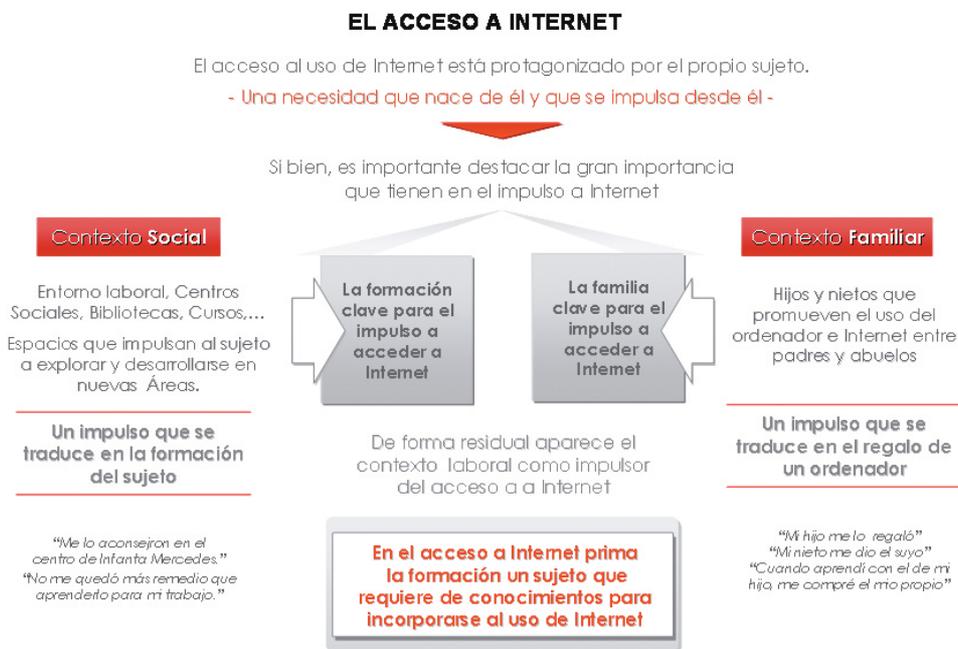
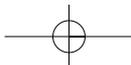


Figura 29.II

3.2.4. El proceso de aprendizaje de Internet

Las personas entrevistadas piensan que el proceso de aprendizaje es un camino caracterizado por ser:

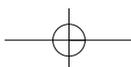
3.2.4.1. Tutelado mediante formación adecuada

Los cursos de formación en ordenador, como fase previa, y posteriormente de Internet, son mencionados con vigor entre los usuarios intermedios y avanzados.

El entorno laboral, entre profesionales, administrativos...favorece el proceso de entrada a Internet. Los hijos y nietos aparecen como formadores puntuales pero importantes. También mencionan la formación en centros sociales.

A este respecto, manifiestan:

“Yo me apunté a los cursos de la Cruz Roja, primero uno de Word, y este año estoy en Internet”.



“Yo aprendí en el trabajo, me obligaron a ponerme las pilas con el ordenador”.

“En el momento que empiezas a hacer el cursillo pues que si, abres la ventana...esto hay que hacerlo ya, y hay que decidirse, entras en un proceso de iniciación y se te va quitando el miedo”.

“Mi mayor miedo fue cuando me enfrenté al ordenador sola en casa, esos momentos fueron los peores”.

3.2.4.2. Ilusionante

Este es un proceso que las personas mayores que inician con “miedo” e “inseguridad” pero donde la persona va adquiriendo confianza desde la formación específica.

Cuando la persona empieza a adquirir confianza, pierde “el respeto” al ordenador, y se inicia el proceso de experimentación de forma individual.

“Primero sabes algo de ordenador y después de Internet, porque vas a mandar un mensaje y quieres adjuntar algo y qué haces”.

“Hasta que no tienes el tuyo no te lanzas, porque a mi me daba miedo estropear el de mi hijo o mis nietos”.

“Ya teníamos en casa hace años, pero lo veía como algo intocable, después del curso ya me animé, y ahora me manejo muy bien”.

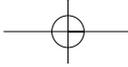
3.2.4.3. Expansivo

Un proceso que genera unos usuarios independientes, con cierta capacidad de ser autónomos. Se sienten libres con el medio.

Se consideran usuarios habituales del medio para obtener información, explorar en temas que les interesan, y, poco a poco, van interesándose por su utilidad para la gestión de asuntos.

Destaca fundamentalmente la gestión de viajes y espectáculos. Tan sólo una minoría menciona el hacer gestiones bancarias. La mayoría de ellos, se reconocen todavía miedosos y muy cautos con el uso de Internet en lo relacionado con la compra y facilitar datos de carácter personal.

“A veces lo estropeo pero mientras que no venga un virus”.



Los mayores ante las TIC

“Luego te dicen cuando te venga un correo y no sepas de quien es no lo abras y no lo abro”.

“El Google, Picassa para poner las fotos, diccionarios, prensa...”

“Yo para todo, información de viajes, hoteles, bajar música”.

“Direcciones, horarios, cosas pequeñas rápidamente te las enseñan y te las dan”.

“El correo, lo comparto con mis hijos, la familia, amigos”.

EL PROCESO DE APRENDIZAJE DE INTERNET

El proceso de aprendizaje es un proceso caracterizado por ser:

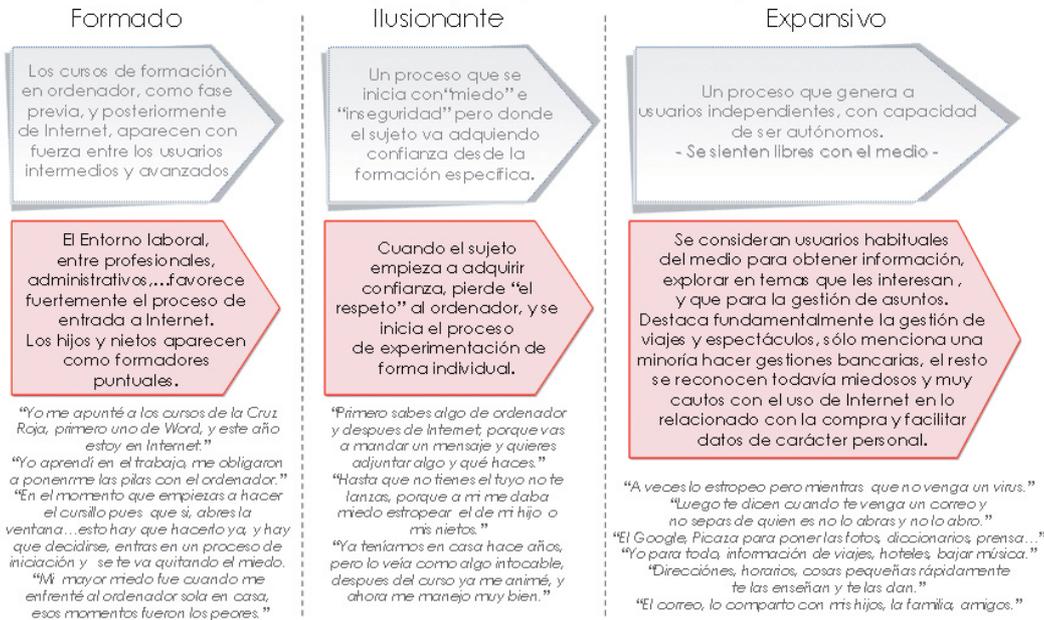


Figura 30.II

3.2.5. Limitaciones al uso de Internet

Las limitaciones al uso de Internet, que afectan a buena parte de la población mayor, se pueden clasificar en dos grandes aspectos:



3.2.5.1. El desconocimiento

Si bien el proceso de aprendizaje permite que el sujeto avance, actualmente hay un gran desconocimiento hacia el uso de:

- Redes Sociales: nadie sabía lo que eran.
- Blogs: sólo nos encontramos con un usuario que los utiliza.
- Chats: observamos un gran desinterés.

En esta línea, ponen de manifiesto:

“Mi hijo hace la compra por Internet y le va de maravilla”.

“Navegando por la red, te pueden coger todos tus datos”.

“Yo chats y esas cosas, no, no”.

“Pero un Blog ¿qué es?”

“No me gusta eso de hablar con un ordenador”.

3.2.5.2. El carácter conservador del sujeto

Un consumo prudente, que trata con respeto al medio. Se reconocen prudentes en:

- Accesos y registros donde hay que dar información privada.
- La compra por Internet.

Como conclusión podría decirse que los cursos de formación avanzan sobre estas limitaciones aportando “confianza” y “conocimiento” al sujeto.

Las declaraciones favorables a la formación son elocuentes pero también subyace la desconfianza:

“En clase hacemos el ejercicio de comprar entradas por Internet, para el cine y el teatro”.

“Me da miedo que me cojan la cuenta y se quede ahí grabada”.

“Te bloquean cuentas y te cogen datos, hay que tener mucho cuidado”.

LIMITACIONES AL USO DE INTERNET

Las limitaciones al uso de Internet se basan en dos grandes aspectos:

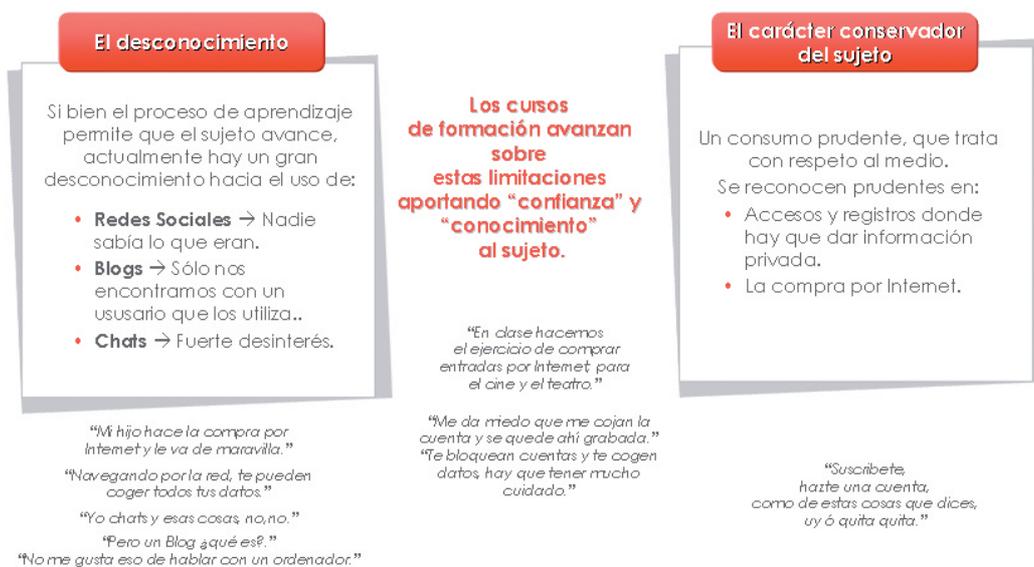


Figura 31.II

4. Redes Sociales, una mezcla de gran desconocimiento e interés posterior

A priori, los mayores tienen un conocimiento muy residual y confuso, desde el que se proyecta un fuerte distanciamiento. Manifiestan:

- “Lo he oído”.
- “Me suena”.
- “¿Pero es para nosotros?”
- “Es para los más jóvenes”.

Sorprendentemente, a posteriori, cuando se explica al grupo en que consiste Facebook, y en general el concepto de Redes Sociales, se generan actitudes de

entusiasmo entre los participantes, sobre todo entre las mujeres participantes. Manifiestan espontáneamente:

“Útil”.

“Más de mujeres”.

“Cuando te quedas en casa porque no puedes, o no quieres salir, es una manera de no encerrarte en ti mismo, tener otras preocupaciones, te abre campos”.

“Tienes una cantidad de gente para comunicarte, fabuloso”.

Estas manifestaciones deben hacernos pensar y en un futuro próximo realizar sobre este asunto un análisis más profundo.

5. Teleasistencia

5.1. Concepto previo

La visión del concepto de teleasistencia queda reflejada en la definición actualizada y normalizada ofrecida por la recomendación ETSI TR 102 415 V1.1.1. de agosto de 2005: *“La teleasistencia incluye la prestación de un servicio de atención social o de salud a personas en su hogar en una comunidad, con el apoyo de sistemas basados en Tecnologías de la Información y Comunicaciones”* [6].

5.2. Experiencia de la teleasistencia

5.2.1. La experiencia de la teleasistencia

- Necesidad: dirigida a personas mayores que viven solas o permanecen mucho tiempo solas. Es una tecnología que cubre unas necesidades muy básicas del sujeto como son la seguridad y comunicación.

Así, dicen:

Los mayores ante las TIC

“Es importante para una persona que viva sola”.

“Te pones mala por la noche y vienen enseguida”.

“Te llaman una vez a la semana para ver cómo estás, ¡es un gusto!”.

- Acceso: el acceso está impulsado fundamentalmente por los hijos cuando los padres se encuentran solos o han vivido una mala experiencia.

“Cuando se murió mi marido me lo pusieron mis hijos”.

“Cuando me caí por las escaleras”.

- Proceso de aprendizaje: Un proceso de aprendizaje rápido y fácil, que no genera un freno para su acceso.

“Es fácil, aprietas y ya está”.

- Proceso de renovación: En general, pero no siempre, los sujetos usuarios de teleasistencia dentro del grupo no asumen ningún gasto por el servicio. La renovación va a cargo del proveedor del servicio.

“Es un servicio totalmente gratuito ¡es una maravilla!”.

LA EXPERIENCIA DE LA TELEASISTENCIA



Figura 32.II

La teleasistencia constituye una experiencia muy positiva por dos grandes aspectos:

“Da gusto hablar con ellos porque te tratan de maravilla”.

“Yo estoy encantada con ellos”.

“Es más fácil de usar que el móvil y más útil”.

“Es más práctico y más rápido”.

“Te encuentras más segura”.

5.2.1.1. La tranquilidad y bienestar que reporta

Una persona que se encuentra sola, con miedo, con una gran necesidad de comunicación ante:

- Caídas.
- Molestias de salud.
- Soledad.

Es este un servicio tecnológico que aporta seguridad al sujeto que vive solo ante situaciones imprevistas. Constituye una herramienta de comunicación para mantener relaciones afectivas con los usuarios que viven solos y con poca autonomía.

“Te llaman por el teléfono. Cuando te llaman das a aquel botón redondo y rojo, y ahí te pones y te habla - Elvira ¿cómo estás? -, porque enseguida sabe tu nombre. - Pues esto, me pasa esto, me pasa... -”.

“Cuando te vas a casa de alguien yo le digo - Mira, te llamo para decirte que me voy a casa de mi hija - ¿Cuándo vas a volver? - Pues vengo el lunes - Ah, me parece muy bien, cuando vengas el lunes nos llamas -”.

“Y ya me voy el sábado y vuelvo el lunes, y ya me llaman. - Y que tal estás Elvira, que tal lo has pasado, que, y los nietos, que tal, y cuanto me alegro Elvira. Y si necesitas algo y quieres hablar, llámanos que hablamos contigo, muchos besitos y tal - o sea, que muy cariñosas. Da gusto hablar con ellas porque es que te tratan de maravilla”.



Los mayores ante las TIC

5.2.1.2. Una tecnología que no genera “grandes” problemas al usuario

- Aprietas un botón y ya está.
- Te llaman a casa y ya está.
- Tienen las llaves de tu casa y entran directamente si te pasa algo.

Destacar como en ninguno de los tres casos el usuario “se cuelga” el aparato al cuello, lo que constituye un mal uso.

- Se deja en el aparador del salón durante el día y por la noche en la mesilla.
- Se lo llevan cuando van al cuarto de baño.

Un dispositivo que no se incorpora por pereza y por miedo.

“Las cosas eléctricas al cuerpo me da yu-yu”.

“Es un cordón muy grande”.

“Yo no me lo cuelgo, no es necesario”.

LA EXPERIENCIA DE TELEASISTENCIA

Una experiencia **muy positiva** por dos grandes aspectos

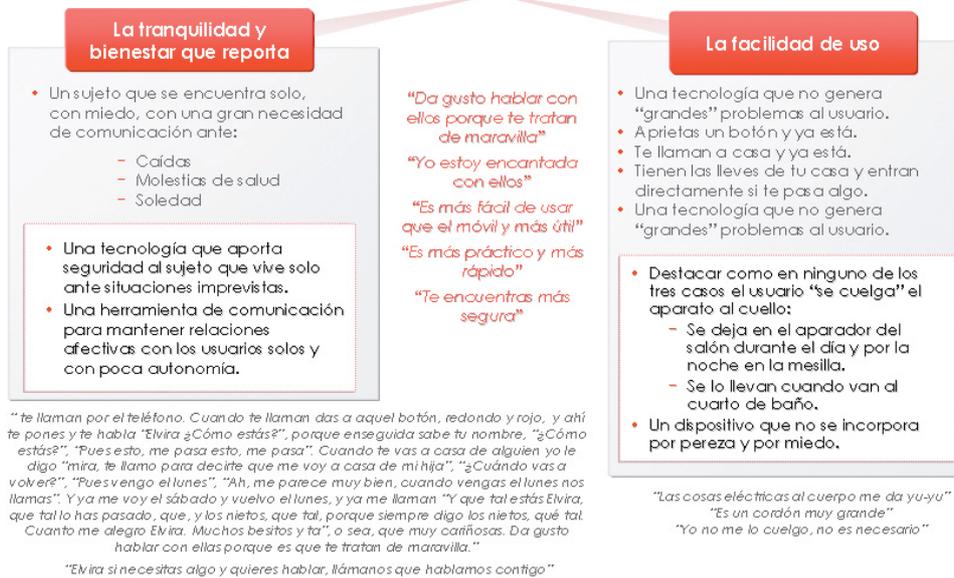
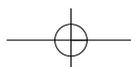


Figura 33.II



6. El discurso de la asequibilidad

6.1. El discurso del gasto que las personas mayores de 65 años

- El gasto ocupa una posición secundaria en relación con las barreras motivacionales y de aprendizaje. Se trata de un discurso que no emerge rápidamente en el grupo cuando se habla de las barreras de acceso a las TIC.
- Las primeras menciones espontáneas que emergen en el grupo con respecto al gasto se plantean desde la necesidad de control del uso de telefonía móvil. Cuando se aborda esta cuestión, aparece un discurso que se centra en la necesidad de control del gasto entre un target, que no sólo se posiciona desde una actitud más conservadora en su nueva etapa vital, sino que además ha reducido en muchos casos su nivel de ingreso.
- Un usuario básico en el uso de las TIC, que justifica el uso del móvil para satisfacer necesidades muy básicas, y con un gasto también muy básico. Un discurso crítico hacia el uso “descontrolado” del móvil, asociado a los más jóvenes: Hablar por hablar.
- Un usuario que tiene miedo a un “gasto descontrolado” por usos no adecuados del móvil, este hecho les limita en el uso de nuevas funcionalidades en el teléfono móvil. Una persona que desde el “miedo” y la “desinformación” ejerce un fuerte control del gasto.

“Me preocupa el gasto cuando no sabes ciertas cosas”.

6.1.1. La asequibilidad hacia las TIC

En primer lugar, el status de la persona determina el nivel de asequibilidad del mismo. También, la cultura tecnológica condiciona bastante la percepción de asequibilidad de las TIC. Así mismo, la mayor formación en TIC minimiza las barreras de asequibilidad.



Los mayores ante las TIC

6.1.1.2. Factores que condicionan la asequibilidad. La asequibilidad de las TIC depende de dos factores

- Un factor económico relacionado con la posibilidad de afrontar el gasto. El nivel de ingresos en el hogar condiciona la asequibilidad más en términos de uso que de acceso.
- Un factor actitudinal relacionado con la necesidad de afrontar el gasto. El conocimiento y uso de las TIC condiciona la asequibilidad.

LA ASEQUIBILIDAD DE LAS TIC

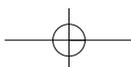
La capacidad actual de afrontar el gasto de las TIC entre las personas mayores es alta por las siguientes razones:



Figura 34.II

6.1.1.3. La capacidad actual de afrontar el gasto de las TIC entre las personas mayores es alta por las siguientes razones

- El acceso suele ser en su inicio, gratuito, bien porque se lo regala la familia, en forma de teléfono móvil y ordenador o también porque una institución pública paga los servicios de teleasistencia e Internet. No suelen establecer barreras de entrada, o al menos así lo manifiestan.



- Hay un alto control del gasto por el que procura minimizarse éste, lo que revela que este colectivo realiza un alto control del desembolso que efectúa. El gasto en TIC, es un gasto asumido, que se percibe como necesario.

6.1.1.4. Umbrales de asequibilidad de las TIC

Resulta complicado referirse a los umbrales de asequibilidad entre los colectivos básicos, ya que plantean un discurso de precio desde la justificación de su actitud de negación.

Sin embargo, cuando la persona no sólo asume si no que aspira a las TIC, el umbral del precio se eleva.

En este sentido, desde las diferentes actitudes, los umbrales se configuran de una manera diferenciada con respecto a la compra de un dispositivo móvil:

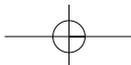
- Negación: 0 €. No pagaría nada por incorporarse a los servicios que ofrecen las TIC.
- Resignación: entre 0 y 300 €. Como podemos ver, la "horquilla" de gasto es muy amplia lo que denota una sensibilidad muy variable y también un alto desconocimiento desde el no uso.
- Utilitarista obligado: entre 0 y 50 €.
- Utilitarista convencido: entre 30 y 100 €.
- Entusiasta: entre 30 y 300 €.

6.2. La asequibilidad en telefonía móvil

6.2.1. El control del uso del teléfono móvil

En general se detecta una actitud de control hacia el teléfono móvil, actitud que se intensifica entre usuarios más básicos y con actitudes más resignadas y utilitaristas.

En este contexto se genera una fuerte racionalización del uso del teléfono móvil.



6.2.1.1. Personas con baja vinculación emocional con el teléfono móvil

Son sujetos que se protegen, caracterizados por:

- Evitar los usos superfluos: Una persona que controla el uso para evitar gastos abusivos asociados a usos no básicos y superficiales. Así, dicen:

“Una llamada cuando llegas de viaje y ya está, luego nos contamos”.

“Se usa para cosas estúpidas bajo mi punto de vista, oye que voy por Serrano y lo he visto en una tienda...”

- Evitar los usos intrusivos: Se trata de una persona que controla el uso para preservar su intimidad y su independencia. Dicen:

“Lo sé manejar pero lo uso poco, no soporto que te suene en cualquier momento”.

“Yo lo pongo en silencio”.

“Lo apago”.

“Lo dejo en casa”.

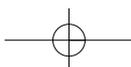
6.2.1.2. Personas con un perfil más avanzado

Los usuarios entusiastas y utilitaristas más avanzados, por el contrario, mantienen una fuerte vinculación con el teléfono móvil y manifiestan un uso más intensivo y de menor control. Estas personas se expresan:

“Si salgo sin él de casa, tengo que volver”.

“Yo lo uso para todo”.

“Para mi es algo básico no podría estar sin él”.



EL CONTROL DEL USO DEL MÓVIL

En general se detecta una actitud de control hacia el móvil, actitud que se intensifica entre usuarios más básicos y con actitudes más resignadas y utilitaristas.

En este contexto se genera una fuerte racionalización del uso del móvil,

- Un sujeto con baja vinculación emocional con el móvil -



Figura 35.II

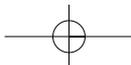
6.2.2. La asequibilidad hacia las TIC

En primer lugar, el status de la persona determina el nivel de asequibilidad de la misma. También, la cultura tecnológica condiciona la percepción de asequibilidad de las TIC. Así mismo, la mayor formación en TIC minimiza las barreras de asequibilidad.

6.2.2.1. Factores que condicionan la asequibilidad

La asequibilidad de las TIC depende de dos factores:

- Un factor económico relacionado con la posibilidad de afrontar el gasto. El nivel de ingresos en el hogar condiciona la asequibilidad, más en términos de uso que de acceso.
- Un factor actitudinal relacionado con la necesidad de afrontar el gasto. El conocimiento y uso de las TIC condiciona la asequibilidad.



LA ASEQUIBILIDAD HACIA LAS TIC

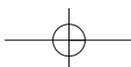


Figura 36.II

6.2.2.2. La capacidad actual de afrontar el gasto de las TIC entre las personas mayores

Es alta por las siguientes razones:

- El acceso suele ser en su inicio, gratuito, bien porque se lo regala la familia, en forma de teléfono móvil y ordenador o, también, porque una institución pública subvenciona los servicios de teleasistencia e Internet. No suelen establecerse barreras de entrada, o al menos así lo manifiestan.
- Hay un elevado control del gasto. Se procura minimizar el mismo lo que revela que este colectivo controla el desembolso que efectúa. Esto supone un gasto en telefonía móvil que, en la mayoría de los casos, no es superior a 30 euros. El gasto en TIC es un gasto asumido que se percibe como necesario.
- Una renovación asegurada. El sistema de puntos asegura un proceso de renovación gratuito. Las mayores aspiraciones del sujeto se ponen de manifiesto sólo ante los usuarios más avanzados.



LA ASEQUIBILIDAD DE LAS TIC

La capacidad actual de afrontar el gasto de las TIC entre las personas mayores es alta por las siguientes razones:



Figura 37.II

6.2.3. Umbrales de asequibilidad del teléfono móvil

Resulta complicado referirse a de los umbrales de asequibilidad entre los colectivos más básicos, ya que plantean un discurso de precio desde la justificación de su actitud de negación.

Sin embargo, cuando la persona no sólo asume si no que aspira a las TIC, el umbral del gasto a asumir, se eleva.

En este sentido, desde las diferentes actitudes, los umbrales se configuran de una manera diferenciada con respecto a la compra de un dispositivo móvil:

- Negación: 0 €. No pagaría nada por una TIC.
- Resignación: entre 0 y 300 €. Como podemos ver, la "horquilla" de gasto es muy amplia lo que denota una sensibilidad muy variable y también un alto desconocimiento desde el no uso.
- Utilitarista obligado: entre 0 y 50 €.
- Utilitarista convencido: entre 30 y 100 €.
- Entusiasta: entre 30 y 300 €.



Los mayores ante las TIC

UMBRALES DE ASEQUIBILIDAD DEL MOVIL

Es difícil hablar de los umbrales de asequibilidad entre los colectivos básicos, ya que plantean un discurso de precio desde la justificación de su actitud de negación.



Cuando el sujeto no sólo asume si no que aspira a las TIC, el umbral del precio se eleva.

En este sentido, desde las diferentes actitudes los umbrales se configuran de una manera diferenciada con respecto a las compra de un dispositivo móvil:



Figura 38 .II

6.3. La asequibilidad en Internet

6.3.1. No Usuarios

Los no usuarios tienen un gran desconocimiento de la compra de un ordenador y del gasto del acceso a Internet. Su discurso se articula desde la publicidad de ordenadores y proveedores de acceso a Internet. Se quejan al decir:

“Un bombardeo en la TV que si por 24, 25, 50 ...”.

“Continuamente veo ofertas en prensa de ordenadores hasta por 100”.

6.3.2. Usuarios

Los Usuarios de Internet nos hablan de ordenadores que les han regalado en la mayoría de los casos.



La compra oscila entre los 300 y 700 € en centros ad hoc de gran volumen y otros de carácter generalista, respectivamente.

Con respecto al acceso a Internet, todos declaran tener ADSL asociado a diferentes operadores que poseen este sistema.

Este gasto está asociado al que corresponde a la telefonía fija en el hogar.

LA ASEQUIBILIDAD DE INTERNET

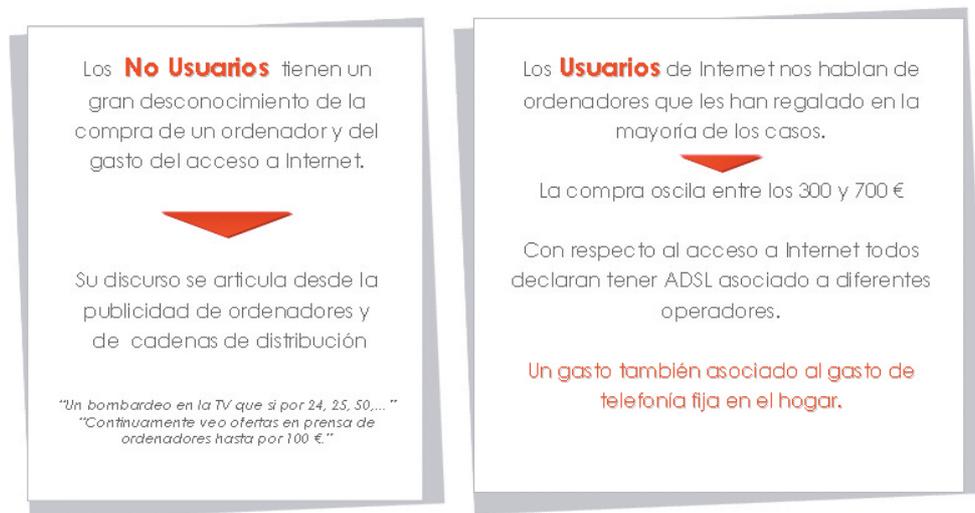


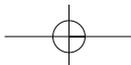
Figura 39.II

6.4. La asequibilidad de la teleasistencia

En general, los usuarios de teleasistencia gozan de un servicio gratuito. Cuando se les sugiere la posibilidad de pago y de cuánto estarían dispuestos a pagar, surgen dos posturas en el grupo:

- Un gasto que no se puede asumir por pensiones bajas. Sucede lo mismo en el caso de hogares con bajos ingresos.

"Ya pero es que si pago esto a lo mejor no tengo para comer, para la luz, para la comunidad..."



Los mayores ante las TIC

- Un gasto que se puede asumir desde la percepción de fuerte beneficio.

“Si le hace falta te tendrías que sacrificar”.

“Eso de que estás controlado todo el día, las 24 horas, a mi no me importa pagarlo”.

Si se proyectan todas las respuestas parece que la cifra que estarían dispuestas a pagar no sobrepasaría los 30 € al mes por el servicio.

7. Análisis de resultados

7.1. Tecnologías aspiracionales para los mayores de 65 años

El teléfono móvil es el protagonista de las aspiraciones entre la mayoría de los participantes a los grupos.

“El móvil es lo mejor, todo lo hacemos con él”.

La facilidad de aprendizaje aparece como palanca clave de acceso a cualquier innovación de las TIC.

“Una cosa fácil y me apunto a lo que sea”.

“No tener que estudiar ni pensar”.

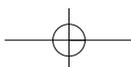
“Que fuera un botón como la teleasistencia”.

La necesidad de ser “asequible” está en la mente de todos. Si la tecnología es sencilla y cubre sus aspiraciones, se justificaría el gasto.

“A un precio moderado, creo”.

7.2. Resumen de las aspiraciones de las personas mayores

Dos aspectos resumen las mayores aspiraciones de las personas mayores de 65 años.



7.2.1. Dispositivos más pequeños

- Que sean fácilmente manejables, con funciones básicas, de muy acceso sencillo.
- Que posibiliten una comunicación más sencilla y cómoda.

En resumen, una comunicación que no ponga trabas de uso.

7.2.2. Incorporación de la imagen

- El teléfono móvil y la teleasistencia con imagen, levantan grandes expectativas entre los participantes.
- Que la comunicación sea más real y más humana.

En resumen, una comunicación que les obligue a mantener una actitud más activa.

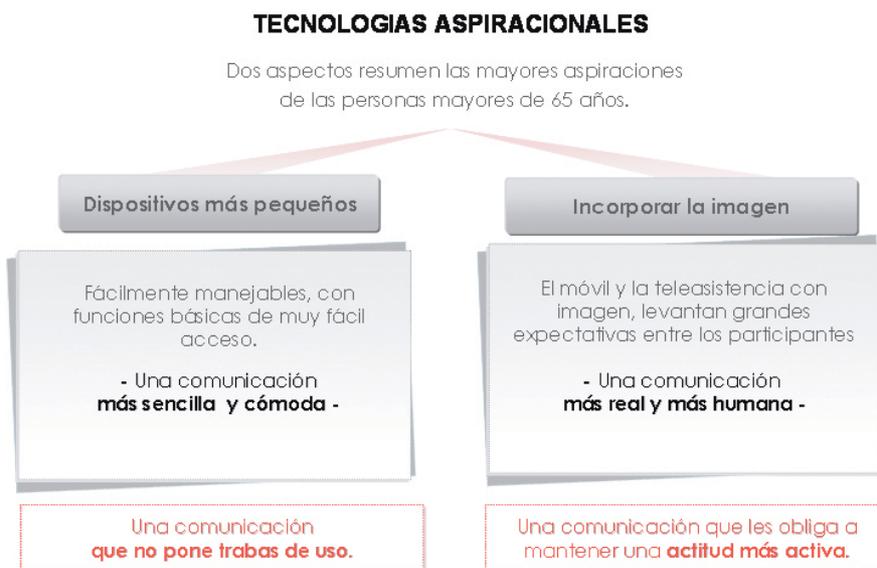
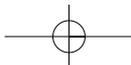


Figura 40.II



7.2.3. La incorporación de la imagen: ilusiones y temores

La posibilidad de incorporar la imagen centra el discurso de la aspiración tecnológica y dispara los temores del gasto, así como algún recelo relacionado con la privacidad.

“Yo por ver a mi hijo de Ciudad Real pagaría lo que fuera”.

“Eso es lo que hemos soñado hace años”.

“Sería muy bonito, estaría muy bien”.

- La imagen supone un avance cualitativo muy importante para la comunicación móvil. La perspectiva que se obtiene es la de una TIC que se humaniza.
- La imagen conecta directamente con una necesidad básica y profunda del sujeto y es la conexión con el entorno. Una funcionalidad que se ve proyectada en una variedad de dispositivos: móvil, ordenador/Internet y teleasistencia.
- Las reacciones negativas que genera el uso de la imagen en los dispositivos TIC: intrusismo y pérdida de intimidad. Están protagonizados fundamentalmente por las actitudes de negación a las TIC, quedando en la mayoría de los casos “eclipsadas” por el gran beneficio emocional que proyectan utilitaristas, resignados y entusiastas.



8. Referencias bibliográficas

1. Fundación Vodafone España y red.es, TIC y discapacidad. Un estudio de opinión. Ed., Fundación Vodafone España, Madrid, mayo 2007.
2. Cayetano Martín Olalla, *La actividad física en personas mayores: análisis sociológico y papel del licenciado en Educación Física*, [http://www.efdeportes.com/Revista Digital - Buenos Aires - Año 11 - nº 103 - Diciembre de 2006](http://www.efdeportes.com/Revista%20Digital%20-%20Buenos%20Aires%20-%20Año%2011%20-%20nº%20103%20-%20Diciembre%20de%202006).
3. García Ferrando, M. (2001a), *Los españoles y el deporte: Prácticas y comportamientos en la última década del siglo XX*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte/Consejo Superior de Deportes. Y García Ferrando, M. (2001b), "La gestión del deporte en el ámbito municipal: de la promoción a la fidelización del cliente", pp. 17-40 en M. Latiesa et al. (comp.), *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*, Madrid, Ed. Esteban Sanz.
4. García Ferrando, M. (1982), *Deporte y sociedad*, Madrid, Ministerio de Cultura.
5. Mazzeo, R. y otros (1998), *Exercise and Physical Activity for Olders Adults*. American College of Sport Medicine. USA. Rappoport, L. (1978) *La Personalidad desde los 26*. PAIDOS, Argentina.
6. José Hernández Moreno. *La praxiología motriz. ¿Ciencias de la acción motriz?* Estado de la cuestión. Universidad de las Palmas.
7. Nixon, J. E. & Jewett, A.N., *An introduction to physical education*. W. B. Sanders Company.

9. Notas

1. Actitudinal. Perteneciente o relativo a la actitud (disposición de ánimo).
2. Juan Carlos Meléndez Moral es Dr. en Psicología y Profesor Titular de la Universidad de Valencia. Pertenece al Departamento de Psicología Moral y Educación y su trabajo se desarrolla en el grupo de investigación de envejecimiento y desarrollo.
3. Una construcción social o un constructo social es una entidad institucionalizada o un artefacto en un sistema social "inventado" o "construido" por participantes en una cultura o sociedad particular que existe porque la gente accede a comportarse como si existiera, o acuerdan seguir ciertas reglas convencionales, o a comportarse como si tal acuerdo o reglas existieran.

El constructivismo social es una escuela de pensamiento que se dedica a detectar y analizar las construcciones sociales. Desarrollos recientes en la ciencia han arrojado luz en cómo muchas prácticas y concepciones culturales, alguna vez pensadas que podrían ser puramente sociales en su construcción, tienen un fuerte componente genético.

4. Catedrático de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales y Facultad de Economía, de la Universidad de Valencia. Manuel.Garcia-Ferrando@uv.es.
5. El término Telépolis se debe a Javier Echeverría, quien lo desarrolla en una trilogía. En el primero de los libros que la componen (Telépolis), define Telépolis como una polis global en la que los barrios son países y las manzanas regiones. Una de sus instituciones más características es el ágora, donde poder y medios de comunicación entran en contacto. Su control supone el dominio de las calles, los flujos por los que circula la información. El segundo espacio vital es el mercado, que está más relacionado con lo social que con el poder. La población de Telépolis es analizada estadísticamente y clasificada en grupos homogéneos mediante estudios, cuestionarios y encuestas que traducen los habitantes a datos que son trasladados al ordenador central con el que conectan las tarjetas electrónicas. Al compartir la misma información, poder, control y mercado entran en contacto.

El segundo libro (*Cosmopolitas domésticos*) centra el discurso de Telépolis en la vivienda, objeto de atención primordial para las tecnologías de la informa-

ción. Por último, el libro que cierra la trilogía (Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno) plantea la división de la realidad humana contemporánea en tres entornos conceptuales:

- E1, naturaleza–cuerpo.
- E2, ciudad–sociedad.
- E3, telecomunicaciones–red.

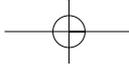
Para impedir que el control de E3 caiga en manos de los poderes económicos tardocapitalistas, Echeverría propone la creación de una "constitución" para Telépolis que consagre en ella los valores democráticos.

Aunque es una referencia habitual en la literatura sobre el tema de la ciberciudad, la argumentación de Telépolis es de base sociológica, y su interés se centra más en las consecuencias sociales del uso de las tecnologías de la información que en el impacto de éstas sobre la forma y la lógica urbana (el núcleo duro del debate del discurso de la ciberciudad).

Javier Echeverría (Pamplona, 1948) es filósofo y matemático. Desde 1986 es catedrático de Lógica y Filosofía de la Ciencia en la Universidad del País Vasco (San Sebastián). Partiendo de su especialización en la figura de Leibniz, Echeverría evolucionó hacia la filosofía de la ciencia. Junto con Manuel Castells, introdujo en España el debate sobre nuevas tecnologías y ciudad. Actualmente es un referente ineludible dentro de la cibercultura, donde defiende posiciones calificadas como "europeas" por su marcada diferenciación con respecto al caso norteamericano. Al identificar Telépolis con la polis griega, Echeverría elude la polarización entre tecnófilos y tecnófobos que caracteriza el debate sobre la ciberciudad en Estados Unidos. Abre con ello una puerta a la esperanza que apuesta por la creación de un ciberespacio democrático, no controlado por los "señores del aire".

6. Como señala Julián Andujar de la Fundación TECSOS, es preciso al abordar esta cuestión, realizar unas precisiones conceptuales.

Servicio que de forma interrumpida presta atención personalizada y facilita asistencia a la persona usuaria, dando respuesta inmediata ante momentos de emergencia o de inseguridad, soledad y aislamiento, con apoyo de los recursos necesarios y el uso de tecnologías de información y comunicación. Existen dos modalidades de teleasistencia:



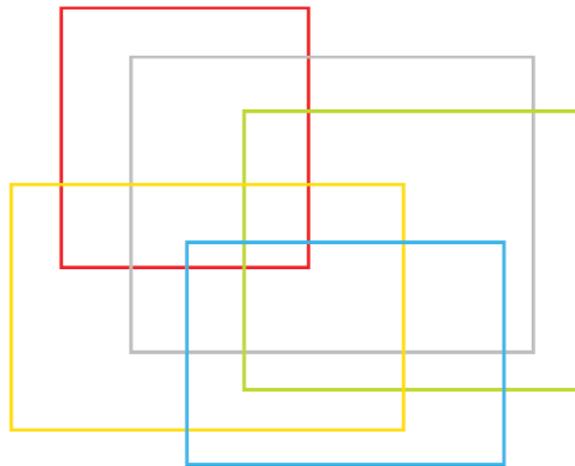
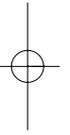
Los mayores ante las TIC

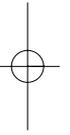
- a) Teleasistencia fija. Servicio de teleasistencia prestado únicamente dentro del domicilio de la persona usuaria a través de un dispositivo o terminal de telefonía fijo.
- b) Teleasistencia móvil. Servicio de teleasistencia prestado tanto dentro como fuera del domicilio de la persona usuaria mediante un terminal de telefonía móvil que, adicionalmente, dispone de un sistema de telelocalización.
- c) Videoatención. Servicio que incorpora el canal de video como elemento facilitador de la intercomunicación de la persona con su entorno (centro de atención y familiares/cuidadores) reduciendo la sensación de soledad y aislamiento del usuario. Este nuevo canal de comunicación ofrece otras muchas ventajas y posibilidades como el acceso a contenidos, atención a personas sordas, etc.
- d) Telecuidado. Término más amplio en el que podrían encajar todos aquellos servicios en los que se hace uso de las tecnologías de la comunicación como medio de provisión de información y servicios socio-sanitarios en general. Dentro de telecuidado podríamos incluir los servicios de teleasistencia y videoatención. Pero cuidado, en inglés se suele utilizar el término "telecare" para referirse al servicio de *"teleasistencia domiciliaria"*.





3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa







1. Objetivos y metodología

1.1. Antecedentes

Durante los últimos años, se ha estudiado el retraso en el acceso de los mayores a las TIC contemplando tanto factores culturales como actitudinales y operativos.

La reducción de la brecha digital constituye un objetivo social primordial ya que es precisamente en las personas mayores donde las TIC pueden jugar un papel de importancia fundamental ante sus problemas de comunicación, de soledad, de necesidad, de ayuda, etc.

Como ya hemos visto, la Fundación Vodafone España, que ya ha realizado algún estudio en esta línea y que es referencia en este campo, quiere seguir profundizando en la situación con la intención de abarcar una triple perspectiva:

- Establecer un análisis de la situación actual que contemple la relación de las personas mayores con la telecomunicación y sus tecnologías.
- Profundizar en las barreras de accesibilidad.
- Dimensionar las barreras y los umbrales de asequibilidad.

1.2. El objeto de la investigación

Se pretende evaluar las barreras que frenan el acceso a las TIC por parte de las personas mayores, desde una doble perspectiva:



Los mayores ante las TIC

- Establecer un diagnóstico teniendo en cuenta los factores limitantes como las actitudes, el desconocimiento, la usabilidad, los precios, etc.
- En consonancia con lo anterior, establecer estrategias que permitan generar posibilidades de intervención a la hora de determinar precios, mejorar y facilitar las posibilidades de comunicación mediante dispositivos usables y atractivos, así como realizar intensas actividades de formación, etc.

En el primer caso se trataría de recopilar la información disponible, y en otros, como en el tema de asequibilidad, de profundizar y dimensionar.

1.3. Objetivos y metodología

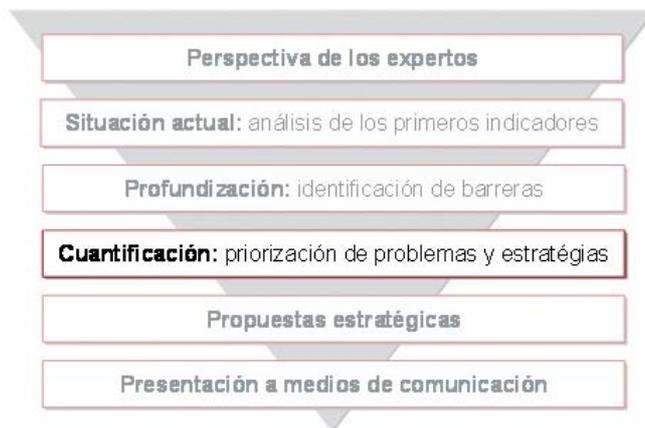
1.3.1. El conocimiento de las barreras de acceso y la asequibilidad

Centrándonos en el apartado de asequibilidad, como un objetivo fundamental del estudio, se trataría de conocer:

- El grado en el que la asequibilidad está ejerciendo como barrera
- Los umbrales de asequibilidad
- Su traducción en los diversos tipos de dispositivos
- Las tipologías de mayores que se establecen por su capacidad de asequibilidad y su dimensionamiento
- Las diferencias entre los precios percibidos y los umbrales de asequibilidad
- Las posibles estrategias.

Esta tercera parte, correspondiente a la investigación cuantitativa, orientada a la identificación de las necesidades de utilización de las diferentes tecnologías y las barreras que surgen para los diferentes Grupos de usuarios.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa



1.3.2. Ficha técnica de la encuesta

The technical sheet contains the following details:

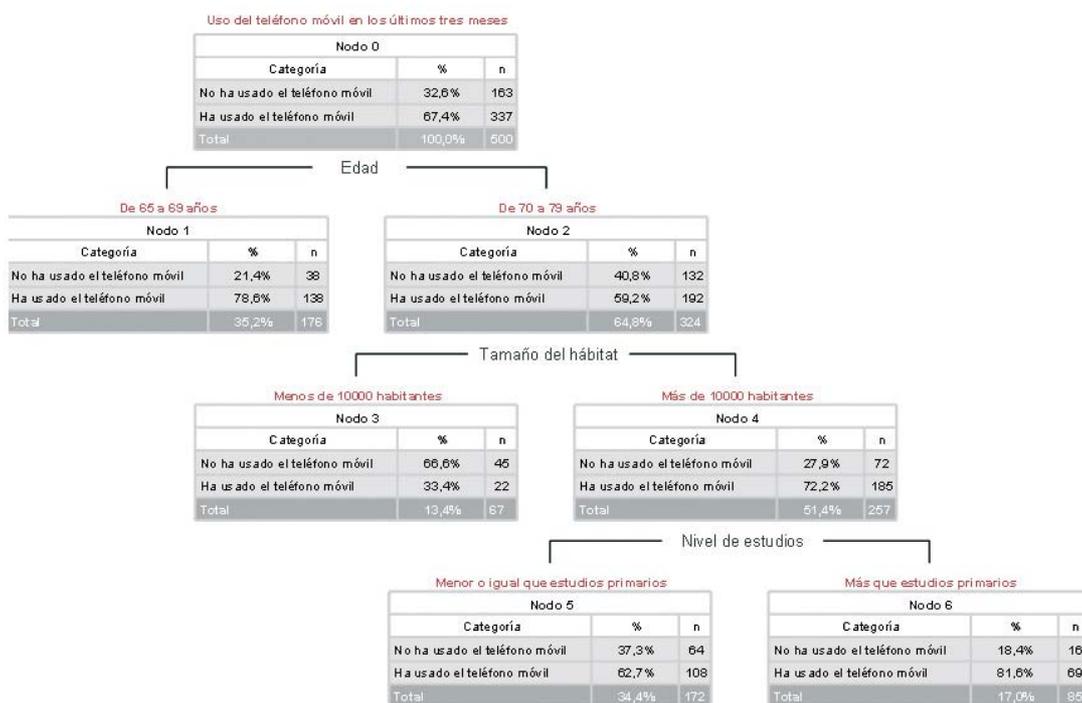
- **Ámbito:** nacional
- **Universo:** Población española mayor de 65 -79 años
- **Muestra:** 500 casos
- **Error muestral:** para un nivel de confianza del 95,5% y p=q=50%, el error es de $\pm 4,46\%$
- **Diseño muestral:** Se han cubierto todas las Comunidades Autónomas
- **Tipo de entrevista:** entrevista telefónica sistema CATI (Computer Assited Telephone Interview)
- **Cuestionario:** semiestructurado, de unos 12 -14 minutos de duración
- **Anonimato y confidencialidad:** se garantiza el absoluto anonimato de las respuestas de los entrevistados que serán utilizadas únicamente en la confección de tablas estadísticas
- **Tratamiento estadístico:** Tabulación simple, cruzada de frecuencias y análisis multivariable (ver a continuación)
- **Control de calidad:** de acuerdo a la norma ISO 20252 y el Código de conducta CCI/ESOMAR



Los mayores ante las TIC

1.3.3. Análisis multivariable

A partir de los resultados del proceso de encuesta, se ha abordado un procedimiento de Análisis multivariable para identificar tipologías (gráfico CHAID) (1) a fin de priorizar las variables en función de su incidencia en la aceptación de cada tecnología.



2. El perfil del encuestado

2.1. Aspectos generales

Según determinan los objetivos previamente fijados en el presente estudio, destinado a valorar la accesibilidad y la asequibilidad de la telecomunicación, se han tenido en cuenta diferentes criterios a la hora de realizar el muestreo, con el fin de delimitar, en la medida de lo posible, un colectivo suficientemente representativo de las personas mayores comprendidas entre 65 y 79 años que residen en España.



En las páginas siguientes se describen, desde un punto de vista general, las principales características que definen al colectivo encuestado, deteniéndonos en el análisis de algunas de las variables que se han considerado más relevantes en la adopción y uso de tecnologías por parte de las personas mayores, fundamentadas en el estudio de datos secundarios y en la investigación cualitativa.

De este modo, se muestran las estadísticas relativas a:

- Edad
- Sexo
- Comunidad autónoma de residencia
- Tamaño del hábitat
- Nivel de estudios
- Personas en el hogar (totales y mayores de 65 años)
- Situación laboral previa a la edad de jubilación

La distribución muestral, según recoge la ficha técnica, asegura la representatividad estadística de los datos analizados y, por tanto, la capacidad de obtención de conclusiones extensibles al conjunto de la población.

2.2. Perfil del encuestado: edad y sexo

Dados los objetivos de este estudio, la encuesta se ha centrado en el análisis de la población con edades comprendidas entre los 65 y los 79 años de edad. No obstante, con el objetivo de establecer posibles diferencias explicadas a partir de la edad, se han distinguido tres segmentos en la muestra con edades comprendidas entre los 65 y 69, 70 a los 74, y de 75 a 79 años, cuyas proporciones se resumen en el gráfico que en seguida se adjunta.

Respecto al sexo de los encuestados, la muestra recoge una mayor proporción de mujeres que de hombres. Este hecho es coherente con la distribución de la población general, dada la mayor longevidad y, por tanto, la mayor representatividad del colectivo femenino en estos segmentos de edad.

Los mayores ante las TIC



Figura 1.III

2.3. El perfil de los encuestados por comunidades autónomas

Con el fin de garantizar la representatividad del estudio sobre el total de la población española, se ha realizado el muestreo considerando también, como criterio de selección, la comunidad autónoma en la que reside el encuestado.

En el gráfico se muestra la distribución porcentual de los encuestados según su lugar de residencia. Tal y como puede apreciarse, esta distribución guarda proporcionalidad con la distribución de la población española de este segmento de edad por comunidades autónomas.

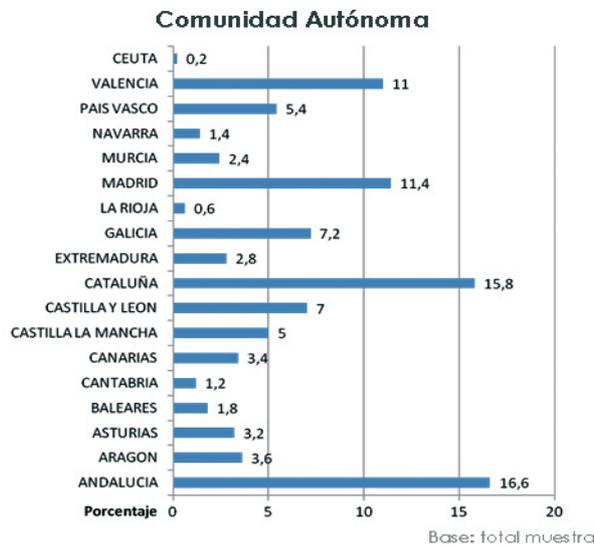


Figura 2.III -

2.4. El perfil del encuestado. Hábitat y nivel de estudios

Respecto al nivel de estudios, el perfil más habitual del encuestado señala la tenencia de una formación igual o inferior a los primarios. Esta estadística es, nuevamente, coherente con la situación general en España.

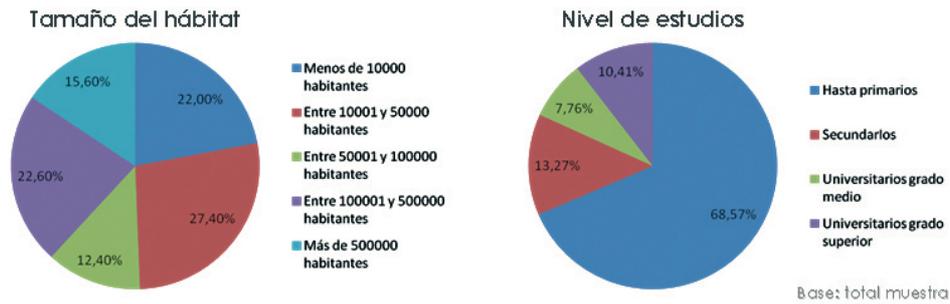


Figura 3.III

2.5. Perfil del encuestado. Personas en el hogar

También se han considerado como variables relevantes el número de personas que viven en el hogar, distinguiendo entre personas mayores de 65 años y personas totales.

Se observa que cerca de 4 de cada 5 de los encuestados comparte su hogar con alguna persona, siendo el caso más común el hogar formado por dos individuos.

Además, los datos relativos a miembros en el hogar mayores de 65 años parecen apuntar a que el caso más frecuente en la muestra son los hogares formados por dos personas de más de 65 años.

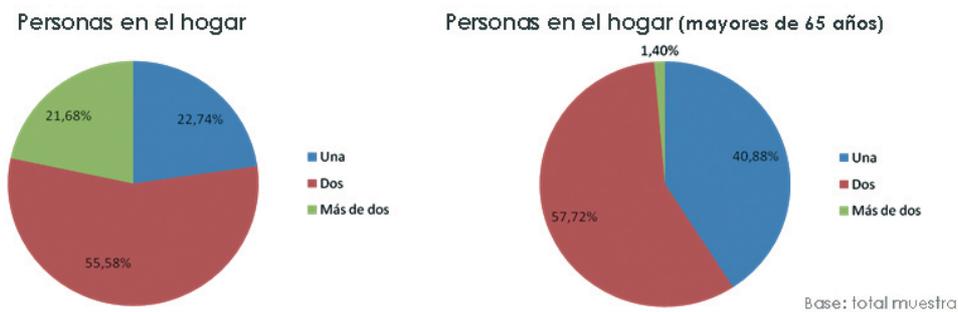


Figura 4.III

2.6. Perfil del encuestado. Situación laboral

Finalmente, también se ha preguntado por la situación laboral antes de la jubilación, entendiendo que el trabajo puede haber influido en la adopción de las tecnologías por parte de los encuestados.

Como puede observarse, la situación más habitual era el trabajo por cuenta ajena (más del 60%), alcanzado casi el 80% la proporción de personas que han tenido algún tipo de actividad laboral.



Figura 5.III

3. Las TIC y las personas mayores

3.1. Datos generales

Tal y como se expuso en la primera parte referida a aspectos generales y en la segunda, referida al estudio cualitativo, esta investigación plantea el análisis de los mecanismos impulsores y así como también frenos para la adopción y uso de tres tecnologías que comparten algunos aspectos comunes, pero que así mismo tienen rasgos propios que las diferencian, ejerciendo una clara influencia en el tema estudiado. De este modo, el núcleo del informe estará compuesto por una valora-

ción detallada de la situación en relación con cada una de las tecnologías analizadas, que intentará poner de manifiesto en mayor medida estas diferencias.

