



ERIKA GUADALUPE ÁLVAREZ ARÁMBULA

Presenta la tesis doctoral:

**USOS Y GRATIFICACIONES EN EL CONSUMO  
DE LAS APLICACIONES DE INTERNET  
EN PERSONAS MAYORES.**

**UN ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO.**

DIRECCIÓN: DRA. ROSA MARÍA PALENCIA VILLA

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I:  
Contenidos en la Era Digital.

Bellaterra, 2014



# Universitat Autònoma de Barcelona

ERIKA GUADALUPE ÁLVAREZ ARÁMBULA

Presenta la tesis doctoral:

**USOS Y GRATIFICACIONES EN EL CONSUMO  
DE LAS APLICACIONES DE INTERNET  
EN PERSONAS MAYORES.**

**UN ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO.**

DIRECCIÓN: DRA. ROSA MARÍA PALENCIA VILLA

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I:  
Contenidos en la Era Digital.

Bellaterra, 2014

## A MI FAMILIA.

**PAPÁ,**  
Sé que me ayudas en todo.  
Te extraño.

**MAMÁ,**  
¡Por fin!  
Espero que estés orgullosa de mí,  
como yo de ser tu hija.  
Te quiero mucho.  
Te admiro.

**ALEJANDR  
A  
(Hannah),**  
Hermanita, ha sido duro estar lejos,  
aunque siempre estemos cerca.  
Te quiero mucho, más de lo que  
te imaginas.

**JERÓNIMO, VALERIE y MACARENA,**  
Gracias por llenar mi pantalla con sonrisas.  
Ha sido muy importante tenerlos cerca.  
Los quiero mucho.  
¡Macarena está preciosa Ü!

**MARÍA  
DOLORES  
(Lola),**  
Por tu cariño, comprensión y  
ayuda siempre incondicional.  
Gracias por ser mi apoyo.  
¡Somos un gran equipo!

## AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por apoyarme en mi crecimiento académico y personal.

Agradezco a mi Profesora y Directora, Dra. Rosa María Palencia Villa, por su apoyo, energía y dirección para realizar esta tesis.

Un especial agradecimiento al Dr. Keith Roe (KULEUVEN) por darme la oportunidad de aprender junto a él. La Estancia Investigadora me ayudó a madurar mis ideas.

A María Dolores Piqueras Hernández, por ser mi lectora, editora y correctora de estilo. Por todas las horas de lectura y discusión sobre el texto. Y por otras tantas aportaciones para mejorarlo en su conjunto.

A las amistades que hice en “*The Viking*”, por ser inteligentes y divertidos: Nada Alhaddad, Zhamila Turgenbayeva, Zita Kelemen, Alejandra Badaracco, Assunta Casorelli, Cecilia Challier, Bogdan, Verónica Donoso, Carla Lois y Jolien Enis.

A Lovaina y Gante, por ser el lugar de encuentros y reencuentros.

A Internet, que me dio la posibilidad de estar en contacto con mi familia para reír y llorar con ellos a pesar de la distancia. Y por hacer realidad encuentros que sólo sucedían en mi imaginación con María Dolores y Constantin Fabricius.

A la Dra. Asunción Hidalgo, Directora del *Aula Senior* por apoyar este estudio y permitirme usar las instalaciones de la Universidad de Murcia (UM).

Al alumnado del *Aula Senior* de la UM y a la Asociación Universitaria Saavedra Fajardo.

Al Dr. José Manuel Noguera de la UCAM, por orientarme en la búsqueda de material referente a Murcia dentro de las instalaciones de la UCAM.

A mis compañer@s y amig@s que fueron mi familia en Barcelona: Martha Ramos, Francia Sinisterra, José Antonio Fonseca, Humberto León, Guergana T., Alejandra Ruvalcaba, Claudia Tello, Soledad Aragón, César Bárcenas, Ana de Prusia, Laura Rojas, Mary Games, Birgit Wolf, Eva María, Fleur, y Laura Aymerich.

A Liliana Estrada por ser mi otra familia en Lyon. Por compartir conmigo fechas importantes lejos de casa.

A la Familia Piqueras Hernández por ser mi otra familia en Murcia. En especial a Finita Hernández Ruiz, quien me ha abierto las puertas de su casa y me ha mostrado Murcia a través de su comida.

A mis otros amigos, compañeros, Doctores y doctorandos con quienes compartí este estudio y que me ofrecieron diferentes puntos de vista durante el *ECREA Summer School* y en *la KULEUVEN* y que han estado al tanto de la misma.

A Altug Akin, por su amistad y compañerismo. Por el tiempo dedicado para mejorar los textos en inglés.

A Michael Tucker, Ana de Prusia y Benjamin Long por su ayuda en la revisión de textos en inglés.

Y a todas las personas mayores que colaboraron para que esta investigación existiera.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Interés del estudio .....	3
1.2 Problemas y preguntas de investigación.....	7
1.3 Objetivo del estudio .....	12
1.3.1 <i>Objetivo general</i> .....	12
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	13
1.4 Objeto de estudio.....	15
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>16</b>
2.1 Internet.....	16
2.2 Teoría de Usos y Gratificaciones .....	22
2.2.1 <i>Tipología “media-person interactions”</i> .....	24
2.2.2 <i>Gratificaciones Esperadas y Gratificaciones Obtenidas</i> .....	28
2.3 Teoría de Auto-Eficacia .....	30
2.3.1 <i>Teoría de Expectativas de Eficacia</i> .....	31
2.4 Perspectiva de Género .....	35
2.4.1 <i>Uso de las TIC desde la perspectiva de género</i> .....	39
2.4.2 <i>Uso de las TIC y la edad</i> .....	47
2.5 Conceptos básicos .....	51
<b>3. INICIATIVAS DE LA UNIÓN EUROPEA .....</b>	<b>58</b>
3.1 Programas Marco .....	58
3.2 Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).....	61
3.3 Plan Avanza (2006-2010) .....	61
3.4 Plan Avanza 2. Estrategia 2011-2015.....	64
<b>4. ESTADO DEL ARTE.....</b>	<b>65</b>
<b>5. HIPÓTESIS .....</b>	<b>77</b>
<b>6. METODOLOGÍA .....</b>	<b>78</b>
6.1 Discusión del Método .....	78
6.1.1 <i>¿Por qué realizar un estudio cualitativo?</i> .....	79
6.2 Selección de los instrumentos de recolección de datos .....	81
6.2.1 <i>Entrevista semi-estructurada</i> .....	84
6.2.2 <i>Diario de campo</i> .....	86
6.2.3 <i>Cuestionario (tipo check list)</i> .....	87
6.2.4 <i>Grupo de discusión</i> .....	88
6.3 Etnografía multilocal .....	89
6.3.1 <i>Contexto socioeconómico y tecnológico: Barcelona y Murcia</i> .....	92
6.4 Aplicación del análisis de contenido.....	99
6.4.1 <i>Entrevista</i> .....	100
6.4.2 <i>Diario de campo</i> .....	104
6.4.3 <i>Cuestionario (tipo check list)</i> .....	106
6.4.4 <i>Grupo de discusión</i> .....	117
6.5 Selección de la muestra.....	118
6.5.1 <i>Entrevista semi-estructurada</i> .....	119
6.5.2 <i>Cuestionario (tipo check list)</i> .....	119
6.5.3 <i>Grupo de discusión</i> .....	121

6.6 Trabajo de campo.....	121
6.6.1 <i>Entrevista semi-estructurada</i> .....	121
6.6.2 <i>Cuestionario (tipo check list)</i> .....	122
6.6.3 <i>Grupo de discusión</i> .....	123
<b>7. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>125</b>
7.1 Entrevista semi-estructurada .....	125
7.1.1 <i>Descripción y características de la muestra</i> .....	125
7.1.2 <i>Aplicaciones más usadas por hombres y mujeres mayores</i> .....	129
7.1.3 <i>Frecuencia de uso de las aplicaciones de Internet en hombres y mujeres mayores</i> .....	134
7.1.4 <i>Iniciación en el uso de las aplicaciones de Internet en mujeres y hombres mayores</i> .....	142
7.1.5 <i>Tipología “media-person interactions”</i> .....	144
• <i>Diversión</i> .....	145
• <i>Relaciones personales</i> .....	152
• <i>Identidad personal</i> .....	160
• <i>Búsqueda de información</i> .....	169
• <i>Acceso a otros medios vía Internet</i> .....	173
• <i>Futuro</i> .....	180
7.1.6 <i>Diario de campo</i> .....	186
7.2 Cuestionario (tipo check list).....	189
7.2.1 <i>Distribución de la muestra (no probabilística intencional)</i> .....	190
7.2.2 <i>Tablas cruzadas</i> .....	193
7.2.3 <i>Gratificaciones Esperadas (GE) y Gratificaciones Obtenidas (GO)</i> .....	200
• <i>Interacción social</i> .....	200
• <i>Información</i> .....	211
• <i>Conveniencia</i> .....	216
• <i>Ganancia personal</i> .....	222
• <i>Ocio y entretenimiento</i> .....	231
• <i>Futuro</i> .....	233
7.3 Grupo de discusión.....	237
7.3.1 <i>Teoría de Expectativas de Eficacia: Fuentes de información</i> .....	238
• <i>Actuación frente a logros obtenidos</i> .....	238
• <i>Experiencia indirecta</i> .....	244
• <i>Persuasión verbal</i> .....	246
• <i>Fuentes emocionales</i> .....	250
• <i>Futuro</i> .....	253
<b>8. CONCLUSIONES.....</b>	<b>257</b>
<b>9. RESEARCH FINDINGS</b>	
<b>(Conclusions in English to obtain the European Mention/</b>	
<b>Conclusiones en inglés para optar por la Mención Europea)</b> .....	<b>267</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>276</b>
<b>11. ANEXOS .....</b>	<b>292</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro resumen 1.</b> Diversión.....	151
<b>Cuadro resumen 2.</b> Relaciones personales.....	159
<b>Cuadro resumen 3.</b> Identidad personal .....	168
<b>Cuadro resumen 4.</b> Búsqueda de información .....	173
<b>Cuadro resumen 5.</b> Acceso a otros medios.....	179
<b>Cuadro resumen 6.</b> Futuro.....	185
<b>Cuadro resumen 7.</b> Actuación frente a logros obtenidos .....	243
<b>Cuadro resumen 8.</b> Experiencia indirecta.....	246
<b>Cuadro resumen 9.</b> Persuasión verbal .....	249
<b>Cuadro resumen 10.</b> Fuentes emocionales.....	253
<b>Cuadro resumen 11.</b> Futuro .....	255

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Modelo General de Gratificaciones (Palmgreen, 1985).....	27
<b>Figura 2.</b> Mecanismo de operación de las Expectativas de Eficacia .....	32

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Aplicaciones de Internet usadas/no usadas o desconocidas por mujeres mayores .....	130
<b>Gráfico 2.</b> Aplicaciones de Internet usadas/no usadas o desconocidas por hombres mayores.....	131
<b>Gráfico 3.</b> Uso de aplicaciones de Internet por hombres y mujeres mayores.....	132
<b>Gráfico 4.</b> Frecuencia de uso del correo electrónico en hombres y mujeres mayores.....	135
<b>Gráfico 5.</b> Frecuencia de uso de la transferencia de fotos, vídeo y texto en hombres y mujeres mayores.....	135
<b>Gráfico 6.</b> Frecuencia de uso de la mensajería instantánea en hombres y mujeres mayores .....	136
<b>Gráfico 7.</b> Frecuencia de uso de chats temáticos en hombres y mujeres mayores .....	137
<b>Gráfico 8.</b> Frecuencia de uso de aplicaciones para participar en grupos de discusión en hombres y mujeres mayores .....	137
<b>Gráfico 9.</b> Frecuencia de uso de aplicaciones para bajar música, películas, vídeos ( <i>YouTube</i> ), programas de TV y radio en hombres y mujeres mayores .....	138
<b>Gráfico 10.</b> Frecuencia de uso de Redes Sociales: <i>Facebook</i> , <i>Tuenti</i> , <i>Hi5</i> , etc. en hombres y mujeres mayores .....	139
<b>Gráfico 11.</b> Frecuencia de uso de telefonía vía <i>Skype</i> , <i>VoIP</i> , etc., en hombres y mujeres mayores.....	139
<b>Gráfico 12.</b> Frecuencia de uso de aplicaciones para realizar pagos de servicios vía Internet en hombres y mujeres mayores .....	140
<b>Gráfico 13.</b> Frecuencia de uso de aplicaciones para realizar transferencias bancarias, revisar saldos y movimientos en hombres y mujeres mayores .....	141
<b>Gráfico 14.</b> Frecuencia de uso de aplicaciones para realizar compras por Internet en hombres y mujeres mayores .....	141

<b>Gráfico 15.</b> Frecuencia de uso de aplicaciones de juegos y apuestas en hombres y mujeres mayores .....	142
<b>Gráfico 16.</b> Tiempo de uso de las aplicaciones de Internet en hombres y mujeres mayores. Diario de campo de 10 días .....	187
<b>Gráfico 17.</b> Aplicaciones de Internet más usadas por hombres y mujeres mayores. (Por número de casos) .....	191
<b>Gráfico 18.</b> Aplicaciones de Internet más usadas por mujeres mayores. (Por número de casos)..	192

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Cifras estimadas de la población envejecida en España (2012-2050) .....	5
<b>Tabla 2.</b> Perfil de la Audiencia Activa en Internet por sexo en España (2011-2012) .....	5
<b>Tabla 3.</b> Perfil de la Audiencia Activa en Internet por edad en España (2011-2012).....	6
<b>Tabla 4.</b> Perfil de la Audiencia Activa en Internet por clase social en España (2011-2012).....	6
<b>Tabla 5.</b> Evolución de los usuarios de Internet en Cataluña y Región de Murcia en el último mes de cada año (penetración %) .....	94
<b>Tabla 6.</b> Población de personas mayores en Barcelona y Murcia de 2009 a 2012, tomando como referencia el 1 de abril de cada año.....	96
<b>Tabla 7.</b> Estimación del crecimiento del número de personas mayores en Barcelona y Murcia para el periodo 2012-2020.....	98
<b>Tabla 8.</b> Frecuencia por género.....	125
<b>Tabla 9.</b> Género y rango de edad .....	126
<b>Tabla 10.</b> Género y estado civil .....	126

<b>Tabla 11.</b> Género y estudios terminados.....	127
<b>Tabla 12.</b> Género y situación familiar .....	128
<b>Tabla 13.</b> Género y situación actual .....	129
<b>Tabla 14.</b> Distribución de la muestra (no probabilística intencional) de hombres y mujeres mayores que hacen uso de las aplicaciones de Internet.....	190
<b>Tabla 15.</b> Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Correo electrónico .....	193
<b>Tabla 16.</b> Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Mensajería instantánea .....	194
<b>Tabla 17.</b> Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Chats y grupos de discusión en línea.....	194
<b>Tabla 18.</b> Hombres y mujeres mayores que hacen uso de aplicaciones para bajar música, vídeos, TV y radio vía Internet.....	195
<b>Tabla 19.</b> Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Redes Sociales vía Internet .....	196
<b>Tabla 20.</b> Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Telefonía vía <i>Skype</i> .....	196
<b>Tabla 21.</b> Hombres y mujeres mayores que realizan pago de servicios vía Internet.....	197
<b>Tabla 22.</b> Hombres y mujeres mayores que utilizan las aplicaciones de Internet para realizar transferencias bancarias, revisar saldos y movimientos.....	198
<b>Tabla 23.</b> Hombres y mujeres mayores que usan las aplicaciones de Internet para realizar compras.....	199
<b>Tabla 24.</b> Hombres y mujeres mayores que usan las aplicaciones de Internet para juegos y apuestas .....	199
<b>Tabla 25.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque me mantienen en contacto con familia y amigos .....	201

<b>Tabla 26.</b>	
Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten concertar una cita para salir con familia y amigos.....	202
<b>Tabla 27.</b>	
Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten mandar presentaciones en <i>Power Point</i> a familia y amigos .....	202
<b>Tabla 28.</b>	
Uso las aplicaciones de Internet porque son el único medio que me ayuda a estar en contacto con otras personas .....	203
<b>Tabla 29.</b>	
Uso las aplicaciones de Internet porque puedo compartir experiencias digitales con mis nietos(as) y/o generaciones más jóvenes que la mía.....	204
<b>Tabla 30.</b>	
Uso las aplicaciones de Internet porque es fácil comunicarse con mucha gente .....	204
<b>Tabla 31.</b>	
Uso las aplicaciones de Internet porque quiero tener tópicos en común con mis nietos/as y/o generaciones más jóvenes que la mía.....	205
<b>Tabla 32.</b>	
El uso de las aplicaciones de Internet hace que me sienta más cerca de familiares y amigos .....	206
<b>Tabla 33.</b>	
El uso de las aplicaciones de Internet hace que pueda compartir mis actividades diarias con familiares y amigos .....	207
<b>Tabla 34.</b>	
El uso de las aplicaciones de Internet me permite interactuar con generaciones más jóvenes que la mía.....	207
<b>Tabla 35.</b>	
El uso de las aplicaciones de Internet me permite interactuar con otras personas de diferentes países y culturas .....	208
<b>Tabla 36.</b>	
El uso de las aplicaciones de Internet evita que me sienta aislado/a. ....	209
<b>Tabla 37.</b>	
El uso de las aplicaciones de Internet hace que conozca más personas afines o de mi misma edad .....	209
<b>Tabla 38.</b>	
El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: ámbito familiar y de amistad .....	210
<b>Tabla 39.</b>	
Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten estar alerta sobre eventos fuera de mi entorno cotidiano .....	211

<b>Tabla 40.</b>	Usó las aplicaciones de Internet porque es lo de hoy .....	212
<b>Tabla 41.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet hace que me sienta actualizado/a .....	212
<b>Tabla 42.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me permite acceder a la información rápidamente .....	213
<b>Tabla 43.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me permite hacer búsquedas de mapas, calles, eventos e información de manera instantánea.....	214
<b>Tabla 44.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: salud .....	214
<b>Tabla 45.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: información general.....	215
<b>Tabla 46.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: hogar.....	216
<b>Tabla 47.</b>	Usó las aplicaciones de Internet porque me permiten mandar documentos, fotos, enlaces.....	217
<b>Tabla 48.</b>	Usó las aplicaciones de Internet porque me permiten hacer varias y diferentes actividades en línea al mismo tiempo.....	217
<b>Tabla 49.</b>	Usó las aplicaciones de Internet para hablar, escribir, mandar y recibir información porque es más barato que otros medios .....	218
<b>Tabla 50.</b>	Usó las aplicaciones de Internet porque facilitan la realización de actividades en la vida diaria .....	219
<b>Tabla 51.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me permite realizar varias cosas a la vez como mandar textos, fotos, enlaces, información.....	219
<b>Tabla 52.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me permite estar en contacto con familiares y amigos que viven lejos porque es más barato .....	220
<b>Tabla 53.</b>	El uso de las aplicaciones de Internet me permite realizar tareas cotidianas como: compras, consulta de movimientos bancarios, pago de servicios .....	221

<b>Tabla 54.</b> El uso de las aplicaciones de Internet me permite acceder a otros medios de manera económica .....	221
<b>Tabla 55.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten desarrollar otras habilidades como manejar mejor el ratón (ej. al hacer uso del correo electrónico).....	222
<b>Tabla 56.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten tener más concentración cuando escribo .....	223
<b>Tabla 57.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque quiero ejercitar la mente y la memoria .....	224
<b>Tabla 58.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque necesito practicar y no olvidar cómo se usan .....	224
<b>Tabla 59.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque han impactado mi vida de manera importante y positiva .....	225
<b>Tabla 60.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque es algo nuevo en nuestras vidas .....	226
<b>Tabla 61.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque me mantienen alerta .....	226
<b>Tabla 62.</b> El uso de las aplicaciones de Internet hace que mi mente se agilice (ej. al hacer uso del correo electrónico) .....	227
<b>Tabla 63.</b> El uso de las aplicaciones de Internet hace que me concentre en actividades que requieren de más precisión .....	228
<b>Tabla 64.</b> El uso de las aplicaciones de Internet hace que ejercite la memoria.....	228
<b>Tabla 65.</b> El uso de las aplicaciones de Internet me hace sentir que son parte de mi vida/ de mis actividades/ de mi tiempo libre .....	229
<b>Tabla 66.</b> El uso de las aplicaciones de Internet me permite practicar y ser constante para desarrollar nuevas habilidades digitales .....	230
<b>Tabla 67.</b> El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a estar en constante aprendizaje de las tecnologías .....	230
<b>Tabla 68.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque me divierto .....	231

<b>Tabla 69.</b> El uso de las aplicaciones de Internet me permite organizar las actividades de ocio y entretenimiento de manera precisa .....	232
<b>Tabla 70.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque quiero pertenecer a la Sociedad de la Información .....	233
<b>Tabla 71.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque quiero desarrollar más habilidades digitales para el futuro .....	234
<b>Tabla 72.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque quiero aprender a usar nuevas aplicaciones cuando estén disponibles .....	234
<b>Tabla 73.</b> Uso las aplicaciones de Internet porque es muy importante para mi hacer frente al cambio tecnológico .....	235
<b>Tabla 74.</b> El uso de las aplicaciones de Internet hace que sienta que pertenezco a la Sociedad de la Información .....	236
<b>Tabla 75.</b> El uso de las aplicaciones de Internet me permite estar preparado/a para futuras novedades tecnológicas .....	237

## **ABSTRACT**

This study aims to investigate both the use of internet applications among the elderly and the level of gratifications sought and obtained before and after such use. As well, this study explore the motivations, needs and difficulties encountered that lead the elderly to both learn and develop new digital skills in order to face the current technological shift. Additionally, a comparison from gender perspective, to further examine the differences and similarities of Internet use between elderly men and women.

El siguiente estudio aborda el uso que hacen hombres y mujeres mayores de las aplicaciones de Internet, así como las gratificaciones que esperan y obtienen, antes y después de dicho uso. También explora las motivaciones, necesidades y dificultades que encuentran y que les llevan a aprender y desarrollar nuevas habilidades digitales con el objetivo de afrontar el cambio tecnológico. Asimismo, se propone una comparación desde la perspectiva de género entre hombres y mujeres para examinar las diferencias y similitudes que existen entre ambos al hacer uso de la tecnología.

### **Key words:**

Elderly people - Internet applications - digital gap - digital gender gap - uses and gratifications - gender perspective.

Personas mayores – aplicaciones de Internet – brecha digital – brecha digital de género – usos y gratificaciones – perspectiva de género.

## 1. INTRODUCCIÓN.

Es una realidad que el fenómeno del envejecimiento está llamando la atención a todos los niveles. La problemática a la que se enfrentan los diferentes organismos y gobiernos frente a este fenómeno, ha originado el diseño de políticas públicas que favorezcan la inserción de las personas mayores en la Sociedad de la Información.

El presente estudio es una aproximación que pretende mostrar cómo hombres y mujeres mayores afrontan el cambio tecnológico. Es decir, el proceso de adaptación de las aplicaciones de Internet en su vida diaria. Además y gracias a la aplicación de la perspectiva de género, se quiere determinar si existe o no una brecha digital de género en este colectivo. El estudio, de carácter cualitativo y empírico, se sitúa en dos ciudades de España: Barcelona y Murcia, entre las que existen diferencias socio-económicas y de desarrollo tecnológico. Pero no se trata de establecer una comparación entre ellas, sino de mostrar una visión general de cómo hombres y mujeres hacen uso de la tecnología a una edad avanzada y su manera de afrontar el cambio tecnológico que se avecina.

Dicho estudio se sustenta principalmente en la Teoría de Usos y Gratificaciones (Katz y Blumler, 1974) de la que surge la tipología “*media-person interactions*” (McQuail, Blumler y Brown, 1972) para indagar sobre las necesidades que cubren hombres y mujeres mayores al hacer uso de Internet y sus aplicaciones; las Gratificaciones Esperadas (GE) antes de hacer uso de ellas y las Gratificaciones Obtenidas (GO) (Palmgreen, Lawrence, y Rayburn, 1980) después de dicho uso. También se fundamenta en la Teoría de Expectativas de Eficacia (Bandura, 1977) que se desprende de la Teoría Auto-Eficacia (Bandura, 1977) para identificar las motivaciones, los logros, los miedos y las frustraciones en personas mayores al hacer uso de la tecnología. Y por último, a través de la perspectiva de género, se establece una comparación para identificar diferencias y similitudes entre hombres y mujeres mayores cuando hacen uso de la tecnología.

Este interés de hombres y mujeres mayores por el uso de las aplicaciones de Internet y de la tecnología en general, hará que desarrollen más habilidades digitales, dentro y/o fuera de casa, en los centros de trabajo y en otros puntos de acceso como bibliotecas, centros digitales, cafeterías, locutorios, universidades, etc., lo que contribuirá a:

1. Crear un acercamiento y un “entendimiento” con generaciones más jóvenes para angostar la brecha digital existente.
2. Un angostamiento de la brecha digital de género, es decir, tanto hombres como mujeres harán uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, en adelante TIC, para afrontar el cambio tecnológico.
3. Crear conciencia en hombres y mujeres para que hagan uso de las TIC y desarrollen habilidades digitales en la medida en que se van acercando a la tercera edad, contribuyendo así al angostamiento de la brecha digital y la brecha digital de género de su generación.

Para el desarrollo de este estudio, como veremos más adelante en el apartado tres correspondiente al estado del arte, se hace un recorrido sobre las iniciativas que la Unión Europea ha llevado a cabo, como los Programas Marco con sus diferentes proyectos y líneas temáticas para mejorar la calidad de vida de las personas mayores mediante el uso de Internet; y la creación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) que contempla el desarrollo de la economía digital en países europeos, concretamente en España a través del Plan Avanza 1 y 2 y Plan Avanza de Género en la Red asociado a los anteriores con la finalidad de evitar que dicho país quede en el atraso tecnológico. Además, se abordan diferentes estudios realizados sobre personas mayores y el uso de las TIC.

También, en el apartado cinco referente a la metodología, se explican cuáles han sido las fases que se llevaron a cabo para el desarrollo de este estudio a través de discusión del método y las diferentes técnicas de investigación: entrevista semi-estructurada y un diario de campo de 10 días, cuestionario (tipo *check list*) y

grupo de discusión. Así como la muestra seleccionada para cada una de las etapas.

Entre los dos apartados anteriores, se encuentran las hipótesis planteadas en este estudio que serán aceptadas o rechazadas según los resultados que se obtengan en la última fase, que es el análisis y la presentación de los resultados del trabajo de campo. Éste consta de 3 fases. La primera de ellas consiste en el análisis de contenido de 20 entrevistas a un mismo número de hombres que de mujeres (10 hombres y 10 mujeres mayores) y de un diario para conocer la actividad en línea de las personas entrevistadas durante 10 días. La segunda fase, es el análisis e interpretación de cuestionarios administrados en papel y auto-aplicados a un mismo número de hombres que de mujeres (75 hombres y 75 mujeres mayores) para conocer cuáles son las Gratificaciones Esperadas y Gratificaciones Obtenidas, antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet, respectivamente. La última fase consiste en el análisis de un único grupo de discusión, donde cuatro hombres y dos mujeres mayores hablan sobre su experiencia personal al hacer uso de las aplicaciones de Internet.

Cabe señalar que durante el análisis de estas tres fases se ha establecido una comparación entre hombres y mujeres mayores para identificar similitudes y diferencias en el uso de las aplicaciones de Internet. Además, en cada una de las fases, se contempla el tópico “futuro” para averiguar cómo afrontarán próximos cambios tecnológicos.

Finalmente, se presentan las conclusiones a las que se ha llegado a partir de los resultados del trabajo de campo, para dar respuesta a las preguntas de investigación y de esta manera aceptar o rechazar las hipótesis planteadas.

### **1.1 Interés del estudio.**

En la sociedad actual, las TIC han ido ganando cada vez más terreno en diferentes ámbitos como el trabajo, la escuela y el hogar. Incluso las distintas

generaciones buscan compartir experiencias digitales para acortar la distancia entre ellas.

El siguiente estudio surge de la inquietud por querer conocer más de cerca el fenómeno del envejecimiento de la población y su relación con el uso de Internet y sus aplicaciones, temas de los que se habla más tarde en el planteamiento del problema de investigación. Es decir, se tratan dos fenómenos que están cambiando y que se fusionan en la transición de lo analógico a lo digital para evitar la brecha digital y la brecha digital de género dentro del colectivo de personas mayores.

De acuerdo con datos proporcionados por la oficina de Asuntos Económicos y Financieros de la Comisión Europea, la población de 65 y más años incrementará casi el doble para el 2060 en comparación con la población en 2010, y la población de 80 y más años incrementará casi el triple para el mismo periodo en la Unión Europea:

“The population aged 65 and above will increase very markedly throughout the projection period. This group will almost double, rising from 87.5 million in 2010 to 152.6 million in 2060 in the EU. The number of older people (aged 80 years and above) is projected to increase by even more, almost tripling from 23.7 million in 2010 to 62.4 million in 2060.” (Comisión Europea. Asuntos Económicos y Financieros, 2012: 27)

La Vice-Presidenta de la Comisión Europea (2010-2014) y responsable de la Agenda Digital para Europa, Neelie Kroes, hace referencia a la importancia del uso de las TIC por parte de personas mayores que contribuirá, entre otras cosas, a mejorar la calidad de vida ofreciendo servicios necesarios (Comisión Europea. Agenda Digital para Europa, 2010).

El Departamento de Economía y Asuntos Sociales de la Organización de Naciones Unidas (ONU) se ha dado a la tarea de recolectar datos numéricos y hacer un análisis de la sociedad envejecida a nivel mundial (ONU. Population Division, 2009). El conocimiento de estos datos es de gran importancia, ya que a

partir de éstos se pueden generar nuevas políticas públicas para cubrir las necesidades de este sector de la población.

La proyección de Naciones Unidas para España en el 2050 incrementa en miles y por tanto en porcentaje, la población de 60 y más años, con respecto a la población total. Según datos del Departamento de Economía y Asuntos Sociales de la ONU en su documento *Population Ageing and Development 2012*, las cifras son las siguientes:

**Tabla 1.**  
**Cifras estimadas de la población envejecida en España (2012-2050)**

Personas de 60 y más años (miles)		Población total (%)	
2012	2050	2012	2050
10.601	19.687	23	38

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del United Nations.  
Department of Economic and Social Affairs. Population Division.

De acuerdo con las cifras proporcionadas en la tabla anterior, la población envejecida se incrementará casi el doble en el 2050 en comparación con el 2009.

La siguiente tabla comparativa, contiene datos tomados del EGM, Estudio General de Medios, 3ª OLA 2012. Las cifras muestran un crecimiento constante del porcentaje en el uso de Internet en personas mayores. Sin embargo, estos datos hacen evidente que más hombres que mujeres hacen uso de Internet.

**Tabla 2.**  
**Perfil de la Audiencia Activa en Internet por sexo en España (2011-2012)**

Género	Oct/Nov 2011 (%)	Feb/Mar 2012 (%)	Abr/May 2012 (%)	Oct/Nov 2012 (%)
Hombre	54,8	54,3	54,4	54,2
Mujer	45,2	45,7	45,6	45,8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EGM: 3ª OLA 2012 OCTUBRE/NOVIEMBRE

En lo que respecta a la Audiencia Activa en Internet, según datos de la misma fuente, el mayor porcentaje se localiza en el rango de edad que va de 55 a 64 años y el menor en el rango de edad de 65 y más años, sin embargo, este último

ha incrementado su porcentaje de usuarios en el bimestre Octubre-Noviembre de 2012 (Ver Tabla 3).

**Tabla 3.**  
**Perfil de la Audiencia Activa en Internet por edad en España (2011-2012)**

Rango de edad	Oct/Nov 2011 (%)	Feb/Mar 2012 (%)	Abr/May 2012 (%)	Oct/Nov 2012 (%)
55 a 64 años	8,2	8,4	8,4	8,3
65 y más años	6,3	6,0	6,5	6,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EGM: 3ª OLA 2012 OCTUBRE/NOVIEMBRE

De acuerdo con los datos del EGM, 3ª OLA 2012, en la tabla siguiente se puede observar que el estrato social que la Audiencia Activa de Internet está en la clase **Media Media**. En el periodo de Octubre-Noviembre de 2012 alcanzó un porcentaje de 47,1% de usuarios de Internet. Muy por debajo de este porcentaje, se encuentra la Clase Alta con sólo un 14,4% de usuarios de Internet en el mismo periodo. No obstante, la clase Media Baja (16,0%) alcanzó un porcentaje más alto de usuarios de Internet que el estrato antes mencionado (Ver Tabla 4.)

**Tabla 4.**  
**Perfil de la Audiencia Activa en Internet por clase social en España (2011-2012)**

ESTRATO SOCIAL	Oct/Nov 2011 (%)	Feb/Mar 2012 (%)	Abr/May 2012 (%)	Oct/Nov 2012 (%)
Alta	14,2	14,2	14,3	14,4
Media Alta	20,2	20,1	20,5	20,8
Media Media	46,2	46,9	46,9	47,1
Media Baja	17,3	16,9	16,6	16,0
Baja	---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EGM: 3ª OLA 2012 OCTUBRE/NOVIEMBRE.

Como se puede observar en la tabla anterior, la franja de edad que va de los 55 a los 64 años es la que cuenta con más usuarios de Internet y que el estrato social que más hace uso de la misma es la clase Media Media.

Como ya se ha mencionado, la muestra se ha tomado en dos ciudades de España: Barcelona y Murcia. Ciudades que nos permitirán reflejar la situación general de España frente al uso de la tecnología en personas mayores. Esta selección ayudará a conocer cómo hombres y mujeres mayores afrontan el cambio tecnológico, independientemente de que pertenezcan a una u otra ciudad, a pesar de las diferencias económicas y tecnológicas que existen entre ambas, ya que se trata de una generación que no creció usando la tecnología. Por esto, la motivación y el interés por desarrollar habilidades digitales para enfrentarse al cambio tecnológico son más importantes que la ciudad en la que residen.

Una vez visto los datos anteriores, se propone una comparación entre hombres y mujeres mayores para detectar sus habilidades digitales y conocer si existe una brecha digital respecto a generaciones más jóvenes así como una brecha digital de género entre hombres y mujeres. También, es de gran interés la situación de las mujeres en relación al uso de las aplicaciones de Internet ya que se cree que su participación en el ámbito tecnológico contribuye al angostamiento de ambas brechas.

Además, es importante conocer los hábitos de consumo de hombres y mujeres mayores respecto al uso de las aplicaciones de Internet para cubrir sus necesidades, pues están íntimamente ligados a las gratificaciones esperadas y obtenidas, por las cuales este colectivo de personas mayores cambia su comportamiento frente a su uso.

## **1.2 Problema y preguntas de investigación.**

El envejecimiento de la población a nivel mundial es un fenómeno que se está dando a un ritmo acelerado. Esta problemática llama la atención de los diferentes organismos nacionales e internacionales que, en su preocupación por mejorar la calidad de vida de este grupo social, están diseñando políticas públicas para potenciar el uso de las tecnologías y el desarrollo de habilidades digitales.

En una decisión tomada por el Parlamento Europeo y el Consejo en el 2008, se emiten una serie de considerandos para mejorar la calidad de vida de la población envejecida mediante el uso de las TIC, de los cuáles hemos resaltado el siguiente:

“Especialmente en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), el envejecimiento progresivo de la población puede verse como una oportunidad para un nuevo mercado de bienes y servicios que responda a las necesidades de las personas mayores. No obstante, el rápido desarrollo y el uso de las nuevas TIC no debe ser motivo de exclusión social ni ahondar la brecha digital; sin embargo, la formación digital es una condición imprescindible para garantizar la inclusión y la participación en la sociedad de la información” (Diario Oficial de La Unión Europea, 30.7.2008. ES).

La Unión Europea reconoce que este es un problema al que hay que prestar atención y propone diferentes iniciativas. Al respecto Viviane Reding, quien fuera la Comisionada de la Unión Europea para la Sociedad de la Información (2004-2009), en la Iniciativa Europea i2010 para la inclusión digital en temas sanitarios, por ejemplo, recalca que:

“...el envejecimiento de la población es uno de los retos más importantes a que se enfrentan todos los países de la UE y que la mayor utilización de las nuevas tecnologías podría facilitar el control de los gastos sanitarios y mejorar el bienestar y la participación activa de las personas mayores” (Comisión Europea, Iniciativa i2010, 2007: 3).

En este sentido, el colectivo de personas mayores es más reticente al uso de la tecnología cuando se trata del auto-cuidado de la salud porque aún no existe una cultura de la confianza plena en la consulta en línea. Sin embargo, poco a poco y con las habilidades obtenidas se irán familiarizando hasta lograr un auto-cuidado exitoso en un ambiente cotidiano: el hogar.

Actualmente, las personas mayores utilizan Internet para conocer más sobre alguna enfermedad, sus consecuencias y posible prevención.

Tradicionalmente, las personas mayores que asisten a la consulta del médico, prefieren el trato cara a cara porque les ofrece más confianza (estudios, prevención y resultados clínicos) que en una consulta en línea.

A través de la telemedicina o tele asistencia la UE pretende reducir los gastos de salud pública, ayudar a que las personas mayores sean más independientes utilizando las aplicaciones de Internet como herramienta para lograr una comunicación exitosa con los médicos y la participación activa dentro de la Sociedad de la Información.

Las diferencias existentes entre hombres y mujeres en los ámbitos económico, político y social, también han servido como motivación para desarrollar este estudio desde la perspectiva de género que tiene como finalidad ayudar a las personas mayores a que tomen conciencia y se acerquen a conocer las TIC, ya que mediante la adopción de las mismas, podrán establecerse igualdades, y no acrecentar las desigualdades existentes, en el uso de Internet. Además, este estudio pretende descubrir si las mujeres usan las aplicaciones de Internet tanto o más que los hombres, para beneficiarse de ellas mediante la práctica, adoptándolas en su vida cotidiana sin temor y desarrollando nuevas habilidades digitales para hacer uso de posibles aplicaciones en el futuro. Esto lograría satisfacer sus necesidades y captaría un nuevo público usuario.

Se considera imprescindible la inserción de las mujeres en el campo laboral relacionado con las TIC según se van acercando a la tercera edad, ya que será beneficioso para ellas. Así podrán hacer uso de la tecnología y de las aplicaciones de Internet para lograr una mejoría en su calidad de vida. Estas mujeres podrán detectar posibles problemas y ayudar a solucionar las necesidades de otras mujeres que pertenecen a otras generaciones o que cuentan con diferentes perfiles socioeconómicos.

Las mujeres que trabajen en esta rama, serán un modelo para otras alejadas del entorno de las TIC, pues aún existe una gran diferencia, socialmente propagada, entre hombres y mujeres en lo que se refiere al uso de las tecnologías.

Por otra parte, en la mayoría de los casos, las mujeres que logran la inserción laboral sufren aún una discriminación estructural que no ayuda a su inclusión en las áreas mejor valoradas de las empresas.

De manera particular, se pretende conocer cómo hombres y mujeres mayores desarrollan habilidades digitales para el uso y consumo de las aplicaciones de Internet, cómo se enfrentan al cambio tecnológico, y las diferencias existentes respecto a generaciones más jóvenes, que son más hábiles en el uso de las nuevas tecnologías (nativos digitales).

En este contexto, sería deseable que toda la sociedad, pero en especial el colectivo de personas mayores, desarrollara ciertas habilidades digitales e interactivas para acercarse, cada vez más, al uso de las nuevas plataformas como la TDT, Internet, telefonía móvil.

La convergencia de los medios de comunicación se ve reflejada en las diferentes posibilidades de consumo. Ahora se puede ver TV o revisar el correo electrónico a través del teléfono móvil; navegar por Internet a través de la TV; leer un libro en una tableta o leer el periódico por Internet. Si esto es posible, también debe serlo el acceder de manera exitosa a las TIC y así facilitar, en gran parte, la vida cotidiana a las personas mayores, proporcionándoles un beneficio adicional que mejore su calidad de vida. Con esto, la sociedad habrá alcanzado un nivel satisfactorio en el uso de la tecnología, promoviendo el uso de la misma en su beneficio y evitando el atraso tecnológico.

Hablar de personas mayores nacidas antes de 1960, es hablar de personas que han desarrollado habilidades digitales a una edad avanzada. El hecho de que más hombres que mujeres salieran de casa a trabajar y que muchas veces, el ingreso familiar era aportado dependiera sólo de una persona, hizo que las mujeres se empobrecieran y que al llegar a la tercera edad su situación se agravara aún más. En el caso de las mujeres que se quedaban en casa, sólo hacían uso de la tecnología del hogar (lavadora, microondas, horno...) lo que no ayudaba a desarrollar habilidades digitales para enfrentarse al cambio tecnológico.

Y las mujeres que salían a trabajar, tampoco tenían acceso a puestos de trabajo donde se utilizaran las tecnologías, porque se consideraba que no estaban capacitadas. Además, debido a la desigualdad salarial tampoco podían adquirir la tecnología necesaria ni acceder a ningún tipo de formación para desarrollar habilidades digitales.

Por otra parte, no había una conciliación entre lo laboral y lo familiar que permitiera a las mujeres optar por un empleo, igual que sus esposos o parejas, para poder compartir las responsabilidades dentro y fuera de la casa.

Actualmente este problema persiste, como lo afirma la Coordinadora de Organizaciones de Mujeres para la Participación y la Igualdad (COMPI): “Más del 90% de los casos de abandono del empleo <<por razones familiares>> corresponden a mujeres” (COMPI; 2012: 4).

En un esfuerzo por incorporar a las mujeres mayores a la Sociedad de la Información, gobiernos, organizaciones y las propias familias han desarrollado iniciativas como: apertura de centros con acceso a Internet, dotación de tecnología, y cursos de formación entre otros, que les han brindado la oportunidad de acercarse a las nuevas tecnologías.

Podría pensarse que, las personas mayores, al pertenecer a una generación que no creció haciendo uso de la tecnología (inmigrantes digitales), prefieren las “gratificaciones” que les proporcionan otros medios más tradicionales como la TV, la radio, la prensa escrita o el teléfono. Y por tanto, no están interesadas en desarrollar habilidades tecnológicas.

Por todo lo anterior, el presente estudio pretende responder a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué aplicaciones de Internet usan hombres y mujeres mayores?

2. ¿En qué medida y con qué frecuencia hombres y mujeres mayores utilizan las aplicaciones de Internet para incorporarlas a su vida cotidiana?
3. ¿Vivir solos/as o acompañados/as influye en el uso de las aplicaciones de Internet y en el desarrollo de habilidades digitales?
4. ¿Cuáles son las gratificaciones que esperan y obtienen las personas mayores antes y después del uso de las aplicaciones de Internet?
5. ¿Qué necesidades cubre el uso de las aplicaciones de Internet en personas mayores?
6. ¿Cuáles son las motivaciones, miedos y frustraciones a las que se enfrentan hombres y mujeres mayores cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet?
7. ¿Qué diferencias existen en cada una de las circunstancias anteriores según el género?

### **1.3 Objetivo del estudio.**

#### *1.3.1. Objetivo general.*

El objetivo general del estudio es identificar las diferencias y semejanzas en los usos y gratificaciones en el consumo de las aplicaciones de Internet en personas mayores según su género.

Se quiere indagar sobre cómo hombres y mujeres de esta generación afrontan el cambio tecnológico. Además de resaltar la importancia del uso de la tecnología en las mujeres, en comparación con los hombres quienes, se entiende que, por la generación a la que pertenecen, han estado en mayor contacto y con más oportunidades para acercarse a las TIC en sus centros de trabajo. Existe la falsa

creencia de que las mujeres, en general, y las mujeres mayores en particular, son “analfabetas tecnológicas o tecnófobas” (Castaño, 2005: 34). De ahí la necesidad de demostrar cuáles son sus habilidades, cómo usan las aplicaciones de Internet y qué gratificaciones obtienen de ellas, así como las motivaciones, miedos y frustraciones a las que se enfrentan cuando hacen uso de ellas.

En un principio, el uso de la tecnología en el ámbito del hogar se limitaba a ayudar a las mujeres en las tareas domésticas: lavadora, aspiradora, horno, microondas, etc., (Franquet, 1988) mientras que los hombres utilizaban otro tipo de tecnología en su centro de trabajo: ordenador, móvil, etc. Todo dependía del rol social que desempeñaran. También es verdad que no todas las mujeres se quedaron en casa, ya que muchas de ellas se sumaron a la fuerza laboral del país cuando comenzó la recesión (Franquet, 1988). Y es en este momento cuando las mujeres comienzan a formar parte de la esfera pública/social sin dejar de realizar las actividades de la esfera privada/íntima, al seguir ocupándose del cuidado de los hijos y de las diferentes tareas domésticas.

El uso de las TIC en personas mayores, cobra importancia ya que hace más visible a este colectivo para acabar con el estigma que tienen, sobre todo las mujeres que pertenecen a esta generación, ya que sufren una triple discriminación: ser mujeres, ser mayores y ser uno de los sectores más pobres de la población.

El uso de las aplicaciones de Internet aporta grandes beneficios y ayuda tanto a hombres como a mujeres a desarrollar diferentes habilidades de gran utilidad para la vida diaria una vez que han adaptado la tecnología a su entorno cotidiano.

### *1.3.2. Objetivos específicos.*

Para alcanzar y profundizar en el objetivo general de este trabajo, se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Indagar de qué manera hombres y mujeres mayores obtienen las diferentes habilidades para hacer uso de las aplicaciones de Internet dentro y fuera del puesto de trabajo.
2. Demostrar cuál es la frecuencia y duración de uso de las aplicaciones de Internet más utilizadas por hombres y mujeres mayores.
3. Determinar si el uso de las aplicaciones de Internet es gratificante para hombres y mujeres mayores al cubrir algunas necesidades relacionadas con: diversión, relaciones personales, identidad personal, búsqueda de información, acceso a otros medios (TV, radio, prensa) y desarrollo de habilidades digitales de cara al futuro.
4. Identificar cuáles son las aplicaciones de Internet más gratificantes para hombres y mujeres mayores.
5. Indagar sobre las gratificaciones que esperan hombres y mujeres mayores antes de hacer uso de las aplicaciones de Internet y cuáles obtienen después de dicho uso.
6. Identificar cuáles son las motivaciones de mujeres y hombres mayores para hacer uso de las aplicaciones de Internet.
7. Identificar cuáles son las dificultades, miedos y frustraciones (idioma, habilidades digitales, cambios físicos, intelectuales, etc.) a las que se enfrentan hombres y mujeres mayores cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet.
8. Comparar las diferencias y semejanzas entre hombres y mujeres mayores en cada uno de los objetivos anteriores.

#### 1.4 Objeto de estudio.

El objeto de estudio es uno de los grupos sociales más vulnerables al uso de la tecnología, debido a que se enfrenta a una realidad que no formaba parte de su vida cotidiana: las personas mayores. Colectivo que no ha crecido haciendo uso de la tecnología y que corre el riesgo de quedarse en el atraso tecnológico si no muestra interés en hacer uso de la misma.

Para este estudio, es importante definir tanto el determinismo tecnológico como el determinismo social y la relación entre ambos para fijar la postura desde la cual partimos.

El determinismo tecnológico lo vamos a entender como lo define Castells (1999: 31) “la tecnología no determina a la sociedad: la plasma. Pero tampoco la sociedad determina la innovación tecnológica: la utiliza”. Mientras que el determinismo social lo vamos a entender como lo define Gil Juárez (2005): “La tecnología no es más que un reflejo, una consecuencia de nuestras inquietudes, creencias, actitudes y valores culturales” (Gil Juárez, 2005: 269).

De aquí que para este trabajo se entienda como la relación que existe entre ambos determinismos, la que se da entre el uso y la utilidad de la tecnología por parte de la sociedad. Por esto, tanto el determinismo tecnológico como el determinismo social coexisten. Es decir, la tecnología determina el estilo de vida de una sociedad, pero también la sociedad está dispuesta a adaptarse al cambio tecnológico, a través del proceso de apropiación y así utilizarla como mejor le convenga.

Por esto, es importante que las personas mayores desarrollen habilidades digitales para poder hacer uso de la tecnología y que está a su vez les beneficie al incorporarla a su vida cotidiana.

## **2. MARCO TEÓRICO.**

En este apartado se recogen, de manera sintetizada, las diferentes teorías que han iluminado esta investigación así como otros aspectos relevantes: consecuencias sociales del uso de Internet, Teoría de Usos y Gratificaciones de donde nace la tipología “*media-person interactions*”; Teoría de Auto-Eficacia de donde se desprende la Teoría de las Expectativas de Eficacia, y la perspectiva de género que enmarca este trabajo en el contexto de las nuevas tecnologías.

### **2.1 Internet.**

Al hablar de Internet, se hace referencia no sólo a la tecnología, sino a las consecuencias que provienen de esta práctica que permea casi todas las generaciones, con sus respectivas desigualdades: geográficas, económicas, de género o digitales debido al no uso de la misma.

Según el Informe de Desarrollo Humano (PNUD, 2001), las TIC se han convertido en un componente importante de desarrollo y transformación de las diferentes sociedades a nivel mundial. Por ejemplo, ahora las personas usan la tecnología para participar en decisiones que afectan a su vida como “exigir a los gobernantes rendición de cuentas de los recursos públicos”. En cuanto al conocimiento, la tecnología “puede proporcionar acceso rápido y de bajo costo a la información en muchas de las esferas de la actividad humana” (PNUD, 2001: 2).

Como parte de esta transformación, las TIC “aumentan las oportunidades, así como las recompensas sociales y económicas de la creación y el empleo de la tecnología” debido a que “la tecnología es como la educación: permite a las personas salir de la pobreza. Por tanto, la tecnología es un instrumento del crecimiento y el desarrollo y no sólo su recompensa” (PNUD, 2001: 29).

Este informe señala que el uso de la tecnología también es responsabilidad de los gobiernos ya que “cada país necesita contar con la capacidad para comprender

las tecnologías mundiales y adaptarlas a las necesidades locales” (PNUD, 2001: 5). Es decir, “Los resultados dependen de su aplicación” (PNUD, 2001: 29).

Para muchas personas adquirir tecnología es una decisión importante que requiere de una valoración costo-beneficio que muchos no están dispuestos a pagar si ésta tiene un precio muy elevado en el mercado y prefieren adquirirla cuando haya bajado su costo. Esta lógica responde a dos leyes que predicen el crecimiento de la innovación tecnológica y la adquisición de la tecnología: la ley de Moore y la ley de Gilder. La primera “...predice que la capacidad de computación se duplicará cada periodo de 18 a 24 meses gracias a la rápida evolución de la tecnología de microprocesadores”. La segunda “augura que cada seis meses se duplicará la capacidad de las comunicaciones, una explosión de banda, debido a los avances de la tecnología de redes de fibra óptica. Ambas irán acompañadas de enormes reducciones de los costos y significativos aumentos de la rapidez y la cantidad” (PNUD, 2001: 32).

Autores, como Katz y Rice (2005) resaltan tres componentes que forman parte de Internet y que transforman a la sociedad: acceso, participación cívica y comunitaria y expresión e interacción social.

**Acceso:** hace referencia a una persona que cuente con acceso a un ordenador conectado a la red y sea capaz de encontrar material o de comunicarse con otras personas. (Katz y Rice, 2005: 26). Este tipo de acceso tiene gran importancia debido a que marca una diferencia en la actividad económica, social y política de la persona.