No obstante, con carácter previo, se ha considerado interesante presentar, en un primer apartado, una visión general sobre el grado de adopción y utilización de las distintas tecnologías en el segmento de edad analizado, entre 65 y 80 años, de manera que establecemos la distinción únicamente en función de los Grupos de edad, por ser éste el criterio que delimita el universo de este estudio.

Como norma general, según determinaremos con mayor detalle, esta descripción va a plantear dos cuestiones:

- La diferencia existente entre las tecnologías cuya unidad de uso es el hogar, destinadas por tanto a varios de sus miembros, son el ordenador o Internet; y las tecnologías orientadas al uso a nivel individual, como la telefonía móvil y la teleasistencia. Mientras que en el caso de las primeras existe una cierta correlación entre disponibilidad y uso, en las segundas se trata de una práctica identificación: las personas que las tienen también las utilizan de manera individual.
- La especificidad de la teleasistencia. La naturaleza y objetivos de este tipo de dispositivo le confieren su idoneidad cuanto mayor es la necesidad de atención que tienen las personas mayores, generalmente en las edades más avanzadas. Para el resto de las tecnologías, por lo general las personas más jóvenes, muestran mayor nivel de uso.

3.2. Disponibilidad de las tecnologías

Como puede observarse en la Fig. 6-III, un amplio porcentaje de las personas mayores encuestadas, cerca del 85%, reconoce disponer en su hogar de al menos una de las tecnologías analizadas en este estudio. La telefonía móvil es la tecnología más extendida entre este grupo de usuarios, siendo el ordenador y el acceso a Internet el segundo tipo más frecuente, a gran distancia del resto.

Los resultados porcentuales por tecnologías constituyen un adelanto de lo que irá desvelando el estudio.

Los mayores ante las TIC

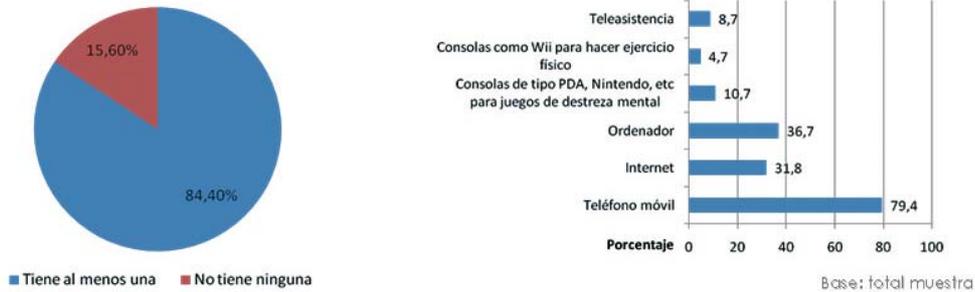


Figura 6. III

3.2.1. Disponibilidad de las tecnologías. Edad

Existe una clara correlación negativa entre la edad del encuestado y la disponibilidad general de tecnologías: cuanto mayor es el entrevistado, menor es la probabilidad de que al menos una de las tecnologías consideradas en el estudio, esté disponible en su hogar.

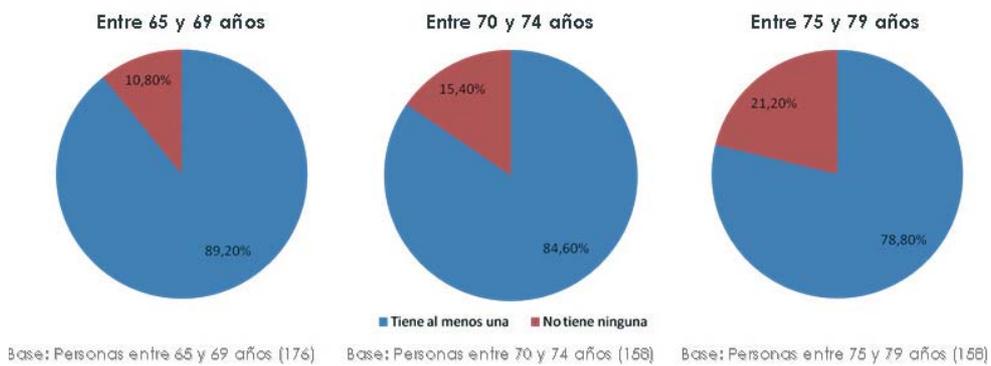


Figura 7. III

Al analizar la disponibilidad de tecnologías según la edad del entrevistado, se observa la misma asociación entre la disponibilidad de las tecnologías más extendidas y la edad. Sin embargo, la teleasistencia, una de las tecnologías minoritarias tiene, por su propia naturaleza y objetivo, una correlación inversa con la edad: cuanto mayor es el entrevistado, mayor es la probabilidad de que esta tecnología esté disponible en su hogar. Esta es una primera diferencia clara

entre tecnologías, ya puesta de manifiesto en el análisis de las perspectivas generales realizado en la parte I de este estudio.

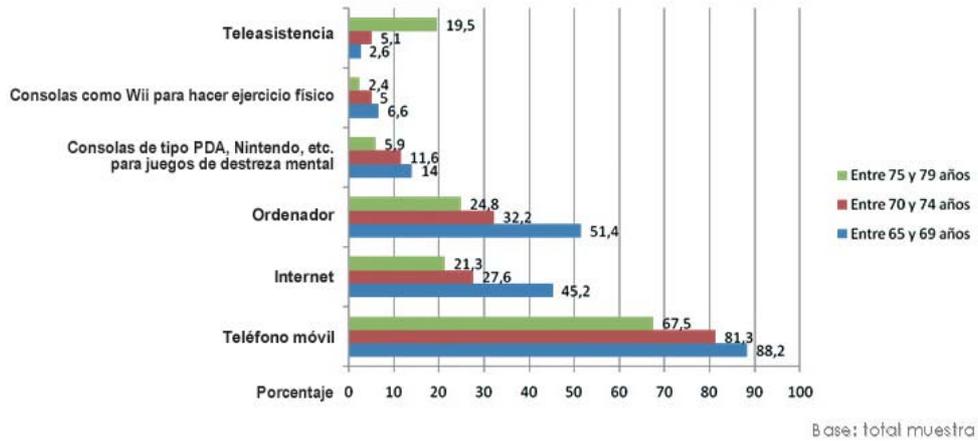


Figura 8.III

3.3. Uso de las tecnologías

Las tecnologías con mayor nivel de disponibilidad son también las más usadas. Sin embargo, existe una importante diferencia entre la telefonía móvil o la teleasistencia y el resto de tecnologías. Mientras que en el caso de las dos primeras la diferencia de proporción entre disponibilidad en el hogar y uso es relativamente pequeña, en el resto este desequilibrio se amplía. De este modo, tanto en el caso de la telefonía móvil como en el de la teleasistencia, el ratio o cociente uso/disponibilidad es muy elevado, siendo menor el valor en el resto de tecnologías.

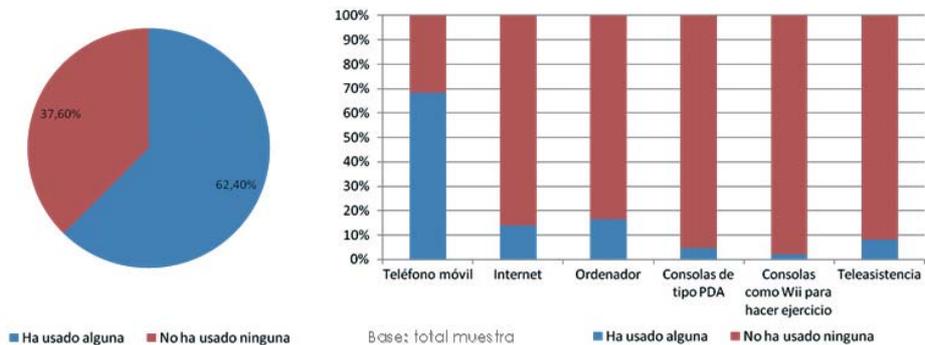


Figura 9.III



Los mayores ante las TIC

El ratio uso/disponibilidad de las diferentes tecnologías de aquellas que las usan, es:

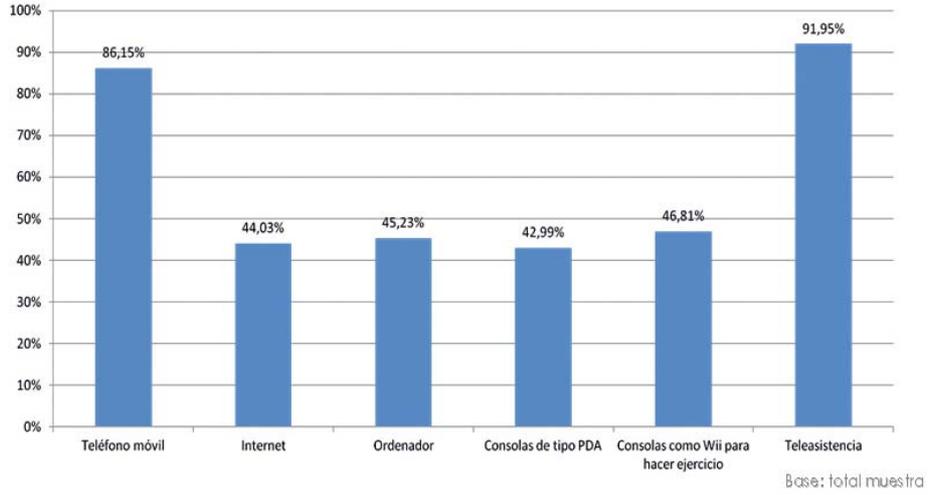


Figura 10.III

3.3.1. Uso de las tecnologías. Edad

La correlación observada entre la disponibilidad de tecnologías y la edad del entrevistado se mantiene para el caso del uso con una salvedad: el caso de la teleasistencia, orientada a su uso por parte de las personas de edad más avanzada. El grupo de edad más joven muestra un mayor nivel de utilización de las diferentes tecnologías.

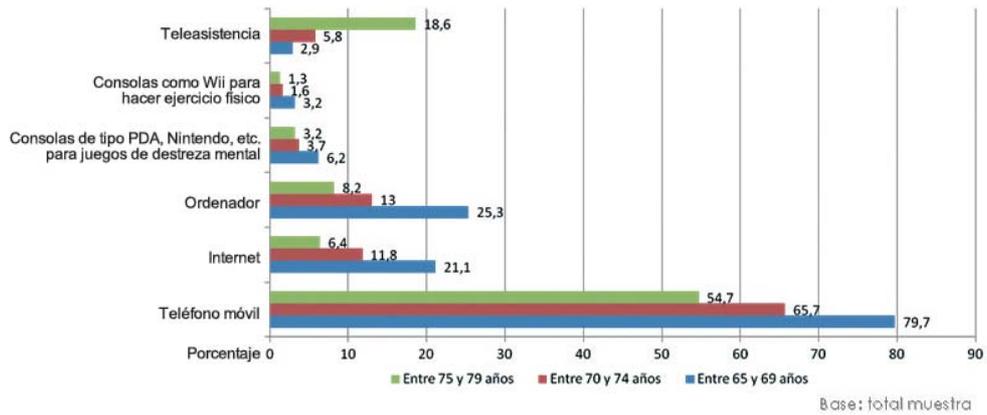


Figura 11.III



3.3.2. Ratio uso/disponibilidad

En cuanto al efecto de la edad sobre la ratio uso/disponibilidad, se aprecia como el efecto para las tecnologías más extendidas como la telefonía móvil, el ordenador y la Internet, es el mismo que en la disponibilidad. En el caso de la teleasistencia, su uso y su disponibilidad coinciden con los segmentos de más edad, siendo curioso que un porcentaje pequeño de las personas mayores que afirman tener esta tecnología, no la utilizan. Esta disparidad se debe, posiblemente, al desconocimiento de su funcionamiento, o a la convivencia de dos personas dentro de este rango de edad, de manera que utiliza esta tecnología tan sólo una de ellas.

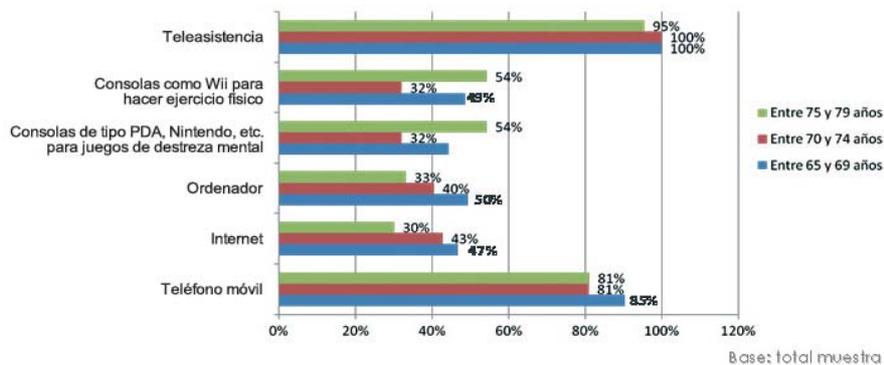
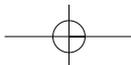


Figura 12.III

3.4. Las TIC y las personas mayores. Conclusiones

Como se puso de manifiesto en el inicio de este apartado nº 3, existen algunos patrones comunes a diversas tecnologías que se han ido exponiendo en relación con los distintos grupos de edad que analizamos.

No obstante, esta primera visión ha puesto de manifiesto cómo, ya en las dos variables relativas a tecnologías más generales, como son la disponibilidad y el uso, cada una de las tres alternativas tecnológicas que constituyen el núcleo de este estudio presentan importantes disparidades entre si. Ello es debido a variables como los objetivos cubiertos por la propia tecnología –aspecto que juega un papel clave en el caso de la teleasistencia– o las necesidades de partida que plantea, lo que afecta de manera crucial al uso de Internet.



De este modo parece más adecuado realizar un análisis específico de la posición de las personas mayores ante cada una de las tecnologías analizadas, lo que permitirá valorar con mayor detalle las motivaciones y barreras que pueden encontrar los diferentes tipos de usuarios o no usuarios cuando se enfrentan a cada uno de estos servicios con sus respectivos dispositivos.

Así, el resto del informe se articula en torno al análisis de las tres tecnologías fundamentales objeto de este estudio: la telefonía móvil, Internet y la teleasistencia. Para cada una de ellas, se realizará una introducción caracterizando el comportamiento del total de la muestra para, a continuación y apoyándonos en el análisis CHAID respecto a la variable penetración, llevar a cabo el estudio de las características de usuarios y no usuarios partiendo de las conclusiones de dicho análisis.

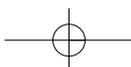
4. Telefonía móvil y personas mayores

4.1. Penetración de la telefonía móvil

El punto de partida en el análisis de una determinada tecnología, tiene que ser el conocimiento de su nivel de penetración en el colectivo objeto de estudio. En este sentido, en las siguientes páginas se analiza de forma general el perfil de los usuarios y no usuarios de telefonía móvil que responden al perfil estudiado: personas mayores entre 65 y 79 años.

Como puede apreciarse, tanto la disponibilidad en el hogar como el uso del teléfono móvil son mayoritarios entre el colectivo encuestado, con niveles de disponibilidad cercanos al 80% y de uso en los últimos tres meses de casi el 70%. En este sentido, aunque la disponibilidad en el hogar puede guardar cierta correlación con el uso, el carácter "personal" de esta tecnología señala precisamente al uso como la variable clave a estudiar.

Por edades, existe una correlación negativa entre edad y uso del teléfono móvil: cuanto mayor es la edad del encuestado, menor es la probabilidad de que



éste sea usuario de un teléfono móvil. Así, la proporción de usuarios de esta herramienta de comunicación está cercana al 80% en el caso de los individuos situados en la franja de edad de 65 a 69 años, desciende por debajo del 70% en el caso de los que tienen entre 70 y 74 años y se sitúa por debajo del 60%, en el segmento de mayor edad entre los considerados, 75-79.

Por sexos, las diferencias son prácticamente inapreciables, siendo ligeramente más alto el porcentaje de usuario entre los hombres que entre las mujeres, lo que debe relacionarse adicionalmente con otras variables, como el mayor acceso a niveles superiores de formación por parte de los hombres de ese rango de edad, o una situación laboral activa más frecuente.

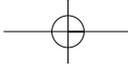
Más allá de estas variables generales, edad y sexo, resulta interesante observar qué otras características del individuo pueden guardar relación con el uso del teléfono móvil. Así, se ha analizado el tamaño del hábitat, el nivel de estudios, la situación laboral y el número de personas en el hogar, los mayores de 65 y el total.



Figura 13.III

4.1.1. Penetración de la telefonía móvil. Edad

Si consideramos el uso del teléfono móvil en los últimos tres meses, con independencia de que el sujeto disponga de él o no, obtenemos unas gráficas que ponen de manifiesto que entre las personas comprendidas en edades entre los 65 y 69 años, el uso alcanza unos niveles del 80% de la población encuestada. Si consideramos el siguiente grupo de edad más avanzada, con edades comprendidas entre 70 y 74 años, el nivel de uso desciende al 67%. Las personas de más edad estudiadas, entre 74 y 79, el uso es aún más bajo, 58%.



Los mayores ante las TIC

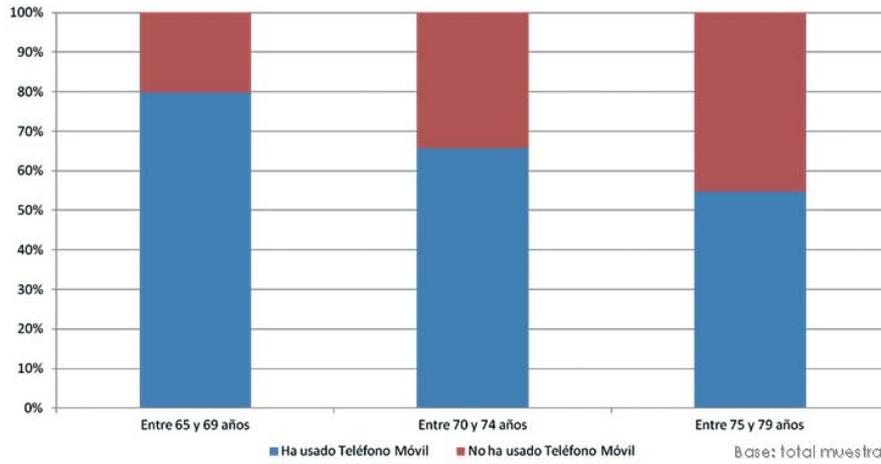


Figura 14.III

4.1.2. Penetración de la telefonía móvil. Sexo

Veamos ahora el uso del teléfono móvil durante los tres últimos meses teniendo en cuenta el sexo del usuario y con independencia de que disponga o no de teléfono móvil. Los gráficos obtenidos indican que en torno al 70%, quizá un 1% más los hombres, han usado en los últimos tres meses el teléfono móvil. Aquí, la diferencia por razón de sexo es estadísticamente insignificante.

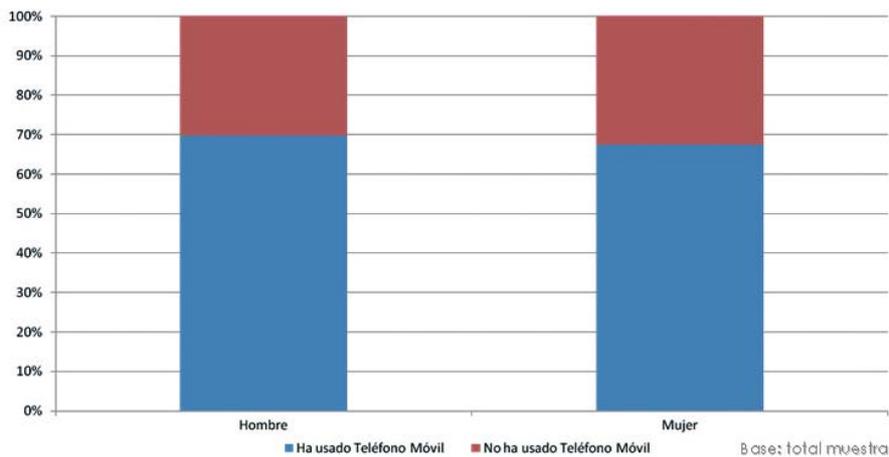


Figura 15.III



4.2. Penetración de la telefonía móvil. Influencia de otras variables

El tamaño del hábitat es un buen parámetro para estudiar cuál es el tipo de entorno en el que viven aquellos individuos que son más activos como usuarios, entendiendo que a un hábitat de menor tamaño suelen corresponderle municipios con menor desarrollo, la mayoría de las veces ubicados en ámbito rural, mientras que los de mayor tamaño se vinculan a las grandes ciudades. Este hecho puede influir de manera notable en la percepción de los usuarios sobre la necesidad de disponer de teléfono móvil y también sobre la existencia de mayores o menores estímulos para su uso tales como influencias de carácter social, cultural, etc. E incluso la facilidad de acceso a la tecnología y mejora en las grandes urbes.

Sin embargo, como se aprecia, no existe una clara relación, considerando la muestra total, entre esta variable y el uso del móvil.

Sólo podemos afirmar que existe una mayor penetración en los municipios de tamaño mediano (entre 50.000 y 100.000 habitantes) y, al contrario, una menor utilización de esta tecnología en los municipios de menor tamaño y, muy especialmente, en los de menor población, menos de 10.000 habitantes, en los que la tasa de uso desciende hasta cerca del 50%.

El nivel de estudios también puede señalar, de forma aproximada, la capacidad del individuo para incorporar en su vida cotidiana un dispositivo tecnológico de comunicación. Y esto es así porque puede entenderse que una mayor formación supone también más facilidad a la hora de aprender a utilizar dicho dispositivo tecnológico. Del mismo modo, esa mayor cultura también puede tener implicaciones económicas y sociales que impulsen el uso del teléfono móvil.

Tal y como puede apreciarse, los datos arrojan una correlación clara en este sentido: cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el grado de penetración de la telefonía móvil, si bien a partir de un determinado punto (estudios universitarios de grado medio), las diferencias entre individuos en el uso de esta tecnología desaparecen.

4.2.1. Penetración del teléfono móvil. Situación laboral

El estudio realizado pone de manifiesto que en cuanto al uso del teléfono móvil, el porcentaje más alto, un 70%, corresponde a los mayores que aún son tra-

Los mayores ante las TIC

bajadores por cuenta ajena. De cerca, le siguen los mayores que no trabajan con un 68% de uso. Los mayores que menos usan el móvil son los trabajadores por cuenta propia, los más ahorradores, con un porcentaje de uso del 62%.

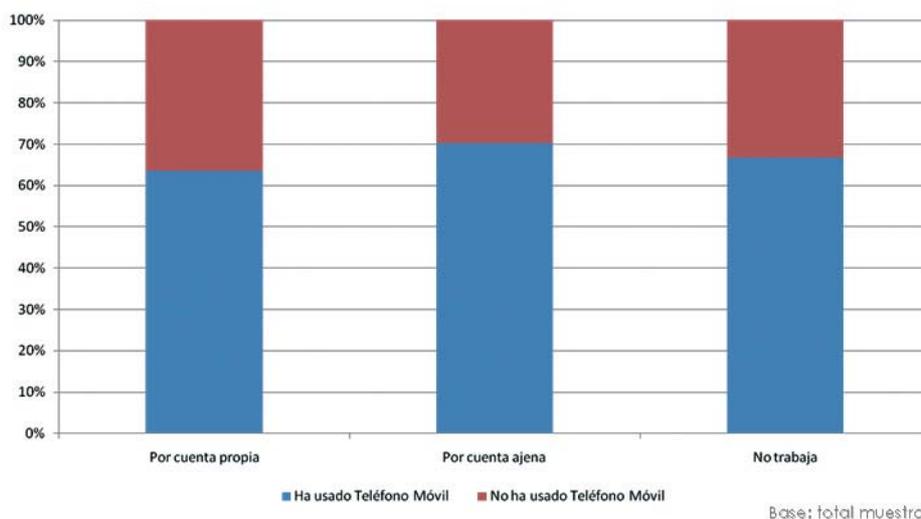


Figura 16.III

4.2.2. Penetración del teléfono móvil. Número de personas mayores de 65 años en el hogar

Los usuarios que con más frecuencia han utilizado el teléfono móvil en el hogar son los que residen en hogares bi personales (dos personas por hogar) con un porcentaje de uso aproximadamente de un 71-72%. Cuando en un hogar residen más de dos personas, el porcentaje de uso varía poco, un 70%. Sin embargo, cuando en el hogar habita una sola persona, el porcentaje de uso desciende casi 10 puntos, un 62-63%. Las razones de este descenso pueden ser varias, siendo la edad del residente la más obvia; así mismo, la soledad produce a veces alteración en las relaciones sociales, en ciertos casos estados de abandono o depresión que hacen que la persona mayor se refugie en la televisión y el vecindario más próximo.

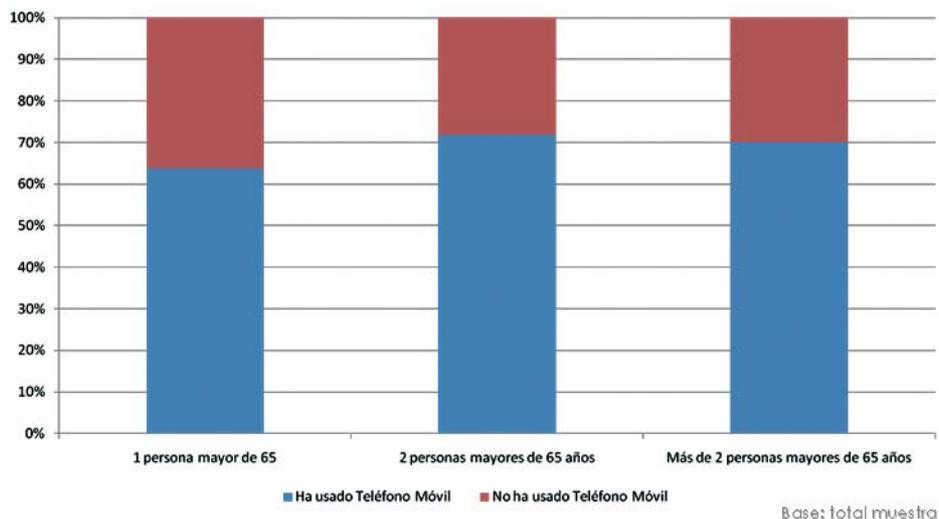


Figura 17.III

4.2.3. Análisis multivariante y formación de los Grupos

El análisis CHAID, encuadrado dentro de las técnicas de análisis multivariante, permite delimitar cuáles son las variables que clasifican mejor los elementos de una muestra o población en función de una determinada característica. Con el fin de determinar cuáles son las variables que mejor diferencian a usuarios y no usuarios de telefonía móvil se ha aplicado esta técnica, obteniendo los resultados que se detallan en el árbol que se indicará a continuación.

Puede apreciarse la existencia de cuatro grupos finales que dependen de tres variables fundamentales: la edad, el tamaño del hábitat y el nivel de formación.

Los mayores ante las TIC

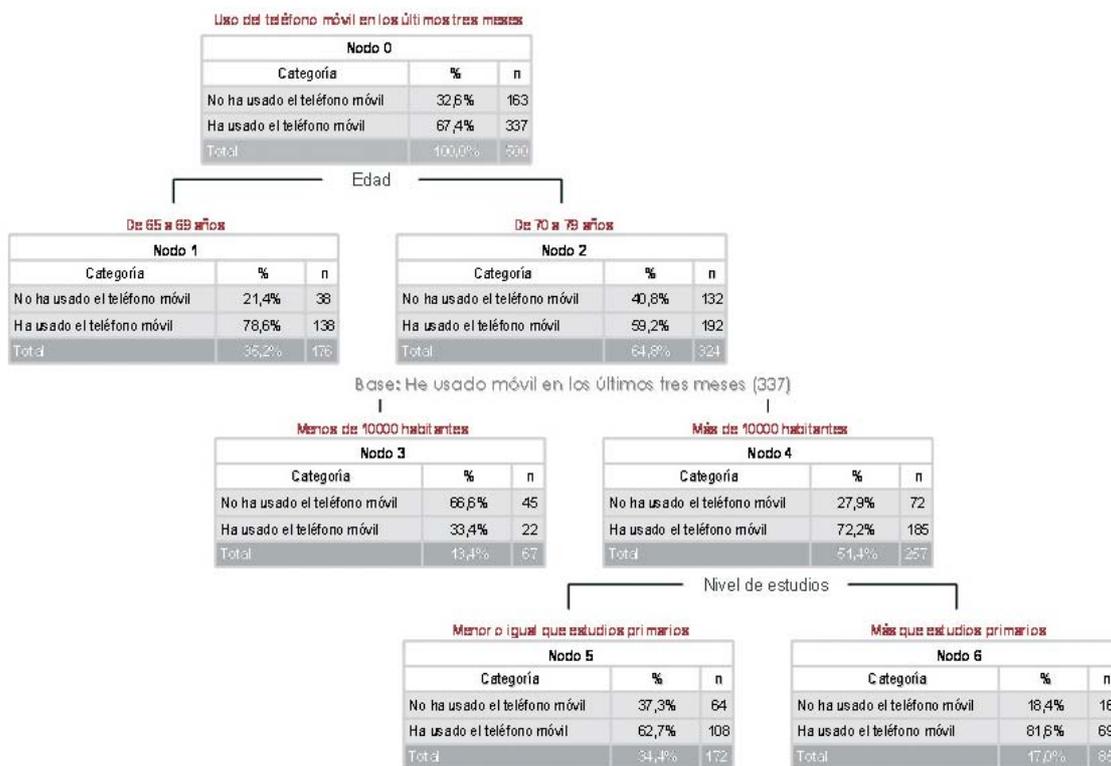


Figura 18.III



Figura 19.III

De izquierda a derecha, el primero de los grupos formados (Grupo I) se compone de aquellas personas que tienen entre 65 y 69 años. Entre ellas, el uso del móvil está muy extendido, siendo irrelevantes las diferencias que pueden establecer otras variables en este sentido.

Del resto de personas, con edades comprendidas entre 70 y 79 años, es el tamaño del hábitat la variable que más discrimina, distinguiendo dos grupos: aquellos que viven en poblaciones de menos de 10.000 habitantes (Grupo II), que constituyen el colectivo con una menor penetración del móvil, algo menos del 40% de usos en los últimos tres meses; y las personas entre 70 y 79 años que viven en un hábitat mayor de 10.000 personas.

Este último grupo se divide, a su vez, en dos, en función del nivel de estudios: los que han completado, como máximo, los estudios primarios; y los que han superado este nivel. Ambos grupos muestran una mayor penetración de la telefonía móvil que el anterior pero, mientras que el porcentaje de usuarios de esta tecnología que tiene como máximo los estudios primarios completados (Grupo III) es del 66,5%; el grupo restante (Grupo IV), con estudios secundarios o universitarios, alcanza valores cercanos al 87%.

En el árbol, se indican con un color más oscuro los grupos (nodos finales) sobre los que se realizará un análisis más detallado.

El doble objetivo de delimitar los posibles factores de impulso así como los frenos a la adopción de las tecnologías objeto de estudio, implica el análisis tanto de los usuarios como de los no usuarios de esta tecnología, entendiendo que, como norma general, las barreras aparecerán de forma más clara entre los no usuarios, mientras que las personas que actualmente utilizan una tecnología percibirán de forma más clara sus ventajas. De este modo, a continuación analizaremos de forma separada la visión que tienen los usuarios y no usuarios de telefonía móvil, poniendo énfasis en los principales aspectos manifestados por ambos colectivos.

La caracterización derivada del análisis CHAID tiene implicaciones más allá de la penetración de la telefonía móvil. De hecho, tanto para los usuarios como para los no usuarios, esta agrupación nos va a permitir, en las siguientes páginas, detectar diferencias en la actitud y comportamiento relacionados con esta tecnología, lo que nos permitirá, finalmente, caracterizar de forma clara cada uno de los grupos en función del conjunto de variables.

4.2.4. Actitud ante la tecnología

Antes de comenzar a analizar las variables directamente implicadas con el uso de la telefonía móvil, resulta interesante analizar la actitud de los distintos grupos respecto a la tecnología.

Como puede observarse en el gráfico, los cuatro perfiles muestran claras diferencias: mientras que el primer grupo muestra una actitud mucho más proactiva, con un grupo de más del 30% de individuos que se declaran seguidores de la tecnología, en los Grupos II y III, especialmente en el primero, los datos señalan una visión mucho más negativa: en el Grupo II I, más del 40% de los encuestados señalan que la tecnología no es para ellos.

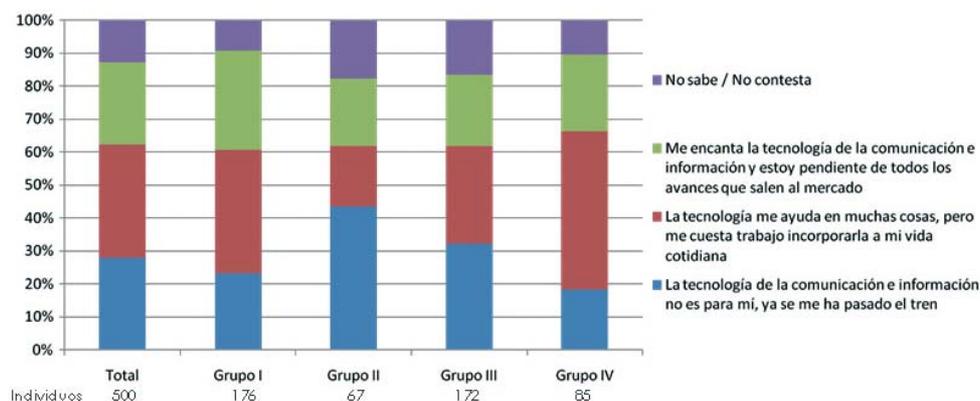


Figura 20.III

4.3. Las personas mayores usuarias del teléfono móvil

En el presente apartado se analizan las respuestas de los encuestados que han declarado haber utilizado el móvil en los últimos tres meses.

Dividida la porción de la muestra usuaria en cinco agrupaciones, a saber los cuatro grupos derivados del análisis CHAID y la muestra total, se les somete a una serie de preguntas relacionadas con el uso, número de teléfonos móviles que han tenido, aprendizaje, modalidad de contrato, servicios, aspectos económicos, acceso, valores percibidos, etc. Todo ello con el objetivo de tener una referencia del

comportamiento general de la población que en este caso son los usuarios de telefonía móvil.

Para facilitar la comprensión de los resultados, el análisis se ha dividido, tal y como hemos indicado en el párrafo anterior, en bloques temáticos.

Tras realizar el análisis de cada uno de estos conjuntos de variables, se utilizarán, tanto en este bloque como en los sucesivos, unos perfiles que tratan de resumir el posicionamiento de cada uno de los grupos respecto a la media de la muestra en los diferentes aspectos analizados, facilitando la posterior caracterización. Estos perfiles se han construido a partir de la comparación del comportamiento de cada grupo respecto a la media en cada una de las variables, distinguiendo entre cinco posibles estados en función de la desviación que muestre: muy positivo, positivo, neutro, negativo y muy negativo.

4.3.1. Frecuencia de uso del teléfono móvil

El primer aspecto analizado es la frecuencia de uso. Como puede observarse, más del 70% de los usuarios declaran utilizar el teléfono al menos una vez por semana, siendo alrededor del 50% los que utilizan el teléfono móvil a diario. No obstante, también destaca la existencia de un grupo de usuarios relativamente numeroso, que asciende a más del 20% de los usuarios totales, que sólo utiliza el teléfono móvil de forma esporádica. Este grupo podemos relacionarlo con usuarios que sólo lo emplean para necesidades concretas de comunicación como puede ser el periodo vacacional.

Al analizar los distintos grupos de usuarios configurados a partir del análisis CHAID, hay que destacar el altísimo porcentaje de usuarios que utilizan el teléfono móvil a diario en el Grupo IV, cerca del 70%. Por el contrario, en el Grupo III sólo algo más del 35% usa el teléfono móvil diariamente, aunque alrededor de un 30% lo utiliza al menos semanalmente. Los Grupos I y II se alejan menos del comportamiento medio, destacando tan sólo la menor proporción de usuarios de telefonía móvil que utiliza esta tecnología al menos una vez por semana en el Grupo II y la mayor proporción de estos mismos usuarios en el Grupo II. El uso esporádico cobra peso en los Grupos I y III, siendo muy poco habitual en el Grupo IV.

De este modo, los usuarios de telefonía móvil integrados en los distintos Grupos parecen estar satisfaciendo distintas necesidades de comunicación, mien-

Los mayores ante las TIC

tras que los pertenecientes al Grupo IV son usuarios muy habituales, posiblemente proactivos ante este medio. Los usuarios pertenecientes al Grupo II y muy especialmente al III, parecen responder a necesidades más esporádicas, ya sean semanales u ocasionales, a la hora de establecer contacto con otras personas, posiblemente familiares. El Grupo II, debido a su composición más heterogénea, todos ellos son menores de 70 años, no presenta rasgos claramente distintivos en este terreno.

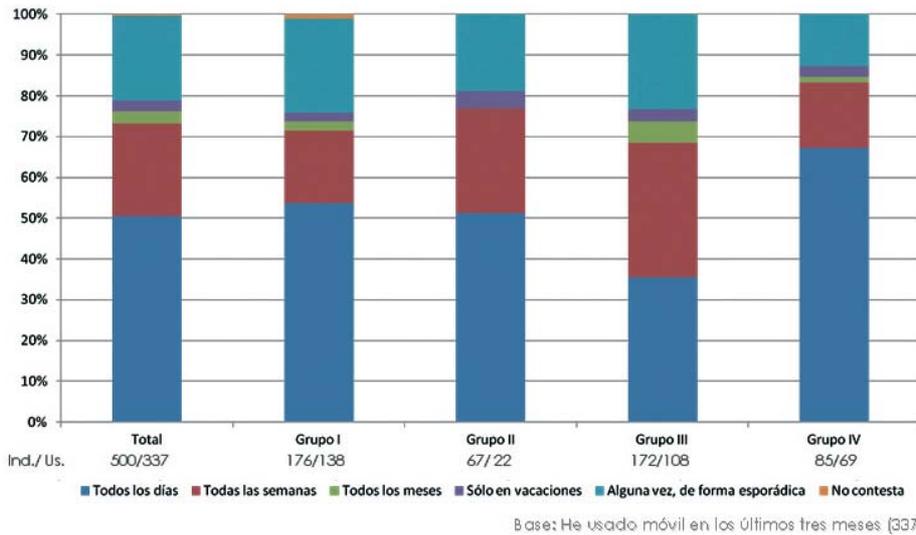


Figura 21.III

4.3.2. El acceso a la telefonía móvil

En general, alrededor del 90% de los encuestados usuarios de telefonía móvil lo son desde hace más de dos años. Las diferencias en este ámbito entre los grupos no son muy importantes, destacando únicamente la existencia de segmentos de edad algo mayor en los Grupos II y III de usuarios, que se han incorporado hace menos de dos años. En el Grupo IV, cabe destacar que todos los usuarios llevan más de un año utilizando el uso del teléfono móvil y más del 95% de ellos lo usan desde hace más de dos años. Este hecho, unido a que es el grupo que ha tenido, en promedio, más terminales, parece afianzar a estos usuarios como los más veteranos en la utilización de esta tecnología.

En relación con esta misma variable, cabe destacar en los Grupos II y III la presencia de una mayor proporción de usuarios novatos que aún tienen su primer terminal y que presentaban un nivel más bajo y una menor frecuencia de uso de esta tecnología. En este punto, ambos grupos parecen haber accedido a esta tecnología de forma accidental, debido a un contagio o bien motivados por miembros de sus familias, lo que explicaría algunas de las variables a las que se ha hecho referencia hasta el momento.

De forma general, el acceso a la telefonía se produce de tres formas básicas:

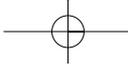
- A través de la adquisición del dispositivo móvil
- Por "herencia" de un familiar o amigo
- Por regalo de un familiar próximo

El mayor peso de una u otra opción pone de manifiesto el grado de propensión a la actividad, mostrado por los integrantes de dicho grupo hacia esta tecnología. En este sentido, el regalo de un familiar es la opción más frecuente para el conjunto de la muestra analizada, y muy especialmente en el Grupo III, siendo muy importante, en el caso del Grupo II la "herencia" de un teléfono móvil antiguo de un familiar. Ambos hechos revelan cómo el uso del móvil por parte de los integrantes de ambos segmentos depende menos de la iniciativa de sus usuarios que de su entorno, frente a una mayor capacidad de decisión por parte de los integrantes de los Grupos I y IV, con un porcentaje de adquisición personal relativamente mayor.

En relación con lo que acabamos de exponer, presentamos tres gráficos, cada uno de ellos relacionado con un aspecto concreto, que afecta a los cuatro grupos y como referencia al total de la muestra.

4.3.2.1. Tiempo que llevan usando la telefonía móvil los mayores encuestados

Si nos fijamos en el total de la muestra, 337 personas sobre los 500 encuestados, ha usado el teléfono móvil en los últimos tres meses, esto es el 67,4%.



Los mayores ante las TIC

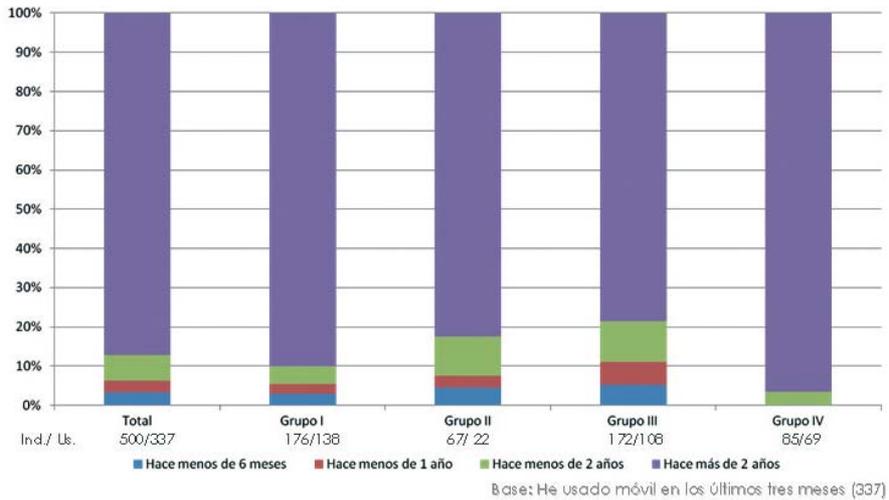


Figura 22.III

4.3.2.2. Número de teléfonos móviles que han tenido

Tomamos siempre como referencia los 337 usuarios verdaderos. Aproximadamente un 83% de la muestra ha tenido más de un teléfono. Un 19% ha tenido dos teléfonos móviles, un 40% va por su tercer o cuarto teléfono móvil (a veces no lo recuerdan con exactitud) y un 16% ha tenido más de cinco teléfonos móvil. Tan sólo un 17% del subconjunto muestral de usuarios ha tenido un solo teléfono móvil.

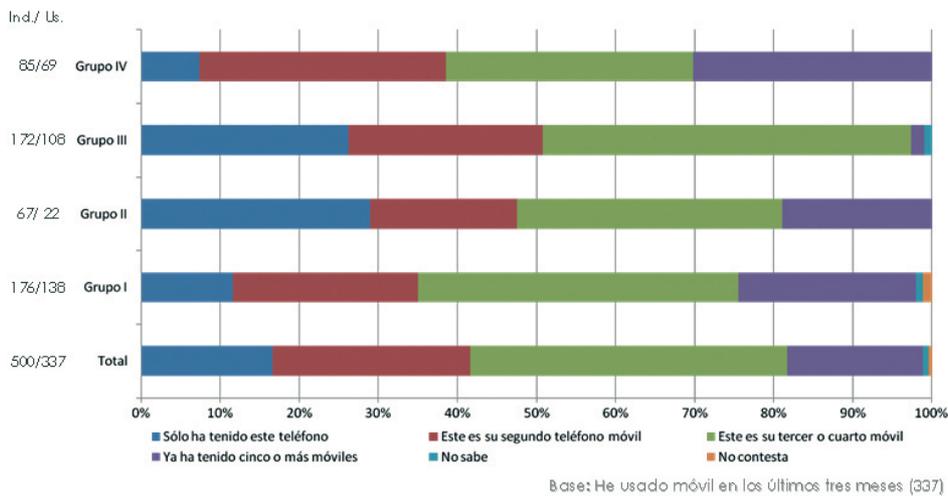


Figura 23.III



4.3.2.3. Adquisición del primer teléfono móvil

En cuanto a como se hicieron con el primer teléfono móvil, un 33% de total de la muestra lo adquirió nuevo, un 18% recibió uno de regalo procedente de familiares o amigos, un 38% procede de un regalo de familia y un 5% lo obtuvo al realizar alguna compra o contratar un servicio (bancario, seguros, suscripciones, etc.).

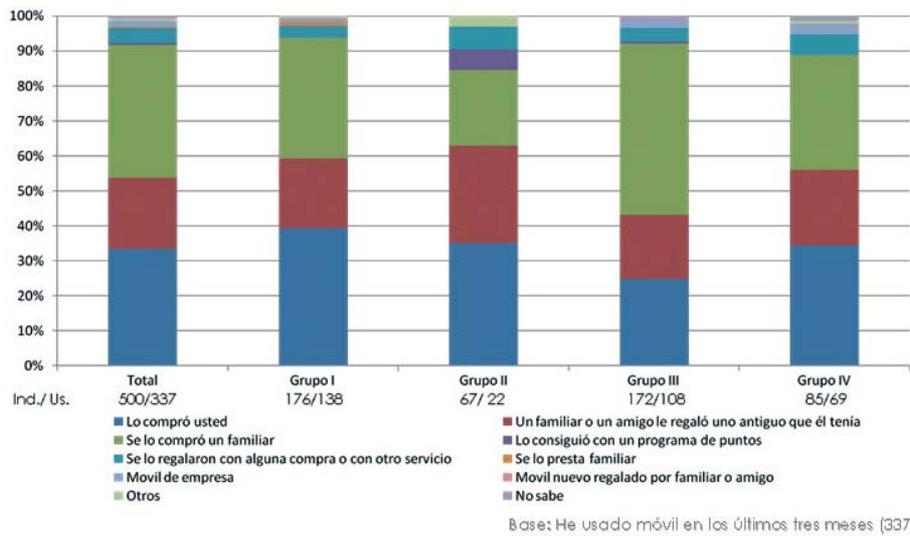


Figura 24.III

4.3.3. Aprendizaje del uso de la telefonía móvil

Por lo que se refiere al proceso de aprendizaje, las dos opciones más habituales son el autoaprendizaje o la asistencia por parte de un familiar o amigo. Sin embargo, los extremos nuevamente vuelven a encontrarse entre los Grupos III y IV: mientras que en el primero, Grupo III, en torno al 60% han aprendido de la mano de un familiar o amigo, en el Grupo IV, casi el 55% ha aprendido por su cuenta. En este sentido, el nivel de estudios, característica que diferencia a ambos grupos, parece establecer alguna diferencia respecto a la forma de aprendizaje. De hecho, los usuarios pertenecientes a este grupo son los que declaran haber tenido menor dificultad en el proceso de aprendizaje, no existiendo grandes diferencias en los otros tres grupos, todos ellos por encima de la media, aunque con puntuaciones

Los mayores ante las TIC

que señalan un esfuerzo medio). Así, aunque no parece ser una barrera insalvable, los usuarios con menor nivel de formación parecen enfrentarse a alguna dificultad adicional en su acceso a esta tecnología.

4.3.3.1. Aprendizaje del uso del teléfono móvil

Sobre los 337 usuarios verdaderos, un 38% es autodidacta en el uso de la telefonía móvil, un 9% recibió ayuda del departamento comercial que se lo vendió y un 48% recurrió a familiares, amigos, centros de mayores, etc.

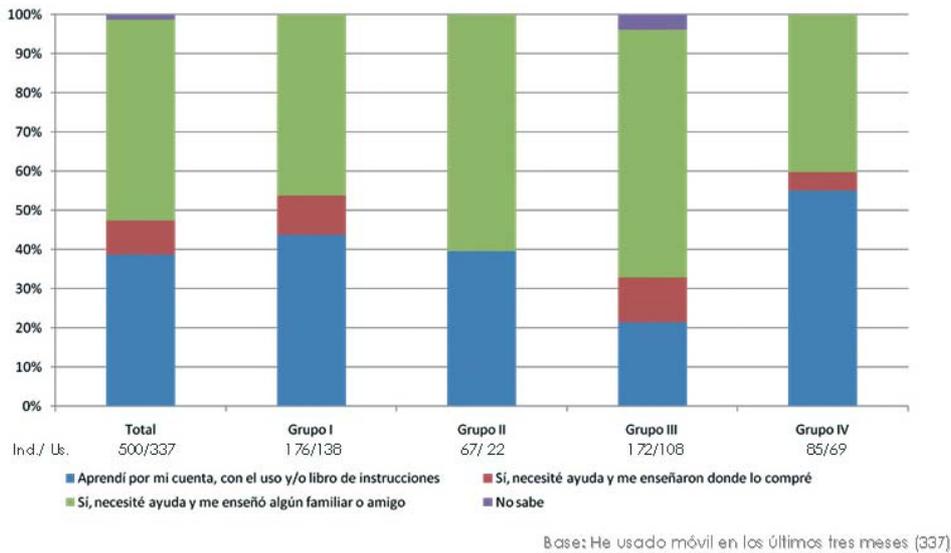


Figura 25.III

4.3.3.2. Aprendizaje del uso del teléfono móvil. Nivel de esfuerzo

Un 7% manifiesta que le costó mucho aprender a manejar el teléfono móvil y un 12% dice que bastante, un 52% manifiesta que poco y aproximadamente un 26% dice que nada.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

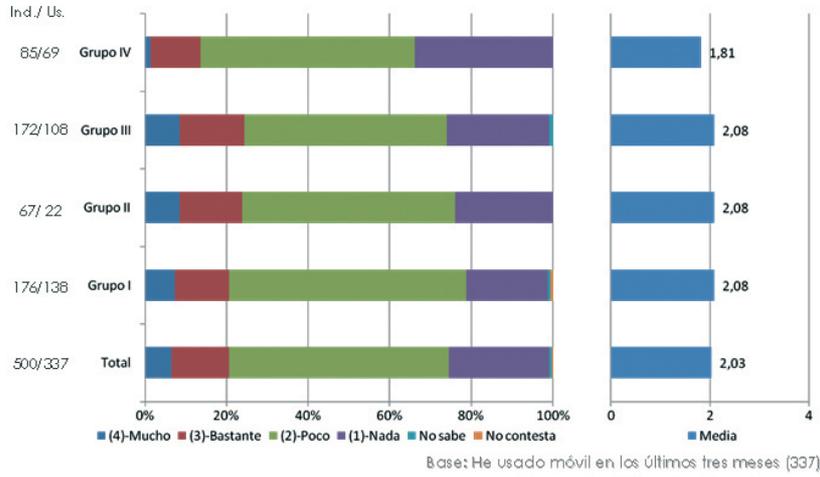


Figura 26.III

4.3.4. Modalidad contractual

Hay un reparto casi al 50% de usuarios que disponen de contrato con el operador de telefonía móvil y de usuarios que utilizan la tarjeta prepago. Los Grupos I y IV prefieren la opción de contrato frente al prepago. El prepago es mayoritario en los Grupos II y III, asociado nuevamente a un consumo ocasional, menos estable.

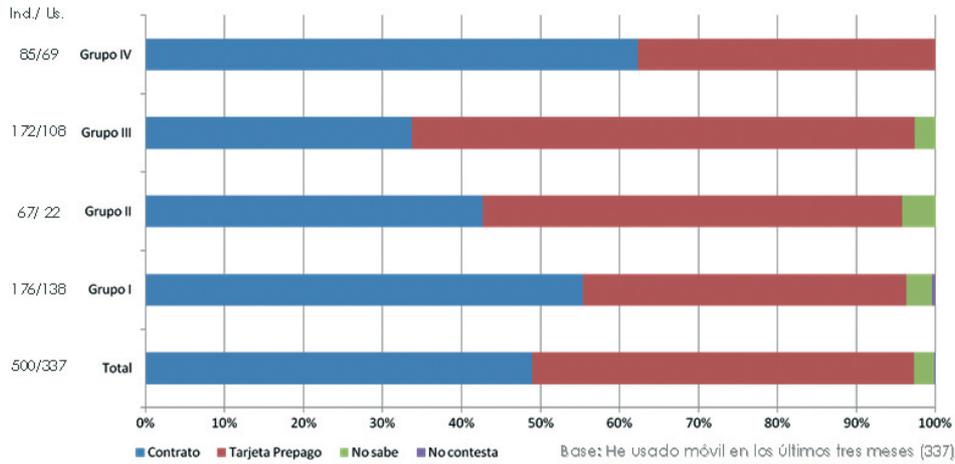


Figura 27.III

4.3.5. Algunas conclusiones preliminares sobre la penetración del teléfono móvil

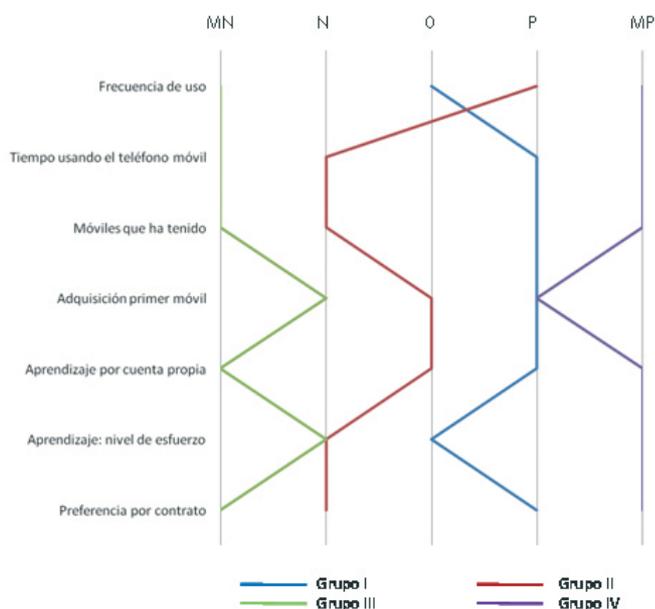


Figura 28.III

A la vista de las variables analizadas y de las diferencias destacadas entre los diferentes grupos, pueden establecerse los perfiles de cada grupo.

Como puede comprobarse, el Grupo IV está integrado por usuarios intensivos del teléfono móvil, que muestran una actitud proactiva hacia este medio de comunicación. En el otro extremo, el Grupo II aglutina a personas con un uso limitado y dependiente de esta tecnología.

Los usuarios del Grupo II, minoría dentro de éste, muestran un perfil ligeramente más proactivo que en el caso anterior, si bien mantienen también un alto nivel de dependencia en su uso. Finalmente, entre los usuarios del Grupo I, la inmensa mayoría, los más jóvenes de la muestra, presentan un elevado grado de proactividad e independencia en la utilización del teléfono móvil.

4.3.6. Servicios utilizados

El estudio del tipo de servicios que son utilizados permite delimitar con relativa precisión el tipo de usuario que pertenece a cada grupo y cuáles pueden ser sus intereses respecto al dispositivo terminal y a la oferta de servicios que desea. Los datos, en este sentido, son bastante contundentes: el uso fundamental del teléfono para este colectivo es hablar y, en segundo lugar, a una distancia importante, el envío y recepción de mensajes de texto. Hacer fotos se perfila como un uso mucho más esporádico mientras que los que podríamos denominar *servicios avanzados* como videoconferencia, navegación por Internet y compras, son absolutamente marginales.