**Participación cívica y comunitaria:** hace referencia a la relación de unas personas con otras.

A nivel individual, una persona puede gastar dinero y tiempo al involucrarse en un compromiso moral, pero a su vez obtendrá una recompensa que va desde el placer de hacerlo hasta una recompensa financiera.

A nivel comunitario, la organización e interacción de las personas fortalece al grupo que busca y puede generar recursos, influencias y beneficios que de manera individual no sería posible. En ambos casos, hay beneficios y costes (Katz y Rice 2005:27).

Y por último, interacción y expresión social: hace referencia al intercambio de información entre personas y grupos en línea (*online*), así como sus interacciones cara a cara (*offline*) de manera presencial o a través de otros medios como el teléfono. La interacción se centra en relaciones con personas conocidas o por conocer: familiares, amigos, parejas, grupos. La expresión social hace referencia al material creado por personas o grupos para exponer sus criterios e intereses a través de textos, sonidos, imágenes (Katz y Rice 2005:27).

Al respecto, Katz y Rice consideran tres perspectivas sobre las consecuencias del uso de Internet: distópica o lado negativo de Internet, que establece una comunicación mediada por ordenador (CMO) la cual resulta “demasiado impersonal y aislante”. Según esta perspectiva el uso de Internet aumenta la soledad y la depresión de los individuos al pasar menos tiempo en interacciones cara a cara, puede causar adicción y dependencia, puede generar violencia y odio y puede usarse de manera incorrecta para otras actividades como pornografía, acoso, victimización...; utópica, o el lado positivo del Internet (contempla la desaparición de la brecha digital), permite generar nuevas interacciones sociales, a través del aumento de usuarios en alguna red social de Internet, que serán reforzadas con interacciones “cara a cara”, o fortalecer las ya existentes (Katz y Rice 2005: 212, 217, 218). Y la sintópica, como la síntesis de medios que convergen en la Sociedad de la Información y las sinergias que se desprenden de ellos, y que rechaza a las dos anteriores por considerarlas desmedidas.

Ésta se identifica con el determinismo social, porque recalca el modo en que las personas “usan y reinventan la tecnología” (Johnson y Rice, 1987; Katz, 1999, 2003; Rice y Gattiker, 2000 en Castells, 2004: 361, 362). Como afirma Castells (2004): “La tecnología se ve influida por las necesidades individuales y los contextos sociales”.

En una entrevista realizada a Manuel Castells (Pascual, 2006) sobre el tema de comunicación e innovación en la era de Internet, éste señala que la brecha digital, como la disparidad que existe entre personas que tienen acceso y las que no lo tienen (ver apartado de conceptos básicos), es ambigua y explica que en España esta brecha se da por la edad:

“[M.C.:] Si hablamos de conexión, se está reduciendo rápidamente. Y en los países como España, la brecha esencial no es por nivel económico o por género, sino por edad” (Pascual, 2006: 228).

Además de otros factores más importantes que influyen como la capacidad cultural y educativa de la persona que hace uso de esta tecnología:

“[M.C.:] Ahora bien, el tema esencial es la calidad de la conexión, la difusión de la banda ancha, que está directamente condicionada por el nivel de ingresos, y, sobretodo, la capacidad cultural y educativa para sacar provecho de las enormes posibilidades que ofrece Internet” (Pascual, 2006: 228).

En un esfuerzo por contribuir a cerrar la brecha digital que existe entre naciones y por defender el derecho a la libertad de expresión y a la información a la que tienen derecho ricos y pobres, el 1 de junio de 2011, la Asamblea General de las Naciones Unidas declara el Acceso a Internet como un derecho humano que consta en la Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión e Internet<sup>1</sup>. Sobre el acceso a Internet señala que:

“Los Estados tienen como obligación promover el acceso universal a Internet para garantizar el disfrute efectivo del derecho a la libertad de expresión. El acceso a Internet también es necesario para asegurar el respeto de otros derechos, como el derecho a la educación, la atención de la salud y el trabajo, el derecho de reunión y asociación, y el derecho a elecciones libres”.

Además:

---

<sup>1</sup> En esta Declaración Conjunta participaron: el Relator Especial de las Naciones Unidas (ONU) para la Libertad de Opinión y de Expresión, la Representante para la Libertad de los Medios de Comunicación de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), la Relatora Especial de la Organización de Estados Americanos (OEA) para la Libertad de Expresión y la Relatora Especial sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP).

“Los Estados tienen la obligación positiva de facilitar el acceso universal a Internet. Como mínimo, los Estados deberían:

- i. Establecer mecanismos regulatorios —que contemplen regímenes de precios, requisitos de servicio universal y acuerdos de licencia— para fomentar un acceso más amplio a Internet, incluso de los sectores pobres y las zonas rurales más alejadas.
- ii. Brindar apoyo directo para facilitar el acceso, incluida la creación de centros comunitarios de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y otros puntos de acceso público.
- iii. Generar conciencia sobre el uso adecuado de Internet y los beneficios que puede reportar, especialmente entre sectores pobres, niños y ancianos, y en las poblaciones rurales aisladas.
- iv. Adoptar medidas especiales que aseguren el acceso equitativo a Internet para personas con discapacidad y los sectores menos favorecidos” (Mecanismos Internacionales para la promoción de la libertad de expresión. Declaración Conjunta sobre la Libertad de Expresión e Internet, 1 de junio. 2011).

De aquí la importancia de adoptar y adecuar las políticas públicas que beneficien a la sociedad para acabar con la brecha digital entre las personas que tienen y las que no tienen acceso a Internet; las que hacen uso de esta tecnología tardíamente como podría ser el caso de las personas mayores; y, las que sólo usan la tecnología y desarrollan habilidades mayoritariamente con fines de entretenimiento (Van Dijk, 1999).

A pesar de que este estudio se ubica dentro del determinismo social, el determinismo tecnológico también juega un rol importante en la adopción de las tecnologías existentes y las emergentes, es decir, la dependencia de la tecnología, se convierte en una utilidad social para mejorar la calidad de vida de las personas mayores y trae como consecuencia por un lado, que la brecha digital se angoste e influya en todas las generaciones que hacen uso correcto de las tecnologías y; por el otro, conciencia a la población para que hombres y mujeres se acerquen a estas tecnologías, las dominen y hagan uso de ellas para que la brecha digital de género desaparezca con el paso de las generaciones.

Por esto, el uso, práctica y adopción de las aplicaciones de Internet pueden llegar a favorecer a la sociedad que se enfrenta constantemente al acelerado cambio tecnológico. Este estudio exploratorio propone indagar en los usos y gratificaciones que hombres y mujeres mayores obtienen al utilizar las aplicaciones de Internet y cómo el uso, práctica y adopción de las mismas en la vida cotidiana favorece el angostamiento de la brecha digital y brecha digital de género en este contexto. Por esto, se parte de la postura utópica del uso de Internet que ayuda a generar nuevas redes sociales y a reforzar, a partir del contacto *online*, las relaciones que en se construyeron *offline*, es decir, presencial y socialmente con la familia, los amigos, los conocidos, para evitar el aislamiento social al que es propenso el colectivo de lo que se conoce como “tercera edad”.

En este estudio, la brecha digital se puede explicar desde la edad, desde el uso y las gratificaciones que se obtienen de su uso en personas mayores y desde las habilidades necesarias para cubrir esas necesidades a través de la motivación (Katz y Rice, 2005).

Por esto, se está de acuerdo con los autores, Katz y Rice (2005), quienes consideran que no hay que centrarse en la naturaleza de la tecnología, sino desde la perspectiva que ofrece la Teoría de Usos y Gratificaciones.

Al respecto señalan:

“... la perspectiva de los Usos y gratificaciones, parte de la psicología de los grupos subculturales o étnicos y de sus necesidades diferenciales y fuentes de gratificación para explicar las diferentes opciones de exposición a los diversos medios de comunicación, incluyendo Internet” (Katz y Rice, 2005: 59).

Pero,

“... cabría otorgar más importancia al nivel de conocimiento alcanzado por los usuarios potenciales: ...el conocimiento constituye una brecha de mayor importancia y anterior en el tiempo que el uso. Las desigualdades en lo concerniente al conocimiento y al uso se irán agravando a medida que estén disponibles por Internet servicios relacionados con el trabajo (gobierno e información del servicio público (incluyendo la salud, la formación, los seguros y la ayuda financiera)” (Katz y Rice, 2005: 81).

De aquí la importancia de las iniciativas llevadas a cabo por parte de la Unión Europea para ayudar a España a no quedar en el atraso tecnológico. Más tarde se hablará de ellas con más detenimiento.

## **2.2. Teoría de Usos y Gratificaciones.**

El presente estudio se fundamenta principalmente en la Teoría de Usos y Gratificaciones.

La Teoría de Usos y Gratificaciones permite conocer cómo la audiencia responde a ciertas motivaciones a través de los medios de comunicación. En un principio se utilizó, mayormente, para estudiar los efectos de la televisión en la audiencia. Actualmente esta teoría se ha ido ajustando a los cambios tecnológicos y a los nuevos medios como Internet, considerado no un nuevo medio de comunicación, sino un “espacio comunicativo” que responde a necesidades económico, político y sociales que cobra más importancia debido a la convergencia de medios.

Según los fundadores de la Teoría de Usos y Gratificaciones (Katz y Blumler 1974, en Katz et al., 2005: 255) existen 5 supuestos básicos que la sostienen y que son de gran utilidad para este estudio:

- La audiencia es activa y utiliza los medios con un propósito.
- La iniciativa de vincular la necesidad de gratificación con la elección de un medio concreto descansa en la audiencia.
- Los medios de comunicación compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades.
- Las personas tienen suficiente consciencia del uso que dan a los medios de comunicación, de sus intereses y sus motivos como para facilitar a los investigadores un retrato realista de ese uso.
- Sólo la audiencia puede hacer juicios de valor sobre los contenidos de los medios de comunicación.

## Perspectivas de aplicación.

McQuail y Gurevitch (1974: 287-30) distinguen tres perspectivas de aplicación dentro de esta teoría:

- *Perspectiva Funcional (Functional Perspective).*

Está basada en la predicción que se deriva de la gratificación del medio desde determinantes sociales psicológicos (Katz y Blumler, 1974) en los que se incluyen las siguientes variables con relación a las circunstancias de cada uno de los miembros de la audiencia:

“1) Personality characteristics; 2) social roles and social experiences (both past and present); and 3) variations in environmental and situational circumstances” (Katz y Blumler, 1974: 289).

De esta perspectiva se desprende la tipología diseñada por McQuail, Blumler y Brown (1972 en Katz y Blumler, 1974: 290) “*media-person interactions*” con los siguientes conceptos:

- Diversión.
- Relaciones Personales.
- Identidad Personal.
- Búsqueda de Información.

- *Perspectiva Estructural/Cultural o Socio/Cultural (Structure/Cultural Perspective).*

Hace referencia al cambio que se pretende en el futuro basado en:

“(1)... the patterns of media materials that are made available and (2) the customs, norms, and conventions-defining what counts as appropriate ways of using and reacting to media provisions...” (Katz y Blumler, 1974: 291).

Esta perspectiva sirve para institucionalizar ciertos usos en la audiencia, y contextualizarlos en la cultura donde se desea lograr este objetivo, al generar bienes culturales a partir de los medios de comunicación.

• *Perspectiva acción/motivación (Action/Motivation Perspective).*

Definida por Schütz (1972) considera que la acción se puede definir de dos maneras: “conscious behavior” y “unconscious behavior”, es decir, la acción es una conducta consciente que se produce cuando la persona sabe qué es lo que va a hacer. Sin embargo, a pesar de que no todos los medios encajan en este modelo de conducta como lo señala Schütz, es posible trabajar con la perspectiva distinguiendo entre la acción como la libertad de elección, mientras que la motivación inconsciente existe en las acciones, significados y propósitos que pueden ser descritos por el mismo actor quien decide si éstos son adecuados como para considerarlos objeto de estudio.

De aquí se desprende una guía metodológica para abordar los objetos de estudio, sean estos, audiencia, lectores, escuchas (o en este caso usuarios):

“(1) To find out why viewers, listeners, or readers attend to media, *ask them*. They are likely to have some awareness of their motivation, and in any case their answers are the only relevant explanation of the actions in question.

(2) Do not assume that any experience has a *unitary meaning*. Different people will give different accounts of the same media experience and will attribute personal meanings to that experience. Let the respondents provide the components of any explanatory framework.

(3) In asking questions, focus on the *anticipated outcomes* of a communication experience. **Direct inquiry to the future, not to the past.**” (Schütz, 1972, en Katz y Blumler, 1974: 295).

### 2.2.1. Tipología “*media-person interactions*”.

Para este estudio, se ha decidido utilizar la Perspectiva Funcionalista, en particular, la tipología de McQuail, Blumler y Brown (1972) “*media-person interactions*” para conocer cómo las personas mayores seleccionaron sus

acciones previamente pensadas para satisfacer una necesidad ya sea de índole afecto-emocional, por motivos de ocio, para estar informados o simplemente para no quedar en el atraso tecnológico.

La tipología se compone de cuatro gratificaciones importantes: diversión, relaciones personales, identidad personal y búsqueda de información. Además, se han añadido dos tópicos más: acceso a otros medios y futuro. Las cuales se definen de la siguiente manera:

**Diversión:** Hace referencia a las formas de escape y ocio que buscan para alejarse de la rutina diaria y los problemas. Liberación emocional.

**Relaciones personales:** Hace referencia a la forma en que se relacionan las personas mayores con sus seres queridos a través de las TIC, ya sea para evitar la soledad, o simplemente estar en contacto con otras personas con las que no es tan frecuente el contacto físico por la distancia. Compañía y utilidad social.

**Identidad personal:** Hace referencia a todas aquellas expresiones que identifican al usuario. Las personas a veces comparten los mismos valores, encuentran contenidos que los auto-referencian, o refuerzan sus propios valores e identidad personal.

**Búsqueda de información:** Hace referencia a los intereses de los usuarios que les motivan a buscar contenidos en línea: tiempo de ocio, liberación emocional, excitación sexual... Los productores de contenidos de la red al conocer el tipo de información que le interesa al usuario establecen una comunicación mediante un canal de retorno (usos, gustos y necesidades) de manera inmediata a través de las diferentes aplicaciones de Internet como el RSS, lista de correos, etc.

**Acceso a otros medios a través de Internet:** Hace referencia a cómo el usuario accede a otros medios como TV, vídeos tipo *YouTube*, emisoras de radio, periódicos o diarios a través de Internet.

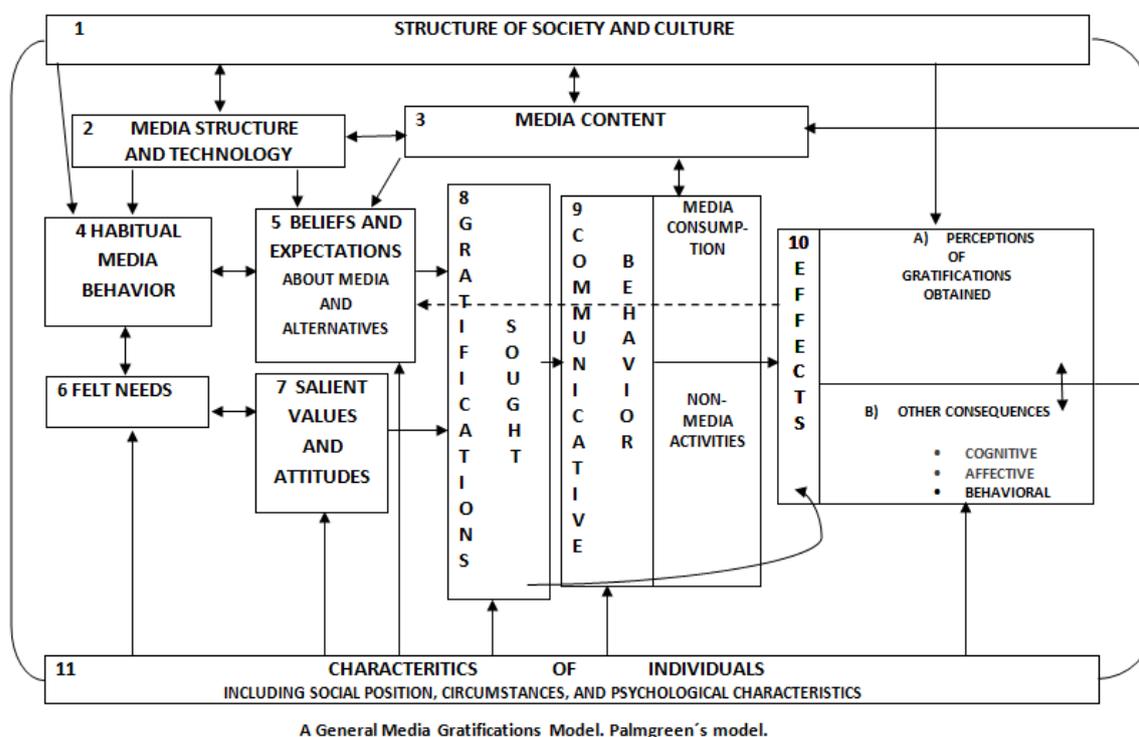
**Futuro:** Hace referencia a las expectativas que tiene el usuario de cara al futuro como el desarrollo de nuevas habilidades digitales para satisfacer otras necesidades u obtener otras gratificaciones una vez que han incorporado las TIC a su entorno cotidiano.

De acuerdo con McQuail y Gurevicht (1974), para que las necesidades de los sujetos sean cubiertas, deben considerarse diferentes aspectos tales como, los orígenes de esas necesidades que pueden ser de tipo social o psicológico. Además, deben considerarse sus valores y creencias y sus circunstancias sociales, que hace que estos sujetos produzcan un cambio en su comportamiento al buscar una gratificación a través del uso de los medios y otras actividades.

Las gratificaciones forman parte de la interacción entre la estructura social y las características personales que conforman al sujeto, de aquí que las motivaciones (potenciadas o restringidas) se conviertan en acciones realizadas por el mismo para seguir adelante en cualquier tarea o actividad.

A continuación se presenta el Modelo General de Gratificaciones propuesto por Palmgreen (1985) para poder explicar este estudio (Ver Figura 1). Dicho modelo incluye las tres perspectivas para entender el funcionamiento del paradigma propuesto en la Teoría de Usos y Gratificaciones que ha sido desarrollado en diferentes etapas, para comprender su operatividad práctica.

**Figura 1.**  
**Modelo General de Gratificaciones (Palmgreen, 1985).**



El modelo que se muestra en la Figura 1 ha servido para describir a los sujetos de estudio a partir de sus características individuales (género, rango de edad, si está o no motivado para hacer uso de las aplicaciones de Internet, motivación para aprender nuevas habilidades digitales, etc.) que les permita pertenecer a las Sociedad de la Información, y así utilizar la tecnología como una herramienta útil adaptada a la vida cotidiana para mejorar su calidad de vida y que a su vez, cubra algunas de sus necesidades. De esta manera, es posible situarlos dentro del contexto socio-cultural al que pertenecen, y así, explicar cómo estos individuos se enfrentan al cambio tecnológico. Es decir, desde el determinismo social y no desde el determinismo tecnológico.

### 2.2.2. *Gratificaciones Esperadas y Gratificaciones Obtenidas.*

Las Gratificaciones Esperadas, en adelante GE, son las expectativas que quieren satisfacer las personas mayores a través del uso de Internet, según sus necesidades. Mientras que las Gratificaciones Obtenidas, en adelante GO, están relacionadas con las necesidades que cubren las personas mayores al hacer uso de las mismas y de cómo éstas les influyen y motivan a seguir usando dichas aplicaciones incorporándolas a su vida cotidiana (Katz et al., 1974).

Para este estudio interesa identificar cuáles son las GE, y las GO, tomando en consideración que están relacionadas pero que unas no determinan a las otras (McLeod et al., 1982; Palmgreen et al., 1980).

Las razones han sido adaptadas tomando como base las diferentes propuestas realizadas por Stafford, Kline y Dimmick (1999), Papacharissi y Rubin (2000), Weiser (2000, 2001), Leung, (2001), LaRose y Eastin (2004) y Roe, (2009) para conocer las GE y GO, incluyendo otro tópico: futuro para conocer posibles motivaciones que hombres y mujeres mayores pueden obtener a partir de su uso.

Los tópicos que resultan de esta adaptación son interacción social, información, conveniencia, ganancia personal, ocio y entretenimiento y futuro. Los cuáles se definen de la siguiente manera:

**Interacción social:** Hace referencia a todas aquellas posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet para conocer las gratificaciones esperadas y obtenidas con la finalidad de estrechar lazos afectivos con familiares y amigos, conocer gente afín de su misma edad o de generaciones diferentes a la suya.

**Información:** Hace referencia a todas aquellas posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet para conocer las gratificaciones esperadas y obtenidas con la finalidad de mantenerse informado sobre lo que acontece en el mundo y en su entorno más cercano.

**Conveniencia:** Hace referencia a todas aquellas posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet para conocer las gratificaciones esperadas y obtenidas porque resulta conveniente para el usuario porque es más barato que otros medios, porque le permite hacer varias tareas a la vez y porque le permite realizar muchas otras actividades útiles para la vida diaria.

**Ganancia personal:** Hace referencia a todas aquellas posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet para conocer las gratificaciones esperadas y obtenidas porque suponen un beneficio personal como tomar cursos para desarrollar habilidades digitales, ejercitar la memoria, estar alerta, estar actualizado/a, etc.

**Ocio y entretenimiento:** Hace referencia a todas aquellas posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet para conocer las gratificaciones esperadas y obtenidas utilizadas con fines de ocio y entretenimiento.

**Futuro:** Hace referencia a todas aquellas posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet (existentes y emergentes) para conocer las gratificaciones esperadas y obtenidas de cara al futuro para desarrollar nuevas habilidades digitales y así hacer frente al cambio tecnológico.

LaRose y Eastin (2004) proponen que la Teoría de Usos y Gratificaciones relacionados con los estudios de Internet han de ser integrados a la Teoría Social Cognitiva de Bandura (1986). Al respecto este último afirma que “people regulated their behavior through internal standards and self-evaluative reactions to their own behavior” (Bandura, 1986: 390).

Esta teoría toma en cuenta la de Auto-Eficacia de Bandura (1977) la cual permite explicar los temores, frustraciones y motivaciones relacionados con el uso de las aplicaciones de Internet en personas mayores. Bandura define la Auto-Eficacia de la siguiente manera:

“Perceived Self-Efficacy is a judgment of one’s capability to accomplish a certain level of performance, whereas an outcome expectation is a judgment of a likely consequence such behavior will produce” (Bandura, 1986: 391).

### **2.3. Teoría de Auto-Eficacia.**

La Teoría de Auto-Eficacia servirá para conocer los diferentes procesos por los que el individuo tiene que pasar para poder evaluarse a sí mismo. Es decir, ayudará a conocer la creencia que las personas mayores tienen sobre las habilidades que poseen, las cuáles producen ciertos efectos cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet.

Según Bandura (1977) existen diferentes concepciones acerca de la idea de que las habilidades y capacidades decrecen, así como la afectación de las funciones biológicas cuando se llega a una edad avanzada.

La Teoría de la Auto-Eficacia hace referencia a la producción de resultados y al valor que se le asigna a cada uno. Los individuos actúan según las creencias de lo que pueden hacer y no hacer, así como de los posibles resultados.

La motivación se establece con base en los logros de metas trazadas, los objetivos personales, el esfuerzo que utilizan para perseverar ante las dificultades y la resistencia a los fallos o a la frustración.

Alcanzar las metas motiva al individuo a continuar con otras nuevas, mientras que el no lograr las mismas hace que el individuo dude de su capacidad para seguir esforzándose y tenga como resultado la renuncia de la actividad y de la meta propuesta (Bolles, 1972 en Bandura, 1977: 193).

Siguiendo con Bandura, las personas que creen en su capacidad para lograr metas realizan un mayor esfuerzo cuando no consiguen dicha meta con éxito y esto se convierte en un desafío para ellos.

De aquí que las personas mayores deban incorporar el uso de las aplicaciones de Internet a través de la rutina, repetición y práctica regular de una actividad como un ensayo para no fallar en tareas inmediatas.

Existen diferentes componentes para lograr una mayor motivación frente a actividades que pueden resultar difíciles, sobre todo en personas mayores, tales como, el éxito en la realización de actividades con metas específicas, la sociabilidad de la actividad, la no sensación de ansiedad ni depresión.

Dentro de este colectivo de personas mayores, el conocimiento, habilidad y experiencia en determinada actividad están relacionados con el nivel de participación. Muchas veces, estas personas se juzgan a sí mismas a partir del rendimiento de su memoria, es decir, a menor memoria menor capacidad cognitiva.

Existen diferentes creencias sociales y culturales negativas que influyen en este colectivo que cree que al llegar a esta etapa de la vida ha dejado de ser productiva y activa. Como resultado de esta influencia negativa resulta la falta de interés progresivo frente a la realización de una actividad que se cree no es apta para su edad ya que requiere de una serie de habilidades para lograr el éxito de una meta concreta, en este caso para interactuar con la tecnología.

Por esto, es necesario acabar con esta ineficacia social que aumenta la vulnerabilidad, la cual se ve reflejada en un mayor estrés frente a la realización de una actividad determinada. Sentirse vulnerables ocasiona que muchas veces las personas mayores caigan en depresión al sentirse poco hábiles y sin ninguna capacidad para realizar las tareas o actividades y llegar a un resultado exitoso.

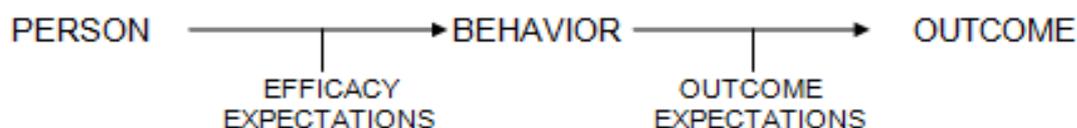
### *2.3.1. Teoría de Expectativas de Eficacia.*

De ésta teoría se desprende la Teoría de las Expectativas de Eficacia (*efficacy expectations*) que de acuerdo con Bandura (1977), son el mecanismo de operación para generar resultados, tienen como principal función fortalecer las

mismas y establecer una relación con los resultados obtenidos (*outcome expectation*).

Una expectativa de eficacia (*efficacy expectation*) es la convicción que cada individuo tiene para ejecutar un comportamiento o conducta exitosa para obtener un resultado concreto tomando en cuenta las habilidades que tiene. Es el mayor determinante para que una persona seleccione una actividad, tomando en cuenta el tiempo y esfuerzo que esto representa para afrontar una situación estresante. Mientras que las Expectativas resultantes (*outcome expectancy*) se obtienen a partir de la conducta de una persona que dará un resultado concreto (Bandura, 1977:193, 194). (Ver Figura 2).

**Figura 2.**  
**Mecanismo de operación de las Expectativas de Eficacia.**



Fuente: Diagrama tomado de Albert Bandura, 1977. Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, p. 193. Universidad de Stanford.

Cuando una persona mayor, decide realizar alguna actividad a través de Internet o de cualquier otra tecnología, pueden presentarse dos actitudes completamente diferentes: la persona obtiene el resultado que espera, sin duda alguna para mejorar sus habilidades digitales y obtener los resultados esperados, adquiriendo la confianza necesaria para hacer frente al cambio tecnológico o la persona tiene dudas sobre cómo realizar determinada actividad, no sabe, ni tiene la seguridad de que el resultado que espera sea el que va a obtener. De esta manera, puede realizar las tareas o actividades deseadas, pero no habrá un cambio en su comportamiento, es decir, no se sentirá motivada para aprender, practicar o buscar nuevas aplicaciones que le puedan resultar de ayuda en su vida cotidiana, sino que será una persona que se mantiene con sus temores y deficiencias, en vez de enfrentarse al proceso práctica-error, sin que éste le afecte de manera negativa.

Como parte de este estudio, se ha decidido utilizar las cuatro fuentes de información que forman parte de las Expectativas de Eficacia, y se ha añadido la de futuro, para identificar los miedos, obstáculos y motivaciones que experimentan hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet.

Las cuatro fuentes de información son: Actuación frente a logros obtenidos, Experiencia indirecta (a través de la observación de otras personas mayores cuando utilizan las aplicaciones de Internet), Persuasión verbal (de otras personas de su misma o diferente generación para hacer uso de las aplicaciones de Internet), Fuentes emocionales (sentimientos como emoción, miedo, frustración, curiosidad, alegría, etc. antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet), y Futuro, la cual se ha incluido para conocer su percepción sobre el desarrollo de las habilidades digitales para hacer frente al cambio tecnológico que se avecina. Estas fuentes de información se definen de la siguiente manera:

**Actuación frente a logros obtenidos:** Se basa en las experiencias y en los pequeños fallos realizados en repetidas ocasiones, sobre todo en el principio de los eventos que después tendrán una fuerte eficacia que se desarrolla a través de repetidos éxitos en la realización de una tarea determinada así como los fallos ocasionales que se van reduciendo a través de esta práctica. En muchas ocasiones si los fallos se han presentado después varios éxitos, se puede dar el caso de que la persona que los experimenta este auto-motivada para persistir en la realización de dicha tarea enfrentándose a obstáculos más difíciles que pueden lograrse con un mayor esfuerzo.

**Experiencia indirecta:** Muchas de las expectativas que tienen las personas mayores se dan a través de la observación del uso de las aplicaciones de Internet en otras personas de su misma generación al observar que hacen uso de ellas sin consecuencias adversas a su edad y habilidades y justamente esto genera que los observadores quieran mejorar su uso si ellos persisten e intensifican sus esfuerzos para hacerlo. O lo contrario, produce una vulnerabilidad por sentirse

débiles o con pocas habilidades para hacer usos de las aplicaciones. Por lo tanto, también se sienten más vulnerables para producir este cambio.

**Persuasión verbal:** La persuasión verbal se utiliza muchas veces para provocar en las personas la creencia de que son capaces de hacer frente a situaciones y obtener un resultado exitoso a pesar de que en el pasado hayan estado abrumados al intentar la misma tarea. En caso contrario, la persuasión verbal puede ocasionar que la gente que repite una misma tarea y acumula muchos intentos hace que se sientan incómodos o que no crean en su eficacia para realizar dicha tarea.

**Fuentes emocionales:** Una de las emociones más persistentes en personas mayores es el estrés al enfrentarse al uso de la tecnología. El grado de estrés puede depender de circunstancias que muchas veces se relacionan con su competencia frente al uso de la misma. El estado psicológico que experimentan las personas mayores está determinado por la ansiedad y la vulnerabilidad que puedan tener al estrés. Experimentar un alto grado de estrés puede provocar que éste colectivo se sienta más débil frente al uso de la tecnología y lo demuestran en su actuación. Muchas personas esperan tener una actuación exitosa cuando no se sienten presionados, tensos o con ansiedad. En el caso contrario, el hacer uso de las aplicaciones de Internet, puede generar miedos o impedimentos frente a la realización de diferentes actividades y ser creadas a partir de pensamientos relacionados con la ineptitud que ellos mismos provocan y que resulta en un alto grado de estrés y ansiedad. Por lo general, un alto grado de ansiedad y estrés debilita la actuación si están tensos o visceralmente agitados y esto se anticipa antes de lograr una actuación exitosa provocada por el miedo que experimentan al enfrentarse al uso de la tecnología. La ansiedad puede ser disminuida a través del modelo de participación que se da en la actuación de logros obtenidos (Ver apartado Actuación frente a logros obtenidos.)

**Futuro:** Esta fuente de información, a través de un bloque de preguntas diseñadas para el mismo, se elabora con la finalidad de averiguar cuál es su percepción a futuro cuando hagan uso de las aplicaciones de Internet en su vida

cotidiana, así como indagar sobre si su uso es una fuente de motivación para desarrollar más habilidades digitales a futuro.

#### **2.4. Perspectiva de Género.**

Como parte importante de este estudio, se propone el tratamiento de los datos desde la perspectiva de género, lo que permite identificar las diferencias, similitudes y otros aspectos importantes para revelar cómo hombres y mujeres mayores se enfrentan al cambio tecnológico. De aquí, el especial interés en conocer y comprender la situación de las mujeres, a las que muchas veces se ha apartado de la vida social.

Para comenzar, se define el término género. Scott (1990) diferencia el género del sexo de la siguiente manera:

“El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder. Con frecuencia, la atención al género no es explícita, pero no obstante es una parte crucial de la organización de la igualdad o desigualdad” (Scott, 1990: 23).

Una definición más reciente, y con la que se está de acuerdo, es la que ofrece el Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación de las Naciones Unidas para la Promoción de la Mujer (en sus siglas en inglés INSTRAW)<sup>2</sup> que define sociológicamente el término género y lo diferencia de sexo de la siguiente manera:

“Género se refiere a la gama de roles, relaciones, características de la personalidad, actitudes, comportamientos, valores, poder relativo e influencia, socialmente construidos, que la sociedad asigna a ambos sexos de manera diferenciada. Mientras el sexo biológico está determinado por características genéticas y anatómicas, el género es una identidad adquirida y aprendida que

---

<sup>2</sup> *International Research and Training Institute for the Advancement of Women (INSTRAW)*, Glosario, Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación para la Promoción de la Mujer, en: <<http://www.uninstraw.org/es/index.php?option=content&task=>>, 29 de mayo de 2006. En López, (Coord.), (2007). Género y políticas de cohesión social. Conceptos y experiencias de transversalización. p. 100.

varía ampliamente intra e interculturalmente. El género es relacional ya que no se refiere exclusivamente a las mujeres o a los hombres, si no a las relaciones entre ambos” (INSTRAW, 2004).

Por lo anterior, también interesa indagar sobre cómo hombres y mujeres mayores se relacionan entre sí cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet.

Una vez definida la palabra género, se quieren dar a conocer los orígenes y su contexto en Europa para conocer la aplicación de esta perspectiva.

Pero, para hablar de la perspectiva de género, se tendrá que hablar de otro término que está íntimamente ligado a él: *gender mainstreaming* o transversalidad de género, que nace durante la III Conferencia Mundial de Mujeres realizada en Nairobi, 1985. Aunque no es hasta la siguiente Conferencia Mundial de Mujeres realizada en Beijing, 1995 cuando se pone en práctica este término para su aplicación en los diferentes ámbitos de la vida social y privada con el fin de mejorar la situación de las mujeres y así equipararla a la de los hombres:

“Por la presente nos comprometemos en calidad de Gobiernos a aplicar la siguiente Plataforma de Acción y a garantizar que todas nuestras políticas y programas reflejen una perspectiva de género” (Naciones Unidas: Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, Beijing, 1995: 5).

En el contexto europeo, en el Comunicado de la Comisión “Integrar la Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el conjunto de las políticas y acciones comunitarias” se afirma que: “En la actualidad se reconoce plenamente que la igualdad entre hombres y mujeres es un principio fundamental de la democracia y del respeto de la persona” (COM (96) 67).

Y tiene como reto:

“...fomentar la igualdad entre los hombres y las mujeres en todas las acciones y las políticas, y ha de hacerse a todos los niveles. Eso es lo que se conoce como principio de “mainstreaming”<sup>3</sup> (integración de la igualdad entre los sexos), que la

---

<sup>3</sup> El término “*mainstreaming*” hace referencia a la corriente principal de las políticas públicas, desarrollo humano y económico.

Comunidad ha hecho suyo y cuya importancia decisiva se recordó durante la Conferencia de Pekín. De lo que se trata es de no limitar los esfuerzos de promoción de la igualdad a la ejecución de medidas específicas en favor de las mujeres, sino de movilizar explícitamente -con vistas a la igualdad- todas las acciones y políticas generales, teniendo en cuenta activa y visiblemente en el diseño de las mismas sus posibles efectos sobre las situaciones respectivas de los hombres y de las mujeres ("*gender perspective*") (perspectiva de las diferencias socioculturales entre los sexos con vistas a la igualdad)" (COM (96) 67).

Sólo un año más tarde, en el Tratado de Ámsterdam (1997), en sus Artículos 2 y 3, se hace referencia a la eliminación de las desigualdades entre hombres y mujeres:

“Artículo 2.

La Comunidad tendrá por misión promover, mediante el establecimiento de un mercado común y de una unión económica y monetaria y mediante la realización de las políticas o acciones comunes contempladas en los artículos 3 y 3A, un desarrollo armonioso, equilibrado y sostenible de las actividades económicas en el conjunto de la Comunidad, un alto nivel de empleo y de protección social, la igualdad entre el hombre y la mujer, un crecimiento sostenible y no inflacionista, un alto grado de competitividad y de convergencia de los resultados económicos, un alto nivel de protección y de mejora de la calidad del medio ambiente, la elevación del nivel y de la calidad de vida, la cohesión económica y social y la solidaridad entre los Estados miembros.” (Unión Europea, Tratado de Ámsterdam, 1997: 24)

El artículo 3 se modifica y se añade lo siguiente:

“En todas las actividades contempladas en el presente artículo, la Comunidad se fijará el objetivo de eliminar las desigualdades entre el hombre y la mujer y promover su igualdad” (Unión Europea, Tratado de Ámsterdam, 1997: 25).

El Consejo de Europa (1997) ha definido la transversalidad de género de dos maneras:

a) "La integración sistemática de las situaciones, intereses, prioridades y necesidades propias de las mujeres en todas las políticas del Estado, con miras a promover y velar por la equidad entre mujeres y hombres" (Consejo de Europa, 1997).

b) "La reorganización, mejora, desarrollo y evaluación de los procesos de decisión, en todas las áreas políticas y de trabajo de una organización, con el

objetivo de incorporar la perspectiva de las relaciones entre los sexos, en los procesos de decisión" (Consejo de Europa, 1997).

De acuerdo con las definiciones anteriores, se establece un acuerdo para reducir la desigualdad entre hombres y mujeres en el acceso a oportunidades, recursos y poder aplicando el principio de equidad en todas las políticas públicas que se diseñen pensando en los derechos, las necesidades e intereses de hombres y mujeres por igual. Es decir, se propone una reforma estructural del sistema de género (Incháustegui y Ugalde, 2004: 25, 32).

Además, la estrategia de transversalidad va a permitir incorporar a los hombres y hacerlos partícipes en otros ámbitos a través de políticas públicas, donde hasta ahora habían sido excluidos, o reposicionarlos para lograr la igualdad en hombres y mujeres (*menstreaming*) (Incháustegui y Ugalde, 2004: 27). Es decir, ellos también se verán reflejados en las políticas de conciliación de trabajo y vida familiar y compartirán las mismas responsabilidades que las mujeres al hacerse cargo del cuidado de los hijos, tareas domésticas y personas mayores, considerando a su esposa/pareja como igual.

De aquí que la perspectiva de género sea aplicada en los diferentes ámbitos político, social y económico para posicionar a las mujeres en el mismo nivel que los hombres, evitando la discriminación de género. Actualmente, esta transversalidad de género está cobrando más importancia en la política y la sociedad civil de Europa y América Latina (López, 2007: 6).

Esta importancia también se traslada al ámbito de lo tecnológico, donde se pretende que las mujeres participen cada vez más, equiparándose a los hombres. Efectivamente, las diferencias entre hombres y mujeres construidas por la sociedad, basándose en el sexo biológico de los individuos, está marcando la desigualdad de oportunidades de unos y otros. Por eso, esta perspectiva pretende visualizar las diferencias entre hombres y mujeres al hacer uso de las TIC para que ambos puedan beneficiarse por igual de las ventajas que éstas les ofrecen. Esto significa que tanto hombres como mujeres mayores deben afrontar el cambio tecnológico de la misma manera, respaldados por el diseño de políticas públicas

que contribuyan a la reorganización más equitativa y justa de la sociedad, como queda reflejado en las siguientes definiciones.

Según la organización Mugarik Gabe<sup>4</sup>, la perspectiva de género:

“... considera las relaciones y diferencias entre hombres y mujeres antes, durante y después de cualquier actividad o proceso político. Parte de la asunción, de que la relación entre hombres y mujeres está marcada por una desigualdad estructural y por ende que las políticas emprendidas afectan de manera diferente a hombres y mujeres. La meta a llegar es una mayor equidad entre los géneros, y para lograrlo este objetivo debe estar en todas las políticas. Contribuye a visualizar las relaciones de poder y subordinación de las mujeres, conocer las causas que las producen y encontrar mecanismos para superar las brechas existentes, así como reconocer que existen relaciones de desigualdad y que existe opresión e injusticia en la organización genérica de las sociedades. De allí que aplicar la perspectiva de género exija un compromiso institucional a favor de las relaciones de género equitativas y justas” (Mugarik Gabe, Glosario de Género y Desarrollo).

Otra definición es la que ofrece López et al. (2007):

“... una perspectiva o mirada de género es aquella que tiene en cuenta las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres existentes en la realidad. Es decir, visibiliza el modo en que el género afecta la vida y las oportunidades de las personas para impulsar acciones que promuevan una mayor equidad” (López et al., 2007. Glosario).

Este trabajo incluye como uno de los objetivos principales la aplicación de esta perspectiva, ya que la variable “género” atraviesa transversalmente la consecución de todos sus objetivos específicos.

#### *2.4.1. Uso de las TIC desde la perspectiva de género.*

Según el Parlamento Europeo, hay una serie de considerandos que tienen como base aplicar un principio de igualdad de retribución entre hombres y mujeres. El cambio tecnológico traerá como consecuencia diferentes cambios dentro de la sociedad que inciden, cada vez más, en la transformación de los mercados y la manera de vivir de la sociedad occidental. A pesar de que este cambio es

---

<sup>4</sup> ONG de género y desarrollo con sede en Bilbao.

paulatino, a la larga, habrá un mayor uso de las TIC como uno de los objetivos de la inclusión en la Sociedad de la Información.

Tal y como se expresa en las consideraciones iniciales de la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Género (A6-0389/2008):

- “Considerando que existe una brecha digital por razones de género que tiene claras repercusiones en el ámbito salarial.
- Considerando que desde el ámbito educativo es posible y necesario incidir en la eliminación de los estereotipos sociales de género.
- Considerando que el Parlamento ha solicitado reiteradamente a la Comisión que adopte iniciativas, incluida una revisión de la legislación vigente, para contrarrestar la diferencia de retribución, eliminar el riesgo de pobreza de los jubilados y asegurarles un nivel de vida digno.
- Considerando que se ha establecido como objetivo la igualdad entre las pensiones de hombres y mujeres, también por lo que respecta a la edad de jubilación,…” (Parlamento Europeo, 2008: 5).

Como afirma Fernández Guerrero (2010), lograr la igualdad entre hombres y mujeres no es una cuestión de números únicamente, sino de competencias y oportunidades igualitarias entre ambos sexos. Es verdad que la representación de la mujer en la esfera pública aún no es suficiente para lograr la igualdad, aunque es un mecanismo que se encuentra en un primer nivel para equilibrar los géneros dentro de los centros de trabajo.

Por esto es tan importante que las mujeres sigan teniendo acceso a la educación y continúen los estudios, casadas o no, con hijos o sin ellos, para estar más cualificadas y así, optar por mejores y más altos puestos de trabajo.

La perspectiva de género implica también una estrategia necesaria para acabar con la exclusión de la mujer dentro del ámbito tecnológico y tiene como propósito hacer visible la discriminación que existe sobre la idea de que la tecnología no es para las mujeres o que no saben cómo ni para qué usarla. En el caso particular de las mujeres mayores, al ser una generación que no creció con la tecnología y que muy probablemente sólo se dedicó a la casa y la familia, es de gran importancia que éstas se interesen en aprender y hacer uso de Internet y de las tecnologías

en general, como un mecanismo de igualdad frente a hombres mayores que ya las utilizan. Además, resulta más atractivo si éstas cubren algunas de sus necesidades, ya sean de información, salud, ocio, etc.

Como parte de la historia de las mujeres en la sociedad occidental, sucede que, debido a los cambios en la economía de cada país, las que se incorporaban a puestos de trabajo, tenían ahora una carga doble ya que continuaban realizando las tareas domésticas (en muchos casos ahora se comparten con el hombre) y sin embargo, (como ocurre también ahora) no recibían ninguna remuneración (Wajcman, 1991).

El mercado tecnológico estaba dirigido a cubrir las necesidades del género masculino ya que éste era el que percibía un sueldo (esfera social), en cambio, el género femenino era “bombardeado” con publicidad dirigida a las labores domésticas (esfera privada), trabajo no remunerado, que ni aún ahora, cuenta con un reconocimiento social.

Estas dicotomías hombre/espacio público - mujer/espacio privado generaron una clara separación de roles y actividades dentro y fuera de casa, debido a que la tecnología era usada por las mujeres en la esfera privada y sólo para efectuar tareas domésticas.

Esta situación se ha interiorizado en la cultura occidental a través de la escuela, como afirma Wajcman:

“La escuela, las asociaciones juveniles, la familia y los medios de comunicación transmiten significados y valores que identifican la masculinidad con las máquinas y las aptitudes para la tecnología” (Wajcman, 2004: 26-27).

Los medios de comunicación contribuyen a reforzar las relaciones de poder para legitimizarlas socialmente, transmitir las y que sean aceptadas de generación en generación, de padres a hijos y de madres a hijas, por ser éste el modelo hegemónico existente.

También es verdad que hace tiempo se ha comenzado a romper el esquema establecido a través de la visibilidad positiva de personas “estigmatizadas” o vulnerables dentro de la sociedad, incluso en los medios de comunicación poco a poco cobra importancia este tema y se va creando conciencia de lo que significa la igualdad en derechos y oportunidades, sean éstos de acceso a las tecnologías, de visibilidad positiva en el espacio público o de oportunidades laborales y económicas entre ambos sexos.

Al respecto, Wajcman considera que:

“... es necesario eliminar el sesgo de género de los procesos de socialización e insistir en las políticas de acción positiva orientadas a incrementar la presencia de las mujeres en todos los ámbitos de la ciencia y la tecnología” (Wajcman, 2004 en Castaño, 2005: 34).

Por lo anterior, es importante lograr que las próximas generaciones de mujeres que se acerquen a la tercera edad ayuden a angostar la brecha digital y brecha digital de género, haciéndose visibles como grupo social, desarrollando habilidades digitales y siendo capaces de participar activamente y de interaccionar con las TIC existentes y emergentes.

Por su parte, la Asamblea General de las Naciones Unidas (2011), en una resolución relacionada con las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones para el desarrollo, con el fin de acelerar la realización de las metas de conectividad de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (2010), reconoce que:

“... existe una brecha entre los géneros como parte de la brecha digital, y alienta a todas las partes interesadas a que velen por la plena participación de las mujeres en la sociedad de la información y por su acceso a las nuevas tecnologías, especialmente las tecnologías de la información y las comunicaciones para el desarrollo..” (A/RES/65/141).

Actualmente, muchas de las actividades cotidianas dentro del hogar se realizan utilizando la tecnología y esto ha transformado los espacios, ya que la actividad

laboral, que pertenecía exclusivamente a la esfera pública, ahora se puede desarrollar en la esfera de lo privado, gracias a que la tecnología lo permite.

La casa se ha convertido en una oficina, y ahora es posible concentrar y combinar las tareas de ambas esferas, pública y privada, en una sola. En ocasiones esta combinación permite que haya más ingreso familiar sin que las mujeres descuiden las tareas de cuidados (Carrasco, 1999) de las que siguen siendo casi exclusivas responsables, como la crianza de los hijos/as, el cuidado del esposo, las personas mayores y las tareas domésticas.

También es verdad que cada vez más, las mujeres están ocupando lugares importantes en los puestos de trabajo y participando activamente dentro de la sociedad, en la toma de decisiones políticas, económicas y sobre el poder de los recursos económicos, lo que ha contribuido a la transformación de la sociedad. Esta participación de las mujeres en las altas esferas, también se conoce como Potenciación de Género (PNUD, 2001: 248). Pero aun así, sigue siendo visible “el techo de cristal” o los obstáculos para la promoción profesional de las mujeres en puestos de responsabilidad (Sarrió, Barberá, Ramos y Candela, 2002).

Según datos publicados por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, proporcionados por el Instituto de la Mujer con datos del Senado. La participación de las mujeres en la toma de decisiones se ha visto incrementada al momento de constituirse la Cámara y durante la legislatura. Según estos datos, la Legislatura 1996-2000, estuvo constituida por 256 Senadores/as, donde las mujeres representaban el 14,06%. Durante toda la legislatura el número de Senadores/as se incrementó a 308, lo que representó un 13,96% de las mujeres en el poder. En la Legislatura 2000-2004 en el momento de su constitución contó con 259 Senadores/as, lo que representó un 24,32% de mujeres en la toma de decisiones. Durante la legislatura, el número de Senadores/as se incrementó a 324, lo que representó un 23,15% de mujeres ocupando los escaños. Para la Legislatura 2004-2008, en el momento de su constitución contaba con 259 Senadores/as, lo que representó un 25,10% de las mujeres. Durante la legislatura el número de Senadores/as aumentó a 324, con una representación del 24,05%

de las mujeres para esta legislatura. En la Legislatura 2008-2012 constituida por 255 Senadores/as lo que representó un 28,24% de mujeres en el poder. Mientras que la actual legislatura 2011-2015 cuenta hasta ahora con 261 Senadores/as lo que representa un 33,33% de mujeres en la toma de decisiones del país. Aun así, las mujeres siguen siendo minoría en el poder.

Sin embargo, la construcción social que anteriormente se había institucionalizado por consenso acerca del rol que desempeñaban hombres y mujeres, ha sido reestructurada, debido a los cambios de la historia y de la economía mundial, al permitir que las mujeres tengan las mismas oportunidades de acceso a la educación que los hombres. Ellas han sabido aprovechar estas oportunidades y actualmente son reconocidas en el “mundo de los hombres” ocupando puestos que sólo les eran asignados a ellos.

Poco a poco se ha desmitificado la relación hombre-máquina o “tecnofilia” considerada una norma, así como la estigmatizante idea patologizada de que las mujeres se apartan de la tecnología conocida como “tecnofobia” (Bonder, 2000).

Como una propuesta para reducir, poco a poco y hasta su desaparición, la brecha digital de género son necesarios tres factores que afectan a los individuos al hacer uso del ordenador con conexión a Internet en los hogares: Capital humano, contexto familiar y conexión social (Korupp y Szydlik, 2005). El *capital humano*, aporta experiencia en el uso de Internet en los puestos de trabajo como primera vía necesaria para obtener habilidades digitales que permitan desarrollar tareas y actividades más difíciles y nivelar el grado de competencia dentro de los centros de trabajo. De aquí la importancia de que más mujeres se interesen por carreras informáticas y tecnológicas para incrementar la contratación en las empresas. Dentro del *contexto familiar*, la adquisición de un ordenador con conexión a Internet de uso familiar que pueda ser compartido con generaciones más jóvenes para despertar el interés en el uso de la tecnología, o si ya están interesadas, para compartir experiencias digitales. Y por último, el *contexto social*, que hace referencia a la igualdad de oportunidades en el uso del ordenador dentro del hogar (frecuencia, tiempo, tipos de uso...) para impedir que los hombres acaparen

el tiempo de uso del ordenador y que las mujeres puedan también hacer uso del mismo, evitando la brecha digital de género en el interior de sus hogares (Korupp y Szydlík, 2005 en Castaño, 2009: 222).

En el Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2008-2011, se reconoce que:

“Para superar el dominio masculino del sistema ciencia-tecnología, del diseño y funciones de sus productos (teorías, interpretaciones, datos estadísticos, objetos o relaciones), es esencial el acceso de las mujeres al núcleo duro de la práctica científica, tecnológica y de usuaria, para que la remodelen, introduciendo la perspectiva y las necesidades de las mujeres. No es posible renunciar a herramientas tan poderosas. Por el contrario, hay que conocerlas, dominarlas y enriquecerlas con las aportaciones de las mujeres” (PSOE. Plan Estratégico 2008-2011, diciembre 2007: 8).

El pasado 25 abril de 2013, el Parlamento Europeo organizó un debate celebrado en Bruselas, sobre la participación de la mujeres en el campo de la tecnología, con motivo del día de la mujer en las tecnologías de información y comunicación, en el que reconoce que “La tecnología europea necesita de mujeres” de acuerdo con la Vice-Presidenta de la Comisión Europea (2010-2014) y responsable de la Agenda Digital para Europa, Neelie Kroes. Como prioridad número 60 dentro de la Agenda, se encuentra la de incrementar el número de mujeres en puestos de trabajo relacionados con las TIC. Según el artículo emitido por el Servicio de Prensa del Parlamento “Sólo el 30 por ciento de los alrededor de 7 millones de personas que trabajan en el sector de las TIC en Europa son mujeres. Se trata de un sector que registra un rápido crecimiento, y que crea unos 120.000 puestos de trabajo cada año. A este ritmo, en 2015 habrá unas 700.000 vacantes sin cubrir” (Parlamento Europeo, Servicio de Prensa, 30-04-2013 - 10:12).

De aquí la gran preocupación por contribuir a que la brecha digital de género no siga ampliándose, ofreciendo como referentes o modelos a otras mujeres que ocupan puestos de trabajo en los que usan y desarrollan la tecnología y cuya visibilidad sirve de ejemplo a otras mujeres para seguir esta trayectoria.

Existen otros datos donde las mujeres también están aportando sus conocimientos. En el caso de España, según datos<sup>5</sup> publicados por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2009 el número de mujeres con puestos de trabajo en Investigación y Desarrollo (I+D) ha sido de 142.935 mujeres, de las cuales 88.247 son a jornada completa y el resto, 54.688 mujeres, a jornada parcial. En 2010, el número de mujeres se incrementa con un total de 143.333 puestos de trabajo, de los cuales 88.870 son a jornada completa y 54.463 a jornada parcial. Para 2011, se experimenta una baja en el número de mujeres trabajando con un total de 141.419, de las cuales 86.305 son a jornada completa y 55.114 a jornada parcial.

Aun así, estos logros deben sufrir una nueva reestructuración y cambio para acabar con la estigmatización, ya que existe la creencia de que descuidan a los hijos, al esposo o las tareas domésticas. En la medida en la que los hombres también participen de las responsabilidades dentro y fuera de la casa, se visibilizará la igualdad. A pesar de que se han comenzado a aplicar políticas de igualdad en España, éstas aún no se han popularizado. Por ejemplo, los permisos de maternidad/paternidad, según datos publicados por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, con datos proporcionados por el Instituto Nacional de Seguridad Social (INSS), de los 322.600 permisos otorgados en 2006, 57.325 fueron para las madres y 5.282 para los padres. Mientras que para el 2012, de los 298.732 permisos otorgados en el país, 293.704 los solicitaron las madres y sólo 5.028 los solicitaron los padres. Como demuestran las cifras, los permisos de paternidad no se han incrementado en este periodo y son las mujeres quienes siguen estando a cargo de los hijos sin compartir el cuidado de los mismos al nacer con los padres.

Al margen de este estudio, también se observa que las variables económicas, en las sociedades occidentales, inciden sobre el mundo de las mujeres y que sus repercusiones sociales cada vez son más evidentes. Por un lado, hay más mujeres en el mercado laboral y por otro, la disminución de la natalidad está

---

<sup>5</sup> Datos actualizados en mayo de 2013 por el INE.

provocando el envejecimiento de la sociedad. Las mujeres que ahora participan en la esfera pública en puestos de trabajo de más responsabilidad, han comenzado a poner en segundo lugar la procreación, ya que ser competitiva y mantener el trabajo se ha convertido en una prioridad.

Hoy en día, hay un mayor número de mujeres solteras y las que se casan lo hacen a una edad mucho más avanzada, generando a su vez un nuevo estilo de vida y de pareja mejor conocidos como *Dinkis* (*double income, no kids*)<sup>6</sup> La Consultora Millward Brown es la primera que ha realizado un estudio en España titulado: “Las familias jóvenes en España”. Dicho estudio realizado en 2005, afirma que hay 800.000 parejas “dinkis”, un 75% más que en 2000 (Delgado y Gómez, 2006). De acuerdo con la consultora, estas familias se concentran en Barcelona y Madrid.

Estas parejas se caracterizan por renunciar o posponer la procreación debido a que con el paso de los años, han logrado adquirir cierta comodidad y lujos, que tal vez, no hubieran sido posibles si hubieran tenido que mantener a una familia.

#### 2.4.2. *Uso de las TIC y la edad.*

Como se ha comentado anteriormente, es importante que las generaciones más jóvenes también contribuyan a que la brecha digital se angoste y considerando que muchas de ellas conviven con sus abuelos y abuelas, que compartan con ellos las habilidades y conocimientos desarrollados en la escuela, reforzándolos en casa y haciéndolos partícipes para que se familiaricen con el uso de las TIC.

En España, según afirma el Instituto de Mayores y Servicios Sociales, en adelante IMSERSO, en su Encuesta 2010, “los abuelos y las abuelas cuidan de sus nietos...”. Con una frecuencia diaria, el 48,8% de las mujeres y el 50,2% de los hombres; con una frecuencia semanal, el 45,5% de las mujeres y el 44,1% de los hombres; y con una frecuencia mensual, el 4,5% de las mujeres y el 3,7% de los

---

<sup>6</sup> Término acuñado en Reino Unido en la década de los `80, con el fin de ofrecer productos de lujo a un *target* o nuevo tipo de familia con capacidad para afrontar gastos elevados.

hombres (IMSERSO, 2010: 42). Además afirma que “los abuelos comienzan a cuidar más a los nietos, pero las abuelas los cuidan más tiempo”. Las mujeres cuidan de sus nietos 6,2 horas diarias, mientras que los hombres lo hacen 5,3 horas diarias. (IMSERSO, 2010: 43).

Sólo un año más tarde, el IMSERSO (2011) señala que el contacto con familiares, amigos y compañeros de trabajo, comienza a perfilar la situación familiar de hombres y mujeres previa a la jubilación:

“... los hombres afirman tener un mayor contacto presencial con los amigos que las mujeres, incluso más que con los familiares: el 53,7% ve a diario o casi a diario a sus amigos y sólo el 46,1% contacta todos o casi todos los días con familiares. En cierto modo, se reproducen las redes previas a la edad de jubilación, los hombres más próximos a amigos y compañeros del trabajo, y las mujeres más cercanas al mantenimiento y los lazos familiares” (IMSERSO. Libro Blanco del Envejecimiento Activo, 2011: 65).

De aquí la consideración de que más mujeres que hombres mayores puedan llegar a desarrollar más habilidades digitales debido a la convivencia con los nietos/as en el momento de hacer tareas escolares que requieran del uso de un ordenador con acceso a Internet.

La inclusión social tiene como objetivo la igualdad sin importar sexo, género o perfil socio-económico, de ahí la relevancia de los diferentes gobiernos por ofrecer el acceso a las TIC y así acabar con la desigualdad socio-digital a la que pertenece una gran parte del colectivo de personas mayores. La clave está en el uso y dominio de la tecnología, en particular de Internet. Por esto, resulta interesante conocer las motivaciones de hombres y mujeres mayores para hacer uso de las aplicaciones de Internet.

En sí, no existe un interés por conocer el número de mujeres y hombres que hacen uso de la tecnología, sino su utilidad social, ya que las mujeres pueden desarrollar habilidades semejantes a las de los hombres que sí han tenido la oportunidad de estar en contacto con las TIC en el trabajo.

Para conocer la evolución de las TIC en el entorno de la vida cotidiana de hombres y mujeres mayores, es necesario entender la brecha que han generado a partir del uso o el no uso de Internet. Si bien es verdad que se ha centrado en el determinismo social, el determinismo tecnológico tiene mucho que ver a la hora de hacer uso de la tecnología. El aumento de aplicaciones de Internet y de su funcionalidad, está causando una “gran brecha generacional” que en ocasiones, puede hacernos pensar que sólo las nuevas generaciones serán capaces de llegar a dominarlas debido su complejidad. Dejando atrás incluso, a la *Generación X* y los *Baby Boom*, que ya se aproximan a los *Seniors* o *Silver Surf Generation*. Esto equivale a la exclusión de la Sociedad de la Información.

De la creencia de que los hombres dominan más las tecnologías digitales debido a que han estado en contacto con ellas en sus centros de trabajo, se desprende la idea de que las mujeres en general, y las mayores en particular, tienen un atraso tecnológico mayor.

Para lograr la inclusión social y pertenecer así a la Sociedad de la Información, es necesario que exista un interés por parte de las personas por desarrollar habilidades digitales y que este interés sea reforzado por diferentes factores como afirma Warschauer (2003: 46): “*Literacy is a social practice, involving access to physical artifacts, content, skills, and social support*”. Pues todos tenemos el derecho a estar comunicados dentro de la sociedad, a la igualdad de oportunidades de acceso material y de conectividad, y además, para evitar que la brecha se ensanche cada vez más, es necesario aprender a usar esta tecnología, es decir, alfabetización para el uso de la TIC, mejor conocido como *literacy practice*.

También es importante la relación que existe entre el determinismo tecnológico y el determinismo social. Ambos deben ir a la par, para evitar la brecha digital, de lo contrario seguiremos encontrando fisuras entre generaciones y brechas de género si las tecnologías no se adaptan a las necesidades sociales y, en este caso a las personas mayores.

Por esto sería importante diseñar nuevas políticas públicas que permitan el acceso a la tecnología de manera gratuita, para que todos, hombres y mujeres, aprendan, desarrollen y practiquen las habilidades que necesitan, y en un momento dado, si la economía lo permite, adquieran la tecnología necesaria para mejorar su calidad de vida.

Existe la creencia estereotípica de que las mujeres mayores son “analfabetas tecnológicas o tecnófobas” que no tienen interés alguno por la tecnología, cuando realmente el problema es de acceso o de que no se han tomado en cuenta sus necesidades (Castaño, 2005).

Mujeres que sólo habían usado la tecnología dentro del hogar y no en un ambiente de trabajo se ven ahora obligadas a desarrollar ciertas habilidades interactivas para poder afrontar el cambio tecnológico. Una mujer mayor, es una persona que creció sin la tecnología, que muchas veces estuvo a cargo de la casa y la familia, que no contaba con un trabajo para recibir una paga salarial por dicha actividad, o que no contaba con un trabajo fuera de casa, ya que estaba dedicada a las tareas realizadas en la esfera privada. Otras que sí trabajaban lo hacían en actividades que se creía eran sólo para las mujeres: coser, planchar, lavar o cocinar, todas ellas fuera de casa. Y poco a poco se fueron aislando de la esfera pública, lo que generó una repetición de las mismas tareas y responsabilidades cuando los nietos/as llegaron.

Gracias a la convivencia con nuevas generaciones y al cambio tecnológico que están viviendo, es posible que muchas de estas mujeres mayores ahora tengan acceso a las TIC por diferentes vías. Esto hace que estén en contacto y hagan uso de las TIC en general, que se preocupen por estrechar lazos con otras generaciones diferentes a la suya y muestren interés por compartir experiencias, creando vínculos más fuertes con generaciones más jóvenes. Las mujeres mayores también reconocen que para tener un mejor “entendimiento” con generaciones más jóvenes deben aprender a hacer un uso correcto de la tecnología para desarrollar nuevas habilidades interactivas a pesar de que sus posibilidades económicas sean reducidas (Álvarez Arámbula, 2010).

Por lo anterior, el cambio tecnológico y el envejecimiento de la población a nivel mundial, son una preocupación prioritaria de la Unión Europea. Debido a estos cambios tecno-sociales, la Unión Europea está diseñando una serie de Políticas Europeas para no dejar a nadie fuera de la Sociedad de la Información:

“El término inclusión digital (inclusión electrónica) hace referencia a las medidas destinadas al logro de una sociedad de la información inclusiva, es decir, una sociedad de la información que sea para todos” (Comisión Europea, 2007: 3).

Con el objetivo de:

“... hacer posible que toda persona que lo desee pueda, a pesar de sus desventajas individuales o sociales, participar plenamente en la sociedad de la información. La inclusión digital es necesaria para la realización de la justicia social y garantiza la equidad en la sociedad del conocimiento” (Comisión Europea, 2007: 3).

## 2.5. Conceptos básicos.

Para conocer los **conceptos básicos** relacionados con este estudio se comienza por definir el significado de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), brecha digital así como otros conceptos que se desprenden de ésta por razones de edad y género y que serán aplicados a los sujetos de investigación. Además, es también relevante explicar el término persona mayor y lo que significa pertenecer a esta etapa de la vida.

### • *Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).*

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), las TIC son:

“... el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) - constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional - y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos

(informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces)” (PNUD, 2002: 10).

Otra definición es la que ofrece la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) que las define como:

“Tecnologías y herramientas que las personas utilizan para intercambiar, distribuir y recolectar información y para comunicarse con otras personas. Las TIC pueden agruparse en tres categorías. Las tecnologías de información utilizan computadores, que se han vuelto indispensables en las sociedades modernas para procesar datos y economizar tiempo y esfuerzos. Las tecnologías de telecomunicaciones incluyen teléfonos (con fax) y transmisión de radio y televisión, a menudo a través de satélites. Las redes de tecnologías, de las que la más conocida es Internet, también abarcan la tecnología de teléfono celular, la telefonía de voz sobre IP (*VoIP*), las comunicaciones por satélite y otras formas de comunicación que aún están siendo desarrolladas” (APC, 2013. Glosario).

Para este estudio se ha tomado como referencia esta última definición que resulta mucho más amplia y que muestra cómo la sociedad hace uso de la tecnología, es decir, comparte la idea sobre el determinismo social que tiene como base la utilidad de la tecnología a favor de la sociedad. Y que además tiene en cuenta tanto las tecnologías existentes como las emergentes, con una serie de aplicaciones que gradualmente se van integrando en la vida diaria y en el lenguaje cotidiano de los usuarios.

- *Brecha digital.*

El PNUD (2001) define la brecha digital como “la difusión dispar de la tecnología y las comunicaciones” debida a la disparidad de ingresos entre países ricos y pobres, además de las diferencias existentes dentro de los países desarrollados o en vías de desarrollo que cuentan con regiones menos desarrolladas donde no hay acceso a Internet (PNUD, 2001: 40).

Otra definición es la que ofrece Castells (2001) que se centra en las áreas de actividad política, económica y social en la que afirma que la brecha digital se convierte en “marginalidad para aquellos que no tienen o que tienen acceso limitado a la red, así como para los que no son capaces de sacarle partido”

(Castells, 2001: 275). Y añade que el acceso a Internet es un paso previo para acabar con la misma debido a que la sociedad funciona, cada vez más, entorno a Internet (Castells, 2001: 276).

En definitiva, según Castells (2001), la divisoria digital (brecha digital):

“... no se mide en el número de conexiones a Internet, sino en las consecuencias que comportan tanto la conexión como la falta de conexión porque Internet [...] no es sólo una tecnología: es el instrumento tecnológico y la forma de organizativa que distribuye el poder de la información, la generación de conocimientos y la capacidad de conectarse en red en cualquier ámbito de la actividad humana” (Castells, 2001: 297, 298).

Por lo anterior, se está de acuerdo con la definición que ofrece Castells (2001) tomando en cuenta que los sujetos de estudio son personas mayores que hacen uso de Internet pero que, en la mayoría de los casos, no han desarrollado las habilidades digitales necesarias para dicho uso por diferentes motivos como falta de interés, la creencia de que no las necesitan, miedo por considerarlas difíciles de aprender, la edad... y por consiguiente, no contribuyen al angostamiento de la brecha digital.

- *Brecha digital por razones de edad o generacional.*

Existen diferentes clasificaciones para referirse a las personas en relación con las TIC según su edad o la generación a la que pertenecen. *The Pew Research Center for The People & The Press* ofrece la siguiente clasificación por edad:

“**Generation Next** is made up of 18-25 year-olds (born between 1981 and 1988). **Generation X** was born between 1966 and 1980 and ranges in age from 26-40. The **Baby Boom** generation, born between 1945 and 1965, ranges in age from 41-60. Finally, those over age 60 (born before 1946) are called the **Seniors**” (*The Pew Research Center for The People & The Press*, 2007: 4).

Otra clasificación es la que hace Prensky (2001) según la generación a la que se pertenece: *Nativos digitales*, generalmente se asocia a personas jóvenes que van desde la infancia hasta la adolescencia y que durante su crecimiento, han

desarrollado habilidades digitales a partir del uso de videojuegos, ordenadores, móviles y otras tecnologías como parte de su rutina diaria. Frente a los *Inmigrantes digitales* es decir, aquellas personas que se han tenido que adaptar a los cambios tecnológicos porque no han nacido ni crecido con la tecnología.

Esta última clasificación resulta interesante, no por las “etiquetas” sino por cómo son definidas cada una de las categorías, es decir, muchas personas mayores creen que la tecnología ya no es para ellos por diferentes razones: prefieren los medios más convencionales como la TV y la radio, porque creen que sus facultades mentales ya no les permiten aprender más, no se sienten capaces de desarrollar habilidades digitales como lo hacen los jóvenes, no hay nadie que les ayude, se ponen nerviosos y creen que es muy complicado el uso y mantenimiento de un ordenador. De aquí que ellos mismos frenen el proceso de acercamiento, uso y consumo de la tecnología debido a la creencia de que no son capaces de hacer uso de la misma ni de adaptarla a su vida cotidiana, lo que genera en ellos sentimientos de inseguridad, temor y frustración.

- *Brecha digital de género.*

De acuerdo con Vázquez y Castaño (2011) la brecha digital de género es una:

“... enorme brecha social que se sustenta en factores de exclusión como la capacidad económica, la disponibilidad de tiempo, los conocimientos, habilidades y experiencia, el bagaje cultural y lingüístico. Pero además, la tecnología está diseñada por y para hombres, y esto resta protagonismo al papel de las mujeres en su desarrollo y uso” (Vázquez y Castaño, 2011: 35).

Se está de acuerdo con esta definición ya que se considera imprescindible, a nivel macro, generar una conciencia social sobre el daño que están causando los modelos excluyentes, saneando la sociedad a través de la regeneración, reorganización y creación de nuevas políticas públicas así como la transmisión de valores positivos de igualdad que deben establecerse y difundirse para lograr dicha transformación social. Además de la importancia de la incorporación de la mujer en las áreas tecnológicas para optar por puestos de trabajo de mayor

responsabilidad y participar en la toma de decisiones importantes para la sociedad.

Por otra parte, a nivel micro, se quiere resaltar que el soporte familiar es importante para que la tecnología llegue a los hogares y pueda ser usada por todos los miembros de la familia, dando la oportunidad a las mujeres trabajadoras dentro y/o fuera de casa, para que también puedan desarrollar habilidades digitales en sus actividades diarias, en su tiempo libre o ayudando a los hijos en las tareas escolares.

- *Personas mayores.*

Petersen y Petersen (1986) señalan que una persona mayor es definida demográficamente de acuerdo a la edad que tiene:

“... it is useful to set several subclasses: “the older population” (55 years and over, or 60 and over), “the elderly” (65 and over), “the aged” (75 and over), and “the extreme aged” (85 and over)” (Petersen y Petersen, 1986: 645-647).

Esta definición sólo ofrece una clasificación de las personas mayores según el rango de edad, pero no hace referencia al grado de actividad de uno u otro grupo.

Por su parte, Mendizábal (1992), afirma que “la edad es un dato objetivo cuantificable con exactitud numérica, pero no así el estado psico-fisiológico del individuo que puede presentar grados muy variables en sus funciones vitales” (Mendizábal, 1992: 172). Así, el proceso de envejecimiento es mucho más complejo, ya que en él intervienen diferentes factores económicos, sociales, culturales, personales, etc. (Mendizábal, 1992).

Ligado a lo que significa persona mayor se encuentra el término jubilación. Giddens (1991) afirma que:

“... muchas personas ancianas (el 15 por 100 de las personas de sesenta y cinco años) viven en condiciones de pobreza, puesto que la pensión de vejez que

proporciona el estado permite pocos lujos. Las mujeres que viven solas son por término medio las más pobres” (Giddens, 1991: 633).

Por esto:

“La jubilación crea problemas sociales, económicos y psicológicos para los individuos y, bastante a menudo, para sus familias: señala una transición importante, incluso para aquellos capaces de ver en el tiempo redescubierto una oportunidad” (Giddens, 1991: 633).

Estas personas mayores, que por sus características deberían ser tratadas con mayor atención y cuidado, muchas veces son marginadas y sufren abandono, ya que la sociedad las considera seres improductivos (Mendizábal, 1992).

En España, ser una persona mayor, es ser una persona que legalmente tiene derecho a ciertos beneficios sociales como las pensiones, y esto se aplica en su gran mayoría a los hombres más que a las mujeres. Éstas suelen ser las más invisibilizadas y uno de los sectores excluidos, debido a la idea errónea de que no aportan nada a la sociedad o de que su tiempo de ser activas ha terminado.

Muchas veces, no se toman en cuenta las necesidades de las personas mayores ni los problemas derivados de la edad. Ser una persona mayor, también hace referencia al deterioro de funciones psicomotrices vinculadas a la salud, que es uno de los temas más desarrollados en relación con las TIC, pues se pretende que las personas mayores sean más independientes en cuanto al cuidado y monitoreo de su salud (Giddens, 1991; Zamorano, 2004).

Según el Modelo Social Europeo (Zaidi, 2008), el envejecimiento está considerado:

“...como un éxito social y un reto al mismo tiempo, la existencia de sistemas de protección social con capacidad, desigual ciertamente, para garantizar una renta y atención sanitaria y social y, finalmente, el compromiso de las sociedades europeas de hacer del envejecimiento una oportunidad de desarrollo social” (Libro Blanco de Envejecimiento Activo, 2011: 164).

Socialmente, la tercera edad coincide con la jubilación, ya que se ha completado el ciclo de vida donde se es activo económicamente, pero no se deja de ser activo necesariamente en la vida social, ya que se trata de un sector poblacional que cuenta con más tiempo para disfrutar de diferentes actividades de ocio y entretenimiento y que se preocupa por su estado de salud. Además la edad de jubilación puede variar como en el caso de España donde se ha ido incrementando paulatinamente a partir de 2013, prolongándose hasta los 67 años (Libro de Envejecimiento activo, 2011: 186).

Por esto, tomando en cuenta la definición de Mendizábal (1992: 172) que no considera la edad sino el estado “psico-fisiológico” de la persona se propone una categoría de *pre-mayores*, comprendida entre los 50 y 54 años, como personas que se acercan a esta etapa de la vida con un alto interés por desarrollar habilidades digitales antes del momento de la jubilación. Y otra categoría de *personas mayores*, desde los 55 años y en adelante que “han envejecido con éxito” (Zamorano, 2004: 225), es decir, personas que pertenecen a este colectivo y que han llegado a esta etapa de la vida en un estado funcional donde los niveles de dependencia son bajos o nulos.

### 3. INICIATIVAS DE LA UNIÓN EUROPEA.

Para entender el objeto de estudio, es necesario conocer algunas iniciativas y trabajos previos realizados al respecto, que buscan incorporar poco a poco la tecnología a la vida cotidiana de las personas mayores.

#### 3.1. Programas Marco.

Según datos tomados de CORDIS, base de datos de la Unión Europea, desde el año 1998 hasta ahora, los Programas Marco se han focalizado cada vez más en cómo mejorar la calidad de vida de las personas mayores que quieren pertenecer a la Sociedad de la Información a través del conocimiento y uso de las TIC para desarrollar nuevas habilidades interactivas que acaben con la brecha digital.

Este interés cobró mayor importancia a partir del 5º Programa Marco (1998-2002), que sólo financió 6 proyectos de los 2522 presentados. Estos se pueden encontrar en el bloque temático: *User-friendly information society (IST, Information Society Technologies)*.

A pesar de la escasa financiación de proyectos en esa convocatoria, el interés por tratar temas relacionados con las personas mayores creció hasta convertirse en un tema de gran importancia en programas posteriores. Tanto el 6º (2002-2006) como el 7º Programa Marco (2007-2013) se focalizaron en la inclusión digital y tecnológica al servicio de personas mayores, dentro de la línea temática: *IST: Ambient Assisted Living (AAL) in the Ageing Society*, centrándose sobre todo en la implementación de servicios y sistemas integrados para la personalización de sistemas de salud y cuidado en personas mayores.

El 6º Programa Marco contó con 3 vertientes:

1. *Active ageing at work*, que hace referencia al estado productivo de personas mayores que necesitan un balance entre la vida laboral y la ayuda para un fácil acceso a las nuevas tecnologías, así como nuevas herramientas de trabajo dentro de las TIC.
2. *Ageing well in the community*, que promueve la sociabilidad, seguir activo y creativo implementando las nuevas tecnologías en espacios públicos reduciendo el aislamiento.
3. *Ageing well at home*, que propone una mejoría en la calidad de vida a través del uso de la tecnología, para una mayor independencia, autonomía y dignidad de las personas mayores.

El 7º Programa Marco, aún vigente, incorporó la **Iniciativa i2010 para la inclusión digital** «Participar en la sociedad de la información» que se desprendió de la Declaración Ministerial de Riga celebrada en el 2006.

Esta última, dirigida exclusivamente al tema de las TIC, propone una serie de objetivos relacionados con el uso, disponibilidad y accesibilidad a Internet, así como la alfabetización digital.

El Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea han seleccionado el año 2012 como el Año Europeo del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad Intergeneracional, según la Decisión No. 940/2011/UE tomada el pasado 14 de septiembre del 2011 y publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea.

En dicha iniciativa, y de acuerdo con el Tratado de la Unión Europea (Art. 3, apt. 3) se estableció que:

“...la Unión debe combatir, entre otras cosas, la exclusión social y la discriminación, y debe fomentar la justicia y protección sociales, la igualdad entre mujeres y hombres y la solidaridad entre las generaciones” (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2011: 5).

En relación a las personas mayores y el uso de las TIC, el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea crearon «Una Agenda Digital para Europa», al respecto, la Comisión destaca:

“...la importancia de las aplicaciones y los servicios de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) para envejecer bien, y propone reforzar el programa conjunto «Vida cotidiana asistida por el entorno (AAL)» (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2011: 6).

Además, dentro de la Agenda Digital para Europa se pretende aumentar las competencias digitales en personas mayores (aprox. el 30% de los ciudadanos europeos que nunca han utilizado Internet) a través del acceso y formación en el uso de las nuevas tecnologías:

“...para aumentar las competencias digitales de todos los europeos, con inclusión de las personas de más edad, grupo que representa una proporción excesiva de los 150 millones de ciudadanos, aproximadamente el 30 % del total de ciudadanos, que nunca han utilizado Internet. La facilitación del acceso a las nuevas tecnologías y la formación en el uso de las mismas harán que las personas mayores disfruten de más oportunidades.” (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2011: 7).

A continuación se hace referencia a las diferentes Iniciativas de la UE dirigidas a Cataluña y la Región de Murcia para el desarrollo tecnológico de cada una, como el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) del que se desprende el Plan Avanza, destacando las iniciativas que se han llevado a cabo en Barcelona y Murcia, así como los informes donde se detalla el presupuesto usado para cada proyecto y el impacto de los mismos en ambas ciudades. Estas referencias muestran los diferentes proyectos que se han llevado a cabo en beneficio de la gente mayor, así como los puntos que se deben considerar para lograr la inclusión de este colectivo dentro de la Sociedad de la Información.

### **3.2. Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).**

Como parte de las iniciativas de la Unión Europea, se creó el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, en adelante FEDER, con el objetivo de ayudar a las regiones menos desarrolladas y a las que se hallan en fase de reconversión económica o sufren dificultades estructurales. Este fondo enfatiza la importancia de la **economía digital** para el desarrollo económico y tecnológico del espacio europeo.

Para la disposición de este fondo, y debido a la disparidad económica, social y territorial existente, incluyendo a la población envejecida, se proponen líneas temáticas tales como Investigación y Desarrollo Tecnológico (IDT), innovación y espíritu empresarial; Sociedad de la Información, donde se contemplan los servicios y aplicaciones para los ciudadanos (servicios electrónicos en materia de salud, administración pública, formación, inclusión, etc.); mejora del acceso al empleo y sostenibilidad con medidas para fomentar el envejecimiento activo y para prolongar la vida laboral; medidas de mejora del acceso al empleo y de mejora de la participación sostenible y de los progresos de la mujer en el empleo con el fin de reducir la segregación sexista en el mercado laboral y reconciliar la vida laboral y privada, tales como facilitar acceso al cuidado y la atención de niños y personas dependientes, y mejorar la inclusión social de personas menos favorecidas. El FEDER ha distribuido parte de los recursos a España para dotarla de tecnología a través del Plan Avanza.

### **3.3. Plan Avanza (2006-2010).**

El Plan Avanza ha sido creado para integrar a España con el resto de Europa y así evitar su atraso en relación con la Sociedad de la Información. Éste ha contado con una financiación de 5.700,000 millones de euros para el periodo 2006-2010, otorgado por el FEDER y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITYC).

Presupuesto que se ha repartido en todo el territorio español para la implementación de diferentes actuaciones dentro de las cuatro áreas de actuación: Ciudadanía Digital, Economía Digital, Servicios Públicos Digitales y Nuevo Contexto Digital.

En el Informe del Plan Avanza 2006-2010 realizado en 2011, los indicadores muestran la situación de España comparada con el resto de países de la Unión Europea (UE25<sup>7</sup>) en tres momentos: al inicio (2006), en 2009 y al final del periodo (2010). Este seguimiento nos permite conocer el avance de la aplicación del plan y la obtención o no de las metas trazadas para 2010.

#### *Ciudadanía Digital.*

Población que usaba habitualmente Internet (% sobre la población total).

En 2006 fue de un 54% en la Unión Europea, frente al 49% de la población en España. En 2009, la Unión Europea alcanzó un 67%, mientras que España consiguió el 60%. En 2010, España logró el 65%, meta que se había propuesto para este periodo.

Porcentaje de hogares con acceso a Internet (% sobre el total de hogares).

La Unión Europea alcanzaba un 51%, mientras que España contaba sólo con el 41%. En 2009, en España el 54% de los hogares contaba con acceso a Internet. En 2010, España alcanzó el 62%, logrando la meta propuesta para ese año.

#### *Economía Digital.*

Empresas con conexión a Internet (% sobre el total de empresas).

En 2006 la Unión Europea contaba con un 94%, mientras que España se situaba ligeramente por debajo con un 93%. En 2009, España ya había cubierto el 96% de las empresas con conexión a Internet y en 2010 llegó a alcanzar el 97%, aunque seguía estando por debajo de la meta propuesta para este año (99%).

---

<sup>7</sup> Hace referencia a los 25 Estados miembro que conformaban la Unión Europea.

### *Nuevo contexto Digital.*

Población con disponibilidad de banda ancha (% sobre el total de la población).

En 2006, España alcanzó un 90% y en 2010 logró la meta propuesta alcanzando el 100% (Informe Plan Avanza 2, 2011: 9).

Una muestra del impacto del plan es que todas las ciudades de España han avanzado tecnológicamente a pesar de sus características y diferencias. Barcelona y Murcia, ciudades donde se han recogido los datos para este estudio, son un ejemplo de este avance.

Barcelona desarrolló un total de 1480 proyectos, de los cuales 97 fueron para Ciudadanía Digital, 1226 para Economía Digital, 53 para Servicios Públicos Digitales y 104 para Nuevo Contexto Digital. En Murcia se desarrollaron un total de 414 proyectos de los cuáles, 50 fueron para Ciudadanía Digital, 279 para Economía Digital, 36 para Servicios Públicos Digitales y 49 para Nuevo Contexto Digital (Plan Avanza, Actuaciones Barcelona y Murcia 2006-2010).

Ciudadanía Digital es una de las áreas más importantes. De las ocho vertientes que la conforman<sup>8</sup>, se resaltan sólo cuatro de ellas: capacitación tecnológica, equipamiento ciudadanía, género y mayores, debido a la especificidad de los proyectos diseñados exclusivamente para dotar a la ciudadanía de acceso material (ordenadores y banda ancha) y capacitación, pero además poniendo énfasis en los grupos sociales más desfavorecidos como el de las personas mayores.

En dicha área, Barcelona desarrolló 97 proyectos: 34 relacionados con la capacitación tecnológica, 4 proyectos para que la ciudadanía pudiera adquirir equipamiento con conexión a banda ancha a través de préstamos, 17 proyectos de género dirigidos a mujeres en relación con las TIC y 12 proyectos dirigidos a personas mayores (Plan Avanza Barcelona 2006-2010. Listado de actuaciones).

---

<sup>8</sup> El Área de Actuación Ciudadanía Digital contempla ocho vertientes: Capacitación Tecnológica, Discapacitados, Equipamiento Ciudadanía, Género, Infancia, Mayores, Otros colectivos y Zonas Rurales.

Según datos proporcionados por el mismo informe, Murcia ejecutó 50 proyectos: 14 relacionados con la capacitación tecnológica, 3 para que la ciudadanía pudiera adquirir equipamiento con conexión a banda ancha a través de préstamos, 10 proyectos de género dirigidos a mujeres en relación con las TIC y sólo 4 proyectos dirigidos a personas mayores (Plan Avanza Murcia 2006-2010. Listado de actuaciones).

### **3.4. Plan Avanza 2. Estrategia 2011-2015.**

Una vez finalizado este periodo y conseguidos buena parte de los objetivos planteados en lo referente a los usuarios, al cambio tecnológico y a la cobertura de servicios TIC, se puso en marcha la segunda fase de este plan: Plan Avanza 2 que forma parte de la Agenda Digital de Europa aprobada por la Comisión Europea el 19 de mayo de 2010, con el fin de promover el desarrollo de la Sociedad de la Información y las TIC para reactivar la economía y crear empleo con miras al 2015.

Aunque aún no se conoce el impacto que ha tenido la aplicación de las actuaciones de esta segunda fase del plan, se sabe que pretende contribuir a que la ciudadanía afronte el cambio tecnológico adoptando dicha tecnología en las diferentes áreas de su vida cotidiana como salud, educación, administración pública, comercio, servicios, ocio y entretenimiento, etc.

Si bien es cierto que muchos de estos servicios ya estaban disponibles en línea, lo que se pretende para el 2015 es mejorarlos respecto a los datos de 2009: que los hogares españoles con acceso a Internet de banda ancha así como la población que usa Internet habitualmente, pasen de un 51,30% y un 59,80%, respectivamente, a un 75%. Que el número de personas que buscan información sobre salud (32%) y compran bienes y servicios en línea (23%), aumente hasta el 50% y que el número de personas que usan la banca en línea (22,10%) aumente hasta el 65% (Plan Avanza 2. Estrategia 2011-2015: 36).

#### 4. ESTADO DEL ARTE

Como parte del Estado del Arte se ha hecho un recorrido a través de los diferentes estudios y otras iniciativas dirigidas a personas mayores y el uso de las TIC, así como las consecuencias y/o problemas a los que se ha enfrentado este colectivo al hacer uso de la tecnología con la finalidad de conocer lo que hasta ahora se ha investigado al respecto.

La creación de organizaciones y programas universitarios pensados para las personas mayores, han generado nuevas oportunidades para que este colectivo pueda incorporarse a la Sociedad de la Información, además de estar al tanto de otros temas que son de su interés para que continúen en el proceso de aprendizaje que a su vez contribuye al retraso de enfermedades como el *Alzheimer*, enfermedad asociada, principalmente a las personas mayores y uno de los grandes temores de este colectivo. De aquí que el aprendizaje de habilidades digitales contribuya, entre otras cosas a mantener la mente activa.

Dentro de la Confederación Española de Organizaciones de Mayores (en adelante CEOMA) encontramos la ONG *European Association For Education of Adults* (EAEA) que actúa como NODO desde 1998 y alberga a 131 organizaciones miembro en 41 países. CEOMA existe desde febrero del 2000, fecha en la que se celebró la firma de los estatutos con reconocimiento de esta ONG y que promueve las diferentes actividades dirigidas a este colectivo, además de congresos, jornadas, cursos e información relacionada con este grupo social.

Dentro de esta misma ONG encontramos la Fundación UPDEA dedicada a la educación, cultura y ocio para adultos, que tiene como objetivo mantener activas a personas a partir de los 50 años haciéndolas partícipe de diferentes actividades que esta misma fundación promueve.

La UPDEA ha sido reconocida como la organización más grande a nivel internacional a favor del movimiento de Universidades para Adultos "*Greater's and "Open"* con la colaboración de la IAAU (*International Association of Adults University*).

La Asociación Estatal de Programas Universitarios para Mayores (AEPUM) está formada por 38 universidades públicas y privadas de las diferentes Comunidades Autónomas de España y tiene como objetivo ofrecer:

“...disponibilidad y el acceso a la información en los diversos estados, sobre los desarrollos sociales y políticas educativas, son cada vez más evidentes y su reflejo a través de Internet es incuestionable. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación NTICs cobran cada vez más importancia en la Unión Europea [...] fomentar entre las personas mayores el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, eliminando barreras y desigualdades e incorporando a las personas mayores a este desarrollo tecnológico” (AEPUM, 2012).

Otra Institución educativa preocupada por la Inclusión y el Envejecimiento Activo es la *Universidad Autónoma de Barcelona* (UAB) que abre sus puertas a personas mayores de 50 años que quieren continuar con sus estudios universitarios bajo el lema: “Universidad a tu alcance”. Ofrece diferentes modalidades como “Aprendiendo en tu ciudad”. La movilidad del profesorado se concentra en una ciudad específica para ofrecer cursos, charlas, conferencias, talleres y formación a la medida. Además, con el objetivo de promover el envejecimiento activo, esta Institución ha organizado jornadas relacionadas con este colectivo desde el 2004.

Actualmente el interés en este tema ha generado varias investigaciones, dando como resultado entre otras, la tesis doctoral titulada *¿dónde estás...? El teléfono móvil y la vida cotidiana. El caso de las personas mayores en la ciudad de Barcelona* (Ramírez Pino, 2008).

Dicha investigación aborda la situación de las personas mayores residentes en Barcelona frente al uso del teléfono móvil así como las consecuencias sociopolíticas y económicas que se derivan de dicho uso.

Ramírez Pino afirma que este colectivo se está transformando al estar en contacto con las TIC. Ahora forma parte del cambio social dentro del cambio tecnológico, dejando atrás el estereotipo de que las tecnologías sólo se asocian a la juventud. Sin embargo, “esa impresión sigue estando y no ha desaparecido del todo, sobretodo en relación al computador y a Internet” (Ramírez Pino, 2008: 459).

Las personas mayores no solamente disponen de teléfonos móviles sino que los usan cada vez más creando en ellos la sensación de “utilidad”, de seguir siendo “necesarios”, cercanos y “presentes” en la vida de los demás (Ramírez Pino, 2008: 464).

A diferencia del ordenador e Internet, la telefonía móvil les ha sido mucho más fácil de incorporar a su vida cotidiana ya que se ha convertido en un vigilante, de hijos a padres. Sin embargo, muchos de ellos temen apagar el teléfono porque no saben cómo volverlo a encender o cómo introducir el PIN. Tampoco saben guardar los números de teléfono de sus contactos, y son las personas cercanas a ellos quienes realizan esta tarea grabando un listado limitado de seres queridos o números imprescindibles, pues solamente utilizan el móvil para recibir o realizar llamadas. Esto no significa que no vayan a desarrollar habilidades digitales a futuro, simplemente no las han desarrollado porque no las necesitan, pero no dudan en aprenderlas y adoptarlas a su vida cotidiana si fuera necesario (Ramírez Pino, 2008).

Lo mismo sucede con el uso de Internet. Para muchas personas mayores supone un reto el enfrentarse al uso de esta tecnología pero poco a poco van sintiendo la necesidad de integrar las TIC en su vida: ayudar a los nietos con las tareas escolares, concertar citas médicas, estar en contacto con familiares y amigos, etc. Se sienten parte de la Sociedad de la Información y esto hace que se interesen por aprender y desarrollar nuevas habilidades digitales.

En la ciudad de Murcia también existe un creciente interés por ofrecer servicios digitales dirigidos a personas de la tercera edad a través de la implementación de diferentes iniciativas tomadas de experiencias de otros países. En el artículo titulado *Servicios bibliotecarios para la tercera edad en entornos web: experiencias desarrolladas en bibliotecas públicas*, (García Gómez y Díaz Grau, 2004: 272-280) de la *Universidad de Murcia*, ofrecen una recopilación de casos de éxito en diferentes bibliotecas de Estados Unidos y Canadá.

Según los autores, estas bibliotecas prestan servicios y recursos exclusivos para las personas mayores con el objetivo de incrementar el uso de Internet y otras tecnologías, ofrecer formación y diferentes materiales además de otros recursos a través de diversas campañas. Estos servicios cuentan con un valor añadido: mucha de la información que se ofrece en la *web* de la biblioteca, está diseñada pensando en los inconvenientes que pueden encontrar las personas mayores como por ejemplo el tamaño de letra; imparten cursos de formación y facilitan el uso de la tecnología en la propia biblioteca, entre otras.

Son muchas las universidades interesadas en este colectivo como es el caso de la *Universidad de Cádiz* donde se realizó un estudio titulado *Euromayores: Usos de Internet según los distintos ámbitos de Residencia*, a cargo de Francisco Pavón (2000). Este estudio se focalizó en la educación de personas mayores para que aprendieran a usar Internet en diferentes países europeos.

Según este mismo estudio, las personas mayores son el sector que más realiza compras por Internet, sobre todo aquellas personas que acaban de iniciar esta etapa de la vida, ya que cuentan con más tiempo.

También encontraron diferencias entre las personas que viven en las grandes ciudades y las que viven en el ámbito rural, es decir, hay más internautas y más accesibilidad en el primer grupo, aunque sólo un pequeño porcentaje utiliza las TIC de manera continua. Revelaron que hay un incremento de la autoestima y del proceso cognitivo.

El uso de Internet, además, fomenta la participación social y genera nuevas redes sociales que incluyen a las personas mayores, quienes participan en el envío y recepción de contenidos, lo que hoy llamamos la WEB 2.0. En el caso de España se realizaron algunas entrevistas a personas mayores relacionadas con el aprendizaje y uso de las TIC y se observó la falta de motivación por estos temas. De aquí el interés por que este colectivo se inicie en el uso de las tecnologías (Pavón, 2000).

En otro estudio llamado *Impacto del acceso público en dos telecentros: apropiación social de TIC en mujeres chilenas*, Phillippini y Peña (2012) identifican diferencias entre hombres y mujeres en el uso y apropiación de las TIC en barrios urbanos pobres de Chile. En este estudio, observan que existe una mayor asistencia de mujeres que de hombres adultos y que las mujeres que asisten a los telecentros hacen uso de Internet para revisar el correo electrónico y buscar información para ayudar a sus hijos con los deberes; mientras que los hombres acuden al terminar la jornada laboral (excepto desempleados) para descargar música, ver vídeos en línea o bajar películas (Phillippini y Peña, 2012: 6).

Mujeres y hombres agradecen la apertura de estos telecentros gratuitos para poder acceder y “abrir la puerta” a otros temas que no conocen o que conocen poco, así como tomar cursos que les ayuden a desarrollar las habilidades necesarias para el uso de Internet y sus aplicaciones. También señalan que a las usuarias de estos telecentros les subió la autoestima ya que podían hacer uso de los ordenadores y sentirlos como suyos. Otro de los hallazgos es que “el porcentaje de mujeres usuarias que se conectó por primera vez a Internet en el telecentro fue del 14% frente al 2% en los hombres” (Phillippini y Peña, 2012: 16).

Además, “en términos de espacio real [aunque] hombres y mujeres están a la misma distancia del acceso, las mujeres son las principales beneficiarias, ya que se les ha puesto cerca algo que para ellas estaba más fuera de su alcance” (Phillippini y Peña, 2012: 19).

Al respecto, Abbate (2000) afirma que la llegada de las nuevas tecnologías a sociedades más conservadoras-machistas, daría como resultado visible un colectivo de mujeres con pocos recursos y un porcentaje muy bajo en cuanto a la adopción y uso de las mismas. De aquí que varios estudios se centren en enseñar a las mujeres el uso de las TIC y tengan como objetivo crear en ellas la necesidad de fomentar el uso de las mismas.

Así, Anderson y Wesley (2007) de la *Louisiana State University* en su estudio *Circumvention and Social Change: ICTs and the Discourse of Empowerment*, realizaron una investigación, desde una perspectiva feminista, centrada en el empoderamiento de las mujeres que buscan ocupar un lugar importante en el ámbito de las TIC.

En el estudio realizado por el Instituto Universitario de Análisis Económico y Social, SERVILAB, llamado *Servicios y Tercera Edad: ¿un nuevo punto de vista?* (Mañas Alcón, 2005) menciona los cambios socioeconómicos que se dan en mujeres en la dimensión social y familiar, donde éstas adoptan un papel pasivo dentro de casa y los hombres se dedican al trabajo remunerado, es decir, hay una especialización de los roles de género, definiendo a las mujeres como sólo aptas para actividades dentro de casa, por las que no reciben un sueldo ni una formación académica o más intelectual, y una vez han cumplido como esposas, madres o abuelas, se dedican al cuidado de los nietos.

En el 2007 Peacock y Kündemund realizaron un estudio sobre Internet y personas mayores, e identificaron las razones sobre el uso y no uso de esta tecnología en 15 países europeos (Euro15)<sup>9</sup> (Peacock y Künemund, 2007). Según esta investigación, en países del sur de Europa parece menos importante contar con un ordenador que en el resto de los países europeos. En las encuestas realizadas se halló que las categorías “*no computer at home*” y “*no interested*” fueron las más seleccionadas para justificar la no utilización de Internet.

---

<sup>9</sup> Euro15 hacer referencia a los 15 países donde se realizó éste estudio: Nórdicos: Dinamarca, Finlandia y Suecia. Continentales: Austria, Bélgica, Alemania, Francia, Luxemburgo, Países Bajos. Liberales: Inglaterra e Irlanda. Mediterráneos: Portugal, Grecia, Italia y España.

Estas razones pueden tener dos causas “*lack of means*” and “*motivational indifference*”. Una categoría de índole económica seleccionada fue la opción “*PC is too expensive*” con un resultado del 1.5% de la población *Senior* en países europeos mediterráneos, mientras que en el resto de los países europeos fluctuó entre el 8 y 10% (Peacock y Künemund, 2007:194).

Otra categoría importante, fue *missing skills*: “Nearly 20% of the no-using senior citizens in the Euro15 region perhaps might be persuade to go online if they were instructed on how to use the Net” (Peacock y Künemund, 2007:194).

Además, se han encontrado diferencias en el uso de Internet dentro de la población de personas mayores dependiendo del grupo de edad al que pertenecen:

“In Europe (Euro15), young senior citizens (65-74 years) are only two-thirds as likely to access the Internet compared to the middle-age group population (55-64 years). The old senior citizens are only one-third as likely to access the Internet in comparison to the middle-age population” (Peacock y Künemund, 2007: 197).

También hallaron que personas mayores sin pareja, están menos interesadas en convertirse en usuarios de Internet, ya que resulta más interesante y entretenido compartir información cuando se realizan actividades en pareja.

Por esto, las personas que viven solas y que cuentan con un ordenador en casa, tienen un menor interés por el uso de esta tecnología, lo cual representa un retraso importante a la hora de hacer uso de Internet, así como un óptimo desarrollo de habilidades interactivas (Peacock y Künemund, 2007).

En 2006, Morris et al. realizaron un estudio sobre el uso y no uso de Internet en personas mayores haciendo una comparación entre Reino Unido y otros países europeos. De acuerdo con datos del *Internet World Statistics* (2006) observaron que el porcentaje de uso en países europeos es similar. Sin embargo, Suecia sigue siendo el país con mayor número de usuarios perteneciente a este colectivo:

“Dinamarca (69.4%), Finlandia (62.5%), Alemania (59%), Luxemburgo (58.9%), Países Bajos (65.9%), Portugal (58%) y Suecia (74.9%) comparado con un 62.9% del Reino Unido” (Morris et al., 2006: 44).

Estos datos han servido a los autores para conocer las barreras a las que se enfrentan las personas mayores en Europa. Concluyendo que una de las razones más fuertes sobre el no uso de Internet, es que muchos de ellos no hablan inglés y se ven limitados al querer hacer uso de esta tecnología, ya que la mayor parte de la información se encuentra en este idioma y no entienden la “jerga” de los ordenadores (Morris et al., 2006: 44). Otra razón es la “grey digital divide” (Millward, 2003), que hace referencia a las barreras de acceso a Internet por parte de personas mayores, es decir, el no hacer uso de la tecnología por no saber, ni tener conocimientos de cómo hacer uso de la misma (Morris, 2007).

Como parte de los resultados de las encuestas realizadas en el mismo estudio, demostraron que las personas mayores del Reino Unido no utilizan Internet para realizar compras en línea y que lo usan con una mayor frecuencia para buscar información sobre pasatiempos, vacaciones y noticias.

Consecuentemente, la rama de la medicina especializada en personas mayores también está muy interesada en que este colectivo haga un uso correcto de las TIC. Según los gerontólogos, el uso correcto de Internet puede mejorar su calidad de vida de la siguiente manera:

“– **Health literacy**—Internet-based health information can assist older adults in communicating with health care professionals, in the effective use of health services, and in improving their health outcomes.

– **Functional independence**—The emergence of the Internet-based services, such as online shopping, online banking, and online travel services, are becoming a promising aid to promote functional independence and improve quality of life for older adults.

– **Quality of life**—The Internet helps elderly people successfully engage and interact with the world through its access to resources for continuing education, interpersonal communication, news and entertainment.

**-Social connectedness**—The Internet offers the possibility of reducing social isolation among at-risk older adults, reaching family members and friends instantly beyond geographical boundaries, and increasing social, economic, and political participation for all groups” (Hongtu, 2008: 1).

En 2009 Mordini et al., tratan el problema de soledad y aislamiento que se da en el colectivo de personas mayores al llegar a esta fase de la vida (estar lejos de sus familiares por distancias físicas, como por ejemplo, el vivir en países diferentes, en hogares diferentes, etc.), y cómo las TIC, a través de la Inclusión Digital, pueden ayudar a “sobrellevar” esta situación, ofreciendo una mejor calidad de vida y acabando con el aislamiento social. El uso de la tecnología, muchas veces se convierte en capacidad para sobrevivir e incluso para crear lazos emocionales o fortalecerlos cuando éstos son débiles.

Según Tunstall (1966 en Mordini et al., 2009: 217), existen 2 tipos de soledad: soledad social y soledad emocional. La primera tiene una carga positiva, mientras que la segunda es de tipo negativo. Esta misma clasificación también es aceptada por Long (2003) quien afirma que el lado positivo de la soledad, tiene que ver con el nivel de independencia, sin ningún cambio emocional negativo, y con una capacidad de supervivencia y autosuficiencia.

En cambio, el lado negativo de la soledad equivale al aislamiento social impuesto sin ninguna red social importante. Este tipo de soledad provoca agresividad y sentimientos de revancha en personas mayores. Generalmente, las personas de edad más avanzada aceptan mejor este tipo de soledad.