En función de los grupos considerados, los Grupos I y IV son, sin lugar a dudas, los usuarios más frecuentes de los servicios básicos y los que más utilizan los servicios menos habituales, en particular, el envío y recepción de mensajes y la realización de fotografías. En el extremo contrario, los usuarios del Grupo II y, especialmente del Grupo III, conciben el teléfono como una tecnología con un único fin: hablar. El resto de servicios sólo son utilizados de forma muy marginal e incluso, en algunos casos, no son utilizados.

En este sentido, los resultados siguen siendo coherentes con el perfil obtenido respecto a las variables de penetración: mientras que los Grupos I y, muy especialmente el IV, están integrados por usuarios más intensivos del móvil, que tratan de sacar más partido a las posibilidades de esta tecnología, los Grupos II y III incluyen a personas con un menor interés por la tecnología, que la conciben de una manera mucho más utilitarista. De hecho, el Grupo II está formado por una amplia mayoría de no usuarios, que no aprecian los valores del teléfono móvil.

En cualquier caso, para cualquiera de los grupos, estamos ante un colectivo muy poco interesado, al menos por el momento, en el uso de servicios avanzados de telefonía móvil.

4.3.6.1. Uso del teléfono móvil. Hablar por teléfono

Si tenemos en cuenta lo que dicen los 337 usuarios, es el servicio proporcionado por la telefonía móvil más utilizado. Un 78% lo usa al menos una vez a la semana y un 6% al menos una vez al mes. Un 13-14% realiza un uso esporádico.

Los mayores ante las TIC

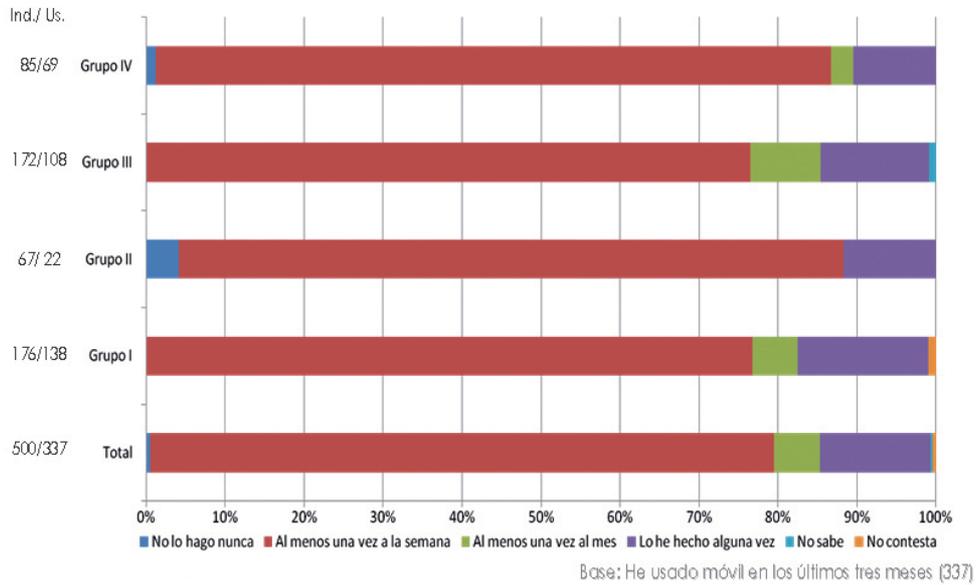


Figura 29.III

4.3.6.2. Uso del teléfono móvil. Envío y recepción de mensajes

El 55% nunca utiliza este servicio, un 18-19% lo utiliza una vez por semana, un 9% una vez al mes y aproximadamente un 15% realiza un uso esporádico del mismo.

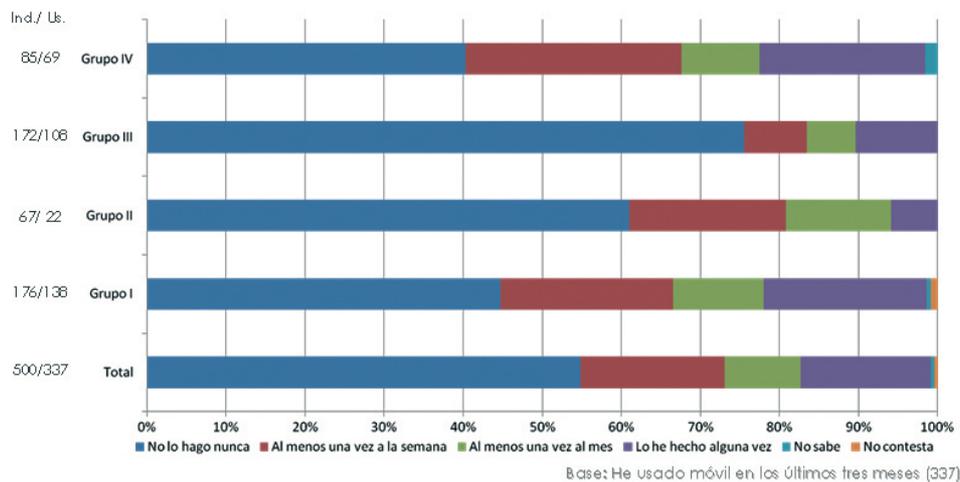


Figura 30.III

4.3.6.3. Uso del teléfono móvil. Realización de fotografías

De los 337 usuarios, un 63% confiesa no haberlo hecho nunca, un 3-4% dice que lo hace una vez por semana, un 4-5% al menos una vez al mes y un 25% lo hace esporádicamente.

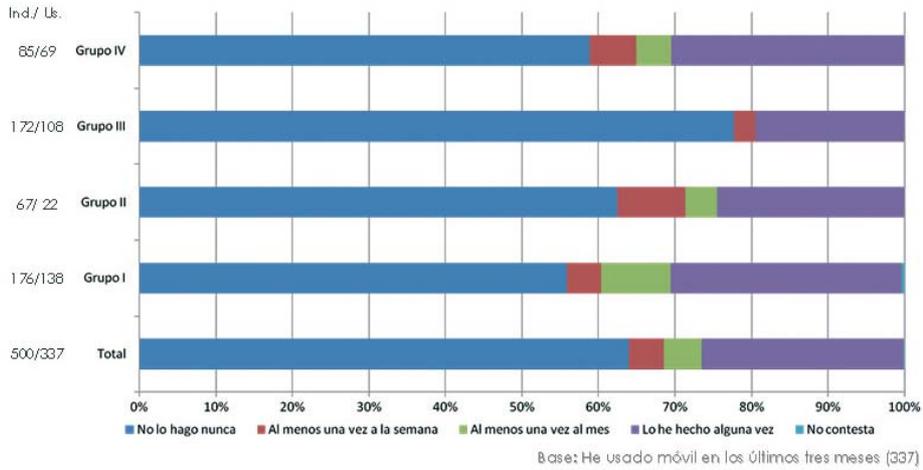


Figura 31.III

4.3.6.4. Uso del teléfono móvil. Realización de video llamadas

El porcentaje de usuarios es muy bajo pues un 95% no utiliza este servicio.

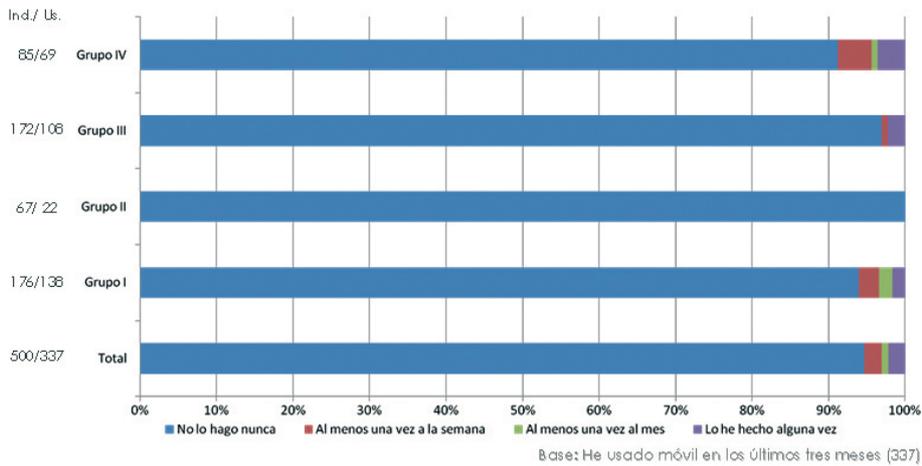


Figura 32.III



Los mayores ante las TIC

4.3.6.5. Uso del teléfono móvil. Navegación por Internet

En este caso la situación es aún peor. Un 99% no lo hecho nunca.

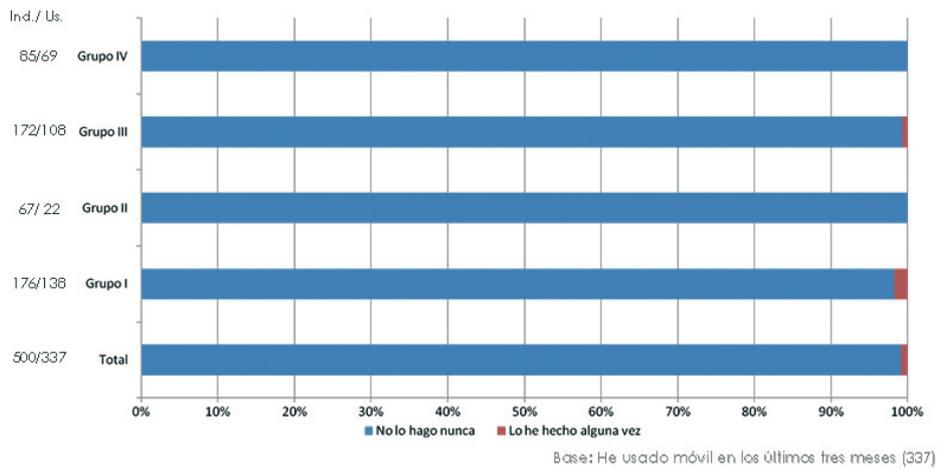


Figura 33.III

4.3.6.6. Uso del teléfono móvil. Realización de compras

Mantenemos un promedio casi tan bajo como en el caso anterior, un 98% de no usuarios.

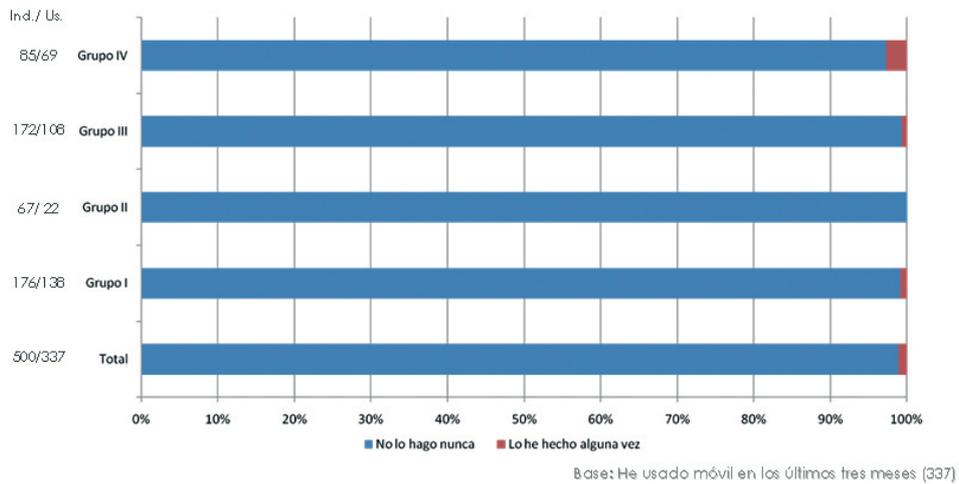


Figura 34.III



4.3.6.7. Uso del teléfono móvil. Perfil de los grupos

Centrándonos en la primera parte del gráfico (no sombreada), el Grupo IV sigue destacando en las métricas por encima de la media, al igual que el Grupo I, aunque éste en menor medida. Los usuarios del Grupo II muestran un mayor interés, aunque en la tarea más compleja de entre los servicios más habituales (mandar y recibir mensajes) también presentan cierta debilidad. Finalmente, los usuarios del Grupo III siguen mostrando altos niveles de retraso en el uso del teléfono móvil respecto al resto de grupos.

Los servicios avanzados muestran perfiles que deben interpretarse con mucha cautela, dada la escasa, incluso nula, frecuencia en su uso por parte de los usuarios de cualquiera de los grupos.

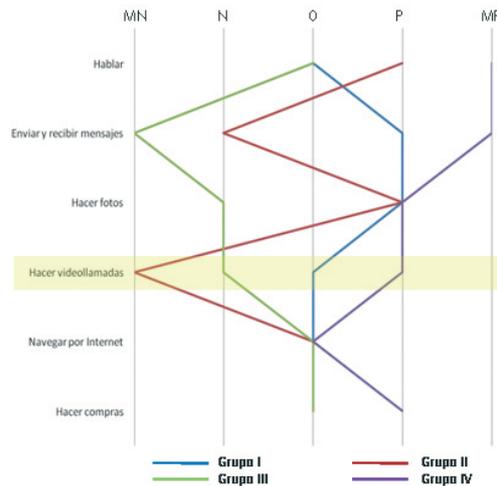


Figura 35.III

4.3.7. Opinión de los usuarios. Aspectos económicos

La percepción generalizada es que el teléfono móvil es un servicio moderadamente asequible en términos económicos, siendo considerado como un gasto necesario aunque puede incitar a realizar un gasto mayor al deseado. De este modo, la valoración general del precio de los terminales, que la mayoría de los usuarios nunca han adquirido, o el gasto realizado, es relativamente favorable.

Los mayores ante las TIC

No obstante, es preciso destacar en estas valoraciones que el Grupo IV, que hemos considerado en los anteriores apartados como el grupo más avanzado en este ámbito, parece ser el que adopta una actitud más crítica desde el punto de vista económico, considerando que los costes deberían ser más reducidos. Sin embargo, cuando se atiende al gasto que realmente realizan como gasto mensual, adquisición de teléfonos móviles y precio dispuesto a pagar por un terminal, su inclinación hacia este medio de comunicación les convierte el grupo con mayor tendencia al consumo.

En el extremo opuesto, los Grupos II y especialmente el III, usuarios más rezagados en este terreno, tienen, sin embargo, la percepción de que el teléfono móvil es asequible, aunque los datos sobre esfuerzo económico señalan la menor intención de gasto de estos colectivos.

El Grupo I sigue siendo el más cercano a la media, aunque destaca un cierto temor al teléfono móvil en el terreno económico. En cuanto a esfuerzo de gasto, este segmento se sitúa muy cercano al Grupo IV con un importante desembolso medio en su gasto mensual y con cierta propensión a la adquisición de terminales.

4.3.7.1. Aspectos económicos. Opinión sobre si tener teléfono móvil es asequible

El total de la muestra está de acuerdo con una puntuación media elevada de 7,12 en una escala de 0 (total desacuerdo) y 10 (totalmente de acuerdo).

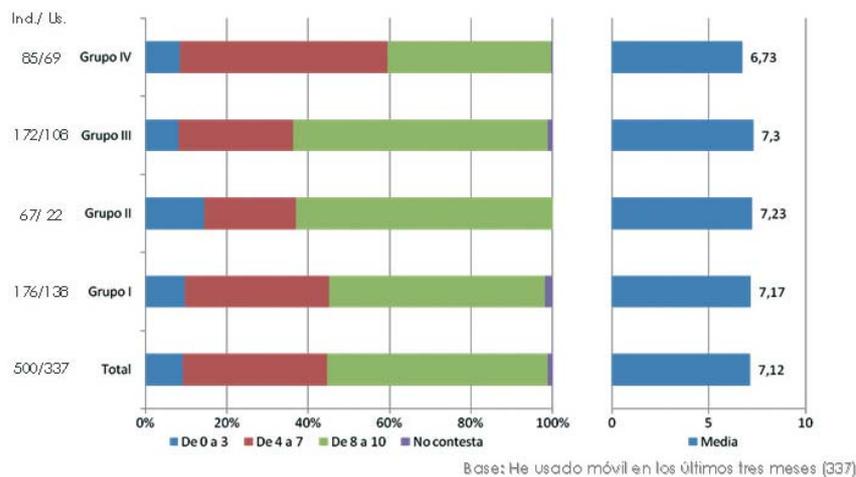


Figura 36.III

4.3.7.2. Aspectos económicos. Opinión sobre si el teléfono móvil es un gasto necesario

Ante esta aseveración el acuerdo supera ligeramente al resultado obtenido en el epígrafe anterior, con un grado del mismo del 7,37 es la escala de 0 a 10.

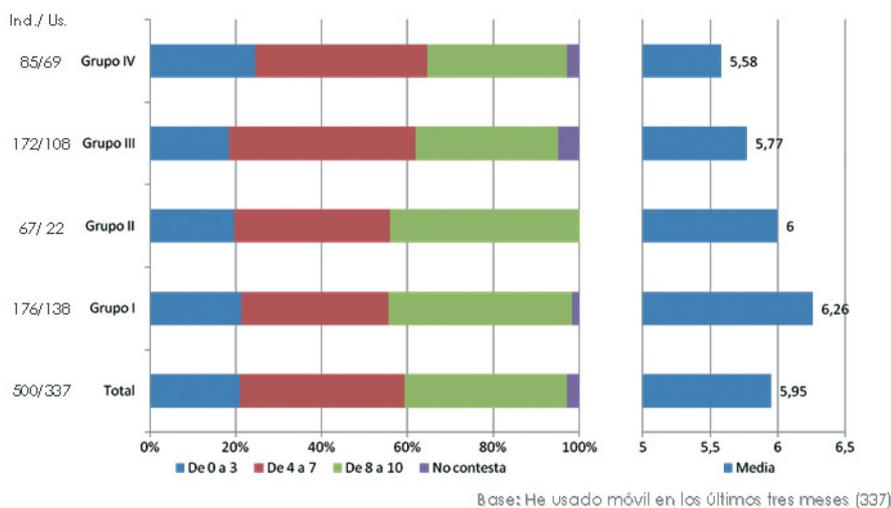
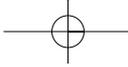


Figura 37.III

4.3.7.3. Aspectos económicos. Opinión sobre si genera un gasto más elevado del pretendido

La aseveración pretende averiguar si el teléfono móvil genera en el usuario un gasto más elevado del pretendido inicialmente. Ciertamente, la media 5,95 revela que algo más de lo pensado sí se gastan, pero no es una cifra alarmante.



Los mayores ante las TIC

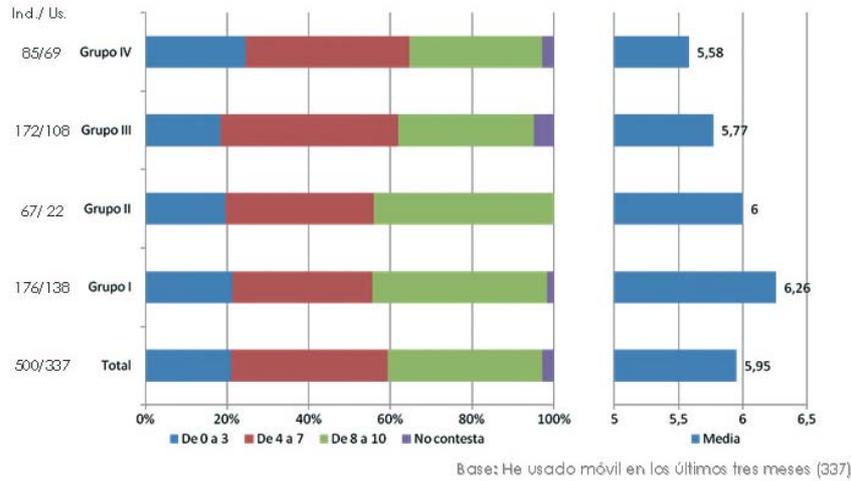


Figura 38.III

4.3.7.4. Aspectos económicos. Número de teléfonos móviles que ha comprado para su uso personal

Un 20% ha comprado un teléfono móvil, un 15% dos, un 12% tres o cuatro, entre el 4 y 5% cinco o más y el 47% no lo ha comprado nunca con independencia de que sea usuario.

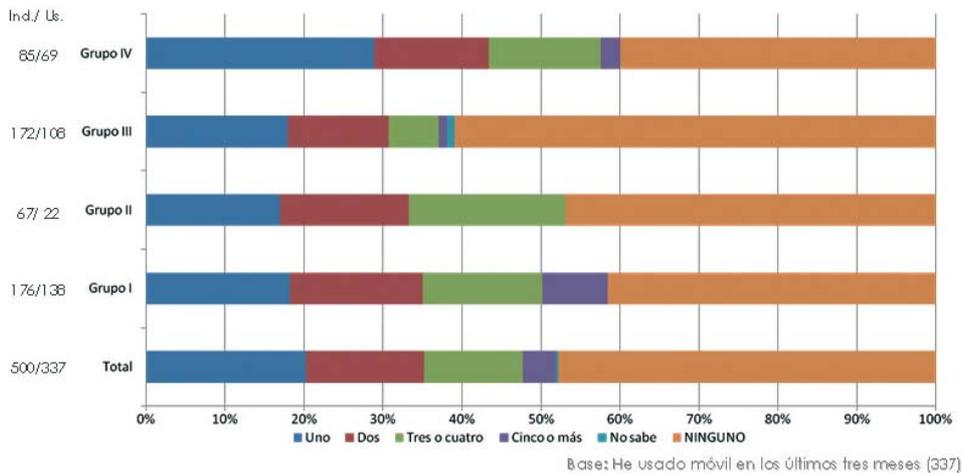


Figura 39.III



4.3.7.5. Aspectos económicos. Precio dispuesto a pagar por un teléfono móvil

Aproximadamente un 46% de los usuarios lo quiere si le sale gratis, lo que es coherente porque coincide casi exactamente con los usuarios que no han pagado nada reflejados en el apartado anterior. Un 27% estaría dispuesto a pagar hasta 50 €, un 3% entre 50 y 75 €, un 4% entre 75 y 100 €. Hay un 2% y un 1% dispuestos a pagar más. Pertenecen al Grupo II y en menor medida al Grupo IV.

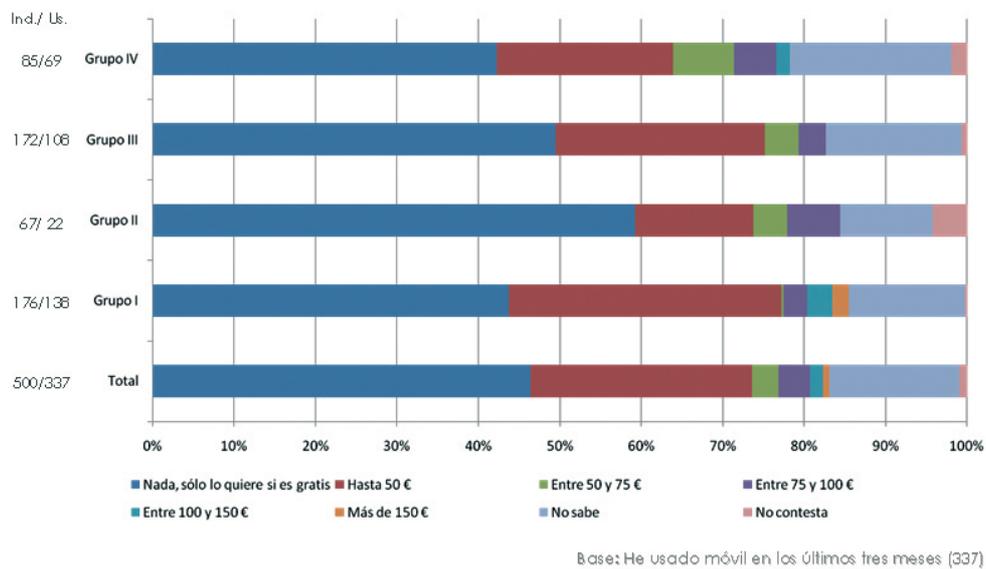


Figura 40.III

4.3.7.6. Aspectos económicos. Gasto mensual en telefonía móvil

Se observa en este punto una actitud dispersa y diversa. El 12% no pagaría más de 6 €, un 22% hasta 10 €, un 14% hasta 15 €, otro 14% hasta 20 € y un 22% pagaría más de 30 €.

Los mayores ante las TIC

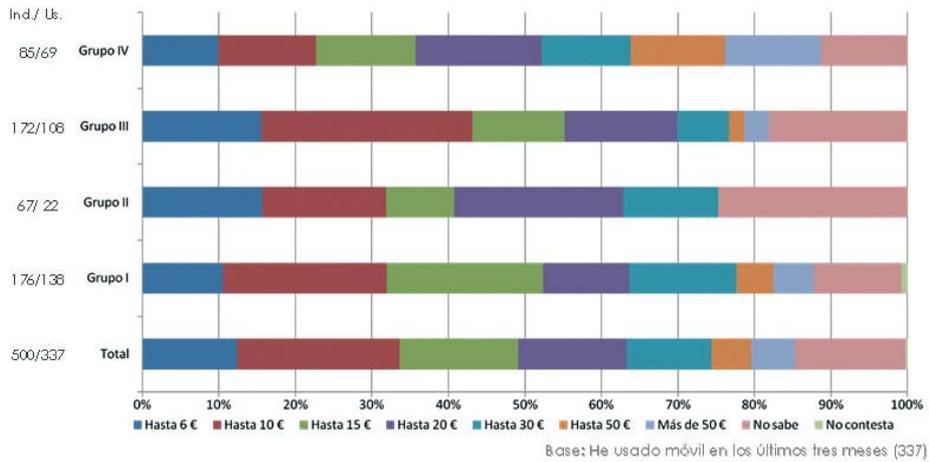


Figura 41.III

4.3.7.7. Aspectos económicos. Perfil de los grupos

El perfil que resume las posiciones de los distintos Grupos respecto a los aspectos económicos del teléfono móvil tiene, de este modo, dos partes aparentemente contradictorias, aunque vinculadas de manera lógica. Veamos, los grupos que más gastan en este concepto, especialmente el IV, resultan ser los más críticos; mientras que los que realizan un menor consumo consideran, en consecuencia, que el móvil no es una fuente importante de gasto, y que los costes no son excesivos.

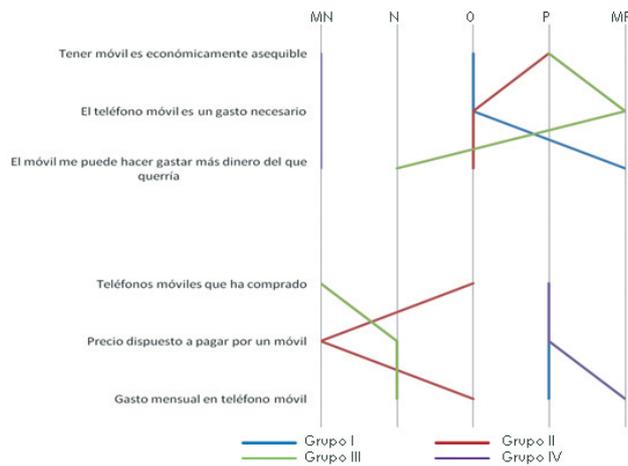


Figura 42.III

4.3.8. Opinión de los usuarios. Facilidad de acceso

La accesibilidad a una tecnología, en este caso al teléfono móvil, depende tanto de la posibilidad de adquirir dicha tecnología –añadiéndose en este caso la disponibilidad de terminales adecuados–, como de la facilidad o dificultad de su aprendizaje.

La disponibilidad de aparatos que satisfagan las necesidades de los usuarios es considerada muy alta por parte de todos los grupos, siendo ligeramente, aunque de forma casi imperceptible, más exigente el grupo de menores de 70 años.

Sí existen, sin embargo, diferencias relevantes en lo que se refiere tanto a la mera posibilidad de acceder a la tecnología como a la valoración del aprendizaje. En ambos casos, el Grupo II muestra valores sensiblemente más bajos que los demás grupos, si bien siempre positivos. De este modo, en el grupo con una menor proporción de usuarios, éstos ponen de manifiesto que sus dificultades pueden estar relacionadas con el aprendizaje de la tecnología e incluso con la disponibilidad de la misma, menor que en entornos más poblados.

Por otra parte, resulta interesante la buena disposición de los integrantes del Grupo II, que consideran que tanto el acceso como el aprendizaje son sencillos. Cabe recordar, no obstante, respecto a este último punto, que se trata de usuarios muy básicos, por lo que debe considerarse fácil, desde su punto de vista, adquirir los conocimientos rudimentarios relacionados con esta tecnología.

4.3.8.1. *Facilidad de acceso. Opinión sobre la facilidad de aprender a manejar un teléfono móvil*

Aunque la escala sigue siendo de 0 a 10, todos los grupos obtienen una puntuación comprendida en el intervalo 6,5 y 7,5 y para hacer más clara la comparativa, hemos reducido la escala.

La media de los usuarios es de 7,31, esto es, una puntuación que revela que no hay una especial dificultad en aprender a utilizar el teléfono móvil. Observamos que se trata de una autovaloración muy elevada de los miembros de la muestra en relación a sus capacidades reales de usabilidad. De todas maneras, entiéndase que estamos hablando de un uso muy básico.



Los mayores ante las TIC

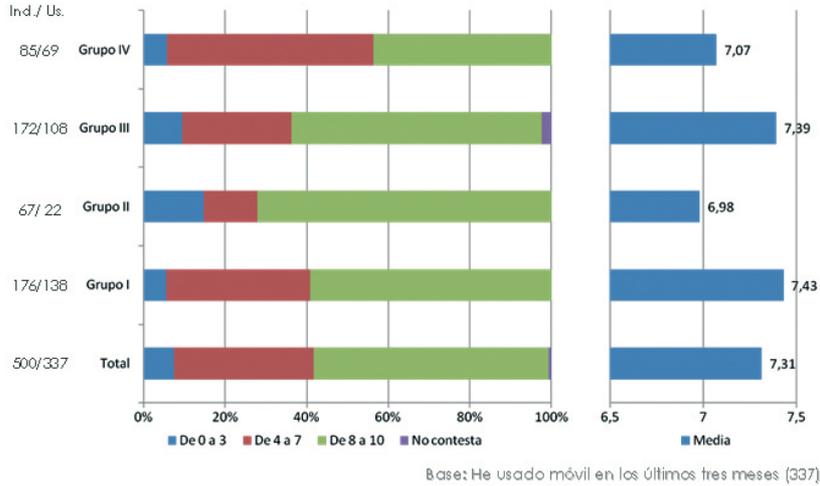


Figura 43.III

4.3.8.2. Facilidad de acceso. Opinión sobre la facilidad de adquirir un teléfono móvil

Una valoración media bastante alta, 8,59, revela que ha sido bastante fácil adquirir un teléfono móvil para la mayoría de los usuarios.

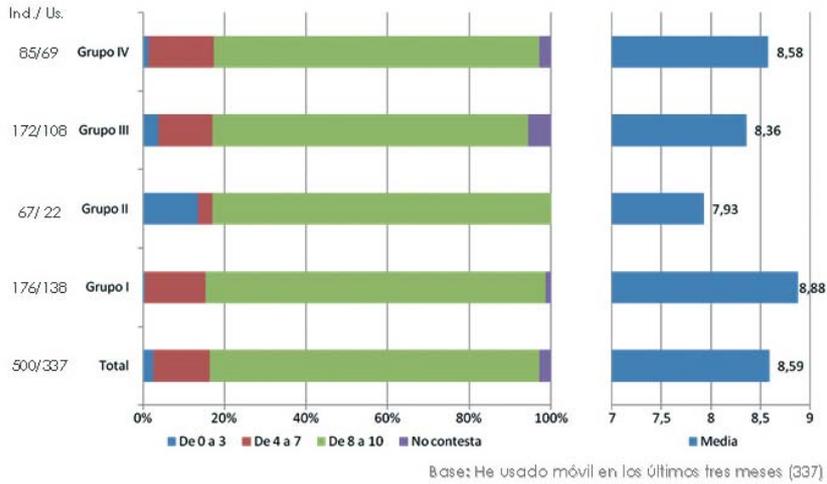
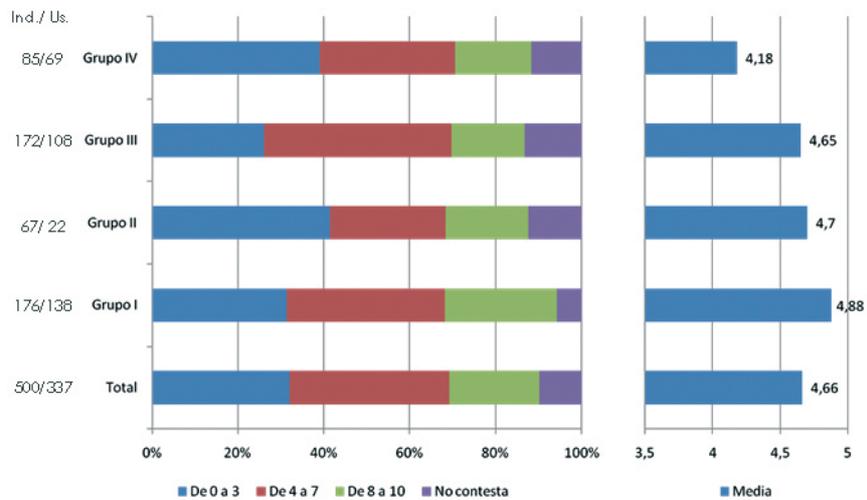


Figura 44.III



4.3.8.3. Facilidad de acceso. Opinión sobre la dificultad de obtener un teléfono móvil que responda a las necesidades de los usuarios

Esta aseveración no goza del mismo consenso. A la vista de los datos, el grado de insatisfacción con los dispositivos es notorio. Esto revela la necesidad de que la industria tenga en cuenta que los dispositivos actuales no responden a las necesidades de mayores. Este es un dato relevante muy a tener en cuenta.



Base: He usado móvil en los últimos tres meses (337)

Figura 45.III

4.3.8.4. Facilidad de acceso. Perfil de los grupos

El perfil resume de forma gráfica algunas de las ideas apuntadas anteriormente.

Debe añadirse que los grupos caracterizados por un uso más intensivo de esta tecnología (Grupo I y IV) plantean sus propias demandas: terminales más ajustados a lo que ellos necesitan (Grupo I) o una mayor facilidad de uso (Grupo IV), que posiblemente debe ser entendida en relación con los servicios avanzados.

Los mayores ante las TIC

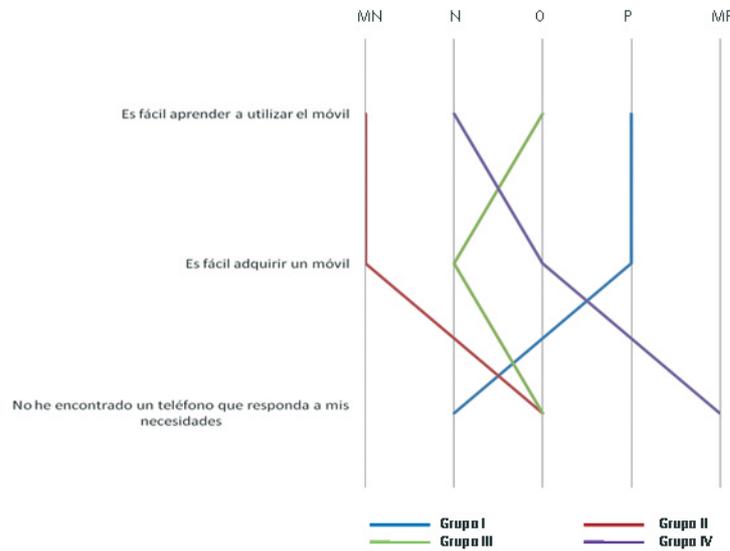


Figura 46.III

4.3.9. Opinión de los usuarios. Valores percibidos

Como norma general, la evaluación por parte de los usuarios de los valores transmitidos por el teléfono móvil es muy buena en todos los casos. No obstante, pueden establecerse matices interesantes al respecto.

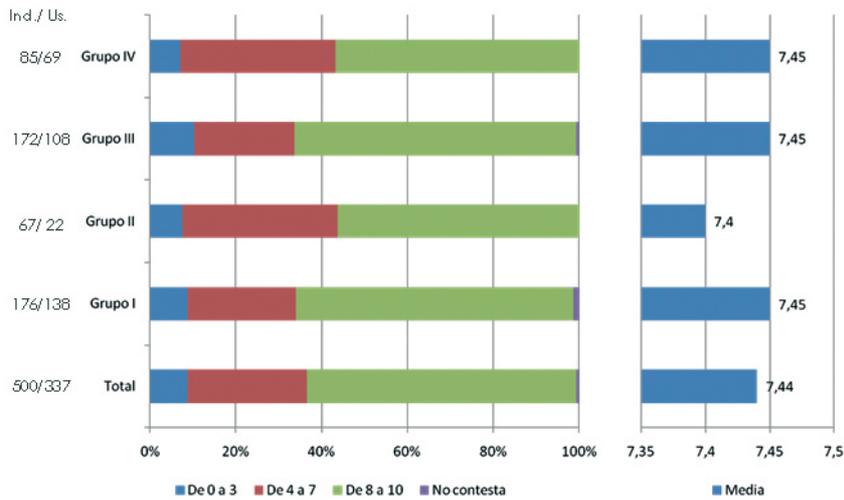
En primer lugar, las dos principales ventajas transmitidas por esta tecnología son la seguridad, en la medida que hacen sentirse a sus usuarios más cómodos y tranquilos; y el contacto social, muy especialmente entre los integrantes del Grupo I, los más jóvenes. Por el contrario, no se valoran especialmente las posibilidades del teléfono móvil como medio de información.

Por otro lado, resulta especialmente llamativo el hecho de que los usuarios más frecuentes y completos de este medio, los pertenecientes al Grupo IV, se sitúan en casi todos los casos a la cola de las valoraciones. Nuevamente, debemos interpretar este hecho como consecuencia del desarrollo de un sentido crítico más profundo por parte de este grupo de usuarios. Por otro lado, los usuarios integrantes del Grupo I tienen una opinión general más favorable de esta tecnología, valorando notablemente sus ventajas.

4.3.9.1. Valores percibidos. Consideración de la generación de autonomía y/o libertad por el uso de la telefonía móvil

Recordamos que la puntuación sigue siendo de 0 a 10 pero como todos los grupos han puntuado esta aseveración en el intervalo comprendido entre 7 y 9, hemos reducido la escala para mayor claridad.

La puntuación media es muy elevada, en torno a 7,45, lo que significa una asociación mental entre el binomio libertad-autonomía con la telefonía móvil en el colectivo de personas mayores.



Base: He usado móvil en los últimos tres meses (337)

Figura 47.III

4.3.9.2. Valores percibidos. Consideración de la generación de un sentimiento de comodidad y tranquilidad por el uso del teléfono móvil

Mantenemos el intervalo reducido porque todas las puntuaciones de los grupos oscilan entre 7 y 8,5, con una puntuación media, ciertamente elevada de 7,96, con lo que continua la asociación positiva entre la telefonía móvil y valores asociados a la calidad de vida.



Los mayores ante las TIC

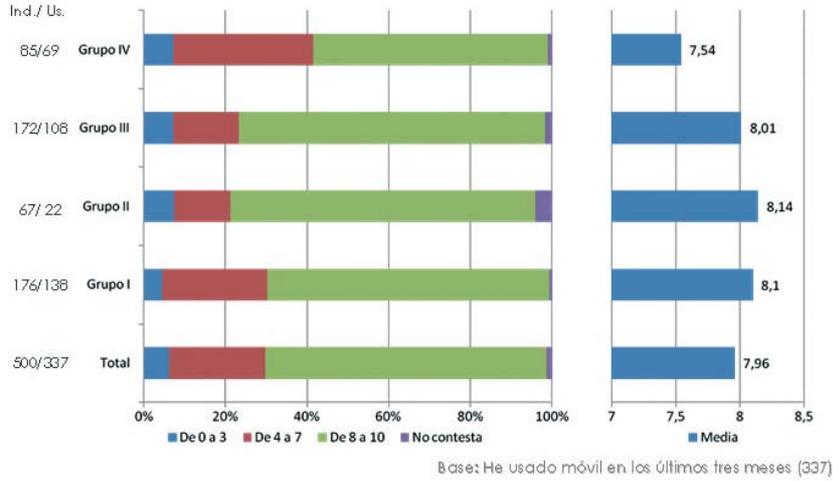


Figura 48.III

4.3.9.3. Valores percibidos. Consideración de la generación de un sentimiento de conexión con otras personas y de integración merced al uso del teléfono móvil

La integración y la conexión asociada con el teléfono móvil recibe una puntuación notable, 7,86, y las puntuaciones han oscilado entre 7 y 8,5.

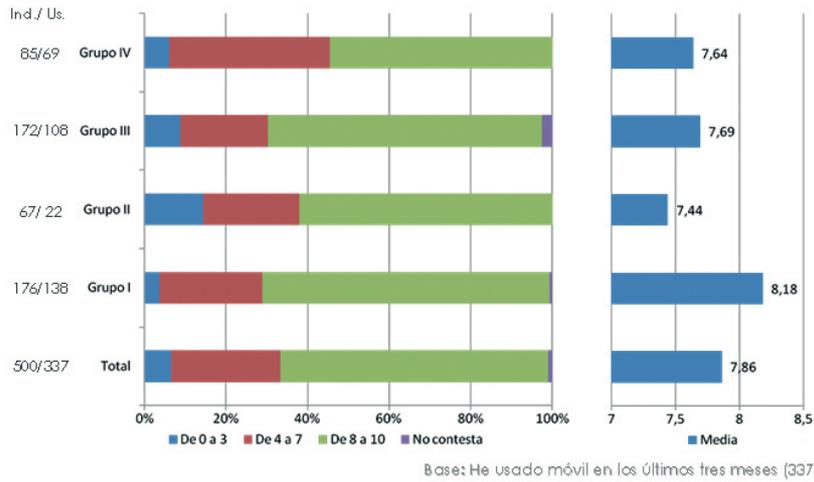
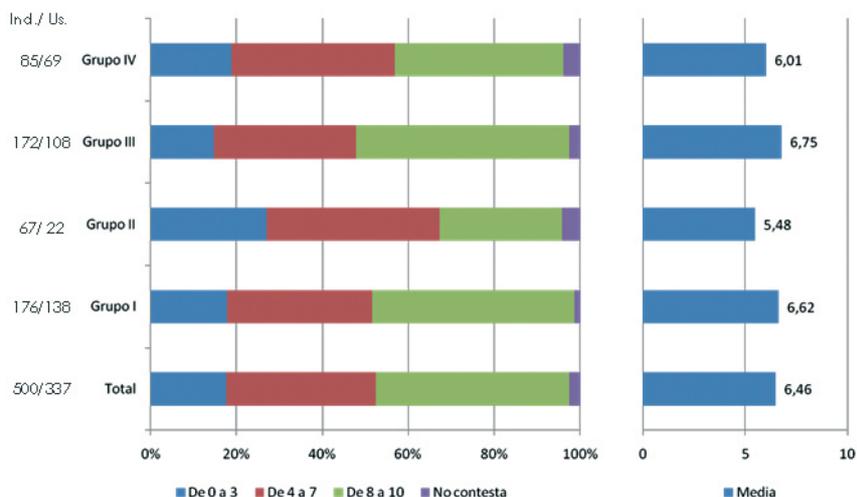


Figura 49.III



4.3.9.4. Valores percibidos. Sentimiento de hallarse más informado por el uso de la telefonía móvil

Aquí, de nuevo, utilizamos la escala de 0 a 10 porque las puntuaciones son más variadas y menos concentradas aunque también más bajas, con lo que la información vía móvil no parece interesar tanto, si bien la puntuación media no es excesivamente baja, 6,46 puntos de promedio.



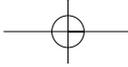
Base: He usado móvil en los últimos tres meses (337)

Figura 50.III

4.3.9.5. Valores percibidos. Perfil de los grupos

Las percepciones sobre lo que el teléfono móvil aporta señalan que los usuarios más avanzados conceden algo menos de importancia a las ventajas que puede conllevar el uso del teléfono móvil. Así, las desviaciones del Grupo IV tienden, en estas cuestiones, a la baja.

Sólo el Grupo I parece tener percepciones situadas en la media o por encima de ella, respecto a la integración y a la información que supone la tenencia del móvil. No obstante hay que destacar que los usuarios, en general, reconocen en gran medida el valor que les aporta el teléfono móvil.



Los mayores ante las TIC

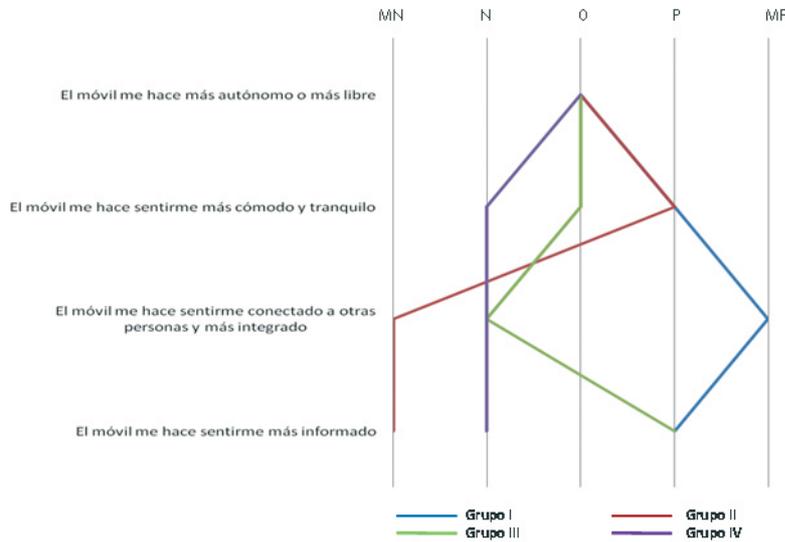


Figura 51.III

4.4. Mayores usuarios de la telefonía móvil. Algunas conclusiones

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos de usuarios determinados por la técnica CHAID, volvemos a incluir aquí la Fig. 18 III que determina perfectamente los Grupos a considerar.

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III	GRUPO IV
Edad entre 65 y 69 años	Edad entre 70 y 79 años Hábitat de menos de 10.000 habitantes	Edad entre 70 y 79 años Hábitat de más de 10.000 habitantes Nivel de estudios primarios o inferior	Edad entre 70 y 79 años Hábitat de más de 10.000 habitantes Nivel de estudios superior a primarios
176 individuos 78,6% Us. - 21,4% No us.	67 individuos 33,4% Us. - 66,6% No us.	172 individuos 62,7% Us. - 37,3% No us.	85 individuos 81,6% Us. - 18,4% No us.

A continuación, se exponen los grupos y entre paréntesis la razón entre el número total de individuos y el número exacto de estos que son usuarios. Número total de individuos de un Grupo / número real de usuarios de ese Grupo.



4.4.1. Grupo I (176/138)

Edad entre 65 y 69 años. A los que hemos denominado *La nueva generación: los entusiastas*.

- Uso medio del móvil, usuarios en general experimentados, preferencia por el contrato frente al prepago y acceso al móvil por voluntad propia (adquisición propia del móvil), con alto nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil moderadamente por encima de la media.
- Propensión al gasto moderadamente por encima de la media.
- Gran facilidad de acceso al móvil.
- Alta valoración de las ventajas derivadas del uso del móvil.

4.4.2. Grupo II (67/22)

Edad entre 70 y 79 años. Hábitat de menos de 10.000 habitantes. A los que hemos llamado *“Los reticentes”*.

- Un uso del teléfono móvil moderadamente alto de usuarios, en general experimentados aunque menos que la media, con preferencia por el prepago frente al contrato, y han accedido al teléfono móvil empujados por otro (regalo del móvil), con bajo nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil moderadamente por encima de la media, excepto en el envío y recepción de mensajes (mayor complejidad).
- Propensión al gasto por debajo de la media, especialmente en la adquisición de terminales.
- Mayor dificultad de acceso al móvil.
- Alta valoración de las ventajas derivadas del uso del móvil de libertad y tranquilidad.



4.4.3. Grupo III (172/108)

Edad entre 70 y 79 años. Hábitat de más de 10.000 habitantes. Nivel de estudios primario o inferior. A los que hemos denominado “*Los obligados*”.

- Uso del móvil bajo, usuarios en general menos experimentados, preferencia por el prepago frente al contrato y acceso al móvil empujado por otro, con alto nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil por debajo de la media.
- Propensión al gasto por debajo de la media.
- Mayor dificultad de acceso al móvil.
- Alta valoración de las ventajas derivadas el uso del móvil de libertad y tranquilidad.

4.4.4. Grupo IV (85/69)

Edad entre 70 y 79 años. Hábitat de más de 10.000 habitantes. Nivel de estudios superior a primario. A los que hemos denominado “*Los líderes*”.

Estos líderes son susceptibles de ser motivados para convertirse en “apóstoles” o difusores y formadores de esta tecnología a favor de otras personas mayores.

- Un alto uso del móvil, usuarios en general experimentados, preferencia por el contrato frente al prepago, acceso al móvil por voluntad propia, con alto nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil por encima de la media.
- Propensión al gasto por encima de la media.
- Menor dificultad de acceso al móvil.
- Valoración de las ventajas derivadas del uso del móvil por debajo de la media.

A la vista del comportamiento de los diferentes grupos y en función de su composición, se pueden extraer algunas conclusiones:



- El grupo de usuarios un poco más numeroso y joven (Grupo I), presenta una composición relativamente heterogénea. Se trata de personas para las que esta tecnología tiene una importancia alta en su vida social, y que realizan una valoración muy positiva de las ventajas derivadas de su uso. Como norma general, las personas incluidas en este grupo muestran una tendencia clara hacia la utilización del teléfono móvil. Cualquier posible estímulo podría dirigirse a la oferta de servicios más ajustados a las necesidades de este colectivo.
- El Grupo II tiene, por el contrario, un porcentaje muy reducido de usuarios, que realizan además una utilización relativamente limitada de esta tecnología. Este bajo nivel de uso deriva tanto de dificultades manifiestas en el acceso a la tecnología como de una actitud menos favorable a ésta.
- Los usuarios del Grupo III se han incorporado a la telefonía móvil de forma relativamente involuntaria: familiares o amigos, especialmente los primeros, les han convencido de sus ventajas, con especial énfasis en la seguridad, que van asociadas al teléfono móvil. No obstante, dicha convicción se limita a los usos más tradicionales, con una concepción utilitarista. El teléfono móvil es útil para una serie de cuestiones específicas.
- Finalmente, el Grupo IV está integrado de forma mayoritaria por usuarios intensivos del teléfono móvil, de edad avanzada, pero que se atreven a aprender y explorar, en mayor medida que los demás usuarios, las posibilidades que brinda este dispositivo. Su relativamente alto nivel de uso y conocimiento del medio tecnológico, les lleva a ser críticos con éste, siendo el único caso en el que el precio aparece como un factor ligeramente relevante, aunque no les disuade del acceso a la tecnología. Los hemos calificado de líderes y susceptibles de ser transformados en apóstoles o difusores de esta tecnología.

4.5. Las personas mayores no usuarias de la telefonía móvil

4.5.1. Datos generales

Al igual que el análisis de los usuarios nos ofrece algunas ideas sobre los posibles impulsores del uso de la telefonía móvil, el análisis de los no usuarios puede permitirnos valorar cuáles son algunas de las principales barreras que han encon-

trado estas personas para acceder a esta tecnología. Para completar este análisis, utilizaremos también los grupos derivados de la aplicación de la técnica CHAID, con el objeto de observar si existen también perfiles determinados por las características que definen los grupos.

Así, en las siguientes páginas se analizan, partiendo de la intención futura de utilizar el teléfono móvil, las opiniones que estos usuarios tienen sobre esta tecnología y se valoran específicamente algunas barreras vinculadas con los aspectos económicos y formativos.

Respecto a las intenciones de uso, el Grupo I, que para los que son usuarios los hemos denominado como los entusiastas, parecen ser los que muestran una mayor propensión a incorporarse al mundo de la telefonía móvil con cerca de un 50% del segmento que utilizará seguro o casi seguro el teléfono móvil en los próximos meses, quizás motivados por un cierto "efecto contagio" en su entorno social. En el extremo contrario, encontramos al Grupo IV, cuyos usuarios eran muy proclives al uso de esta tecnología. En dicho grupo, según se observa, los individuos que se han resistido a penetrar en esta tecnología, parecen mantener sus intenciones, con cerca de un 50% de respuestas que reconocen que no van a utilizar seguro o casi seguro esta tecnología.

Los Grupos II y III, *los reticentes y los obligados*, muestran niveles intermedios, aunque el primero parece tener algún mayor interés por el teléfono móvil mientras que el Grupo III parece no encontrar muchos argumentos para el acceso.

4.5.2. Opinión de los no usuarios de la telefonía móvil

Es importante por tanto concretar cuales son, entre las personas mayores, las causas que subyacen en el no uso de la telefonía móvil. Aunque suponemos que habrá alguna razón que no se nos ha revelado, exponemos las razones que han dado nuestros entrevistados para proceder de una manera negativa ante la posibilidad de usar el teléfono móvil. Así, hemos considerado: intenciones de uso, aspectos económicos, barreras de aprendizaje, barreras actitudinales y, finalmente, hemos establecido algunas conclusiones sobre estos grupos reticentes.

4.5.2.1. Opinión de los no usuarios. Intenciones de uso

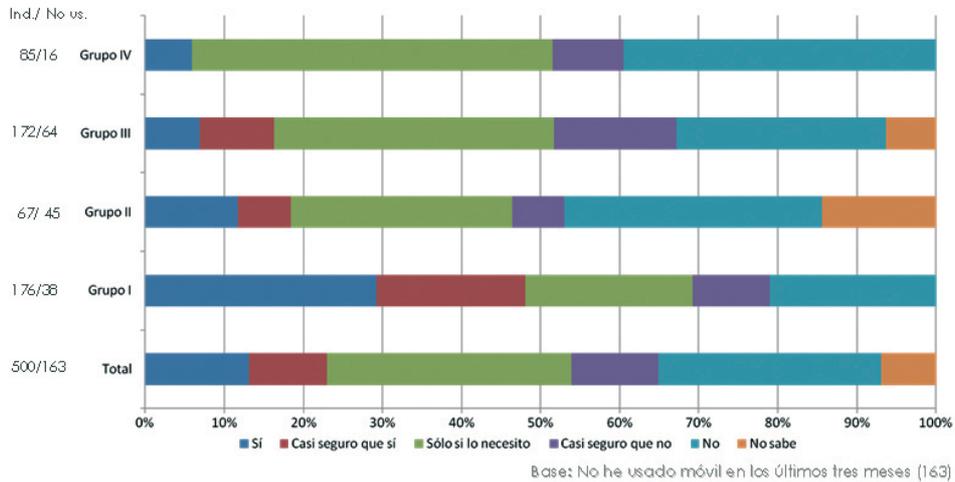


Figura 52.III

4.5.2.2. Opinión de los no usuarios. Aspectos económicos relacionados directamente con la asequibilidad

De nuevo utilizamos un intervalo reducido porque las puntuaciones de los grupos oscilan entre 5 y 7,25. Respecto de la aseveración sobre si el teléfono móvil es económicamente asequible, la puntuación media es relativamente buena, 6,58.

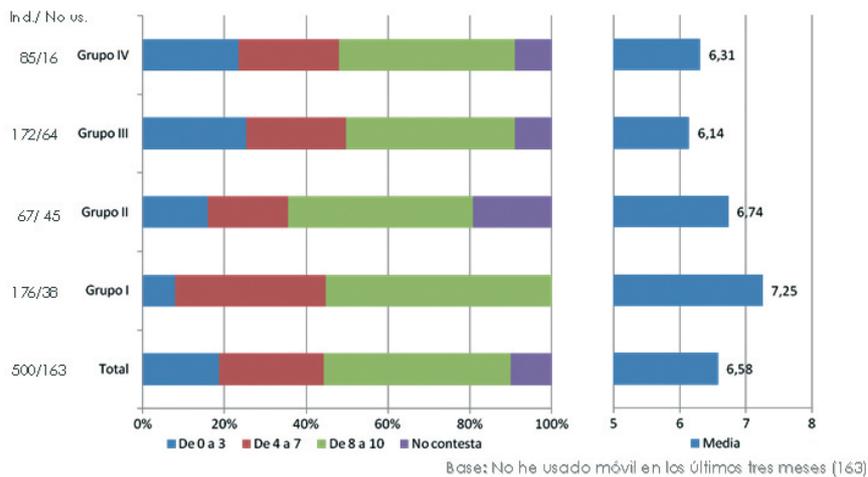


Figura 53.III

Los mayores ante las TIC

4.5.2.3. Aspectos económicos relacionados con la necesidad del gasto

En este caso retomamos la escala de 0 a 10. Sobre la necesidad del gasto, la puntuación media es de 5,75, un aprobado un poco justo pues casi la mitad de la muestra entiende que no es el teléfono móvil un dispositivo tan necesario.

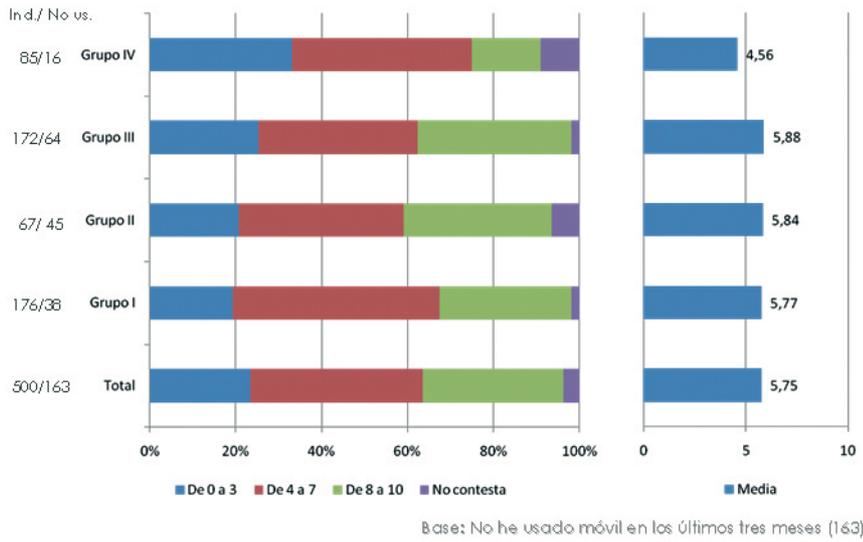


Figura 54.III

4.5.2.4. Aspectos económicos relacionados negativamente con el control del gasto

Ciertamente, hay dispersión en relación a la puntuación sobre esta aseveración, a saber el teléfono móvil me puede hacer gastar más de lo que querría, pero la tendencia media, puntuación 6,22, indica que la muestra teme mayoritariamente a excederse en el gasto y a no saber o no poder controlarlo debidamente.

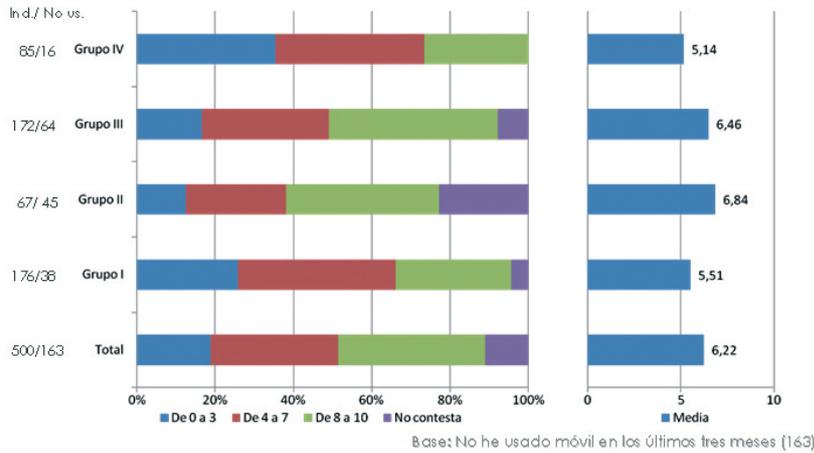


Figura 55.III

4.5.2.5. Aspectos económicos. Perfil de los grupos

Como norma general, la percepción de los no usuarios de esta tecnología es peor, si bien nunca excesivamente negativa, en relación con ella.

Respecto a los aspectos económicos, el Grupo IV parece encontrar algún problema en estos argumentos, aunque no al mismo nivel que sucede en el Grupo III y, moderadamente, en el Grupo II, que si bien considera asequible el teléfono móvil, también lo considera innecesario y peligroso económicamente.

El Grupo I, los entusiastas, no parecen encontrar tampoco grandes barreras en este ámbito.

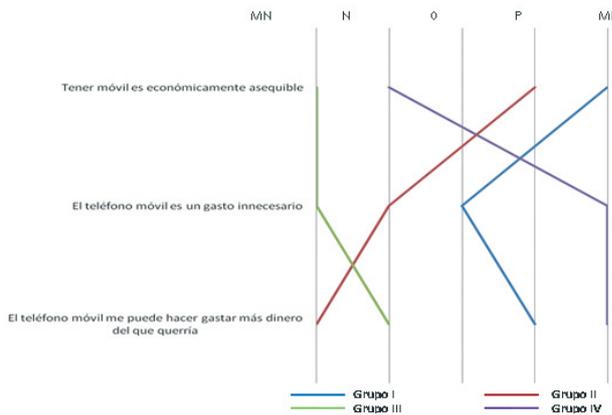


Figura 56.III

4.5.3. Barreras de aprendizaje de carácter general

En el estudio cualitativo tratamos ampliamente esta cuestión. En general, estas barreras giran en torno a un hecho objetivo: el dispositivo es considerado por bastantes como demasiado complicado. Otros, sencillamente, no han sido capaces de superar el proceso de aprendizaje. Así, tenemos:

4.5.3.1. Personas no usuarias porque consideran el teléfono móvil demasiado avanzado para ellas

La aseveración *el teléfono móvil me parece demasiado avanzado y complicado para mí*, cuenta con una puntuación alta, 6,25 de valor promedio, lo que indica que las barreras actitudinales y las relacionadas con la formación y la complejidad del dispositivo, constituyen el principal obstáculo para acceder los no usuarios a la telefonía móvil.

Es importante incidir en la complejidad de los terminales.

Sin embargo, hay en torno a un 30% de los no usuarios que no patentizan esa dificultad, bien porque su no acceso a la telefonía móvil se deba a otras causas, bien porque se trata de algo totalmente dejado de lado.

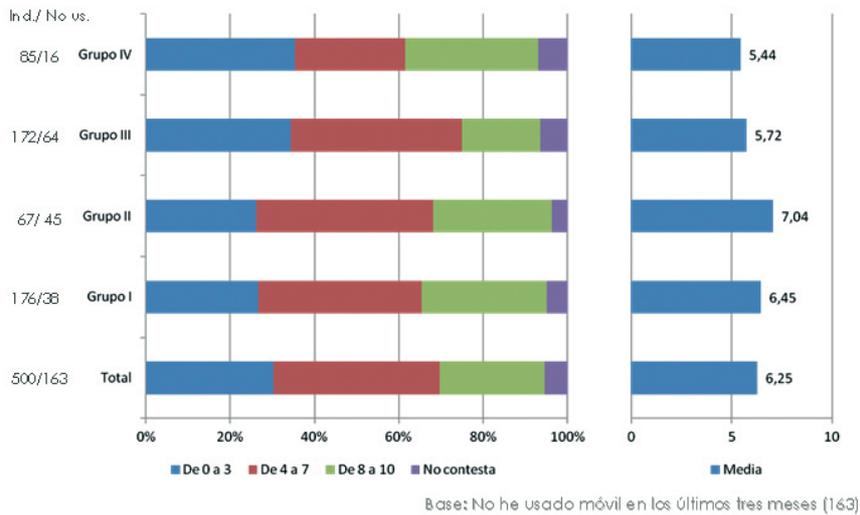
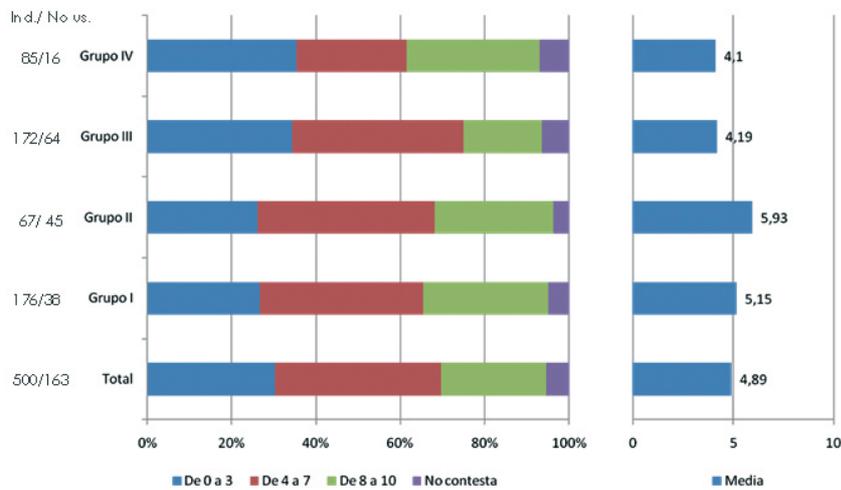


Figura 57.III

4.5.3.2. Personas no usuarias porque no han podido superar los problemas que les plantea el proceso de aprendizaje

La aseveración *he intentado usar el móvil pero no he podido superar los problemas*, recibe una puntuación de 4,89, casi un 5. Esto es en si misma una cuestión preocupante porque ratifica lo afirmado en el análisis cualitativo relativo al aprendizaje y la dificultad que entraña éste. Sin embargo, y esta es la parte positiva, hay en torno a un 30% que puntúa con nota baja esta afirmación.



Base: No he usado móvil en los últimos tres meses (163)

Figura 58.III

4.5.3.3. Barreras de aprendizaje. Perfil de los grupos

Como puede apreciarse, si consideramos los no usuarios del Grupo II, vemos que una mayoría del total de este grupo, encuentra una importante barrera en el mismo proceso de aprendizaje para acceder al uso del teléfono móvil, al contrario de lo que sucede con el Grupo IV y, en menor medida con el Grupo III. El Grupo I encuentra también algún freno, aunque más moderado, si bien es cierto que, dado el interés mostrado por este grupo para el acceso a esta tecnología, estos obstáculos podrían estar siendo el verdadero motivo de la no la incorporación de nuevos usuarios.



Los mayores ante las TIC

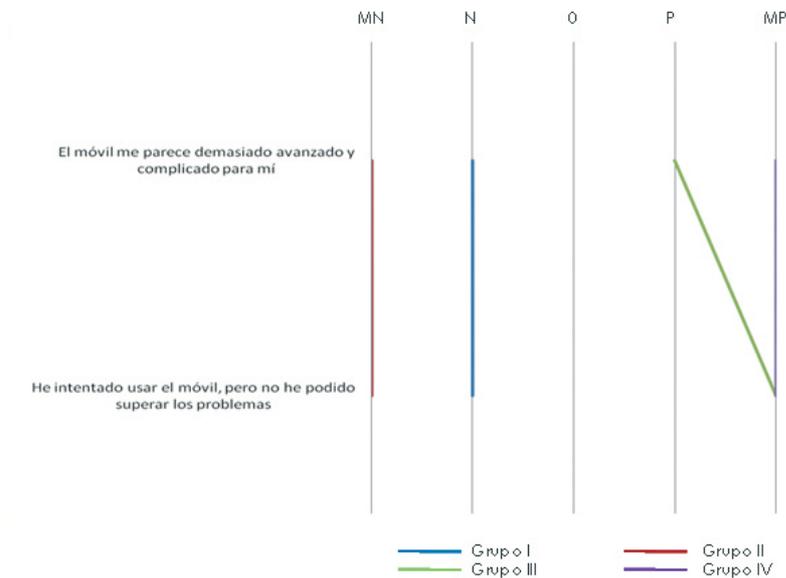


Figura 59.III

4.5.4. Barreras actitudinales

Como vimos en el análisis cualitativo, la actitud de la persona juega un papel fundamental en aspectos curiosos como el valor del tiempo, el temor al engaño y el recelo ante el control, entre otros.

4.5.4.1. Opinión de los no usuarios

Hay un sentimiento de que dedicar tiempo al aprendizaje para poder usar el teléfono móvil supone dejar de hacer otras cosas que les interesan o gustan. La aseveración *el teléfono móvil me quita mucho tiempo y prefiero dedicárselo a otras cosas*, obtiene una puntuación media superior a 5. Pero lo interesante aquí es que alrededor de un 35% de los no usuarios puntúan con nota baja esa aseveración, luego por este lado hay un margen de posible integración.



3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

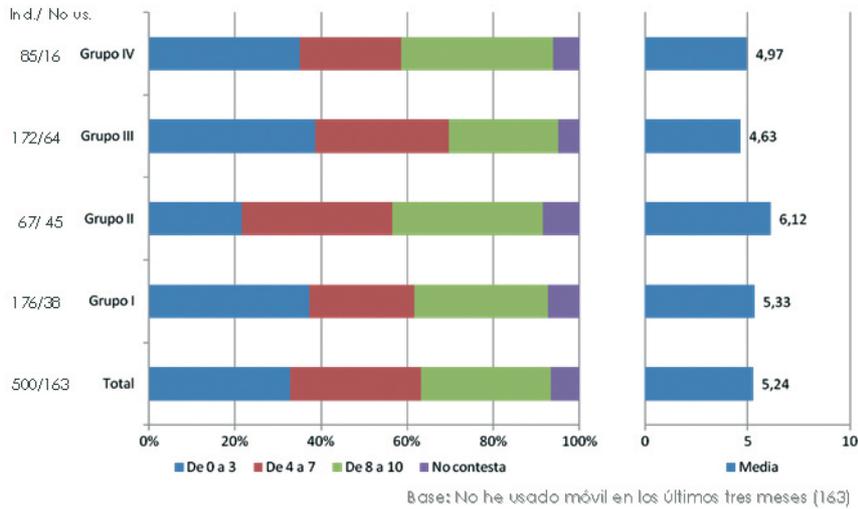


Figura 60.III

4.5.4.2. Opinión de los no usuarios. Sensación de miedo ante un pretendido engaño

La hemos acotado en el intervalo entre 0 y 6, porque el promedio de los grupos se halla en ese intervalo, con una puntuación promedio de 4,98, casi 5.

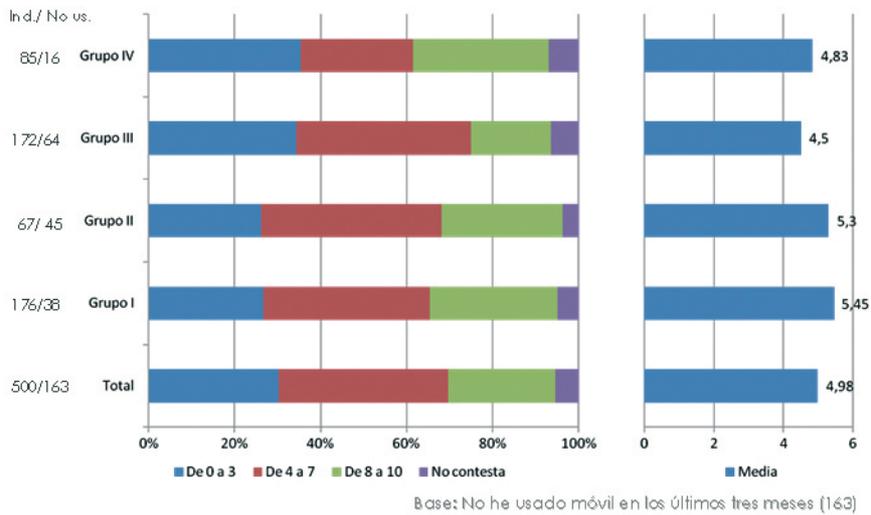


Figura 61.III

4.5.4.3. Opinión de los no usuarios. Sensación de temor al control por parte de alguien

La afirmación de la identidad, la demanda de respeto y la afirmación legítimamente orgullosa de sus propio status. Ello se halla reflejado de manera muy clara en la investigación cualitativa (Véase Fig. 13 II). El sentimiento de control es una consecuencia lógica, aunque quizá equivocada por falta de información, de estas actitudes.

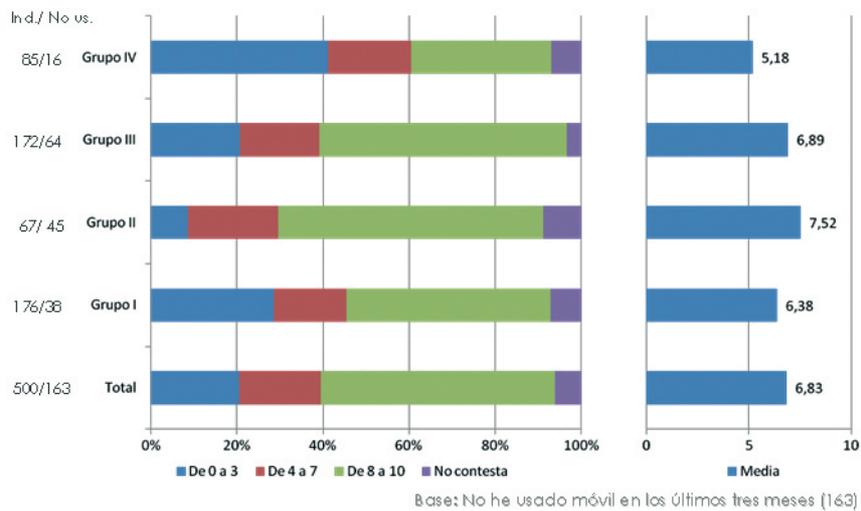


Figura 62.III

4.5.4.4. Barreras actitudinales. Perfil de los grupos

Aunque en general la valoración de estas otras barreras es relativamente baja, sí constituyen, en alguna medida, un obstáculo para alguno de los grupos. Concretamente, es destacable la significativa presencia de estas barreras en el Grupo II, muy especialmente la necesidad de autonomía, aunque también lo es la preferencia por emplear el tiempo en otros cometidos.

Por su parte, los Grupos III y IV hacen una valoración de estos aspectos por debajo de la media, por tanto favorable al teléfono móvil, y el Grupo I teme muy especialmente los posibles problemas de fraude, lo que puede revelar una cierta desinformación.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

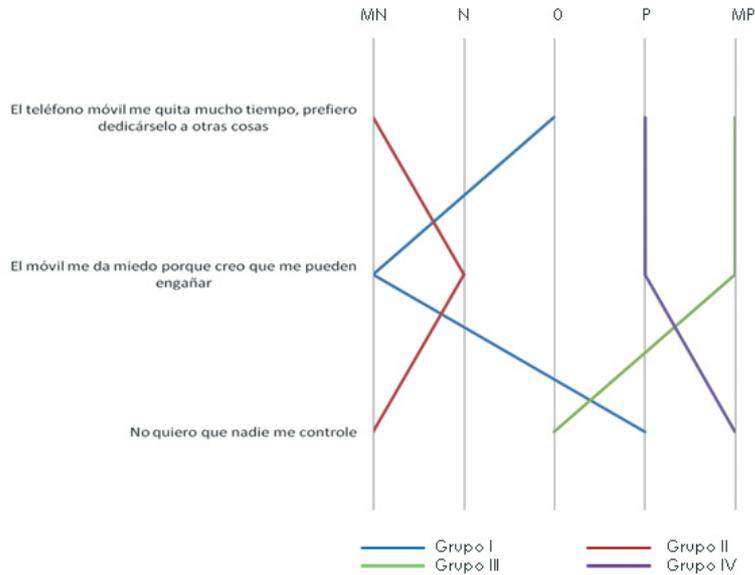


Figura 63.III

4.6. Mayores no usuarios de la telefonía móvil. Algunas conclusiones

Atendiendo a los análisis, los grupos de no usuarios también muestran perfiles característicos. Introducimos de nuevo el cuadro poniendo el énfasis en las personas no usuarias.

El cociente 176/38, significa el número de individuos pertenecientes al Grupo I dividido entre los no usuarios del mismo. Y así en el resto.

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III	GRUPO IV
Edad entre 65 y 69 años	Edad entre 70 y 79 años	Edad entre 70 y 79 años	Edad entre 70 y 79 años
	Hábitat de menos de 10.000 habitantes	Hábitat de más de 10.000 habitantes	Hábitat de más de 10.000 habitantes
		Nivel de estudios primarios o inferior	Nivel de estudios superior a primarios
176 individuos	67 individuos	172 individuos	85 individuos
78,6% Us. - 21,4% No us.	33,4% Us. - 66,6% No us.	62,7% Us. - 37,3% No us.	81,6% Us. - 18,4% No us.



4.6.1. Grupo I (176/38)

Edad entre 65 y 69 años. Los hemos considerado como posibles *Nuevas incorporaciones*.

- Elevada intención de uso.
- Menor efecto de las barreras económicas.
- Efecto moderado de las barreras de aprendizaje.
- Escaso efecto de barreras de actitud, salvo el miedo a ser engañado.

4.6.2. Grupo II (67/45)

Personas de edad comprendida entre 70 y 79 años. Residentes en municipios de menos de 10.000 habitantes. Considerados *Los escépticos*.

4.6.3. Grupo III (172/64)

Personas de edad comprendida entre 70 y 79 años. Residentes en municipios de más de 10.000 habitantes. Con estudios primarios o de rango inferior. Considerados *Los abandonados o automarginados*.

- Baja intención de uso.
- Mayor efecto de las barreras económicas.
- Bajo efecto de las barreras de aprendizaje.
- Menor efecto de barreras actitudinales.

4.6.4. Grupo IV (85/16)

Personas de edad comprendida entre 70 y 79 años residentes en municipios de más de 10.000 habitantes. Con estudios secundarios o incluso superiores. Considerados *Las causas perdidas*.

- Baja intención de uso.
- Moderado efecto de las barreras económicas.
- Menor efecto de las barreras de aprendizaje.
- Bajo efecto de barreras de actitud.



En el análisis de los no usuarios parecen encontrarse dos fuentes que explican, de forma más o menos clara, su estado actual.

Por un lado, respecto a los Grupos I y II, aquellos que muestran un mayor interés por adquirir un móvil (si bien es preciso recordar que el Grupo II es el que incluye un menor número de usuarios), la mayor barrera parece encontrarse en el aprendizaje.

No obstante, la visión de los integrantes de este Grupo II es, en general, muy negativa, percibiendo también los impedimentos económicos y mostrando, muy especialmente, una actitud altamente reticente hacia este medio. En el caso de los no usuarios del Grupo I, el adjetivo que les fue asignado a los usuarios parece fácil de mantener, en tanto que son, sin duda, los que más probabilidad tienen de entrar en el mundo de la telefonía móvil, para lo que sólo necesitan un impulso menor.

En el otro extremo, encontramos a los Grupos III y IV, cuyas barreras, especialmente en el Grupo IV, son más importantes. Es preciso, no obstante, recordar que en ambos casos se trata de personas que superan los 70 años. Posiblemente, su incorporación a las tecnologías, incluido el móvil, es mucho más difícil que en el caso del Grupo I.

A partir de estas apreciaciones, nuevamente podemos destacar que:

- Los obstáculos fundamentales para acceder al mundo de la telefonía móvil por los mayores parecen encontrarse en las dificultades de aprendizaje y en una actitud negativa. Los aspectos económicos aparecen con menor fuerza, especialmente en los Grupos II y III.
- Estas barreras no son homogéneas para todo el colectivo sino que la edad, el hábitat y el nivel de estudios parecen jugar un papel relevante, al igual que lo desarrollaban en el caso de los usuarios.

4.7. Actitud frente a las tecnologías relacionadas con la telefonía móvil

Para finalizar el análisis de la actitud de los mayores ante la telefonía móvil, se ha preguntado a los encuestados que dieran sus opiniones sobre el interés que les genera, grado de utilidad y disposición a la asunción de mayores costes de inversión respecto de dos tecnologías que suponen la ampliación de servicios dentro de este ámbito:

Los mayores ante las TIC

- Un teléfono móvil con imágenes.
- Un teléfono móvil táctil

En las siguientes páginas se muestran las valoraciones realizadas, comparando la opinión del total de la muestra con la de cada uno de los grupos delimitados en el análisis CHAID.

4.7.1. Teléfono móvil con imágenes

Respecto al teléfono móvil con imágenes, el interés mostrado por el total de la muestra y por los diferentes grupos sólo puede calificarse como moderado. Con leves diferencias, los Grupos I y IV ostentan un interés por encima de la media y también encuentran algo más de utilidad a este avance tecnológico. Sin embargo, es el Grupo II, y en menor medida el Grupo I, el que presenta un mayor número de individuos dispuestos a asumir un mayor coste de inversión por esta mejora. Reiteramos, sin embargo, que el interés sigue siendo muy limitado, con sólo un 20% de los encuestados dispuestos a ese mayor esfuerzo económico.

4.7.1.1. *Interés ante un teléfono móvil con capacidad para captar y almacenar imágenes*

Ante la aseveración es interesante para usted... un teléfono móvil con imagen, toda la puntuación se sitúa en el intervalo comprendido entre 0 y 4 puntos y alcanza en este caso un 2.06. Como alrededor de un 10% dice que le resulta muy interesante y en torno a un 24% de la muestra opina que bastante, no es aventurado suponer que ese casi 34% conoce este servicio en mayor o menor medida. El resto que dice interesarse muy poco o nada, han de ser usuarios-si es que lo son- de carácter muy básico que ven este servicio como algo muy lejano.

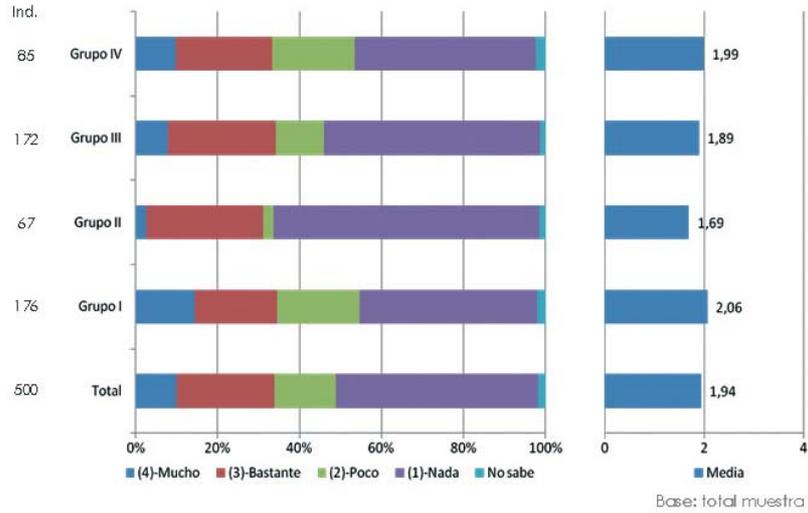


Figura 64.III

4.7.1.2. Grado de utilidad que tiene un teléfono móvil con capacidad para captar y almacenar imágenes para las personas mayores

Alrededor de un 7% cree que es muy útil y aproximadamente un 24% opina que bastante. El resto, sobre un 70% no lo ve útil. Reduciendo el intervalo entre el 0 y el 4, la puntuación media con la que califican esta aseveración es de 1.94. Insistimos en el nivel básico de los usuarios encuestados que responde al perfil general.

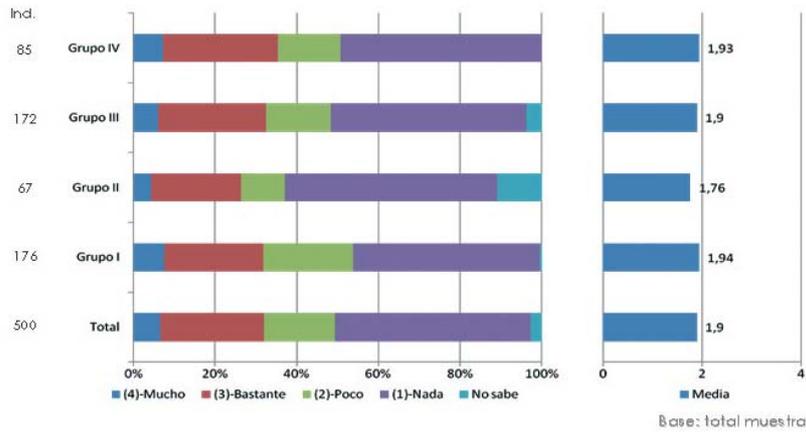


Figura 65.III

4.7.1.3. Disposición a asumir un mayor coste de inversión por poseer un teléfono móvil con imagen

Un 13% estaría dispuesto a pagar más, un 83% no pagaría más y un 4% no sabe. Está claro que los nuevos servicios como este de captar y disponer de imágenes son poco o muy poco conocidos entre las personas mayores. Creemos que tampoco han sido debidamente promocionados. Como se verá en las conclusiones, la industria de fabricación y las operadoras siguen ofertando productos muy básicos para las personas mayores aunque creemos que hay una demanda oculta para servicios más avanzados, que se refleja bien en la investigación cualitativa pero no en la cuantitativa.

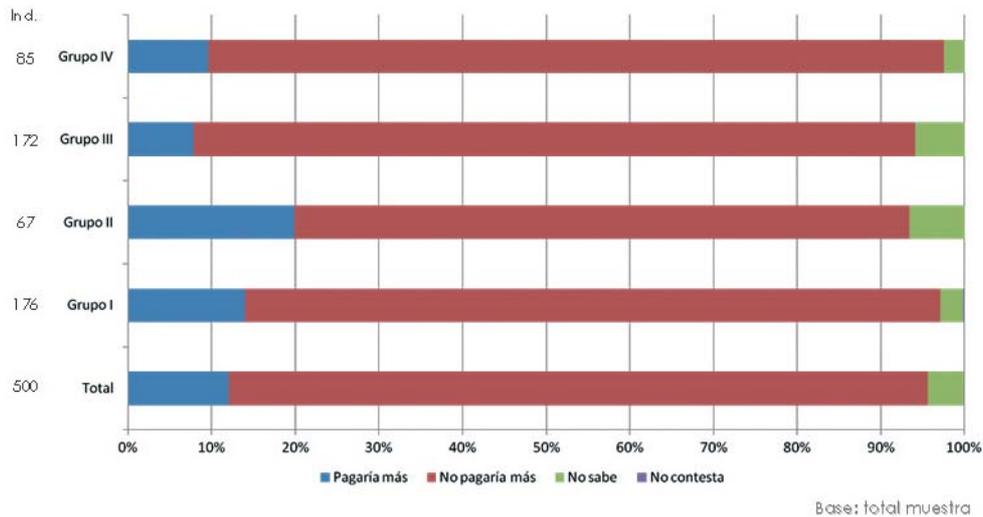


Figura 66.III

4.7.2. Teléfono móvil táctil

El teléfono móvil táctil es recibido con algo más de interés por parte de los encuestados aunque, del mismo modo, éste sigue siendo limitado. Al igual que en el caso anterior, son los grupos con mejor actitud frente al teléfono móvil (I y IV) los que valoran por encima de la media el interés que tienen respecto a esta modalidad tecnológica y así mismo destacan moderadamente el grado de utilidad

que puede tener para ellos. En cuanto a la disposición a asumir un mayor coste de inversión, este sigue siendo bajo de manera que tan sólo el un 20% de los encuestados del Grupo I está en esta situación.

4.7.2.1. Grado de Interés de las personas mayores ante un teléfono móvil con pantalla táctil

A la aseveración es interesante para usted... Un móvil táctil, vemos que todas las respuestas se hallan comprendidas en el intervalo comprendido entre 0 y 4 con una media de 2. Aproximadamente un 10% de la muestra expresa un alto interés por el teléfono móvil táctil y alrededor de un 13-14% expresa bastante interés. El resto, 67% demuestra poco o, sobre todo, ningún interés con más de un 10% que dice no saber nada de este asunto.

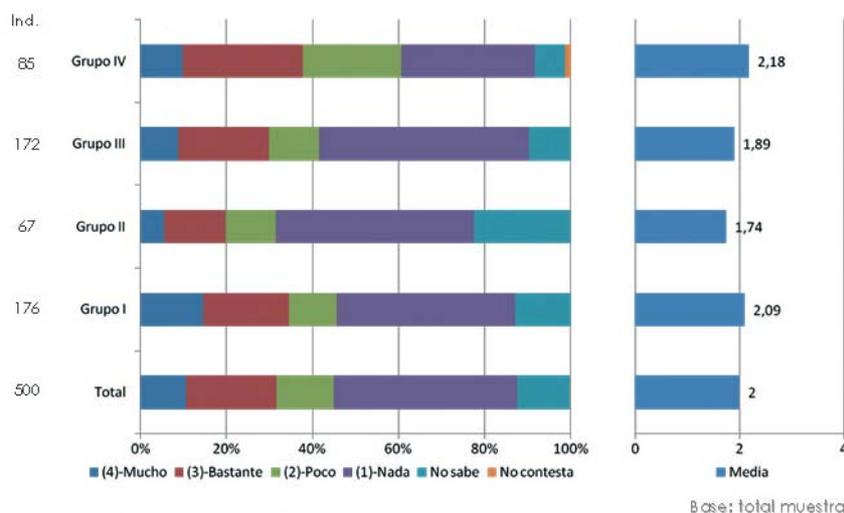


Figura 67.III

4.7.2.2. Grado de utilidad que las personas mayores opinan que para ellas tiene teléfono móvil con pantalla táctil

Menos de un 10% de los encuestados opinan que para ellos un móvil táctil resulta muy útil, entre un 23 y un 25% dice que bastante útil y, aproximadamente un 12% dice que le resulta poco útil.



Los mayores ante las TIC

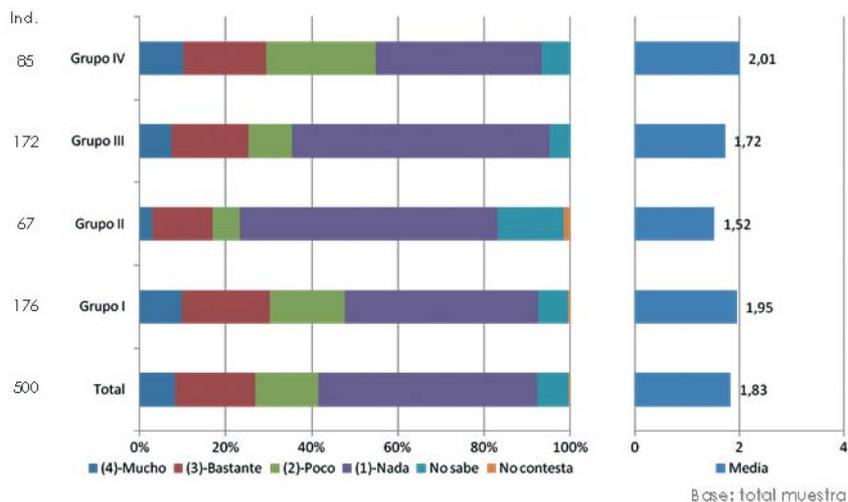


Figura 68.III

4.7.2.3. Disposición a asumir un mayor coste de inversión por poseer un teléfono móvil con pantalla táctil

Un 16% pagaría más por un teléfono móvil táctil, y un 79% no pagaría más.

5. Internet y personas mayores

5.1. Penetración de Internet entre las personas mayores

Al igual que en el caso de la telefonía móvil, el análisis de Internet en el colectivo de personas mayores debe comenzar tratando de determinar cuál es el grado de penetración de esta tecnología.

A esta tarea se destinan las siguientes páginas, pero antes hay que realizar una advertencia previa:

Tan sólo 70 personas de las 500 entrevistadas, confiesan haber usado, en mayor o menor medida, Internet. Esto es, un 14% de la muestra. Este dato es fundamental porque mediatiza todo lo que diremos después.



Como veremos más adelante, esta auténtica brecha tiene que ver con el uso / no uso del ordenador, ya sea este fijo o portátil.

Por edades, existe una correlación negativa entre edad y uso de Internet: cuanto mayor es el encuestado, menor es la probabilidad de que éste se conecte a la red. Así, la proporción de usuarios que utilizan esta herramienta de comunicación está por encima del 20% en el caso de los individuos situados en la franja de edad de 65 a 69 años, y desciende en torno al 12% en el caso de los que tienen entre 70 y 74 años y ya se sitúa muy por debajo del 10% para el segmento de mayor edad de los considerados.

Por sexos, las diferencias son en esta cuestión importantes, con una distancia relevante a favor de los hombres que, al igual que en el caso de la telefonía, probablemente puede estar relacionada con el mayor acceso previo a la formación necesaria por parte de los hombres de esas edades, y también a una situación laboral activa más frecuente.

5.1.1. Penetración de Internet entre las personas mayores por disponibilidad, edad y sexo

Como puede apreciarse, tanto la disponibilidad en el hogar como el propio uso de Internet son minoritarios entre el colectivo encuestado, especialmente en lo que se refiere al uso, con niveles de disponibilidad escasamente por encima del 30%. El uso, en los últimos tres meses, es mucho más bajo, un 14%. En este sentido, aunque la disponibilidad en el hogar puede guardar cierta correlación con este uso, resulta evidente que muchos de los mayores, teniendo acceso a Internet en la vivienda por convivir con personas más jóvenes, o bien no tienen interés o lo más probable es que encuentran alguna que otra barrera que podría desanimarles en relación con su utilización.

5.1.1.1. Personas mayores. Disponibilidad y uso de Internet

Tan sólo un 31,8% dispone de Internet en el hogar que en muchos casos es usado por otro familiar, generalmente hijos. Y esto queda muy claro cuando vemos que sólo un 14% ha usado Internet los últimos tres meses.

Los mayores ante las TIC

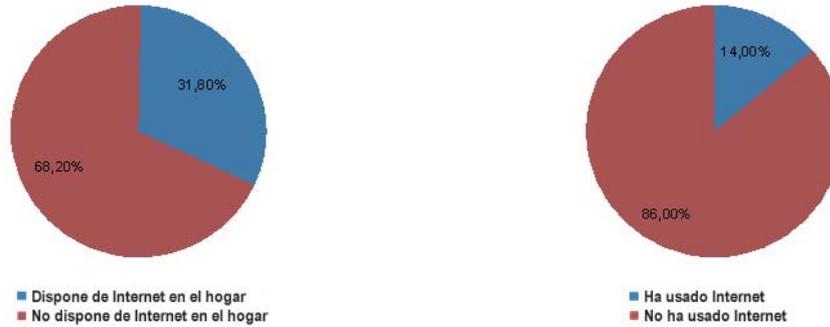


Figura 70.III

5.1.1.2. Personas mayores. Penetración de Internet por edad

El mayor número de usuarios, como por otra parte era previsible, se da en la franja de edad comprendida entre los 65 y 69 años, un 20%. Entre 70 y 74 años, el porcentaje desciende al 11-12%. Y entre las personas mayores de edad aún mayor el porcentaje, 6%, cae todavía más.

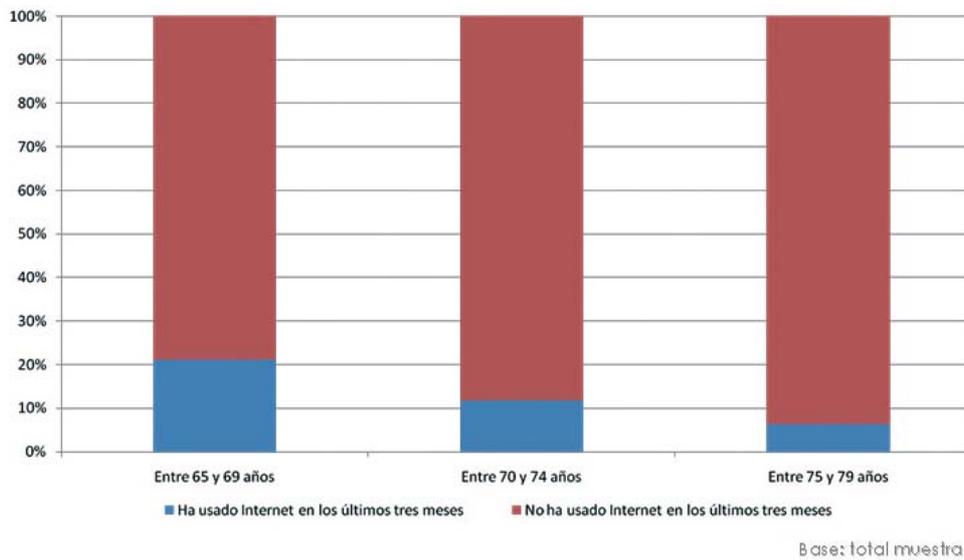


Figura 71.III

5.1.1.3. Personas mayores. Penetración de Internet por sexo

Casi el 70% de los usuarios son hombres y algo menos del 50%, mujeres.

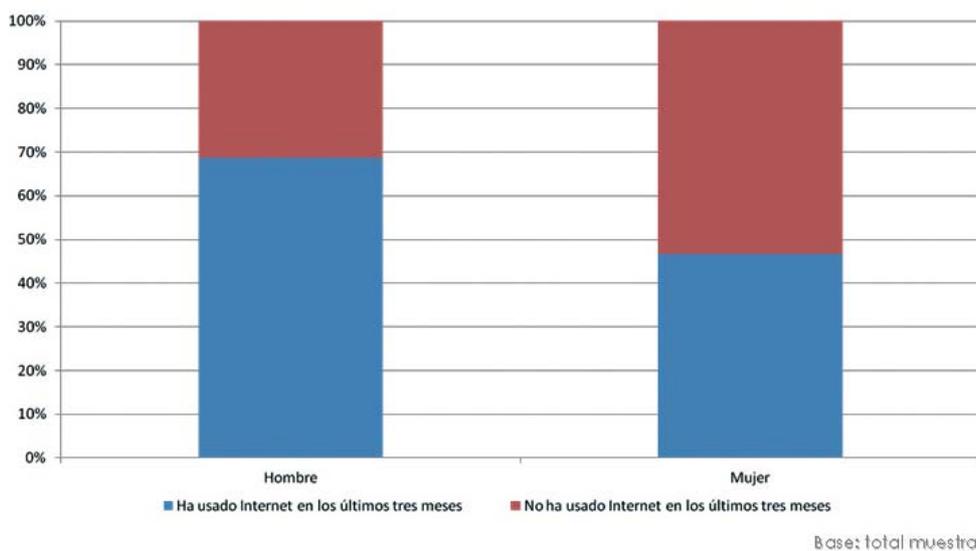


Figura 72.III

5.1.2. Penetración de Internet. Otras variables

5.1.2.1. Penetración por tamaño del hábitat

Respecto al tamaño del hábitat, como se aprecia, parece existir una correlación positiva, aunque no demasiado evidente, de que cuanto menor sea el hábitat, también será menor la probabilidad de que la persona esté conectada a Internet. Este hecho puede encontrar su explicación tanto en los argumentos que ya se comentaron para el caso de la telefonía móvil como en la falta de disponibilidad de medios adecuados y asequibles para la conexión en entornos rurales.

Como creemos ya haber dicho, en ese hábitat rural se halla la brecha digital más profunda y socialmente preocupante.

Los mayores ante las TIC

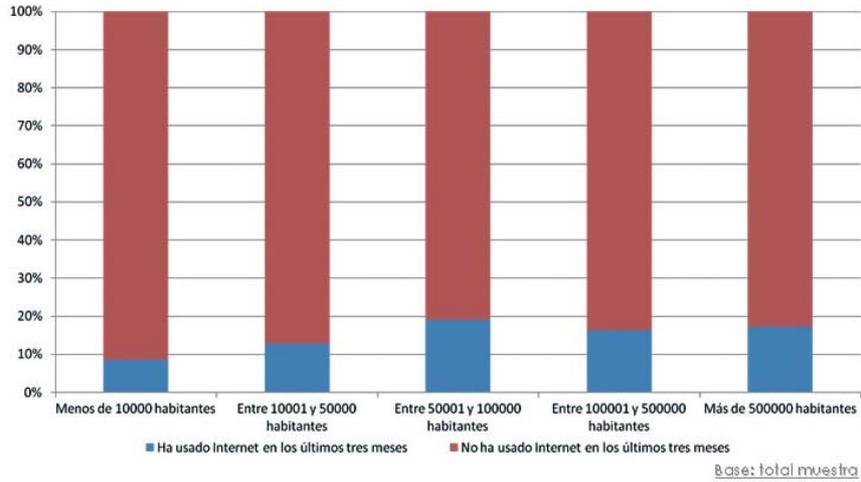


Figura 73.III

5.1.2.2. Nivel de estudios

En lo que se refiere al nivel de estudios, los datos arrojan una correlación clara y muy explícita de forma que, cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el grado de penetración de Internet, de manera que existe una variación de más de cuarenta puntos entre el colectivo con menos estudios y el segmento con estudios universitarios superiores. Esto indica que esta variable es la más relevante a la hora de determinar la utilización de Internet.

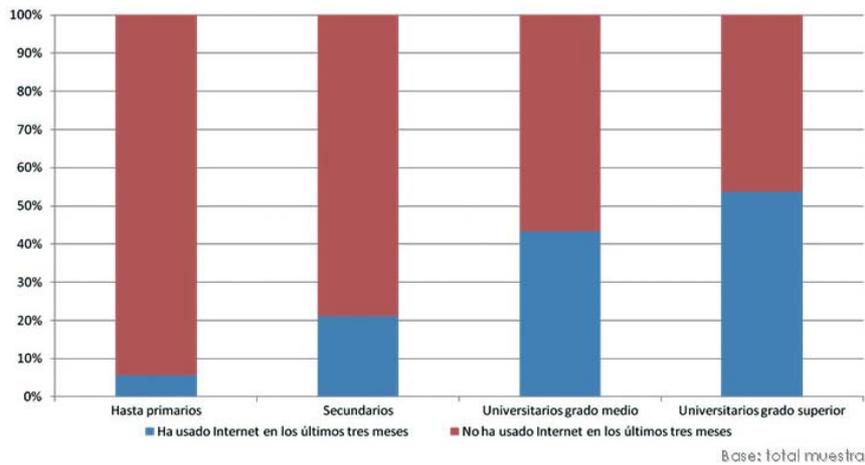


Figura 74.III

5.1.2.3. Nivel laboral

Si tenemos en cuenta la situación laboral, no existe una relación muy importante en este sentido, más allá de una penetración algo mayor de Internet entre aquellos encuestados que trabajaban por cuenta ajena y una menor para los que no trabajaban.

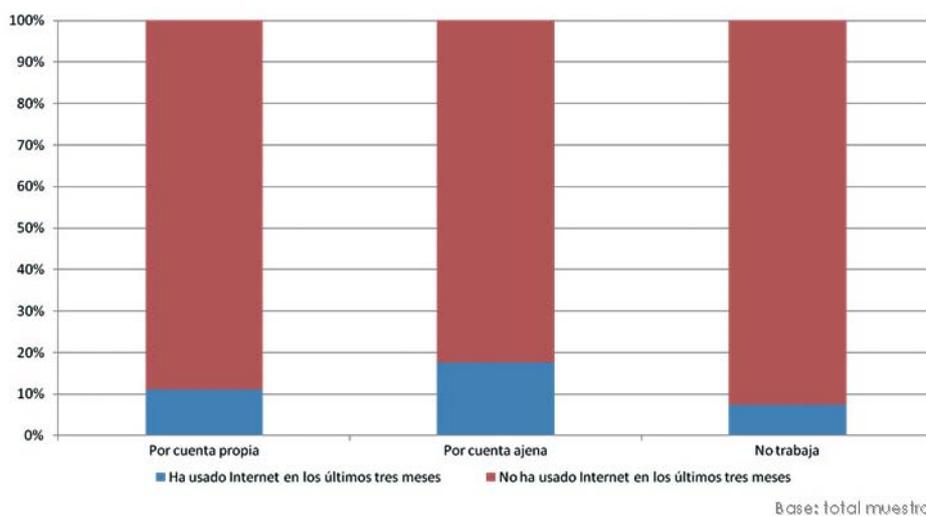


Figura 75.III

5.1.2.4. Personas mayores de 65 años en el hogar

En el caso del número de personas que conviven en la casa, en el caso de la muestra considerada, parece que la convivencia de más de dos personas de más de 65 años tiene un claro efecto contagio que conduce a elevar de forma considerable el uso de Internet, mientras que las implicaciones del número total de personas conviviendo en el hogar parecen mucho más limitadas.

Los mayores ante las TIC

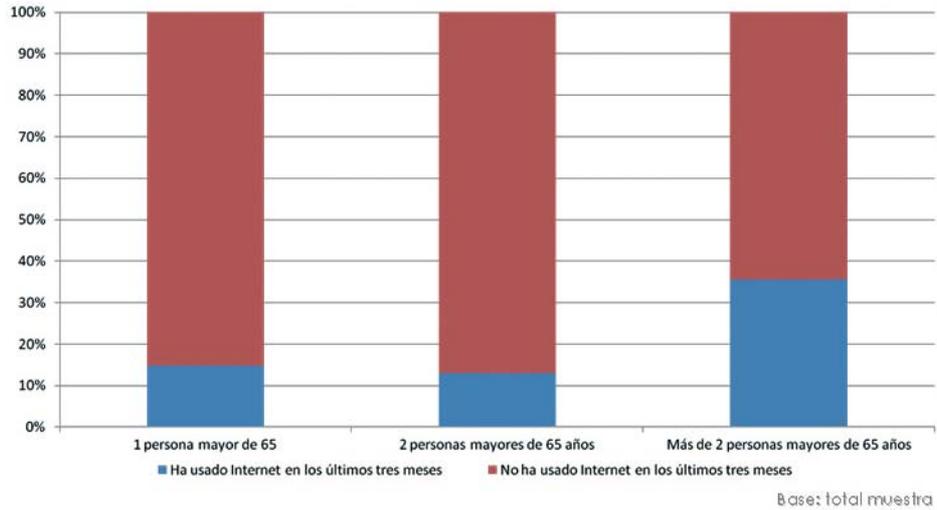


Figura 76.III

5.1.3. Penetración de Internet. Análisis CHAID

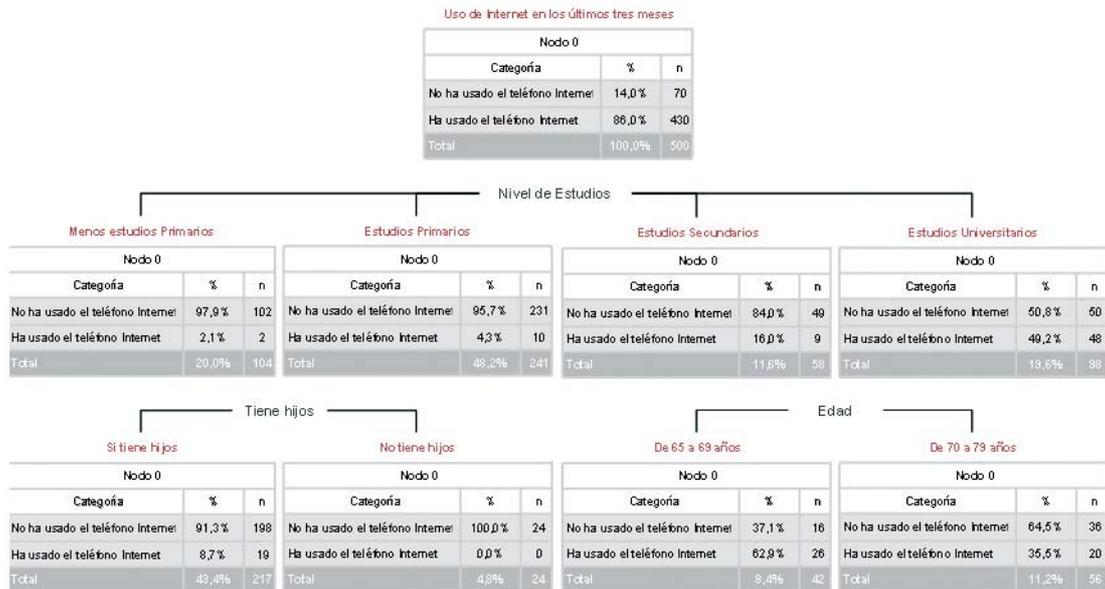


Figura 77.III

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III	GRUPO IV	GRUPO V	GRUPO VI
Nivel de estudios inferior a Primarios	Nivel de estudios Secundarios	Nivel de estudios Primarios Con hijos	Nivel de estudios Primarios Sin hijos	Nivel de estudios Universitarios Edad entre 65 y 69 años	Nivel de estudios Universitarios Edad entre 70 y 69 años
104 individuos 2,1% Us. - 97,9% No us.	58 individuos 16,0% Us. - 84,1% No us.	217 individuos 8,7% Us. - 91,3% No us.	24 individuos 0% Us. - 100% No us.	42 individuos 62,9% Us. - 37,1% No us.	56 individuos 35,5% Us. - 64,5% No us.

Figura 78.III

Tal y como podía intuirse en el análisis previo, la variable más relevante a la hora de clasificar a los individuos en función del uso que efectúan de Internet es el nivel de estudios. Como puede observarse, esta variable establece una primera segmentación de la cuál surgen dos nodos de finalización, definidos únicamente por dicha variable:

- El que denominaremos Grupo I, formado por aquellos individuos cuyo nivel de formación es inferior al de estudios primarios.
- El Grupo II, está compuesto por las personas que han completado estudios secundarios.

Las otras dos categorías se dividen, a su vez, en dos grupos: la primera, formada por el colectivo con estudios primarios, se clasifica a su vez en función de la tenencia o no de hijos, dando lugar a los que denominaremos Grupos III y IV.

Finalmente, los Grupos V y VI están formados por individuos que tienen estudios universitarios, de grado medio o superior, distinguiendo en el primer nodo a aquellos que tienen entre 65 y 69 años y en el segundo a los que tienen entre 70 y 79 años.

Las estadísticas de penetración muestran que el Grupo V (universitarios con edades comprendidas entre 65 y 69 años) son el grupo con mayor proporción de conectados a la red (un 62,9%), seguidos por el segundo es el Grupo VI (35,5%), cuya única diferencia con el anterior estriba en la edad.

Entre los Grupos I, III y IV no existen grandes diferencias: en todos ellos el nivel de conexión a Internet es extremadamente bajo, si bien el caso del Grupo IV es extremo: no hay ningún individuo en la muestra que teniendo terminados los estudios primarios y sin hijos se haya conectado a Internet. De esta forma, este grupo no puede ser incluido en el análisis de usuarios.

Los mayores ante las TIC

El Grupo II, integrado por personas con estudios primarios que tienen hijos, se sitúa en una zona intermedia, con un nivel de conexión del 16% de los encuestados.

Nuevamente, será necesario estudiar tanto a los usuarios como a los no usuarios de Internet para poder valorar cuáles son los factores que pueden estar impulsando el uso o no de la red.

La caracterización derivada del CHAID tiene implicaciones más allá de la penetración de Internet. De hecho, en las siguientes páginas se analizará el comportamiento de los distintos grupos, para tratar de caracterizar de forma clara estos seis perfiles que se derivan del análisis realizado:

5.1.4. Actitud ante la tecnología de los grupos considerados

Al igual que en el caso de la telefonía móvil, antes de comenzar con el análisis de usuarios y no usuarios, resulta interesante observar la actitud de los distintos grupos respecto a la tecnología en general. Las diferencias en este caso también son importantes y señalan, en alguna medida, la tendencia que puede encontrarse en cada uno de los grupos: mientras que los Grupos V y VI son los más proactivos hacia la tecnología, los Grupos I, III y IV muestran las actitudes menos favorables en este sentido.