Actualmente se están desarrollando nuevas aplicaciones y nuevos servicios para este colectivo. Por esto, la adopción y uso de Internet, así como sus aplicaciones (correo electrónico, mensajería instantánea (*messenger/chat*), llamadas IP (*Skype*), redes sociales (*Facebook, Tuenti*, etc.) en personas mayores será de gran utilidad y beneficiará a este grupo social: dejarán de ser analfabetas digitales y desarrollarán nuevas habilidades interactivas. Esto traerá como consecuencia angostar la brecha digital y su Inclusión en la Sociedad de la Información.

Por otra parte, Melenhorst (2002 en Ijsselsteijn et al., 2007: 18) señala que las personas mayores están motivadas a invertir en las TIC si éstas les proporcionan un beneficio adicional, es decir, buscan un *plus* en la tecnología que no reemplace la interacción cara a cara, y que además, aumente la interacción social, la conectividad con otras personas con intereses similares, y que les ayude a permanecer en contacto cuando estén inmóviles.

De acuerdo con Docampo Rama (2001: 7) hay 2 tipos de generaciones dentro del colectivo de personas mayores: los '*electro-mechanical generation*' (nacidos antes de 1960) y los '*software generation*' (nacidos después de 1960) la diferencia radica en el nivel de confianza con que cuentan para acabar con la ansiedad que existe al hacer uso de las TIC.

Según Loges y Jung (2001):

““agedness” is reason enough for people not to want to engage with the Internet. They see the differential use of the Internet not so much the result of unequal access arising from socio-economic or generational effects but an intrinsic consequence of “ageing”, which creates a disinclination to want more interaction, more engagement, more choices and more risk” (Loges y Jung, 2001: 559).

Sin embargo, los autores antes mencionados están de acuerdo con el planteamiento de Docampo Rama (2001) cuando afirman que la edad de la pareja favorece o retrasa el interés y desarrollo de habilidades para el uso de Internet, y que esta “brecha tecnológica generacional” (Gilleard y Higgs, 2008) en personas mayores está relacionada con la cultura del consumo que también marca una línea muy diferente a la de otras generaciones.

Es decir, el consumo y el uso correcto de las TIC durante la primera década de las personas mayores, permite que la tecnología sea fácilmente apropiada en comparación con personas de edades más avanzadas.

En 2008 Dwivedi et al., estudiaron la adopción de la tecnología en el contexto de la casa y encontraron que ésta se dificulta cuando las personas mayores no

cuentan con la habilidad para utilizar los diferentes servicios disponibles a través de Internet como: *e-commerce*, *e-govern*, *e-health*, y que debido a su complejidad muchas veces no han sido incorporadas como actividades de la vida diaria, ya que resulta mucho más fácil adoptarla desde otras aplicaciones de Internet como las redes sociales o los juegos en línea desde el hogar.

Es verdad que los ordenadores se han convertido en un bien imprescindible para muchas personas en la vida privada, incluyendo al colectivo de personas mayores como afirman Lewis y Menn (2009) en un estudio llamado *Access Tool? Accelerating Treadmill? Technology and the Ageing Population*. No obstante, el uso y mantenimiento óptimo del ordenador en casa son tareas generadoras de estrés y preocupación, por las amenazas de virus que viajan a través de la red y suponen un esfuerzo mayor a nivel sensorial y cognitivo, en comparación al uso del ordenador o de Internet en un lugar público. Esto muchas veces puede desanimarlos a convertirse en usuarios activos de Internet en casa.

De acuerdo con Lewis y Menn (2009) las personas mayores se enfrentan a diario con otras tecnologías, como por ejemplo, utilizar el cajero automático para retirar dinero o comprar un *ticket* de transporte en una máquina, tareas difíciles y complicadas para los usuarios que no cuentan con habilidades interactivas en la vida diaria.

En Bélgica Bross y Roe (2005) del *Flemish Fund for Scientific Research*, encontraron algunas diferencias entre hombres y mujeres al usar las aplicaciones de Internet y demostraron que realmente no existía una brecha digital entre sexos ni una brecha de género, más bien, encontraron que el factor más importante era la experiencia en el uso del ordenador debido a que ésta disminuye la ansiedad y la actitud negativa hacia el uso del mismo.

Como parte de este estudio, hay evidencias de otras investigaciones, Odell et al. (2000) concluyó que los hombres dedican más tiempo al uso de Internet que las mujeres y que su uso tiene diferentes propósitos. Weiser (2000) apunta sus resultados hacia la diferencia en el uso de Internet y afirma que “males use the

Internet mostly as a leisure time activity, while women use it more for interpersonal communication” (Weiser, 2000: 175, 176).

## 5. HIPÓTESIS

Para este estudio se han elaborado las siguientes hipótesis:

**H1:** Existe una brecha digital entre hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet debido a que los hombres cuentan con más habilidades digitales que han desarrollado en sus puestos de trabajo.

**H2:** Existe una brecha de género entre hombres y mujeres mayores debido a que las mujeres usan menos las aplicaciones de Internet.

**H3:** El uso de las aplicaciones de Internet gratifica por igual a hombres y mujeres mayores cuando buscan cubrir sus necesidades de diversión, relaciones personales, identidad personal, búsqueda de información, acceso a otros medios a través de Internet y les motiva a seguir haciendo uso de las mismas de cara al futuro.

**H4:** Los hombres mayores obtienen más gratificaciones cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet y por tanto, tienen más interés que las mujeres mayores, por desarrollar nuevas habilidades digitales para afrontar el cambio tecnológico.

**H5:** El uso exitoso de las aplicaciones de Internet motiva a hombres y mujeres mayores a desarrollar nuevas habilidades digitales para afrontar el cambio tecnológico, angostando así la brecha digital y de género.

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1. Discusión del método.

Para definir el carácter de este estudio ha sido necesario ubicarlo dentro de un paradigma, un enfoque, un método y una perspectiva específicos y a partir de estas decisiones seleccionar los instrumentos de recolección de datos, estos últimos obtenidos en el trabajo de campo, para su posterior análisis.

Decidir qué paradigma es el más apropiado es una tarea que no resulta fácil, al contrario, pues es la base fundamental que se convierte en el marco explicativo para seguir una investigación (Guba y Lincoln, 2002). “Un paradigma puede considerarse como una serie de creencias básicas...” (Guba y Lincoln, 2002: 119). De aquí que los paradigmas de investigación definan el desarrollo de la misma para hacerla legítima. Una manera de ubicar el paradigma correcto es contestando a tres preguntas fundamentales presentadas en el orden, que según Guba y Lincoln (2002), podría ser el más lógico. Una vez ubicada la primera pregunta, se pueden contestar las otras dos:

“1. *La pregunta ontológica.* ¿Cuál es la forma y la naturaleza de la realidad y, por tanto, qué es lo que podemos conocer de ella?

2. *La pregunta epistemológica.* ¿Cuál es la naturaleza de la relación entre quien conoce o busca conocer y lo que puede ser conocido?

3. *La pregunta metodológica.* ¿Cómo puede el investigador (el que busca conocer) arreglárselas para averiguar si lo que él o ella cree puede ser conocido?” (Guba y Lincoln, 2002: 120, 121).

Para este estudio se ha seleccionado la pregunta epistemológica que supone la existencia de una realidad donde el investigador debe tomar distancia para ser objetivo y así descubrir cómo son y cómo funcionan las cosas (Guba y Lincoln, 2002).

Esta pregunta se ha situado dentro del paradigma constructivista, “que considera que el conocimiento se crea en la interacción entre el investigador y quienes le responden” (Guba y Lincoln, 2002: 130). Es decir, existe una vinculación entre la investigadora y el objeto de investigación, “de tal forma que los <<hallazgos>> son literalmente creados al avanzar la investigación” (Guba y Lincoln, 2002: 128).

Este tipo de estudio tiene como propósito “entender y reconstruir las construcciones que la gente sostiene inicialmente con el objeto de obtener un consenso, [...] estar abiertos a las nuevas interpretaciones al ir mejorando la información y sofisticación” (Guba y Lincoln, 2002: 134).

También se pretende aportar nuevo conocimiento por vía inductiva, es decir, que este nuevo conocimiento “...procede de lo más particular a lo más universal” (Beuchot, 1999: 10) y de esta manera hacer una aproximación con respecto a nuestro sujeto y objeto de investigación.

#### *6.1.1. ¿Por qué realizar un estudio cualitativo?*

Se ha decidido realizar un estudio cualitativo ya que, por sus características, es el más apropiado para abordar y comprender el objeto de estudio.

Según Strauss y Corbin (1990: 20 en Vasilachis de Gialdino, 2006: 4) una investigación cualitativa tienen tres componentes importantes: datos (recogidos a través de entrevistas, grupos focales, observaciones, etc.), los diferentes procedimientos analíticos para llegar a los resultados y los informes escritos o verbales.

Los métodos cualitativos también son conocidos como métodos fenomenológicos. El objetivo general de la fenomenología es “describir al hombre en el mundo, no analizarlo o explicarlo, como es el caso del método cuantitativo.

De aquí que, “la fenomenología se pregunta por las formas y procesos que constituyen objetivamente –e instituyen intersubjetivamente- a las estructuras de la

realidad, como una construcción y reconstrucción permanente de la vida social” (Rizo, 2005).

También es conocido como fenomenología empírica porque es un método donde el investigador aporta descripciones copiosas porque las considera valiosas (Denzin y Lincoln, 2005).

Para comprender mejor el término intersubjetividad, es importante definir el término subjetividad. De acuerdo con Rizo (2005) la “subjetividad”, es la conciencia que se tiene de todas las cosas desde el punto de vista propio, que se comparte colectivamente en la vida cotidiana. Mientras que la intersubjetividad es el proceso en el que compartimos nuestros conocimientos con otros en el mundo de la vida.

Y para lograr la objetividad del fenómeno estudiado éste debe pasar por el filtro de la subjetividad como afirma Sartre (1982):

“Lo subjetivo aparece entonces como un momento necesario del proceso objetivo. Para llegar a ser condiciones reales de la *praxis*, las condiciones materiales que gobiernan a las relaciones humanas tienen que ser vividas en la particularidad de las situaciones particulares” (Sartre, 1982: 994-995).

De aquí que se entienda la investigación cualitativa como “cualquier tipo de investigación que produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos u otros medios de cuantificación” (Strauss y Corbin, 2002: 19, 20).

Los estudios cualitativos, al ser conformados por diferentes disciplinas sociales y humanísticas, hacen que el/la investigador/a cualitativo/a sea considerado como un *bricoleur* o bricolador que “suma nuevas herramientas, métodos y técnicas de representación al rompecabezas” (Denzin y Lincoln, 2005: 5).

Mientras que el bricolaje “es el resultado del método del *bricoleur*, es una construcción [emergente]” (Weinstein & Weinstein, 1991, p.161 en Denzin y Lincoln, 2005).

La investigación cualitativa, se caracteriza por ser multimetódica y focalizada (Flick, 2002: 226, 227 en Denzin y Lincoln, 2005). La utilización de múltiples métodos o triangulación se utilizan a modo de asegurar una minuciosa comprensión del fenómeno en cuestión. La triangulación no es una herramienta o una estrategia de validación, sino una alternativa de validación (Flick, 2002: 227). La combinación de múltiples prácticas metodológicas, materiales empíricos, perspectivas, y observadores en un mismo estudio es mejor comprendida, entonces, como una estrategia que agrega rigor, amplitud, complejidad, riqueza y profundidad a cualquier investigación (Flick, 2002: 229).

Este estudio tiene un enfoque *émic*. Según Pike (1954: 49) la perspectiva émica es entendida “como un todo y no como un elemento independiente y aislado de la cultura concreta en la que sucede”. Dicho de otra manera, el conocimiento se construye con base en “lo que saben los miembros de una cultura como *“insiders”*, es decir, como participantes internos de la misma y lo que conoce el investigador *“outsider”*, es decir, el explorador ajeno que se pone en contacto con ella. Esta perspectiva émica es la que da voz a los sujetos investigados, mientras que el investigador construye el conocimiento junto con ellos.

En resumen, este estudio es de tipo cualitativo, dentro del paradigma constructivista con base epistemológica y con un enfoque *émic*.

## **6.2. Selección de los instrumentos de recolección de datos.**

Para tomar una decisión sobre el uso de diferentes técnicas de recolección de datos la investigadora ha realizado una Estancia Investigadora (mayo-julio 2011) en la Universidad Católica de Lovaina (KULEUVEN) en Bélgica dentro de la *School for Mass Communication Research*<sup>10</sup>.

---

10 Bajo la tutela del Dr. Keith Roe.

En dicha estancia se llevaron a cabo diferentes tareas para aprender la aplicación de la Teoría de Usos y Gratificaciones, principalmente, así como la selección de las técnicas de recolección de datos para el estudio.

Una vez concluido el recorrido por diferentes estudios relacionados con la Teoría de Usos y Gratificaciones, se acordó una fecha<sup>11</sup> para exponer el avance del estudio, que consistió en la presentación del problema, hipótesis, preguntas de investigación, así como el progreso de la aplicación de las entrevistas en profundidad, a hombres y mujeres mayores. Esta presentación se hizo a un grupo de doctorandos/as y otros investigadores que fueron invitados para discutir sobre el diseño de la investigación.

Esta reunión fue muy enriquecedora debido al intercambio crítico y constructivo, ya que se discutió sobre las diferentes técnicas de recolección de datos para entender el proceso de consumo, uso, adopción y gratificaciones, así como los obstáculos a los que se enfrentan hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet. Esto ayudó a mejorar dichas técnicas y así obtener una mejor información sobre los sujetos de investigación.

La técnica principal que había decidido aplicar fue la entrevista en profundidad, sin embargo, tras el “*feedback*” o discusión se propusieron dos nuevas técnicas de recolección de datos: cuestionario tipo *check list* y un grupo de discusión.

Ambas han servido para reforzar las entrevistas que se aplicaron a hombres y mujeres mayores, además de aportar nueva información.

El cuestionario (tipo *check list*) ha sido incorporado al estudio para conocer cuáles son las gratificaciones que esperan (antes de hacer uso de las aplicaciones de Internet) y obtienen (después de su uso) hombres y mujeres mayores al hacer uso de esta tecnología y para indagar en las motivaciones de uso, en los dos momentos antes mencionados, a través de diferentes afirmaciones que han sido

---

<sup>11</sup> Presentación y discusión realizada el 10 de Junio de 2011 en la Sala de Reuniones del mismo departamento.

adaptadas tomando como referencia las propuestas de varios autores. Los cuestionarios, con respuestas dicotómicas Sí/No, han sido sometidos a un análisis comparativo para detectar diferencias y similitudes existentes entre hombres y mujeres mayores.

El grupo de discusión se ha incorporado para indagar sobre los miedos, frustraciones, logros y motivaciones de hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet y, posteriormente, realizar una comparación para detectar las diferencias y similitudes existentes entre ambos.

Las diferentes técnicas de recolección han permitido “armar” el rompecabezas que queremos mostrar a través del acercamiento a la realidad que viven estas personas para afrontar el cambio tecnológico. Para ello se ha aplicado la perspectiva de género que ha sido poco estudiada hasta ahora en relación con la teoría de usos y gratificaciones y que aporta una nueva “mirada” sobre cómo hombres y mujeres hacen uso de las aplicaciones de Internet estableciendo una comparación entre ambos.

En el caso de las mujeres, por ejemplo, se observa que ellas hacen uso de la tecnología y desarrollan más habilidades digitales gracias a que en su vida cotidiana están constantemente en contacto con generaciones más jóvenes (nietos/as) que han nacido y crecido con la tecnología. De aquí que el estudio también se defina como exploratorio, “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Sampieri, 2007: 70).

Esta recolección de datos también ha permitido complementar este estudio y entenderlo de manera holística o como un “todo”, es decir, todas las fases del estudio son importantes en su conjunto y por separado debido a la información que aporta cada una de ellas tratadas con una perspectiva de género.

Cabe aclarar que la presentación de números, porcentajes, frecuencias y gráficos tienen una utilidad meramente instrumental, ya que sirven para describir y lograr

un análisis más profundo de los datos, reconstruyendo lo más fielmente posible la realidad de estas personas cuando hacen uso de Internet y cómo esta tecnología está transformando su vida cotidiana según el género al que pertenecen. No se aplican pruebas estadísticas de ningún tipo, pero si se hará uso del *software* estadístico (SPSS) como recurso para el análisis **descriptivo** de los datos cualitativos.

Por lo anterior, se está de acuerdo con la afirmación de Denzin y Lincoln (2012) cuando señalan que “los investigadores cualitativos echan mano a numerosos recursos: la semiótica, el análisis fonológico y de archivos, e incluso las estadísticas, las tablas, los cuadros y los números” (Denzin y Lincoln, 2012: 55). Y que “todas estas prácticas de investigación << pueden aportar conocimiento importante >> (Nelson et al., 1992: 2) y ningún método, ninguna práctica puede privilegiarse por sobre los demás” (Denzin y Lincoln, 2012: 55).

#### *6.2.1. Entrevista semi-estructurada.*

Para la aplicación de una entrevista semi-estructurada, es necesario preparar un guion para que el/la entrevistador/a pueda decidir entre seguir el orden planteado o cambiarlo, profundizar o pedir aclaraciones cuando la información no sea lo suficientemente clara y para recopilar la mayor información posible. Incluso puede agregar nuevas preguntas si es necesario. Todas estas decisiones dependen del criterio del entrevistador/a, así como de la calidad de la información/respuesta que pueda dar el sujeto entrevistado.

En sí, este tipo de entrevista enriquece aún más la investigación debido a que no se ciñe estrictamente a una lista de preguntas, como es el caso de la entrevista estructurada (Kvale, 2011).

La entrevista tiene como finalidad demostrar, a través de la concepción epistemológica, cómo ésta se convierte en una construcción de conocimiento (Kvale, 2011: 43). Kvale reflexiona y explica la relación que existe entre el entrevistador y el entrevistado, que desde el punto de vista epistemológico

propone una interacción lingüística entre ambos: “Una entrevista es literalmente una entre-vista, un intercambio entre dos personas conversando sobre un tema en común” (Kvale, 2011: 46).

Esta interacción social es fundamental para que el sujeto entrevistado pueda contestar a las preguntas con información de calidad, es decir, ambos deben tener conocimiento sobre el tema que se trata para que haya validez en el proceso de construcción del conocimiento, de otra manera, se estarían tratando temas que no van acorde a la investigación (Kvale, 2011: 93).

Esta técnica de investigación permite establecer contacto directo con los sujetos y esto ha ayudado a que la información recabada sea fiable y válida (Márquez, 2006: 90).

La tarea del entrevistador es muy importante ya que comienza con la preparación de las preguntas para obtener información precisa (guía de entrevista). De este modo se asegura de que las respuestas sean adecuadas a la pregunta formulada con claridad (Márquez, 2006: 96). Una vez en el momento de la entrevista debe realizar las preguntas con seguridad, contar con la capacidad para escuchar, no hacer interrupciones ni condicionar las respuestas. Para lograr fiabilidad en las respuestas, el/la entrevistador/a debe cerciorarse de que las personas entrevistadas cuentan con un conocimiento previo sobre el tema a tratar y se debe establecer una interacción adecuada entre ambos en un ambiente de confianza.

Entendiendo por fiabilidad la calidad de la información que se obtiene de la persona entrevistada a través de una serie de preguntas formuladas correctamente por parte del entrevistador, que depende del tipo de respuesta que se quiera obtener, pues una entrevista con respuestas dicotómicas SÍ/NO, no aporta suficiente información. En cambio, si se utiliza una entrevista semi-estructurada, como en este caso, el entrevistador podrá conocer los detalles y profundizar en ellos manteniendo una conversación normal. De esta manera, el

sujeto entrevistado sentirá más confianza y libertad para expresar sus ideas al entrevistador (Márquez, 2006: 90, 118 y 119).

La entrevista cuenta con una sección para conocer algunos aspectos personales del perfil del sujeto entrevistado que nos permite conocer el uso que hombres y mujeres mayores hacen de las aplicaciones de Internet según su estado civil y nivel de estudios, sin importar el ingreso que perciben ni la clase social a la que pertenecen (Roe, 1983; Rosengren y Windahl, 1989).

Dicha entrevista cuenta con un listado de 12 aplicaciones para saber cuáles son las aplicaciones de Internet usadas, así como la frecuencia de uso. Como dato adicional, se les ha preguntado sobre sus inicios en el uso de las aplicaciones de Internet para tener un conocimiento más completo del entorno de los sujetos entrevistados y de su relación con el uso de la tecnología.

Se ha decidido utilizar la categoría propuesta por McQuail, Blumler y Brown (1972) quienes diseñaron el modelo “*media-person interactions*” que proponen cuatro gratificaciones importantes en medios: diversión, relaciones personales, identidad personal y búsqueda de información con la finalidad de determinar si el uso de las aplicaciones de Internet les es gratificante en los aspectos. Además, se han agregado dos tópicos: acceso a otros medios y futuro como complemento a los anteriores.

Una vez grabado en audio el material, se ha llevado a cabo la transcripción de las entrevistas, así como los comportamientos verbales y no verbales, cuidando descartar cualquier emisión verbal que no sea *ad hoc* con la información que se pregunta (*ej.* beber agua, abrir la puerta, saludar u otras interrupciones) para evitar así problemas de fiabilidad y autoría.

#### 6.2.2. *Diario de campo.*

El diario de campo se emplea como otra herramienta cualitativa de recogida de datos secundaria o complementaria. Esta herramienta es útil porque “las notas de

campo se convierten así en una expresión íntima de la vida cotidiana...” (Ottenberg, 1990 en G.T.D.T., 2012: 70).

Pertenece al método etnográfico, que como su nombre indica, es el estudio de las etnias. Sin embargo, para hacer o realizar una descripción etnográfica, no es necesario conocer las costumbres de un grupo, sino lo que dicen los miembros del grupo con sus costumbres (Geertz, 1987).

Como parte del paradigma constructivista del que forma parte este estudio, el contexto cultural es de gran importancia para conocer a nuestros sujetos. Por esto la recogida de datos sobre las actividades que realizan en línea se ha hecho en los lugares que forman parte de su vida cotidiana, su casa, su trabajo y otros lugares en los que pueden acceder a Internet.

El diario de campo, como se menciona anteriormente, se ha diseñado como complemento a la entrevista. Con este fin, se ha pedido a los veinte sujetos entrevistados que, como fruto de su propia observación y conducta, lleven un registro de dichas actividades durante diez días, incluyendo fines de semana.

### 6.2.3. Cuestionario (tipo *check list*).

En esta fase del estudio se ha diseñado un cuestionario (tipo *check list*) que han sido auto-aplicados y cuenta con respuestas dicotómicas Sí/No para identificar cuáles son las aplicaciones de Internet que usan hombres y mujeres mayores, e indagar sobre cuáles son las gratificaciones esperadas (antes de hacer uso de las aplicaciones de Internet) y cuáles las gratificaciones obtenidas (una vez que se hizo uso de las mismas).

Para ello, se han tomado como base las propuestas de Stafford, Kline y Dimmick (1999), Papacharissi y Rubin (2000), Weiser (2000, 2001), Leung (2001), LaRose y Eastin (2004) y Roe (2009), y se han diseñado una serie de afirmaciones orientadas a indagar sobre las posibles razones del uso/no uso de las aplicaciones de Internet.

#### 6.2.4. Grupo de discusión.

En la tercera y última fase del estudio se ha realizado un grupo de discusión que generalmente suele tener entre seis y diez participantes (Chrzanowska, 2002 en Kvale, 2011: 101). La entrevista grupal se preocupa por estimular a los asistentes a dar sus diferentes puntos de vista (Kvale, 2011). La discusión es abierta, se formulan preguntas dirigidas a todos los participantes y puede responder quien lo desee. La participación es activa, procurando la interacción de todos los asistentes para conocer sus puntos de vista, comparar opiniones, hallar diferencias y similitudes, establecer acuerdos y/o desacuerdos.

Además, existe un moderador, cuyo papel es equilibrar la participación dentro del grupo para que nadie monopolice el tiempo destinado a la discusión y dirigir la sesión de manera imparcial para obtener la mayor información posible sin que ésta sea inducida o sesgada. Y un relator, que gestiona el tiempo de cada uno de los bloques temáticos, toma notas sobre el orden de intervención, reacciones, comentarios y el lenguaje corporal de los participantes.

Este tipo de entrevistas grupales es adecuado para estudios exploratorios, como es nuestro caso, “ya que la interacción colectiva puede suscitar opiniones expresivas o emocionales espontáneas... En el caso de temas tabú sensibles, la interacción de grupo puede facilitar la expresión de puntos de vista a los que normalmente no se tiene acceso” (Kvale, 2011:101).

El empleo de la técnica de la discusión grupal, tiene como propósito tratar otras cuestiones que no han sido explotadas en las entrevistas, además de profundizar en las motivaciones u obstáculos que experimentan hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet.

### 6.3 Etnografía multilocal.

En este apartado se comienza definiendo qué es la etnografía para después dar paso a una nueva variación: la etnografía multilocal.

El método etnográfico y las aportaciones de los estudios culturales han sido de gran utilidad para indagar en el uso de las TICs en personas mayores. Según Malinowski (1973), para alcanzar la meta del trabajo etnográfico de campo deben considerarse tres vías:

“1.- La organización de la tribu y la anatomía de su cultura deben recogerse en un esquema preciso y claro. El método de documentación concreta, estadística es el medio para construir tal esquema.

2.- Dentro de este entramado hay que insertar los imponderables de la vida real y el tipo de comportamiento. Estos datos se consiguen gracias a la observación minuciosa y detallada en forma de una especie de diario etnográfico, posible a partir de un estrecho contacto con la vida indígena.

3.- Una colección de informes, narraciones características, expresiones típicas, datos del folklore y fórmulas mágicas que se agrupan en el *corpus inscriptionum*, exponente de la mentalidad indígena” (Malinowski, 1973. En Malinowski, 1986:12).

La investigación social muchas veces denominada como “naturalista” (Blumer, 1969; Lofland, 1967; Matza, 1969; Denzin, 1971; Schatzman y Strauss, 1973; Guba, 1978 en Hamme y Atkinson, 1994: 4) propone que el estudio del mundo debería ser estudiado en su estado “natural” siendo esta su principal fuente de información sin que la presencia del investigador o investigadora influya en la vida cotidiana de los sujetos y objetos de estudio. Esta postura es contraria a la de los positivistas o de los estudios cuantitativos.

Por esto, la etnografía es considerada como naturalista, debido a que es una descripción de la realidad en un ambiente cotidiano donde los sujetos actúan y viven de manera natural. Es importante también que la mirada y el registro sobre la vida cotidiana por parte del investigador hacia los sujetos sea invisible para no alterar la realidad y por tanto los resultados del estudio. De esta manera se pretende comprender a través de datos reales y empíricos a los sujetos dentro de

su contexto, ya que el estudio se realiza en el trabajo de campo y no en un laboratorio como sería el caso de los estudios cuantitativos o experimentales donde se modifican las condiciones.

De acuerdo con Denzin (1971:168) “los naturalistas se resisten a los esquemas o modelos que simplifican la complejidad de la vida cotidiana”. De aquí que la etnografía como metodología sea “el conjunto de actividades que se suele designar como <<trabajo de campo>>, y cuyo resultado se emplea como evidencia para la descripción” (Guber, 2001: 16).

Pero no se trata sólo de describir sino de interpretar o dar una descripción densa sobre lo que acontece. Spradley y McCurdy (1972:18 en Pasassung, 2011: 218) afirman que “*the ethnographer seeks to describe a culture using those criteria that his informants employ as they observe, interpret, and describe their own experiences during the course of life.*” De aquí que lo más importante sea la información de sus informantes.

Si bien es cierto que para hacer etnografía se necesita realizar el trabajo de campo, en este estudio se entiende la palabra “campo” como “un recorte de lo real que <<queda circunscrito por el horizonte de las interacciones cotidianas, personales y posibles entre el investigador y los informantes” (Rockwell, 1986:17 en Guber, 2005). De acuerdo con Guber (2005) “lo real se compone de fenómenos observables y de la significación que los actores le asignan a su entorno y a la trama de acciones que los involucra...” (Guber, 2005: 47).

Como anteriormente se ha mencionado, han surgido nuevas maneras para hacer etnografía. Actualmente algunos estudios, como es el caso del nuestro, han optado por realizar estudios etnográficos en diferentes lugares o mejor conocidos como etnografía multisituada o multilocal. Aunque parezca relativamente nueva, tiene sus orígenes en un estudio llamado “Tepoztlán un lugar de México” (Título original: *Life in a Mexican Village: Tepoztlan Restudied*) realizado por Lewis (1951) sobre la migración de los tepoztecos a la Ciudad de México (Perret, 2011: 54).

Este tipo de etnografía se caracteriza por contar con diferentes localidades, es decir, no se limita a estudiar al sujeto y objeto de estudio en una localidad, ni lo investiga intensamente en la misma (Marcus, 2001). “Se dice que la etnografía pone atención en lo cotidiano, en el conocimiento cara a cara de comunidades y grupos” (Marcus, 2001: 113), por esto, la tarea del etnógrafo “establece alguna forma de presencia literal o física, con una lógica explícita de asociación o conexión entre sitios...” (Marcus, 2001: 118).

Para realizar este tipo de etnografía, la selección de la muestra, debe ser homogénea para exista una conexión entre localidades. Según Marcus (2001), la etnografía multilocal permite que la construcción del conocimiento tenga varias intensidades y calidades. Además de que la recolección de datos debe generar conexiones entre una localidad y otra entre espacios heterogéneos.

En este caso se decidió hacer un muestreo no probabilístico intencional (ver en apartado selección de la muestra), en las tres fases del estudio: entrevistas, cuestionarios y grupo de discusión. En cada una de ellas la muestra seleccionada ha sido homogénea. Es decir, se han buscado hombres y mujeres mayores que hicieran uso de las aplicaciones de Internet con residencia en dos ciudades de España: Barcelona y Murcia, a pesar de que las dos ciudades han crecido y se han desarrollado a diferentes velocidades, tienen en común que en ambas podemos encontrar este tipo de personas.

Estas personas, denominadas “inmigrantes digitales” (Prezky, 2001) han tenido que desarrollar diferentes habilidades para afrontar el cambio tecnológico. Por esto, los datos recogidos en ambas ciudades son igualmente importantes y presentan una conexión lógica formando parte de un todo, de un rompecabezas. Cada fase del estudio ha sido llevada a cabo en diferentes momentos y son complementarios.

El reto de la etnografía multilocal es lograr la conexión que no ha sido evidente para generar nuevas visiones con datos empíricos, para construir el conocimiento a través de los resultados del trabajo de campo realizado en diferentes

localidades. De esta manera se pretende hacer un acercamiento y a la vez potenciar el conocimiento de este grupo social en relación con el uso de las TIC en España.

### 6.3.1. Contexto socioeconómico y tecnológico: Barcelona y Murcia.

A continuación el estudio se sitúa en el contexto socioeconómico y tecnológico de Barcelona y Murcia a partir de la implementación de espacios estratégicos conformados por empresas y centros educativos para el intercambio de conocimiento y aplicación de la tecnología en las diferentes áreas para el crecimiento de las mismas a nivel nacional e internacional. Seguido de una serie de datos que definen a las dos ciudades que forman parte de nuestro estudio para conocer el contexto del uso de las TICs en ambas.

#### **Barcelona**<sup>12</sup>

De acuerdo con el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, Barcelona cuenta con una población total de 7.539,618 millones de habitantes, de los cuales 1.185,852 es población extranjera (INE, 2011). Su PIB es de 195.286,86 millones de euros, y su PIB *per cápita* de 26,696 €, con exportaciones que alcanzan los 55.524,74 millones de euros, a diferencia de las importaciones que se elevan a 70.849,58 millones de euros y una inversión extranjera de 3.501,33 millones de euros (Ministerio de Economía y Competitividad, 2011).

Barcelona cuenta con una infraestructura tecnológica importante que se ve reflejada en toda la ciudad. Y en los últimos 15 años, *Poble Nou* barrio 68 de Barcelona que pertenece al 10º distrito de *Sant Martí*, ha sufrido una transformación constante desde mediados del siglo XX al pasar de ser un barrio industrial a un distrito tecnológico, equivalente a *Silicon Valley* en San Francisco, Estados Unidos.

---

<sup>12</sup> Datos tomados del programa INVESTINSPAIN. Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España: <[http://www.investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5296169\\_6215635\\_6258806\\_0\\_7,00.html](http://www.investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5296169_6215635_6258806_0_7,00.html)> [Consulta el 21 de mayo de 2012.]

Con la entrada del proyecto 22@, *Poble Nou* comenzó una transformación que supone la concentración empresarial, educativa y residencial en un solo lugar, la cual se inició con la urbanización del lugar y la construcción de la Torre Agbar en el barrio *El Clot*, que pertenece al mismo distrito. Este proyecto, 22@ se constituye como un referente innovador y dinámico al concentrar centros educativos y empresariales, una combinación necesaria para generar proyectos, en su mayoría de conocimiento y tecnología, de gran calidad y de competencia, tanto nacional como internacional.

El periódico *El Mundo* (12-05-2007) publicó al respecto una información titulada *El proyecto 22@convertirá BCN en la sociedad del conocimiento*:

“Hacer de Barcelona la sociedad del conocimiento. Éste es a grandes rasgos el objetivo del proyecto urbanístico del 22@ que, según señala el Plan, «constituye una oportunidad única para recuperar la vocación productiva de *Poblenou* y crear una importante polaridad científica tecnológica y cultural que convierta Barcelona en una de las principales plataformas de innovación y economía del conocimiento de ámbito internacional».”

<[www.elmundo.es/2007/05/12/catalunya/2121929\\_impresora.html](http://www.elmundo.es/2007/05/12/catalunya/2121929_impresora.html)>

## Murcia<sup>13</sup>

Según datos del mismo Ministerio, Murcia cuenta con una población de 1.470,069 de habitantes, de los cuales 240,863 habitantes son extranjeros. Su PIB es de 27.957,78 millones de euros, mientras que el PIB *per cápita* es de 19,089 €. Sus exportaciones equivalen a 5.619,031 millones de euros, y sus importaciones se elevan a 10.166,78 millones de euros. Y cuenta con una inversión extranjera de 164, 370 millones de euros (Ministerio de Economía y Competitividad, 2011).

La Región de Murcia, cuenta con el Parque Tecnológico Fuente Álamo<sup>14</sup> donde actualmente se concentran 130 empresas y 750 trabajadores, según datos del

<sup>13</sup> Datos tomados del programa INVESTINSPAIN. Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España: <[http://www.investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5296169\\_6215635\\_6258806\\_0\\_7,00.html](http://www.investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5296169_6215635_6258806_0_7,00.html)> [Consulta el 21 de mayo de 2012.]

<sup>14</sup> Este Parque Tecnológico fue inaugurado en noviembre de 2004 y surge como una iniciativa del Gobierno de la región de Murcia dentro del Plan Ciencia y Tecnología 2003-2006: <<http://www.ptfuellealampo.com/>> y <<http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/>>

Instituto de Fomento de la Región de Murcia y el Parque Científico de Murcia<sup>15</sup>. Ambos reúnen diferentes empresas que conviven y están en contacto constante para el progreso de la Región con la misión de lograr el desarrollo científico, tecnológico, la promoción y gestión de la innovación de la misma, además de contribuir al impulso de las I+D+i para poder competir a nivel nacional e internacional.

En la tabla siguiente, se observan datos sobre la evolución de usuarios de Internet en Cataluña y Región de Murcia. Estos datos muestran una tendencia ascendente y positiva en ambas comunidades que pasan de un 44,1% y 31,7% en 2006, a un 68,3% y 56,6% en 2012, es decir, incrementan en un 24,2% y 24,9%, respectivamente el número de usuarios de Internet (Ver Tabla 5.)

**Tabla 5.**  
**Evolución de los usuarios de Internet en Cataluña y**  
**Región de Murcia en el último mes de cada año (penetración %)**

<b>AÑO</b>	<b>Cataluña %</b>	<b>Región de Murcia %</b>
<b>2012</b>	<b>68,3</b>	<b>56,6</b>
2011	65,4	51,6
2010	59,4	43,9
2009	57,1	39,3
2008	51,8	38,7
2007	47,5	34,5
<b>2006</b>	<b>44,1</b>	<b>31,7</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados del EGM:  
3ª OLA 2012 OCTUBRE/NOVIEMBRE

En resumen, y de acuerdo con los datos presentados anteriormente, se observa que las personas mayores están cada vez más interesadas en hacer uso de Internet y que a pesar de que las mujeres siguen siendo aventajadas por los hombres, éstas han demostrado, porcentualmente, que cada vez son más las que se suman al uso de la tecnología.

<sup>15</sup> El Parque Científico es una organización sin fines de lucro y forma parte de la Asociación de parques científicos y Tecnológicos de España (APTE):  
<<http://www.parquecientificomurcia.es>> y <<http://www.apte.org/es/>>

A continuación se han incluido dos tablas: la primera (ver tabla 6) con datos que revelan el crecimiento de la población de personas mayores en Barcelona y Murcia de 2009 a 2012, tomando como referencia el 1 de abril de cada año. La segunda (ver tabla 7) es una estimación del crecimiento del número de personas mayores en Barcelona y Murcia para el periodo 2012-2020. Ambas tablas están organizadas por ciudad, género y rango de edad. Estos datos son únicamente informativos y forman parte del contexto de ambas ciudades.

**Tabla 6. Población de personas mayores en Barcelona y Murcia de 2009 a 2012, tomando como referencia el 1 de abril de cada año.**

Barcelona		2009	2010	2011	2012	Murcia		2009	2010	2011	2012
Edad	Mujeres					Edad	Mujeres				
50 a 54 años		178366	181506	184266	186723	50 a 54 años		41356	43324	45028	46627
55 a 59 años		163641	164279	165845	168617	55 a 59 años		35033	35799	36763	38119
60 a 64 años		156092	157998	158973	159408	60 a 64 años		31920	32779	33410	33887
65 a 69 años		125677	131218	138079	144284	65 a 69 años		26917	27587	28582	29767
70 a 74 años		118233	115401	112863	113382	70 a 74 años		26593	26205	25768	25598
75 a 79 años		113759	114691	114968	113903	75 a 79 años		24715	24952	24993	24941
Barcelona		2009	2010	2011	2012	Murcia		2009	2010	2011	2012
Edad	Hombres					Edad	Hombres				
50 a 54 años		167766	170226	172705	174104	50 a 54 años		41879	43879	45639	47488
55 a 59 años		150652	150634	151699	153624	55 a 59 años		33945	34884	35927	37284
60 a 64 años		141455	142556	142667	142315	60 a 64 años		29597	30427	31058	31574
65 a 69 años		112629	116792	121822	126250	65 a 69 años		23932	24601	25548	26606
70 a 74 años		97477	95906	94615	95729	70 a 74 años		22113	21748	21431	21382
75 a 79 años		81762	83233	84086	84037	75 a 79 años		18829	19000	19035	19023

Tablas de elaboración propia con datos tomados de Instituto nacional de Estadística (INE).

Tomado de: < <http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do> > [Fecha de consulta: 25 de abril del 2012.]

En la tabla anterior se puede observar que durante el periodo 2009-2012 ha ido incrementando el número de personas mayores con edades comprendidas entre 50 y 69 años en Barcelona y Murcia. Sin embargo, la población femenina ha sido mayor que la masculina en ambas ciudades en todos los rangos de edad mostrados en esta tabla, exceptuando el rango de edad que va de 50 a 54 años en Murcia, donde se experimentó un aumento de la población masculina sobre la femenina.

La siguiente tabla (ver tabla 7) muestra las estimaciones del crecimiento de la población en personas mayores de 60 a 80 años de edad, por quinquenio, en Barcelona y Murcia para el periodo 2012-2020. Dicha estimación revela que la población de personas mayores, hombres y mujeres, con 60 años será el más numeroso seguido del grupo de los que tendrán 65 años. Además, como en la tabla 6, también observamos que la población femenina tiende a incrementar su población en comparación con la masculina en todos los grupos de edad y durante el periodo seleccionado en ambas ciudades.

**Tabla 7. Estimación del crecimiento del número de personas mayores en Barcelona y Murcia para el periodo 2012-2020.**

Edad	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
<b>Barcelona-Murcia</b> <b>Hombres</b>	60	28753	28636	28893	29276	29632	30386	30743	31306	31630
		6597	6749	6967	7158	7504	7832	8237	8604	8952
	65	27091	27408	27053	27225	26941	26654	26584	26862	27249
		5843	5996	6008	6142	6321	6381	6526	6737	6922
	70	20354	22279	22572	23477	24286	24593	24920	24642	24836
		4442	4713	4786	4994	5231	5477	5624	5644	5773
	75	17761	16738	17480	17207	16907	17680	19376	19676	20508
		4102	3867	3990	3880	3834	3902	4147	4221	4412
	80	13942	14253	14373	14580	14645	14077	13320	13949	13775
		3206	3264	3262	3278	3269	3245	3073	3183	3108
Edad	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
<b>Barcelona-Murcia</b> <b>Mujeres</b>	60	31796	31802	32319	32484	33026	33644	34317	35069	35359
		6950	7076	7288	7436	7795	8159	8554	8956	9305
	65	30736	31036	30961	30970	30916	30578	30602	31110	31300
		6437	6570	6580	6693	6854	6908	7032	7240	7387
	70	23440	25849	26508	27590	28678	29323	29632	29577	29614
		5094	5447	5463	5722	5976	6261	6393	6407	6519
	75	22934	21251	21885	21424	20835	22009	24263	24895	25936
		5169	4883	5039	4868	4789	4789	5126	5148	5399
	80	21175	21354	21322	21404	21303	20498	19065	19665	19283
		4553	4581	4554	4601	4583	4545	4309	4460	4321

Tabla de elaboración propia con datos tomados de Instituto nacional de Estadística (INE).  
Tomado de: <<http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do>> [Fecha de consulta: 25 de abril del 2012]

#### 6.4. Aplicación del análisis de contenido.

Según Krippendorff (1990), el análisis de contenido es “la técnica destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto” (Krippendorff, 1990: 28). Y ésta es la técnica aplicada en las entrevistas, diarios de campo, cuestionarios y grupo de discusión.

De acuerdo con dicho autor, el análisis de contenido ofrece una triple perspectiva al investigador:

- Los datos tal y como se comunican al analista.
- El contexto de los datos.
- La forma en que el conocimiento del analista obliga a dividir la realidad.” (Krippendorff, 1990: 28).

Para realizar el análisis de contenido Krippendorff (1982) propone cinco tipos de categorías que han servido de guía para el análisis de cada una de las fases de este estudio, como se verá más adelante, y que se enumeran a continuación:

- 1) *De asunto o tópico. Las cuales se refieren a cuál es el asunto, tópico o tema tratado en el contenido.*
- 2) *De dirección. Estas categorías se refieren a cómo es tratado el asunto.*
- 3) *De valores. Se refieren a categorías que indican qué valores, intereses, metas, deseos o creencias son revelados.*
- 4) *De receptores. Estas categorías se relacionan con el destinatario de la comunicación.*
- 5) *Físicas. Son categorías para ubicar la posición y duración o extensión de una unidad de análisis.*

Cada categoría debe cumplir dos requisitos: “1) Las categorías y subcategorías deben ser *exhaustivas*. Es decir, abarcar todas las posibles subcategorías de lo que se va a codificar. Y 2) Las subcategorías deben ser *mutuamente excluyentes*, de tal manera que una unidad de análisis puede caer en una y sólo una de las subcategorías de cada categoría” (Krippendorff, 1982 en Sampieri, 2007: 339-341).

Para comenzar el análisis es necesario tener a la mano el material que se va a analizar o corpus. Según Bardin (1986), el corpus “es el conjunto de los documentos tenidos en cuenta para ser sometidos a los procedimientos analíticos” (Bardin, 1986: 71). El siguiente paso es analizar los elementos de las secciones de cada una de las fases. A estas secciones se les denomina unidades de análisis. Según Sampieri “las unidades de análisis constituyen segmentos del contenido de los mensajes que son caracterizados para ubicarlos dentro de las categorías (Sampieri, 2007: 337).

Además, se propone crear un libro de códigos, entendido como un “documento que describe la localización de las variables y códigos asignados a los atributos que las componen (categorías y/o subcategorías)” (Babbie, 1979 en Sampieri, 2007: 356).

A continuación se explica cómo se han adaptado los diferentes tipos de categorías al análisis de las entrevistas, diarios de campo, cuestionarios y grupo de discusión.

#### 6.4.1. Entrevista.

##### **Corpus.**

Para esta primera fase del estudio está formada por un corpus compuesto por veinte entrevistas a profundidad realizadas a diez mujeres y diez hombres mayores de cincuenta años que hacen uso de las aplicaciones de Internet.

## **Unidades de análisis.**

La entrevista cuenta con tres secciones: en la primera, se pregunta el nombre, estado civil, nivel de estudios, situación familiar y situación actual; en la segunda, se pide que contesten *Sí o No/No sabe si existe*, a doce aplicaciones de Internet que aparecen en forma de listado, así como la frecuencia de uso de las mismas; y en la tercera y última, se comienza preguntando sobre cómo se iniciaron en el uso de las aplicaciones de Internet, para continuar con la entrevista semi-estructurada. En las tres secciones se categorizará de acuerdo al “asunto, tópico o tema tratado en el contenido” (Krippendorff, 1982 en Sampieri, 2007: 339) y las subcategorías correspondientes.

### *Primera sección.*

En esta primera sección se muestra el perfil de los sujetos entrevistados, hombres y mujeres pre-mayores y mayores que hacen uso de las aplicaciones de Internet y que viven en el área metropolitana de Barcelona.

De esta manera, según Krippendorff (1982), se han creado las siguientes categorías y subcategorías correspondientes: género (mujer-hombre), edad (50-55, 56-60, 61-65, 66-70, 71 y más años), estado civil (soltero/a, casado/a, divorciado/a, viudo/a), nivel de estudios (primaria, secundaria, bachillerato, Licenciatura o Ingeniería, Maestría, Doctorado, Diplomatura, sin estudios), situación familiar (vive solo/a, vive acompañado/a) y situación actual (activo/a, retirado/a) (Ver Anexo 5).

### *Libro de códigos para la descripción del perfil de los sujetos entrevistados.*

Para describir el perfil de los sujetos entrevistados se ha utilizado el programa SPSS con la siguiente codificación:

**Caso:** número de personas entrevistadas del 1 al 20.

**Género:** 1=Mujer, 2=Hombre.

**Edad:** 1=50-55, 2=56-60, 3=61-65, 4=66-70, 5=71 y más años.

**Estado Civil:** 1=Soltero/a, 2=Casado/a, 3=Divorciado/a, 4=Viudo/a.

**Nivel de estudios:** 1=Primaria, 2=Secundaria, 3=Bachillerato, 4=Licenciatura o Ingeniería, 5=Maestría, 6=Doctorado, 7=Diplomatura, 8=Sin estudios.

**Situación familiar:** 1=Vive solo/a, 2=Vive acompañado/a.

**Situación actual:** 1=Activo/a, 2=Retirado/a.

### *Segunda sección.*

En esta sección se analizan las aplicaciones de Internet que usan o no usan/no saben que existen, así como la frecuencia de uso de las mismas en hombres y mujeres mayores.

De esta manera, según Krippendorff (1982), se han creado las siguientes categorías: correo electrónico; transferencia de fotos, vídeos y texto; mensajería instantánea (*messenger*); chats temáticos; grupos de discusión; bajar música, películas, vídeos (*YouTube*), programas de TV y radio; redes sociales (*Facebook*, *Tuenti*, *Hi5*); telefonía IP (*Skype*, *VoIP*); pago de servicios; transferencias bancarias, revisar saldo y movimientos; compras por Internet; juegos y apuestas. Y como subcategorías: Sí o No/No sabe que existe.

De los cinco tipos de categorías propuestos por Krippendorff (1982), en esta segunda sección, se usará la de tipo físico que sirve “para ubicar la posición y duración o extensión de una unidad de análisis” (Krippendorff, 1982 en Sampieri, 2007: 339).

En este caso la categoría sería la frecuencia de uso y como subcategorías la periodicidad de la misma (diario, 3 veces a la semana, 2 veces a la semana, 1 vez a la semana, 2 veces al mes, 1 vez al mes, cada 2 meses y nunca).

Una vez recogidos los datos anteriores se propone establecer una comparación en dos niveles, como se observa en los cuadros siguientes:

### Nivel 1

MUJERES (10)	HOMBRES (10)
Diferencias y similitudes existentes al hacer uso de las aplicaciones de Internet.	Diferencias y similitudes existentes al hacer uso de las aplicaciones de Internet.

### Nivel 2

HOMBRES Y MUJERES (20)
Diferencias y similitudes existentes dependiendo del género al que pertenecen.

En esta segunda sección no se ha elaborado un libro de códigos ya que se ha utilizado el programa Excel (2007) que ha servido a su vez para el diseño de los gráficos.

### *Tercera sección.*

En esta última sección se muestran las cuatro gratificaciones de la tipología “*media-person interactions*” (McQuail, Blumler y Brown, 1972), que se corresponden con las cuatro primeras categorías, así como otros dos tópicos que han sido añadidos: acceso a otros medios y futuro.

Finalmente y según Krippendorff (1982), están las siguientes categorías de tipo asunto o tópico: diversión, relaciones personales, identidad personal, búsqueda de información, acceso a otros medios y futuro.

En esta sección se ha recurrido al *software* para análisis de datos cualitativos Atlas Ti (versión 6.1), creando dos bases de datos, una para hombres y otra para mujeres, que facilitarán la comparación entre ambos géneros en el momento del análisis.

Una vez creadas las categorías se debe señalar la unidad de contexto o “la significación exacta” (Porta, 2003:14), es decir, el contexto que rodea al tema que

interesa analizar. Estas tareas de codificación han sido de gran ayuda para organizar sistemáticamente las respuestas de los sujetos entrevistados de cara a su posterior análisis. Igual que en la sección anterior, se propone establecer una comparación en dos niveles:

### Nivel 1

HOMBRES (10)	Diversión, relaciones personales, identidad personal y búsqueda de información, acceso a otros medios y futuro.
MUJERES (10)	Diversión, relaciones personales, identidad personal y búsqueda de información, acceso a otros medios y futuro.

### Nivel 2

HOMBRES Y MUJERES (20)	Diversión, relaciones personales, identidad personal y búsqueda de información, acceso a otros medios y futuro.
------------------------	---

#### 6.4.2. Diario de campo.

#### **Corpus.**

En esta primera fase del estudio, las entrevistas tienen como complemento un corpus de diez diarios de campo (seis mujeres y cuatro hombres).

#### **Unidades de análisis.**

Los diarios de campo cuentan con una primera sección que contiene dos casillas, una para identificar al sujeto con su nombre o iniciales y otra para la edad.

La segunda sección, contiene también dos casillas, una para apuntar la fecha en la que realizan sus actividades en línea y otra para señalar el día en que realizaron dicha actividad (de 1 a 10), ya que se propone un periodo de diez días. Y como tercera y última sección, se diseñó un cuadro con tres columnas: aplicaciones de Internet, tiempo de uso y dificultades de uso. Al final del cuadro se permite hacer otros comentarios de manera libre relacionados con las actividades en línea realizadas.

### *Primera y segunda sección.*

En estas secciones no se ha realizado ningún análisis debido a que los datos son meramente identificativos: nombre y edad del sujeto, pudiéndose anotar solamente las iniciales dado el carácter anónimo del estudio; y la fecha en la que se realizaron las actividades en línea durante un periodo de diez días.

### *Tercera sección.*

En esta tercera sección se analizan las diferentes aplicaciones de Internet utilizadas, el tiempo de uso (horas y minutos) de cada una de ellas, así como las posibles dificultades derivadas de dicho uso. También se ha agregado un espacio para poder comentar posibles dificultades a las que se enfrentaron en el momento de su uso y otras cuestiones sobre las actividades realizadas en línea, ambas de respuesta abierta.

En el momento del vaciado, se observó que los mismos sujetos incluyeron como parte de sus actividades en línea: navegar por Internet (búsqueda de mapas, información, etc.), por lo que también se ha considerado como otra categoría.

Para analizar el contenido de los diarios de campo se ha utilizado la categoría de tipo físico, según Krippendorff (1982), para registrar el tiempo de uso real/regular de cada una de las aplicaciones de Internet.

Las categorías propuestas son: correo electrónico; transferencia de fotos, vídeos y texto; mensajería instantánea (*messenger*); chats temáticos; grupos de discusión; bajar música, películas, vídeos (*YouTube*), programas de TV y radio; redes sociales (*Facebook*, *Tuenti*, *Hi5*); telefonía IP (*Skype*, *VoIP*); pago de servicios; transferencias bancarias, revisar saldo y movimientos; compras por Internet; juegos y apuestas; ver TV vía Internet; escuchar radio vía Internet; leer periódico o diario vía Internet; leer blogs o bitácoras. Y la subcategoría es el tiempo de uso en horas y minutos de cada una de las actividades en línea durante un periodo de diez días (Ver Anexo 6).

Una vez hecha la transcripción de las posibles dificultades y otros comentarios, se clasificaron según el género de los sujetos para su posterior análisis.

#### 6.4.3. Cuestionario (tipo *check list*).

##### **Corpus.**

El corpus de esta segunda fase del estudio se compone de ciento cincuenta cuestionarios (tipo *check list*), 75 hombres y 75 mujeres que hacen uso de las aplicaciones de Internet. Estos sujetos forman parte del alumnado del *Aula Senior* de la Universidad de Murcia.

##### **Unidades de análisis.**

El cuestionario cuenta con tres secciones: género al que pertenecen (hombre/mujer) y edad (mayores de 50); aplicaciones de Internet que usan/no usan (diez aplicaciones); posibles razones de uso, antes de hacer uso de las aplicaciones de Internet (26 Gratificaciones Esperadas) y una vez que se ha hecho uso de las mismas (26 Gratificaciones Obtenidas).

##### **Primera sección.**

La decisión de recurrir al programa SPSS para el análisis de contenido de esta fase se debe a las características del diseño del cuestionario que cuenta con respuestas dicotómicas: Sí/No, el tamaño de la muestra seleccionada (150: 75 hombres/75 mujeres), y las cincuenta y dos posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet. Lo cual facilita el cruce de variables o categorías.

El análisis de esta primera sección sobre el perfil de los sujetos se ha realizado desde la categoría de asunto o tópico que propone Krippendorff (1982) y sus correspondientes subcategorías: género (hombre/mujer) y edad (50-55, 56-60, 61-65, 66-70, 71 y más años).

*Libro de códigos para la descripción de la muestra seleccionada.*

Para describir el perfil de los sujetos que respondieron al cuestionario se propone la siguiente codificación:

**Género:** 1=Mujer, 2=Hombre.

**Rango de edad:** 1=50-55, 2=56-60, 3=61-65, 4=66-70, 5=71 y más años.

*Segunda sección.*

Aplicaciones de Internet usadas por hombres y mujeres pre mayores y mayores que forman parte del alumnado del *Aula Senior* de la Universidad de Murcia.

Para la codificación de las unidades de análisis se propone la categoría de tipo asunto o tópico de Krippendorff (1982) y sus correspondientes subcategorías. Las categorías creadas son: correo electrónico; mensajería instantánea (*messenger*); chats temáticos y grupos de discusión; bajar música, películas, videos (*YouTube*), programas de TV y radio; redes sociales (*Facebook*, *Tuenti*, *Hi5*); telefonía IP (*Skype*, *VoIP*); pago de servicios; transferencias bancarias, revisar saldo y movimientos; compras por Internet y juegos y apuestas. Y como subcategorías: Sí/No.

Además se propone realizar la siguiente comparación en dos niveles:

#### **Nivel 1**

MUJERES (75)	Aplicaciones de Internet más usadas/menos usadas dentro de la muestra total de su grupo.
HOMBRES (75)	Aplicaciones de Internet más usadas/menos usadas dentro de la muestra total, de su grupo.

#### **Nivel 2**

HOMBRES Y MUJERES (150)	Diferencias y similitudes existentes en el uso de aplicaciones de Internet por género.
-------------------------	--

*Libro de códigos de las aplicaciones de Internet.*

**Correo electrónico:** 1=Sí, 2=No.

**Mensajería instantánea (*messenger*):** 1=Sí, 2=No.

**Chats temáticos y grupos de discusión:** 1=Sí, 2=No.

**Bajar música, películas, vídeos (*YouTube*), programas de TV y radio:** 1=Sí, 2=No.

**Redes Sociales: *Facebook*, *Tuenti*, *Hi5*:** 1=Sí, 2=No.

**Telefonía vía *Skype*, *VoIP*:** 1=Sí, 2=No.

**Pago de servicios:** 1=Sí, 2=No.

**Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos:** 1=Sí, 2=No.

**Compras por Internet:** 1=Sí, 2=No.

**Juegos y apuestas:** 1=Sí, 2=No.

**Grupo de discusión:** 1=Sí, 2=No.

*Tercera sección.*

Gratificaciones Esperadas (GE) y Gratificaciones Obtenidas (GO). Cada unidad de análisis contiene veintiséis posibles razones de uso de las aplicaciones de Internet.

Para categorizar las unidades de análisis se ha utilizado la categoría de tipo asunto o tópico que propone Krippendorff (1982) y sus correspondientes subcategorías.

Las categorías creadas son: las 26 GE y 26 GO clasificadas en seis tópicos (interacción social, información, conveniencia, ganancia personal, ocio y entretenimiento y futuro). Y las subcategorías: Sí/No. Todas comienzan con las siguientes oraciones:

- Uso las aplicaciones de Internet porque...
- El uso de las aplicaciones de Internet hace que...
- El uso de las aplicaciones de Internet...

### **Interacción social.**

GE:

- me mantienen en contacto con familia y amigos.
- me permiten concertar una cita para salir con familia y amigos.
- me permiten mandar presentaciones de *Power Point* a familiares y amigos.
- son el único medio que me ayuda a estar en contacto con otras personas.
- puedo compartir mis experiencias digitales con mis nietos(as) y/o con generaciones más jóvenes a la mía.
- quiero tener tópicos en común con mis nietos(as) y/o generaciones más jóvenes a la mía.
- es fácil para comunicarse con mucha gente al mismo tiempo.

GO:

- me sienta cerca de mis familiares y amigos.
- pueda compartir mis actividades diarias con familiares y amigos.
- me permite interactuar con generaciones más jóvenes a la mía.
- me permite interactuar con personas de diferentes países y diferentes culturas.
- evita que me sienta aislado/a.
- hace que conozca más personas afines o de mi misma edad.
- me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: en el ámbito familiar y de amistad.

### **Información.**

GE:

- me permiten estar alerta a eventos fuera de mi entorno cotidiano.
- me permiten estar actualizado/a.
- es lo de hoy.

GO:

- me permite acceder a la información rápidamente.
- me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: de información general sobre lo que pasa en el mundo.
- me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: en el hogar.
- me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: salud.
- me permiten hacer búsquedas de mapas, calles, eventos e información de manera instantánea.
- me sienta actualizado/a.

### **Conveniencia.**

GE:

- me permiten mandar documentos, fotos, enlaces, etc.
- es más barato para hablar, escribir, mandar y recibir información, etc. que con otros medios.
- es fácil para realizar las actividades de la vida diaria.
- me permiten hacer varias y diferentes actividades en línea al mismo tiempo.

GO:

- tenga la opción de realizar varias cosas a la vez como mandar textos, fotos, enlaces, información, etc.
- hace que enriquezca mis posibilidades para acceder a otros medios de manera económica.
- me permite estar en contacto con familiares y amigos que viven lejos porque es más barato.
- me permite realizar tareas cotidianas como realizar compras, consulta de movimientos bancarios, de pago de servicios, etc.

**Ganancia personal.**

GE:

- me mantienen alerta.
- quiero ejercitar la mente y la memoria.
- necesito practicar y no olvidar cómo se usan.
- porque me permiten desarrollar otras habilidades como manejar mejor el ratón (ej. al hacer uso del correo electrónico).
- son algo nuevo en nuestras vidas.
- han impactado mi vida de manera importante y positiva.
- me permiten tener más concentración cuando escribo.

GO:

- mi mente se agilice (ej. al hacer uso del correo electrónico).
- me concentre en actividades que requieren de más precisión.
- ejercite la memoria.
- me motiva a estar en constante aprendizaje de las tecnologías.
- me hace sentir que son parte de mi vida/ de mis actividades/ de mi tiempo libre.

**Ocio y diversión (entretenimiento).**

GE:

- me divierto.

GO:

- me permite organizar las actividades de ocio y entretenimiento de manera precisa.

**Futuro.**

GE:

- quiero aprender otras nuevas cuando estén disponibles vía Internet.
- es muy importante para mí hacer frente al cambio tecnológico.
- quiero desarrollar más habilidades digitales para el futuro.
- quiero pertenecer a la Sociedad de la Información.

GO:

- me permite estar preparado para futuras novedades tecnológicas.
- sienta que pertenezco a la Sociedad de la Información.
- me permite practicar y ser constante para desarrollar nuevas habilidades digitales.

Para el análisis se han realizado tablas cruzadas por tópico, gratificación esperada/obtenida y género al que pertenece el sujeto. Los resultados han sido interpretados en términos descriptivo-cualitativos y no se ha llevado a cabo ninguna prueba estadística. Este análisis se ha hecho en dos niveles para averiguar las diferencias y similitudes existentes entre mujeres y hombres mayores de la siguiente manera:

#### Nivel 1

MUJERES (75)	GE y GO por tópico.
HOMBRES (75)	GE y GO por tópico.

#### Nivel 2

HOMBRES Y MUJERES (150)	Diferencias y similitudes existentes en las GE y GO por tópico.
-------------------------	---

*Libro de códigos de las GE y GO.*

#### Gratificaciones Esperadas (GE)

1. me mantienen en contacto con familia y amigos.

1=Sí

2=No

2. me permiten concertar una cita para salir con familia y amigos.

1=Sí

2=No

3. me permiten mandar presentaciones de *Power Point* a familiares y amigos.

1=Sí

2=No

4. me permiten mandar documentos, fotos, enlaces, etc.  
1=Sí  
2=No
5. son el único medio que me ayuda a estar en contacto con otras personas.  
1=Sí  
2=No
6. puedo compartir mis experiencias digitales con mis nietos(as) y/o con generaciones más jóvenes que la mía.  
1=Sí  
2=No
7. quiero pertenecer a la Sociedad de la Información.  
1=Sí  
2=No
8. porque me permiten desarrollar otras habilidades como manejar mejor el ratón (ej. al hacer uso del correo electrónico).  
1=Sí  
2=No
9. me permiten tener más concentración cuando escribo.  
1=Sí  
2=No
10. me permiten estar alerta a eventos fuera de mi entorno cotidiano.  
1=Sí  
2=No
11. es fácil comunicarse con mucha gente al mismo tiempo.  
1=Sí  
2=No
12. me divierto.  
1=Sí  
2=No
13. me permiten estar actualizado/a.  
1=Sí  
2=No
14. me permiten hacer varias y diferentes actividades en línea al mismo tiempo.  
1=Sí  
2=No

15. quiero ejercitar la mente y la memoria.

1=Sí

2=No

16. quiero desarrollar más habilidades digitales para el futuro.

1=Sí

2=No

17. quiero tener tópicos en común con mis nietos(as) y/o generaciones más jóvenes que la mía.

1=Sí

2=No

18. necesito practicar y no olvidar cómo se usan.

1=Sí

2=No

19. quiero aprender otras nuevas cuando estén disponibles vía Internet.

1=Sí

2=No

20. es muy importante para mí hacer frente al cambio tecnológico.

1=Sí

2=No

21. han impactado mi vida de manera importante y positiva.

1=Sí

2=No

22. son algo nuevo en nuestras vidas.

1=Sí

2=No

23. es lo de hoy.

1=Sí

2=No

24. es más barato hablar, escribir, mandar y recibir información, etc. que con otros medios.

1=Sí

2=No

25. me mantienen alerta.

1=Sí

2=No

26. es fácil realizar las actividades de la vida diaria.

1=Sí

2=No

### **Gratificaciones Obtenidas (GO)**

1. me sienta cerca de mis familiares y amigos.

1=Sí

2=No

2. sienta que pertenezco a la Sociedad de la Información.

1=Sí

2=No

3. mi mente se agilice (ej. al hacer uso del correo electrónico).

1=Sí

2=No

4. me concentre en actividades que requieren de más precisión.

1=Sí

2=No

5. ejercite la memoria.

1=Sí

2=No

6. me sienta actualizado/a.

1=Sí

2=No

7. pueda compartir mis actividades diarias con familiares y amigos.

1=Sí

2=No

8. tenga la opción de realizar varias cosas a la vez como mandar textos, fotos, enlaces, información...

1=Sí

2=No

9. me permite interactuar con generaciones más jóvenes que la mía.

1=Sí

2=No

10. me permite interactuar con personas de diferentes países y culturas.

1=Sí

2=No

11. me permite estar en contacto con familiares y amigos que viven lejos porque es más barato.

1=Sí

2=No

12. me permite acceder a la información rápidamente.

1=Sí

2=No

13. me hace sentir que éstas son parte de mi vida/ de mis actividades/ de mi tiempo libre.

1=Sí

2=No

14. me permite organizar las actividades de ocio y entretenimiento de manera precisa.

1=Sí

2=No

15. me permite hacer búsquedas de mapas, calles, eventos e información de manera instantánea.

1=Sí

2=No

16. evita que me sienta aislado/a.

1=Sí

2=No

17. me permite realizar tareas cotidianas como compras, consulta de movimientos bancarios, pago de servicios, etc.

1=Sí

2=No

18. me permite estar preparado para futuras novedades tecnológicas.

1=Sí

2=No

19 hace que conozca más personas afines o de mi misma edad.

1=Sí.

2=No

20. me permite practicar y ser constante para desarrollar nuevas habilidades digitales.

1=Sí

2=No

21. hace que enriquezca mis posibilidades para acceder a otros medios de manera económica.

1=Sí

2=No

22. me motiva a estar en constante aprendizaje de las tecnologías.

1=Sí

2=No

23. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: salud.

1=Sí

2=No

24. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: información general.

1=Sí

2=No

25. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: hogar.

1=Sí

2=No

26. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: ámbito familiar y de amistad.

1=Sí

2=No

#### 6.4.4. Grupo de discusión.

##### **Corpus.**

El corpus de esta última fase es la grabación de la discusión grupal en audio de las diferentes intervenciones de los seis participantes (cuatro hombres y dos mujeres mayores).

##### **Unidades de análisis.**

Las unidades de análisis son las cuatro fuentes de información que propone Bandura (1977) y otra más que se ha incluido: futuro.

Para categorizar dichas unidades se ha utilizado la categoría de tipo asunto o tópico que propone Krippendorff (1982). Por tanto, las categorías creadas son: actuación frente a logros obtenidos, experiencia indirecta, persuasión verbal, fuentes emocionales y futuro.

Una vez creadas las categorías se ha señalado la unidad de contexto o “la significación exacta” (Porta, 2003:14), es decir, el contexto que rodea al tema que nos interesa analizar. Para ello se ha recurrido al programa Atlas Ti (versión 6.1) que permite analizar las respuestas sin sacarlas de su contexto original.

Además se ha propuesto establecer una comparación en dos niveles de la siguiente manera:

### Nivel 1

2 MUJERES	Actuación frente a logros obtenidos, experiencia indirecta, persuasión verbal, fuentes emocionales y futuro.
4 HOMBRES	Actuación frente a logros obtenidos, experiencia indirecta, persuasión verbal, fuentes emocionales y futuro.

### Nivel 2

6 PARTICIPANTES (4 HOMBRES Y 2 MUJERES)	Actuación frente a logros obtenidos, experiencia indirecta, persuasión verbal, fuentes emocionales y futuro.
--	--

## 6.5. Selección de la muestra.

La selección de la muestra de las tres técnicas de recolección de datos: entrevista semi-estructurada, cuestionario (tipo *check list*) y grupo focal, se ha realizado a través del método de muestreo no probabilístico intencional. Es decir, la muestra no es aleatoria ni probabilística y se basa en las características que busca el investigador. (Sampieri, 2007: 263).

Estos sujetos seleccionados intencionalmente son elegidos por la investigadora como fuente de información y “no pueden generalizarse más allá de los individuos que componen la muestra” (Alaminos y Castejón, 2006: 46).

En todas las fases de este estudio se ha aplicado la perspectiva de género con la finalidad de establecer una comparación que nos ayude a distinguir las diferencias y similitudes existentes entre los hombres y mujeres mayores que hacen uso de

las aplicaciones de Internet. En las tres fases se seleccionó a un mismo número de hombres que de mujeres, sin embargo en el grupo focal esto no fue posible y sólo asistieron seis personas, dos mujeres y cuatro hombres.

#### 6.5.1. *Entrevista semi-estructurada.*

Para realizar las entrevistas se ha recurrido a diferentes técnicas como el “boca a boca” o el “*snow ball*” para establecer los primeros contactos. La estrategia ha sido comenzar por las generaciones más jóvenes, quienes han ayudado a encontrar a personas mayores con el perfil que necesitábamos. Más tarde, estas personas mayores sugirieron otros posibles candidatos. Todos ellos colaboraron de manera totalmente desinteresada (Ver Anexo 1).

Se ha decidido aplicar veinte entrevistas semi-estructuradas en profundidad a un mismo número de hombres (diez) que de mujeres (diez) teniendo en cuenta si viven solos/as o acompañados/as con el propósito de lograr una comparación fiable por género y condición de los sujetos.

Dicha muestra ha sido seleccionada según los siguientes criterios:

1. Ser mayor de 50 años (pre-mayores y mayores) y tener conocimientos previos sobre el uso de las aplicaciones de Internet.
2. Tener un ordenador en casa o poder acceder a uno de manera fácil y frecuente.
3. Vivir en la zona metropolitana de Barcelona, sin importar la nacionalidad.

#### 6.5.2. *Cuestionario (tipo check list).*

Como estrategia para llevar a cabo esta fase del estudio se ha establecido contacto con la directora del programa académico *Aula Senior* de la Universidad

de Murcia<sup>16</sup>, dirigido a personas mayores de 50 años que quieren completar su formación, comenzar a estudiar, regresar a las aulas como estudiantes o buscan simplemente actividades de ocio. Algunos de los objetivos de este programa son: “Contribuir al proceso de adaptación continua del adulto a los cambios acelerados, que caracterizan nuestra época” y “Proporcionar al alumnado una formación universitaria que facilite el conocimiento, los procedimientos y la metodología necesarios para el correcto desarrollo de un aprendizaje autónomo”<sup>17</sup>.

El mismo programa ofrece una serie de conferencias relacionadas con el tema: "Hábitos para un envejecimiento saludable" con motivo del Año Europeo del envejecimiento activo y la solidaridad intergeneracional. También se ofertan talleres como: “Aprendizaje activo y mejora de la memoria”, “Introducción a la Informática” y “Acceso a Internet”, entre otros.

Se ha decidido recurrir a un *Aula Senior* porque las personas mayores quieren mantenerse activas y se interesan por seguir desarrollando sus facultades intelectuales frente a procesos de aprendizaje. Además, así se ha podido contar con un mayor número de personas concentradas en un mismo espacio.

La muestra seleccionada está compuesta por un mismo número de hombres que de mujeres mayores (75/75) que hacen uso de las aplicaciones de Internet. Esta muestra no probabilística intencional ha sido seleccionada teniendo en cuenta los siguientes criterios:

1. Ser mayor de 50 años (pre-mayores y mayores) y tener conocimientos previos sobre el uso de las aplicaciones de Internet.
2. Tener un ordenador en casa o poder acceder a uno de manera fácil y frecuente.
3. Vivir en la zona metropolitana de Murcia, sin importar la nacionalidad.

---

<sup>16</sup> La Dra. Asunción Hidalgo está actualmente a cargo de este programa que surge en el ciclo escolar 1997-1998 en la Universidad de Murcia como una propuesta de la Asociación Estatal de Programas Universitarios para Mayores (AEPUM).

<sup>17</sup> Universidad de Murcia: *Aula Senior*. Tomado de: <http://www.um.es/aulasenor/presentacion.php>. [Fecha: 20 de febrero del 2012.]

### 6.5.3. Grupo de discusión.

En esta tercera y última etapa del estudio se ha recurrido a la técnica de grupo de discusión buscando la homogeneidad (Gil Flores, 2009: 203).

En primer lugar y como estrategia, se ha establecido contacto con una mujer mayor que usa las tecnologías y, gracias a la técnica del “boca a boca”, ésta ha invitado a otras personas que conocía y que también reunían los requisitos para participar (ocho personas como máximo). La finalidad de esta discusión ha sido propiciar un acercamiento a estas personas para descubrir sus posibles miedos, frustraciones, logros y motivaciones al hacer uso de la tecnología.

## 6.6. Trabajo de campo.

### 6.6.1. Entrevista semi-estructurada.

La recogida de datos de esta fase ha durado cuatro meses y se ha efectuado en dos periodos de dos meses cada uno: marzo-abril y septiembre-octubre de 2011. La entrevista tiene una duración aproximada de 20 a 35 minutos. Como herramienta de investigación, se ha usado una grabadora *Olympus VN-5500PC* que permitió almacenar las entrevistas y transportarlas al ordenador para su posterior transcripción y análisis por tópico.

Las entrevistas se han realizado en el domicilio de los sujetos entrevistados, solos/as o acompañados/as, procurando que no hubiera interrupciones ni distractores para la persona entrevistada; o en lugares públicos, teniendo en cuenta las desventajas que pueden existir, como los distractores sonoros o de imagen, si éste no es un lugar conocido por el sujeto entrevistado, pues es tarea de la entrevistadora/investigadora decidir si el lugar es el adecuado para llevar a cabo o no la entrevista.

Antes de comenzar la entrevista se les explicó que ésta sería grabada y que al finalizar la misma, se les daría un diario de campo en papel o en formato electrónico para registrar sus actividades en línea durante un periodo de diez días, contando fines de semana y se les pidió la regresaran una vez cumplimentada. Todos estuvieron de acuerdo en que la entrevista fuera grabada y debido a la atmósfera de familiaridad que se creó hubo incluso momentos en los que se olvidó este hecho.

Para llevar a cabo esta primera fase del estudio, se han analizado las respuestas de hombres y mujeres mayores que pretenden revelar las cuatro gratificaciones del modelo “*media-person interactions*” (Diversión, Relaciones personales, Identidad personal y Búsqueda de información) propuestas por McQuail, Blumler y Brown (1972) y dos tópicos más diseñados para averiguar si **acceden a otros medios** de comunicación a través de Internet y las expectativas que tienen de cara al **futuro** sobre el uso de esta tecnología.

Una vez culminada la entrevista, se les ha explicado cómo registrar sus actividades en línea en los diarios de campo (Ver anexo 2) durante un periodo de diez días. Las indicaciones a tener en cuenta son:

- Anotar la fecha en la que hacen uso de las aplicaciones de Internet.
- Leer el listado de aplicaciones de Internet.
- Apuntar el tiempo de uso de cada una de las aplicaciones por día.
- Explicar si han encontrado alguna dificultad para acceder a cada una de las aplicaciones (idioma, uso del ratón, tamaño de la letra) u otras cuestiones más técnicas como el propio uso de determinadas aplicaciones.
- Comentar al final de cada día otros aspectos que consideren importantes.

#### 6.6.2. Cuestionario (tipo check list).

La recogida de datos de esta fase ha durado aproximadamente dos meses, desde el 15 de enero hasta el 8 de marzo de 2012.

El cuestionario contiene los seis tópicos interpretables: Interacción social, Información, Conveniencia, Ganancia personal, Ocio y entretenimiento y Futuro. (Ver Anexo 3).

Para aplicar los cuestionarios, la investigadora se trasladó a los diferentes edificios de la Universidad de Murcia donde toman clase los alumnos del *Aula Senior*. Una vez allí, antes de comenzar la clase, se les pedían de diez a quince minutos de su tiempo para contestar a las diferentes afirmaciones.

### 6.6.3. Grupo de discusión.

La recogida de datos de esta última fase se ha realizado el 3 de abril de 2012 con una duración aproximada de dos horas (de 17 a 19h).

La sesión se ha llevado a cabo en un espacio cedido por la Biblioteca Regional de Murcia (BRMU) mediante cita previa solicitada al responsable de la misma<sup>18</sup>.

El espacio está dotado con mesas de trabajo grandes y sillas con y sin pala. Para realizar la discusión hemos utilizado una mesa y varias sillas sin pala acomodadas alrededor de la misma. Todos los datos recogidos en esta fase se han utilizado con fines académicos y se han tratado de forma anónima, asignando un número a cada persona. Todos los participantes han estado de acuerdo en la grabación de la misma y, como en las fases anteriores, han colaborado de manera desinteresada.

Una vez en el lugar convenido, el grupo quedó integrado por seis personas, cuatro hombres (54, 55, 64 y 68 años) y dos mujeres (56 y 60 años).

Muchas veces las personas se avergüenzan al tratar determinados temas cuando sienten que cuentan con pocas habilidades digitales, sin embargo, como ya hemos mencionado, todos los participantes del grupo de discusión se conocían con anterioridad, lo que ha contribuido a crear un clima de mayor confianza.

---

<sup>18</sup> Pedro Quílez Simón, responsable de Actividades Culturales de la Biblioteca Regional de Murcia.

Otras figuras a destacar han sido el moderador, que tiene como función formular las preguntas, dar los turnos de palabra e invitar a todos a participar activamente en la discusión evitando que una sola persona monopolice la conversación. Y el relator, encargado de tomar nota de aspectos importantes como gestos, pausas largas, comunicación no verbal, etc., además de gestionar el tiempo de las intervenciones procurando que se cumplan los periodos previamente establecidos.

En el rol del moderador está la investigadora y en el de relator María Dolores Piqueras Hernández, quien se ofreció de manera voluntaria y desinteresada. Con ella, se establecieron cuatro sesiones de dos horas cada una aproximadamente para hablar sobre la técnica, el rol que tomaría cada una, la coordinación de las tareas, así como la preparación de la discusión. Como resultado la actividad se ha desarrollado sin contratiempos, de manera ordenada y coordinada.

Para el grupo de discusión se ha recurrido a la Teoría de Auto-Eficacia (*Self-Efficacy Theory*) de Albert Bandura (1977) de la que se desprende la Teoría de las Expectativas de Eficacia como modelo operacional para identificar las frustraciones, miedos, logros y motivaciones en relación con el uso de las aplicaciones de Internet, es decir, la conducta que se obtiene como respuesta al éxito o fracaso en el uso de las TIC (Ver Anexo 4).

Una vez terminada la actividad, tanto el moderador como el relator se reunieron para comentar lo sucedido y así enriquecer más la sesión, elaborando un resumen con los puntos más importantes para obtener una conclusión fiable del grupo.

Como herramienta de investigación, se ha utilizado una grabadora *Olympus VN-5500PC* que ha permitido almacenar la discusión y transferirla al ordenador para su posterior análisis por tópicos.

## 7. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.

### 7.1. Entrevista semi-estructurada.

Las entrevistas y el diario de campo se realizaron en Barcelona, en dos periodos: marzo-abril/septiembre-octubre de 2011 a hombres y mujeres mayores que hacen uso de las aplicaciones de Internet. Según los datos recabados durante las entrevistas se presentan las siguientes tablas cruzadas que describen mejor la muestra no probabilística intencional seleccionada. Los datos que a continuación se muestran corresponden al cruce de la variable Género, con las variables edad, estado civil, estudios terminados, situación familiar y situación actual para conocer descriptivamente a los sujetos entrevistados a través del programa SPSS (15.0 para Windows).

Como anteriormente se menciona, el uso de números, porcentajes, frecuencias, tablas, etc., son meramente utilitarios con el fin de describir la muestra seleccionada y no corresponden a un estudio de tipo cuantitativo debido a que los datos recolectados durante el trabajo de campo no han sido sometidos a ninguna prueba estadística para su posterior análisis.

#### 7.1.1. Descripción y características de la muestra.

De este cruce se puede observar los siguientes resultados:

La muestra se divide en 10 hombres y 10 mujeres pre-mayores y mayores (n=20) (50/50).

**Tabla 8.**  
**Frecuencia por género.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Mujer	10	50.0	50.0
	Hombre	10	50.0	50.0
	Total	20	100.0	100.0

Tabla de elaboración propia con ayuda del programa SPSS con base en los resultados obtenidos del trabajo de campo: Entrevistas.

Con edades clasificadas por quinquenios de 50 a 55, 56 a 60, 61 a 65, 66 a 70 y 71 y más años de edad con la siguiente distribución.

**Tabla 9.**  
**Género y rango de edad.**

		Rango de Edad					Total	
		50 a 55	56 a 60	61 a 65	66 a 70	71 y más años		
Género	Mujer	Recuento	1	1	3	2	3	10
		% del total	5.0%	5.0%	15.0%	10.0%	15.0%	50.0%
	Hombre	Recuento	1	1	4	1	3	10
		% del total	5.0%	5.0%	20.0%	5.0%	15.0%	50.0%
Total	Recuento	2	2	7	3	6	20	
	% del total	10.0%	10.0%	35.0%	15.0%	30.0%	100.0%	

Tabla de elaboración propia con ayuda del programa SPSS con base en los resultados obtenidos del trabajo de campo: Entrevistas.

Predominando el grupo de edad que va de los 61 a 65 años con 7 casos (35%), seguido del grupo de edad que va de 71 y más años con 6 casos (30%) de la muestra total. En cuanto al grupo de edad que va de 66 a 70 años, sólo se tienen 3 casos (15%). Las dos categorías restantes de 50 a 55 años (2 casos) y de 56 a 60 años (2 casos), cuentan con un 10% de la muestra en cada categoría, respectivamente.

**Tabla 10.**  
**Género y estado civil.**

		Estado Civil				Total	
		Soltero/a	Casado/a	Divorciado/a	Viudo/a		
Género	Mujer	Recuento	1	7	1	1	10
		% del total	5.0%	35.0%	5.0%	5.0%	50.0%
	Hombre	Recuento	1	7	2	0	10
		% del total	5.0%	35.0%	10.0%	.0%	50.0%
Total	Recuento	2	14	3	1	20	
	% del total	10.0%	70.0%	15.0%	5.0%	100.0%	

Tabla de elaboración propia con ayuda del programa SPSS con base en los resultados obtenidos del trabajo de campo: Entrevistas.

De los cuáles, hay un mismo número de hombres y de mujeres (7 casos de cada género) que están casados/as, lo que representa un 70% de la muestra total. Un mismo número de hombres (1 caso) y mujeres (1 caso) que están solteros/as que corresponde a un 10% de la muestra total. Además de tener más hombres (2 casos) que mujeres divorciadas (1 caso) con un 15% de los casos de la muestra total. Y un único caso de una mujer viuda correspondiente a un 5% de la muestra total.

**Tabla 11.**  
**Género y estudios terminados.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
Estudios terminados	Primaria	Recuento	1	1	2
		% del total	5.0%	5.0%	10.0%
	Secundaria ESO	Recuento	3	0	3
		% del total	15.0%	.0%	15.0%
	Bachiller	Recuento	1	1	2
		% del total	5.0%	5.0%	10.0%
	Diplomatura	Recuento	1	1	2
		% del total	5.0%	5.0%	10.0%
	Licenciatura o Ingeniería	Recuento	3	4	7
		% del total	15.0%	20.0%	35.0%
	Maestría	Recuento	1	0	1
		% del total	5.0%	.0%	5.0%
	Doctorado	Recuento	0	2	2
		% del total	.0%	10.0%	10.0%
	Sin estudios	Recuento	0	1	1
		% del total	.0%	5.0%	5.0%
Total	Recuento	10	10	20	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Tabla de elaboración propia con ayuda del programa SPSS con base en los resultados obtenidos del trabajo de campo: Entrevistas.

En cuanto a los estudios terminados, se observa que un hombre y una mujer concluyeron la instrucción primaria (10% de la muestra total), otras tres mujeres terminaron la instrucción secundaria (15% de la muestra total) y sólo un hombre y una mujer terminaron el bachiller (10% de la muestra total) en similitud con el siguiente grado escolar: diplomatura con un caso de una mujer y un hombre (10% de la muestra total). Así como 3 mujeres y 4 hombres que concluyeron la Licenciatura (35% de la muestra total). En comparación con una sola mujer que concluyó los estudios de maestría (5% de la muestra total). Se observa que en el caso de los hombres (2 casos) concluyeron el grado de Doctorado (10% de la muestra total) y 1 sólo caso de un hombre (5% de la muestra total) no cuenta con estudios.

**Tabla 12.**  
**Género y situación familiar.**

			Situación familiar		Total
			Vive solo/a	Vive acompañado/a	
Género	Mujer	Recuento	3	7	10
		% del total	15.0%	35.0%	50.0%
	Hombre	Recuento	3	7	10
		% del total	15.0%	35.0%	50.0%
Total		Recuento	6	14	20
		% del total	30.0%	70.0%	100.0%

Tabla de elaboración propia con ayuda del programa SPSS con base en los resultados obtenidos del trabajo de campo: Entrevistas.

En cuanto a la situación familiar, un mismo número de hombres (3 casos) que de mujeres (3 casos) viven solos/as, lo que corresponde a un 30% de la muestra total. Mientras que el 70% de la muestra restante, también corresponde a un mismo número de hombres (7 casos) que de mujeres (7 casos) que viven acompañados/as.

**Tabla 13.**  
**Género y situación actual.**

			Situación actual		Total
			Activo/a	Retirado/a	
Género	Mujer	Recuento	2	8	10
		% del total	10.0%	40.0%	50.0%
	Hombre	Recuento	4	6	10
		% del total	20.0%	30.0%	50.0%
Total		Recuento	6	14	20
		% del total	30.0%	70.0%	100.0%

Tabla de elaboración propia con ayuda del programa SPSS con base en los resultados obtenidos del trabajo de campo: Entrevistas.

En la ocupación actual, se observa que 2 mujeres (10%) y 4 hombres (20%) siguen activos/as, en comparación con las 8 mujeres (40%) y 6 hombres (30%) que se encuentran retirados actualmente.

#### 7.1.2. Aplicaciones más usadas por hombres y mujeres mayores.

Antes de comenzar las entrevistas se preguntó a cada uno de los sujetos cuáles eran las aplicaciones que usaban y las que no usaban o desconocían, además de la frecuencia de uso de cada una de ellas. Haciendo referencia a las aplicaciones con formas comunicativas tanto sincrónicas, que se caracterizan por su temporalidad simultánea; como asincrónicas, que se “caracterizan generalmente por la necesidad del receptor [usuario] de buscar una ubicación en concreto para acceder a la información...” (Morris y Ogan, 2002: 138) así como al tipo de comunicación que se establece y que puede ser de uno- a- uno, de uno-a- pocos, de uno-a- muchos, de muchos-a-uno. (Morris y Ogan, 2002).

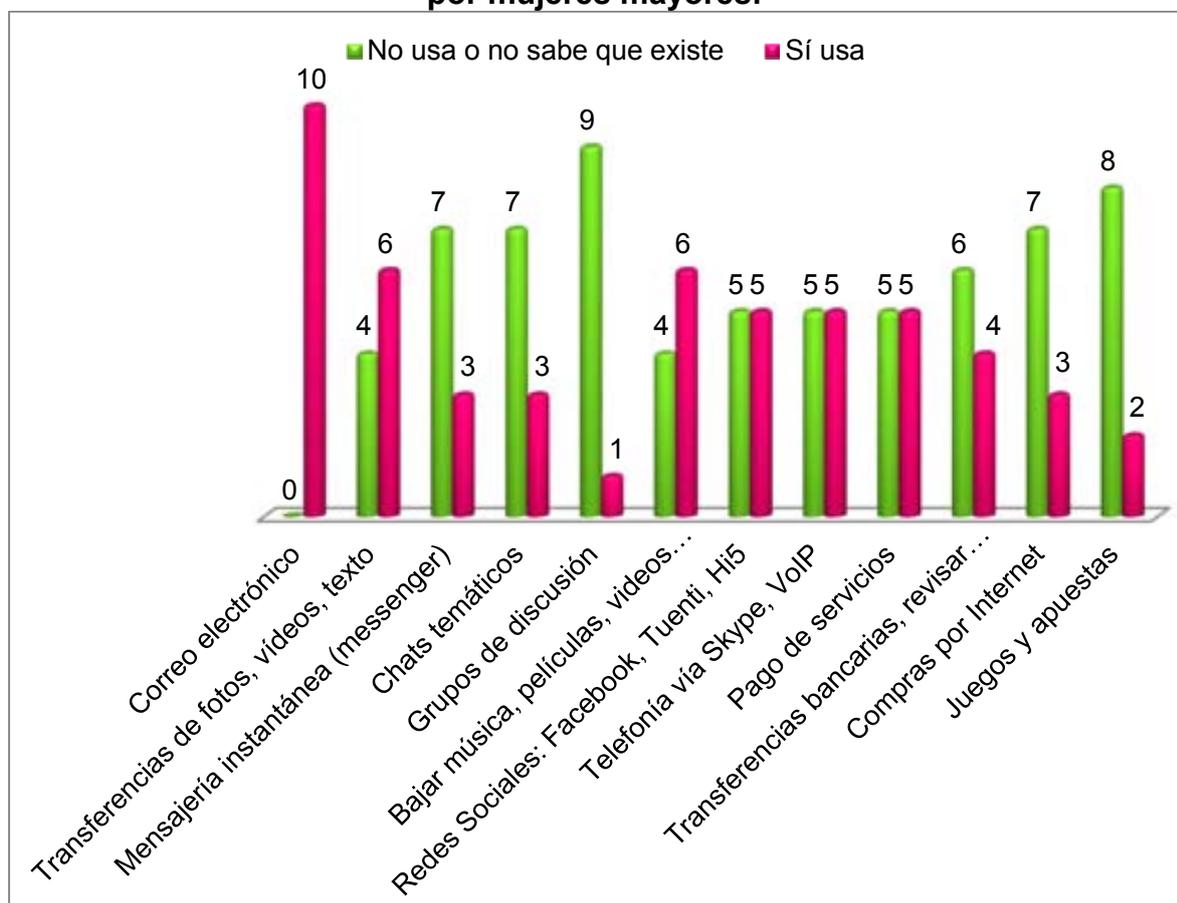
Para hacer el análisis y gráficos de los resultados se usó el programa SPSS (15.0 para Windows) y Excel 2007. Las doce aplicaciones que se consideran para esta sección son: *Correo electrónico, mensajería instantánea (messenger), chats temáticos, grupos de discusión en línea, bajar música, películas, vídeos (tipo YouTube), programas de TV y radio, redes sociales, telefonía vía Skype/VoIP,*

*pago de servicios, transferencias bancarias, revisar saldos y movimientos en línea, compras por Internet, juegos y apuestas.*

A continuación se muestran diferentes gráficos con los resultados obtenidos.

Los siguientes datos sirven para complementar las actividades registradas en el diario de campo, debido a que no todas las personas regresaron este instrumento donde señalan sus actividades en línea durante 10 días.

**Gráfico 1.**  
**Aplicaciones de Internet usadas/ no usadas o desconocidas por mujeres mayores.**

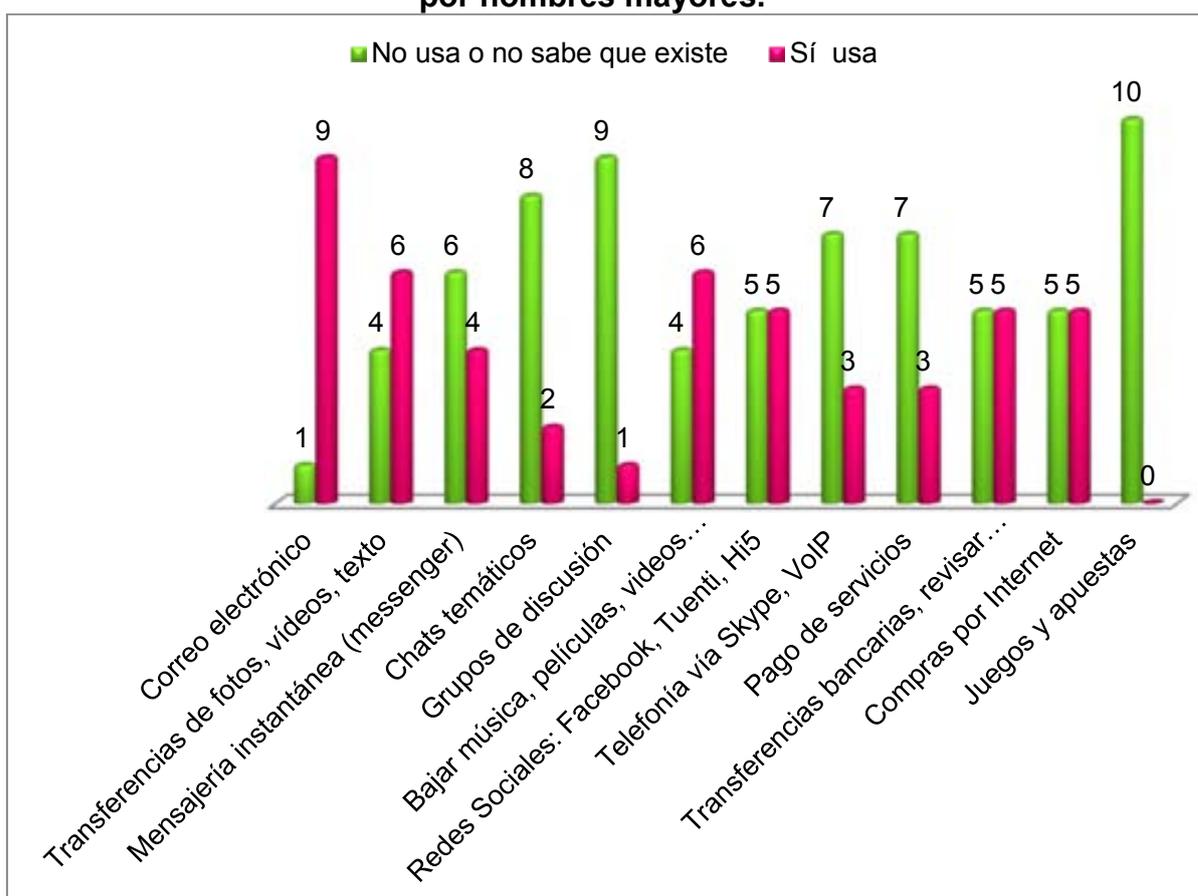


Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

Como se puede observar en el gráfico anterior, la aplicación más usada por las mujeres mayores es el correo electrónico (10 casos), seguida de la transferencia de fotos, videos y texto (6 casos), así como las aplicaciones para bajar música, películas o videos tipo *YouTube*, programas de TV, etc. (6 casos). Mientras que

las que menos usan, no usan o desconocen son, los grupos de discusión (9 casos), juegos y apuestas (8 casos) y en menor medida las compras por Internet (7 casos), chats temáticos (7 casos) y mensajería instantánea (7 casos).

**Gráfico 2.**  
**Aplicaciones de Internet usadas/no usadas o desconocidas por hombres mayores.**

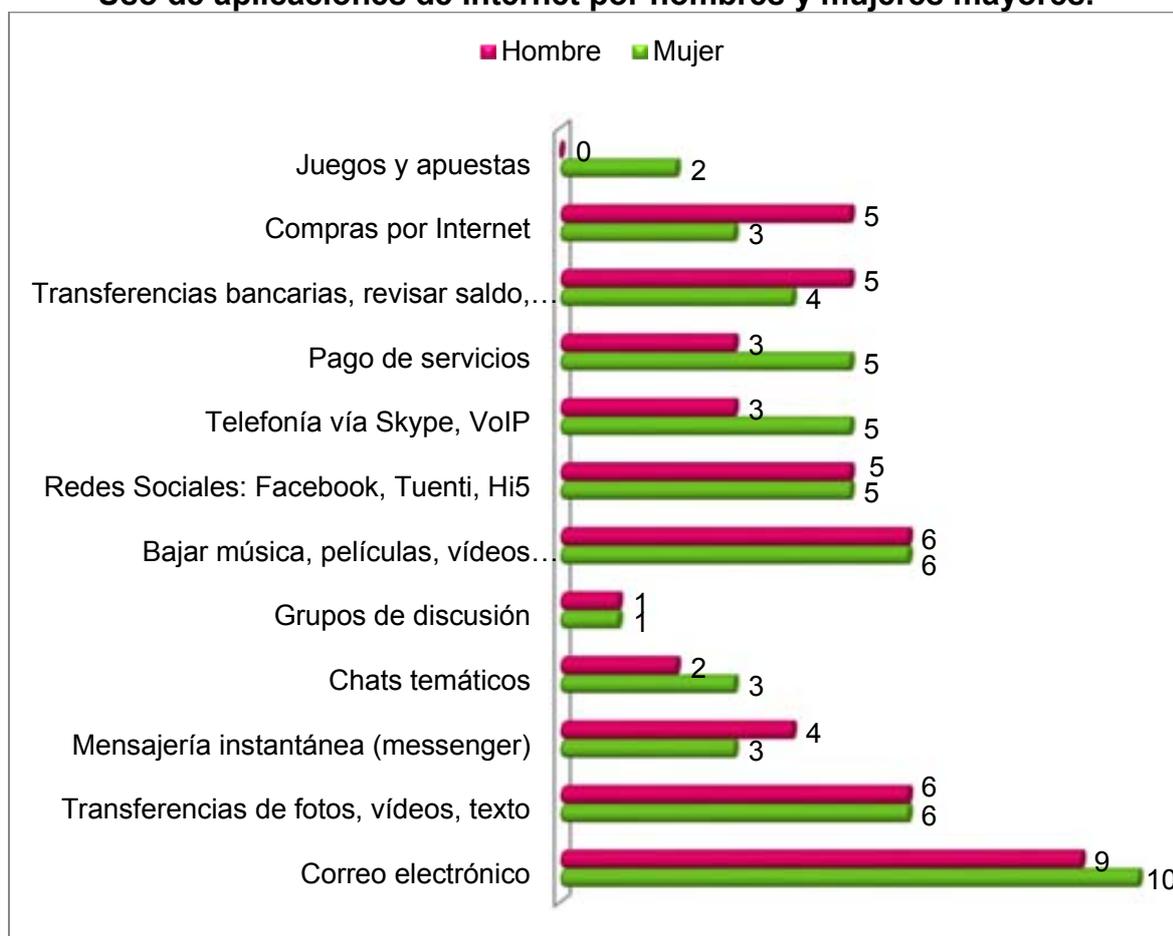


Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevista.

En el caso de los hombres mayores, como se aprecia en el gráfico anterior, la aplicación más usada por ellos es el correo electrónico (9 casos). En un mismo número de casos (6 en cada aplicación) encontramos las transferencias de fotos, videos y texto y las aplicaciones para bajar música, videos, películas, programas de TV. Las aplicaciones que usan en menor medida, no usan o desconocen son las de juegos y apuestas (10 casos), grupos de discusión (9 casos) y chats temáticos (8 casos), seguidas de pagos de servicios (7 casos) y la telefonía vía Skype o VoIP (7 casos).

A continuación, se establece una comparación entre hombres y mujeres centrada únicamente en las aplicaciones que usan y dejando fuera las que no usan o desconocen.

**Gráfico 3.**  
**Uso de aplicaciones de Internet por hombres y mujeres mayores.**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevista.

Como se puede apreciar en el gráfico anterior la aplicación más usada por mujeres y hombres es el correo electrónico (10 y 9 casos respectivamente). También existe una similitud en el uso de las aplicaciones para realizar transferencia de fotos, vídeos, texto y las que son para bajar música, películas, vídeos (tipo *YouTube*) en hombres (6 casos) y mujeres (6 casos). También se puede observar que tanto hombres como mujeres (5 casos por género) usan las Redes sociales por igual. Por el contrario, los hombres realizan más compras por Internet (5 casos) que las mujeres (3 casos).

La aplicación para realizar pagos de servicios y *Skype*, son más usadas por mujeres (5 casos) que hombres (3 casos). También se observa que ningún hombre hace uso de las aplicaciones de juegos y apuestas, mientras que las mujeres sí hacen uso de ellas (2 casos).

Se puede decir que existe una similitud entre hombres y mujeres mayores que buscan estar en contacto con familiares, amigos y otras personas, sobre todo a través del correo electrónico que es la aplicación más popular dentro de esta generación. Tanto hombres como mujeres mayores hacen uso de las Redes Sociales, esto les ayuda a desarrollar numerosas habilidades digitales que les van a servir para el uso de nuevas aplicaciones. Además, hombres y mujeres mayores están interesados en realizar operaciones a través de Internet que normalmente se hacían cara a cara como comprar y realizar pagos de servicios. Otra similitud es que hombres y mujeres mayores se sienten más atraídos por las aplicaciones dirigidas al ocio y entretenimiento, como bajar música, películas, vídeos, hacer transferencias de fotos, texto y vídeos, que por las aplicaciones para participar en grupos de discusión y chats temáticos.

Hombres y mujeres mayores se han enfrentado al cambio tecnológico de diferente manera. Ambos han ido adoptando las aplicaciones de Internet a su vida cotidiana para comunicarse con otras personas fundamentalmente a través del correo electrónico y poco a poco han transformado el tiempo de ocio y entretenimiento en ocio y entretenimiento digital. También se han visto beneficiados al aprender a hacer uso de aplicaciones para realización de pagos de servicios, banca electrónica y compras por Internet. Sin embargo, por el uso que hacen de las mismas, se entiende que las mujeres mayores están más interesadas en aprender y desarrollar habilidades digitales que los hombres.

### *7.1.3. Frecuencia de uso de las aplicaciones de Internet en hombres y mujeres mayores.*

Una vez que se indagado sobre cuáles son las aplicaciones que usan, se quiere averiguar cuál es la frecuencia de uso de cada una de ellas, según los datos aportados por nuestros sujetos de estudio.

Para registrar el uso y frecuencia de dichas aplicaciones, se ha diseñado una tabla. Una vez hecho el vaciado de las respuestas se han tenido en cuenta las siguientes frecuencias de uso: diario, 3 veces a la semana, 2 veces a la semana, 1 vez a la semana, 2 veces al mes, 1 vez al mes, cada 2 meses y nunca para poder graficar los resultados. Para el análisis y gráficos de estos resultados, también se ha recurrido al programa SPSS (15.0 para Windows).