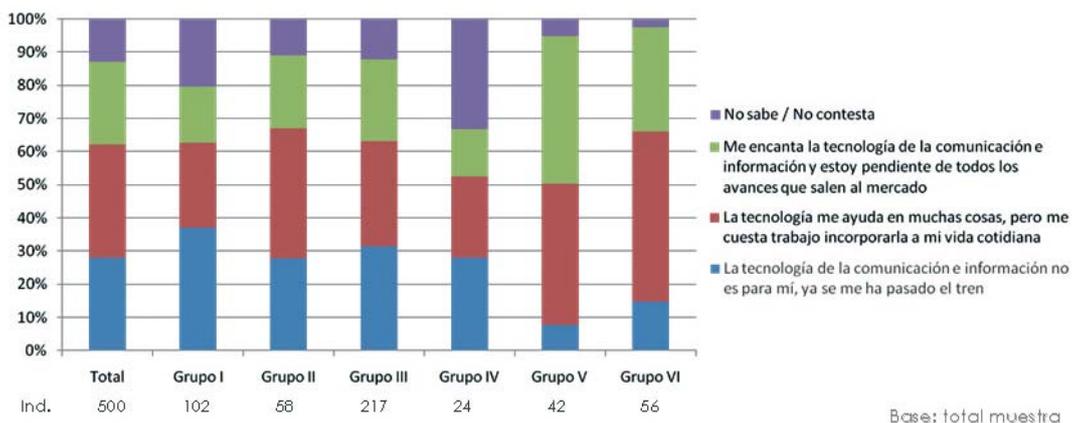


Figura 79.III

5.2. Las personas mayores usuarias de Internet

Estos son, según nuestra encuesta, alrededor de un 14% de la población total. Pero estos no son estrictamente usuarios, sino los que se han conectado alguna vez a Internet. Refinando más los datos, vemos que estos corresponden a 70 individuos de 500 entrevistados. Ciertamente ese dato es relevante porque tan sólo el 62% de esas 70 personas tienen un contacto diario con Internet, esto es unas 42, lo que corrige el número de usuarios reales diarios al 8,4% de la población total de personas mayores. El uso semanal mejora algo este pobre dato y el total de la población usuaria ascendería en nuestro caso al 12,2%, ligeramente inferior aunque dentro de los límites del error, al 14% global inicial.

5.2.1. Frecuencia de conexión

Aunque, como se ha dicho, el nivel de acceso a Internet del colectivo de personas mayores es limitado, 70 entrevistados de la muestra total lo que equivale a un 35% de la misma, los datos muestran una elevada frecuencia en la conexión de aquellas personas mayores sí son usuarias, con más de un 60% de aquellas que utilizan la red a diario y más del 85% los que al menos lo hacen una vez por semana.

5.2.1.1. *Personas mayores. Frecuencia de uso de Internet durante los últimos tres meses*

Atendiendo a los grupos derivados del análisis CHAID, existen diferencias que señalan a los Grupos I, II y VI como los más fieles a la red. De hecho, los usuarios del primero de los grupos, son siempre personas que se conectan al menos una vez a la semana, mientras que en los Grupos II y VI estos porcentajes se sitúan alrededor del 90%.

No obstante, las diferencias entre grupos no son abismales en esta variable. En el extremo opuesto se encuentra el Grupo III, con una proporción de conexiones al menos una vez por semana que sólo sobrepasa ligeramente el 70%.

Los mayores ante las TIC

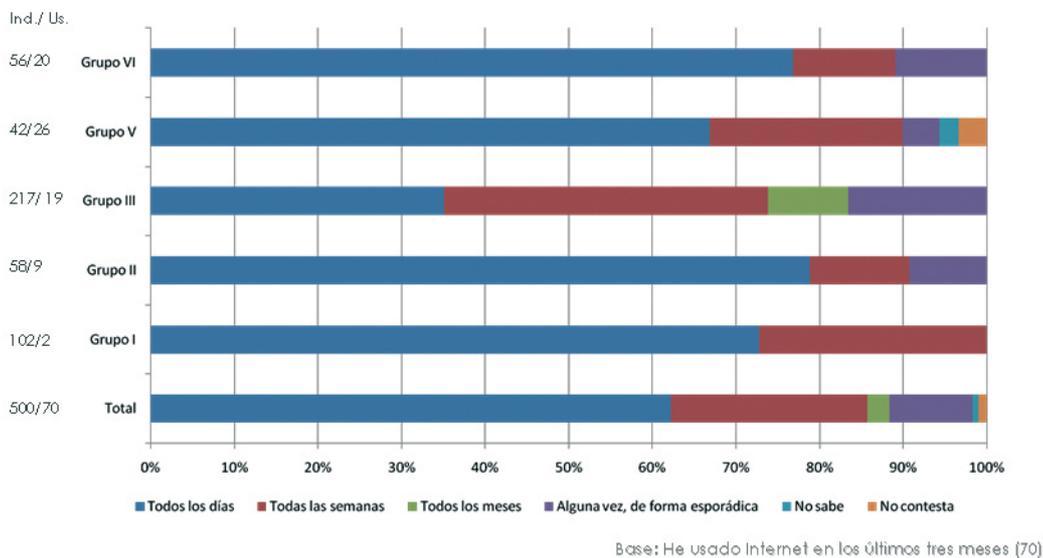


Figura 80.III

5.2.1.2. Personas mayores. Tiempo transcurrido desde que se conectaron por primera vez a Internet y uso en los últimos tres meses

Se observa una mayor diferencia en cuanto al tiempo que los usuarios llevan sirviéndose de Internet y la frecuencia de conexión. Si consideramos los Grupos V y VI, más del 80% de individuos de estos grupos se conectan a la red desde hace más de dos años en esta frecuencia temporal. En los Grupos III y, especialmente el I, este porcentaje desciende notablemente. Está claro que las personas con estudios universitarios tienen una trayectoria más larga en su utilización de la red y una mayor frecuencia de uso.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

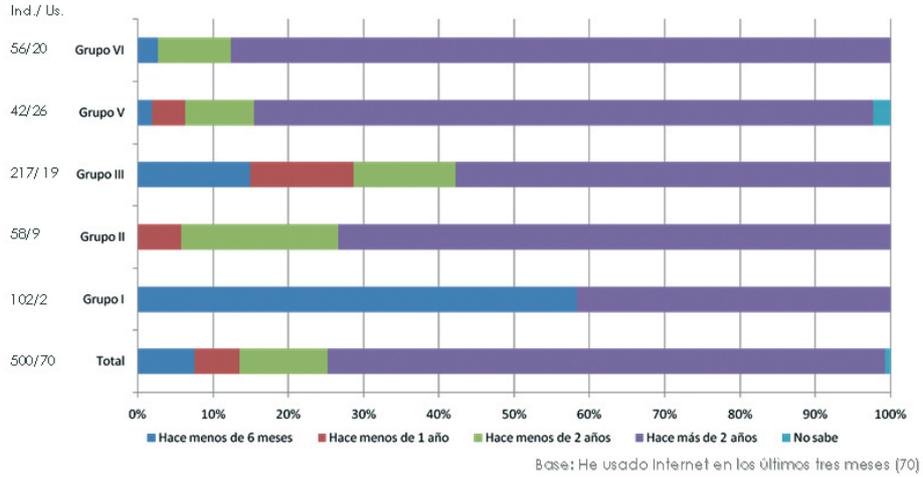


Figura 81.III

5.2.1.3. Personas mayores. Frecuencia de uso y lugar desde donde se realiza la conexión

Respecto al lugar de conexión, si bien existen diferencias, vuelven a no ser trascendentales: todos los usuarios se conectan mayoritariamente desde su casa, aunque en los Grupos II, III y V hay un cierto colectivo que utiliza la conexión de familiares o de centros públicos.

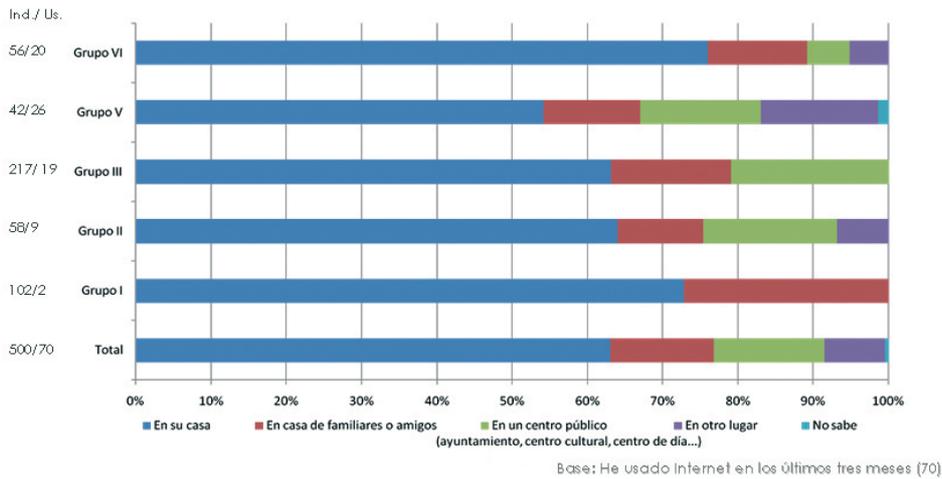


Figura 82.III

5.2.1.4. Personas mayores. De cómo el mayor fue iniciado en el uso de Internet y frecuencia de uso

Finalmente, el aprendizaje muestra nuevas diferencias. Aunque de forma común, las tres maneras más habituales de iniciarse en la red son el autoaprendizaje, la formación de los hijos o a través de un curso, los individuos se distribuyen de forma desigual en los distintos grupos: mientras que en el VI, el autoaprendizaje es lo más habitual, en los Grupos I, II y III destaca la labor formativa de los cursos. También hay que subrayar la relevancia que la actividad profesional ha tenido para el aprendizaje de Internet para los miembros del Grupo V.

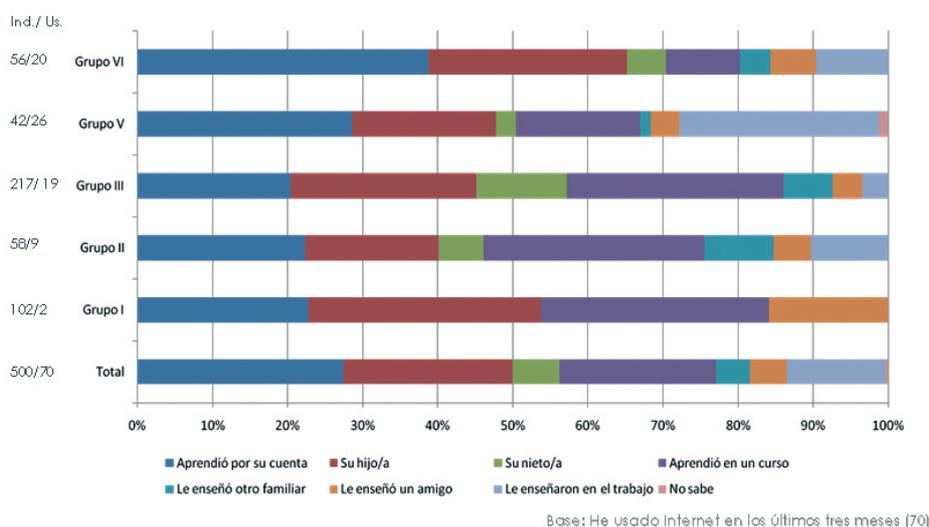


Figura 83.III

5.2.1.5. Algunas conclusiones preliminares sobre el uso de Internet

A la vista de las variables analizadas y de las diferencias destacadas entre los diferentes grupos, pueden establecerse los siguientes perfiles:

Los usuarios del Grupo VI son de manera destacada los líderes en este perfil, en todas las variables consideradas. En el resto de grupos, hay una mezcla interesante que permite deducir a priori algunas conclusiones. Por un lado, los individuos pertenecientes al Grupo III -estudios primarios, con hijos- parecen ser los más rezagados, con menor frecuencia y tiempo de acceso a Internet que el resto.

El Grupo I –individuos sin estudios primarios– muestran ser el grupo con mayor entusiasmo, ya que a pesar de ser los últimos en entrar en Internet, su frecuencia de uso y su nivel de disponibilidad de conexión en el hogar está a la altura del grupo más aventajado.

El Grupo II –individuos con estudios secundarios– y el Grupo V –individuos universitarios, 65 a 69 años– se sitúan en la media, con algunos rasgos característicos respecto a lugar de conexión (Grupo V) y al aprendizaje (Grupo II).

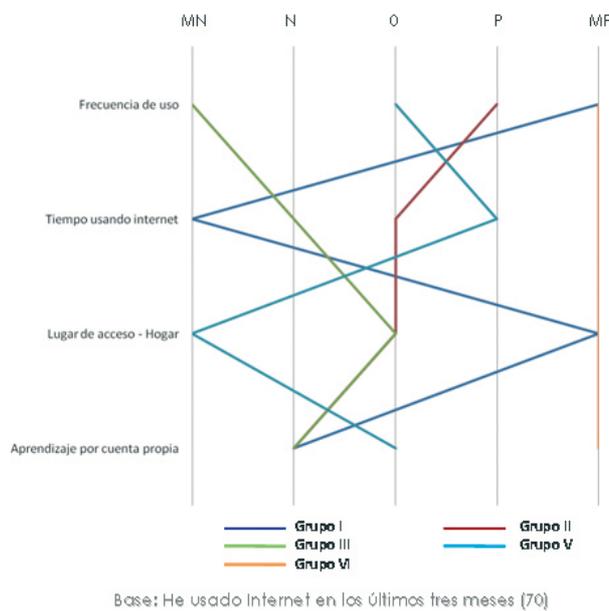


Figura 84.III

5.2.2. Servicios de Internet utilizados por las personas mayores

Respecto a los servicios utilizados, al igual que en la población general, los mayores se decantan especialmente por los usos más habituales: navegar, uso de correo electrónico, búsqueda de información y lectura de la prensa.

En estas tareas, los niveles de uso semanal por parte de los que son verdaderamente usuarios, rondan niveles del 70%, lo que confirma las apreciaciones realizadas respecto de los mayores que acceden real y eficazmente a la red, estos la utilizan de forma intensa y frecuente.

Los mayores ante las TIC

En estos casos, los grupos también muestran una clara relación con los servicios utilizados, lo que muestra también de forma nítida los distintos objetivos perseguidos por los usuarios en su utilización de la red. Así, mientras que el Grupo I se caracteriza por utilizar más que el resto servicios como la descarga de contenidos o el Chat, los Grupos II, V y VI se distinguen por el uso de lo que podríamos denominar aplicaciones más avanzadas como telefonía IP, compras, búsqueda de teléfonos... Bien es cierto que el uso de éstas, salvo alguna excepción, nunca es demasiado intenso, aunque sí muestran por algunos servicios un claro interés.

Por su parte, el Grupo III tiene como rasgo distintivo el uso de casi todos los tipos de aplicaciones pero siempre por debajo de la media o, al menos, de los grupos que usan los servicios más intensamente.

5.2.2.1. Servicios de Internet utilizados por las personas mayores

Frecuencia de navegación. Disposición a navegar por lo menos una vez por semana entre los usuarios ya que del total de individuos entrevistados que utiliza Internet, un 58% navega una vez por semana, esto es unos 40 individuos, lo que supone respecto del total, un 8% de la muestra utilizada.

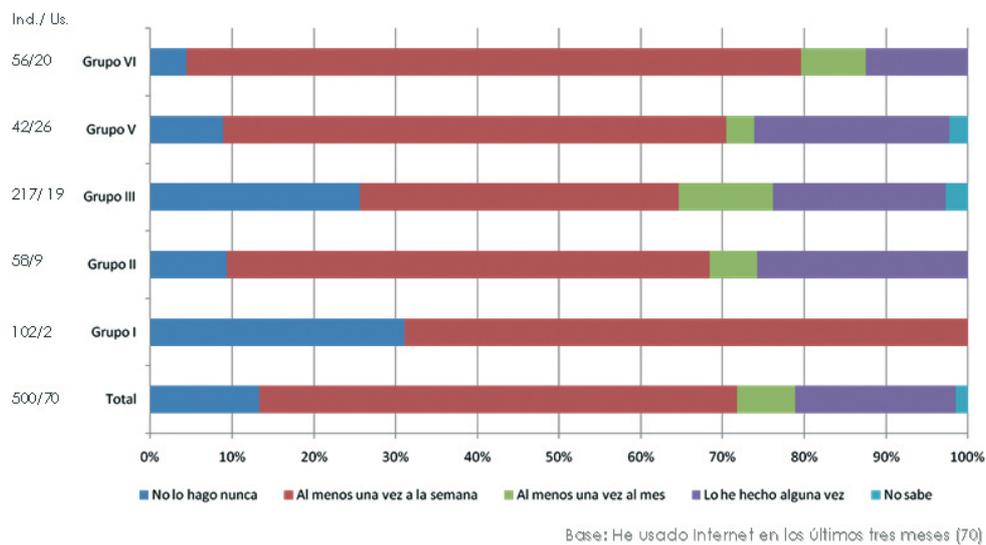


Figura 85.III

**5.2.2.2. Servicios de Internet utilizados por las personas mayores.
Frecuencia de utilización del correo electrónico**

La media, un total de unos 57-58% de entrevistados usuarios de Internet, utiliza el correo electrónico una vez por semana, esto es como en el caso anterior alrededor de un 8% de la muestra.

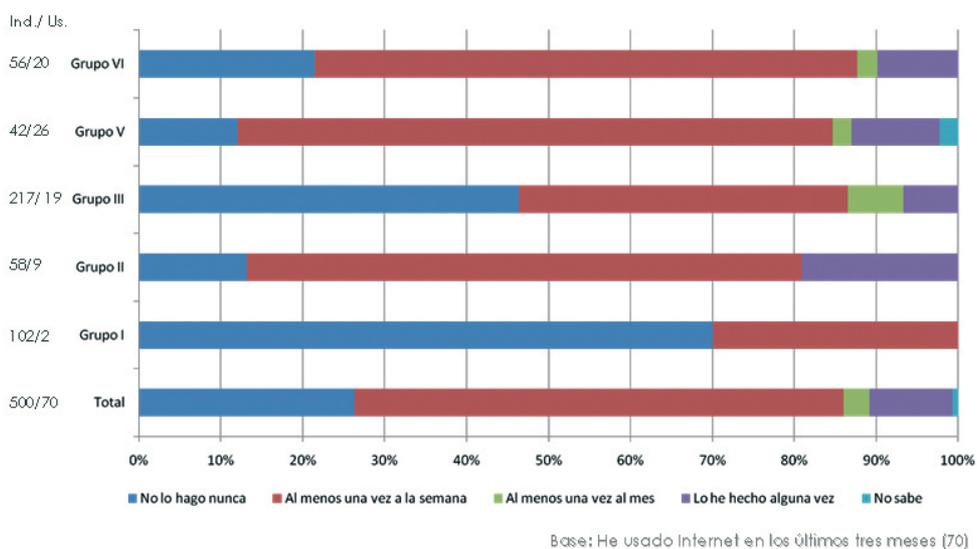


Figura 86.III

**5.2.2.3. Servicios de Internet utilizados por las personas mayores.
Frecuencia de descarga de contenidos**

Son pocos los mayores usuarios de Internet que descargan contenidos, tan sólo cerca de un 17-18% de usuarios de Internet lo hace, esto es 12 individuos lo que supone la exigua cifra de un 2,4% del total de entrevistados.



Los mayores ante las TIC

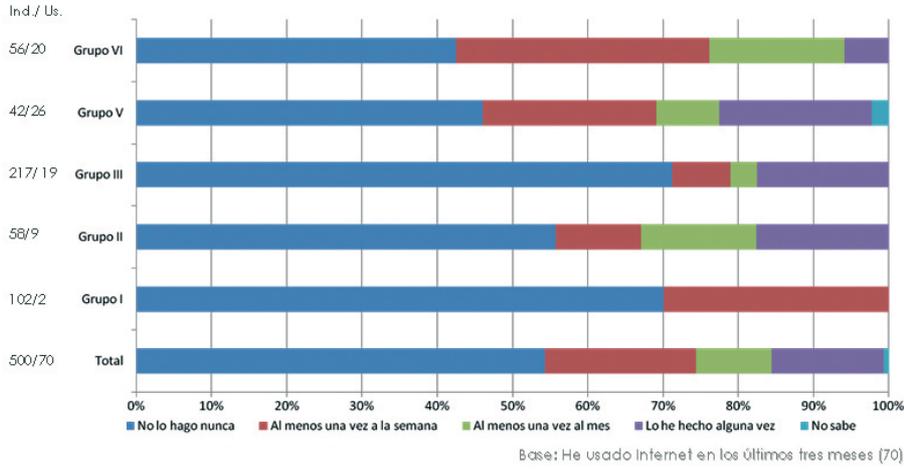


Figura 87.III

5.2.2.4. Servicios de Internet utilizados por las personas mayores. Frecuencia de búsqueda de información

Aproximadamente un 68% de los usuarios de Internet se descarga o “baja” (en el lenguaje cotidiano) contenidos de Internet. Ese 68% del total de usuarios detectados, 70 personas, sitúa el número de usuarios que buscan información en 48, esto es, el 9,6% del total de la muestra.

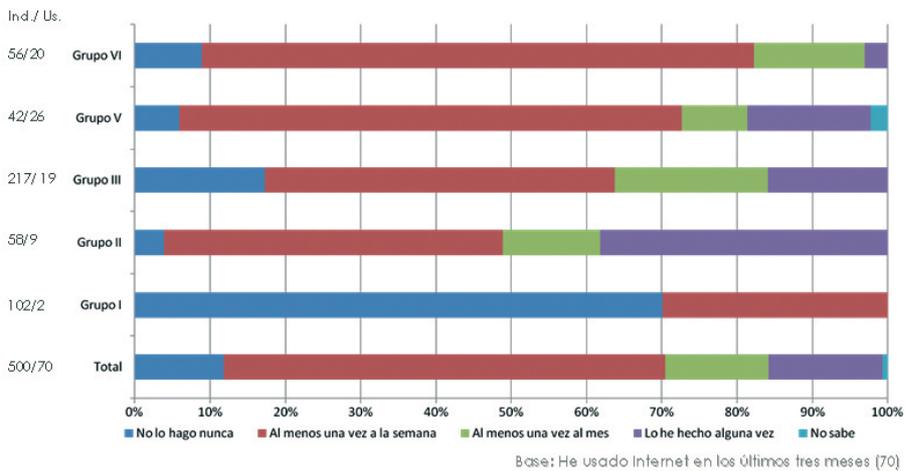


Figura 88.III



5.2.2.5. Servicios de Internet utilizados por las personas mayores. Frecuencia de lectura de prensa

Un 59% de los usuarios de Internet –recordemos siempre que son 70 o el 12,2% de la muestra total– lo hace una vez por semana; serán pues cerca de 41 individuos quienes hagan esto, lo que representa un 8,2% del total de la muestra.

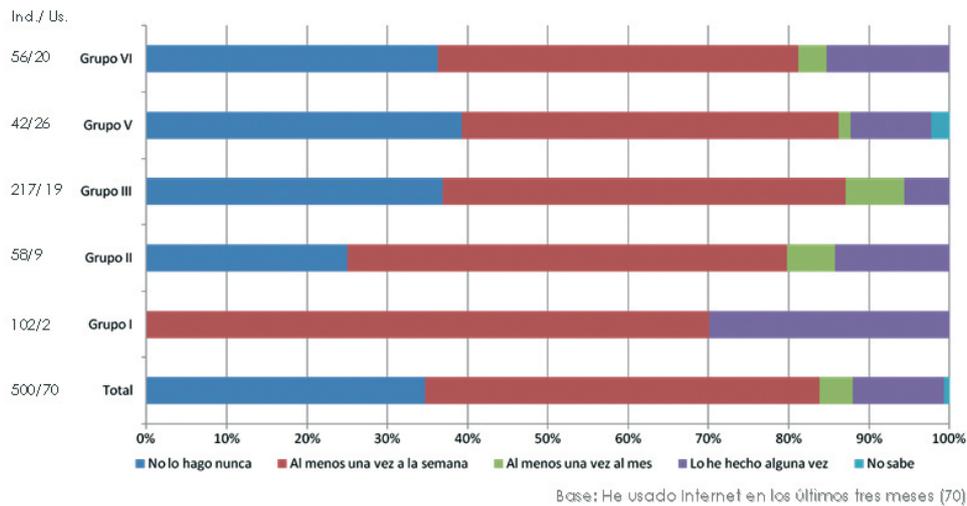


Figura 89.III

5.2.2.6. Servicios básicos de Internet. Perfil de los grupos

Se han considerado los servicios de navegar, correo electrónico, descargas, búsqueda de información y lectura de prensa como los servicios básicos, dado que, con algunos matices, son los que los usuarios realizan con más frecuencia.

El aspecto más destacado en los servicios básicos es el escaso interés del Grupo I en algunos de ellos –búsqueda de información y correo electrónico– y la situación por encima de la media tanto del Grupo V como del Grupo VI, que se afianzan como los usuarios más avanzados en la red.

Por otro lado, tal y como se ha comentado, el Grupo III muestra las menores frecuencias en el uso tanto de estas aplicaciones como de las más avanzadas, siendo el grupo menos entusiasta.

Los mayores ante las TIC

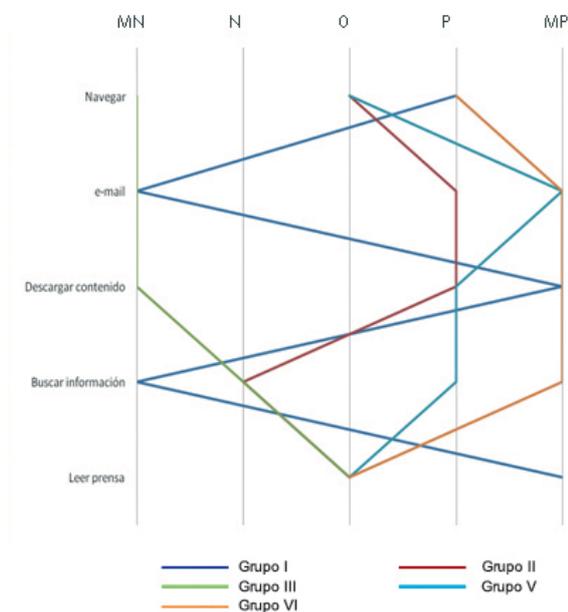


Figura 90.III

5.2.3. Uso de Internet. Servicios más avanzados

5.2.3.1. *Uso de Internet. Frecuencia con la que ha realizado compras o reservas*

Ciertamente, alguno de los 70 usuarios de Internet ha usado este servicio alguna vez, concretamente el 14,7% de estos.

Pero el número se reduce bastante cuando se analiza quien lo ha utilizado con alguna regularidad, siendo el uso mensual y semanal de los usuarios (70) de apenas un 10%, esto es, 7 individuos.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

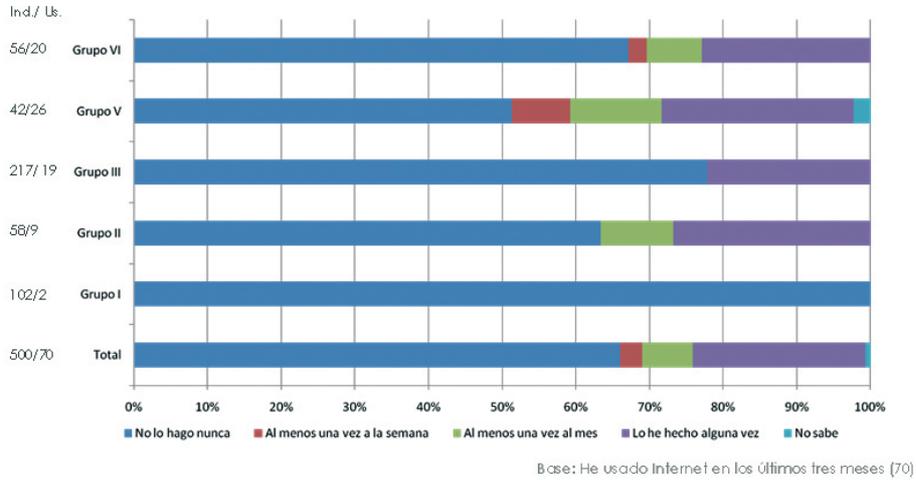


Figura 91.III

5.2.3.2. Uso de Internet. Frecuencia con la que ha realizado la tarea de localizar teléfonos

Las cifras siguen siendo bajas porque sólo el 19% de los 70 usuarios ha realizado esta tarea, esto es, el 27% de individuos.

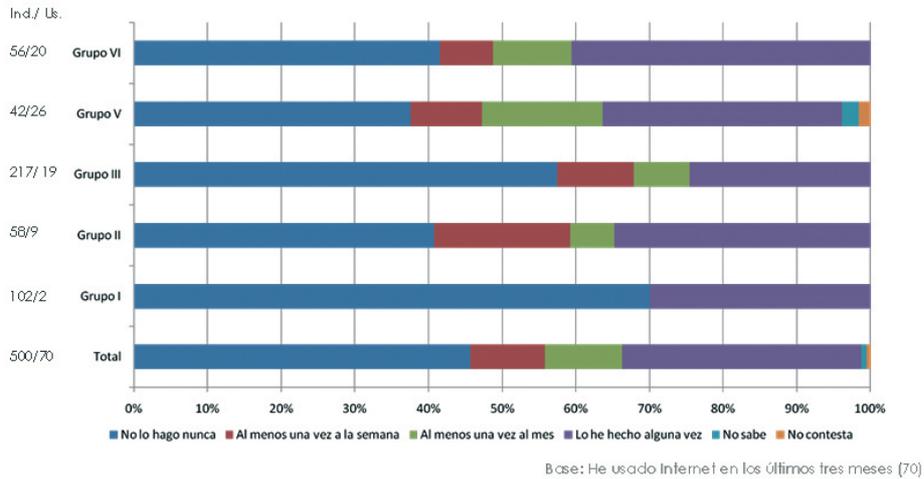


Figura 92.III

Los mayores ante las TIC

5.2.3.3. Uso de Internet. Frecuencia con la que chatean o entran en foros de debate

El porcentaje es bajo, un 11% de los 70 usuarios; esto es, 8 usuarios del total de la muestra hace uso de este servicio.

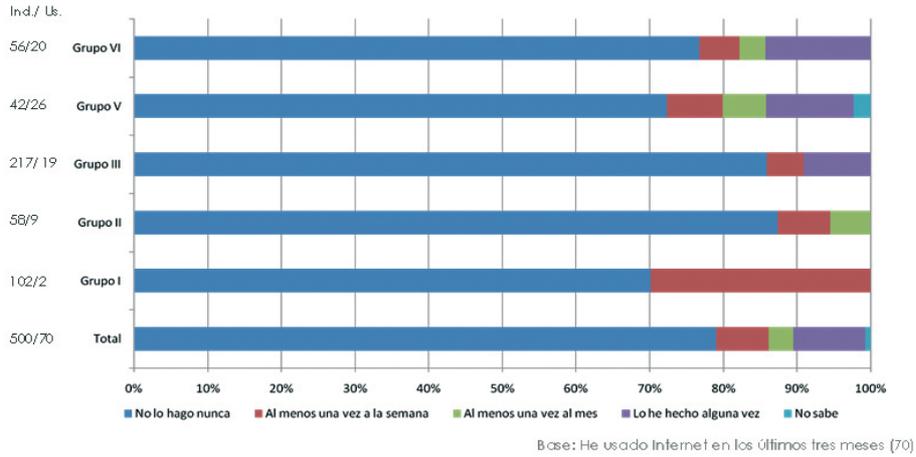


Figura 93.III

5.2.3.4. Uso de Internet. Frecuencia con la que escriben en una página o participan en un blog

Aproximadamente un 9% de los 70 usuarios, esto es 6 de ellos.

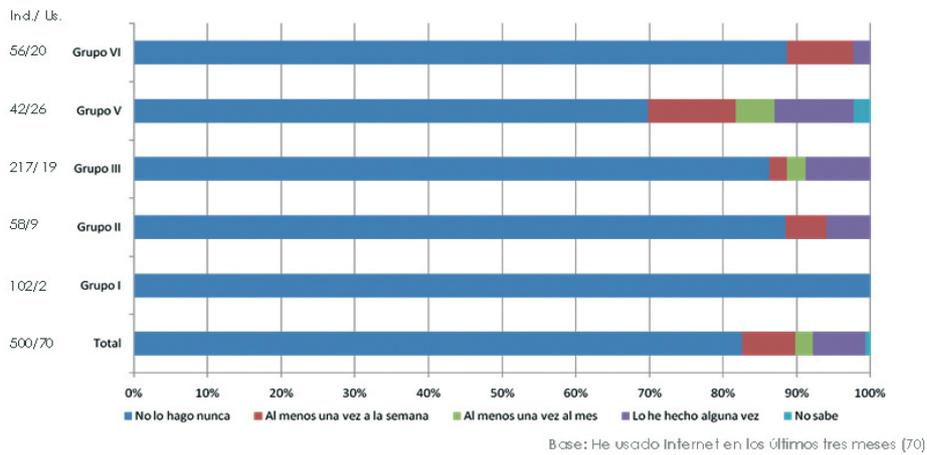


Figura 94.III

5.2.3.5. Uso de Internet. Frecuencia con la que ha realizado la tarea de comunicarse por teléfono, videoconferencia, Skype, Messenger, etc.

El porcentaje sube a un 20% de los 70 usuarios lo que indica que 14 personas utilizan estos servicios.

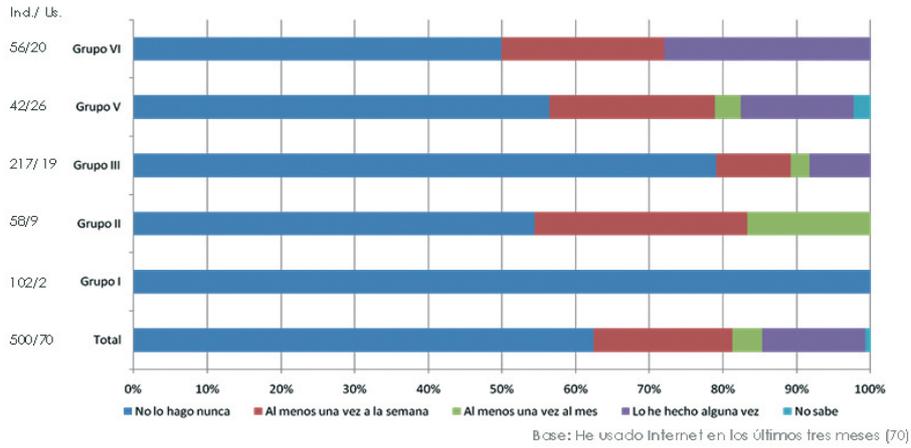


Figura 95.III

5.2.3.6. Uso de Internet. Frecuencia con la que ha realizado la tarea de participar en algún tipo de red social (Facebook o similar)

El porcentaje vuelve a descender, de manera que de los 70 usuarios tan sólo un 10% utiliza esta modalidad de servicio.

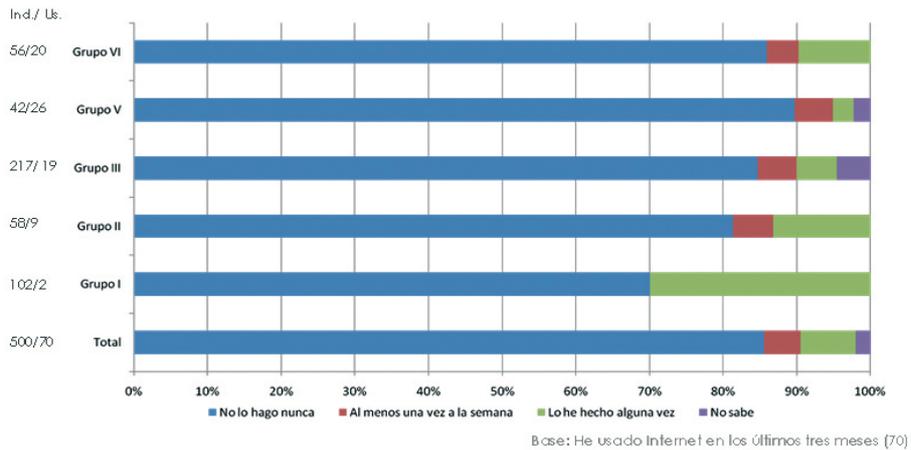


Figura 96.III

5.2.3.7. Servicios avanzados de Internet. Perfil de los grupos

Los servicios avanzados considerados a efectos de este estudio muestran frecuencias de utilización mucho más pequeñas.

No obstante, resulta interesante observar las diferencias existentes entre grupos.

Nuevamente, los Grupos V y VI son los usuarios más frecuentes de este tipo de aplicaciones, frente a los Grupos I y III, que muestran las frecuencias más bajas.

El Grupo II tiene un comportamiento peculiar, con un alto interés en la comunicación telefónica a través de Internet y con mucho más desinterés por servicios como las compras o el Chat. En este sentido, es muy probable que varios de los usuarios que componen el grupo encuentren en ese servicio su principal motivo para la conexión a la red.

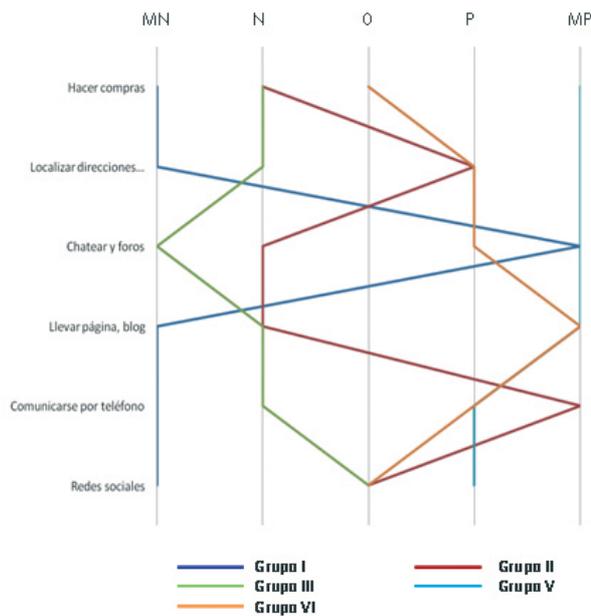


Figura 97.III

5.2.4. Opinión de los usuarios. Aspectos económicos

La valoración general que realizan los usuarios es que Internet es moderadamente asequible desde un punto de vista económico, concediendo más importancia a la consideración del gasto en la conexión como una necesidad y valorando moderadamente bajo el riesgo de que Internet pueda suponer un gasto superior al deseado.

Por grupos, nuevamente existen diferencias, especialmente del Grupo I respecto a los demás. Este grupo es el que valora como menos asequible la conexión, y sin embargo es el que más importancia concede al gasto como necesidad. Además, es el que percibe más claramente Internet como una fuente de gasto adicional.

El resto de grupos, con matices, se mantienen más cercanos al comportamiento medio. Nuevamente, es el Grupo VI el que considera más asequible Internet, al igual que también es el que mayor importancia le concede a la red como gasto necesario, sin tener en cuenta el mencionado Grupo I.

La valoración general de las opiniones es clara: aunque los motivos económicos podrían ser una barrera, en principio, los usuarios sólo valoran moderadamente la importancia que estos argumentos pueden haber tenido en su decisión de conectarse.

5.2.4.1. Opinión de los usuarios. Internet es moderadamente asequible

La aseveración *Internet es moderadamente asequible*, con la excepción del Grupo I, no la puntúan mal en una escala de 0 a 10, con una media de 6,36. Podemos decir que consideran el servicio de Internet como moderadamente asequible, y la franja de asertividad predominante es la que va de 4 a 7 puntos.



Los mayores ante las TIC

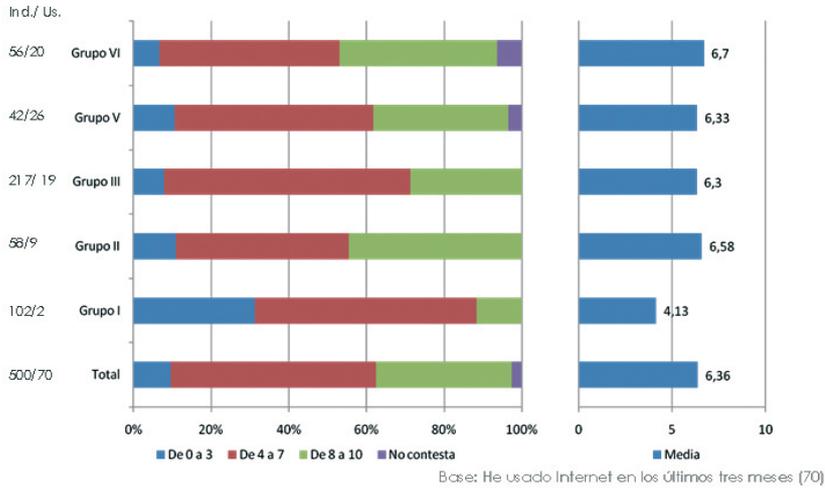


Figura 98.III

5.2.4.2. Opinión de los usuarios sobre la necesidad del gasto realizado en Internet

La aseveración *Internet es un gasto necesario* goza de menor puntuación con un 5,98. Esto revela que algo más de los usuarios lo consideran un gasto necesario, pero el 3% no opina de la misma manera. Recordemos que estamos ahora considerando tan sólo usuarios.

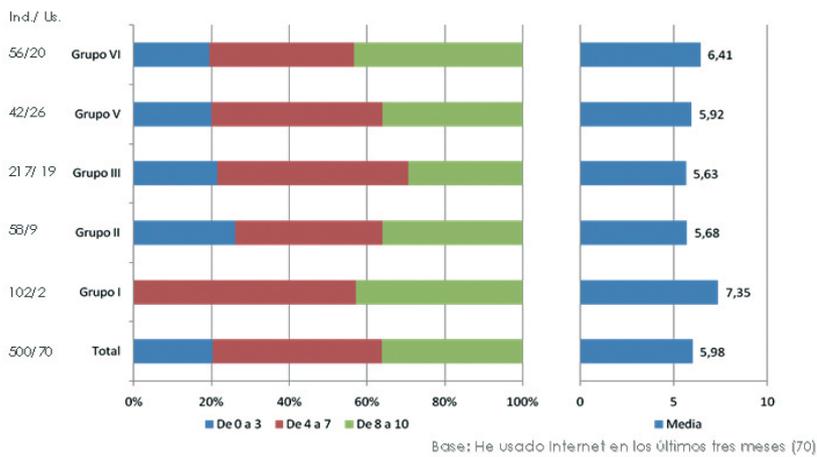


Figura 99.III



5.2.4.3. Opinión de los usuarios sobre si Internet puede provocar un gasto más elevado que el inicialmente deseado

Como viene ocurriendo a lo largo de todo este capítulo dedicado a Internet y sus usuarios, el Grupo I es el más "duro" a la hora de juzgar este problema. El resultado final es una puntuación media de 5,0, esto es, los usuarios piensan que el uso de Internet les arrastra y les resulta difícil de controlar.

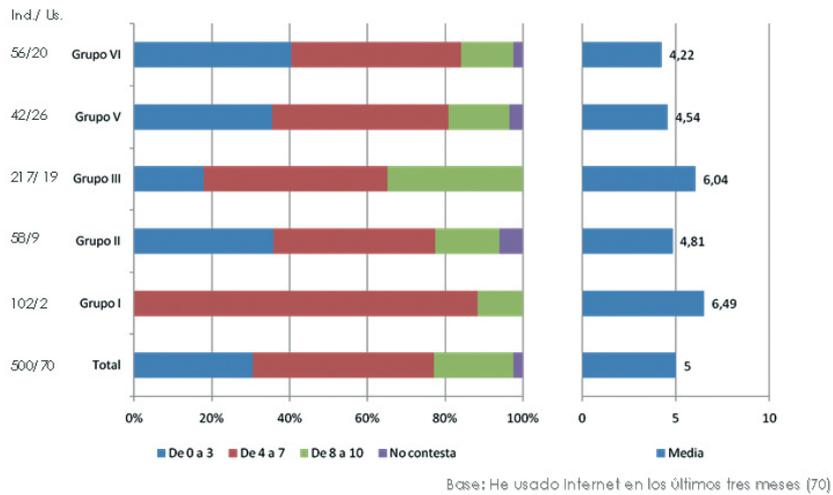


Figura 100.III

5.2.4.4. Aspectos económicos de Internet. Perfil de los grupos

Salvo por el errático comportamiento de las respuestas de los miembros del Grupo I, los resultados entran dentro de lo esperado, si tenemos en cuenta el comportamiento previo de los grupos: los Grupos V y VI, que son, sin duda, los más favorables y no se percibe que el aspecto económico sea una barrera. Sin embargo, los Grupos II y III apuntan algunas valoraciones que sugieren la carga económica que la conexión a la red les supone.

Los mayores ante las TIC

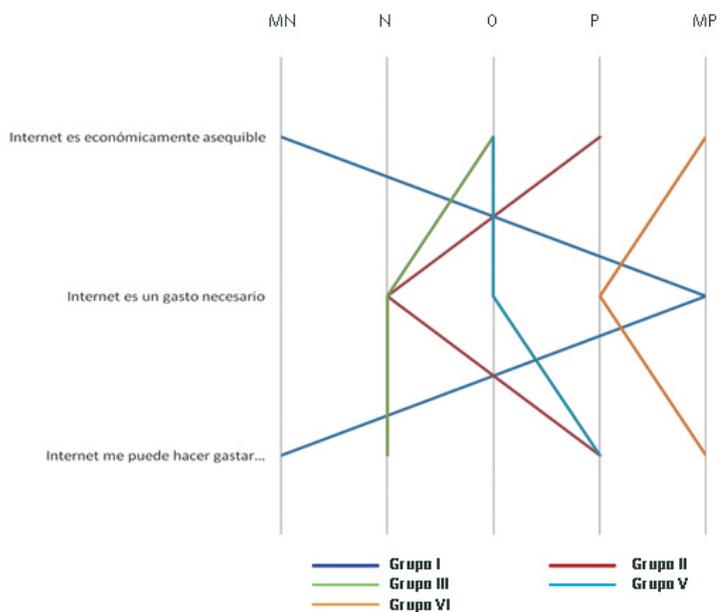


Figura 101.III

5.2.5. Opinión de los usuarios. Facilidad de acceso

5.2.5.1. Opinión de los usuarios sobre la facilidad de acceso a la hora de darse de alta o de disponer de conexión a Internet

Curiosamente es el Grupo I, el menos interesado, es el que otorga una puntuación más alta. La media es muy aceptable, incluso buena, 7,64, lo que significa que el hecho de darse de alta o disponer de Internet es relativamente sencillo para los usuarios.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

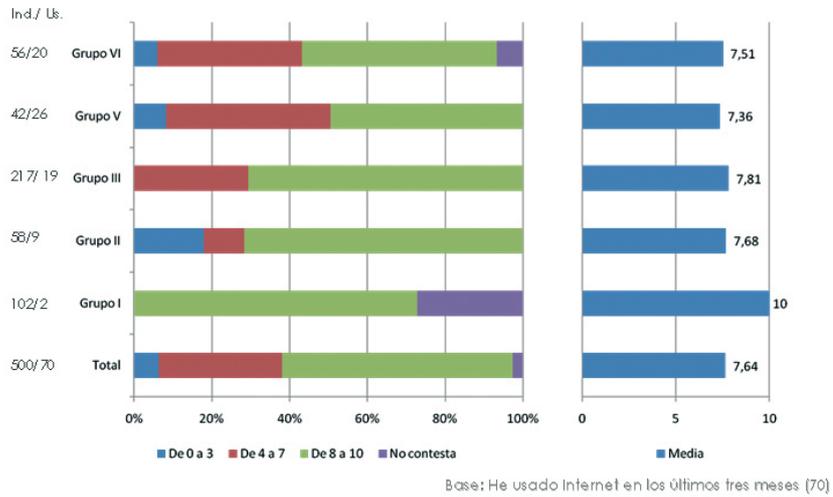


Figura 102.III

5.2.5.2. Opinión de los usuarios sobre la facilidad de aprendizaje y manejo

Los usuarios puntúan favorablemente la facilidad para darse de alta y conectarse con una puntuación media de 7,37.

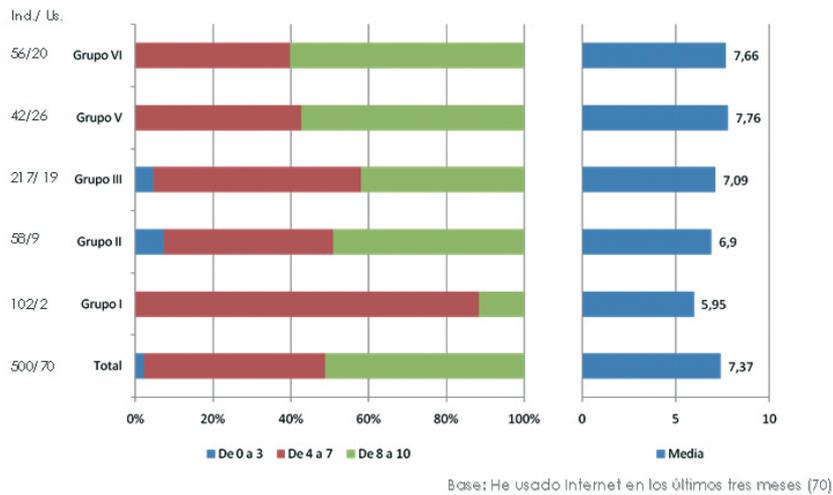


Figura 103.III



5.2.5.3. Facilidad de acceso a Internet. Perfil de los grupos

En general, los aspectos que tienen que ver con el acceso (aprendizaje y conexión) no han supuesto ningún obstáculo para los usuarios de Internet.

Nuevamente, el Grupo I tiene un comportamiento errático que le sitúa en valores extremos en ambas cuestiones.

El resto de grupos no muestra importantes diferencias, más allá de que la formación general muestra nuevamente una ligera influencia en la percepción sobre la facilidad de aprendizaje.

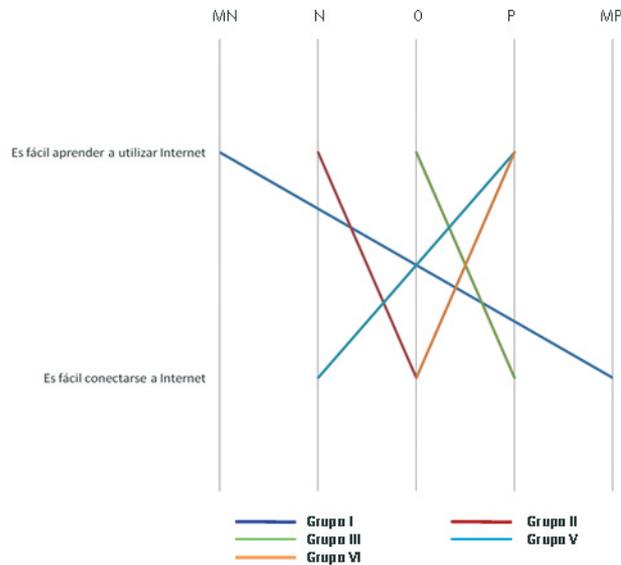


Figura 104.III

5.2.6. Opinión de los usuarios de Internet. Valores percibidos

5.2.6.1. Opinión de los usuarios. Internet me hace más autónomo, más libre

Considerando tan sólo la opinión de los 70 usuarios, la puntuación refleja en general una actitud afirmativa con una puntuación media del 7,04. Siempre que aparecen los valores libertad y autonomía en relación con las TIC, la reacción es positiva.



3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

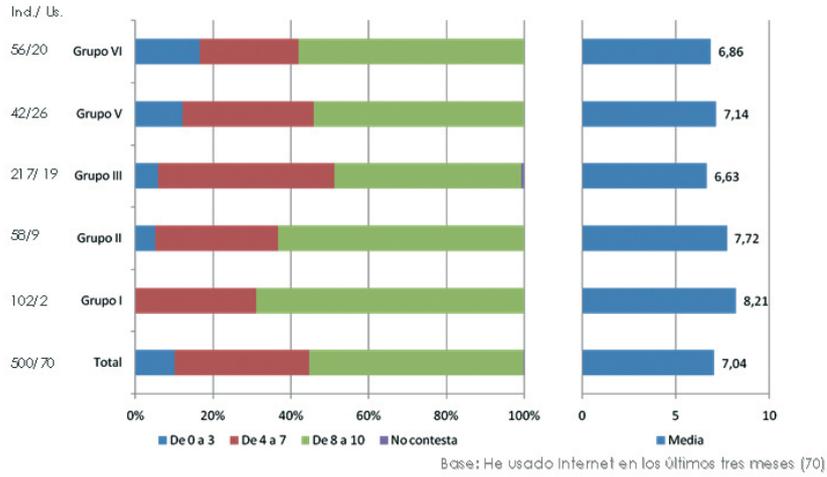


Figura 105.III

5.2.6.2. Opinión de los usuarios. Internet me hace sentir más informado

Los usuarios dan una puntuación media muy alta, 8,2. Los dos miembros del Grupo I puntúan arbitrariamente pero no ocurre igual con los 26 miembros de Grupo V y los 20 del VI, que tienen más criterio.

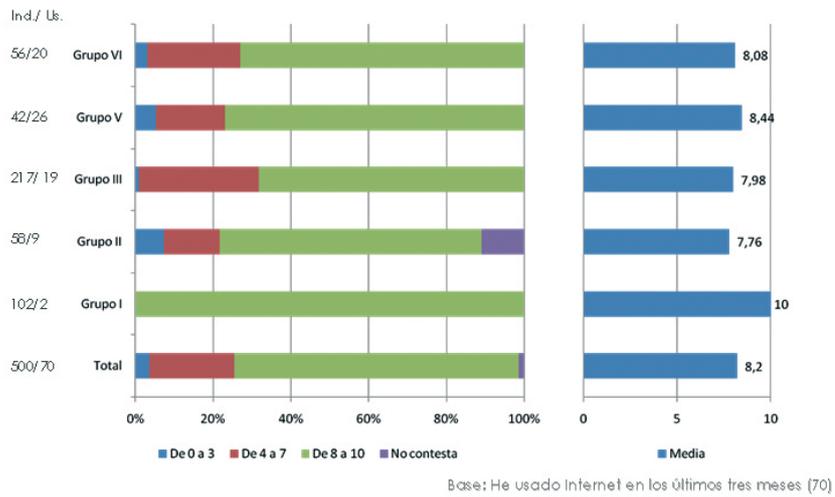


Figura 106.III

Los mayores ante las TIC

5.2.6.3. Opinión de los usuarios. Internet me hace sentir más tranquilo, más seguro

El descenso de la puntuación media, 5,63, debida sobre todo a las respuestas de los miembros con más criterio, Grupos V y VI, es totalmente coherente con la tecnología tratada. Internet no tiene como objetivo prioritario proporcionar seguridad y como ya hemos visto los valores que se perciben son otros. Ocurre lo contrario que en la telefonía móvil en la que el factor proporcionar seguridad revestía importancia.