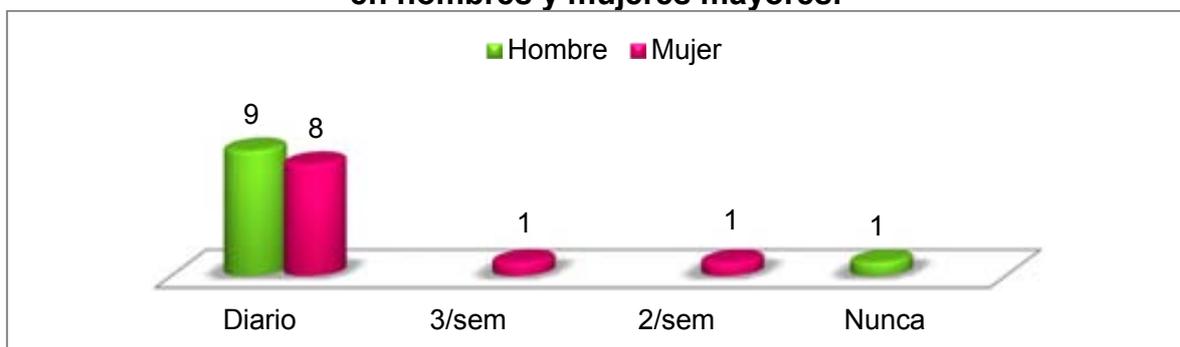
Las 12 aplicaciones son: correo electrónico, transferencia de texto, vídeos y fotos, mensajería instantánea, chats temáticos, grupos de discusión en línea, Bajar música, películas, vídeos (tipo *YouTube*), programas de TV y radio, Redes Sociales, Telefonía vía *Skype/VoIP*, Pago de servicios, Juegos y apuestas, Compras por Internet, transferencias bancarias, revisar saldos y movimientos en línea.

#### ***Correo electrónico.***

El correo electrónico es la aplicación más usada por hombres y mujeres, según la frecuencia de uso que se observa en el siguiente gráfico.

De los 9 hombres que utilizan el correo electrónico, todos lo hacen diariamente, frente a 8 de las 10 mujeres entrevistadas.

**Gráfico 4.**  
**Frecuencia de uso del correo electrónico**  
**en hombres y mujeres mayores.**

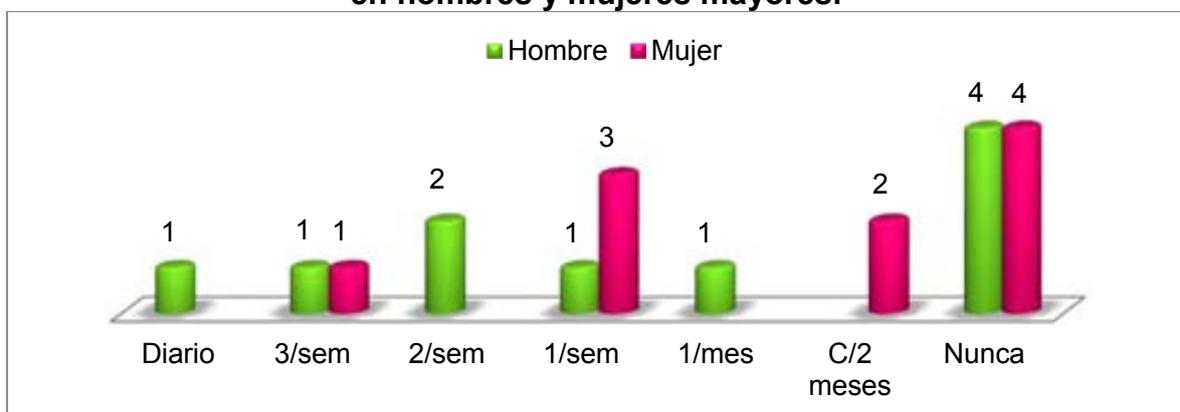


Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

### ***Transferencia de fotos, vídeos y fotos.***

La aplicación para realizar transferencias de fotos, vídeos y textos, requiere de habilidades digitales avanzadas debido a la complejidad que presenta. A pesar de esto, tanto hombres como mujeres mayores la utilizan. El siguiente gráfico muestra que de los 6 hombres que hacen uso de esta aplicación sólo 1 lo hace de manera diaria. Mientras que ninguna de las mujeres la usa con esta frecuencia. Sin embargo, más mujeres (3 casos) que hombres (1 caso) hacen uso de esta aplicación 1 vez por semana. Además, existe un mismo número de casos en hombres y mujeres (4 casos en cada uno) que nunca han usado esta aplicación.

**Gráfico 5.**  
**Frecuencia de uso de la transferencia de fotos, vídeo y texto**  
**en hombres y mujeres mayores.**



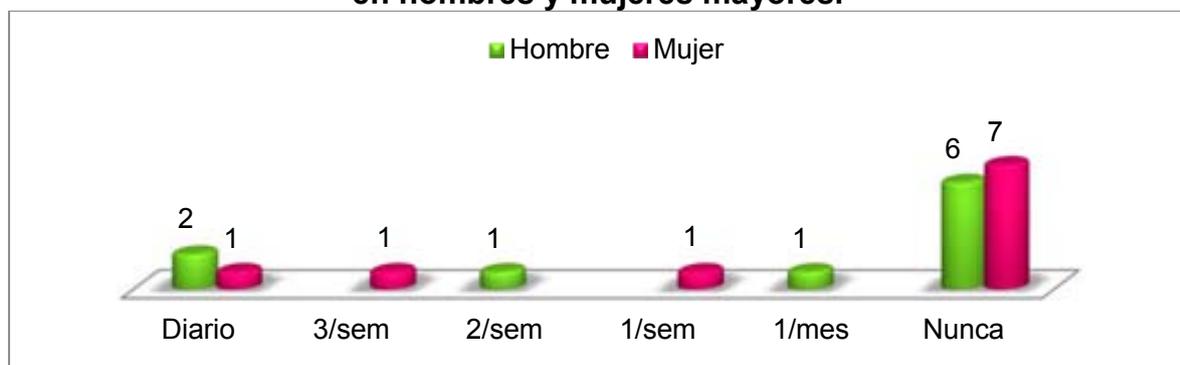
Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

### ***Mensajería instantánea.***

La mensajería instantánea es una aplicación que suele ser sencilla al momento de utilizarla, sin embargo, tanto hombres como mujeres señalan que no la usan con mucha frecuencia.

De los 4 hombres que hacen uso de esta aplicación sólo 2 la usan de manera diaria, frente a 1 mujer, de 3 que la utilizan. También se observa que más mujeres (7 casos) que hombres (6 casos) nunca han hecho uso de esta aplicación.

**Gráfico 6.**  
**Frecuencia de uso de la mensajería instantánea en hombres y mujeres mayores.**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

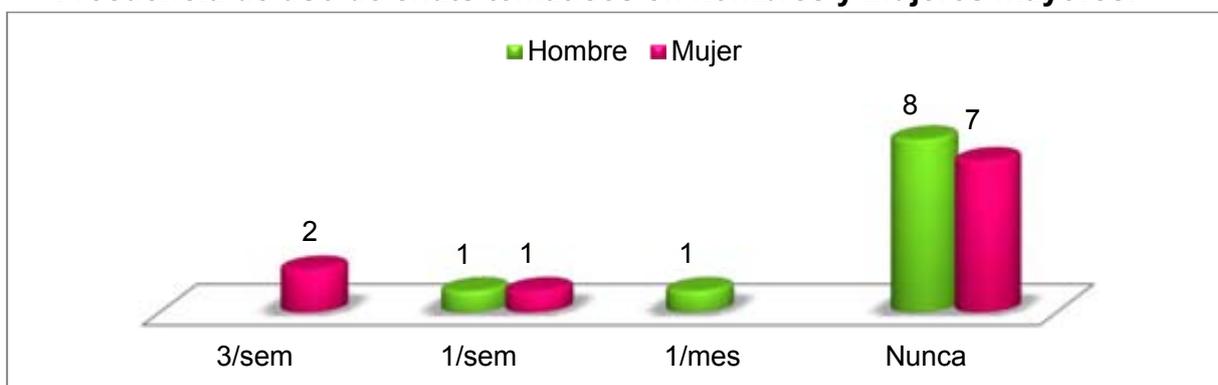
### ***Chats temáticos.***

Participar en un chat temático requiere de mucha atención para poder seguir los comentarios de todos los participantes en tiempo real, lo que ocasiona, que muchas veces el usuario pierda “el hilo” de la conversación debido a la rapidez con que aparecen los comentarios y/o a la cantidad de participantes que pueden estar involucrados en la misma. Por esto, se considera que puede ser una actividad difícil para las personas mayores.

Los sujetos de investigación indican que hacen uso de esta aplicación de la siguiente manera: De los 10 hombres entrevistados, sólo 2 comentan hacer uso de los chats temáticos con una frecuencia de uso de 1 vez a la semana (1 caso) y 1 vez al mes (1 caso); mientras que de las 10 mujeres entrevistadas, 2 utilizan

esta aplicación 3 veces a la semana y 1 lo hace 1 vez a la semana. Sin embargo, más hombres (8 casos) que mujeres (7 casos) no han usado nunca esta aplicación.

**Gráfico 7.**  
**Frecuencia de uso de chats temáticos en hombres y mujeres mayores.**

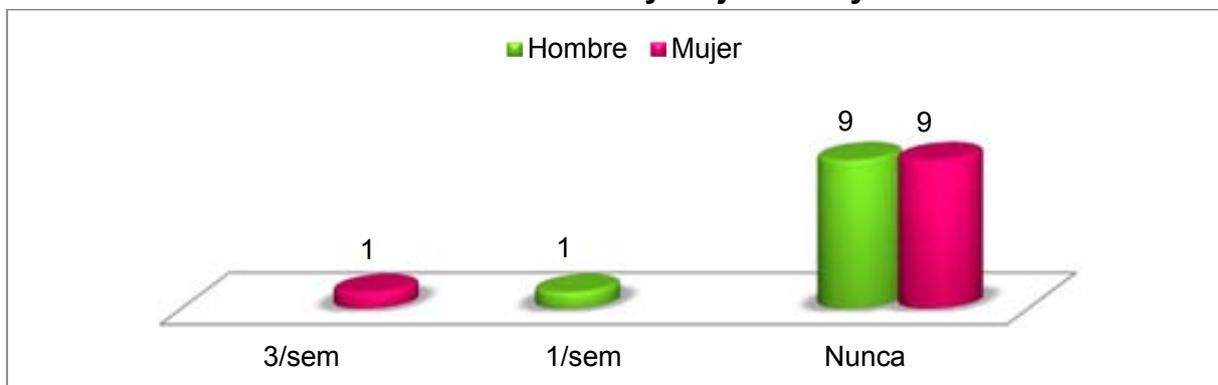


Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

### **Grupos de discusión (en línea).**

De los 10 hombres entrevistados, sólo 1 usa esta aplicación con una frecuencia de 1 vez a la semana. Y sólo 1 mujer usa también la misma aplicación con una frecuencia de 3 veces por semana. Mientras que en 18 casos (9 hombres y 9 mujeres) nunca han hecho uso de esta aplicación.

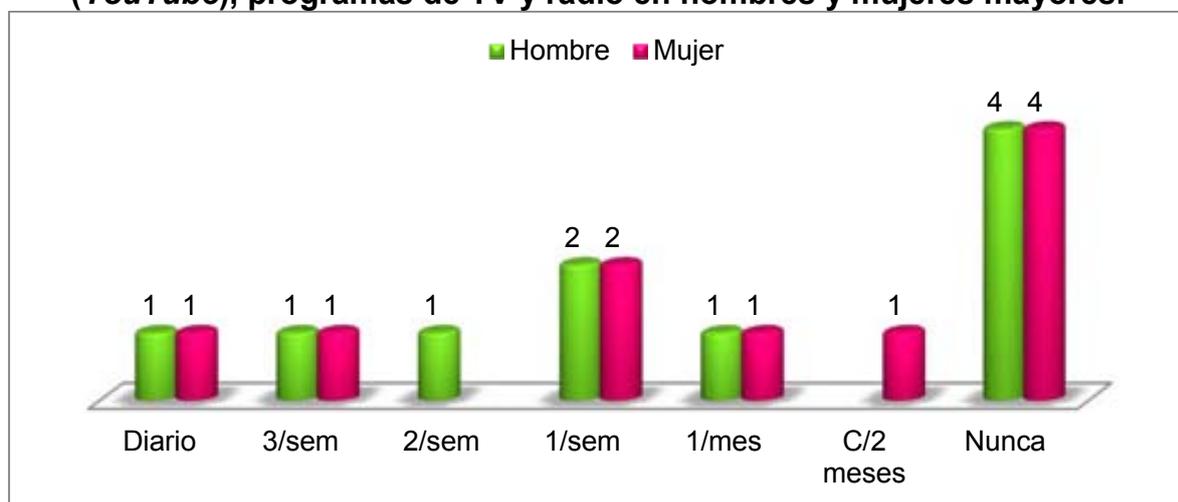
**Gráfico 8.**  
**Frecuencia de uso de aplicaciones para participar en grupos de discusión en hombres y mujeres mayores.**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

***Bajar música, películas, vídeos (tipo YouTube), programas de TV y radio.***

De los 6 hombres y 6 mujeres que hacen uso de estas aplicaciones sólo 2 casos (1 hombre y 1 mujer) las usan diariamente. Otros 2 casos (1 hombre y 1 mujer) las utilizan 3 veces a la semana. Y 4 casos más (2 hombres y 2 mujeres) hacen uso de las mismas con una frecuencia de 1 vez a la semana. Mientras que un mismo número de hombres (4 casos) y de mujeres (4 casos) nunca han hecho uso de ellas.

**Gráfico 9.****Frecuencia de uso de aplicaciones para bajar música, películas, vídeos (YouTube), programas de TV y radio en hombres y mujeres mayores.**

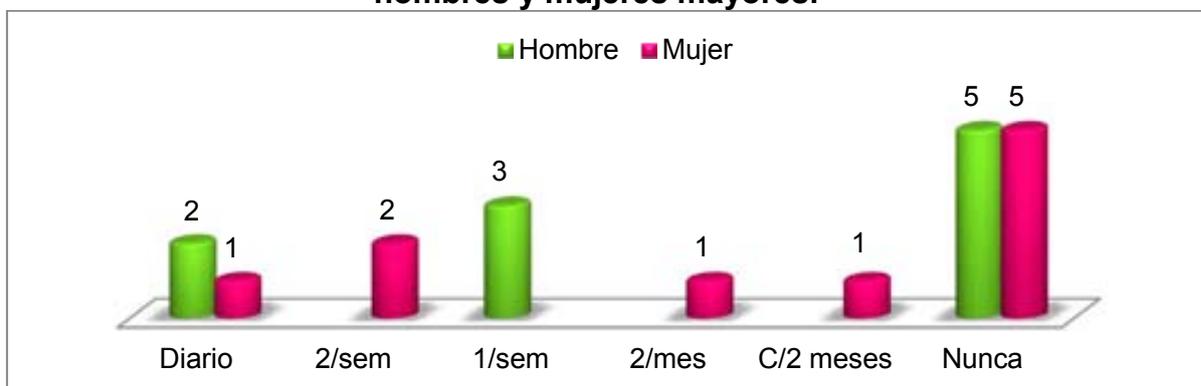
Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

***Redes sociales.***

De los 5 hombres y 5 mujeres que usan las Redes Sociales, sólo 3 casos (2 hombres y 1 mujer) hacen uso de las mismas diariamente. 2 mujeres más las usan con una frecuencia de 2 veces a la semana, 1 mujer la utiliza con una frecuencia de 2 veces al mes y otra cada 2 meses. Mientras que 3 hombres las usan con una frecuencia de 1 vez a la semana. Por tanto, se observa que las mujeres espacian más el uso de las redes sociales, a diferencia de los hombres que las usan con mayor frecuencia. Además se observa que un mismo número de hombres (5 casos) y de mujeres (5 casos) nunca han hecho uso de Redes Sociales.

**Gráfico 10.**

**Frecuencia de uso de Redes Sociales: Facebook, Tuenti, Hi5, etc. en hombres y mujeres mayores.**



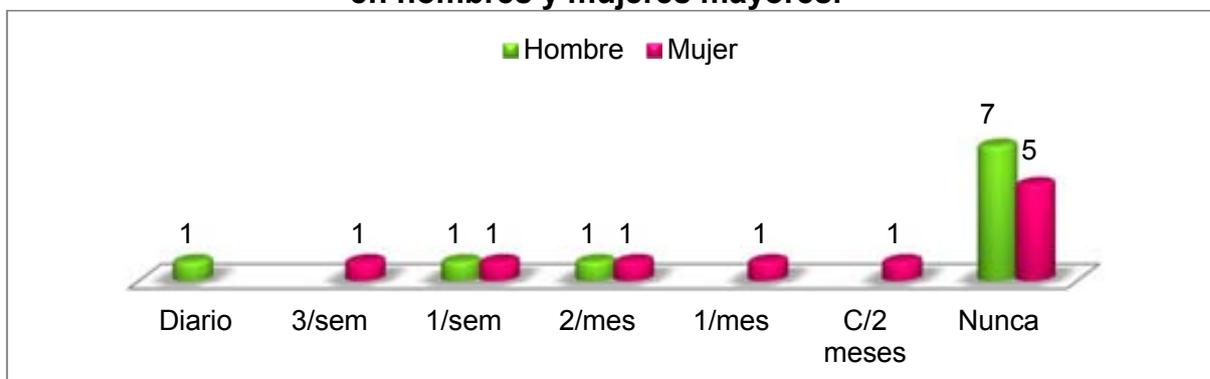
Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

### **Telefonía vía Skype, VoIP.**

De las 5 mujeres que hacen uso de esta aplicación, ninguna lo hace de manera diaria sino 3 veces a la semana, 1 vez a la semana, 2 veces al mes, 1 vez al mes y 1 vez cada 2 meses. De los 3 hombres que hacen uso de esta aplicación, sólo 1 la usa con una frecuencia diaria y los otros 2 lo hacen 1 vez a la semana (1 caso) y 2 veces al mes (1 caso). Además, existe un mayor número de casos en hombres (7 casos) que de mujeres (5 casos) que nunca han usado esta aplicación. En general, más mujeres que hombres usan esta aplicación para estar en contacto con familiares, amigos y otras personas.

**Gráfico 11.**

**Frecuencia de uso de telefonía vía Skype, VoIP, etc., en hombres y mujeres mayores.**



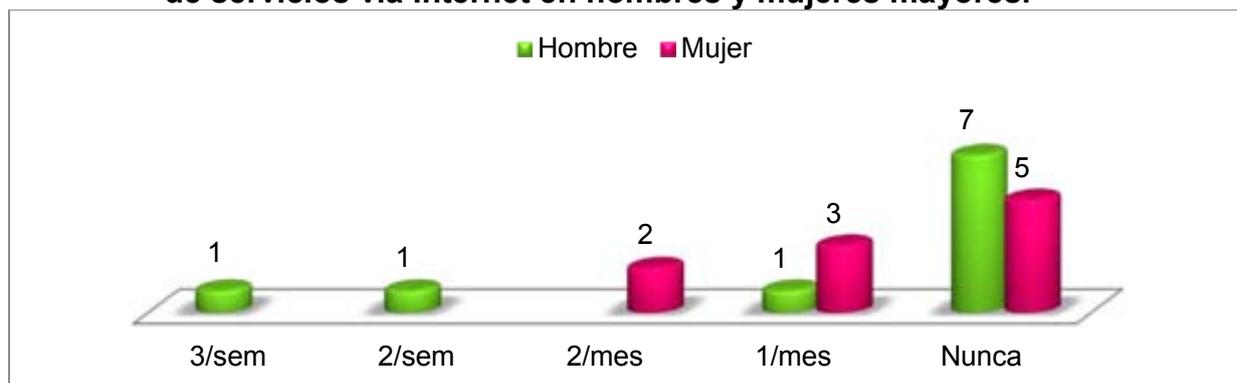
Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevista.

**Pago de servicios.**

De los 3 hombres que hacen uso de esta aplicación, ninguno lo hace de manera diaria, sino 1 vez a la semana, 2 veces a la semana y 1 vez al mes. De las 5 mujeres que hacen uso de esta aplicación 2 de ellas la usan con una frecuencia de uso de 2 veces al mes y 3 mujeres con una frecuencia de 1 vez al mes.

Es decir, las mujeres mayores hacen más uso de esta aplicación, pero con menos frecuencia que los hombres. Por otra parte, 5 mujeres y 7 hombres señalan no hacer uso de la misma.

**Gráfico 12.**  
**Frecuencia de uso de aplicaciones para realizar pagos de servicios vía Internet en hombres y mujeres mayores.**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

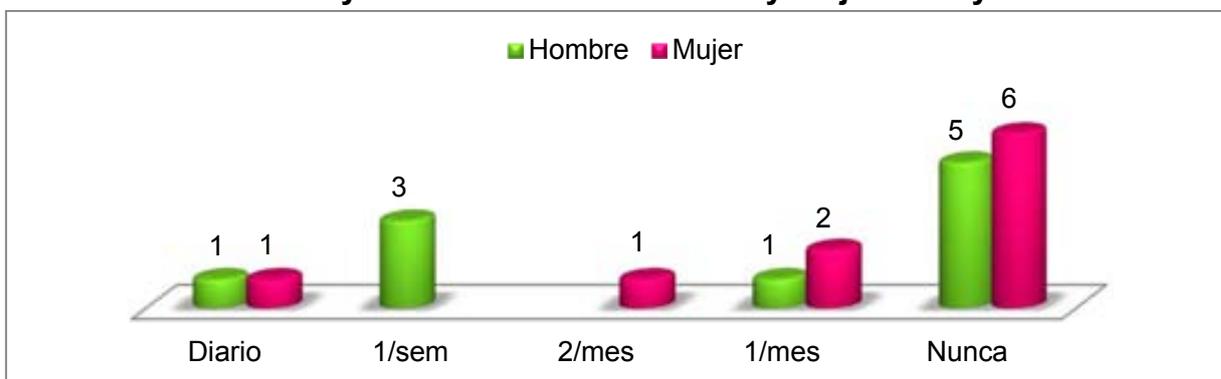
**Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos.**

De los 5 hombres que hacen uso de estas aplicaciones, 1 de ellos lo usa con una frecuencia diaria, 3 hombres más con una frecuencia de 1 vez a la semana y sólo 1 de ellos, 1 vez al mes. Y de las 4 mujeres que también hacen uso de ellas, sólo 1 mujer las usa con una frecuencia diaria, 1 con una frecuencia de 2 veces al mes y 2 con una frecuencia de 1 vez al mes.

Es decir, más hombres que mujeres usan estas aplicaciones y lo hacen con mayor frecuencia.

**Gráfico 13.**

**Frecuencia de uso de aplicaciones para realizar transferencias bancarias, revisar saldos y movimientos en hombres y mujeres mayores.**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

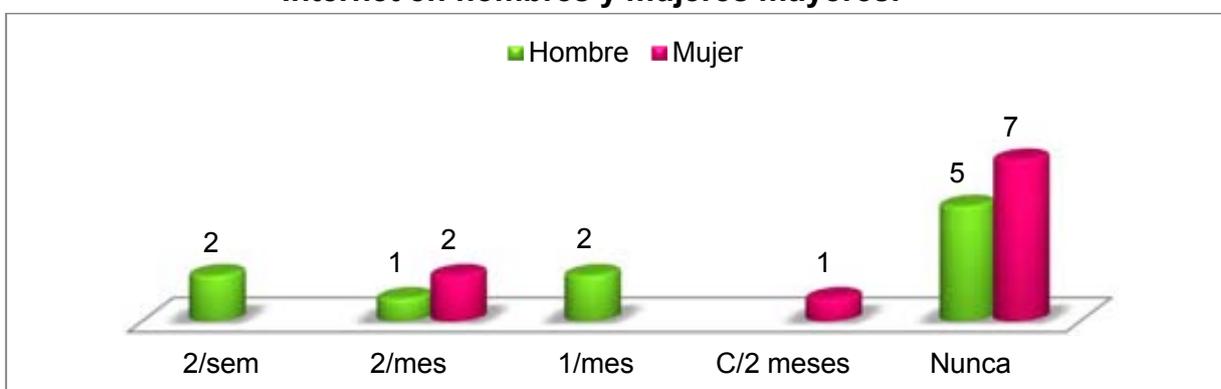
### **Compras por Internet.**

De los 5 hombres que usan esta aplicación, 2 de ellos lo hacen 2 veces a la semana, 1 hombre 2 veces al mes y 2 hombres 1 vez al mes. Y de las 3 mujeres que usan esta aplicación 2 de ellas la usan 2 veces al mes y sólo 1 la usa 1 vez cada 2 meses.

Más mujeres (7 casos) que hombres (5 casos) indican no hacer uso de esta aplicación. Igual que en apartado anterior más hombres que mujeres realizan compras por Internet y lo hacen con más frecuencia.

**Gráfico 14.**

**Frecuencia de uso de aplicaciones para realizar compras por Internet en hombres y mujeres mayores.**

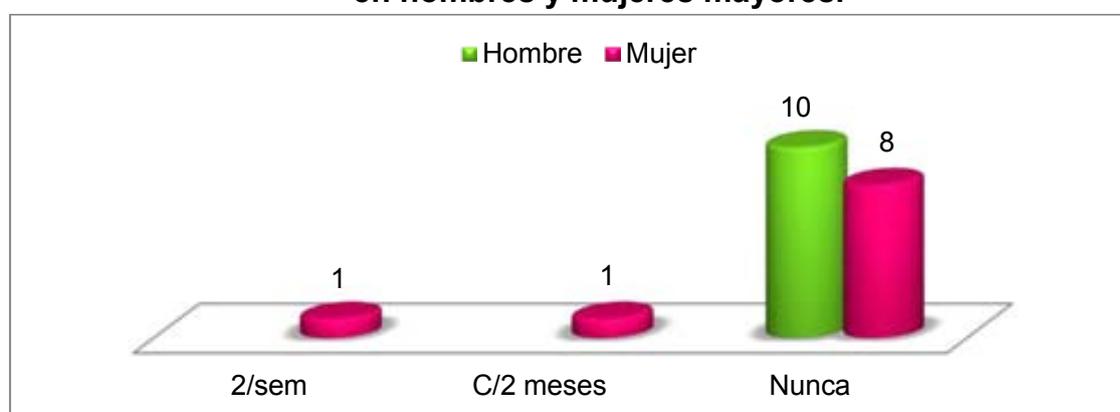


Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

### ***Juegos y apuestas.***

De los 10 hombres entrevistados ninguno de ellos hace uso estas aplicaciones aunque sólo 4 de ellos lo reconocen. Las mujeres, sin embargo, reconocen abiertamente no usar este tipo de aplicaciones (8 casos) y de las 2 mujeres que las usan 1 de ellas lo hace con una frecuencia de 2 veces por semana y otra 1 vez cada 2 meses.

**Gráfico 15.**  
**Frecuencia de uso de aplicaciones de juegos y apuestas en hombres y mujeres mayores.**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Entrevistas.

#### ***7.1.4. Iniciación en el uso de las aplicaciones de Internet en mujeres y hombres mayores.***

Corresponde ahora a la tercera y última parte de esta estrategia metodológica. A continuación se presentan algunas citas textuales de hombres y mujeres mayores para indagar sobre el conocimiento y uso que hacen de la tecnología. Es muy importante señalar que como requisito para colaborar siendo sujetos de investigación era necesario ser usuarios/as de Internet y sus aplicaciones.

Se ha considerado importante comenzar preguntando a los sujetos entrevistados cómo se iniciaron en el uso de las aplicaciones de Internet.

En algunos casos, las mujeres, buscaban a personas con quienes habían perdido el contacto desde hacía tiempo, mantener la comunicación con familiares que

vivían lejos, por iniciativa propia y también para cubrir las necesidades que se presentaban en sus centros de trabajo. Otras pensaban que aprender a utilizar Internet a su edad era algo descabellado, sólo para los jóvenes, pero a pesar de su frustración, decidieron comprarse un ordenador para aprender y practicar. Para ello acudían a centros donde se impartían clases o preguntaban en casa mediante el “boca a boca”.

“Reencontré a una persona que hacía muchos años que no vive aquí, vive fuera de Barcelona y me dijo, ¿por qué no aprendes Internet y nos relacionamos por Internet? Y así fue.” **(Mujer acompañada 2)**

“Bueno, primero por necesidad económica. Y luego, el tener a los hijos fuera, y estar ellos metidos [...] no quieren que me quede atrás y me han ayudado un montón a meterme y a llamarlos a través de *Skype* o del correo.” **(Mujer sola 3)**

“Por motivación propia, empezaron a rodear mi vida y dije bueno, quiero aprender para hacer un buen uso y realmente me sirve mucho, por eso me capacité.” **(Mujer sola 1)**

“...cuando estaba en el Instituto, que daba clases, que era todo nuevo, me metí mucho en la cuestión de Internet porque me di cuenta de que [...] necesitaba algo para darle a los alumnos. Como empecé por la cuestión de *photoshop*, de *autocad* y todas estas cosas, salió el Internet y entonces empezamos un poco a meternos.” **(Mujer acompañada 5)**

“[...] el vocabulario de Internet es difícil para alguien de 63 años. [...] Es como hacer deporte de aventura para la tercera edad. Para mí ¡eso es Internet!, pero sin ningún riesgo...” **(Mujer acompañada 1)**

“...mi hija me dijo: “mamá, vete a un cursillo y aprende” y le dije: “ya soy mayor, ya no”, pero al jubilarme dije: “ahora es cuando lo puedo hacer” e hice un cursillo en la *Caixa* [...] enseguida dije: “¡quiero un ordenador!”” **(Mujer acompañada 3)**

Los hombres, por su parte, comenzaron a hacer uso de Internet porque era necesario para desempeñar su trabajo y por curiosidad.

“En principio por el trabajo, otro porque es el futuro y porque me gusta.” **(Hombre solo 1)**

“Bueno, empecé por curiosidad, porque siempre me ha gustado y con un amigo que sabía más que yo y ya todo lo demás ensayo y error y leyendo a veces algún

manual. **(Hombre acompañado 4)**

Tanto para los hombres como para las mujeres, vivir rodeados de otras personas que hacían uso de la tecnología se convirtió en un aliciente para aprender. La persuasión verbal por parte de hijos/as y amigos/as ha motivado a estas personas a enfrentarse a la tecnología a pesar de su edad.

“Porque yo cuando veía que mis hijos y los niños lo hacían, pues yo estaba que tenía muchas ganas [...] a veces pensaba, cómo me gustaría...” **(Mujer acompañada 3)**

“Como casi todo lo de informática. Entre los hijos, los colegas de trabajo, pues te vas adquiriendo los conocimientos y vas resolviendo los problemas. Te vas alfabetizando por decir algo. **(Hombre acompañado 5)**

“Pues por las circunstancias, por mis hijos, mucha gente lo tenía, entonces es una cosa que te va llevando, te va llevando,... No tomé ningún curso, soy incapaz de eso, yo lo que oigo, picoteo aquí, picoteo allá. Del trabajo y me lo voy quedando.” **(Mujer acompañada 6)**

“No me interesaban de momento, porque esto pensaba... y veía a los críos con aquellos aparatitos los juegos y pensaba: “esto les distrae mucho el estudio” pero cuando vi las ventajas que podía tener [...] aunque se sea mayor, es muy importante [...] y luego dije [...] ¡quiero comprarme uno! **(Mujer acompañada 4)**

“Fue un compañero, un vecino, que nos llevamos bien. Es más joven que yo. **(Hombre acompañado 2)**

“Yo soy bastante autodidáctica y también como te he dicho, tengo varios hijos y en este momento se han ido varios, pero aquí había de todo de nuevas tecnologías y a través de ellos me he ido metiendo...” **(Hombre acompañado 6)**

“...teniendo hijos adolescentes que estaban en estas cosas pues, lo hice gradualmente, lo hacía todo el mundo. No me parecía nada extraño...” **(Hombre solo 2)**

#### 7.1.5. Tipología “*media-person interactions*”.

A continuación, se han analizado las respuestas de hombres y mujeres mayores que pretenden revelar las cuatro gratificaciones del modelo “*media-person interactions*” (Diversión, Relaciones personales, Identidad personal y Búsqueda

de información) que proponen McQuail, Blumler y Brown (1972) y dos tópicos más que se han diseñado para indagar si **acceden a otros medios** de comunicación a través de Internet y las expectativas que tienen de cara al **Futuro** sobre el uso de esta tecnología. Para el análisis de contenido de entrevistas se ha recurrido al programa Atlas Ti (versión 6.1) programa que ha permitido categorizar las respuestas de acuerdo a los tópicos antes mencionados.

- **Diversión.**

Las mujeres utilizan las Redes Sociales (*facebook*), el correo electrónico, los chats y los juegos online con fines de entretenimiento. Además de estar en contacto con familiares y amigos, estas aplicaciones les ayudan a pasar el tiempo y evitar el aislamiento. Los hombres también utilizan las aplicaciones de Internet con fines de entretenimiento, pero se inclinan más por otro tipo de actividades: juegos online, escuchar y bajar música, ver películas y programas de TV, leer noticias y visitar páginas sobre lugares que les gustaría conocer.

“A escribirme con la gente... antes escribía a mano, escribía cartas, ahora escribo por Internet.” **(Mujer acompañada 2)**

“El *facebook*, el *Gmail*...” **(Mujer acompañada 3)**

“Los juegos, el *facebook* cuando hablo con las amigas, porque tenemos un *facebook* para nosotras, cerrado.” **(Mujer acompañada 5)**

“Bueno a veces el chatear con algunos amigos algunos juegos solitario también a veces al ajedrez.” **(Mujer sola 2)**

“Es interesante para mí, es mi compañía...” **(Mujer acompañada 7)**

“Sí, me gusta porque me distrae. Se me pasa el tiempo y no me doy cuenta.” **(Mujer sola 3)**

“Música y esto de viajes y nada más.” **(Hombre acompañado 1)**

“Sólo bajar canciones y ya está.” **(Hombre acompañado 3)**

“Para divertirme, leer, para oír música mucho.” **(Hombre acompañado 4)**

“Pues ver periódicos, ver películas, canciones, programas de humor series de televisión, por TV o para bajar textos, libros.” **(Hombre solo 2)**

“Mmm, diarios y publicaciones periódicas. Eeehhhh webs de cinema, culturales y entretenimiento.” **(Hombre solo 3)**

La mayoría de las mujeres considera que hacer uso de las aplicaciones de Internet les ayuda a salir de la rutina diaria.

“Sí, porque es divertido.” **(Mujer acompañada 1)**

“Sí, sí, sí... [...] encuentro que es lo que la vida nos trae. Es lo más interesante que hay.” **(Mujer acompañada 4)**

“Sí, porque de alguna manera, ya estoy cansada, estoy jubilada y estoy harta de fregar, de limpiar y de nietos y de maridos y de todo y me meto al *facebook* y me paso un buen rato distraída.” **(Mujer acompañada 5)**

En el caso de los hombres hay diferentes opiniones. Unos consideran que hacer uso de Internet es parte de la rutina.

“Mmmm... no, porque hombre, por nuestro trabajo ya es una rutina estar en Internet. No rutina, es que sin Internet estás perdido.” **(Hombre acompañado 7)**

Otros afirman que les permite salir de la rutina diaria porque pueden realizar diferentes actividades alternándolas con otras en las que no es necesario el ordenador.

“Sí, porque puedo hacer distintas actividades, puedo cambiar de actividades con mucha facilidad, puedo leer y al mismo tiempo me levanto y hago algo en el ordenador, me levanto y hago algo en el jardín y vuelvo al ordenador. Me permite hacer diversas actividades. Ir turnando, no estar todo el tiempo en una.” **(Hombre acompañado 4)**

“Sí, distrae bastante, a veces me busco cualquier cosa o me busco Córdoba, Francia, París.” **(Hombre acompañado 3)**

Y una minoría, considera que Internet es sólo una herramienta útil para el trabajo o que ésta no forma parte de su forma de vida:

“Sí, porque te abre las posibilidades en tu trabajo diario para buscar documentación que de otra manera sería muy difícil y tardaría. Sí, sobre todo en el trabajo, tanto para bien como para mal. [...] el ordenador es una herramienta que te facilita mucho el trabajo. **(Hombre solo 3)**

Las dificultades que las mujeres encuentran al hacer uso de las aplicaciones de Internet se deben principalmente a problemas técnicos o a la falta de práctica. Sin embargo, procuran preguntar, apuntan los pasos que deben seguir o lo intentan una y otra vez hasta lograr la actividad deseada:

“Básicamente el ordenador que muchas veces se cuelga. Pero lo demás está bien, o sea, no. O el *YouTube* que se cuelga o cosas así, pero nada más.” **(Mujer acompañada 5)**

“Si los empiezo a tener, porque claro, no hace mucho tiempo que me he puesto y lo pregunto, me lo apunto y sigo y bien.” **(Mujer acompañada 4)**

“No aprendí sola, mi hijo me dijo cómo se hacía, me lo enseñó y me metí y cuando me interesa sacar algo, igual me cuesta pero no paro hasta que lo saco, dentro de lo simple que yo uso el ordenador.” **(Mujer acompañada 2)**

Los hombres también coinciden en que las dificultades en el uso de Internet se deben a problemas técnicos. Además, uno de ellos afirma que la falta de estudios se refleja en dicho uso.

“...el ordenador es una herramienta que te facilita mucho el trabajo. Te soluciona muchas cosas pero te crea otras cosas.” **(Hombre solo 3)**

“Lo que tengo organizado me funciona y mejor no tocarlo, pero sí que me siento bastante inexperto, porque cuando el ordenador ha cogido un virus me siento un poco perdido. [...] mejor el ordenador llevarlo a alguien que sí sepa.” **(Hombre acompañado 5)**

“Los que no hemos tenido estudios, cuesta un poco acostumbrarse sobre todo por la falta de ortografía, que si no escribes bien la palabra no te la capta, no la coge.” **(Hombre acompañado 3)**

Algunas mujeres han adoptado la tecnología en su vida cotidiana y recurren a Internet para realizar numerosas actividades.

“Si voy al ordenador, siempre es con algún fin, eh? Para aumentar mis conocimientos, no es que yo no sepa, si no que no me gusta como los dan, otro fin es para la comunicación con mis hijos, con el *Skype*. Otro fin es, para informarme de algún viaje que tengo que hacer: hoteles,... me gusta ir a hoteles buenos y ver cuáles son y cuáles no son los precios. Principalmente eso.” **(Mujer acompañada 6)**

“Pues por ejemplo, si necesito buscar una calle, una tienda, un restaurante, un hotel, ropa para niños. Miro dónde están las rebajas [...] y voy a la tienda. Es un recurso.” **(Mujer acompañada 5)**

“Correo electrónico, *YouTube*, *facebook*, todo lo que es música y radio, es con lo que me muevo y me entretengo.” **(Mujer sola 1)**

“Pues sobre todo las bancarias.” **(Mujer sola 3)**

Los hombres que han adoptado las tecnologías en su vida cotidiana, realizan sobre todo las siguientes actividades:

“Leer prensa, correo electrónico, bastante. [...] El banco...” **(Hombre acompañado 5)**

“El correo electrónico, el *chat*, la compra, consultar saldos bancarios, el tiempo, los mapas del mundo, las calles.” **(Hombre solo 2)**

“Bastantes, todo lo que es el paquete *office*, *iTunes*, *Skype*, *Firefox*, correo electrónico, escáner.” **(Hombre acompañado 4)**

El hacer uso de las aplicaciones de Internet, no ha restado tiempo a las mujeres para que sigan realizando sus tareas cotidianas:

“Pues...no, yo hago de todo, voy a caminar, voy a aprender, voy al cine... no excluyo ninguna.” **(Mujer acompañada 1)**

“No, en absoluto... yo me pongo en la TV a la 1 de la madrugada,...normalmente... antes de irme a la cama, abro el correo si pienso que alguien me ha de mandar algo, igual a media mañana, algo así,...” **(Mujer acompañada 2)**

“A ninguna.” **(Mujer acompañada 6)**

“Todo sigue igual, sigo movida.” **(Mujer sola 3)**

Son otros los motivos por los que las mujeres permanecen más tiempo conectadas a Internet y dedican menos tiempo a las tareas de casa. El estar ambos jubilados (marido y mujer) les permite repartirse dichas tareas dejando más tiempo para el uso de Internet. Por otro lado, la enfermedad y los achaques propios de la edad hacen necesario contratar los servicios de otra persona que realice las tareas del hogar, dejando también más tiempo libre que pueden dedicar al uso de las tecnologías.

“...ahora es mi marido el que se dedica a la comida, ahora que está jubilado.”  
(Risas) **(Mujer acompañada 5)**

“A la casa me tienen que venir a limpiar por necesidad, ¿sabes? Ya tengo que pedir auxilio para coger zapatos o lo que sea.” **(Mujer acompañada 7)**

En el caso de los hombres, hay diferentes opiniones. Algunos coinciden en afirmar que la llegada de la tecnología no ha repercutido en la realización de sus actividades cotidianas mientras que otros opinan lo contrario.

“No recuerdo que me haya quitado alguna actividad.” **(Hombre acompañado 4)**

“No, porque mis actividades no tienen que ver [...] lo que es Internet, correo electrónico, lo utilizo sólo en el trabajo. Ah y fuera del trabajo, no lo utilizo, por lo cual mis actividades no han hecho que varíen en nada por la actividad que pueda tener en Internet en el trabajo.” **(Hombre acompañado 7)**

“Antes sólo caminaba, ahora llevo tres años que voy al centro a aprender Internet.” **(Hombre acompañado 3)**

“...si me tengo que ir con uno u otro, mejor al ordenador, antes que la TV, salvo que haya una cosa puntual muy, muy atractiva, ¿no?” **(Hombre acompañado 5)**

El tiempo que dedican tanto hombres como mujeres a hacer uso de Internet varía, dependiendo de la actividad:

“Durante el día una hora, pero en la noche de dos a tres horas.” **(Mujer acompañada 4)**

“En un día, normalmente treinta minutos, cuarenta y cinco minutos, y cuando mucho una hora. Cuando hablo por *Skype*, ya es otra cosa, porque ya es hora y pico hablando.” **(Mujer acompañada 6)**

“Un día, igual nada y otro día, igual me tiro dos horas o tres, depende.” **(Mujer sola 3)**

“Bueno, tendremos que empezar por... que nosotros tenemos tienda *online* y página *web*, y habría que ver a qué cosa le dedico más tiempo. Una de las primeras cosas que hacemos en el trabajo es conectarnos con Internet.” **(Hombre acompañado 7)**

“Pues yo lo estoy utilizando bastante. Por la mañana pongo las noticias, tres cuartos de hora o una hora. Y luego, por la tarde, pues suelo estar de cinco a siete u ocho horas. Y después de cenar, unas dos o tres horas más. Me meto unas cinco o seis horas diarias cuando estoy en mi casa.” **(Hombre acompañado 5)**

Es importante resaltar la opinión de los hombres, quienes consideran que los problemas físicos asociados a su edad les impiden permanecer mucho tiempo frente al ordenador:

“Es que no lo uso diario, depende, treinta minutos, una hora y se acabó. Una hora ya es mucho para mí, ¿eh?” **(Hombre acompañado 1)**

“Un par de horas al día, una por la mañana y otra por la noche, es que la vista se cansa. La vista la tengo un poco fastidiada y no puedo abrirla tanto.” **(Hombre acompañado 3)**

Cuadro resumen 1: Diversión.

		HOMBRES	MUJERES
<b>DIVERSIÓN</b>	<b>USAN LAS APLICACIONES DE INTERNET PARA...</b>		
		pasar el tiempo: juegos en línea, escuchar y bajar música, ver películas y programas de TV, buscar información: noticias, lugares a los que les gustaría viajar.	estar en contacto con familiares y amigos: <i>facebook</i> , correo electrónico, chats, pasar el tiempo: juegos en línea, evitar el aislamiento.
	<b>¿LES AYUDA INTERNET A SALIR DE SU RUTINA?</b>		
		Internet es parte de su rutina, sí, porque pueden alternarlo con otras actividades, es simplemente una herramienta de trabajo.	sí, les ayuda a salir de la rutina diaria.
	<b>¿QUE DIFICULTADES ENCUENTRAN?</b>		
		problemas técnicos, falta de estudios.	problemas técnicos, la falta de práctica.
	<b>APLICACIONES QUE HAN ADOPTADO EN SU VIDA COTIDIANA</b>		
		búsqueda de información (callejeros, el tiempo, prensa digital...), operaciones bancarias y compras en línea, correo electrónico y <i>chats</i> .	comunicación con familiares y amigos a través del correo electrónico, búsqueda de información sobre ocio y cultura (viajes, callejeros, tiendas, restaurantes, música, radio, vídeos), operaciones bancarias.
	<b>¿DEDICAN MENOS TIEMPO A OTRAS ACTIVIDADES?</b>		
		algunos no, porque sólo utilizan Internet en el trabajo, otros compaginan sus actividades para poder dedicar más tiempo a Internet y su aprendizaje.	el uso de Internet no ha impedido que continúen con sus actividades cotidianas.
	<b>TIEMPO DE USO</b>		
		en su centro de trabajo: de seis a ocho horas diarias. si tienen problemas físicos como vista cansada o problemas de espalda permanecen de una a dos horas cada dos o tres días.	depende de la actividad que quieran realizar. durante la mañana se conectan de una a dos horas diarias. durante la tarde de dos a tres horas cada dos o tres días.

- Relaciones personales.

Algunas mujeres prefieren adoptar en su vida cotidiana aplicaciones sencillas y que les sean útiles para no depender de la ayuda de los demás.

“...yo querría dominar el ordenador, de todo, ya me gustaría aprender más cosas.”  
**(Mujer acompañada 3)**

“...me gusta que me enseñen para aprenderlo y no decir directamente: Javier o Alfonso, tal cual, ¿entiendes? Para mí no es un juego, es una posibilidad de estar más cerca de personas y en otros casos para obtener conocimiento.” **(Mujer acompañada 6)**

“Bueno cosas fáciles, no pensar tanto y no mirar los libros, también quería para no molestar a nadie.” **(Mujer acompañada 7)**

“Claro sí... en la medida que me sea útil, sí. [...]También porque me gusta y escribo y podría ver, o sea, tendría una gran oportunidad si supiera usar un blog o algo similar.” **(Mujer sola 2)**

La mayoría de las mujeres lleva utilizando Internet poco tiempo, principalmente desde que se jubilaron, aunque algunas de ellas han hecho uso de esta tecnología desde que salió al mercado porque era necesaria en su trabajo o tuvieron que adquirirla en casa para sus hijos, convirtiéndose el ordenador en una herramienta de uso común.

“Muy poco, pues hará tres años y quizá menos...” **(Mujer acompañada 2)**

“Uy, muy poco... hará dos, tres meses.” **(Mujer acompañada 4)**

“Desde que estoy jubilada. Desde hace dos años.” **(Mujer sola 3)**

“Prácticamente desde que salió, hace unos diez, once años. La primera máquina la tuvimos con un hijo que es informático” **(Mujer acompañada 5)**

“Desde el 2000-2001. Como 10 años.” **(Mujer acompañada 6)**

“Desde el 99.” **(Mujer sola 1)**

“Bastante, como desde que llegó a mi país, porque yo trabajaba en un locutorio y entonces empezamos a sacar por allí, ponle que hayan sido quince años.” **(Mujer sola 2)**

Por el contrario, la mayoría de los hombres, ha utilizado Internet prácticamente desde que surgió, ya que esta tecnología se introdujo en sus centros de trabajo y tuvieron que adaptarse y aprender a usarla. Y sólo algunos comenzaron a hacer uso de la tecnología una vez jubilados.

“Pues casi, casi desde 1999 cuando lo instalaron en el despacho en la Facultad.”  
**(Hombre solo 3)**

“Desde 1988-1989. Muchos años.” **(Hombre acompañado 4)**

“...desde hace más de quince años.” **(Hombre acompañado 7)**

“...yo creo que diez años, por lo menos.” **(Hombre acompañado 5)**

“...desde que dejé de trabajar...” **(Hombre acompañado 6)**

“Un año y medio.” **(Hombre acompañado 1)**

“Pues tres años.” **(Hombre acompañado 3)**

“Desde hace unos tres años, más o menos.” **(Hombre solo 1)**

La mayoría de las personas mayores, hombres y mujeres, que viven acompañadas, efectúan las actividades en línea generalmente solas. Sin embargo, en ocasiones, tanto hombres como mujeres suelen invitar a sus parejas u otras personas a realizar actividades en línea juntos:

“Pues lo hago sola. Sí.” **(Mujer acompañada 1)**

“Sola, sola.” **(Mujer acompañada 5)**

“No, yo sola.” **(Mujer acompañada 6)**

“No, solo. Porque a veces voy con compañeros y cada uno tiene sus aficiones y meterme donde a mí me gusta y ya está. La familia, no. No tengo hijos, primero y la mujer, pues ella no, pobre, sabe muy poco, apenas sabe leer.” **(Hombre acompañado 2)**

“Normalmente solo.” **(Hombre acompañado 5)**

“Solo.” **(Hombre acompañado 6)**

“No, no, no... solo.” **(Hombre acompañado 7)**

“Sola, más bien le digo a mi marido, ven, ven, ven, mira un momento.” **(Mujer acompañada 4)**

“De las dos maneras.” **(Mujer sola 3)**

“Solo, siempre solo o con mi nieta si quiere algo, buscamos juntos pero nada más.” **(Hombre acompañado 1)**

“Normalmente, mi señora está pegada a mí.” **(Hombre acompañado 3)**

“De las dos maneras.” **(Hombre acompañado 4)**

Las mujeres mantienen contacto vía Internet mayoritariamente con personas que pertenece a su círculo cercano, familiares y amigos, pero que viven lejos:

“Con amigos, hijos, poco más, o sea, familia. Es muy cómoda, porque es lo que hay hoy en día, porque un teléfono ya no funciona.” **(Mujer acompañada 5)**

“Los contactos de trabajo, amigos de forma permanente en distintos lugares del mundo y con la familia uso el correo electrónico.” **(Mujer sola 1)**

“Las personas con las que mantengo contacto son familiares y amigos. Es económico, sería mejor el teléfono, pero es caro, es una opción, no tan directa, pero te permite comunicarte.” **(Mujer sola 2)**

Mientras que los hombres mantienen contacto vía Internet con otras personas principalmente con fines comerciales-profesionales, y en algunas ocasiones, para estar en contacto con familiares y amigos, para quedar o por entretenimiento.

“Con empresas y otros profesores y otros de la administración. Únicamente relaciones laborales.” **(Hombre solo 3)**

“Es simplemente comercial. Y sólo con clientes o con grupo de amigos, o con grupo de fans de nuestra página...” **(Hombre acompañado 7)**

“Con mi equipo de colaboradores para mandarnos documentación, mantenernos al día con las otras empresas que yo tengo en otros países. Pues... para mantener el control del negocio. Mis clientes, para mantener una relación comercial. Con mi familia, para comunicarnos.” **(Hombre acompañado 4)**

“Con amistades. Para estar en contacto con ellos, y salir con ellos.” **(Hombre solo 1)**

“Con mis hijas, mi nieta y ya está. Pues a menudo nos mandamos mensajes presentaciones, cositas así.” **(Hombre acompañado 3)**

Las aplicaciones de Internet que más utilizan hombres y mujeres para estar en contacto con familiares y amigos son principalmente el correo electrónico y *Skype*, seguidas de otras como *facebook*, *chats* y *messenger*.

“*facebook*, y el correo.” **(Mujer acompañada 3)**

“Correo electrónico, *Skype*, el *chat* un poco.” **(Mujer acompañada 5)**

“Correo electrónico y ya está. Bueno, a veces me pongo a *chatear* con mi nieta. Un poco, no mucho.” **(Hombre acompañado 3)**

“Normalmente el correo electrónico y el *Skype*. [...] practicaba el *messenger* con una persona que estaba en México y ya falleció.” **(Hombre acompañado 5)**

“O *mail* o *facebook*.” **(Hombre acompañado 7)**

En cuanto a la destreza en el uso de las aplicaciones de Internet, los hombres se sienten con más confianza y no necesitan ayuda a menos que sean problemas muy específicos que no pueden solucionar por sí mismos. En este caso buscan la ayuda de profesionales o generaciones más jóvenes.

“No, soy autodidacta” **(Hombre solo 1)**

“¿Para usarlo? yo mismo. [...] Puntualmente, si hay alguna cosa más complicada, les pedimos instrucciones. Pero eso es para algo específico, como un curso *e-learning*, un diagnóstico, que son un poquito más complicados de usar.” **(Hombre acompañado 4)**

“Bueno, me viene una profesora una vez a la semana. Y cuando lo hago pues, me lo deja anotado cómo tengo que usar.” **(Hombre acompañado 3)**

“¡Pues claro, hombre! alguna vez tienes algún problema.” **(Hombre acompañado 2)**

Las mujeres, por el contrario, se sienten más inseguras y esto les hace estar más motivadas y dispuestas a aprender para no tener que depender de los demás. En un primer momento tratan de valerse por sí mismas, y si necesitan ayuda, acuden, igual que los hombres, a profesionales o generaciones más jóvenes.

“...pues ahora voy a una academia a aprender a manejar mejor las cosas y... a mantener, sobre todo, el cerebro en marcha, dándole aprendizaje.” **(Mujer acompañada 1)**

“Entonces acabo metiéndome en la ayuda y voy poco a poco, paso a paso, [...] porque si pido ayuda a mi marido, ¡estoy perdida!” **(Mujer acompañada 5)**

“Sí, a mi hijo Alfonso. [...] Soy incapaz de cogerme un manual, prefiero que me lo expliquen y ya me entra más rápido.” **(Mujer acompañada 6)**

Las mujeres consideran que hacer uso de Internet les aporta numerosos beneficios a nivel personal y valoran las múltiples posibilidades que éste les ofrece para relacionarse con los demás, especialmente con familiares y amigos. Además, sienten que les facilita el desempeño de las tareas cotidianas que ahora pueden realizar desde casa, ahorrando tiempo y esfuerzo.

“Aparte de mantener el cerebro activo,... porque se entretiene uno mucho y bueno, veo otras formas de relacionarse.” **(Mujer acompañada 1)**

“Me distrae, me relaciona con gente, que si no, bueno, tendría que escribir o telefonar.” **(Mujer acompañada 2)**

“...me entretiene porque además también me bajo libros y cosas así, con lo cual me va bien. O sea, me ayuda mucho a llenar el tiempo.” **(Mujer acompañada 5)**

“Sí totalmente, por ejemplo *Google maps*, cada vez que tengo que llegar a algún lugar que no conozco...” **(Mujer sola 1)**

“Sí, [...] es instantánea, inmediata, te acelera mucho el proceso de búsqueda que antes se hacía.” **(Mujer sola 2)**

“A mí sí, porque me informa de muchas cosas... soy muy curiosa.” **(Mujer sola 3)**

“Sí, porque con la amiga que tengo fuera, pues, puedo decirle una cosa y a los 3 segundos ya tengo la contestación. ¡Y eso es estupendo!” **(Mujer acompañada 1)**

“...si yo me veo más mayor, [...] o que ya no puedo ir a comprar, pues hago la compra por Internet y que me lo lleven a casa.” **(Mujer acompañada 3)**

Los hombres, por su parte, también encuentran beneficioso el uso de las aplicaciones de Internet, aunque no tanto como las mujeres. Lo utilizan más bien para la búsqueda de información sobre temas concretos relacionados con sus *hobbies*, entretenimiento, noticias, trabajo...

“Beneficiar no, pero si tengo alguna duda pues entonces sí, por ejemplo, a mí me gusta la jardinería o algo así, y buscas una planta determinada, tiempos de siembra, de tratarla, cómo se poda, sólo cosas así, pero nada más.” **(Hombre acompañado 1).**

“Sí me distrae, [...] por ejemplo [...] ayer estuve viendo esto del terremoto de Japón, se pone uno triste.” **(Hombre acompañado 3).**

“Porque es una herramienta más de nuestro trabajo, es un canal y es una ventana para exponer nuestros productos.” **(Hombre acompañado 7)**

“Enormemente. Me permite hacer cosas que antes no. Primero agilidad y luego contacto muy directo. Resolver problemas en poco tiempo...” **(Hombre acompañado 4)**

Ambos, mujeres y hombres, coinciden al considerar Internet como un portal de comunicación y conocimiento. Una herramienta imprescindible.

“Yo le encuentro todo ventajas. Lo primero, por ejemplo, ¡el *Skype* es maravilloso! [...] eso por un lado, y luego, para cierto nivel cultural, lo encuentro interesante.” **(Mujer acompañada 6)**

“Sí, es un portal de conocimiento y comunicación.” **(Hombre acompañado 6)**

“Pues sí, te digo que da margen a la comunicación y de estar y de culturizarte un poco.” **(Hombre solo 1)**

“Sí, hombre. Prácticamente ya no puedes estar sin... (Internet), ¿no?” **(Hombre acompañado 5)**

El uso de las aplicaciones de Internet en hombres y mujeres mayores no influye en el incremento de amistades pero sí en una mayor interacción con personas ya conocidas.

“No. porque no me abro hacia el exterior, siempre son los mismos...” **(Mujer acompañada 5)**

“No, pero sí la relación con los sobrinos, porque están ocupados y nos quieren. Pues inmediatamente nos escriben.” **(Mujer acompañada 7)**

“No, porque las amistades generalmente las hago personalmente a través de un curso o a través de otros contactos, aunque después se mantiene cierta fluidez con Internet...” **(Mujer sola 2)**

“De amistades no, en todo caso, que algunos viejos amigos nos volvemos a encontrar.” **(Hombre acompañado 4)**

“No. Ha podido aumentar [...] la frecuencia con alguna persona, pero aumentar (el número), no.” **(Hombre acompañado 5)**

“No. Yo tengo a mis amigos y ya. Estas cosas de las redes sociales es algo muy delicado y se lo digo a mis hijos. Yo creo que ese es un tema que hay que ir con bastante cuidado.” **(Hombre acompañado 6)**

**Cuadro resumen 2: Relaciones personales.**

		HOMBRES	MUJERES
RELACIONES PERSONALES	APLICACIONES QUE HAN ADOPTADO EN SU VIDA COTIDIANA		
			prefieren adoptar aplicaciones sencillas y útiles para no depender de los demás.
	¿DESDE CUÁNDO USAN INTERNET Y SUS APLICACIONES?		
	En sus centros de trabajo, desde que salió al mercado, Otros desde que se jubilaron, hace menos de tres años,		
			otras que permanecieron en casa adquirieron un ordenador para uso común porque lo necesitaban sus hijos.
	¿REALIZAN ACTIVIDADES EN LÍNEA SOLOS/AS O ACOMPAÑADOS/AS?		
	generalmente solos/as, algunas veces invitan a sus parejas u otros familiares.		
	MANTIENEN CONTACTO VÍA INTERNET...		
		principalmente con familiares y amigos para quedar o por entretenimiento. con fines comerciales-profesionales.	con su círculo cercano de familiares y amigos que viven lejos.
	– a través del correo electrónico, <i>Skype</i> , <i>facebook</i> o <i>chats</i> (muy poco).		
	¿HA AUMENTADO EL NÚMERO DE SUS AMISTADES?		
	El uso de las aplicaciones de Internet no influye en el incremento de amistades pero sí en la interacción con personas conocidas.		
	¿PIDEN AYUDA?		
		sienten más confianza y no necesitan de nadie a menos que sea algo puntual,	se sienten más inseguras, pero más motivadas a aprender para no depender de los demás,
	– a generaciones más jóvenes y a profesionales.		
	BENEFICIOS		
		es una herramienta de trabajo y un canal para exponer sus productos, entretiene,	mantiene el cerebro activo, entretiene y llena el tiempo, facilita las tareas cotidianas al ahorrar tiempo y esfuerzo.
– es un portal de comunicación y conocimiento.			

- Identidad personal.

Las mujeres se sienten motivadas a hacer uso de Internet y sus aplicaciones porque hacen “cosas de jóvenes”, se distraen, ejercitan la mente, satisfacen su curiosidad, se relacionan con otras personas y se mantienen actualizadas y activas.

“Pues que alguien como yo, está haciendo cosas de gente joven y eso me da seguridad y que estoy y pertenezco al mundo de hoy, de ahora mismo.” **(Mujer acompañada 1)**

“Bueno, es una satisfacción, una motivación y distracción, saber más, pensar que a mi edad he aprendido esto y que lo puedo dominar tanto que la gente se queda sorprendida [...] ya no trabajas, ya no tienes que hacer nada para trabajar, es una cosa para realmente para pasártelo bien es una distracción.” **(Mujer acompañada 3)**

“Estar actualizada y vivir el día de hoy, la era digital, me gusta y de los cambios.” **(Mujer sola 1)**

“...hay que estar al día, porque encuentro que una persona, aunque sea mayor, tiene que estar al día, ¿no? no tiene que pensar que la vida ya la tiene hecha, no, jamás y he tenido alguna razón para pensarlo.” **(Mujer acompañada 4)**

“La comunicación, me gusta para no terminar, si Dios quiere, con Alzheimer, pues, pues tener un poco la mente, aprender cosas nuevas, me gusta para desarrollar un poco y para las pocas neuronas que nos quedan y que a cierta edad que podamos.” **(Mujer acompañada 6)**

“Curiosidad y entretenimiento.” **(Mujer sola 3)**

“No me motiva nada más que relacionarme con la gente.” **(Mujer acompañada 2)**

Los hombres por el contrario, no se sienten motivados a hacer uso de Internet y sus aplicaciones. Al disponer de más tiempo libre usan Internet para satisfacer su curiosidad y éste se convierte en un medio más de distracción. Sólo algunos lo consideran una herramienta práctica en su vida cotidiana.

“Motivación ninguna, la curiosidad... [...] Directamente no me motiva para nada.” **(Hombre acompañado 1)**

“No es que me motive nada, es que está ahí. Digamos que la posibilidad de usarlo pues está allí. Es una posibilidad más que existe como sólo antes había el teléfono, o sólo las cartas y antes ni eso.” **(Hombre solo 2)**

“Una porque estoy desocupado y es porque tengo mucho tiempo libre y lo ocupo en esto y me gusta aprender cosas. Aunque ya digo, siempre miro las cosas que a mí me puedan servir, lo que no, para qué lo voy a mirar.” **(Hombre acompañado 2)**

“Bueno, los jubilados nos tenemos que distraer en algo.” **(Hombre acompañado 3)**

“...pues la utilidad y la diversión.” **(Hombre acompañado 4)**

“[...] utilidades de la vida práctica, de conocimiento, de información, básicamente esto. Por ejemplo, que es un poco lo mismo. Si yo quiero ver una película y quiero saber un poco más de la misma pues Internet me lo resuelve. Si yo me pongo a cocinar y necesito una receta de cocina voy a Internet y me lo resuelve.” **(Hombre acompañado 5)**

“A que es una herramienta fenomenal, que te permite al tener cuidado, y al saber utilizarla, te permite conectar y contactar en cualquier parte del mundo en cuestión de segundos.” **(Hombre acompañado 7)**

“Para desconectar de la rutina diaria y para seguir en contacto con amigos. “Para desconectar más bien.” **(Hombre solo 1)**

Conocer cosas que de otra manera me costaría mucho conocer. A nivel general siempre aquello en cine y tener IM data base (IMDB) para saber de un actor o un director, de su filmografía, actuó con fulanito y menganito.” **(Hombre solo 3)**

Las mujeres mayores, al hacer uso de las aplicaciones de Internet, no buscan hacer nuevos contactos. Se relacionan con personas de diferentes edades con las que comparten intereses comunes y que conocen con anterioridad porque pertenecen a su círculo más cercano.

“Yo interactuó con gente de mi edad y gente joven también que conozco [...] yo me relaciono bien con cualquier edad.” **(Mujer acompañada 1)**

“Sí, gente afín o de la misma edad que previamente conozco.” **(Mujer sola 2)**

“Buscar, buscar, no busco... me relaciono con los que ya tengo.” **(Mujer acompañada 2)**

“...en general es la familia o los amigos, en general, no busco gente.” **(Mujer acompañada 5)**

Los hombres, igual que las mujeres, se relacionan con personas afines que pertenecen a su círculo más cercano, aunque en algunos casos se muestran un poco más reacios a interactuar con generaciones más jóvenes porque no comparten los mismos intereses.

“No, no... mi nieta, mi familia, compañeros, compañeras de ahí del centro de Internet...” **(Hombre acompañado 3)**

“Básicamente lo utilizo para temas muy concretos y en eso no juega la edad.” **(Hombre acompañado 6)**

“No, aunque es probable que mis amigos sean más próximos a mi edad que a otra. Pero también tengo hijos, pues también.” **(Hombre solo 2)**

“Mayormente sí, gente de la misma edad o más mayor porque con una persona joven no te puedes meter, ¿sabes?, porque ni te hace caso...” **(Hombre acompañado 2)**

Las mujeres en general prefieren compartir sus experiencias digitales con familiares y amigos. Pero a veces sienten que sus esposos no muestran interés alguno por el uso de la tecnología en este aspecto.

“Con amigos y familia, la que tengo en Estados Unidos, aquí y con amigos.” **(Mujer acompañada 2)**

“Comparto mucho... con mis hijos mucho, un novio de mi hija también...” **(Mujer acompañada 3)**

“Con amigas.” **(Mujer acompañada 5)**

“Con los amigos habitualmente.” **(Mujer sola 1)**

“Comparto con mi red (social), familiares, amigos, o con la gente conocida.” **(Mujer sola 2)**

“Con mis hijos y la familia.” **(Mujer sola 3)**

“Con mi marido que está al lado viendo la tele o lo que sea y le digo: “¡ay mira!” que nos mandan una fotografía mis sobrinos que están en León y otros que están por Santander y por ahí.” **(Mujer acompañada 1)**

“Con mi esposo no. Mi esposo no tiene nada de interés, es apático, no le gusta. A veces con mis sobrinos por *facebook*...” **(Mujer acompañada 7)**

Los hombres en general también comparten sus experiencias digitales con familiares y amigos e incluyen en ese círculo a colegas y compañeros. Algunos piensan que Internet es más para la juventud y hacen otro uso del ordenador sin conexión a Internet.

“Con los colegas, mis hijos, con mi mujer, mis compañeros, con todos.” **(Hombre acompañado 4)**

“Sí, se podría decir que con un sobrino mío.” **(Hombre acompañado 7)**

“Con poquita gente, yo sé muy poco de Internet. Mira que esto abarca cantidad de cosas, pero yo no. La juventud sí que lo sabe todo.” **(Hombre acompañado 2)**

“Yo diría de lo que encuentro o no, con mi mujer que tampoco no es tanto de Internet sino de otros usos del ordenador. Y a algún amigo...” **(Hombre acompañado 5)**

Los hombres, sobre todo los laboralmente activos, están familiarizados con el uso de las aplicaciones de Internet debido a que las utilizan con frecuencia y esto les permite practicar y aprender más sobre su funcionamiento. Muchos se consideran autodidactas y hacen un uso básico de las aplicaciones que ya conocen. Las dificultades que encuentran son principalmente técnicas y la poca instrucción escolar que tuvieron. Es importante señalar el escaso interés que muestran algunos hombres en aprender a hacer uso de la tecnología.

“Mmm, no porque [...] si sé su funcionamiento, no tengo problema. Si ya no lo sé, ya no lo hago.” **(Hombre acompañado 7)**

“No puedo opinar porque casi no utilizo Internet, muy poco. Lo justito para algunas cosas.” **(Hombre acompañado 1)**

“No me manejo muy bien el tema de blogs, de foros y todo esto. A parte de que no me interesan mucho, pero bueno.” **(Hombre acompañado 5)**

“Bueno, serán las que uso menos o en las que no estoy interesado... pues no lo sé.” **(Hombre solo 2)**

Por el contrario, las mujeres están más motivadas a usar las aplicaciones de Internet y muestran mayor interés por aprender que los hombres, a pesar de encontrar más dificultades.

“Si cuando te encuentras en un tropiezo de cosas técnicas, sobre todo, de que tienes que ser informático, pues me cuesta trabajo seguir adelante pero si no pido ayuda y si no pues sigo adelante y si no llamo a mi hijo como te dije antes.” **(Mujer acompañada 5)**

La mayoría de las mujeres entrevistadas utilizan las *Redes Sociales* y pertenecen principalmente a *facebook*. Además, forman parte o están interesadas en otras redes como Foro Femenino o *twitter*. Su principal motivación es la de estar al tanto de lo que sucede a familiares y amigos, además de representar un reto ya que generaciones más jóvenes las utilizan. Sólo algunas mujeres no las utilizan y tampoco están interesadas en pertenecer a ninguna Red Social.

“Sí, *facebook* y un Foro Femenino.” **(Mujer acompañada 1)**

“Sí, *facebook*. Y quiero aprender a usar *Twitter*.” **(Mujer acompañada 7)**

“Sí, *facebook*.” **(Mujer sola 1)**

“Bueno, pues que ahí se habla mucha gente joven y bueno, veo lo que piensan y qué hacen y... a veces yo puedo aportar alguna cosa de este lío, ¿no?” **(Mujer acompañada 1)**

“Pues una amistad que me interesó que bueno... que me dijo por qué no aprendía y me lo puse como reto y dije: “pues ahora aprenderé” y ¡aprendí!” **(Mujer acompañada 2)**

“Estar en contacto con la familia, están todos mis sobrinos, con los primos, que con el hacer de cada día... es como estar conectados con ellos aunque existe distancia.” **(Mujer sola 1)**

“...no, no me parece. Yo por ejemplo, me encantan los SMS [...] donde esté no irme a sentar al ordenador, ¿entiendes? Me gusta la movilidad, el SMS en el móvil.” **(Mujer acompañada 6)**

“No.” **(Mujer sola 2)**

Al contrario que las mujeres, la mayoría de los hombres no están interesados en las Redes Sociales porque consideran que suponen un peligro ya que en ellas se expone demasiada información y que son para generaciones más jóvenes.

“No, [...] es un factor incontrolable, [...] en el momento en el que pongas cosas tuyas ya no vas a ser dueño de tu destino, por decirlo de una manera. Y también, porque no le he visto la utilidad. Entonces, ¿para qué?” **(Hombre acompañado 5)**

“No, [...] yo pertenezco a asociaciones de vecinos, pero en Internet no, porque no me interesa. Ya le digo, son cosas virtuales que a mí no me interesan.” **(Hombre solo 3)**

“No. Me meto a ver fotos por mis nietas o mis hijas pero no pertenezco a ninguna red. A nada.” **(Hombre acompañado 2)**

“No. [...] porque estoy un poco a la vuelta de todas esas cosas. No me interesa. Meterme en un foro y ponerme a discutir, no. Y creo que estoy un poco fuera de eso. Eso es para gente más joven.” **(Hombre acompañado 6)**

Como se ha comentado en el párrafo anterior, son menos los hombres que usan las Redes Sociales y lo hacen indistintamente a través de *facebook*, para estar al corriente de lo que sucede a familiares y amigos en su día a día, o a través de otras redes sociales, con fines comerciales, como *LinkedIn*, para “abrir puertas” y establecer relaciones con clientes potenciales, beneficiosos para su negocio.

“Sí, a *facebook*.” **(Hombre solo 1)**

“Bueno, porque siempre lees cosas nuevas, siempre estás más al día de todo lo que pasa.” **(Hombre solo 1)**

“El contacto fácil, rápido e instantáneo con muchos amigos y amigos de amigos y encontrar a gente.” **(Hombre solo 2)**

“*LinkedIn* [...] la que utilizamos en la empresa para conectar con nuestros clientes actuales y potenciales. Es una manera de marketing para establecer contactos. Para enviar documentación, cosas que tenemos nuevas, enviar campañas.” **(Hombre acompañado 4)**

“Sí. Mis razones son meramente comerciales.” **(Hombre acompañado 7)**

**Hombres y mujeres coinciden en que su motivación para pertenecer a las Redes sociales es poder estar en contacto con familiares y amigos. Para las mujeres representa además un reto hacer uso de las mismas. Los hombres, sin embargo, se muestran más indiferentes, las consideran un peligro por el exceso de información expuesta y piensan que son adecuadas para generaciones más jóvenes.**

Las mujeres, en general, consideran que el uso de las aplicaciones de Internet sí ha transformado su vida cotidiana, se sienten más animadas, informadas y reconocen su utilidad aunque no se sienten dependientes (las usan cuando las necesitan), quieren aprender más sobre ellas e incluso están abiertas a conocer otras nuevas. La mayoría de los hombres en cambio coinciden en afirmar rotundamente que las aplicaciones de Internet no han transformado su vida cotidiana. Sin embargo, algunos reconocen que el uso del mismo dentro del trabajo, ha transformado la manera de usar la tecnología.

“Sí, sí, si... por la ilusión, entusiasmo y sentirme viva [...] yo que tenía muy mala memoria, pues con esto [...] se está despertando mi mente. Pues que estoy contenta de mí misma (risas) por poder desarrollar [...] esta nueva faceta que es tan estupenda... que comunica con el mundo entero en un momento...” **(Mujer acompañada 1)**

“Me gustaría mucho seguir en *facebook* y *twitter*, [...] lo que tengo es mucha voluntad para hacer las cosas y si hace falta estar hasta las tres o cuatro de la mañana lo estoy, porque tengo voluntad...” **(Mujer acompañada 7)**

“Sí, porque no dependo de Internet en mi vida, pero me gusta tenerlo si lo necesito y lo uso.” **(Mujer sola 1)**

“Un poco sí. No sé, me encuentro más informada con respecto a cosas que me interesan, que de otra manera no tendría medio de enterarme.” **(Mujer sola 3)**

“...esto de aprender es muy bueno, para la juventud es bueno, ¡pero para los mayores, más! Tienes que abrir la mente, a veces me mandan muchos *emails* [...] me mandan juegos para el *Alzheimer* y pues para la mente.” **(Mujer acompañada 3)**

“No.” **(Hombre acompañado 6)**

“No, tampoco.” **(Hombre solo 1)**

“No” (**Hombre solo 2**)

“Lo utilizo pero me divierto, es un gran juguete para mí.” (**Hombre acompañado 4**)

“En cuanto a hacer compras a través de Internet... encuentro que hay más desconfianza (para los demás) en el pago en una página *web*, que en dar el número de visa por teléfono a una persona que no conoces [...] (Para mí) es como si estuvieras accediendo a un cajero con más seguridad en Internet que dándome la fecha y número de tarjeta por teléfono. [...] a lo mejor es porque yo también tengo tienda *online*, entonces claro [...] he creado esta tienda *online* de la base de un comercio y hay mucha gente que hace una tienda *online* de la base de una estafa,...” (**Hombre acompañado 7**)

**Cuadro resumen 3: Identidad personal.**

		HOMBRES	MUJERES
IDENTIDAD PERSONAL	MOTIVACIONES		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- curiosidad, distracción,</li> <li>- pocos la consideran una herramienta práctica para su vida cotidiana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “hacer cosas de jóvenes”,</li> <li>- estar actualizadas,</li> <li>- relacionarse con más gente,</li> <li>- curiosidad,</li> <li>- ejercitar la mente.</li> </ul>
	¿BUSCAN GENTE AFÍN O DE LA MISMA EDAD?		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- la mayoría se identifica con personas afines que pertenecen a su círculo cercano,</li> <li>- algunos, prefieren a personas de su misma edad porque no comparten los mismos intereses que los jóvenes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- en general, se identifican con personas con quienes comparten intereses comunes y que previamente conocen, sin importar la edad.</li> </ul>
	COMPARTEN SUS EXPERIENCIAS DIGITALES CON...		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- familiares y amigos, incluyendo a compañeros del trabajo,</li> <li>- en algunos casos, consideran que Internet es para la juventud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- familiares y amigos,</li> <li>- sienten que sus esposos no están interesados en la tecnología.</li> </ul>
	DIFICULTADES		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- sobre todo, problemas técnicos,</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- la mayoría se considera autodidacta,</li> <li>- poca instrucción escolar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a pesar de ello, se sienten motivadas a seguir usando Internet y a aprender nuevas aplicaciones.</li> </ul>
	A QUÉ RED SOCIAL PERTENECEN Y POR QUÉ		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la mayoría no está interesada, lo consideran un peligro por el exceso de información expuesta,</li> <li>- otros opinan que son para generaciones más jóvenes,</li> <li>- algunos sólo utilizan <i>facebook</i> o <i>LinkedIn</i> con fines comerciales o profesionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- principalmente a <i>facebook</i>, Foro Femenino y <i>twitter</i>,</li> <li>- para estar al tanto de lo que sucede a familiares y amigos,</li> <li>- son un reto porque generaciones más jóvenes las utilizan,</li> <li>- en otros casos no les interesa porque prefieren la movilidad a sentarse frente al ordenador.</li> </ul>	
¿EL USO DE ESTA TECNOLOGÍA HA TRANSFORMADO SU VIDA COTIDIANA?			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– la mayoría opina que no,</li> <li>– lo que se ha transformado es la manera de trabajar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– la mayoría opina que sí.</li> <li>– reconocen su utilidad aunque no se sienten dependientes,</li> <li>– quieren aprender a hacer uso de otras nuevas.</li> </ul>
--	---	---

• Búsqueda de información.

Las mujeres buscan información motivadas por simple curiosidad o para ampliar conocimientos y lo hacen por Internet porque es una herramienta que permite búsquedas rápidas y cómodas. Los temas son muy variados: entretenimiento y ocio, política, cultura, salud, historia, nuevas tecnologías, educación, hobbies, noticias...

“Entretenimiento, mapas... (para) afianzarme en lo que estoy aprendiendo [...] en la academia lo aprendo y en casa lo pongo en práctica.” **(Mujer acompañada 1)**

“Política.” **(Mujer acompañada 2)**

“Viajes, países, enfermedades, cultura, [...] canciones, muchos cuadros...” **(Mujer acompañada 3)**

“...busco, por ejemplo, cuando tengo duda de un autor o un compositor o de alguna cuestión histórica... [...] Me resulta más fácil que meterme a una enciclopedia, o porque es muy rápida y porque es cómoda.” **(Mujer acompañada 5)**

“Generalmente busco información relacionada con las nuevas tecnologías, los avances en educación...” **(Mujer sola 1)**

“Bueno, de todo un poquito, si me interesa un tema, sea histórico o sea de alguna persona nombrada que me despertó el interés voy y lo busco o también por temas de estudio y por temas personales... [...] La motivación siempre está, digamos, por el lado que uno quiere ampliar ciertos conocimientos...” **(Mujer sola 2)**

“Aplicaciones más bien de jardinería, cultura, programas informativos, cosas así [...] (por) curiosidad y por aprender.” **(Mujer sola 3)**

Algunos hombres consideran que Internet es principalmente una fuente de información sobre diversos temas como política, salud, entretenimiento y ocio,

actualidad y otros temas más específicos relacionados con su actividad profesional. El buscador más utilizado es *Google*.

“Ya le digo, de la política, de lo que pasa cada día, [...] la religión, porque yo soy muy creyente de toda la vida...” **(Hombre acompañado 2)**

“Cada vez que tengo una duda yo entro a *Google* y es el oráculo, por ejemplo, a mí me recomiendan una medicina, busco en Internet, si estoy leyendo una novela y menciona alguna ciudad entro a la ciudad para ver cómo es. Voy a hacer un viaje y entro. Lo uso casi para todo y además tengo el *iPhone*, y desde ahí me conecto y el *GPS* [...] (para) estar al día, saber más.” **(Hombre acompañado 4)**

“...mayoritariamente, si mi actividad es del mundo del chocolate, pues intento buscar información sobre el chocolate [...] obviamente voy a *Google*, ¿quién no va a *Google*?” **(Hombre acompañado 7)**

“Pues toda, depende. Puede ser información de turismo, de viajes, de precios, de compras, de noticias, de películas, de canciones [...] Por curiosidad o el afán de noticias. Para informarme.” **(Hombre solo 2)**

“Para saber exactamente a dónde debo de ir, para no tener ninguna equivocación, ninguna duda en el viaje y cuando llego al sitio, saber lo que veo. Porque ya lo he visto antes.” **(Hombre acompañado 1)**

Tanto hombres como mujeres afirman que no siempre encuentran lo que buscan o tardan en encontrarlo, debido a que la información es excesiva, mala, repetitiva... aunque también reconocen no saber buscar. Por eso recurren a páginas específicas que ya conocen, páginas que comparten su misma ideología o piden ayuda a otras personas. Los hombres señalan que la información de Internet es más fiable cuando se trata de mapas, lugares, calles y noticias.

“Excesiva y muchas veces muy mala.” **(Mujer acompañada 5)**

“Siempre, pero no como lo querría encontrar. Te vuelvo a repetir que a veces no me aclaran, todos dicen lo mismo, lo mismo, ¡lo mismo!” **(Mujer acompañada 6)**

“Más o menos, porque ya veo sitios que sean de tu modo de pensar y claro así ya encuentras más información.” **(Hombre acompañado 2)**

“Siempre diría que no, quizá porque no lo sé buscar, ¿eh? Pero... otras muchas cosas sí.” **(Hombre acompañado 5)**

“Mmmmmm... 80% de veces sí.” **(Hombre acompañado 7)**

“Siempre. A veces tardo, pero lo encuentro.” **(Mujer sola 1)**

“Algunas veces sí, y algunas veces pido socorro porque no sé buscarlo bien.”  
**(Mujer sola 3)**

Los hombres reciben información de su interés en su correo electrónico porque pertenecen a listas de correos de organizaciones y grupos donde realizan actividades concretas, conforme a su ideología y estilo de vida. Hay quien se molesta por la cantidad de información que llega a su correo, que no ha solicitado y que no es de su interés:

“Porque me mandan a veces mensajes de las situaciones que hay que son de mis ideas y claro, ¡pues me agrada!” **(Hombre acompañado 2)**

“Sólo recibo información de gente a la que conozco porque pertenecemos a organizaciones.” **(Hombre acompañado 5)**

“...lo uso con amigos y con temas que hago, actividades que desarrollo, algunas de tipo social [...] Tenemos una pequeña organización de mi edad, de matrimonios, básicamente entonces nos dedicamos a hacer labor social, a una congregación católica.” **(Hombre acompañado 6)**

“Yo lo que recibo es una cantidad de email basura que no sé, [...] esto la verdad me irrita.” **(Hombre acompañado 7)**

Las mujeres, también reciben información en su correo electrónico y están suscritas a diferentes listas de correos, pero la variedad de temas por los que se interesan es mucho más amplia: política, actualidad, ONG's, páginas de *facebook*, cultura, moda, formación, empleo... Y además, buscan información actualizada en la prensa digital de acuerdo a su ideología.

“No, yo a lo único que estoy inscrita son a los de mi pueblo. O sea, estoy en *Cerdanyola* al día, y en el momento que hay una reunión en el Ayuntamiento pues ya sabes [...] en seguida me sale en *facebook*, [...] tengo varias cosas que me mandan así... que días atrás tuve que borrar porque [...] no quiero que me califiquen. Aquí es un pueblo. Todo el pueblo somos amigos...” **(Mujer acompañada 3)**

“Yo no soy como mi marido que abre mucho la cuestión de prensa, si recibo alguna noticia actualizada es porque estoy metida en unas dos o tres ONG’s...”  
**(Mujer acompañada 5)**

“Recibo boletines electrónicos y los leo...o sea, información acorde a mi vida, a mi estilo de vida.” **(Mujer sola 1)**

“A veces sí, por ejemplo me había inscrito en la *Caixa*, en un museo que ellos tienen, entonces me llega información de ellos porque yo me había anotado, después de cursos, mucha información de cursos y de empleo también... tengo que tener un correo específico para cada cosa.” **(Mujer sola 2)**

“Recibo correo comercial de tiendas, por ejemplo, recibo de *bicing*, pero así noticias actualizadas...” **(Mujer acompañada 6)**

“...lo que más me gusta es tener información mundial, el periódico, [...] siento un poco la política en mis huesos.” **(Mujer acompañada 4)**

“...busco en periódicos, y leemos *La Vanguardia*, pero me gusta leer el *ABC*, [...] nada más abrir mi *email*, me salen en *Yahoo* todas las noticias actualizadas del momento...” **(Mujer acompañada 6)**

**Cuadro resumen 4: Búsqueda de información.**

		HOMBRES	MUJERES
BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN QUE BUSCAN		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- política, salud, entretenimiento y ocio,</li> <li>- temas de actualidad o relacionados con su actividad laboral,</li> <li>- buscador más usado: <i>Google</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- temas relacionados con su vida cotidiana y con las actividades que realizan con los nietos/as, principalmente,</li> <li>- temas variados: entretenimiento, cultura, salud, historia, moda, nuevas tecnologías, educación, <i>hobbies</i>, noticias.</li> </ul>
	MOTIVACIONES		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- es una gran fuente de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- curiosidad, ampliar conocimientos.</li> <li>- rapidez y comodidad.</li> </ul>
	¿ENCUENTRAN LO QUE BUSCAN?		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- recurren a páginas que ya conocen,</li> <li>- la información es excesiva, mala y repetitiva,</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- la información es más fiable cuando se trata de mapas, lugares, calles y noticias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- reconocen que no saben buscar y piden ayuda a otras personas.</li> </ul>
	RECIBEN INFORMACIÓN EN SU CORREO ELECTRÓNICO		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- en general a través de listas de correos de organizaciones y grupos donde realizan actividades concretas,</li> <li>- se molestan si reciben información que no han solicitado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- en general a través de listas de correos de organizaciones, museos, ONG's, páginas de <i>facebook</i>, moda, formación, empleo,</li> <li>- no se molestan si reciben información no solicitada, sólo leen la que les interesa.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- buscan información de acuerdo a su ideología.</li> </ul>	

- Acceso a otros medios vía Internet.

La mayoría de las mujeres accede a otros medios a través de Internet: leen el periódico, escuchan la radio, ven programas de TV. Y sólo algunas no lo hacen porque desconocen esta posibilidad o porque prefieren los medios tradicionales.

“Para ver TV sí, para periódico también, [...] lo que yo hago es ponerme en el ordenador para ver una cosa que leí, [...] ver las opiniones de otros periódicos de alguna cosa que me interesa, para comparar, [...] pongo música cuando plancho.”  
**(Mujer acompañada 3)**

“Sí, para leer el periódico.” **(Mujer acompañada 4)**

“Para escuchar el radio, sí.” **(Mujer acompañada 6)**

“Para escuchar radio, sí. Accedo porque sé que hay programas de radio que están por *podcast* y los busco.” **(Mujer sola 1)**

“No, generalmente es para escuchar música.” **(Mujer sola 2)**

“Para leer el periódico, sí.” **(Mujer sola 3)**

“Para ver TV no. Pero sí leo el periódico por Internet.” **(Mujer acompañada 2)**

“No. ¡Por el portátil no!” **(Mujer acompañada 1)**

“¿Para ver TV? No, ahora me entero. ¿Para escuchar la radio? Nooooo, ni sé si existe. (Leer el periódico) Sí, es lo primero que hago.” **(Mujer acompañada 7)**

La mayoría de los hombres también hace uso de Internet para acceder a otros medios: leen diferentes diarios, escuchan la radio, bajan música y ven programas de TV, aunque esto último sólo de manera puntual, ya que prefieren el medio tradicional.

“Sí, para leer el periódico.” **(Hombre acompañado 2)**

“Sólo para leer los periódicos.” **(Hombre acompañado 6)**

“...para leer periódicos y escuchar el radio.” **(Hombre solo 3)**

“Sí, algunas veces sí. Algunas veces como nosotros colaboramos con programas de radio y no he podido escuchar en directo el programa, entonces accedo a Internet a la hemeroteca y los escucho o los veo...” **(Hombre acompañado 7)**

“...para ver TV muy pocas veces.... A veces lo he hecho para las televisiones extranjeras. Aunque se puede hacer en casa de otros amigos, yo no. ¿Radio? Lo hacía, para escuchar radio extranjera, no las de aquí. Para leer periódicos, sí, bastante.” **(Hombre solo 2)**

“No, normalmente la vemos aquí, me gusta más aquí que por Internet. (Señala la TV que tiene en el salón de su casa)” **(Hombre acompañado 3)**

“No. A menos que sea TV a la carta. Música y leer periódicos.” **(Hombre acompañado 4)**

Para la mayoría de las mujeres, las ventajas de Internet son múltiples, y esto les anima a usarlo como herramienta para acceder a otros medios. Conocen la actualidad de manera inmediata y de cualquier parte del mundo sin tener que salir de casa, es más económico, les permite comparar una misma noticia en diferentes diarios o hacer un seguimiento de los temas que les interesan y pueden hacerlo en cualquier momento sin depender de la franja horaria establecida. Otras, sin embargo, acceden únicamente por entretenimiento, para seguir su programa de TV favorito o para escuchar la radio.

“Estar actualizada... dentro de mis posibilidades, estar actualizada.” **(Mujer sola 1)**

“Porque así no lo compro y si quiero alguna noticia de mi ciudad lo veo ahí.” **(Mujer sola 3)**

“Comparación, [...] mi hermano me dice, [...] “mira en el periódico tal han puesto esto” que en cambio en *La Vanguardia* no lo han puesto.” **(Mujer acompañada 3)**

“Si pierdo algún programa de la TV de noticias, yo lo puedo pillar por Internet.” **(Mujer acompañada 2)**

“Bueno, yo lo hago por músicas que tengo grabadas, ¿eh?, no es que lo haga directamente a través de radio. En eso estoy bastante dura de buscar alguna radio, porque me fastidia muchas veces la demora que tiene, ¿eh? A veces quieres bajar una música y se tarda mucho y a veces prefiero no acceder al radio por Internet.” **(Mujer sola 2)**

Sin embargo, en el resto de las mujeres entrevistadas, sigue habiendo resistencia al uso de Internet para acceder a otros medios:

“Todo tiene un límite en el uso, esto es algo muy bueno que ha sucedido, pero también está la desventaja de estar todo el día encima de él, ¿no? Se pierde la imaginación, la redacción personal porque ya creaste a través de eso, de ese medio. Es bueno. En la mitad, sí.” **(Mujer sola 2)**

“No me gusta nada. No me gusta ver la televisión en Internet, prefiero, ver la televisión en la televisión y ver Internet en Internet, sí me parece incómodo lo otro.” **(Mujer acompañada 5)**

“Para mí es una desventaja el no tener a una persona a lado para que me ayude. Ahora mismo, tengo problemas para poner contraseña para poder entrar.” **(Mujer acompañada 7)**

En el caso de los hombres, las ventajas que encuentran al acceder a otros medios a través de Internet son muchas: la rapidez y gratuidad, la posibilidad de comparar una misma noticia en diferentes diarios o periódicos, estar al tanto de lo que sucede en sus países de origen y en cualquier otra parte del mundo:

“[...] la noticia es inmediata, anterior a la edición del periódico, mañana me meto a Internet y está noche tengo la noticia que aparece en el periódico al día siguiente. La noticia siempre es anticipada en Internet, pero sí algunas noticias, no todo el periódico.” **(Hombre acompañado 1)**

“...no me cuesta dinero comprarlo, y que leo todos los periódicos que me apetecen, ¡todos los periódicos que quieras! ¿Inconveniente? ninguno. Ventajas, todas, ¡está clarísimo!” **(Hombre acompañado 2)**

“...porque es instantáneo, y luego porque en Internet puedes leer 20 periódicos y oír la opinión o las voces de tantos periódicos diferentes...” **(Hombre acompañado 5)**

“... estar al tanto de lo que pasa en México, siendo imposible tener el periódico de papel...” **(Hombre acompañado 4)**

“El de México no lo tienes en la mano, entonces ahí lo puedes ver [...] y porque es mucho más fácil ver las noticias del día que bajar comprar el periódico. Subir. Leerlo.” **(Hombre solo 2)**

Por el contrario, algunos hombres expresaron las desventajas de usar Internet, sobre todo la falta de fiabilidad de las fuentes debido al exceso y rapidez de información que impide la concentración y la valoración crítica de la misma:

“La desventaja, supongo es que si estás muy enganchado y si sobre todo si no tienes capacidad de filtro y de valoración crítica de lo que te ponen. Ahí estás perdido entonces.” **(Hombre acompañado 5)**

“¿Desventajas? puede ser que la multiplicidad de fuentes, la rapidez con que se da todo e impide la concentración, [...] y uno le gusta una Ópera y va a *YouTube*, pero claro hay cuarenta y siete fragmentos repetidos por veintitrés (personas diferentes) y eso lo vuelve loco a uno. **(Hombre solo 2)**

Además de las actividades mencionadas anteriormente (TV, radio y prensa digital), las mujeres hacen otro uso de Internet:

“Bajo recetas para cocinar por Internet. Yo enciendo el Internet por la mañana y ya sé que está listo, entonces yo, mientras que caliento la plancha voy a Internet. Estoy pillada.” **(Mujer acompañada 3)**

“¿Importantes? Pues el juicio de Australia, y además estoy metida en la Asociación de la Memoria Histórica de España. [...] el médico forense me dijo que me metiera en *facebook*...” **(Mujer acompañada 7)**

Mientras que los hombres, sobre todo los que siguen activos, hacen uso de aplicaciones más avanzadas de Internet dentro de sus centros de trabajo. Esto les lleva a desarrollar habilidades más complejas, lo que desemboca en el gusto por la tecnología y la adquisición de nuevos dispositivos.

“He creado cursos, diagnósticos psicológicos, comparto fotos, y con el *iPhone*, todas las aplicaciones, todas las bromas.” **(Hombre acompañado 4)**

“Sí, hemos hecho videoconferencias a través de nuestros colegas de Bruselas.” **(Hombre acompañado 7)**

La mayoría de las mujeres prefiere Internet antes que con cualquier otro medio tradicional. Mientras que el resto, prefiere la TV, la radio e incluso el teléfono antes que Internet.

“Con Internet. El periódico me gusta, pero a hora puedo acceder a todo a través de Internet.” **(Mujer acompañada 3)**

“Para mí, me quedaba con el Internet. Ahora bien, pensando en mi marido, la televisión. Internet porque tengo la información enseguida por la mañana.” **(Mujer acompañada 4)**

“Utilizo más Internet que la TV, lo veo más útil que la TV.” **(Mujer acompañada 6)**

“Internet y TV,...” **(Mujer sola 2)**

“Con Internet, porque avanza más. Es más amplio.” **(Mujer sola 3)**

“me quedo con Internet hombre... es mucho mejor. Porque ahí hay diversidad de todo.” **(Mujer acompañada 1)**

“... con la TV.” **(Mujer acompañada 2)**

“no me desprendería nunca del tocadiscos, de la radio, el Internet y luego la televisión, en ese orden.” **(Mujer acompañada 5)**

“[...] si me ocurre algo grave, puedo avisar a los médicos [...] está el teléfono también, ¿sabes? Pero urgente, urgente el teléfono.” **(Mujer acompañada 7)**

“Con la radio. Porque [...] me gusta escuchar distintos programas y no estoy con la pantalla.” **(Mujer sola 1)**

Los hombres, igual que las mujeres, prefieren Internet, ya que les permite acceder a otros medios y no al revés. Valoran el cambio tecnológico. Mientras que una minoría prefiere los medios tradicionales, aunque depende de la actividad que quieran realizar.

“Pues me quedaría con Internet. Es que por Internet haces todo ves la TV, oyes el radio, haces todo por Internet está todo.” **(Hombre acompañado 2)**

“Yo siempre me quedaba o bien con la tele o Internet. Me quedaba después con TV, distrae mucho.” **(Hombre acompañado 3)**

“Con Internet porque me permite todo.” **(Hombre acompañado 4)**

“Me quedaría con Internet.” **(Hombre acompañado 6)**

“Ah no, me quedaba con Internet. Con Internet lo tienes todo lo que me acabas de decir.” **(Hombre acompañado 7)**

“Y bueno, si existe Internet... prescindiría de todo, menos de Internet.” **(Hombre solo 2)**

“Porque Internet lo tiene todo, si hay una buena conexión, Internet lo tiene todo.” **(Hombre solo 3)**

“Quizá con la televisión porque es más cómodo.” **(Hombre solo 1)**

“Pues casi que me quedaría con Internet, pero vaya... según para que cosas no para todo.” **(Hombre acompañado 1)**

**Cuadro resumen 5: Acceso a otros medios.**

		HOMBRES	MUJERES
ACCESO A OTROS MEDIOS	¿ACCEDEN A OTROS MEDIOS A TRAVÉS DE INTERNET?		
		<p>la mayoría:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- leen diferentes periódicos en línea,</li> <li>- escuchan la radio,</li> <li>- bajan música,</li> </ul> <p>algunos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ven TV, pero en casos puntuales, porque prefieren el medio tradicional.</li> </ul>	<p>la mayoría:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- leen diferentes periódicos en línea,</li> <li>- escuchan la radio,</li> <li>- ven TV,</li> </ul> <p>algunas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- no conocen esta posibilidad,</li> <li>- prefieren los medios tradicionales.</li> </ul>
	MOTIVACIONES Y VENTAJAS		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- conocer la actualidad de manera inmediata y de cualquier parte del mundo sin tener que salir de casa,</li> <li>- es más económico o incluso gratuito,</li> <li>- les permite comparar una misma noticia en diferentes diarios o hacer un seguimiento de los temas que les interesan,</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- saber lo que sucede en sus países de origen o en cualquier parte del mundo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pueden acceder en cualquier momento sin depender de la franja horaria establecida,</li> <li>- algunas acceden sólo por entretenimiento.</li> </ul>
	DESVENTAJAS		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- falta de fiabilidad,</li> <li>- exceso de información que impide la concentración y valoración crítica de la misma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- estar todo el día conectadas,</li> <li>- no tener a nadie al lado para que les ayuden.</li> </ul>
	OTRAS ACTIVIDADES		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- hombres activos: en sus centros de trabajo desarrollan habilidades más avanzadas que desembocan en el gusto por la tecnología y la adquisición de nuevos dispositivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bajar recetas,</li> <li>- temas de interés personal: Memoria Histórica de España, etc.</li> </ul>
	INTERNET/MEDIOS TRADICIONALES		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la mayoría prefiere Internet a los medios tradicionales,</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- algunos prefieren los medios tradicionales, dependiendo de la actividad que quieran realizar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- algunas, prefieren TV, radio e incluso el teléfono.</li> </ul>	

- Futuro.

La mayoría de las mujeres reconoce “no tener ni idea” o sentirse inseguras en el uso de las aplicaciones de Internet. Aun así, quieren desarrollar nuevas habilidades de cara al futuro, así como profundizar en las que ya conocen para dominarlas. Y sólo en algunos casos se sienten saciadas, limitadas por la edad, prefieren el trato personal en vez de usar tanta tecnología o no la ven como algo necesario.

“Profundizar en páginas webs y música.” **(Mujer sola 1)**

“Bueno, me gustaría saber el manejo de los blogs de poder crear páginas web, a pesar de que no tengo ni idea pero me gustaría.” **(Mujer sola 2)**

“[...] son cosas en las que no tengo seguridad, y cuando me pongo pienso: “¿y si me pongo y lo estropeo? o ¿sí lo hago bien? o ¿sí?” ¿Sabes?, tengo que ir aún haciendo y mirando cosas. [...] Me gustaría dominar más y poder saber hacer más cosas. No sé, que no tuviera problemas.” **(Mujer acompañada 3)**

“Sobre todo, las de conectarme perfectamente y de saber lo de Internet y todo lo que es de hoy, la informática, todo lo actual.” **(Mujer acompañada 4)**

“Pues muchas cosas, pero quiero que venga alguien para que aprenda, pero mi marido es celoso [...] y no me deja hacer cosas que quiero hacer. [...] Y a él le encanta Sitges. Si estoy allí tres o cuatro días me voy a la playa y me voy al Internet, a un locutorio para usar Internet.” **(Mujer acompañada 7)**

“No, yo ya no... ya tengo bastante [...] es muy problemático, yo que sé mi futuro cuál es. No le veo futuro... he de contar con que tengo ochenta y dos años, no sé, mi futuro es a corto plazo.” **(Mujer acompañada 2)**

“Pues por ejemplo, pintar. Y creo que por ahí se puede aprender algo, pero estoy entrando en los primeros pasos. [...] prefiero que no, me gusta la presencia, me gusta la gente” **(Mujer acompañada 1)**

“¿Más?... como gustarme, me gustaría, pero estoy saciada. Prácticamente, hay tanta y tanta (variedad de aplicaciones) que desconozco en los móviles e Internet, [...] es más que para la edad que tengo, no, no, yo estoy más tranquila y no necesito nada.” **(Mujer acompañada 5)**

“Quizá mi ignorancia de no saber todo lo que dan, me hace el no necesitar querer nada, a lo mejor, no lo sé, no tengo ni idea.” **(Mujer acompañada 6)**

La opinión de los hombres sobre el tipo de habilidades que les gustaría desarrollar de cara al futuro, está dividida. Los más optimistas se imaginan haciendo uso de las aplicaciones de Internet e incluso muestran interés en profundizar en aquellas aplicaciones que ya conocen y utilizan. Mientras que los más pesimistas se sienten, sobre todo, limitados por la edad, consideran que la tecnología no es para ellos, y al no tener suficientes habilidades digitales, no las creen necesarias ni les sacan partido.

“Me gustaría conocer más en profundidad las aplicaciones de *Google Earth*...”  
**(Hombre acompañado 6)**

“Me gustaría saber desarrollar *webs*, saber informática. [...] ahora ya se pueden ver vídeos y alta definición [...] Desconozco las Redes Sociales, pero creo que es un mundo aparte” **(Hombre acompañado 3)**

“Siempre me ha gustado estar más o menos al día (como) perfeccionar el *photoshop*, lo sé usar y lo uso.” **(Hombre acompañado 4)**

“Ninguna, ya estoy caducado yo. Ni idea. Ya no estaré en este mundo [...] Yo con setenta y seis años pocas ganas voy a hacer y me voy a interesar por estas cosas. [...] lo hago, pues sí, pero el afán de aprender mucho más, de saber mucho más... A mis setenta y seis años ya se me hace muy, muy largo para mi edad.”  
**(Hombre acompañado 1)**

“Ya le he dicho que no tengo aspiraciones a nada. “¿Lo sabe usted? Yo no sé si esto... esto irá a más también y ¿a dónde se va a llegar? Eso ¡sabe Dios lo que puede pasar allí! Me gustaría saber, pero como no lo necesito, para qué me voy a preocupar, porque ya son muchos años y tienes que tener memoria para abrir las cosas y si te metes en demasiado jaleo, te haces un lío que lo pierdes todo.”  
**(Hombre acompañado 2)**

“Ya poca esperanza, ya poco, con la edad que tengo, ya puedo hacer poco y cuando llegue a esa edad...” **(Hombre acompañado 3)**

“... el que sabe, [...] le saca mucho más partido, infinitamente que yo.” **(Hombre acompañado 5)**

La mayoría de las mujeres considera que hacer uso de las aplicaciones de Internet es algo complementario, positivo, que les aporta numerosas ventajas, sin embargo, no creen que cambie significativamente su vida cotidiana en el futuro. En algunos casos muestran cierto temor a crear una dependencia de Internet,

insisten en que se debe hacer un uso consciente del mismo, sólo cuando es necesario.