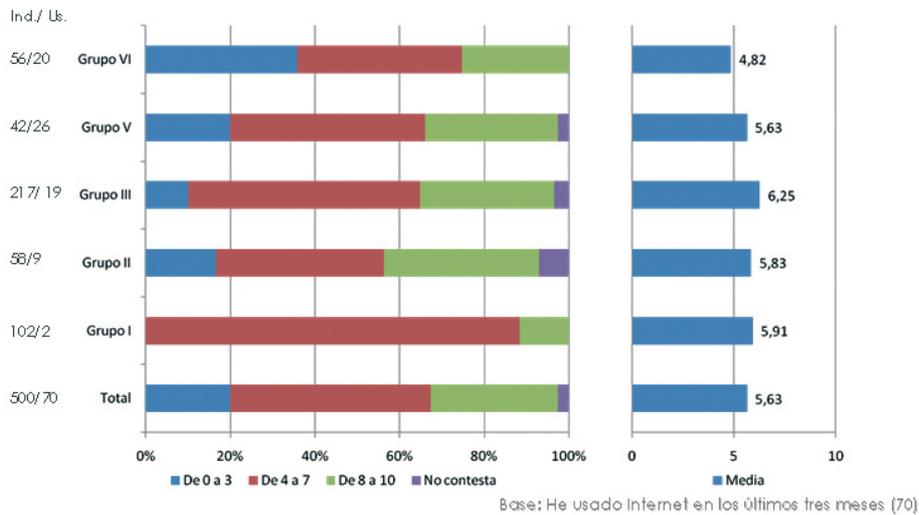


Figura 107.III

5.2.6.4. Opinión de los usuarios. Internet me hace sentirme conectado con otras personas y más integrado

Tomando como referencia mejor la opinión de los Grupos V y VI, la puntuación media, 6,66, se sitúa cercana a la de estos.

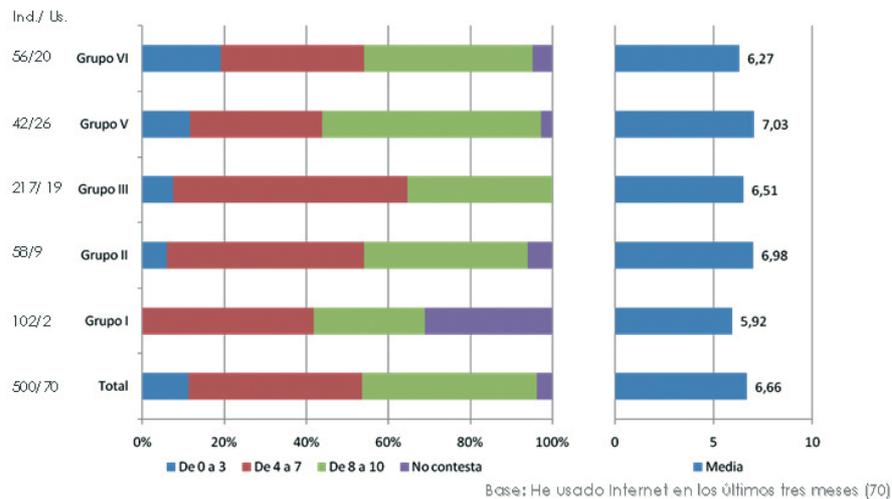


Figura 108.III

5.2.6.5. Valor de Internet. Perfil de los grupos

Las valoraciones que realizan los usuarios respecto los valores que Internet puede aportarles varían: mientras que todos se sienten mucho más informados, la disponibilidad de conexión no les hace sentir más seguros ni tampoco afecta a su percepción de libertad en gran medida.

Respecto a los grupos, son el I, el II y el III los que tienen una percepción más positiva de los valores que aporta Internet mientras que los Grupos V y VI, valoran positiva pero más moderadamente estas ventajas derivadas del uso de Internet.

Los mayores ante las TIC

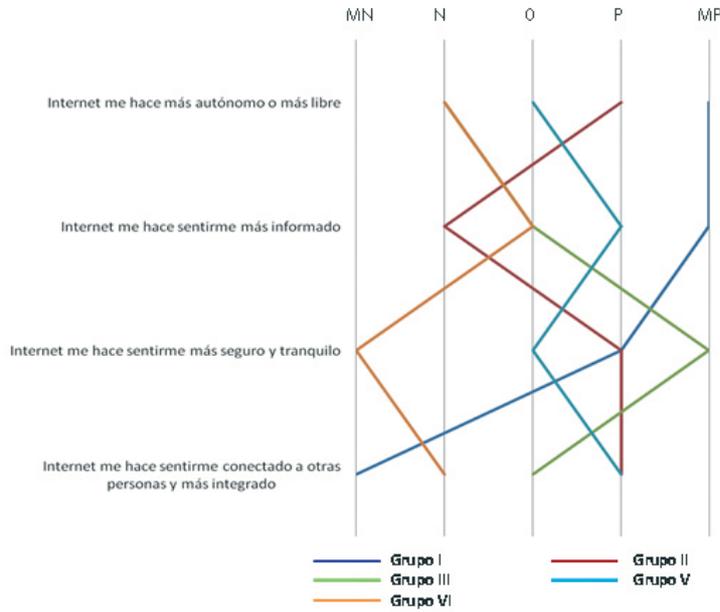


Figura 109.III

5.3. Mayores Usuarios de Internet. Algunas conclusiones

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos de usuarios determinados por la técnica CHAID, podemos afirmar que existen cuatro grupos claramente caracterizados:

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III	GRUPO IV	GRUPO V	GRUPO IV
Nivel de estudios inferior a Primarios	Nivel de estudios Secundarios	Nivel de estudios Primarios Con hijos	Nivel de estudios Primarios Sin hijos	Nivel de estudios Universitarios Edad entre 65 y 69 años	Nivel de estudios Universitarios Edad entre 70 y 69 años
104 individuos 2,1% Us. - 97,9% No us.	58 individuos 16,0% Us. - 84,1% No us.	217 individuos 8,7% Us. - 91,3% No us.	24 individuos 0% Us. - 100% No us.	42 individuos 62,9% Us. - 37,1% No us.	56 individuos 35,5% Us. - 64,5% No us.

5.3.1. Grupo I (104/2)

Nivel de estudios inferior a primario. Llamados los “*entusiastas*”.

- Es el grupo que más tarde se ha incorporado pero se sitúa al nivel del más avanzado en frecuencia de uso.
- Disponen de acceso en el hogar por encima de la media.
- Bajo nivel de autoaprendizaje.
- Uso intensivo de determinados servicios de Internet.
- Opiniones extremas. Barreras económicas y de aprendizaje.

5.3.2. Grupo II (58/9)

Nivel de estudio secundario. Llamados los “*forzados*”.

- Frecuencia de uso moderadamente alta, tiempo usando Internet en la media.
- Disponen de acceso en el hogar en la media.
- Bajo nivel de autoaprendizaje.
- Niveles medios de uso de los servicios básicos de Internet y alto en la telefonía IP.
- Barreras vinculadas con el aprendizaje. Alta percepción de los valores de Internet. No existen barreras económicas.

5.3.3. Grupo III (217/19)

Nivel de estudio primario. Tiene hijos. Llamados los “*rezagados*”.

- Menor frecuencia de uso, incorporación tardía.
- Disponen de acceso en el hogar en la media.
- Bajo nivel de autoaprendizaje.
- Escaso uso de todos los servicios de Internet.



Los mayores ante las TIC

- Barreras económicas. Alta valoración de las ventajas de Internet y de la facilidad de acceso.

5.3.4. Grupo IV (24/0)

Hemos dejado fuera de esta clasificación al Grupo IV porque como recordaremos su número de usuarios era 0. Volveremos a él seguidamente, cuando estudiemos el epígrafe Mayores no usuarios de Internet.

5.3.5. Grupo V (42/26)

Estudios universitarios. Edad entre 65 y 69 años. Es un grupo en *desarrollo*.

- Frecuencia de uso media, tiempo usando Internet en más alto.
- Los que menos disponen de acceso en el hogar.
- Moderado nivel de autoaprendizaje.
- Niveles altos de uso de los servicios básicos y avanzados de Internet.
- Sin barreras. Baja valoración de las ventajas de Internet.

5.3.6. Grupo VI (56/20)

Estudios universitarios. Edad entre 70 y 79 años. Son los *líderes*.

- Frecuencia de uso más alta, tiempo usando Internet en más alto.
- Los que más disponen de acceso en el hogar.
- Mayor nivel de autoaprendizaje.
- Niveles altos de uso de los servicios básicos de Internet y alto en la telefonía IP.
- Sin barreras. Baja valoración de las ventajas de Internet.



5.4. Mayores no usuarios de Internet

Del mismo modo que en las páginas precedentes se ha analizado el comportamiento de los usuarios, del que se han extraído algunas conclusiones sobre las posibles barreras y sobre los elementos impulsores que afectan a los individuos en su decisión de conectarse a Internet, este análisis no estaría completo si no se incorporase la visión de los no usuarios. En esta línea, partimos nuevamente de los grupos derivados de la técnica CHAID (incluyendo ahora el Grupo IV), para tratar de observar la existencia de rasgos que puedan arrojar luz sobre esta cuestión, que habrá que entresacar de las opiniones de aquellos que han decidido no conectarse a la red por el momento.

Así, en las siguientes páginas se analizan, partiendo del grado de conocimiento y de la intención futura de conectarse a Internet, las opiniones que estos individuos tienen sobre esta tecnología y se valoran, específicamente, algunas barreras vinculadas con los aspectos económicos y formativos.

5.4.1. Mayores no usuarios de Internet. Conocimiento de Internet

En general, puede considerarse que el grado de conocimiento de Internet entre los no usuarios es francamente bajo: algo menos del 25% declara conocer algo de Internet. Sin ir más allá, este hecho señala muy claramente uno de los motivos fundamentales para que no se produzca acceso. Si consideramos los grupos procedentes del CHAID, sólo el Grupo V y más moderadamente el Grupo II, muestran proporciones un poco menos alarmantes de conocimiento de Internet.

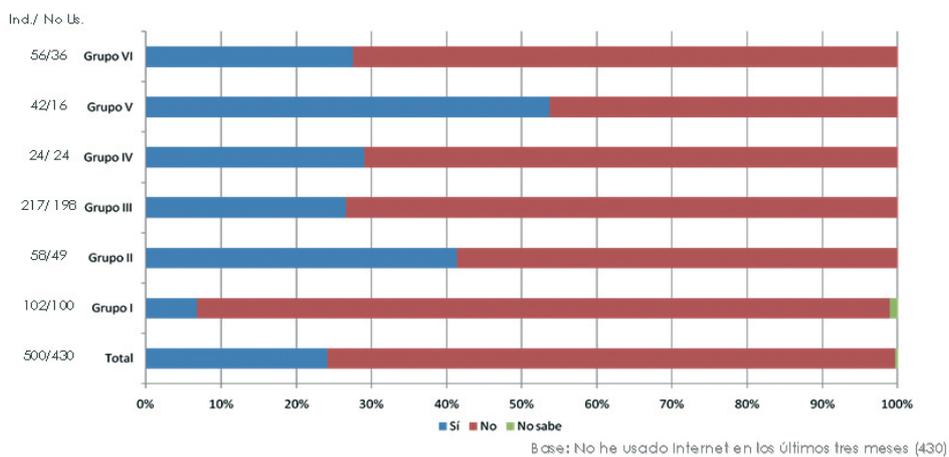


Figura 110.III

Los mayores ante las TIC

5.4.2. Mayores no usuarios de Internet. Intención de conexión

Respecto a la intención de conexión, nuevamente, salvo en el Grupo V, la proporción es muy baja: así, considerando toda la muestra, menos del 10% creen que se conectarán, seguro o casi seguro, a Internet.

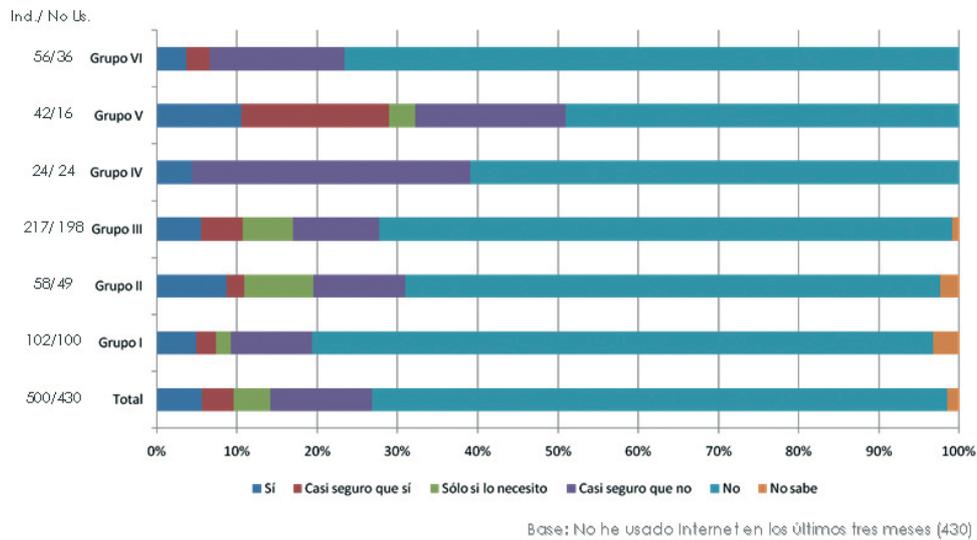


Figura 111.III

5.4.3. Mayores no usuarios de Internet. Aspectos económicos

5.4.3.1. Mayores no usuarios de Internet. Aspectos económicos. Internet es económicamente asequible

Como cabía esperar, el porcentaje de no usuarios de Internet que no contesta es elevado situándose en torno a un 20%. La puntuación media sobre la asequibilidad de Internet de estas personas no usuarias es 5,95.

No sorprende la buena calificación del Grupo VI. Y es que la asequibilidad no es el mayor problema como otra vez se confirma aquí.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

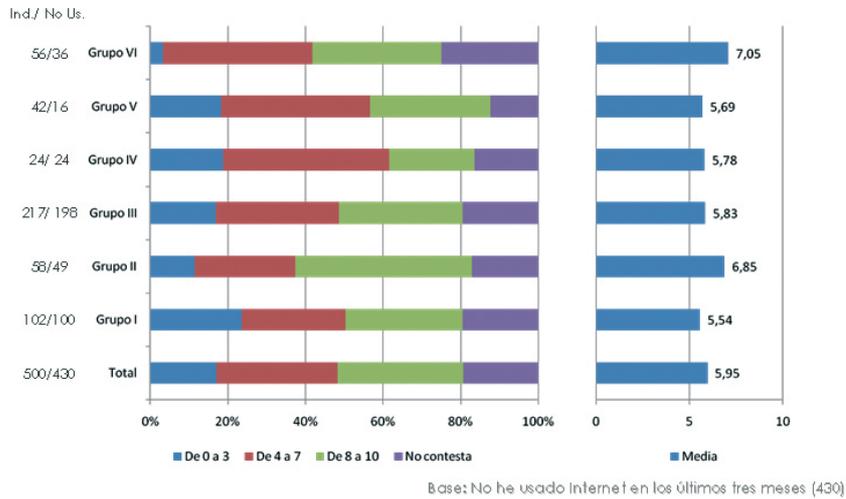


Figura 112.III

5.4.3.2. Mayores no usuarios de Internet ¿Es Internet un gasto innecesario?

Si consideramos la media, entre los 430 mayores no usuarios de Internet, un poco más de la mitad considera innecesario gastar algo en Internet, de manera que la puntuación media que alcanza el no gasto es de 5,83.

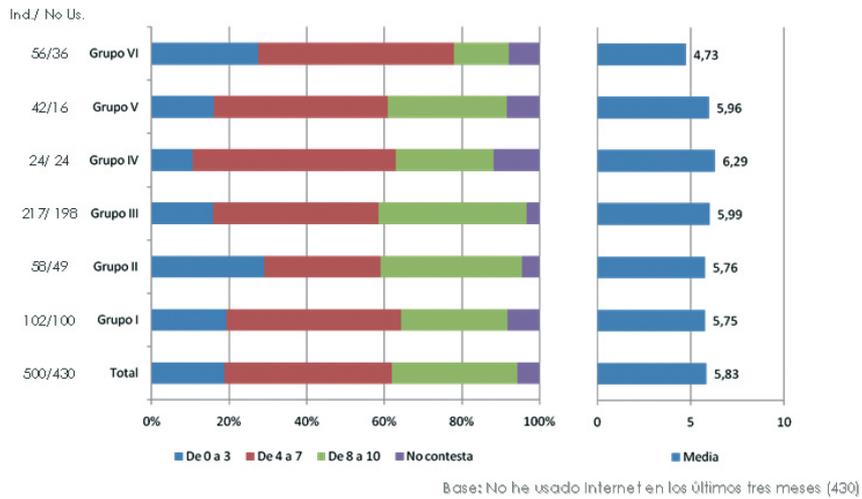


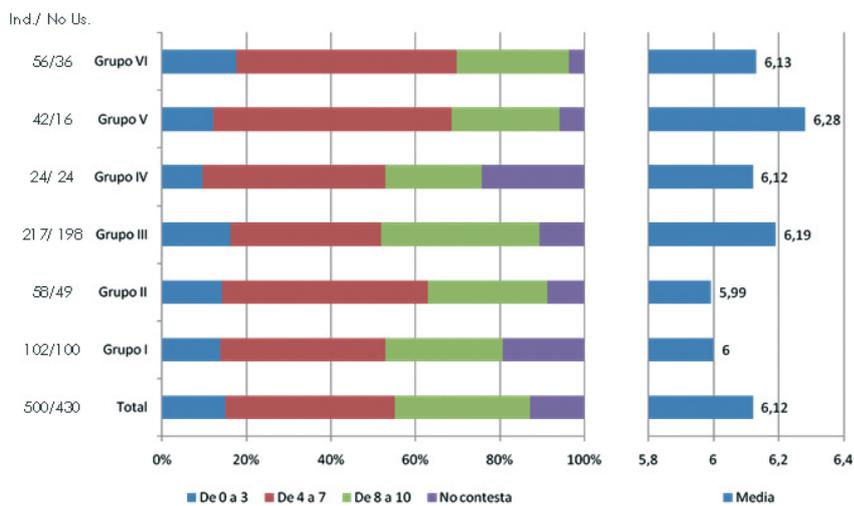
Figura 113.III

Los mayores ante las TIC

5.4.3.3. Mayores no usuarios de Internet. Internet podría hacerme gastar más de lo que quisiera

Aquí se refleja el miedo a incurrir en un gasto excesivo si se dispone de Internet, dándose una puntuación media que lo refleja claramente, en la puntuación ciertamente alta proporcionada 6,12.

El talón de Aquiles de la asequibilidad es el miedo a la pérdida de control del gasto.



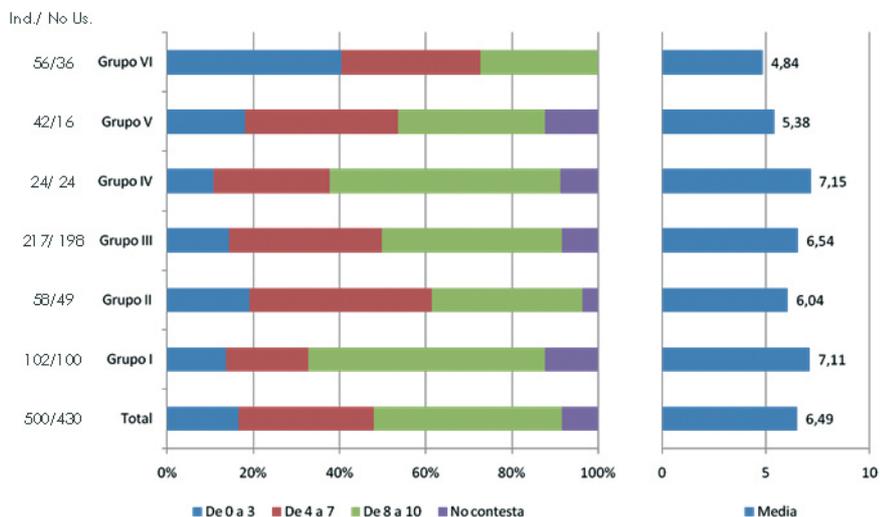
Base: No he usado Internet en los últimos tres meses (430)

Figura 114.III

5.4.3.4. Mayores no usuarios de Internet. Para Internet necesito ordenador y es demasiado caro

Aquí se percibe claramente el efecto disuasorio que implica la adquisición de un ordenador, algo que constituye una barrera por sí mismo, una barrera importante para el acceso a Internet por parte de los mayores. La puntuación que recibe esta aseveración es de 6,49 puntos.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa



Base: No he usado Internet en los últimos tres meses (430)

Figura 115.III

5.4.3.5. Aspectos económicos de Internet. Perfil de los grupos

En general, los no usuarios hacen una valoración moderadamente negativa de los aspectos económicos, con un grado de acuerdo medio ante cuestiones sobre la asequibilidad de Internet.

Por grupos, son el II y el VI los que parecen percibir una menor barrera en estos argumentos mientras que los Grupos IV y V se sitúan en el extremo contrario.

La conclusión a extraer de estos datos es que, si bien los aspectos económicos no parecen ser la principal barrera, sí constituyen un argumento más en contra de la incorporación de los no usuarios a Internet.

Los mayores ante las TIC

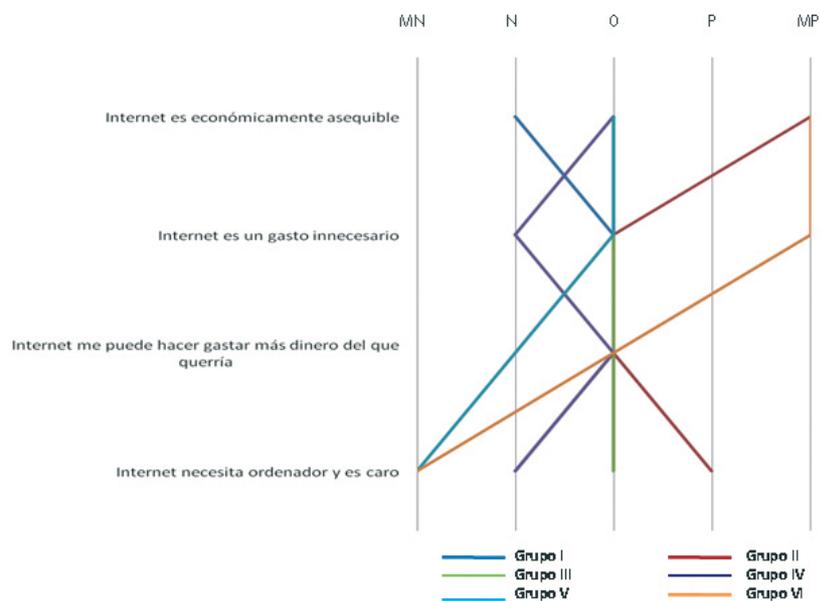


Figura 116.III

5.4.4. Opinión de los no usuarios de Internet. Facilidad de acceso

La facilidad de acceso es valorada de forma moderadamente positiva por los no usuarios, lo que indica que tampoco se encuentra en este extremo la principal barrera. De hecho, salvo el Grupo IV, que nítidamente se perfila como el menos propenso a adoptar esta tecnología, el resto de grupos muestran un acuerdo de moderado (Grupos I y III) a alto (Grupos II, V y VI) respecto a la afirmación planteada.

5.4.4.1. Opinión de mayores no usuarios. Es fácil darse de alta o disponer de conexión a Internet

La puntuación media, 6,19, de la muestra es favorable en cuanto a la facilidad existente para darse de alta y/o disponer de conexión.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

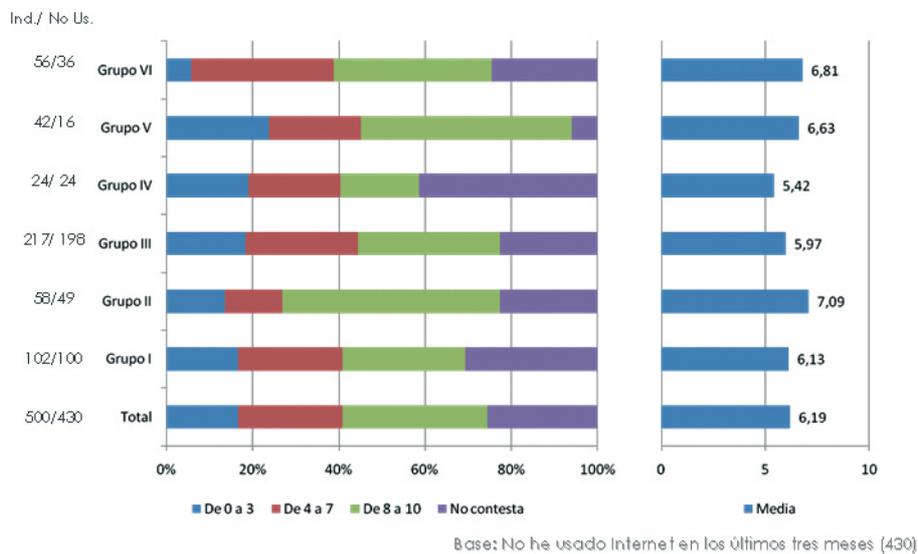
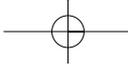


Figura 117.III

5.4.5. Opinión de mayores no usuarios. Barreras actitudinales y de aprendizaje

5.4.5.1. Opinión de mayores no usuarios. No tengo tiempo para Internet, prefiero dedicarlo a otras cosas. Barrera actitudinal

Lamentablemente los resultados obtenidos en esta cuestión, demuestran que muchos, una gran mayoría de personas mayores, vive ajena a la red. Así la aseveración *No tengo tiempo para Internet, prefiero dedicarlo a otras cosas*, la avalan con una puntuación promediada de 6,86 puntos.



Los mayores ante las TIC

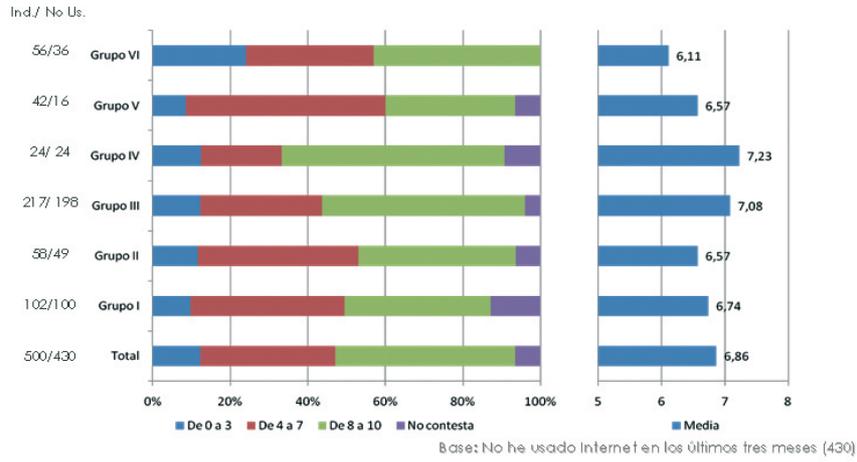


Figura 118.III

5.4.5.2. Opinión de mayores no usuarios. Barreras como Internet me da miedo, porque creo que me pueden engañar. Barrera actitudinal

El temor al engaño, siendo una barrera, no es ni mucho menos la principal ya que tan sólo obtiene una puntuación media del 5,83. Los que ven en Internet una posible trampa o engaño de una manera más nítida son los miembros del Grupo I, los más impredecibles.

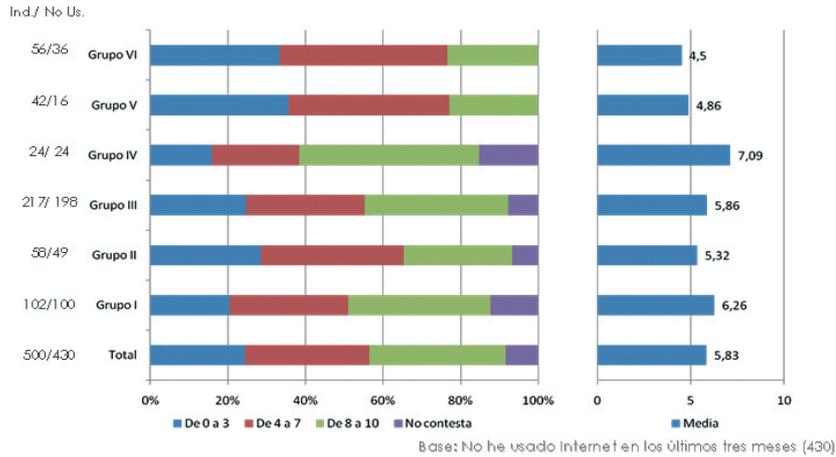


Figura 119.III



5.4.5.3. Opinión de mayores no usuarios. Internet me parece demasiado avanzado y complicado para mí. Barrera de aprendizaje

Tan sólo los Grupos V y VI parecen hallarse cómodos con respecto al uso de Internet. El resto de los grupos opinan que esta tecnología implica excesivas complicaciones a nivel de usuario para ellos y lo ven como algo fuera de sus posibilidades otorgando a la aseveración una puntuación media alta, 7,01.

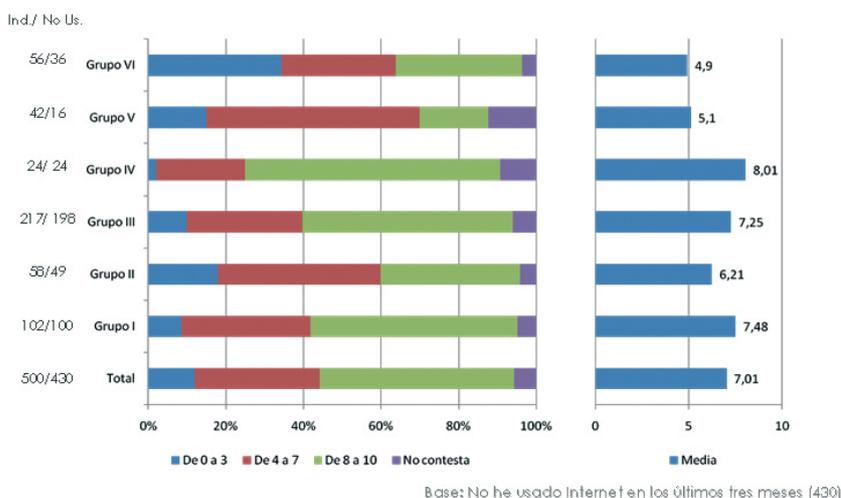


Figura 120.III

5.4.5.4. Opinión de los mayores no usuarios. Barrera de aprendizaje. He intentado usar Internet pero no he podido superar los problemas

Entre aquellas personas que son capaces de superar las barreras iniciales al acceso a Internet y lo intenta, la mayoría declara superar los problemas. Este proceso, a diferencia de la telefonía móvil no es autodidacta sino requiere un proceso de formación. Son pocos, pero los que al final aprenden a utilizarla, lo hacen bien.

Los mayores ante las TIC

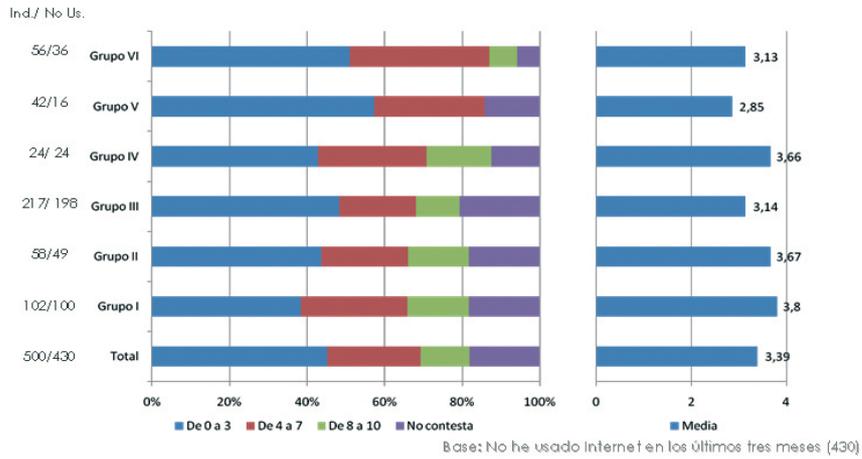


Figura 121.III

5.4.5.5. Otros aspectos de Internet. Perfil de los grupos

Dentro de este apartado se distinguen dos categorías claras: las barreras actitudinales y las de aprendizaje, siendo más relevantes las segundas.

Respecto a las barreras basadas en la actitud, en general, los no usuarios perciben que Internet puede hacerles renunciar a otras tareas que les son más interesantes, mientras estiman los peligros de fraude o engaño como moderados. Por grupos, estas problemáticas son más relevantes para los colectivos I, III y IV.

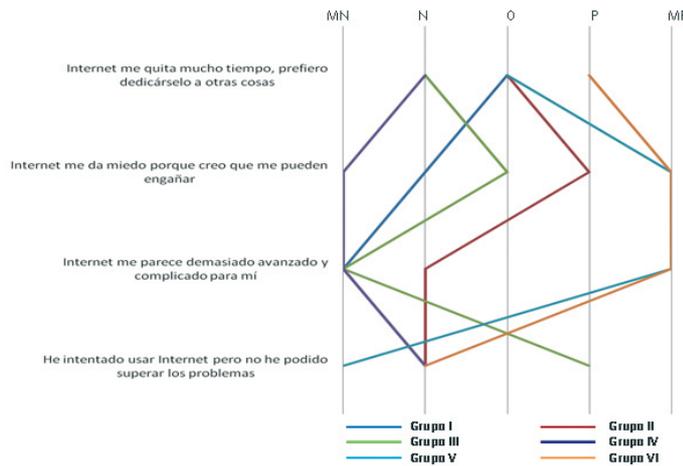


Figura 122.III

Valorando tanto la actitud general como los datos sobre intención, conocimiento y opinión sobre los aspectos económicos y teniendo en cuenta las variables sociodemográficas que definen los grupos, puede afirmarse que, dentro del colectivo de mayores no usuarios de Internet, existen determinados grupos que poseen un moderado potencial para conectarse a la red.

De forma concreta, la conclusión más inmediata es que la formación supone un claro obstáculo en el camino hacia Internet. De hecho, son los Grupos I, III y IV los menos permeables a los valores que puede añadir la red a sus vidas y los que muestran un mayor reconocimiento en relación con las dificultades en el aprendizaje.

Por el contrario, los Grupos II, V y VI muestran un potencial moderado para incorporarse a la red, con una actitud más positiva y, en general, aunque con excepciones, con una percepción más limitada de los problemas tanto económicos como de aprendizaje. En este sentido, acciones dirigidas a estos colectivos tienen una mayor expectativa de éxito.

5.5. Mayores no usuarios de Internet. Algunas conclusiones

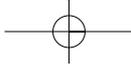
Los no usuarios muestran también características que en conjunto constituyen perfiles que podrían calificarse como:

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III	GRUPO IV	GRUPO V	GRUPO VI
Nivel de estudios inferior a Primarios	Nivel de estudios Secundarios	Nivel de estudios Primarios Con hijos	Nivel de estudios Primarios Sin hijos	Nivel de estudios Universitarios Edad entre 65 y 69 años	Nivel de estudios Universitarios Edad entre 70 y 69 años
104 individuos 2,1% Us. - 97,9% No us.	58 individuos 16,0% Us. - 84,1% No us.	217 individuos 8,7% Us. - 91,3% No us.	24 individuos 0% Us. - 100% No us.	42 individuos 62,9% Us. - 37,1% No us.	56 individuos 35,5% Us. - 64,5% No us.

5.5.1. Grupo I (104/102)

Nivel de estudios inferior a Primarios. Denominados *alejados*.

- Los menos conocedores de Internet.
- Baja proporción de usuarios que seguro o casi seguro se van a conectar en el futuro.



- Consideración moderada de los aspectos económicos como barrera.
- Moderadas barreras de actitud.
- Fuertes barreras de aprendizaje.

5.5.2. Grupo II (58/49)

Estudios secundarios. Denominados *náufragos*.

- Relativamente alto conocimiento de Internet.
- Moderada intención de conexión en el futuro.
- Baja consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Moderadas barreras de actitud.
- Moderadas barreras de aprendizaje.

5.5.3. Grupo III (217/198)

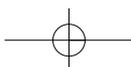
Estudios primarios. Tiene hijos. Denominados *bloqueados*.

- Moderado conocimiento de Internet.
- Moderada intención de conexión en el futuro.
- Moderada consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Moderadas barreras de actitud.
- Fuertes barreras de aprendizaje.

5.5.4. Grupo IV (24/24)

Estudios primarios. No tiene hijos. Denominados *irrecuperables*.

- Moderado conocimiento de Internet.
- La menor proporción de usuarios que seguro o casi seguro se van a conectar en el futuro.



- Consideración elevada de los aspectos económicos como barrera.
- Fuertes barreras de actitud.
- Fuertes barreras de aprendizaje.

5.5.5. Grupo V (42/16)

Estudios universitarios. Edad entre 65 y 69 años. Denominados *potenciales*.

- Los que tienen mayor conocimiento de Internet.
- La mayor intención de conexión en el futuro.
- Media-alta consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Bajas barreras de actitud.
- Bajas barreras de aprendizaje.

5.5.6. Grupo VI (56/36)

Estudios universitarios. Edad entre 70 y 79 años. Denominados *a conquistar*.

- Moderado conocimiento de Internet.
- Baja intención de conexión en el futuro.
- Moderada consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Bajas barreras de actitud.
- Bajas barreras de aprendizaje.

Si valoramos tanto la actitud general como los datos sobre intención, conocimiento y opinión sobre los aspectos económicos y si se tienen en cuenta las variables sociodemográficas que definen los grupos, puede afirmarse que, dentro del colectivo de mayores no usuarios de Internet existen determinados grupos que presentan un moderado potencial para conectarse a la red.

De forma concreta, la conclusión más inmediata es que la formación supone un claro obstáculo en el camino a Internet. De hecho, son los Grupos I, III y IV son

los menos permeables a los valores que puede añadir la red a sus vidas y los que muestran un mayor reconocimiento de dificultades en el aprendizaje.

Por el contrario, los Grupos II, V y VI muestran un potencial moderado para incorporarse a la red, con una actitud más positiva y, en general, aunque con excepciones, con una percepción más limitada de los problemas tanto económicos como de aprendizaje. En este sentido, acciones dirigidas a estos colectivos tienen una mayor expectativa de éxito.

6. Teleasistencia

6.1. Teleasistencia y personas mayores. Penetración

La teleasistencia es la tercera tecnología a analizar y, como en los casos anteriores, en primer lugar es fundamental determinar el nivel de penetración que tiene en el colectivo objeto de estudio, las personas mayores. En este caso, además, la teleasistencia tiene connotaciones que la sitúan muy en línea con las posibles demandas de este público.

6.1.1. Disponibilidad y uso de la teleasistencia

Sin embargo, como puede apreciarse, tanto la disponibilidad en el hogar como el uso de la teleasistencia son muy minoritarios entre el colectivo encuestado, con niveles de disponibilidad del 8,7% y de uso (en los últimos tres meses) del 8%. En este sentido, sí que se da la circunstancia, dado el carácter de esta tecnología, de una alta correlación entre disponibilidad y uso lo que lleva a concluir que, en la mayor parte de los casos, la adquisición en el hogar de esta tecnología tiene como fin su uso por parte del encuestado.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa



Figura 123.III

6.1.2. El factor edad y el uso de la teleasistencia

Considerando la edad, se observa una fuerte correlación positiva, al contrario que sucedía en las otras tecnologías, existiendo un mayor número de usuarios - dentro de lo minoritaria que es la implantación de la teleasistencia- cuanto mayor es su edad. Así, la proporción de usuarios que utilizan esta herramienta de comunicación ronda el 20% en el caso de los individuos situados en la franja de edad de 75 a 79 años, cayendo entorno al 5% en el caso de los que tienen entre 70 y 74 años y alrededor del 2% para el segmento de menor edad de los considerados.

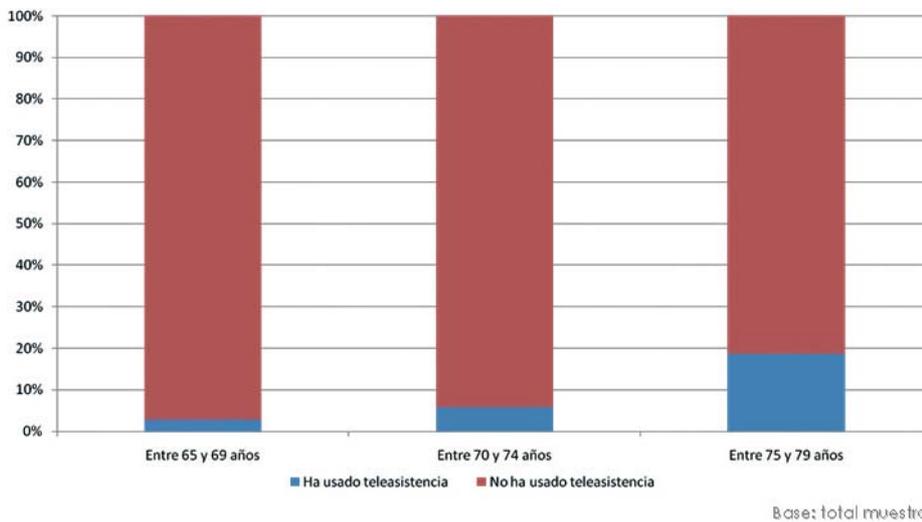


Figura 124.III

6.1.3. El factor sexo y el uso de teleasistencia

Por sexos, existen algunas diferencias, con una cierta mayor penetración en el caso de las mujeres. Este hecho puede estar relacionado con la mayor longevidad femenina, además de con alguna cuestión vinculada con la actitud hacia la finalidad de esta tecnología.

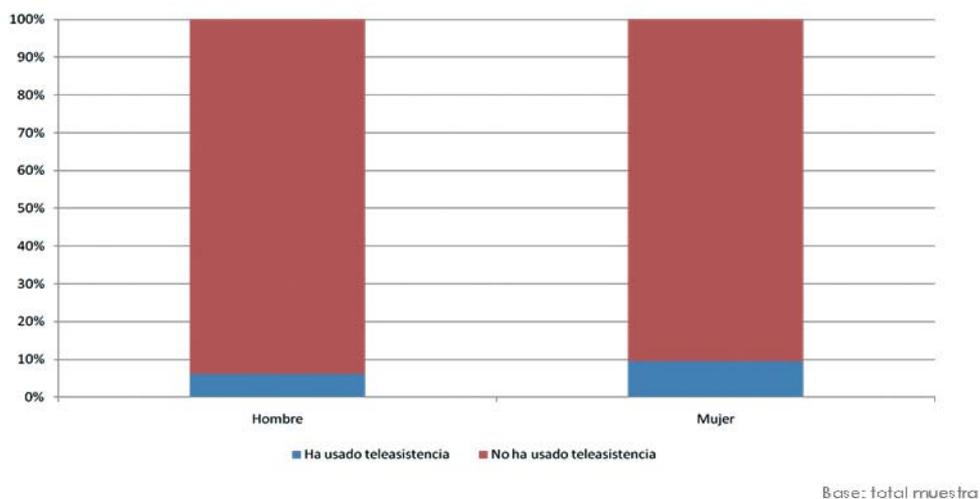


Figura 125.III

6.1.4. El factor hábitat y el uso de la teleasistencia

Por hábitat, aunque no existe una correlación perfecta como en el caso de la edad, aunque sí parece haber una clara mayor proporción de usuarios de teleasistencia en los núcleos de población más grandes, alcanzando unas cotas de penetración cercanas al 15%. Este hecho puede estar vinculado a los estilos de vida propios de las ciudades, con más hogares unipersonales, menor apoyo vecinal, y, también, a la posible existencia de programas públicos orientados a los mayores que sufraguen los costes de la tecnología.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

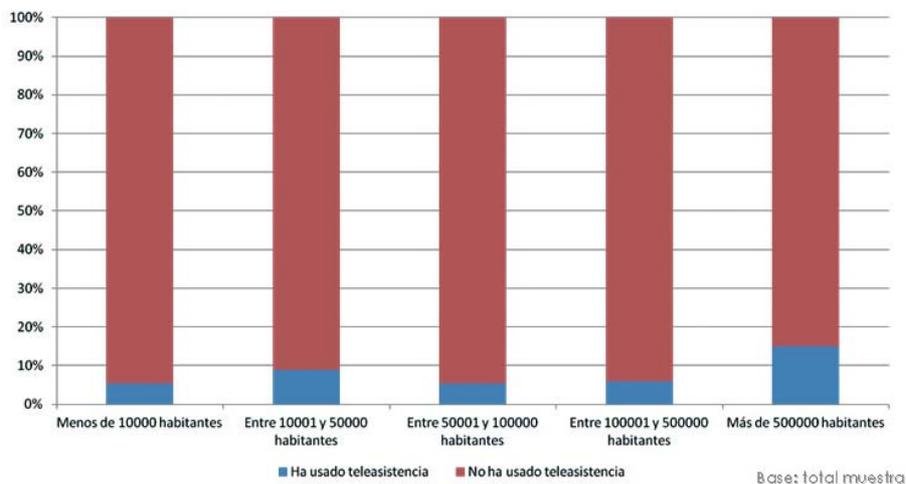


Figura 126.III

6.1.5. El factor nivel de estudios y situación laboral previa en relación con el uso de la teleasistencia

El nivel de estudios y la situación laboral previa no parecen mostrar relaciones a considerar.

6.1.5.1. El nivel de estudios no parece mostrar relaciones a considerar

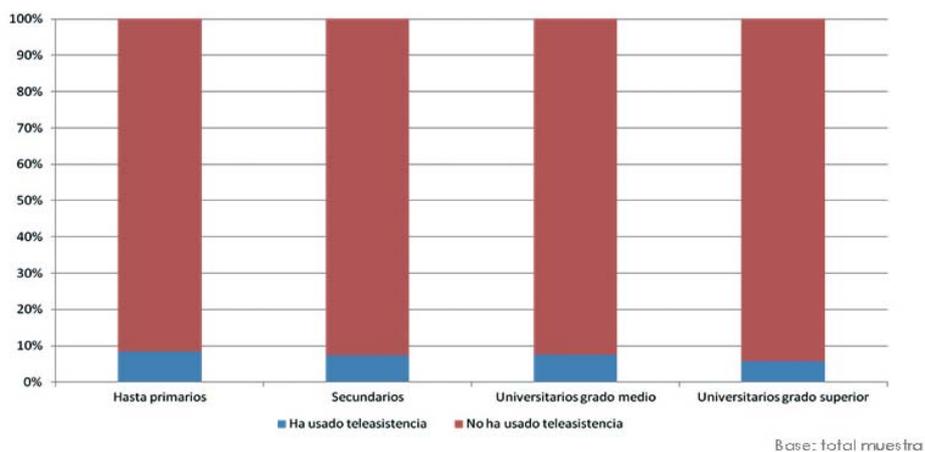


Figura 127.III

Los mayores ante las TIC

6.1.5.2. Tampoco la situación laboral previa parece ser relevante

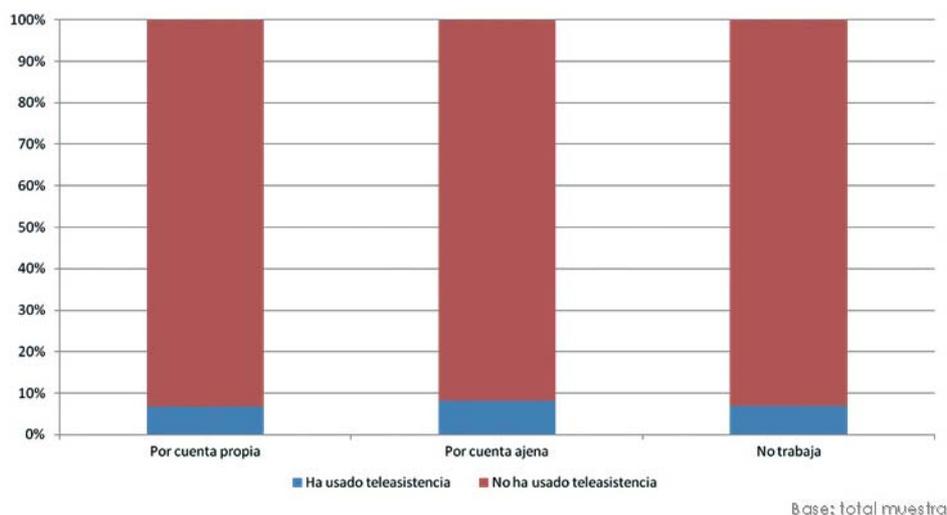


Figura 128.III

6.1.6. El factor número de personas en el hogar y el uso de la teleasistencia

Sin embargo, el número de personas en el hogar sí parece cobrar sentido en esta tecnología, con una diferencia considerable entre los hogares más y menos numerosos. En el extremo, aquellos hogares unipersonales, circunstancia a la que ya se ha hecho referencia, son, sin lugar a dudas, el principal caldo de cultivo para la implantación de esta tecnología.

6.1.6.1. Penetración de la teleasistencia

Cuáles ha usado usted en los tres últimos meses independientemente de que tenga o no en el hogar instalada la teleasistencia.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

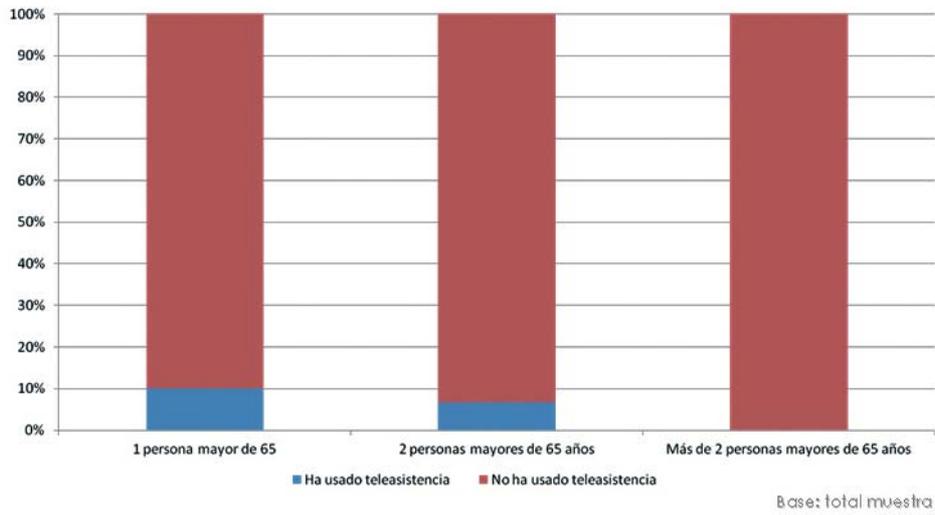


Figura 129.III

6.1.6.2. Penetración de la teleasistencia

Cuáles ha usado usted en los tres últimos meses independientemente de que las tenga en el hogar o no (teleasistencia)...

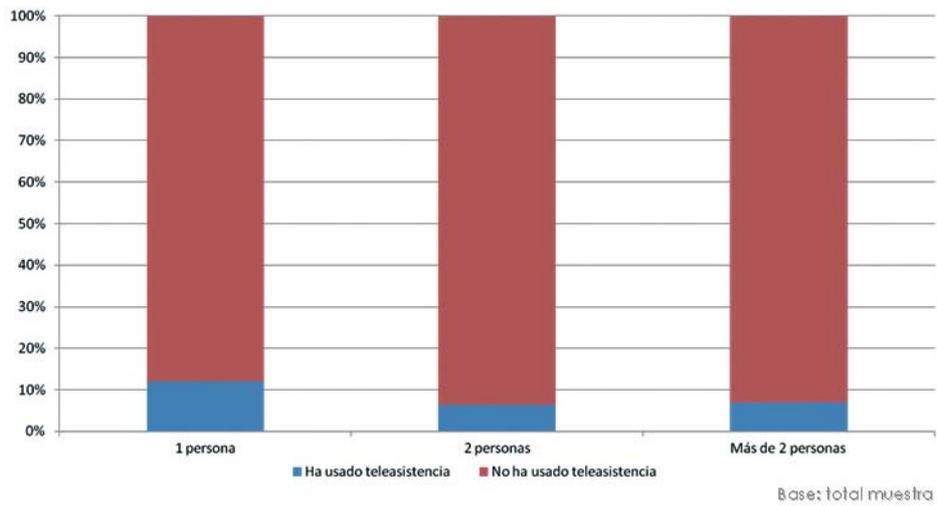


Figura 130.III

6.1.7. Penetración de la teleasistencia. Análisis CHAID

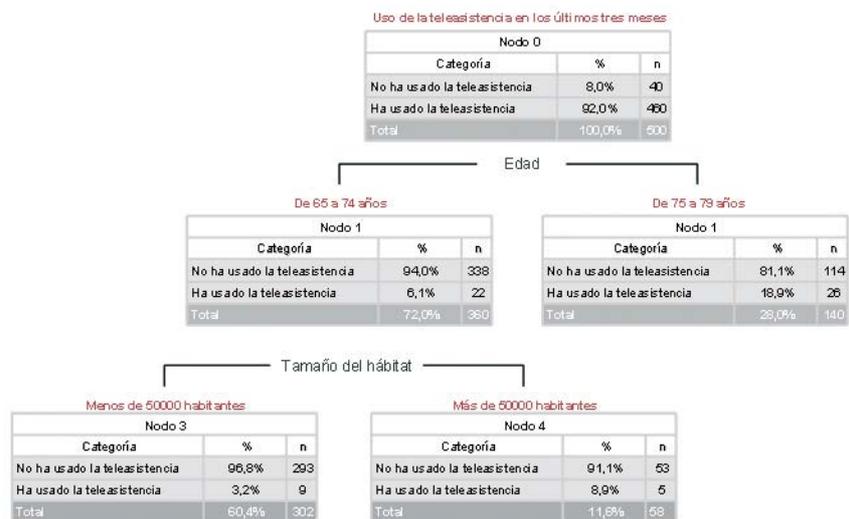


Figura 131.III

Los tres grupos derivados del análisis CHAID se caracterizan por



Figura 132.III

Con base en estos tres grupos y en la misma línea que con las otras dos tecnologías, en las siguientes páginas se realizan los análisis respecto a los posibles factores que favorecen y frenan el uso de la teleasistencia. No obstante, antes de proceder a dicho estudio, conviene detenerse en la consideración que los distintos grupos realizan sobre la teleasistencia. Como puede observarse en el gráfico, las diferencias entre los Grupos I y II son prácticamente inexistentes, y sólo el Grupo III

muestra una actitud más positiva. Este hecho, sin embargo, es muy probable que tenga menos implicaciones en la teleasistencia, dadas las características demográficas del grupo y su menor propensión al uso, al menos, presente.

6.2. Las personas mayores usuarias de teleasistencia

En el presente apartado se analizan las respuestas de los encuestados que han declarado haber utilizado la teleasistencia en los últimos tres meses. Dentro de éstos, se analizan para cada respuesta cuatro agrupaciones: los tres grupos derivados del análisis CHAID y la muestra total, con el objetivo de tener una referencia del comportamiento general de la población, en este caso, de los usuarios de teleasistencia.

Valoraremos en primer lugar la actitud de la muestra ante esta tecnología:

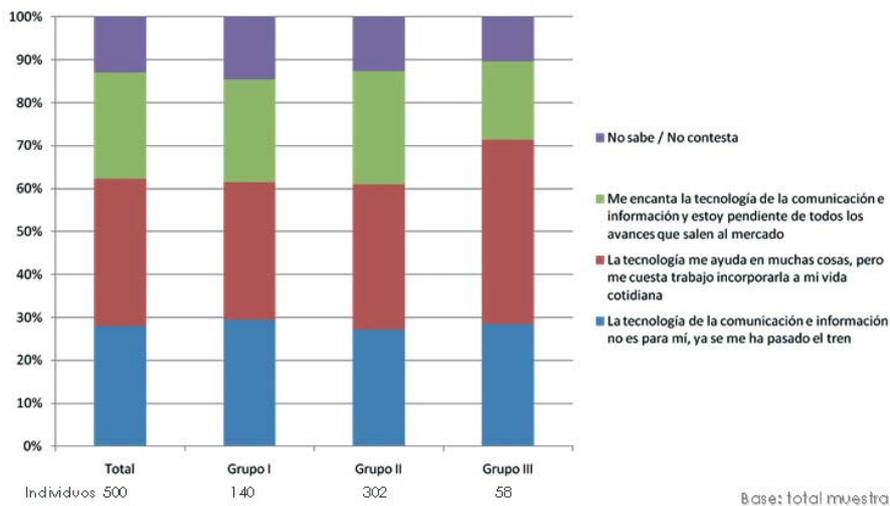


Figura 133.III

6.2.1. Tiempo de uso de la teleasistencia

El segundo aspecto analizado es el tiempo de uso de la teleasistencia. Como puede observarse, más del 60% de los usuarios declaran utilizar estas tecnologías

Los mayores ante las TIC

desde hace más de dos años. El Grupo I, personas entre 75 y 79 años, es el más veterano en el uso de esta tecnología, seguido del Grupo III y finalmente del Grupo II.

Este hecho es coherente con la mayor propensión de las personas de mayor edad al uso de la teleasistencia.

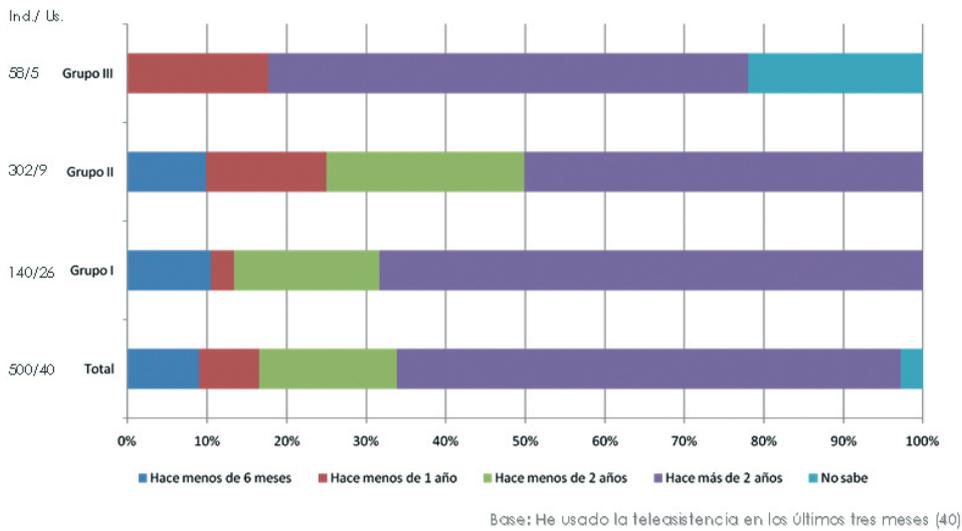


Figura 134.III

6.2.2. La teleasistencia y la cuestión económica

Un factor relevante, particular de esta tecnología, es la cuestión sobre si el encuestado paga o no por ella. En la mayor parte de comunidades autónomas y en muchos municipios existen sistemas que sufragan, en todo o en parte, el uso de la teleasistencia para mayores que, por razones de salud, de soledad... pueden necesitarlo. Como se observa, la mayoría de los encuestados no pagan por el servicio y, los que pagan, abonan un precio relativamente bajo. Esto es aún más cierto en el Grupo III, formado por encuestados que viven en poblaciones de más de 500.000 habitantes, en los que la existencia de estas subvenciones es muy frecuente.

6.2.2.1. La teleasistencia y la cuestión económica

¿Paga Usted por el servicio de teleasistencia en su hogar?

Sobre el fragmento de muestra usuaria, 40 individuos, predominan los que no la pagan, luego hay que suponer que de alguna manera reciben este servicio de forma gratuita.

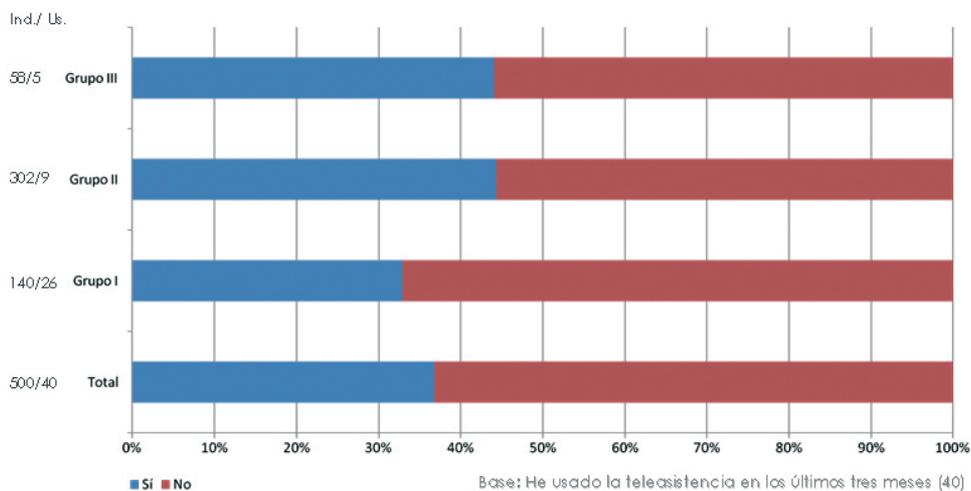
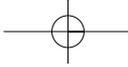


Figura 135.III

6.2.2.2. La teleasistencia y la cuestión económica

Y podría decir ¿cuánto paga al mes por el servicio?

El valor medio gastado por aquellos que dicen que pagan, supera ligeramente los 6 € mensuales, cifra que, a priori parece baja, no considerando muy relevante esta respuesta, dado que el número de usuarios encontrado es muy escaso en relación con el universo muestral de 500 individuos.



Los mayores ante las TIC

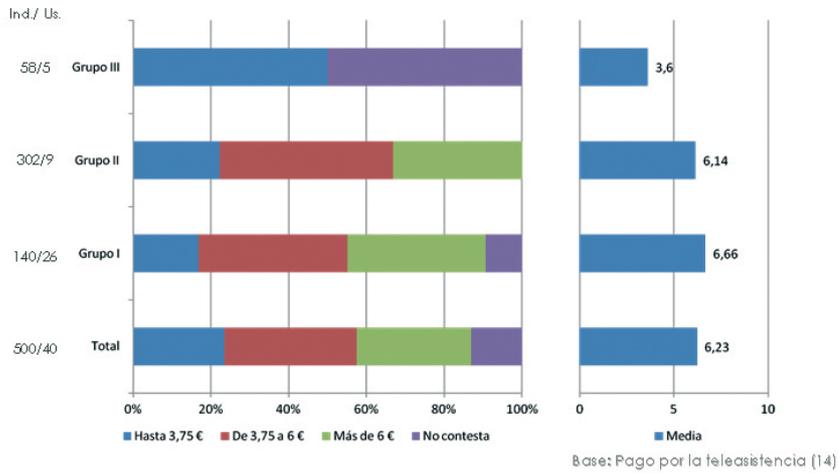


Figura 136.III

6.2.3. Satisfacción generada por la teleasistencia

Finalmente, respecto a estas cuestiones más generales, debe destacarse la elevadísima satisfacción con el servicio que muestran aquellos que la utilizan, sin que las diferencias entre grupos lleguen a suponer una variación relevante respecto a ese nivel. No obstante, sí es cierto que dentro del elevado acuerdo, el Grupo III es el más exigente en este terreno.

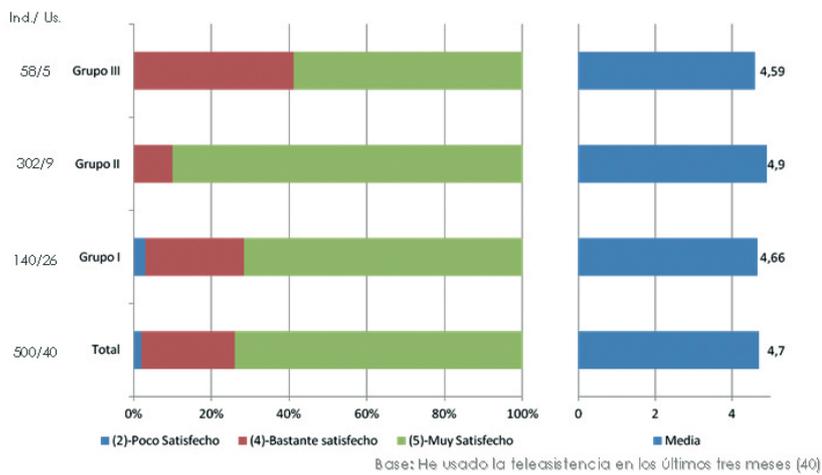
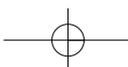


Figura 137.III



6.2.4. Aspectos generales. Perfil de los grupos

Salvo algunas cuestiones concretas y de escasa relevancia, los perfiles de los grupos considerados no son muy significativos en estas categorías, dado el alto acuerdo respecto a la satisfacción y los sistemas de subvención a los que nos hemos referido. La única cuestión en la que se establecen mayores diferencias es en el tiempo de uso del servicio que, como se ha comentado, favorece de forma nítida al grupo de personas de mayor edad.

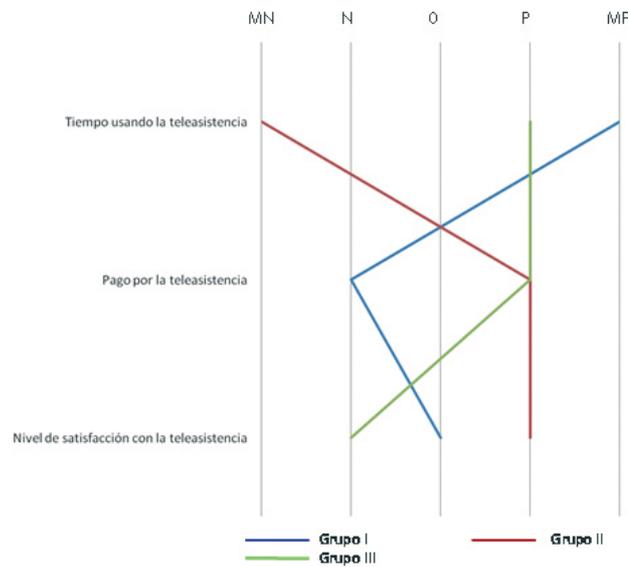


Figura 138.III

6.2.5. Opinión de los usuarios de teleasistencia

Respecto a las opiniones, se han dividido las cuestiones en tres grupos: facilidad de acceso al servicio, aspectos económicos y valores percibidos.

En relación con la facilidad de acceso, los tres grupos otorgan valoraciones muy elevadas, coincidiendo por tanto en la gran accesibilidad, tanto por sencillez en la contratación como en el uso. Sólo es destacable en este terreno la ligera menor puntuación que los usuarios del Grupo I conceden a estas cuestiones.

Los mayores ante las TIC

6.2.5.1. Teleasistencia y facilidad de acceso ¿Es fácil utilizar la teleasistencia?

La mayoría de los usuarios considera que la teleasistencia es fácil de utilizar. El valor medio es muy alto, 9,33 lo que si resulta indicativo de la actitud favorable de los citados usuarios.

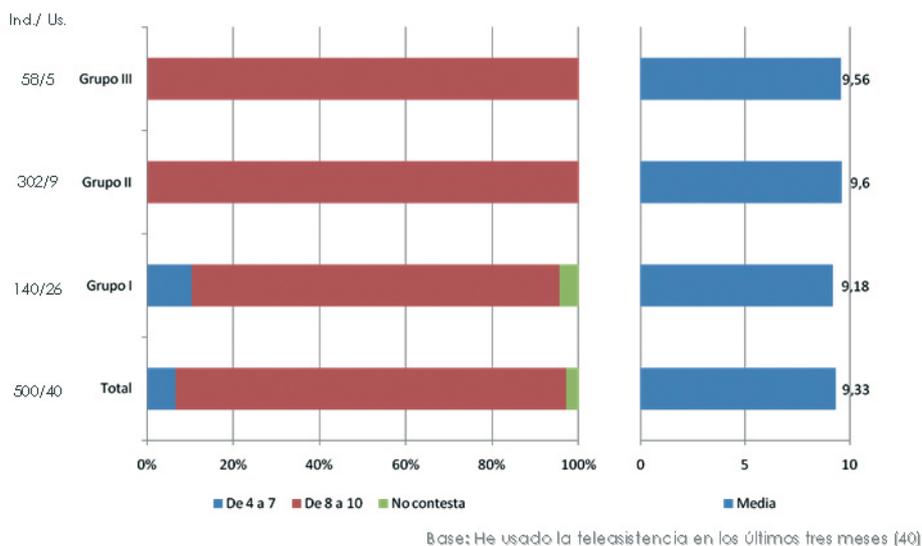


Figura 139.III

6.2.5.2. Teleasistencia y facilidad de acceso

¿Es fácil darse de alta en la teleasistencia?

Pues a tenor de lo que responden los usuarios parece ser que si, con un valor medio de 9,1.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

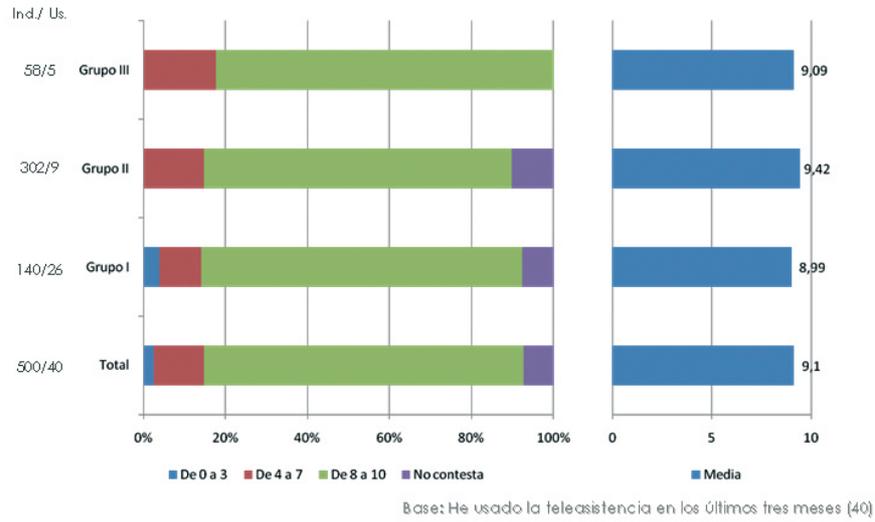


Figura 140.III

6.2.5.3. Teleasistencia. Perfil de los grupos

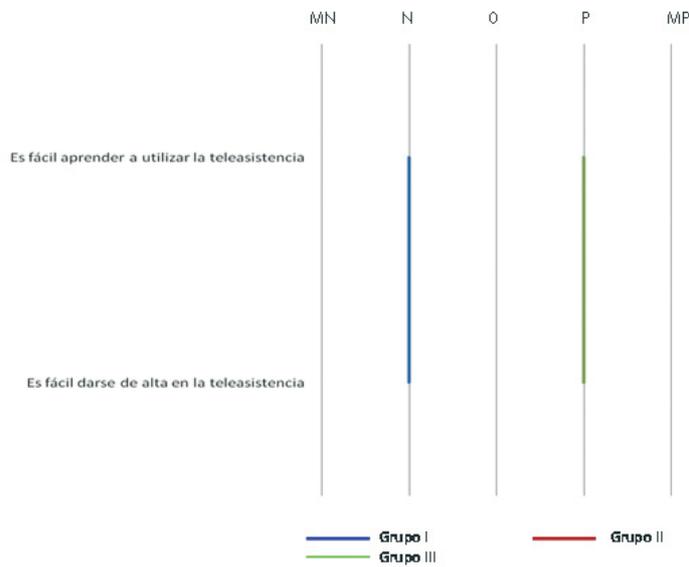


Figura 141.III

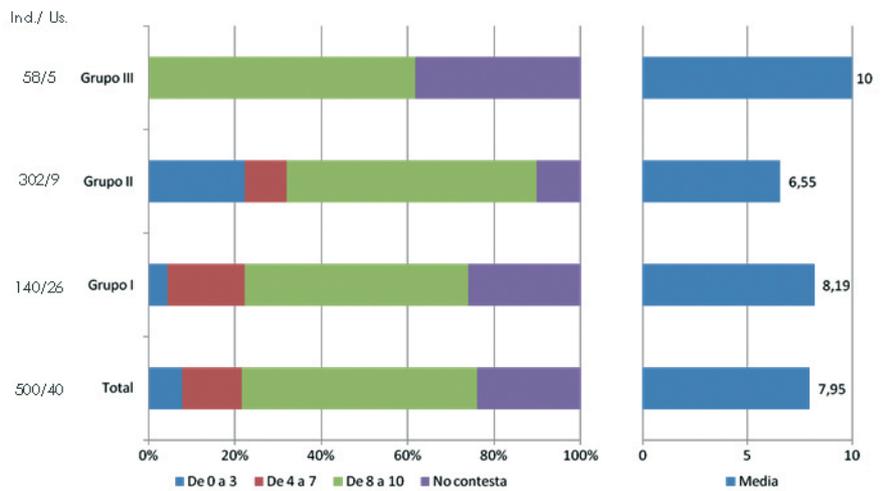
6.2.6. Teleasistencia cuestiones económicas

Las cuestiones económicas, sobre todo respecto a la capacidad de realización del gasto sí generan alguna mayor desigualdad entre grupos, aunque en todos los casos existe, al menos, un moderado acuerdo. Como puede apreciarse en el gráfico y en el perfil, es el Grupo II el que, con cierta diferencia, peor valoración da a este aspecto. Por el contrario, el acuerdo es bastante unánime y la valoración muy cercana al máximo acuerdo, respecto a la necesidad del gasto. En este sentido, puede afirmarse que los usuarios están convencidos de la bondad y necesidad del sistema.

6.2.6.1. Cuestiones económicas.

La teleasistencia es un gasto que me puedo permitir.

En efecto, parece que un número alto de usuarios parece que puede permitirse ese gasto, con una puntuación media de 7,95. En todos los grupos, y algo más en el caso del Grupo III, hay ciertos usuarios que no saben. Probablemente ignoren su situación económica que posiblemente se administre por terceras personas.



Base: He usado la teleasistencia en los últimos tres meses (40)

Figura 142.III

6.2.6.2. Cuestiones económicas. La teleasistencia es un gasto necesario

Ciertamente los usuarios de teleasistencia lo son por algo, precisamente porque la necesitan, por eso aparece un valor medio alto de 9,07.

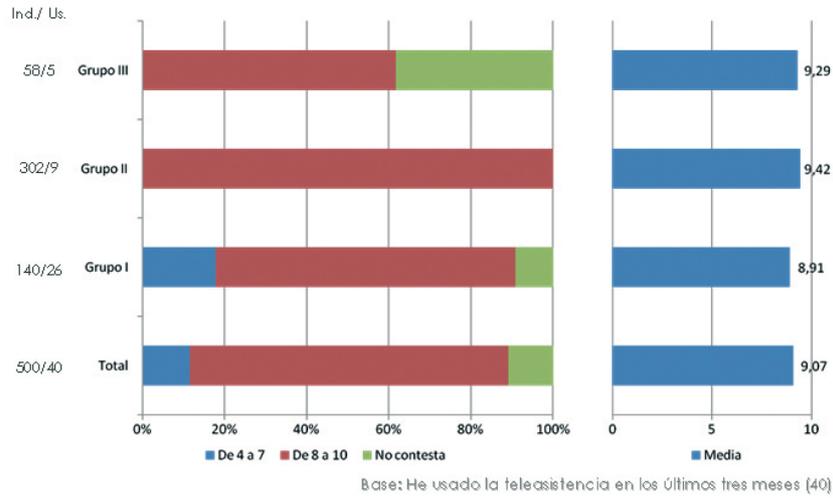


Figura 143.III

6.2.6.3. Cuestiones económicas. Perfil de los grupos

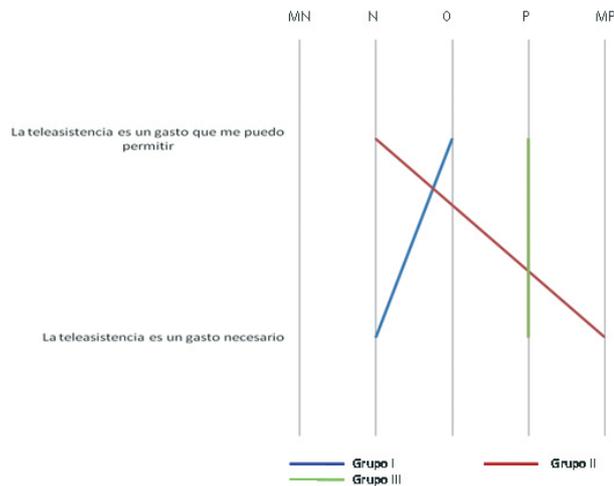


Figura 144.III

6.2.7. Teleasistencia: valores percibidos

Finalmente, en lo que se refiere a valores percibidos, los usuarios nuevamente muestran un alto grado de acuerdo en las bondades de la tecnología, especialmente en lo relativo a la utilidad, a la seguridad y tranquilidad que la teleasistencia les confiere. Atendiendo a los grupos, con carácter general, el Grupo I es el que se muestra algo menos favorable mientras que el Grupo III, con alguna excepción, es el contrapunto.

6.2.7.1. Valores percibidos: La teleasistencia es un servicio de mucha utilidad para mí

Si tienen teleasistencia y reconocen necesitarla, también le atribuyen utilidad, con lo que se va configurando un panorama muy favorable a este servicio entre los usuarios.

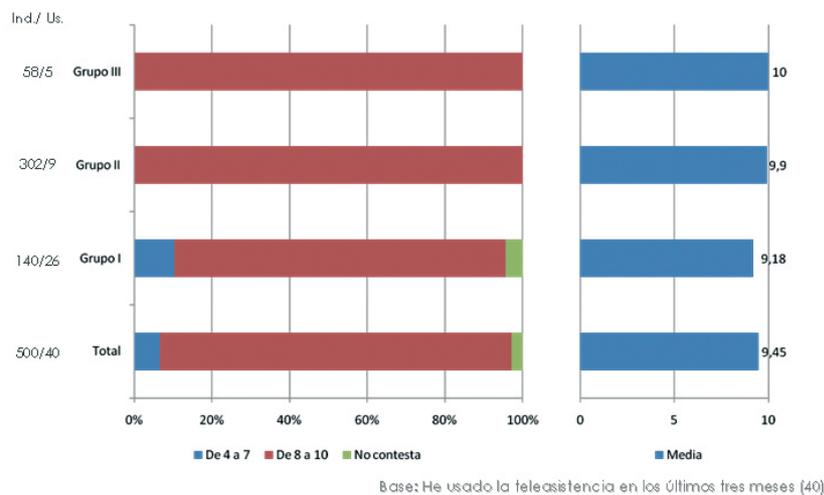


Figura 145.III

6.2.7.2. Valores percibidos: La teleasistencia me hace más autónomo, más libre

Aunque la utilidad es el aspecto más valorado, la autonomía y la libertad son también valores importantes con una valoración media de 8,55.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

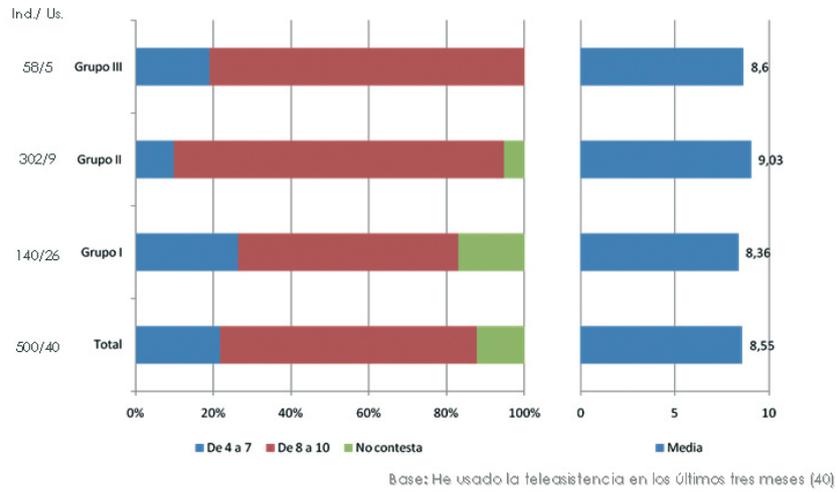


Figura 146.III

6.2.7.3. Valores percibidos: La teleasistencia me hace sentir más seguro y tranquilo

La seguridad y tranquilidad son valores que se tienen en muy alta consideración, con una valoración media de 9,15.

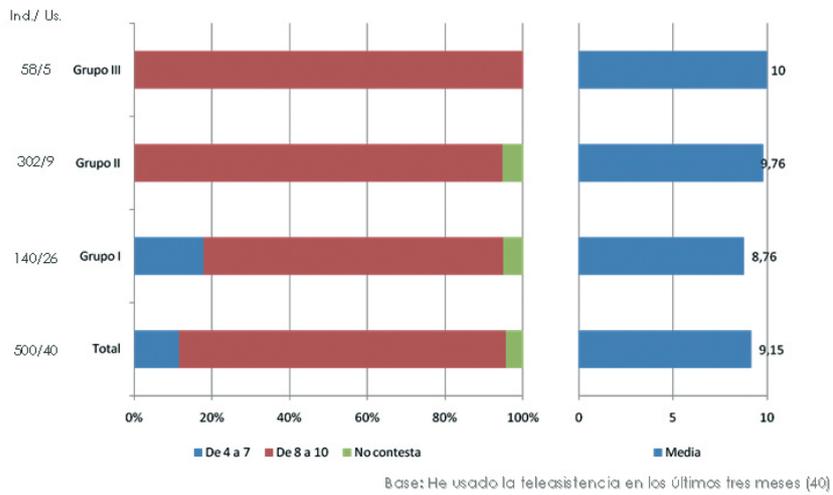
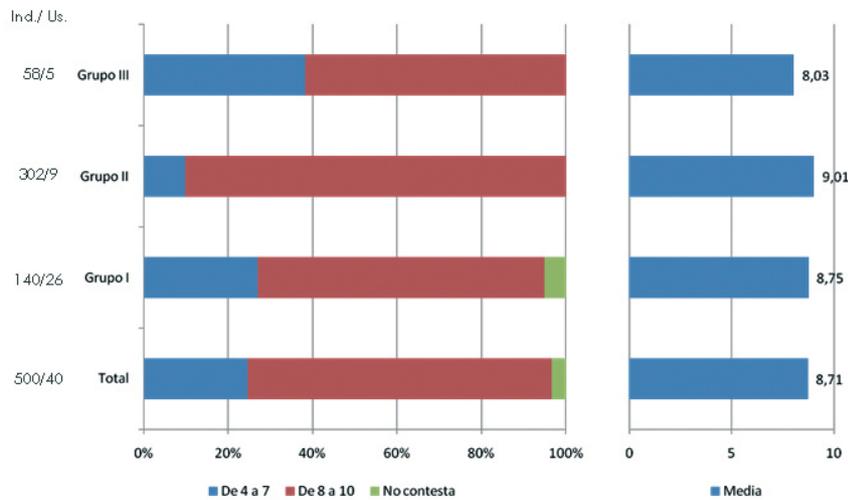


Figura 147.III

Los mayores ante las TIC

6.2.7.4. Valores percibidos La teleasistencia me hace sentir más animado

Aunque esto podría parecer una cuestión en principio menor, los usuarios le atribuyen un alto valor, 8,71, porque se ve impulsada por atributos antes comentados como seguridad y tranquilidad así como más autonomía y libertad. Todo esto hace que el ánimo de las personas mejore.



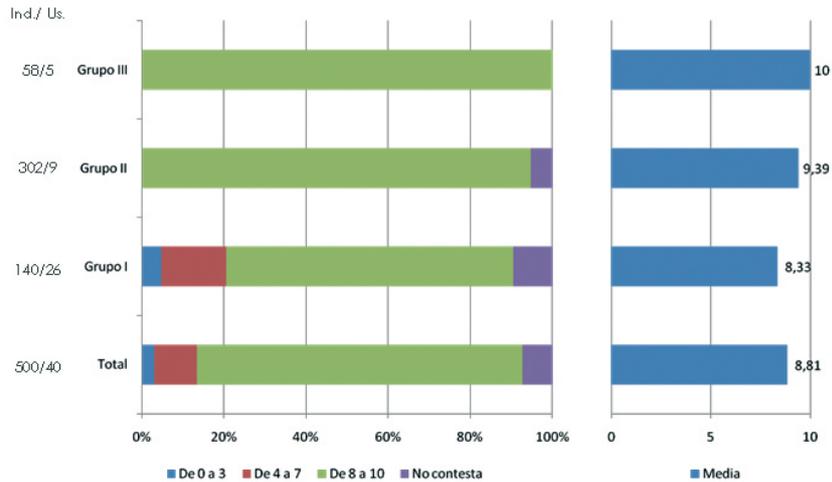
Base: He usado la teleasistencia en los últimos tres meses (40)

Figura 148.III

6.2.7.5. Valores percibidos: La teleasistencia me hace sentir conectado a otras personas

Es evidente que el individuo teleasistido, en sus diferentes niveles y modalidades, está más conectado con otros porque uno de los objetivos de este servicio, además de prestar un servicio asistencial, es conectar a la persona mayor con sus familiares, amigos y con el mundo en general y evitar su aislamiento. De ahí la alta valoración de 8,81.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa



Base: He usado la teleasistencia en los últimos tres meses (40)

Figura 149.III

6.2.7.6. Valores percibidos. Perfil de los grupos

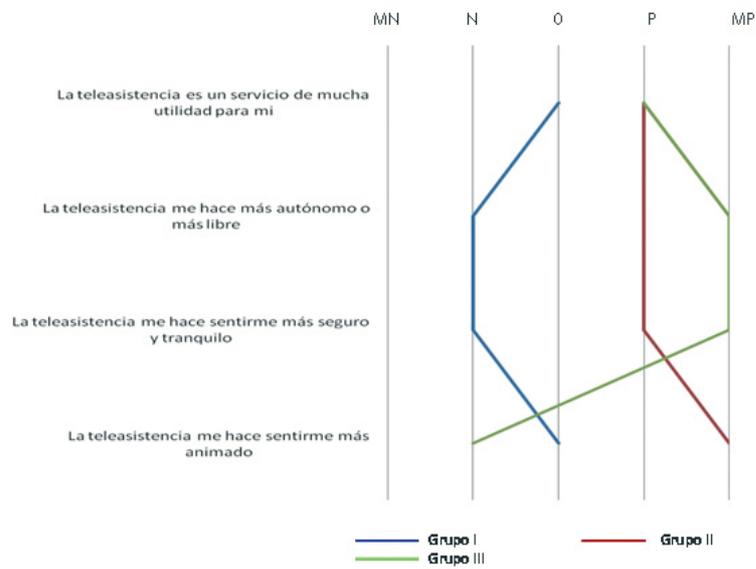
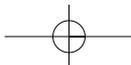


Figura 150.III



6.3. Personas mayores usuarias de teleasistencia algunas conclusiones

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos de usuarios determinados por la técnica CHAID, podemos afirmar que existen tres grupos que responden a:

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III
Edad entre 75 y 79 años	Edad entre 65 y 74 años Hábitat de menos de 500.000 habitantes	Edad entre 65 y 74 años Hábitat de más de 500.000 habitantes
140 individuos	302 individuos	58 individuos
18,9% Us. - 81,1% No us.	8,9% Us. - 91,1% No us.	62,7% Us. - 37,3% No us.

6.3.1. Grupo I (140/26)

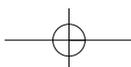
Edad entre 75 y 79 años. Denominados *exigentes*.

- Más veteranos con esta tecnología.
- Menor frecuencia de pago.
- Menos satisfacción con el servicio.
- Encuentran más barreras para el acceso y valoran menos positivo los aspectos económicos.
- Puntúan menos positivamente los valores de la tecnología.

6.3.2. Grupo II (302/9)

Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de menos de 500.000 habitantes. Denominados *obstaculizados*.

- Menos veteranos con esta tecnología.
- Mayor frecuencia de pago.
- Mayor satisfacción con el servicio.
- Encuentran menos barreras para el acceso y pero sí encuentran barreras económicas.
- Puntúan positivamente los valores de la tecnología.



6.3.3. Grupo III (58/5)

Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de más de 500.000 habitantes. Denominados *convencidos*.

- Veteranía intermedia con esta tecnología.
- Mayor frecuencia de pago.
- Mayor satisfacción con el servicio.
- Encuentran menos barreras para el acceso y valoran positivamente los aspectos económicos.
- Puntúan positivamente los valores de la tecnología.

La conclusión es que los usuarios de la teleasistencia muestran muy elevados niveles de satisfacción y, en general, no perciben la existencia de barreras para su uso.

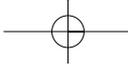
6.4. Las personas mayores no usuarias de teleasistencia

Al igual que ocurre con el resto de las tecnologías, se han analizado también una serie de cuestiones respecto a los no usuarios, con el objetivo de estudiar las razones de la no utilización de esta tecnología.

6.4.1. Personas no usuarias de teleasistencia. Perspectivas de uso y facilidad de acceso

6.4.1.1. Personas no usuarias de teleasistencia. Perspectivas de uso

Respecto a la intención de uso, la respuesta es esclarecedora: mayoritariamente todos los grupos han respondido: "sólo si lo necesito". Dicho de otro modo, los usuarios perciben que esta tecnología sólo tiene sentido en casos en los que se den circunstancias concretas vinculadas a la dependencia o a la inseguridad. Por grupos, destaca el hecho de que el Grupo III, quizá por tener más información, es el más dispuesto a usar la teleasistencia.



Los mayores ante las TIC

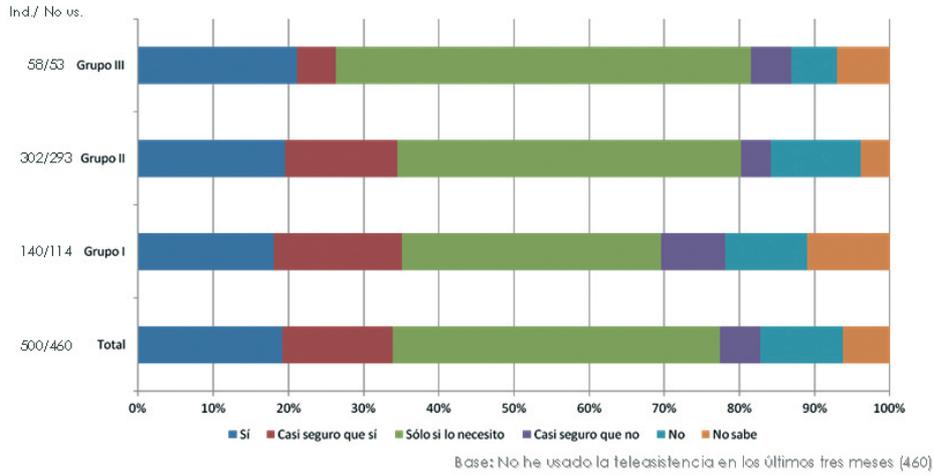


Figura 151.III

6.4.1.2. Personas no usuarias de teleasistencia. Facilidad de acceso

En relación con la facilidad de acceso, aunque las valoraciones son menos positivas que para los usuarios, la percepción generalizada es que estamos ante una tecnología para la que no existen barreras ni de acceso ni de aprendizaje. Al igual que sucedía en la anterior cuestión, el Grupo III es el más convencido en este ámbito.

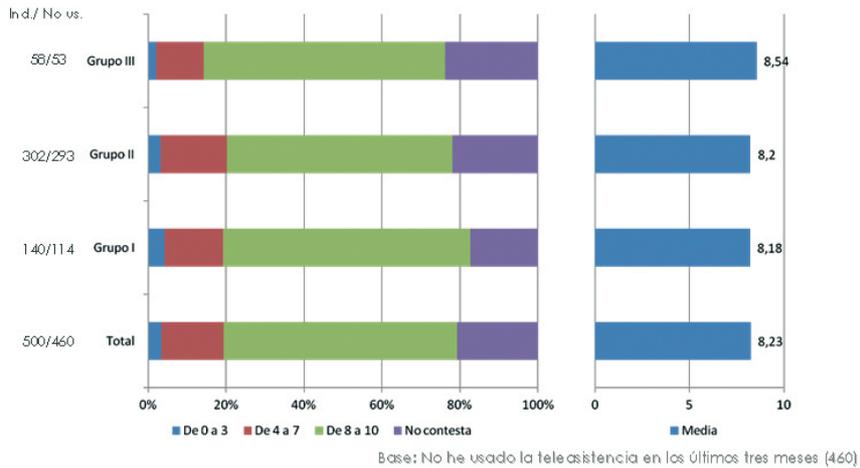


Figura 152.III



6.4.1.3. Personas no usuarias de teleasistencia. Es fácil darse de alta en la teleasistencia

Evidentemente, si los no usuarios de este servicio de teleasistencia opinan que es bastante sencillo darse de alta, con una puntuación media de 7.48, es que, ciertamente resulta fácil darse de alta por lo que es casi obvio deducir que tienen noticia de este servicio. Esta es una opinión bastante generalizada en todo el universo muestral.

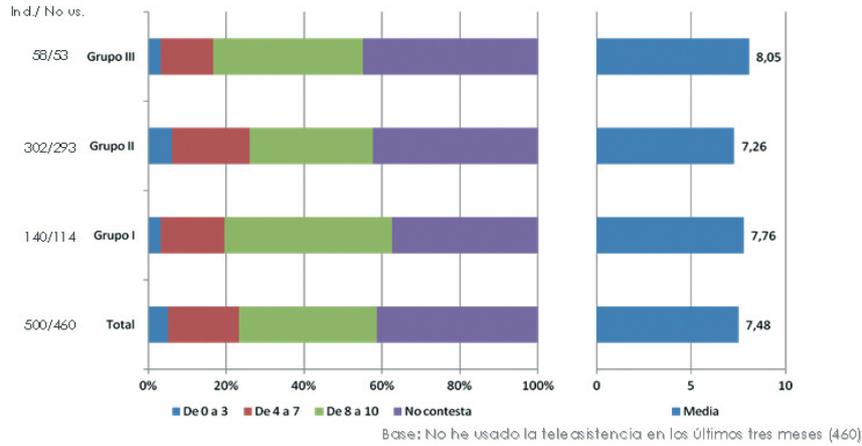


Figura 153.III

6.4.1.4. Personas no usuarias de teleasistencia. Facilidad de acceso y perfil de los grupos

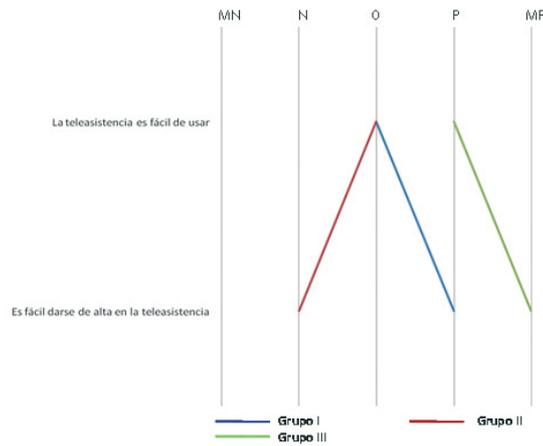


Figura 154.III

Los mayores ante las TIC

6.4.2. Personas no usuarias de teleasistencia. Aspectos económicos

Los aspectos económicos también son peor valorados por los no usuarios que por los que ya utilizan la teleasistencia pero, nuevamente, con valoraciones siempre elevadas. Del mismo modo, el Grupo III muestra el mayor convencimiento tanto de la necesidad como del coste asumible del servicio.

6.4.2.1. Personas no usuarias de teleasistencia. La teleasistencia es un gasto necesario

Es muy de considerar la alta valoración que los no usuarios dan a este aspecto, 7,07, precisamente el económico, porque estamos viendo que toda la muestra (usuarios + no usuarios) está decantada a favor de este servicio.

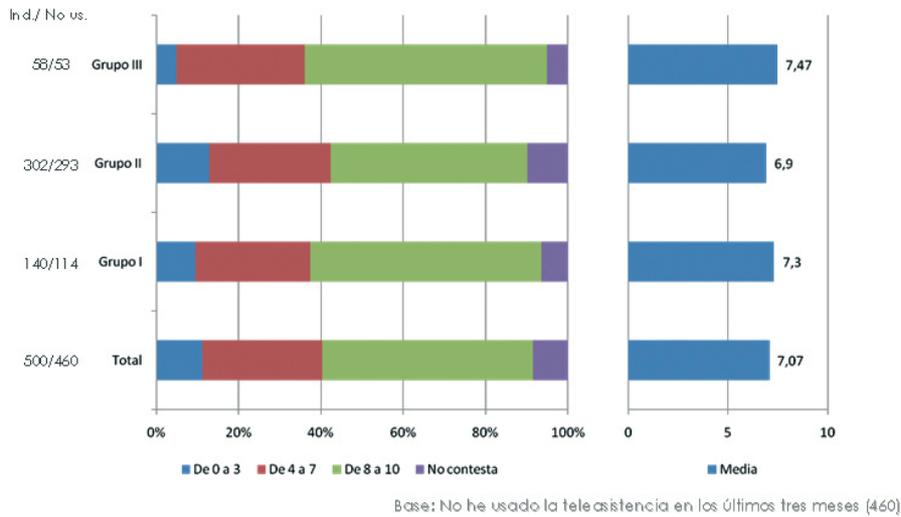


Figura 155.III

6.4.2.2. Personas no usuarias de teleasistencia. La teleasistencia es un gasto que me podría permitir

Aunque en este caso la valoración media entre los no usuarios baja algo, 6,31, sigue siendo relativamente elevada y podemos mantener sin mayor cuidado la afirmación anterior.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

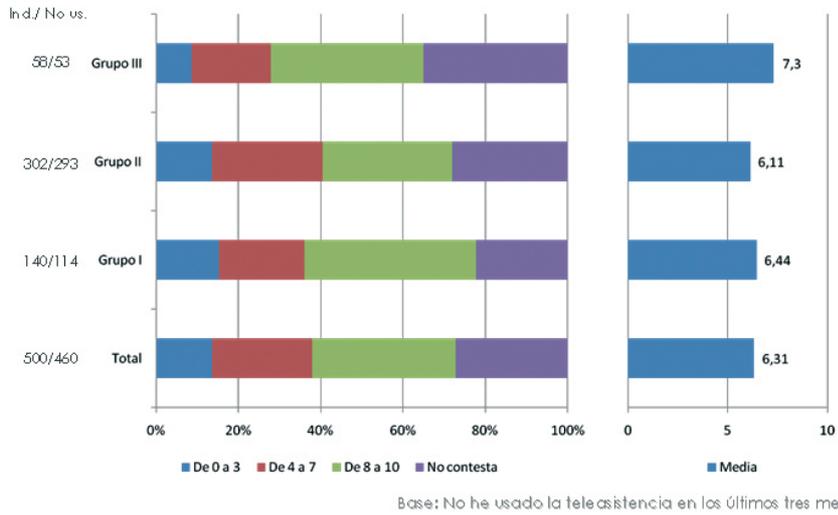


Figura 156.III

6.4.2.3. Personas no usuarias de teleasistencia. Aspectos económicos y perfil de los grupos

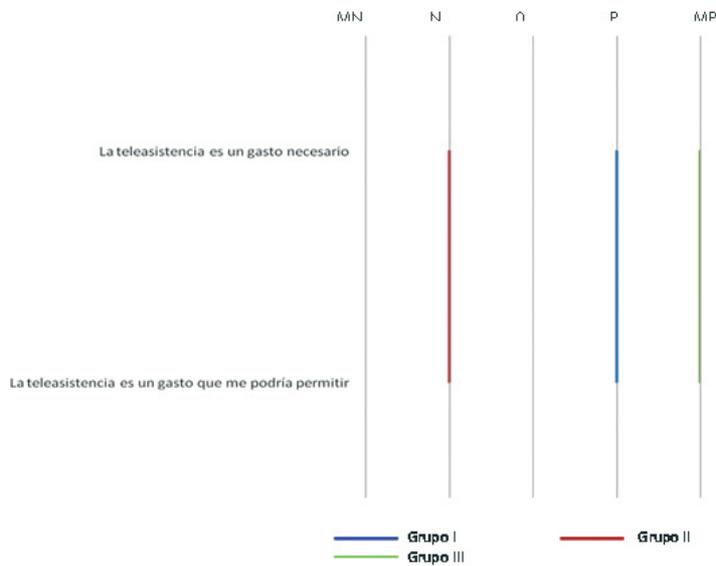
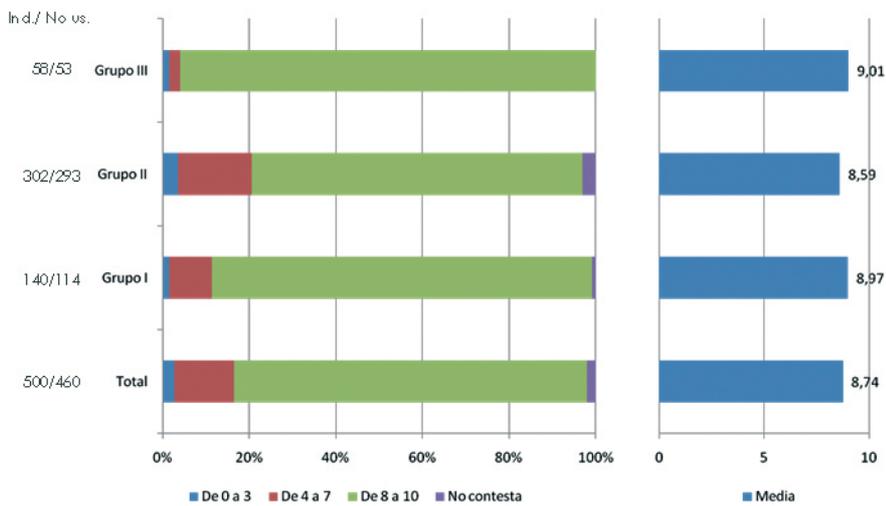


Figura 157.III

6.4.3. Personas no usuarias de teleasistencia. Valores percibidos

Finalmente, respecto a los valores percibidos, en este caso, no existen prácticamente diferencias entre usuarios y no usuarios en cuanto a la valoración. El Grupo III es también el que mejores expectativas tiene sobre el servicio.

6.4.3.1. Personas no usuarias de teleasistencia. Valores percibidos. La teleasistencia es de gran utilidad



Base: No he usado la teleasistencia en los últimos tres meses (460)

Figura 158.III

El tono medio sigue siendo muy alto entre este gran colectivo integrado por un subconjunto de 430 usuarios de los que alrededor de un 80% la percibe como de gran utilidad.

6.4.3.2. Personas no usuarias de teleasistencia. Valores percibidos. La teleasistencia me hará sentir más tranquilo

El subconjunto de no usuarios otorga a este valor percibido una puntuación media de 8,09 lo que no requiere mayor explicación.

3. Hablan los mayores: Investigación cuantitativa

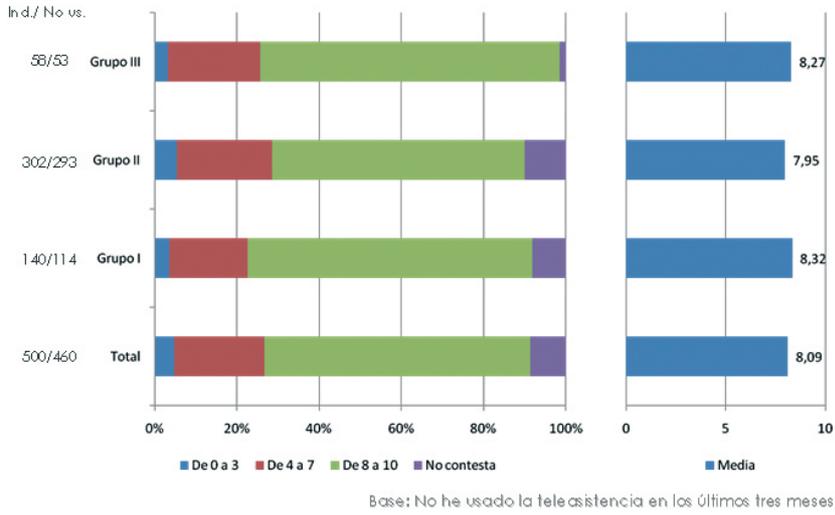


Figura 159.III

6.4.3.3. Personas no usuarias de teleasistencia. Valores percibidos. Perfil de los grupos

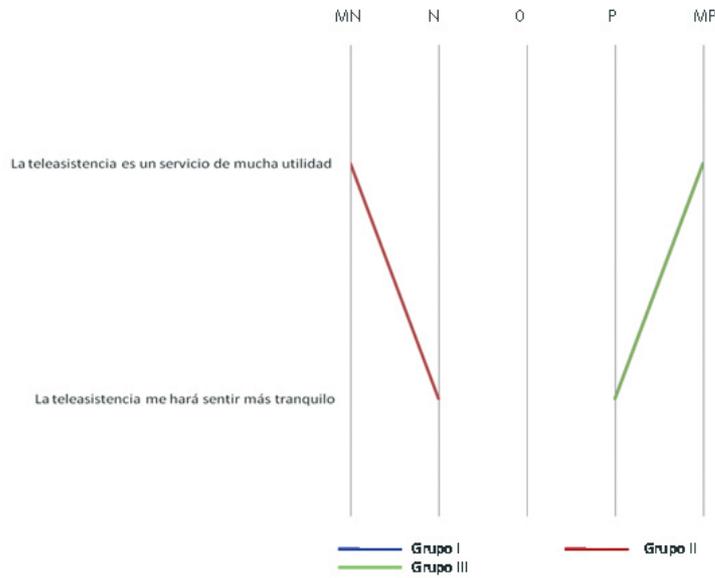
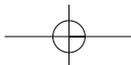


Figura 160.III



6.5. Mayores no usuarios de teleasistencia. Algunas conclusiones

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos determinados por la técnica CHAID, podemos afirmar que existen tres grupos que responden a:

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III
Edad entre 75 y 79 años	Edad entre 65 y 74 años Hábitat de menos de 500.000 habitantes	Edad entre 65 y 74 años Hábitat de más de 500.000 habitantes
140 individuos	302 individuos	58 individuos
18,9% Us. - 81,1% No us.	8,9% Us. - 91,1% No us.	62,7% Us. - 37,3% No us.

6.5.1. Grupo I (140/114)

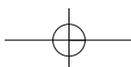
Edad entre 75 y 79 años. Denominados *escépticos*.

- Propensión baja al uso.
- Valoración intermedia de facilidad de acceso.
- Valoración intermedia de aspectos económicos.
- Puntuación intermedia de valores de la tecnología.

6.5.2. Grupo II (302/293)

Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de menos de 500.000 habitantes. Denominados *reticentes*.

- Propensión intermedia al uso.
- Peor valoración de facilidad de acceso.
- Peor valoración de aspectos económicos.
- Peor puntuación de valores de la tecnología.



6.5.3. Grupo III (58/53)

Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de más de 500.000 habitantes. Denominados *expectantes*.

- Mayor propensión al uso.
- Mejor valoración de facilidad de acceso.
- Mejor valoración de aspectos económicos.
- Mejor puntuación de valores de la tecnología.

Aunque las valoraciones son positivas, los no usuarios tienen interiorizada la idea de que la teleasistencia sólo tiene sentido en circunstancias particulares.

6.6. Actitud frente a las nuevas tecnologías relacionadas con la teleasistencia

Para concluir con el análisis de la teleasistencia, se ha preguntado a los encuestados que dieran sus opiniones sobre el interés que les genera, grado de utilidad y disposición al pago respecto a dos tecnologías que suponen la ampliación de servicios dentro de este ámbito: teleasistencia con imagen y un televisor con Internet y teleasistencia. En las siguientes páginas se muestran las valoraciones realizadas, comparando la opinión del total de la muestra con la de cada uno de los grupos delimitados en el análisis CHAID.

6.6.1. Teleasistencia con imágenes

Respecto a la teleasistencia con imágenes, el interés mostrado por el total de la muestra y por los diferentes grupos sólo puede calificarse como moderado. Con leves diferencias, el Grupo III ostenta un interés por encima de la media y también encuentran algo más de utilidad a la tecnología. Hay que recordar que este servicio tecnológico es muy nuevo y puede que muchos sepan poco de él por eso el desconocimiento es remarcable.

6.6.1.1. Teleasistencia con imágenes

Es interesante para usted... la teleasistencia con imagen.



Los mayores ante las TIC

Sobre el conjunto total de la muestra, 500 individuos, más de un 50% considera la teleasistencia con imagen como interesante.

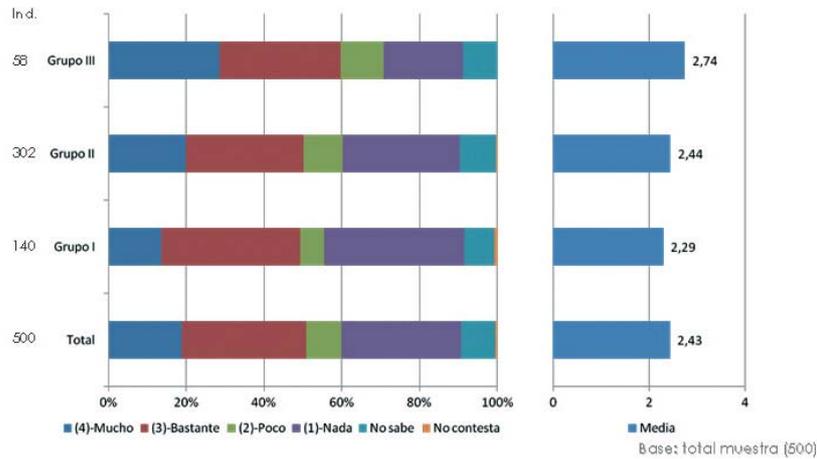


Figura 161.III

6.6.1.2. Teleasistencia con imágenes

Grado de utilidad que tiene para usted... Teleasistencia con Imagen.

Sigue manteniéndose en una respuesta positiva superior al 50% en lo que concierne a la utilidad para el conjunto total de la muestra.

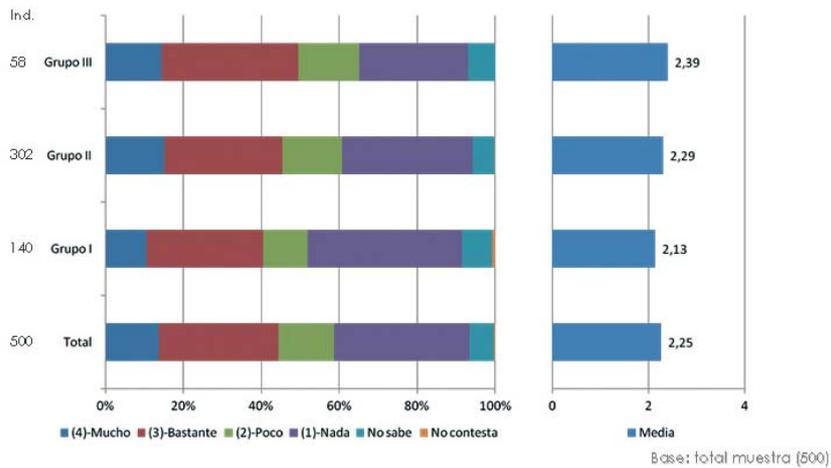
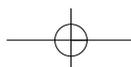


Figura 162.III



6.6.2. Teleasistencia aspectos económicos

Sin embargo, es el Grupo II (y en menor medida el Grupo I) el que tiene un mayor grupo de individuos dispuestos a pagar más por esta mejora, aunque, el interés sigue siendo muy limitado, con sólo un 20% de los encuestados dispuestos a ese mayor esfuerzo económico.

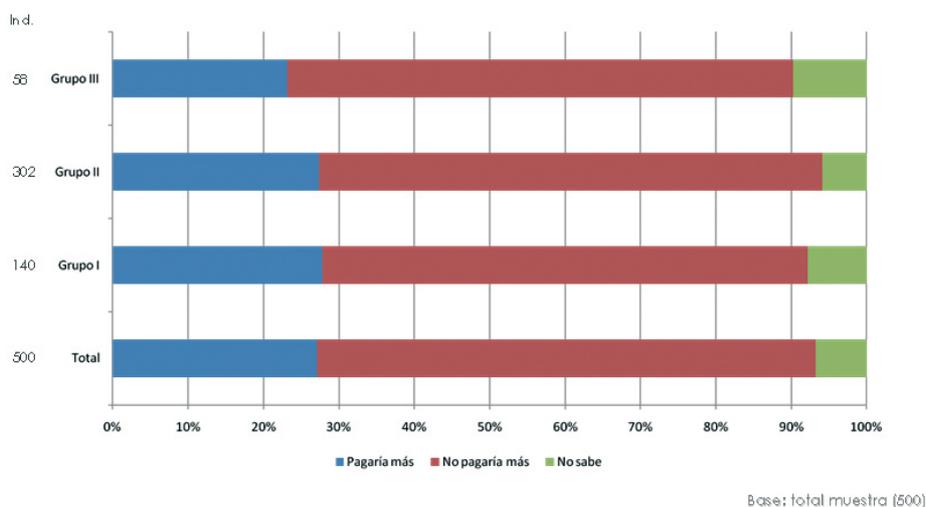


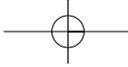
Figura 163.III

6.6.3. Televisión con Internet y teleasistencia

La televisión con Internet y teleasistencia es recibida con algo más de escepticismo por parte de los encuestados. Al igual que en el caso anterior, es el Grupo III, el que mejor actitud tiene frente a la teleasistencia, el que valora por encima de la media el interés que tienen respecto a esta tecnología y el grado de utilidad que puede tener para ellos, aunque la disposición a pagar sigue siendo baja ya que sólo el Grupo III supera el 20% de encuestados en esta situación.

6.6.3.1. Televisión con Internet y teleasistencia

Es interesante para usted una Televisión con Internet y Teleasistencia incorporada.



Los mayores ante las TIC

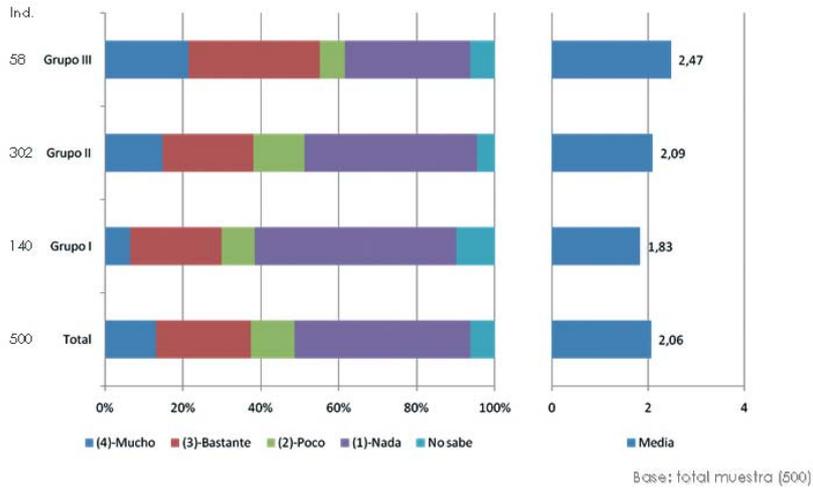


Figura 164.III

6.6.3.2. Televisión con Internet y teleasistencia

Grado de utilidad que tiene para usted... Una televisión con Internet y teleasistencia incorporada.

El valor medio baja en este caso, y tan sólo un 30% de la muestra la considera útil o muy útil.

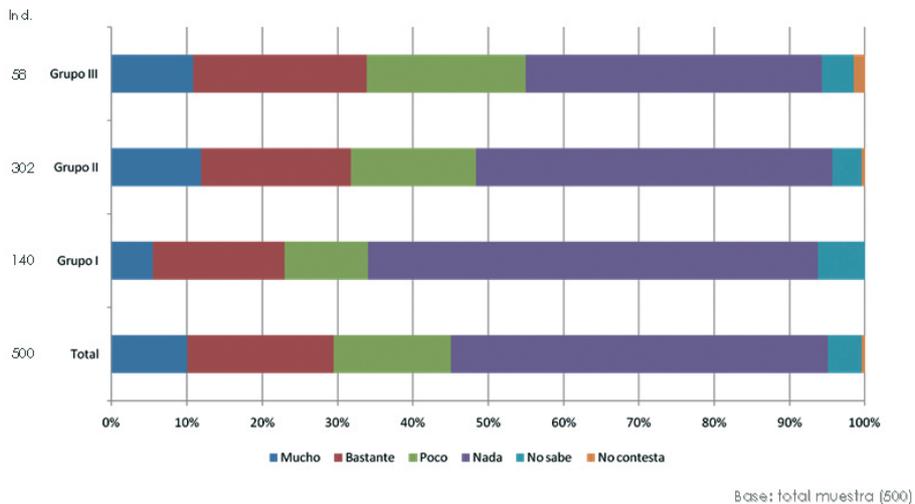
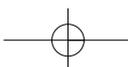


Figura 165.III



6.6.3.3. Televisión con Internet y teleasistencia

Estaría dispuesta a pagar más dinero por una televisión con Internet y teleasistencia incorporada.

Esa falta de interés se acentúa al considerar desembolsos. Un poco menos del 20% dice que pagaría más por tenerla.

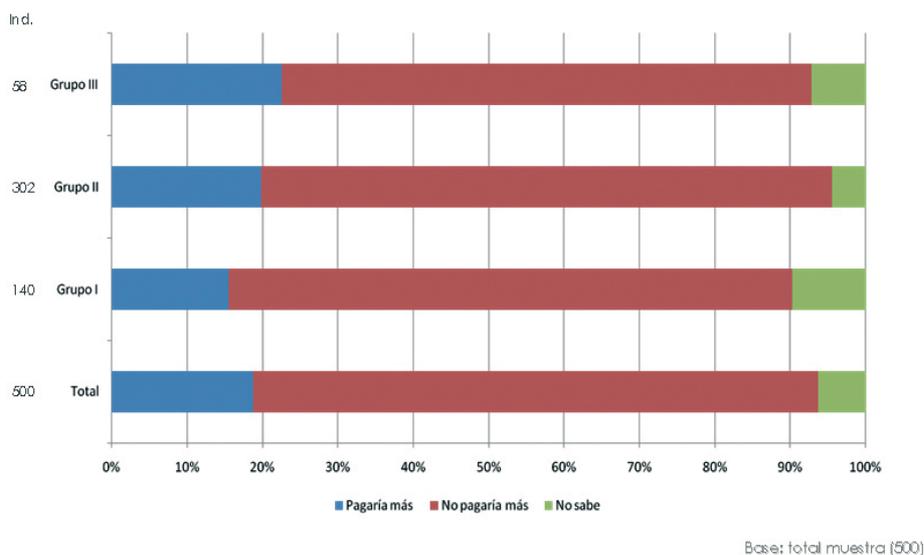


Figura 166.III

7. Apéndices

7.1. El análisis CHAID o Chi-squared Automatic Interaction

Las técnicas del análisis de segmentación, dentro de las cuales se encuadra el CHAID, Chi-squared Automatic Interaction (detector) permiten realizar la tarea de selección de variables relevantes (predictores o independientes) a la hora de explicar las diferencias de comportamiento en una determinada variable (explicada o

dependiente), proporcionando además explicaciones sobre las diferencias que presentan los distintos grupos más allá de su diferente comportamiento respecto a la variable a explicar.

Este análisis tiene una vocación claramente exploratoria, ya que su mecanismo consiste en la búsqueda de las mejores asociaciones de las variables independientes con la dependiente.

El algoritmo CHAID se sirve del estadístico χ^2 para realizar la selección de los mejores pronosticadores. Este estadístico puede calcularse bien mediante la suma de todos los residuos estandarizados al cuadrado (Pearson) (a) o bien utilizando la razón de verosimilitud (b).

$$\text{a. } \chi^2 = \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J \frac{(f_{ij} - f_{ij}^*)^2}{f_{ij}^*} \qquad \text{b. } L^2 = 2 \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J f_{ij} \ln \left(\frac{f_{ij}}{f_{ij}^*} \right)$$

Las etapas que normalmente se siguen para la aplicación del algoritmo CHAID o de cualquier otro algoritmo de segmentación son:

1. Preparación de las variables, que consiste en la selección tanto de la variable dependiente que tenga interés para el análisis como en la elección de un conjunto de variables explicativas cuya relevancia permita realizar una descripción y pronóstico del comportamiento de la variable a explicar. No se recomienda incluir más de diez pronosticadores en el análisis.
2. Fusión de grupos dentro de las categorías de las variables predictoras en el caso en que estas tengan un perfil similar en la variable dependiente.
3. Segmentación inicial, seleccionando en primer lugar la variable independiente que tenga una mayor capacidad de predicción respecto a la variable dependiente.
4. Segunda segmentación, en la que para cada uno de los segmentos conformados en el paso anterior retorna para buscar la variable dependiente que tenga un mayor poder de pronóstico.
5. 5º Sucesiva segmentación, siguiendo el mismo procedimiento que en el paso 4º para cada grupo formado en las segmentaciones previas.



El algoritmo CHAID fue desarrollado originalmente por Cellard *et al.* (1967), siendo las adaptaciones para su utilización mediante software estadístico fruto del trabajo de Magidson (1989, 1993a, 1993b). Su característica distintiva frente a otros algoritmos es que CHAID permite que la segmentación no sea binaria, esto es, pueden formarse segmentos con más de dos categorías en un único paso. Las fases comentadas anteriormente para cualquier técnica de segmentación, se concretan en el análisis CHAID del siguiente modo:

1ª Fase *Reducción de las categorías más discriminantes para cada predictor*

Se trata de reducir las posibles c categorías que puedan tener las variables independientes a un número k inferior que permita simplificar el análisis, sin perder información (o renunciando a una escasa cantidad). Las tres modalidades de reducción dependen del tipo de variable:

- Nominal: En este caso, al no existir un orden concreto, todas las categorías son susceptibles de fundirse entre sí.
- Ordinal: En este caso, dado que existe un orden, sólo son susceptibles de agruparse categorías contiguas, con la excepción de los valores perdidos que, en caso de existir, pueden agruparse con cualquiera de las categorías restantes.
- Cuantitativas: deben ser recodificadas y convertidas en ordinales, utilizando el procedimiento previo.

Para formar los grupos se utiliza el estadístico χ^2 . El algoritmo se detalla a continuación.

Dentro de esta primera fase, pasemos a explicar los pasos a la hora de conformar el algoritmo de formación de grupos en el análisis CHAID.

- 1º. Paso: se forman todos los pares de categorías posibles, en función del tipo de variable predictora.
- 2º. Paso: se calcula para cada grupo el χ^2 correspondiente a su cruce con la variable dependiente. El par con más bajo χ^2 , siempre que no sea significativo (y por tanto no heterogéneo), forma una nueva categoría fruto de la fusión de las categorías incluidas en el par.
- 3º. Paso: en función del resultado del paso 2º, si:
 - Se han fusionado dos categorías: se reinicia el proceso.
 - No se han fusionado dos categorías: fin del proceso. Dicho de otra forma, el proceso termina cuando todos los χ^2 son significativos.

Este proceso dará como resultado una variable que tendrá un número de categorías no inferior a 1 y no superior a c , siendo c el número original de categorías.

2ª Fase *Selección de los mejores pronosticadores*

En este paso hay que calcular para cada pronosticador su χ^2 y comparar las significaciones que se obtienen; no obstante, conviene modificar la significación calculada utilizando el denominado ajuste de *Bonferroni* porque la probabilidad de obtener un resultado significativo aumenta artificialmente con la proliferación de pruebas estadísticas que implica este análisis.

Una vez calculados se elegirá para la primera segmentación aquella variable que ofrezca una mayor χ^2 siempre que sea significativa.

3ª Fase *Iteración en grupos resultantes*

Una vez realizada la segmentación inicial (o las sucesivas) hay que repetir el proceso, realizando en primer lugar la agrupación de categorías siguiendo el paso 1 (hay que tener en cuenta que la variable dependiente cambia sus valores para cada grupo) y aplicar nuevamente el paso 2.

4ª Fase *Finalización del proceso de segmentación*

Si no se ponen límites al proceso de segmentación, el procedimiento arrojaría en general resultados muy complejos y difíciles de interpretar. Para evitar este

efecto, se incluyen en el procedimiento una serie de filtros que detienen el proceso. Concretamente, suele incluirse filtros de segmentación (no permitiendo segmentaciones ni agrupaciones con χ^2 con significación inferior a 0,05) o filtros de tamaño (no permitir grupos que tengan un número de elementos inferior a un determinado nivel) o filtros de nivel (no permitir más de un número determinado de niveles de análisis).

7.2. Perfiles de los grupos de usuarios de las TIC

7.2.1. Mayores usuarios de la Telefonía Móvil

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos de usuarios determinados por la técnica CHAID, volvemos a incluir aquí la Fig. 18 III que determina perfectamente los Grupos a considerar.

A continuación, se exponen los grupos y entre paréntesis la razón entre el número total de individuos y el número exacto de estos que son usuarios. Número total de individuos de un Grupo / número real de usuarios de ese Grupo.

Grupo I (176/138)

Edad entre 65 y 69 años. A los que hemos denominado *La nueva generación: los entusiastas*.

- Uso medio del móvil, usuarios en general experimentados, preferencia por el contrato frente al prepago y acceso al móvil por voluntad propia (adquisición propia del móvil), con alto nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil moderadamente por encima de la media.
- Propensión al gasto moderadamente por encima de la media.
- Gran facilidad de acceso al móvil.
- Alta valoración de las ventajas derivadas del uso del móvil.

Grupo II (67/22)

Edad entre 70 y 79 años. Hábitat de menos de 10.000 habitantes. A los que hemos llamado “*Los reticentes*”.

- Un uso del teléfono móvil moderadamente alto de usuarios, en general experimentados aunque menos que la media, con preferencia por el prepago frente al contrato, y han accedido al teléfono móvil empujados por otro (regalo del móvil), con bajo nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil moderadamente por encima de la media, excepto en el envío y recepción de mensajes (mayor complejidad).
- Propensión al gasto por debajo de la media, especialmente en la adquisición de terminales
- Mayor dificultad de acceso al móvil.
- Alta valoración de las ventajas derivadas del uso del móvil de libertad y tranquilidad.

Grupo III (172/108)

Edad entre 70 y 79 años. Hábitat de más de 10.000 habitantes. Nivel de estudios primario o inferior. A los que hemos denominado “*Los obligados*”.

- Uso del móvil bajo, usuarios en general menos experimentados, preferencia por el prepago frente al contrato y acceso al móvil empujado por otro, con alto nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil por debajo de la media.
- Propensión al gasto por debajo de la media.
- Mayor dificultad de acceso al móvil.
- Alta valoración de las ventajas derivadas del uso del móvil de libertad y tranquilidad.

Grupo IV (85/69)

Edad entre 70 y 79 años. Hábitat de más de 10.000 habitantes. Nivel de estudios superior a primario. A los que hemos denominado “*Los líderes*”.

Estos líderes son susceptibles de ser motivados para convertirse en “apóstoles” o difusores y formadores de esta tecnología a favor de otras personas mayores.

- Un alto uso del móvil, usuarios en general experimentados, preferencia por el contrato frente al prepago, acceso al móvil por voluntad propia, con alto nivel de autoaprendizaje.
- Utilización de los servicios básicos del móvil por encima de la media.
- Propensión al gasto por encima de la media.
- Menor dificultad de acceso al móvil.
- Valoración de las ventajas derivadas del uso del móvil por debajo de la media.

7.2.2. Mayores no usuarios de la Telefonía Móvil

Atendiendo a los análisis, los grupos de no usuarios también muestran perfiles característicos. Introducimos de nuevo el cuadro poniendo el énfasis en las personas no usuarias.

El cociente 176/38, significa el número de individuos pertenecientes al Grupo I dividido entre los no usuarios del mismo. Y así en el resto.

Grupo I (176/38)

Edad entre 65 y 69 años. Los hemos considerado como posibles *Nuevas incorporaciones*.

- Elevada intención de uso.
- Menor efecto de las barreras económicas.
- Efecto moderado de las barreras de aprendizaje.
- Escaso efecto de barreras de actitud, salvo el miedo a ser engañado.

Grupo II (67/45)

Personas de edad comprendida entre 70 y 79 años. Residentes en municipios de menos de 10.000 habitantes. Considerados *Los escépticos*.

Grupo III (172/64)

Personas de edad comprendida entre 70 y 79 años. Residentes en municipios de más de 10.000 habitantes. Con estudios primarios o de rango inferior. Considerados *Los abandonados o automarginados*.

- Baja intención de uso.
- Mayor efecto de las barreras económicas.
- Bajo efecto de las barreras de aprendizaje.
- Menor efecto de barreras actitudinales.

Grupo IV (85/16)

Personas de edad comprendida entre 70 y 79 años residentes en municipios de más de 10.000 habitantes. Con estudios secundarios o incluso superiores. Considerados *Las causas perdidas*.

- Baja intención de uso.
- Moderado efecto de las barreras económicas.
- Menor efecto de las barreras de aprendizaje.
- Bajo efecto de barreras de actitud.

7.2.3. Mayores usuarios de Internet

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos de usuarios determinados por la técnica CHAID, podemos afirmar que existen cuatro grupos claramente caracterizados:

Grupo I (104/2)

Nivel de estudios inferior a primario. Llamados los *“entusiastas”*.

- Es el grupo que más tarde se ha incorporado pero se sitúa al nivel del más avanzado en frecuencia de uso.
- Disponen de acceso en el hogar por encima de la media.

- Bajo nivel de autoaprendizaje.
- Uso intensivo de determinados servicios de Internet.
- Opiniones extremas. Barreras económicas y de aprendizaje.

Grupo II (58/9)

Nivel de estudio secundario. Llamados los “forzados”.

- Frecuencia de uso moderadamente alta, tiempo usando Internet en la media.
- Disponen de acceso en el hogar en la media.
- Bajo nivel de autoaprendizaje.
- Niveles medios de uso de los servicios básicos de Internet y alto en la telefonía IP.
- Barreras vinculadas con el aprendizaje. Alta percepción de los valores de Internet. No existen barreras económicas.

Grupo III (217/19)

Nivel de estudio primario. Tiene hijos. Llamados los “rezagados”.

- Menor frecuencia de uso, incorporación tardía.
- Disponen de acceso en el hogar en la media.
- Bajo nivel de autoaprendizaje.
- Escaso uso de todos los servicios de Internet.
- Barreras económicas. Alta valoración de las ventajas de Internet y de la facilidad de acceso.

Grupo IV (24/0)

Hemos dejado fuera de esta clasificación al Grupo IV porque como recordaremos su número de usuarios era 0. Volveremos a él seguidamente, cuando estudiemos el epígrafe “Mayores no usuarios de Internet”.

Grupo V (42/26)

Estudios universitarios. Edad entre 65 y 69 años. Es un grupo en *desarrollo*.

- Frecuencia de uso media, tiempo usando Internet en más alto.
- Los que menos disponen de acceso en el hogar.
- Moderado nivel de autoaprendizaje.
- Niveles altos de uso de los servicios básicos y avanzados de Internet.
- Sin barreras. Baja valoración de las ventajas de Internet.

Grupo VI (56/20)

Estudios universitarios. Edad entre 70 y 79 años. Son los *líderes*.

- Frecuencia de uso más alta, tiempo usando Internet en más alto.
- Los que más disponen de acceso en el hogar.
- Mayor nivel de autoaprendizaje.
- Niveles altos de uso de los servicios básicos de Internet y alto en la telefonía IP.
- Sin barreras. Baja valoración de las ventajas de Internet.

7.2.4. Mayores no usuarios de Internet

Los no usuarios muestran también características que en conjunto constituyen perfiles que podrían calificarse como:

Grupo I (104/102)

Nivel de estudios inferior a Primarios. Denominados *alejados*.

- Los menos conocedores de Internet.
- Baja proporción de usuarios que seguro o casi seguro se van a conectar en el futuro.
- Consideración moderada de los aspectos económicos como barrera.

- Moderadas barreras de actitud.
- Fuertes barreras de aprendizaje.

Grupo II (58/49)

Estudios secundarios. Denominados *náufragos*.

- Relativamente alto conocimiento de Internet.
- Moderada intención de conexión en el futuro.
- Baja consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Moderadas barreras de actitud.
- Moderadas barreras de aprendizaje.

Grupo III (217/198)

Estudios primarios. Tiene hijos. Denominados *bloqueados*.

- Moderado conocimiento de Internet.
- Moderada intención de conexión en el futuro.
- Moderada consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Moderadas barreras de actitud.
- Fuertes barreras de aprendizaje.

Grupo IV (24/24)

Estudios primarios. No tiene hijos. Denominados *irrecuperables*.

- Moderado conocimiento de Internet.
- La menor proporción de usuarios que seguro o casi seguro se van a conectar en el futuro.
- Consideración elevada de los aspectos económicos como barrera.
- Fuertes barreras de actitud.
- Fuertes barreras de aprendizaje.

Grupo V (42/16)

Estudios universitarios. Edad entre 65 y 69 años. Denominados *potenciales*.

- Los que tienen mayor conocimiento de Internet.
- La mayor intención de conexión en el futuro.
- Media-alta consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Bajas barreras de actitud.
- Bajas barreras de aprendizaje.

Grupo VI (56/36)

Estudios universitarios. Edad entre 70 y 79 años. Denominados *a conquistar*.

- Moderado conocimiento de Internet.
- Baja intención de conexión en el futuro.
- Moderada consideración de los aspectos económicos como barrera.
- Bajas barreras de actitud.
- Bajas barreras de aprendizaje.

7.2.5. Mayores usuarios de teleasistencia

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos de usuarios determinados por la técnica CHAID, podemos afirmar que existen tres grupos que responden a:

Grupo I (140/26)

Edad entre 75 y 79 años. Denominados *exigentes*.

- Más veteranos con esta tecnología.
- Menor frecuencia de pago.
- Menos satisfacción con el servicio.
- Encuentran más barreras para el acceso y valoran menos positivo los aspectos económicos.
- Puntúan menos positivamente los valores de la tecnología.

Grupo II (302/9)

Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de menos de 500.000 habitantes. Denominados *obstaculizados*.

- Menos veteranos con esta tecnología.
- Mayor frecuencia de pago.
- Mayor satisfacción con el servicio.
- Encuentran menos barreras para el acceso y pero sí encuentran barreras económicas.
- Puntúan positivamente los valores de la tecnología.

Grupo III (58/5)

Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de más de 500.000 habitantes. Denominados *convencidos*.

- Veteranía intermedia con esta tecnología.
- Mayor frecuencia de pago.
- Mayor satisfacción con el servicio.
- Encuentran menos barreras para el acceso y valoran positivamente los aspectos económicos.
- Puntúan positivamente los valores de la tecnología.

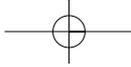
7.2.6. Mayores no usuarios de teleasistencia

A la vista de los análisis previos respecto a los grupos determinados por la técnica CHAID, podemos afirmar que existen tres grupos que responden a:

Grupo I (140/114)

Edad entre 75 y 79 años. Denominados *escépticos*.

- Propensión baja al uso.
- Valoración intermedia de facilidad de acceso.



Los mayores ante las TIC

- Valoración intermedia de aspectos económicos.
- Puntuación intermedia de valores de la tecnología.

Grupo II (302/293)

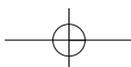
Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de menos de 500.000 habitantes. Denominados *reticentes*.

- Propensión intermedia al uso.
- Peor valoración de facilidad de acceso.
- Peor valoración de aspectos económicos.
- Peor puntuación de valores de la tecnología.

Grupo III (58/53)

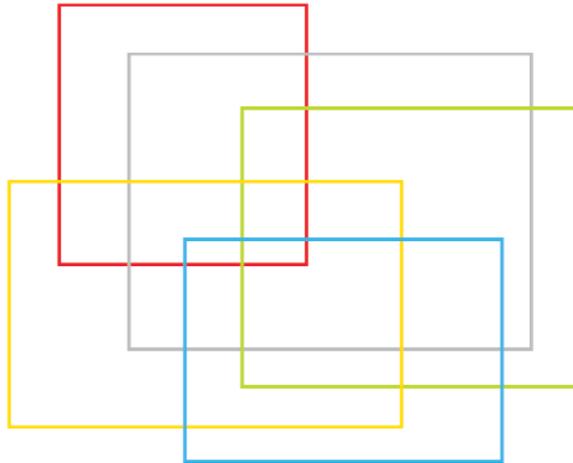
Edad entre 65 y 74 años. Hábitat de más de 500.000 habitantes. Denominados *expectantes*.

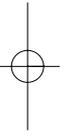
- Mayor propensión al uso.
- Mejor valoración de facilidad de acceso.
- Mejor valoración de aspectos económicos.
- Mejor puntuación de valores de la tecnología.





4. Conclusiones

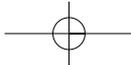




1.- Perspectivas generales

Los mayores en España ante las TIC: situación demográfica y dimensión sociológica

- El número total de personas mayores, con edades comprendidas entre los 65 años o más en España, asciende a 7.785.480 personas, un 17,2% de la población total. De ellos, 5.549.621 tienen edades comprendidas entre 65 y 79 años, lo que equivale a un 12,1% de la población total.
- La valoración de algunos de los principales indicadores relativos a la utilización de tecnologías de la información y las comunicaciones entre las personas mayores de 65 años, tanto en España como en el conjunto de Europa, ha puesto de manifiesto la existencia real de una *fractura digital* en lo que se refiere a las personas mayores. Su uso y, consecuentemente, su disponibilidad, tiende a reducirse entre las edades más avanzadas, de forma más evidente y rotunda cuanto más complejo es el uso y la comprensión de la tecnología.
- Esta diferencia tiende a ser menor en los países con una mayor tradición y cultura tecnológica, muy especialmente los nórdicos y los Países Bajos. Se podría decir que estos países ya han realizado un recorrido tecnológico, reduciendo sensiblemente sus diferencias internas a través de un camino que el resto de naciones deben superar más tarde o más temprano.
- Asimismo, dentro de cualquier país, y muy significativamente en el ámbito español, existen notables diferencias de uso en función del nivel de educa-



ción recibido, así como de la capacidad económica, siendo menores las distancias derivadas de diferencias en el hábitat y prácticamente testimoniales las existentes entre hombres y mujeres. Así, tanto el aprendizaje como los costes aparecen como dos barreras muy relevantes, ya sean efectivas o únicamente psicológicas, para la incorporación de las personas mayores al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Las recetas para superar estos problemas pueden ir desde la formación a la simplificación de las tecnologías, sin olvidar la reducción de precios al apoyo público por otra, como se ha visto en relación a la teleasistencia.

- En los próximos años muchas personas habituadas a utilizar estas tecnologías en su vida cotidiana o en su trabajo superarán los 65, lo que augura un incremento casi natural del uso de las tecnologías que será mayor con cada generación. En este caso, el reto consistirá en mantener el interés de estas personas por las TIC, ofreciéndoles medios y servicios adecuados y adaptados a sus nuevas necesidades, evitando que caigan, de forma voluntaria o inadvertida, en la *fractura digital*.
- El núcleo de población con edades comprendidas entre 65 y 79 años ha modificado sus hábitos con respecto a etapas pretéritas. Cada vez muestran una actitud menos pasiva, en términos relativos, ante las posibilidades que se les ofrecen desde el ámbito familiar y diferentes sectores, incluido el público, de realizar actividades que se ajusten a sus inquietudes. Sus relaciones sociales se han diversificado, y ya no se limitan a los vínculos de amistad o familiares. Ahora compaginan los viajes turísticos con los espectáculos de ocio y culturales. Asimismo, cada vez es mayor el número de personas mayores que realizan actividades físicas y/o deportivas.
- No todos los mayores españoles con edades comprendidas entre los 65 y los 80 años tienen un perfil emocional común. Existen al menos dos perfiles emocionales que, eso sí, poseen un elemento común: su carácter más bien conservador.
 - Perfil más activo. Corresponde a sujetos con edades comprendidas entre 65 y 75 años. Son más activos y aspiran a gozar de una autonomía personal lo más plena posible para desarrollar tanto nuevas inquietudes como realizar actividades que siempre han querido hacer.



- Perfil menos activo. Agrupa a aquellos sujetos de 80 o más años que tienen que lidiar con el sentimiento de soledad y el decaimiento físico y psíquico.
- Son precisamente el estado emocional y el estilo de vida de nuestros mayores, factores que van a condicionar fuertemente la motivación y la actitud hacia las TIC. Así, los mayores que se sienten solos, tienen, según nuestro análisis, una actitud ambivalente ante la tecnología. Por un lado, les sirve de apoyo para cubrir necesidades de carácter emocional y funcional. Sin embargo, por otra parte se pone de manifiesto una fuerte lejanía hacia las TIC como herramienta de apoyo para cubrir estas necesidades.
- La actitud conservadora no facilita la incorporación a las TIC. Desde los significados que justifican y niegan la tecnología, presentes básicamente en los grupos que poseen conocimientos básicos y medios en el uso de TIC, se articula el discurso de sentirse víctimas del progreso. Se trata, en primer lugar, de un discurso que conecta directamente con la no interiorización de la tecnología en su vida cotidiana. El grupo que articula este discurso muestra desinterés y ninguna intención de cambiar de actitud.
- En segundo lugar, hay un grupo que articula un discurso alternativo que les sirve para justificar su lejanía de las TIC. Esa lejanía viene dada por la incapacidad y una cierta falta de voluntad para esforzarse. Las personas mayores comprendidas en este apartado que justifican o niegan la tecnología; se sienten analfabetos tecnológicos.

2.- Análisis cualitativo

La experiencia en el uso de TIC: telefonía móvil Internet y teleasistencia

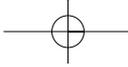
- La reducción de la *fractura digital* ha de suponer un objetivo social de primer orden. Es precisamente en el ámbito de los mayores donde más incidencia tiene dicha brecha, debido a sus problemas de comunicación, de soledad, de necesidad, de ayuda, etc. La Fundación Vodafone España, que ya ha realizado algún estudio en esta línea (*TIC y dependencia. Estudio de opinión*) y es referencia en este campo, quiere seguir profundizando en esta línea de actuación, desde una triple perspectiva:
 - Establecer un análisis de la situación actual.
 - Profundizar en las barreras de accesibilidad.
 - Dimensionar las barreras y los umbrales de asequibilidad.
- Del estudio realizado por la Fundación Vodafone se desprende que tanto el estado emocional como el estilo de vida de nuestros mayores influyen en su motivación y actitud ante las TIC. Así, los mayores que se sienten solos entienden que las herramientas tecnológicas les pueden proporcionar apoyo para cubrir necesidades de carácter emocional, aunque al mismo tiempo las sienten como lejanas.



- En relación con el aspecto motivacional del uso de las TIC, el campo del significado permite abrir aún más el análisis. Se han detectado tres significados en relación a las TIC:
 - Significados que positivizan a la tecnología.
 - Significados que justifican a la tecnología.
 - Significados que niegan la tecnología.



- Más allá de la motivación y la actitud que se genera hacia las TIC, a la tecnología se le reconoce una serie de valores admitidos y consensuados por todos:
 - Autonomía, que implica tener un mayor espacio de libertad e independencia personal.
 - Seguridad, que supone una cuestión clave para las personas mayores.
 - Conexión con el mundo.
 - Comunicación, un valor fundamental en estos nuevos tiempos impregnados por la tecnología.



Los mayores ante las TIC

VALORES DE LA TECNOLOGÍA

Más allá de la motivación y finalmente la actitud que se genera hacia las TIC, a la tecnología se le reconoce una serie de valores admitidos y consensuados por todos.



- El estudio identifica un rango de necesidades humanas (desde las más personales, como la seguridad, hasta motivaciones aspiracionales como la autonomía personal), que conecta directamente con el substrato motivacional de los mayores hacia las TIC.

PIRÁMIDE DE NECESIDADES TIC

Se han identificado un rango de necesidades del sujeto que conectan directamente con un substrato motivacional hacia las TIC.



- Se han detectado tres aspectos claves que condicionan poderosamente a la persona mayor en su posicionamiento actitudinal hacia las TIC. En primer lugar, la formación tecnológica previa asumida en su periodo de trabajadores activos. Las amas de casa, y las personas de mayor edad, en torno a los 80 años y más, son las más alejadas de las TIC. El segundo factor, las cuestiones relacionadas con la situación anímica y física, limita poderosamente su capacidad de aprendizaje y sus posibilidades de acceso. Por último, el contexto familiar y social de la persona mayor es un factor que condiciona en exceso tanto la capacidad de acceso como la adquisición de la voluntad para aprender a acceder a las TIC.

LAS CLAVES PARA ENTENDER LAS ACTITUDES HACIA LAS TIC

Se han detectado tres aspectos claves que condicionan fuertemente al "sujeto" en su posicionamiento actitudinal hacia las TIC.



- El estudio pone de manifiesto que existen una serie de barreras o limitaciones que contribuyen a alejar a las personas mayores de 65 años de las TIC. Las más importantes son las relacionadas con la falta de motivación, bajo las que se esconde una actitud de rechazo a priori de la tecnología.

Los mayores ante las TIC

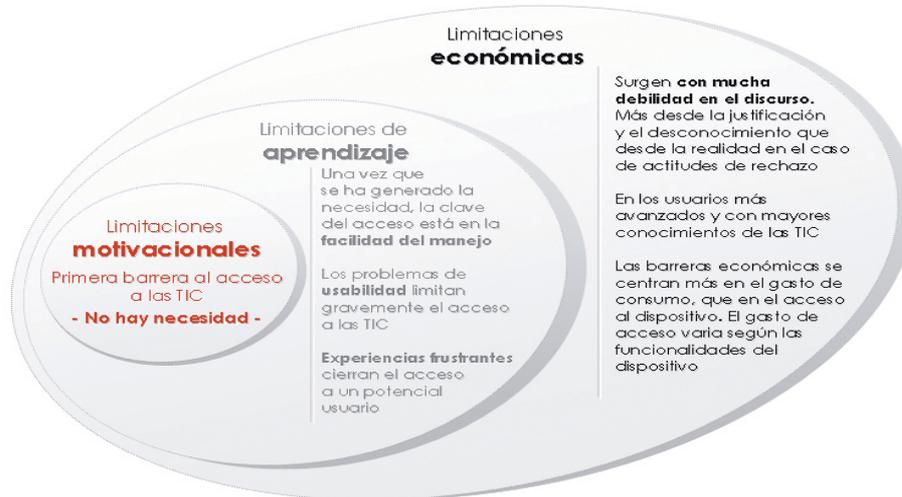
BARRERAS DE ACCESO A LAS TIC

Finalmente podemos hablar de los grandes barreras que limitan a los mayores de 65 años al acceso a las TIC.



- Pero también existen limitaciones de carácter funcional, sobre todo en el caso de personas que presentan una discapacidad agravada por la edad que les acarrea dificultades para acceder a la tecnología. Las barreras menos importantes son las relacionadas con factores económicos, que suelen surgir cuando las TIC ya están incorporadas por el sujeto y se han superado el resto de limitaciones.

→ La barreras económicas surgen cuando ya se tienen incorporadas las TIC y se han superado el resto de limitaciones

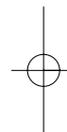


- Existen cuatro grandes perfiles hacia las tecnologías por parte de algunas personas mayores. El primero de ellos es el perfil de *rechazo*. La persona caracterizada en este grupo manifiesta estar altamente desmotivada hacia el uso de las TIC y articula un discurso crítico hacia el uso de la tecnología, al considerar que incorporar las TIC a su vida cotidiana conlleva asumir un proceso de dependencia, por lo que adopta una actitud de rebeldía hacia esa supuesta pérdida de autonomía. Generar un impulso hacia las TIC conlleva en este colectivo un fuerte esfuerzo, que se inicia asumiendo sus limitaciones.
- El perfil de la *resignación* engloba a aquellas personas que aún no han usado las TIC y necesitan un fuerte impulso para intentarlo. Esta actitud se justifica desde la creencia de que las TIC están dirigidas a gente más joven y el convencimiento de que el acceso a las TIC requiere de unas aptitudes que ellos no tienen. Sienten que les han impuesto la tecnología en su contexto familiar y/o social, por razones como el consejo del médico, la presión de hijos o la necesidad de sentirse más seguros, al haber aceptado una situación de soledad y/o de cierta discapacidad física y/o psíquica.
- El perfil de la *obligación* está compuesto por personas mayores con una motivación básica hacia el uso de las TIC y que articula un discurso de obligación desde la seguridad y la comodidad que les reportan. El teléfono móvil y la teleasistencia son, entre las personas más mayores, las tecnologías que han incorporado más habitualmente a sus vidas.
- Las personas mayores en las que se observa el perfil *utilitarista* presentan una motivación entre media-alta y alta hacia el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, hacia las que articulan un discurso de utilidad desde las posibilidades de comunicación e información que les confieren. Se consideran usuarios avanzados del móvil, habiendo superado ya las barreras de usabilidad y se manejan de forma básica/media con Internet, un medio con el que no están estrechamente vinculados.
- El perfil *entusiasta*, que corresponde a usuarios avanzados tanto del móvil como de Internet, piensa que las TIC son causa de un doble desarrollo; uno en el plano personal, lo que les permite "estar en el mundo con todas sus posibilidades", y otro, en un plano general, ya que las TIC son un motor clave del desarrollo mundial actual. Igualmente entienden que su futuro y el de toda la sociedad pasan por la incorporación de las TIC al día a día.



TIPOLOGÍAS ACTITUDINALES

Se han identificado cinco perfiles actitudinales que nos hablan de una realidad motivacional y de una experiencia de uso diferenciada hacia las TIC.



La experiencia en el uso de TIC: Telefonía Móvil, Internet y Teleasistencia

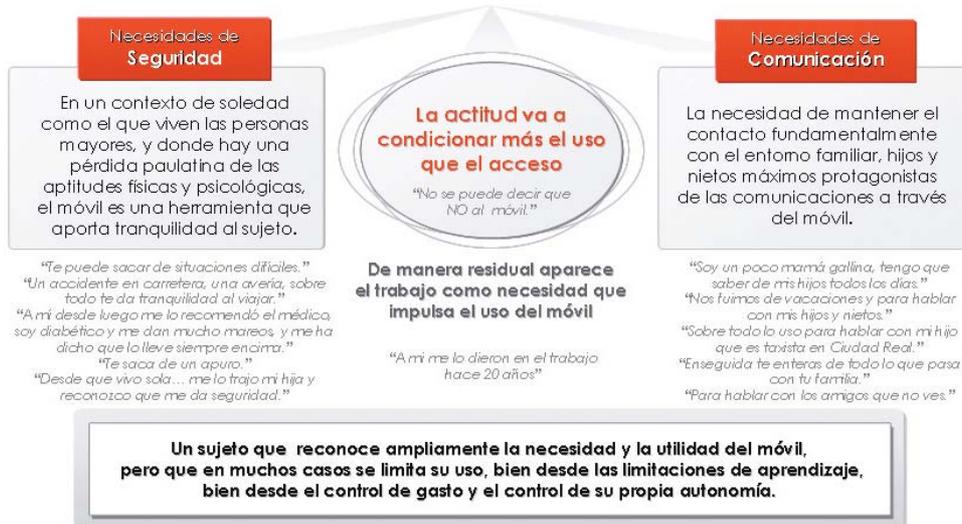
- A modo de reflexión inicial, dos aspectos resumen las aspiraciones de las personas mayores de 65 años en relación con la tecnología. En primer lugar, buscan dispositivos pequeños que sean fácilmente manejables y permitan una comunicación sencilla y cómoda. Además, demandan que tales dispositivos incorporen imagen, a fin de que la comunicación resulte más cercana y humana y les proporcione una conexión con el entorno. No hay que olvidar, sin embargo, que el uso de imagen puede llegar a generarles sensación de intrusismo y pérdida de intimidad.
- La facilidad de aprendizaje aparece como palanca clave de acceso a cualquier innovación de las TIC. Si la tecnología es sencilla y cubre sus aspiraciones, se justificaría el gasto. Quizá por ello, el teléfono móvil es el protagonista de las aspiraciones tecnológicas entre la mayoría de los participantes en la encuesta.



- La capacidad actual de afrontar el gasto de las TIC entre las personas mayores es alta. El acceso a las mismas suele ser en su inicio gratuito, bien porque se lo regala la familia, en forma de teléfono móvil y ordenador, o también porque una institución pública paga los servicios de teleasistencia e Internet. Pese a que este colectivo realiza un alto control del desembolso que efectúa, el gasto en TIC se considera como asumido y necesario.
- Analizando el impacto de cada una de las tecnologías por separado, encontramos que el acceso a la telefonía móvil por parte del colectivo de mayores está fuertemente impulsado en la actualidad por su entorno familiar, tanto hijos como nietos. En cambio, entre el grupo de usuarios avanzados, el protagonismo de la persona en el acceso al teléfono móvil es mayor, así como en la elección del dispositivo.

LA NECESIDAD DEL MOVIL

La necesidad de tener móvil conecta directamente con las necesidades más básicas del uso de las TIC, de ahí que sea la TIC más extendida entre el colectivo de mayores, independientemente de la actitud que se tenga hacia las TIC.



- El proceso de aprendizaje en el uso del teléfono móvil es un proceso que se caracteriza por ser tutelado (tan sólo la persona con conocimiento más avanzado se reconoce como autodidacta), así como difícil en lo que respec-

ta a la comprensión de instrucciones y a la familiarización del nuevo lenguaje y limitado. Sólo entre el grupo de usuarios avanzados se reconoce el interés por aprender nuevas funcionalidades.

- La renovación del móvil está condicionada por factores como una promoción interesante, que les impulse a cambiarse de terminal o un proceso de aprendizaje avanzado, que les estimule y no frene el proceso de cambio.
- Por regla general, se detecta una actitud de control hacia el teléfono móvil, actitud que se intensifica entre usuarios más básicos y con actitudes más resignadas y utilitaristas. En este contexto, se genera una fuerte racionalización del uso del teléfono móvil. Así, el gasto en telefonía móvil no suele superar en la mayoría de los casos los 30 euros.
- Por lo que respecta a Internet, es fundamental destacar la gran importancia que tienen dos factores esenciales: la formación, que ha de ser personalizada en función del perfil del usuario, y el contexto familiar, que resulta clave en el impulso necesario para acceder a Internet. Las personas entrevistadas piensan que el proceso de aprendizaje de Internet es un camino que ha de ser tutelado mediante formación adecuada y personalizada, la familia y el entorno laboral. Este es un proceso que las personas mayores que inician con "temor" e "inseguridad" pero en el que la persona va adquiriendo confianza desde la formación específica. Un proceso, en definitiva, que genera unos usuarios independientes, con cierta capacidad de ser autónomos.
- El impulso de acceso a Internet surge en personas con una notable necesidad de mantenerse activas y emprender cosas nuevas. La necesidad de acceder a Internet requiere una motivación media y avanzada por parte de la persona mayor, que consideran la red como herramienta de desarrollo personal que les proporciona conocimiento para desarrollar aficiones. Asimismo, les resulta lo suficientemente práctica y útil como para convertirse en herramienta para gestionar vacaciones y espectáculos. Con todo, la mayoría de personas mayores encuestadas no conectan con el medio, debido a actitudes como la negación a priori y la resignación.

LA NECESIDAD DE INTERNET

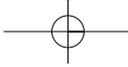
La necesidad de acceder a Internet requiere una motivación media y avanzada por parte del sujeto.

- Un sujeto con fuerte necesidad de mantenerse activo y emprender cosas nuevas -



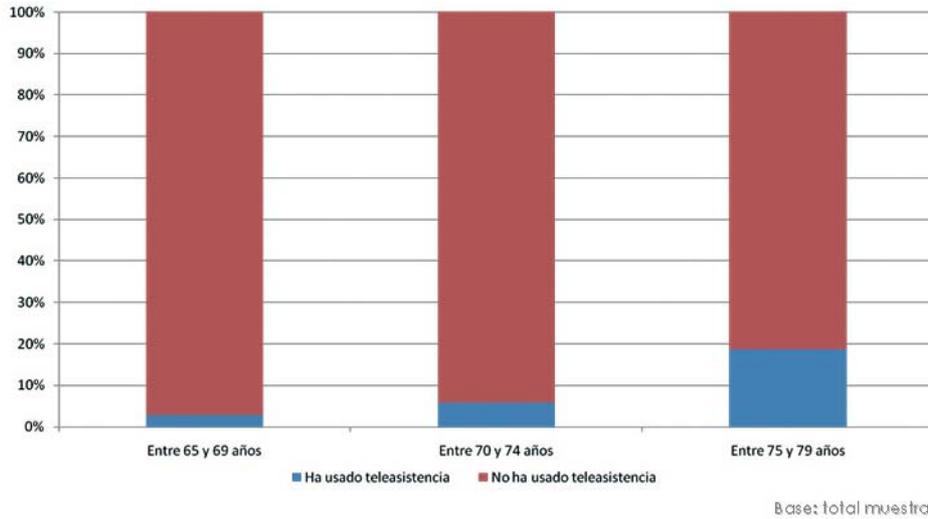
El acceso a Internet está muy determinado por la actitud hacia las TIC. Es necesario una actitud utilitarista y/o de entusiasmo para acceder a Internet

- Las limitaciones al uso de Internet, que afectan a buena parte de la población mayor, se agravan con el desconocimiento de las redes sociales (nadie sabía lo que eran), chats y blogs, y el miedo a comprar en la red y registrarse en páginas en las que haya que dar información privada. Cuando se explica al grupo en qué consiste Facebook, y en general el concepto de redes sociales, se generan actitudes de entusiasmo entre los participantes, sobre todo entre las mujeres.
- Los no usuarios de Internet muestran un gran desconocimiento de los gastos aparejados a la compra de un ordenador o el acceso a Internet. Por su parte, los usuarios de Internet nos hablan de ordenadores que les han regalado en la mayoría de los casos. La compra oscila entre los 300 y 700 €.
- La teleasistencia está dirigida a personas mayores que viven solas o lo permanecen mucho tiempo. Es una tecnología que tiene un proceso de aprendizaje rápido y cubre unas necesidades muy básicas del sujeto, como la seguridad y comunicación. El acceso está impulsado fundamentalmente por



Los mayores ante las TIC

los hijos cuando los padres se encuentran solos o han vivido una mala experiencia. Constituye una experiencia muy positiva por dos grandes aspectos: la tranquilidad y bienestar que reporta y el hecho de ser una tecnología que no genera grandes problemas al usuario.



- Actualmente, los usuarios de teleasistencia gozan de un servicio gratuito. Cuando se les sugiere la posibilidad de pago, la cifra que estarían dispuestos a pagar no sobrepasaría los 30 € al mes por el servicio.



3.- Análisis cuantitativo

Consideraciones generales

- La encuesta se ha centrado en el análisis de la población con edades comprendidas entre los 65 y los 79 años. Respecto al sexo de los encuestados, la muestra recoge una mayor proporción de mujeres que de hombres. La cifra se corresponde con la distribución de la población general, dada su mayor longevidad. Con el fin de garantizar la representatividad del estudio sobre el total de la población española, se ha tenido en cuenta como criterio de selección la Comunidad Autónoma en la que reside el encuestado. Por lo que respecta al nivel de estudio, el perfil más habitual del encuestado señala la tenencia de una formación igual o inferior a los primarios.
- Un amplio porcentaje de las personas mayores encuestadas en la muestra, cerca del 85%, admite disponer en su hogar de al menos una de las tecnologías analizadas en este estudio. Sin ninguna duda, la telefonía móvil es la tecnología más extendida entre este grupo de usuarios. El acceso a Internet y el ordenador ocupan la segunda posición, a gran distancia del resto de tecnologías.
- Cuanto mayor es el entrevistado, menor es la probabilidad de que al menos una de las tecnologías consideradas en el estudio esté disponible en su hogar. En esta correlación hay que advertir una excepción: el caso de la teleasistencia, utilizada en su mayoría parte de las personas de edad más avanzada.

Telefonía móvil y personas mayores

- 337 personas sobre los 500 encuestados, lo que supone un porcentaje del 67,4%, han usado el teléfono móvil en los últimos tres meses. Un 78% de ellos lo usa al menos una vez a la semana y un 6% por lo menos una vez al mes. Cerca del 14% confiesa realizar un uso esporádico de su terminal móvil.
- Un 38% de los usuarios encuestados es autodidacta en el uso de la telefonía móvil. Tan sólo un 9% recibió ayuda del departamento comercial de la ope-

radadora que le vendió el terminal, mientras que un 48% recurrió a la ayuda de familiares, amigos, centros de mayores, etc. Un 7% manifiesta que le costó mucho aprender a manejar el teléfono móvil, un 12% asegura que bastante, un 52% señala que poco y aproximadamente un 26% asevera que no le costó nada.

- Aproximadamente un 83% de las personas que han utilizado un móvil ha tenido más de un terminal. Según los resultados del estudio, un 19% ha tenido dos teléfonos móviles, un 40% de los encuestados va por su tercer o cuarto teléfono móvil (no siempre lo recuerdan con exactitud) y un 16% ha tenido ya más de 5 teléfonos móviles. Tan sólo un 17% del subconjunto muestral de usuarios ha tenido un único teléfono móvil.
- Las personas encuestadas no son usuarios avezados de las funciones avanzadas de los teléfonos móviles. El 55% no utiliza el servicio de envío y recepción de mensajes cortos. Aún peores resultan los porcentajes que muestran el uso de la función de fotografías (el 63% reconoce no haberla utilizado nunca), la realización de videollamadas (tan sólo un 1% emplea esta función) o las operaciones de compra por Internet (únicamente se ha atrevido un 2%). Tampoco parecen estar al tanto de las últimas novedades tecnológicas. El 67% demuestra saber poco de los teléfonos móviles táctiles.
- Un 46% de los usuarios querría un terminal móvil en el caso de que le saliera gratis. Un 27% estaría dispuesto a pagar hasta 50 €, un 3% de los encuestados entre 50 y 75 € y tan sólo un 4% entre 75 y 100 €. El 12% de los encuestados confiesa que no pagaría más de 6 €, un 22% hasta 10 €, un 14% hasta 15 €, otro 14% hasta 20 € y un 22% pagaría más de 30 €. Un 13% estaría dispuesto a pagar más por un teléfono móvil con imagen.
- Los obstáculos fundamentales para acceder a la telefonía móvil por parte de los mayores residen tanto en las dificultades de aprendizaje como en una actitud negativa previa, mientras que los aspectos económicos juegan un papel secundario. No se trata, en cualquier caso, de barreras homogéneas para todo el colectivo. Factores como la edad, el hábitat y el nivel de estudios también juegan un papel relevante.

Internet y personas mayores

- Alrededor de un 14% de la población total se ha conectado en alguna ocasión a Internet. Refinando más los datos, vemos que estos corresponden a 70 individuos de 500 entrevistados (es decir, un 1,96% del total). Tan sólo el 62% (42 personas) de los que se han conectado tienen un contacto diario con Internet, lo que corrige el número de usuarios reales diarios al 8,4% de la población total de personas mayores. El uso semanal mejora algo este pobre dato y el total de la población usuaria ascendería en nuestro caso al 12,2% (apenas un 1,1% del total de usuarios).
- En el caso de Internet, se cumple la correlación negativa entre edad y uso de Internet: cuanto mayor es el encuestado, menor es la probabilidad de que éste se conecte a la Red. La proporción de usuarios que utilizan esta herramienta de comunicación está por encima del 20% en el caso de los individuos situados en la franja de edad de 65 a 69 años, desciende en torno al 12% en el caso de los que tienen entre 70 y 74 años y se sitúa muy por debajo del 10% para el segmento de mayor edad de los considerados (75-79 años). Por sexos, existe una distancia relevante a favor de los hombres que, al igual que sucede en el caso de la telefonía móvil, está relacionado con las mayores posibilidades de acceso previo a la formación necesaria.
- A la hora de utilizar Internet, los mayores se decantan especialmente por los servicios más habituales: navegar por la Red, utilizar el correo electrónico, buscar información relacionada con sus intereses y leer la prensa digital. En estas tareas, los niveles de uso semanal por parte de los usuarios rondan niveles del 70%. Segmentado los resultados, un 58% navega una vez por semana, lo que supone respecto del total un 8% de la muestra utilizada. Cerca del 58% de entrevistados usuarios de Internet utiliza el correo electrónico una vez por semana. Sin embargo, son pocos los mayores usuarios de Internet que descargan contenidos (apenas un 18%), lo que supone la exigua cifra de un 2,4% del total de entrevistados. Tan sólo un 11% de los 70 usuarios aseguran chatear o participar en foros de debate.
- En cuanto a su participación en medios sociales, tan sólo un 9% de los 70 usuarios (seis de ellos) escriben o participan con frecuencia en un blog. Un 20% de estos usuarios utiliza aplicaciones de mensajería como Messenger,

Skype o diversas formas de videoconferencia. Tan sólo un 10% participa en redes sociales como Facebook.

- En general, los aspectos que tienen que ver con el acceso (aprendizaje y conexión) no han supuesto ningún obstáculo para los usuarios de Internet. Sin embargo, el grado de conocimiento de Internet entre los no usuarios es francamente bajo: algo menos del 25% declara conocer algún aspecto de la red de redes. Sin ir más allá, este dato se encuentra detrás de uno de los motivos fundamentales para que no se produzca un mayor acceso a la Red de los mayores. En este orden de cosas, menos del 10% de los no usuarios creen que se conectarán, seguro o casi seguro, a Internet.

Teleasistencia

- Tanto la disponibilidad en el hogar como el uso de la teleasistencia son muy minoritarios entre el colectivo encuestado, con niveles de disponibilidad respectivos del 8,7% (en los últimos tres meses) y del 8%. La proporción de usuarios que utilizan esta herramienta ronda el 20% en el caso de los individuos situados en la franja de edad de 75 a 79 años, cayendo en torno al 5% en el caso de los que tienen entre 70 y 74 años y situándose alrededor del 2% para el segmento de menor edad de los considerados. Más del 60% de los usuarios declaran utilizar estas tecnologías desde hace más de dos años. El grupo de personas de entre 75 y 79 años es el más veterano en el uso de esta tecnología.
- Por sexos, existen algunas diferencias, con una mayor penetración en el caso de las mujeres. Este hecho, de nuevo, está relacionado con la mayor longevidad femenina. Parece haber una clara mayor proporción de usuarios de teleasistencia en los núcleos de población más grandes, que alcanzan cotas de penetración cercanas al 15%.
- Sobre el fragmento de muestra usuaria, 40 individuos, predominan los que reciben este servicio de forma gratuita. El valor medio gastado por aquellos que dicen que pagan supera ligeramente los 6 euros mensuales.
- A modo de conclusión, cabe decir que los usuarios de la teleasistencia muestran muy elevados niveles de satisfacción y, en general, no perciben la existencia de barreras para su uso.