“Depende de mí. No de los medios de comunicación. Ni de los medios a los que tengo a mi alcance, depende totalmente de mí, que mejore mi vida cotidiana, ¿si no me lo monto yo? (retándose a ella misma).” **(Mujer acompañada 5)**

“Mi vida creo que va a continuar más o menos de esta forma, porque tengo una disciplina para el uso de Internet, porque dentro del ocio, no me conecto a Internet si no que busco la naturaleza.” **(Mujer sola 1)**

“...pues no lo sé, yo creo que igual que siempre.” **(Mujer sola 3)**

“Bueno, tan buena como ahora, ¿no? que estoy aprendiendo, porque la idea es seguir aprendiendo y vivir cada día.” **(Mujer acompañada 1)**

“...me gusta estar más informada, creo que son cosas muy buenas y [...] si esto se utilizara para bien, me parece maravilloso.” **(Mujer acompañada 6)**

“(cambiaría) Mucho y de forma positiva pero siempre guardando mi creatividad, no que me absorba.” **(Mujer sola 2)**

Los hombres, igual que las mujeres, coinciden en afirmar que el uso de Internet es positivo y ventajoso porque proporciona entretenimiento y hace que la vida sea más práctica, pero no creen que éste cambie significativamente sus vidas en el futuro. Muestran, de nuevo, bastante preocupación por la edad y el paso del tiempo, y temen también que se cree una dependencia de Internet que vaya en detrimento del trato personal.

“Bueno, más divertida, más práctica.” **(Hombre acompañado 4)**

“Sí, supongo que sí. Pero no sólo para mí, sino para toda la gente en general.” **(Hombre solo 1)**

“Creo que mi vida será visual, o sea, que podré conectarme con usted o con quien quiera a través de la visión. Ahora, lo hacemos a través de la escritura, mediante *chat*, *email* y creo que será mediante TV o digámosle visión.” **(Hombre acompañado 7)**

“Igual que ahora.” **(Hombre acompañado 5)**

“Mi vida, yo creo que será igual. No me voy a transformar por mejorar esto. Lo utilizo como *hobby* y como fuente de conocimiento y para estudiar, pero nada

más.” **(Hombre acompañado 6)**

“Internet, según anuncian te va a permitir hacer todo, ¿Qué pasa?, ¿qué no vamos a salir de casa? Se está perdiendo el contacto físico, ahora vamos a comprar por Internet un ordenador y te lo van a enviar [...] Es alucinante. Tanto es malo. Y esto te produce un caos.” **(Hombre solo 3)**

“No. En un futuro será igual. Porque Internet no puede impedir que yo envejezca. Pero mi vida en principio, seré yo quien debe cuidarme (se), no Internet.” **(Hombre solo 2)**

La información que buscan las mujeres por Internet es muy variada. De cara al futuro les gustaría encontrar temas relacionados con sus actividades cotidianas y sus intereses personales. En cuanto a los servicios, desean una mejor clasificación de la información y de las páginas que muestran los buscadores.

“No sé, está bastante completo, ¿verdad? No sé en qué otra cosa querría más. Porque encuentras jardinería, ¡de todo!” **(Mujer acompañada 3)**

“Pues hay mucha información de compras, de cocina, de la vida cotidiana...” **(Mujer acompañada 4)**

“[...] yo estoy cuidando a mis nietos accedo a cosas de juegos, de películas, de todo eso y son muy malas muchas, entonces una mayor calidad en cuanto a la educación infantil que es lo que me interesa ahora...” **(Mujer acompañada 5)**

“Pues lo primero cosas de economía e historia celta [...] Muchas cosas de religión.” **(Mujer acompañada 7)**

“Un poco más de organización, como en archivos, ¿no? de buscar de historia, de país de tal cosa que baje las páginas adecuadas por los buscadores,...” **(Mujer sola 2)**

Mientras que la información que buscan los hombres por Internet está relacionada con la actualidad. De cara al futuro les gustaría conocer las noticias más recientes de manera inmediata en tiempo real. Y en cuanto a servicios, mejorar las aplicaciones ya existentes y contar con otras nuevas que les permitan ampliar sus conocimientos.

Por el contrario, algunos hombres se sienten satisfechos con lo que saben y muestran poco interés en encontrar nuevos servicios o información vía Internet de cara al futuro.

“...que fuera mucho más instantánea. Pero también depende en qué zonas vivas. En ese país todavía es muy precario, ¿no? **(Hombre acompañado 5)**”

“El tema de las noticias actuales [...] las noticias y programas en directo. Esa es una cosa que no tiene precio y que te digan lo que está pasando (al instante) [...] no leerlo mañana.” **(Hombre acompañado 6)**

“Sí, ayer hablábamos de una aplicación que al fotografiar un objeto [...] me dijera qué es. [...] Ayer estábamos viendo unas plantas y estábamos viendo de sacar una foto y si hubiera la aplicación que nos dijera qué planta era.” **(Hombre acompañado 4)**

“Lo mismo.” **(Hombre acompañado 1)**

“Ya no,... porque digo yo, si tuviera una carrera pues ahora estoy satisfecho hasta donde he llegado, porque soy de campo.” **(Hombre acompañado 2)**

“¡Uy!, yo en el futuro me gustaría saber... Ya poco se puede pedir, lo único que se puede pedir es salud, salud nada más.” **(Hombre acompañado 3)**

Al hacer un análisis interpretativo sobre las respuestas de hombres y mujeres dentro de la dimensión FUTURO, se ha encontrado que las mujeres están más motivadas que los hombres para aprender y enfrentarse al cambio tecnológico. Éstas consideran que Internet será de más utilidad en el futuro en la medida que ellas estén mejor preparadas para utilizarlas, a pesar de su edad. Sin embargo los hombres son más pesimistas cuando se les menciona la palabra futuro, muestran desinterés por aprender a usar otras aplicaciones, ya que consideran que a su edad no necesitan conocer, ni aprender más. Por tanto, se puede afirmar que existe una mayor resistencia por parte de los hombres para aprender y practicar las aplicaciones de Internet de cara al futuro.

## Cuadro resumen 6: Futuro.

	HOMBRES	MUJERES
FUTURO	HABILIDADES DIGITALES QUE LES GUSTARÍA DESARROLLAR EN EL FUTURO	
	<p>Los más optimistas (una minoría) se imaginan haciendo uso de las aplicaciones de Internet e incluso muestran interés por profundizar en las que ya conocen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- crear páginas <i>web</i>,</li> <li>- Redes Sociales,</li> <li>- Vídeos en alta definición,</li> <li>- <i>Google Earth</i>.</li> </ul> <p>Los más pesimistas (la mayoría):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- se sienten limitados por la edad,</li> <li>- piensan que la tecnología no es para ellos,</li> <li>- no ven las aplicaciones como algo necesario,</li> <li>- no les sacan partido porque no saben usarlas.</li> </ul>	<p>La mayoría quiere desarrollar nuevas habilidades y profundizar en las que ya conoce para dominarlas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- crear páginas <i>web</i>,</li> <li>- <i>blogs</i>,</li> <li>- páginas relacionadas con música.</li> </ul> <p>En algunos casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- se sienten saciadas,</li> <li>- limitadas por la edad,</li> <li>- prefieren el trato personal en vez de usar tanta tecnología,</li> <li>- no la ven como algo necesario.</li> </ul>
	INFLUENCIA DE INTERNET EN SU VIDA FUTURA	
	- temen depender de Internet, en detrimento del trato personal,	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- positiva y ventajosa,</li> <li>- proporcionará entretenimiento y hará la vida más práctica,</li> <li>- les preocupa la edad y el paso del tiempo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les aportará numerosas ventajas, aunque no creen que cambie significativamente su vida,</li> <li>- uso consciente del uso de Internet.</li> </ul>
	SERVICIOS E INFORMACIÓN QUE LES GUSTARÍA ENCONTRAR EN EL FUTURO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- temas de actualidad,</li> <li>- noticias en tiempo real,</li> <li>- mejorar las aplicaciones ya existentes y desarrollar otras que les permitan ampliar sus conocimientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- temas relacionados con sus actividades cotidianas e intereses personales,</li> <li>- mejor clasificación de la información y de las páginas de los buscadores.</li> </ul>	

### 7.1.6. *Diario de campo.*

De los veinte diarios de campo entregados a cada uno de los sujetos (en papel o en línea) como complemento a las entrevistas, sólo han sido devueltos diez correspondientes a seis mujeres y cuatro hombres. Esto ha afectado a los resultados ya que la muestra ha quedado incompleta. A pesar de todo, se ha estimado conveniente dar a conocer estos datos.

### **Ventajas y limitaciones.**

Ésta es una herramienta de gran utilidad para conocer el tiempo de uso y/o si surge alguna dificultad en de cada una de las aplicaciones de Internet. Sin embargo en este caso, a pesar del seguimiento realizado por teléfono y correo electrónico, ha sido difícil recuperar algunas de los diarios entregados y mucha de la información no se ve reflejada en los resultados.

Al contactar con ellos pasado un tiempo considerable, para recoger los diarios de campo, nos daban diferentes argumentos: que aún no lo tenían terminado porque no se habían conectado en días; que no se acordaban de rellenarlo cuando estaban conectados y tenían que esperar a hacerlo más adelante en siguientes conexiones; lo tomaban como una “tarea” o “examen” y se sentían estresados; no enviaban el diario de campo en línea o habían perdido el soporte en papel.

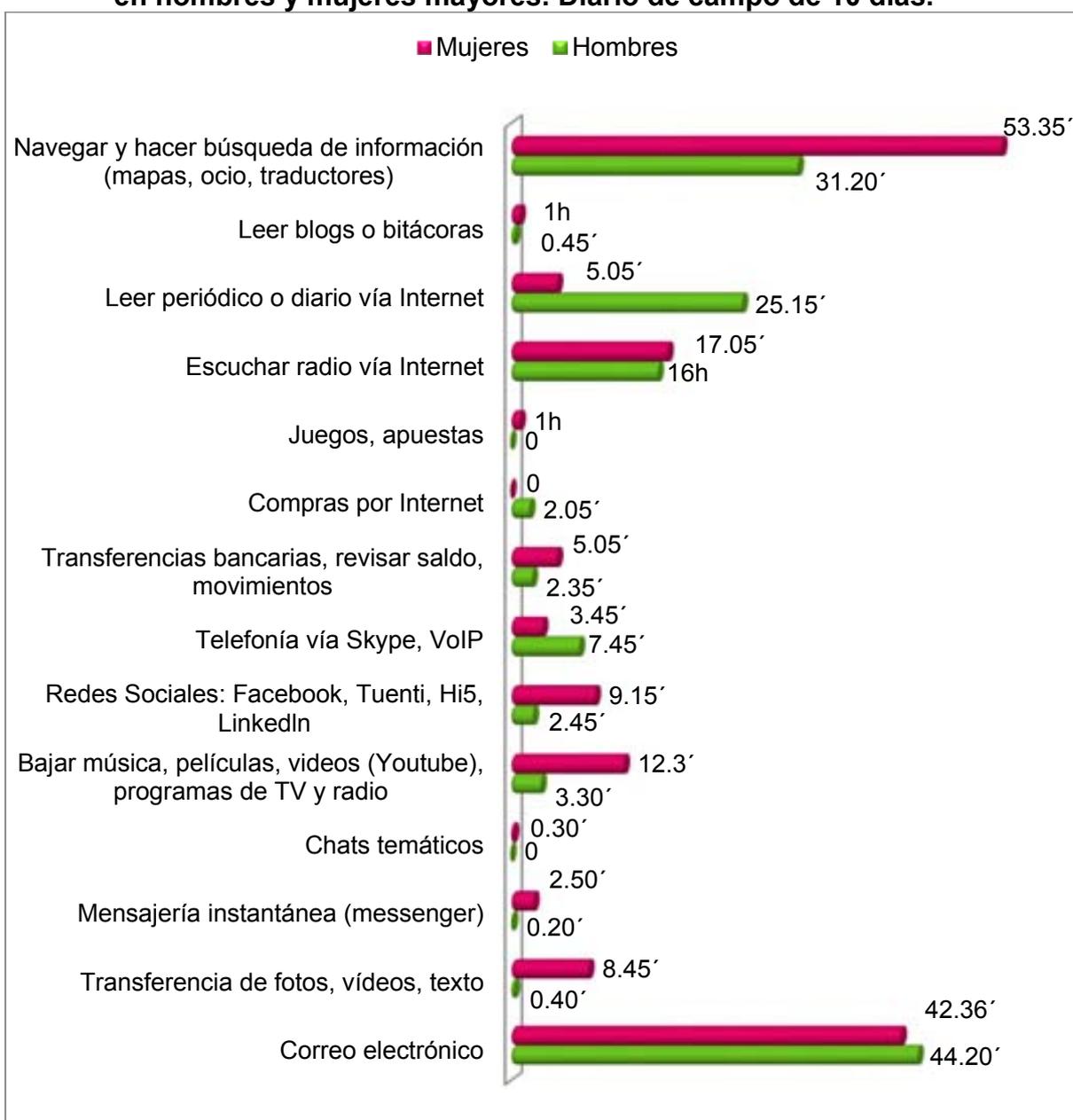
Se ha tratado de recuperar toda la información contactando con ellos por teléfono o a través del correo electrónico hasta que, tras varios intentos sin respuesta, entendimos que ese material no regresaría.

Muchas personas se comprometieron a participar de manera desinteresada, sin embargo, este carácter voluntario ha hecho que sólo algunas fueran constantes y responsables con la tarea encomendada y completaran el proceso. El resto, mostró poco interés al saber que no recibiría compensación alguna por su participación. Por esto, se ha considerado que para próximos estudios se debería

ofrecer una recompensa, ya sea monetaria o un pequeño obsequio, para que los sujetos muestren más interés y se sientan comprometidos.

A continuación, se presenta el vaciado del contenido de los diarios de campo que sí fueron devueltos a la investigadora para su posterior análisis descriptivo. (Ver gráfico 16).

**Gráfico 16.**  
**Tiempo de uso de las aplicaciones de Internet**  
**en hombres y mujeres mayores. Diario de campo de 10 días.**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Diario de campo.

En el gráfico anterior se observa el tiempo que dedican hombres y mujeres mayores al uso de las aplicaciones de Internet y que ha sido registrado en los diarios de campo durante 10 días.

Las mujeres pasan más tiempo frente al ordenador navegando por la red y buscando información que los hombres (53.35' - 31.20'), usan más las Redes Sociales (9.15 - 2.45'), utilizan con más frecuencia aplicaciones para bajar música, películas y vídeos (12.30' - 3.30') y realizan transferencias de fotos, vídeos y texto (8.45' - 0.40').

Los hombres, por el contrario, dedican más tiempo a leer el periódico vía Internet (25.15' - 5.05') y al uso de la telefonía vía *Skype* o *VoIP* (7.45' - 3.45'). Ambos dedican gran parte de su tiempo a escuchar la radio vía Internet (16 - 17.05') y al uso del correo electrónico (44.20' - 42.36').

Las aplicaciones no utilizadas por hombres y mujeres son los grupos de discusión en línea, el pago de servicios y la TV a través de Internet.

Además del tiempo de uso de las diferentes aplicaciones de Internet, el diario incluye la sección "Otros comentarios" donde los sujetos exponen las dificultades a las que se enfrentaron durante el periodo de registro de actividades así como otras tareas en línea que no estaban contempladas en las opciones propuestas. Estos comentarios son:

#### **Hombre acompañado 4.**

"Día 1: Dificultades para acceder."

"Día 2: Compras por internet: Un pago por internet se hizo difícil. El sistema *paypal* y *moneybrokers* es complicado de usar casi siempre. En esta ocasión se me volvió a hacer difícil recargar el *SkypeOut*".

"Día 10: Compras por Internet: Dificultad en pago porque el banco me había cambiado fecha de caducidad de la tarjeta que estaba registrada para hacer el pago."

**Hombre acompañado 6.**

“Búsqueda de información sobre Historia por Internet.”

**Mujer acompañada 1.**

“Dificultades para acceder:

Día 1. Coger dirección escribirla en correo.

Día 2. Correo: abrirlo y contestar bien.

Día 7. *Messenger*: no encontré 2 cosas.

Día 8. Dificultad para conectarse.

Día 9. En *Google* no pude encontrar Diario de Navarra.

Día 10. Accedí a cuenta *Yahoo* que no conseguía.”

**Mujer sola 2.**

“Realicé curso *online* de 4 hrs. en día 10.”

Los comentarios anteriores hacen referencia principalmente a las dificultades técnicas y de acceso a las que se enfrentan hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet, sobre todo cuando se trata de aplicaciones más complicadas. Se cree que el tiempo dedicado al uso de estas aplicaciones hace que estén familiarizados con las mismas, ayuda a reducir posibles incidentes y errores y favorece su adaptación a la vida cotidiana.

**7.2. Cuestionario (tipo *check list*).**

En el afán por indagar sobre el uso de las aplicaciones de Internet en personas mayores se ha decidido incorporar dentro del cuestionario una sección llamada “Las aplicaciones de Internet que más utilizo son...” que ha sido de gran utilidad, ya que complementa los datos recogidos en el diario de campo y la entrevista.

Para describir la muestra no probabilística intencional de esta segunda fase del estudio, se ha recurrido al del programa SPSS (15.0 para Windows) para la elaboración de tablas cruzadas.

La muestra se compone de 75 hombres (50%) y 75 mujeres (50%) con un total de 150 sujetos (n=150), clasificados por rango de edad <sup>19</sup> (50 a 55, 56 a 60, 61 a 65, 66 a 70, 71 y más años) y género (hombre/mujer) para una mejor comparación.

### 7.2.1. Distribución de la muestra (no probabilística intencional).

A continuación se presenta la distribución de la muestra por género, rango de edad y porcentajes. Como anteriormente se menciona, estos números, porcentajes y tablas son usados de manera instrumental. Los datos obtenidos en el trabajo de campo de esta segunda fase no han sido sometidos a ninguna prueba estadística, y sólo buscan describir a los sujetos seleccionados. Así como averiguar cuáles son las GE y las GO y las diferencias y similitudes existentes entre hombres y mujeres pre-mayores y mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet.

**Tabla 14.**  
**Distribución de la muestra (no probabilística intencional) de hombres y mujeres mayores que hacen uso de las aplicaciones de Internet.**

	Rango de Edad					Total
	50 a 55	56 a 60	61 a 65	66 a 70	71 y + años	
Mujer	13 8.7%	16 10.7%	24 16.0%	10 6.7%	12 8.0%	75 50.0%
Hombre	18 12.0%	13 8.7%	20 13.3%	14 9.3%	10 6.7%	75 50.0%
Total	31 20.7%	29 19.3%	44 29.3%	24 16.0%	22 14.7%	150 100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

<sup>19</sup> Cuando se diseñó la base para la explotación de los datos de los cuestionarios, se decidió abrir 6 categorías, en la variable rango de edad, sin embargo, al observar los resultados de la última categoría que va de **76 años y más años** se observó que existen muy pocos casos en ambos sexos y por tanto es un resultado poco significativo, porcentualmente hablando. Por esto, se decidió unir la categoría con rango de edad que va de 71 a 75 años (9 casos en mujeres y 7 casos en hombres) con la de 76 y más años (4 casos en mujeres y 3 más en hombres), para que la representación porcentual fuera más elevada y así, obtener mejores resultados en el momento de explotar la base.

Como se puede observar en la tabla, el número de hombres y mujeres por rango de edad no coincide, lo cual impide establecer una comparación. Sin embargo, sí se puede hacer una comparación de casos por género.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos según la muestra de 75 hombres y 75 mujeres mayores (n=150) sobre la frecuencia de uso de 10 aplicaciones de Internet, para determinar cuáles son las más usadas por ambos grupos. Para la elaboración de los siguientes gráficos se ha recurrido al programa *Excel 2007*.

**Gráfico 17.**  
**Aplicaciones de Internet más usadas por hombres mayores.**  
**(Por número de casos)**

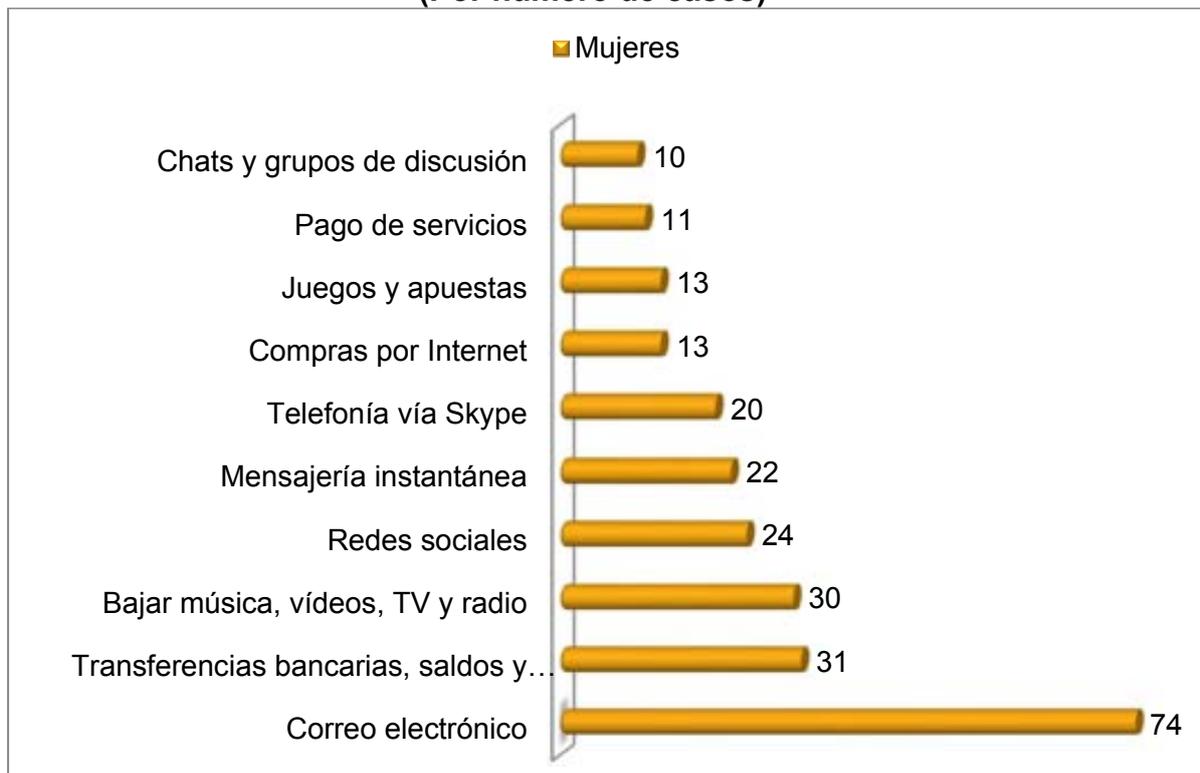


Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

El gráfico anterior muestra que las aplicaciones de Internet más usadas por hombres mayores son: el correo electrónico en 71 casos (94.7%), le siguen con 39 casos (52%) transferencias bancarias, saldos y movimientos y con 31 casos (41.3%) compras por Internet. Mientras que las menos usadas son las de juegos y

apuestas con 9 casos (12%) y chats y grupos de discusión en línea con 8 casos (10.7%).

**Gráfico 18.**  
**Aplicaciones de Internet más usadas por mujeres mayores.**  
**(Por número de casos)**



Fuente: Gráfico de elaboración propia a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En el caso de las mujeres mayores, el gráfico anterior muestra que la aplicación más usada es el correo electrónico con 74 casos (98.7%), le siguen las transferencias bancarias, saldos y movimientos con 31 casos (41.3%) y bajar música, vídeos, TV y radio con 30 casos (40%). Mientras que las menos usadas son: compras por Internet y juegos y apuestas con 13 casos cada una (17.3%), pago de servicios con 11 casos (14.7%) y chats y grupos de discusión en línea con 10 casos (13.3%).

### 7.2.2. Tablas cruzadas.

#### **Uso/no uso de las aplicaciones de Internet.**

Las siguientes tablas cruzadas muestran el porcentaje de uso/no uso de las aplicaciones de Internet:

1. Por **género**: hombres mayores (50%) y mujeres mayores (50%).
2. Por el **total de la muestra no probabilística intencional**: personas mayores (100%).

Para identificar qué aplicaciones son las más usadas y las menos usadas por las personas mayores, así como las similitudes y diferencias de hombres y mujeres en el uso/no uso de las mismas.

**Tabla 15.**  
**Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Correo electrónico.**

			Correo electrónico		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	74	1	75
		% del total	49.3%	0.7%	50.0%
	Hombre	Recuento	71	4	75
		% del total	47.3%	2.7%	50.0%
Total	Recuento		145	5	150
	% del total		96.7%	3.3%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Como se puede observar en la tabla anterior, del 100% de la muestra total, un 96.7% utilizan esta aplicación (145 casos), el 49.3% corresponde a mujeres mayores (74 casos) y el 47.3% a hombres mayores (71 casos). Mientras que el 3.3% (5 casos) no usa esta aplicación. **Por esto, se puede señalar que el correo electrónico es una aplicación muy usada por personas mayores y que más mujeres que hombres usan dicha aplicación.**

**Tabla 16.**  
**Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Mensajería instantánea.**

			Mensajería instantánea		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	22	53	75
		% del total	14.7%	35.3%	50.0%
	Hombre	Recuento	27	48	75
		% del total	18.0%	32.0%	50.0%
Total	Recuento		49	101	150
	% del total		32.7%	67.3%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

La tabla anterior muestra que del 100% de la muestra total, el 32.7% (49 casos) usan esta aplicación. Un 14.7% corresponde a las mujeres (22 casos) y un 18.0% a los hombres (27 casos). Mientras que el 67.3% (101 casos) de la muestra restante no usa esta aplicación. **Por lo anterior, se puede señalar que la mensajería instantánea es una aplicación poco usada por personas mayores y que más hombres que mujeres usan dicha aplicación.**

**Tabla 17.**  
**Hombres y mujeres mayores que hacen uso de:**  
**Chats y grupos de discusión en línea.**

			Chats y grupos de discusión		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	10	65	75
		% del total	6.7%	43.3%	50.0%
	Hombre	Recuento	8	67	75
		% del total	5.3%	44.7%	50.0%
Total	Recuento		18	132	150
	% del total		12.0%	88.0%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

La tabla anterior, muestra que del 100% de la muestra total, el 12% (18 casos) usan esta aplicación. El 6.7% (10 casos) corresponde a las mujeres y el 5.3% (8 casos) corresponde a los hombres. Mientras que el 88% (132 casos) de la muestra restante no usa estas aplicaciones. **Por esto, se puede indicar que los chats y grupos de discusión en línea son aplicaciones muy poco usadas por personas mayores y que más mujeres que hombres usan dichas aplicaciones.**

**Tabla 18.**  
**Hombres y mujeres mayores que hacen uso de aplicaciones para bajar música, vídeos, TV y radio vía Internet.**

			Bajar música, vídeos, TV y radio		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	30	45	75
		% del total	20.0%	30.0%	50.0%
	Hombre	Recuento	30	45	75
		% del total	20.0%	30.0%	50.0%
Total	Recuento		60	90	150
	% del total		40.0%	60.0%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, un 40% (60 casos) hacen uso de las aplicaciones para bajar música, vídeos, programas de TV y radio. Un 20% (30 casos) corresponde a las mujeres y otro 20% (30 casos) a hombres. El 60% (90 casos) restante de la muestra no usa estas aplicaciones. **Por esto, se puede decir que las aplicaciones para bajar música, vídeos, TV y radio son poco usadas por personas mayores y que existe una similitud entre hombres y mujeres que usan dichas aplicaciones.**

**Tabla 19.**  
**Hombres y mujeres mayores que hacen uso de:**  
**Redes Sociales vía Internet.**

			Redes sociales		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	24	51	75
		% del total	16.0%	34.0%	50.0%
	Hombre	Recuento	27	48	75
		% del total	18.0%	32.0%	50.0%
Total		Recuento	51	99	150
		% del total	34.0%	66.0%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 34% (51 casos) hacen uso de las redes sociales. El 16% (24 casos) corresponde a las mujeres y el 18% (27 casos) a hombres. Mientras que el 66% (99 casos) de la muestra restante no las usa. De aquí que se pueda **Por esto, se puede señalar que las redes sociales son poco usada por personas mayores y que más hombres que mujeres usan dichas aplicaciones.**

**Tabla 20.**  
**Hombres y mujeres mayores que hacen uso de: Telefonía vía Skype.**

			Telefonía vía Skype		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	20	55	75
		% del total	13.3%	36.7%	50.0%
	Hombre	Recuento	24	51	75
		% del total	16.0%	34.0%	50.0%
Total		Recuento	44	106	150
		% del total	29.3%	70.7%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 29.3% (44 casos) hacen uso de esta aplicación. Un 13.3% (20 casos) corresponde a las mujeres y un 16% (24 casos) a los hombres. El 70.7% (106 casos) de la muestra restante no usa esta aplicación. **Por lo anterior se puede decir que la telefonía vía Skype es poco usada por personas mayores y que más hombres que mujeres usan dicha aplicación.**

**Tabla 21.**  
**Hombres y mujeres mayores que realizan pago de servicios vía Internet.**

			Pago de servicios		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	11	64	75
		% del total	7.3%	42.7%	50.0%
	Hombre	Recuento	22	53	75
		% del total	14.7%	35.3%	50.0%
Total		Recuento	33	117	150
		% del total	22.0%	78.0%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, un 22% (33 casos) usa estas aplicaciones. El 7.3% (11 casos) corresponde a mujeres y el 14.7% (22 casos) a hombres. Mientras que el 78% (117 casos) de la muestra restante no usa estas aplicaciones. **Se puede decir que las aplicaciones para realizar pago de servicios son muy poco usadas por personas mayores y que más hombres que mujeres mayores usan dichas aplicaciones.**

**Tabla 22.**  
**Hombres y mujeres mayores que utilizan las aplicaciones de Internet para realizar transferencias bancarias, revisar saldos y movimientos.**

		Transferencias bancarias, saldo, movimientos		Total	
		Sí	No		
Género	Mujer	Recuento	31	44	75
		% del total	20.7%	29.3%	50.0%
	Hombre	Recuento	39	36	75
		% del total	26.0%	24.0%	50.0%
Total	Recuento	70	80	150	
	% del total	46.7%	53.3%	100.0%	

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 46.7% (70 casos) usan estas aplicaciones. Un 20.7% (31 casos) corresponde a las mujeres y un 26% (39 casos) a los hombres. El 53.3% (80 casos) de la muestra restante no usa estas aplicaciones.

**Las aplicaciones para realizar transferencias bancarias, revisar saldos u otros movimientos en línea son aplicaciones poco usadas por personas mayores y que más hombres que mujeres mayores utilizan dichas aplicaciones.**

**Tabla 23.**  
**Hombres y mujeres mayores que usan las aplicaciones de Internet para realizar compras.**

			Compras por Internet		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	13	62	75
		% del total	8.7%	41.3%	50.0%
	Hombre	Recuento	31	44	75
		% del total	20.7%	29.3%	50.0%
Total		Recuento	44	106	150
		% del total	29.3%	70.7%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 29.3% (44 casos) usan estas aplicaciones. El 8.7% (13 casos) corresponde a mujeres y el 20.7% (31 casos) a hombres. Mientras que el 70.6% (106 casos) de la muestra restante no usa estas aplicaciones.

**Las aplicaciones para realizar compras por Internet son poco usadas por personas mayores y que más hombres que mujeres usan dichas aplicaciones.**

**Tabla 24.**  
**Hombres y mujeres mayores que usan las aplicaciones de Internet para juegos y apuestas.**

			Juegos y apuestas		Total
			Sí	No	
Género	Mujer	Recuento	13	62	75
		% del total	8.7%	41.3%	50.0%
	Hombre	Recuento	9	66	75
		% del total	6.0%	44.0%	50.0%
Total		Recuento	22	128	150
		% del total	14.7%	85.3%	100.0%

Fuente: Tabla de elaboración propia generada con ayuda del programa SPSS a partir de los resultados del trabajo de campo: Cuestionarios.

La última tabla, muestra que del 100% de la muestra total, el 14.7% (22 casos) usan estas aplicaciones. Un 8.7% (13 casos) corresponde a las mujeres y un 6% (9 casos) a hombres. El 85.3% (128 casos) de la muestra restante no usa estas aplicaciones.

**Las aplicaciones de juegos y apuestas son poco usadas por personas mayores y que más mujeres que hombres mayores usan dichas aplicaciones.**

### 7.2.3. *Gratificaciones Esperadas (GE) y Gratificaciones Obtenidas (GO).*

Para elaborar las tablas cruzadas sobre las GE y GO de hombres y mujeres mayores que hacen uso de las aplicaciones de Internet (muestra no probabilística intencional) se ha recurrido al programa SPSS (15.0 para Windows). Estas tablas muestran cómo a partir del género al que pertenecen los sujetos, estos esperan u obtienen dichas gratificaciones que han sido clasificadas de acuerdo a los 6 tópicos interpretables: Interacción social, Información, Conveniencia, Ganancia personal, Ocio y entretenimiento y Futuro.

Las siguientes razones (52) han sido adaptadas tomando como base las diferentes propuestas realizadas por Stafford, Kline y Dimmick (1999), Papacharissi y Rubin (2000), Weiser (2000, 2001), Leung, (2001), LaRose y Eastin (2004) y Roe, (2009), incluyendo el tópico **FUTURO** para determinar las posibles motivaciones que hombres y mujeres mayores pueden obtener a partir de su uso.

La presentación de los datos se realiza de acuerdo al tópico interpretable y al tipo de gratificación, sea esta esperada u obtenida.

- Interacción social.

Las siguientes tablas de contingencia o tablas cruzadas permiten realizar el análisis cualitativo de los resultados obtenidos para cubrir la necesidad de

Interacción social en hombres y mujeres mayores antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet.

**GE**

**Tabla 25.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me mantienen en contacto con familia y amigos.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me mantienen en contacto con familia y amigos	Sí	Recuento	63	60	123
		% del total	42.0%	40.0%	82.0%
	No	Recuento	12	15	27
		% del total	8.0%	10.0%	18.0%
Total	Recuento	75	75	150	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

La tabla anterior nos muestra que el 82% (123 casos) de la muestra total, señala que sí esperan esta gratificación. El 42% (63 casos), corresponde a las mujeres mayores y el 40% (60 casos) a los hombres mayores. Mientras que sólo el 18% de la muestra (27 casos) indica no esperar dicha gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres mayores esperan como gratificación mantenerse en contacto con familiares y amigos al hacer uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres ligeramente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 26.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten concertar una cita para salir con familia y amigos.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me permiten concertar una cita para salir con familia y amigos	Sí	Recuento	25	28	53
		% del total	16.7%	18.7%	35.3%
	No	Recuento	50	47	97
		% del total	33.3%	31.3%	64.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, se observa que el 35.3% (53 casos) de la muestra total, señalan esperar esta gratificación. El 16.7% (25 casos) corresponde a mujeres y el 18.7% (28 casos) a hombres. Mientras que el 64.7% restante de la muestra (97 casos) indica no esperar dicha gratificación. **Es decir, la mayoría de hombres y mujeres mayores no esperan como gratificación poder concertar una cita para salir con familiares y amigos a través del uso de las aplicaciones de Internet, destacando levemente el número de casos de mujeres sobre el número de casos en hombres.**

**Tabla 27.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten mandar presentaciones en *Power Point* a familia y amigos.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me permiten mandar presentaciones en <i>Power Point</i> a familia y amigos	Sí	Recuento	30	37	67
		% del total	20.0%	24.7%	44.7%
	No	Recuento	45	38	83
		% del total	30.0%	25.3%	55.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

De acuerdo con los datos que muestra la tabla anterior, el 44.7% (67 casos), de la muestra total contesta sí esperar esta gratificación. De este porcentaje un 20% (30 casos) corresponde a mujeres mayores y un 24.7% (37 casos) a hombres mayores. El 55.3% restante de la muestra (83 casos) indica no esperar dicha gratificación.

**Hombres y mujeres mayores esperan como gratificación poder mandar presentaciones en *PowerPoint* a familiares y amigos a través de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos de hombres por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 28.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque son el único medio que me ayuda a estar en contacto con otras personas.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...son el único medio que me ayuda a estar en contacto con otras personas	Sí	Recuento	9	11	20
		% del total	6.0%	7.3%	13.3%
	No	Recuento	66	64	130
		% del total	44.0%	42.7%	86.7%
Total		Recuento	75	75	150
		% del total	50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Como se puede observar en la tabla anterior, el 86.7% (130 casos) de la muestra total, apuntan que no esperan esta gratificación. Lo que corresponde a un 44% (66 casos) en mujeres y un 42.7% (64 casos) en hombres. En comparación con el 13.3% restante de la muestra (20 casos) que indica sí esperar dicha gratificación.

**La mayoría de hombres y de mujeres no esperan como gratificación que el uso de las aplicaciones de Internet sea el único medio para estar en contacto con otras personas, destacando el número de casos en mujeres ligeramente sobre el número de casos en hombres.**

**Tabla 29.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque puedo compartir experiencias digitales con mis nietos(as) y/o generaciones más jóvenes que la mía.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...puedo compartir experiencias digitales con mis nietos(as) y/o generaciones más jóvenes que la mía	Sí	Recuento	37	29	66
		% del total	24.7%	19.3%	44.0%
	No	Recuento	38	46	84
		% del total	25.3%	30.7%	56.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 44% (66 casos) indica sí esperar esta gratificación. De los cuales el 24.7% (37 casos) corresponde a mujeres y el 19.3% (29 casos) a hombres. Mientras que el 56% de la muestra restante (84 casos) señala no esperarla. **Tanto hombres como mujeres mayores esperan como gratificación poder compartir sus experiencias digitales con nietos/as y/o generaciones más jóvenes que la suya al hacer uso de las aplicaciones de Internet. Destaca el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 30.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque es fácil comunicarse con mucha gente.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...es fácil comunicarse con mucha gente	Sí	Recuento	40	49	89
		% del total	26.7%	32.7%	59.3%
	No	Recuento	35	26	61
		% del total	23.3%	17.3%	40.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior observamos que el 59.3% (89 casos) de la muestra total, señala sí esperar esta gratificación. Lo que corresponde a un 26.7% (40 casos) en mujeres y un 32.7% (49 casos) en hombres. El 40.7% de la muestra restante (61 casos) indica no esperar dicha gratificación.

**Hombres como mujeres esperan como gratificación poder comunicarse con facilidad con mucha gente a través del uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en hombres sobre el número de casos en mujeres.**

**Tabla 31.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque quiero tener tópicos en común con mis nietos/as y/o generaciones más jóvenes que la mía.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...quiero tener tópicos en común con mis nietos/as y/o generaciones más jóvenes que la mía	Sí	Recuento	40	33	73
		% del total	26.7%	22.0%	48.7%
	No	Recuento	35	42	77
		% del total	23.3%	28.0%	51.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Se puede observar en la tabla anterior que el 48.7% (73 casos) de la muestra total sí esperan esta gratificación. El 26.7% (40 casos) corresponde a mujeres y el 22% restante (33 casos) a los hombres. El 51.3% restante de la muestra (77 casos) señala que no espera dicha gratificación.

**Por lo anterior, tanto mujeres como hombres esperan como gratificación tener más tópicos en común con nietos/as y/o generaciones más jóvenes a la suya al hacer uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

## GO

**Tabla 32.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que me sienta más cerca de familiares y amigos.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me sienta más cerca de familiares y amigos	Sí	Recuento	49	39	88
		% del total	32.7%	26.0%	58.7%
	No	Recuento	26	36	62
		% del total	17.3%	24.0%	41.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 58.7% (88 casos) dice sí obtener esta gratificación. El 32.7% (49 casos) corresponde a mujeres y un 26% (39 casos) a hombres. Mientras que el 41.3% restante de la muestra (62 casos), apunta no obtener dicha gratificación.

**Tanto hombres como mujeres mayores obtienen como gratificación sentirse más cerca de familiares y amigos al hacer uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 33.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que  
 pueda compartir mis actividades diarias con familiares y amigos.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...pueda compartir mis actividades diarias con familiares y amigos	Sí	Recuento	48	47	95
		% del total	32.0%	31.3%	63.3%
	No	Recuento	27	28	55
		% del total	18.0%	18.7%	36.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 63.3% (95 casos) señala obtener dicha gratificación. Del cual, el 32% (48 casos) corresponde a mujeres mayores y un 31.3% (47 casos) a hombres mayores. Mientras que el 36.7% restante de la muestra (55 casos) señala no obtener dicha gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres mayores obtienen como gratificación poder compartir las actividades diarias con familiares y amigos a través del uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres tenuemente por arriba del número de casos en hombres.**

**Tabla 34.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite interactuar  
 con generaciones más jóvenes que la mía.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite interactuar con generaciones más jóvenes que la mía	Sí	Recuento	39	39	78
		% del total	26.0%	26.0%	52.0%
	No	Recuento	36	36	72
		% del total	24.0%	24.0%	48.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 52% (78 casos) responde haber obtenido esta gratificación. Un mismo porcentaje (26%) corresponde a hombres y mujeres mayores (39 casos por género). Mientras que el 48% restante de la muestra (72 casos) indica no obtener dicha gratificación.

**Hombres como mujeres obtienen por igual esta gratificación al poder interactuar con generaciones más jóvenes que la suya cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet.**

**Tabla 35.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite interactuar con otras personas de diferentes países y culturas.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite interactuar con otras personas de diferentes países y culturas	Sí	Recuento	31	33	64
		% del total	20.7%	22.0%	42.7%
	No	Recuento	44	42	86
		% del total	29.3%	28.0%	57.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 57.3% (86 casos) responde no obtener esta gratificación. El 29.3% (44 casos) corresponde a mujeres y el 28% (42 casos) a hombres. Mientras que el 42.7% restante de la muestra (64 casos) indica sí obtener dicha gratificación.

**La mayoría de hombres y de mujeres no obtienen como gratificación poder interactuar con otras personas de diferentes países y culturas a través del uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres ligeramente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 36.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet evita que me sienta aislado/a.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...evita que me sienta aislado/a	Sí	Recuento	44	40	84
		% del total	29.3%	26.7%	56.0%
	No	Recuento	31	35	66
		% del total	20.7%	23.3%	44.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 56% (84 casos) indica sí obtener esta gratificación. Lo que corresponde a un 29.3% (44 casos) en mujeres y un 26.7% (40 casos) en hombres. Mientras que el 44% restante de la muestra (66 casos) no obtiene como gratificación la antes mencionada. **Se puede decir que tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación evitar sentirse aislados/as cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres ligeramente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 37.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que conozca más personas afines o de mi misma edad.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...hace que conozca más personas afines o de mi misma edad	Sí	Recuento	30	28	58
		% del total	20.0%	18.7%	38.7%
	No	Recuento	45	47	92
		% del total	30.0%	31.3%	61.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 38.7% (58 casos) indica obtener esta gratificación. Un 20% (30 casos) corresponde a mujeres mientras que un 18.7% (28 casos) a hombres. El 61.3% restante de la muestra (92 casos) dice no obtener dicha gratificación.

**Sólo una minoría de mujeres y hombres mayores obtienen como gratificación conocer más personas afines o de su misma edad a través de Internet, acentuando el número de casos en mujeres levemente por arriba del número de casos en hombres.**

**Tabla 38.**

**El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: ámbito familiar y de amistad.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: en el ámbito familiar y de amistad	Sí	Recuento	41	35	76
		% del total	27.3%	23.3%	50.7%
	No	Recuento	34	40	74
		% del total	22.7%	26.7%	49.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 50.7% (76 casos) responde sí obtener esta gratificación. El 27.3% (41 casos) corresponde a mujeres y el 23.3% (35 casos) a hombres. El 49.3% restante de la muestra (74 casos) dice no obtener dicha gratificación. **Por esto, tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación sentirse motivados para buscar nuevas aplicaciones que cubran sus necesidades en el ámbito familiar y de amistad al hacer uso de las aplicaciones de Internet, destacando en número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

- Información.

Las siguientes tablas cruzadas muestran los resultados obtenidos para cubrir algunas de las necesidades de información en hombres y mujeres mayores antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet.

**GE****Tabla 39.**

**Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten estar alerta sobre eventos fuera de mi entorno cotidiano.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me permiten estar alerta sobre eventos fuera de mi entorno cotidiano	Sí	Recuento	55	53	108
		% del total	36.7%	35.3%	72.0%
	No	Recuento	20	22	42
		% del total	13.3%	14.7%	28.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que el 72% de la muestra total (108 casos) señala sí esperar esta gratificación. Un 36.7% (55 casos) corresponde a mujeres y el 35.3% (53 casos) a hombres. Mientras que el 28% restante (42 casos) indica no esperar dicha gratificación.

**La mayoría de hombres y de mujeres esperan como gratificación estar informados/as de eventos que suceden fuera de su entorno cotidiano a través de Internet, destacando el número de casos en mujeres levemente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 40.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque es lo de hoy.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...es lo de hoy	Sí	Recuento	60	58	118
		% del total	40.0%	38.7%	78.7%
	No	Recuento	15	17	32
		% del total	10.0%	11.3%	21.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Según los datos de la tabla anterior, del 100% de la muestra, el 78.7% (118 casos) esperan esta gratificación. De la muestra antes mencionada, el 40% (60 casos) corresponde a mujeres y el 38.7% (58 casos) a hombres. Mientras que el 21.3% restante de la muestra (32 casos) indica que no espera esta gratificación.

**Es decir, la mayoría de hombres y mujeres esperan como gratificación que el uso de las aplicaciones de Internet sea una actividad de actualidad, enfatizando el número de casos en mujeres ligeramente mayor al número de casos en hombres.**

## GO

**Tabla 41.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que me sienta actualizado/a.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me sienta actualizado/a	Sí	Recuento	60	57	117
		% del total	40.0%	38.0%	78.0%
	No	Recuento	15	18	33
		% del total	10.0%	12.0%	22.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

De acuerdo a los datos de la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 78% (117 casos) obtiene esta gratificación. El 40% (60 casos) corresponde a mujeres y el 38% (57 casos) a hombres. Mientras que el 22% restante de la muestra (33 casos) indica no obtener esta gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres obtienen como gratificación sentirse actualizados/as cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet, acentuando el número de casos en mujeres ligeramente mayor al número de casos en hombres.**

**Tabla 42.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite acceder a la información rápidamente.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite acceder a la información rápidamente	Sí	Recuento	63	70	133
		% del total	42.0%	46.7%	88.7%
	No	Recuento	12	5	17
		% del total	8.0%	3.3%	11.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Según los datos que se muestran en la tabla anterior el 88.7% de la muestra total (133 casos) responde sí obtener esta gratificación. Un 42% (63 casos) corresponde a mujeres y un 46.7% (70 casos) a hombres. El 11.3% restante de la muestra (17 casos), contesta no obtener dicha gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres obtienen como gratificación poder acceder a la información rápidamente a través de Internet, enfatizando el número de casos en hombres ligeramente por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 43.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite hacer búsquedas de mapas, calles, eventos e información de manera instantánea.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite hacer búsquedas de mapas, calles, eventos e información de manera instantánea	Sí	Recuento	69	64	133
		% del total	46.0%	42.7%	88.7%
	No	Recuento	6	11	17
		% del total	4.0%	7.3%	11.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, del 100% de la muestra total, un 88.7% (133 casos) obtienen esta gratificación. El 46% (69 casos) corresponde a mujeres y el 42.7% (64 casos) a hombres. Mientras que el 11.3% restante de la muestra (17 casos), indica no obtener dicha gratificación. **Es decir, la mayoría de hombres y mujeres obtienen como gratificación realizar búsquedas de mapas, calles, eventos e información de manera instantánea a través de Internet, destacando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 44.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: salud.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades de salud	Sí	Recuento	43	34	77
		% del total	28.7%	22.7%	51.3%
	No	Recuento	32	41	73
		% del total	21.3%	27.3%	48.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 51.3% (77 casos) sí obtiene esta gratificación. Un 28.7% (43 casos) corresponde a mujeres y un 22.7% (34 casos) a hombres. Mientras que el 48.7% restante de la muestra (73 casos) señala no obtener dicha gratificación.

**Hombres como mujeres mayores obtienen como gratificación sentirse motivados/as para buscar nuevas aplicaciones que cubran sus necesidades de salud a través del uso de las aplicaciones de Internet, acentuando el número de casos en mujeres considerablemente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 45.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: información general.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades de información general sobre lo que pasa en el mundo	Sí	Recuento	58	53	111
		% del total	38.7%	35.3%	74.0%
	No	Recuento	17	22	39
		% del total	11.3%	14.7%	26.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 74% (111 casos) obtiene esta gratificación. El 38.7% (58 casos) corresponde a mujeres y el 35.3% (53 casos) a hombres. Mientras que el 26% restante de la muestra (39 casos), señala no obtener la gratificación antes mencionada.

**La mayoría de hombres y mujeres obtienen como gratificación sentirse motivados/as para buscar nuevas aplicaciones que cubran sus necesidades de información general sobre lo que pasa en el mundo a través del uso de**

las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres por arriba del número de casos en hombres.

**Tabla 46.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: hogar.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades en el hogar	Sí	Recuento	44	31	75
		% del total	29.3%	20.7%	50.0%
	No	Recuento	31	44	75
		% del total	20.7%	29.3%	50.0%
Total		Recuento	75	75	150
		% del total	50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 50% (75 casos) sí obtiene esta gratificación. Un 29.3% (44 casos) corresponde a las mujeres y un 20.7% (31 casos) a los hombres. El 50% restante de la muestra (75 casos) dice no obtener dicha gratificación.

**Tanto hombres como mujeres mayores obtienen como gratificación sentirse motivados/as para buscar nuevas aplicaciones que cubran sus necesidades en el hogar a través del uso de internet, enfatizando el número de casos en mujeres considerablemente por encima del número de casos en hombres.**

- Conveniencia.

Las siguientes tablas de cruzadas muestran los resultados obtenidos para cubrir las necesidades de Conveniencia en hombres y mujeres mayores, antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet.

**GE**

**Tabla 47.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten mandar documentos, fotos, enlaces...**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me permiten mandar documentos, fotos, enlaces...	Sí	Recuento	52	59	111
		% del total	34.7%	39.3%	74.0%
	No	Recuento	23	16	39
		% del total	15.3%	10.7%	26.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 74% (111 casos) espera esta gratificación. El 34.7% (52 casos) corresponde a mujeres y el 39.3% (59 casos) a hombres. El 26% restante de la muestra (39 casos) no espera dicha gratificación. **Es decir, la mayoría de los hombres y de las mujeres esperan como gratificación poder mandar documentos, fotos y enlaces a través de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en hombres por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 48.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten hacer varias y diferentes actividades en línea al mismo tiempo.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me permiten hacer varias y diferentes actividades en línea al mismo tiempo	Sí	Recuento	30	35	65
		% del total	20.0%	23.3%	43.3%
	No	Recuento	45	40	85
		% del total	30.0%	26.7%	56.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, el 56.7% (85 casos) no esperan esta gratificación. El 30% (45 casos) corresponde a mujeres y el 26.7% (40 casos) a hombres. Mientras que el 43.3% de la muestra restante (65 casos), indica esperar dicha gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres no esperan como gratificación hacer varias y diferentes actividades en línea al mismo tiempo cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet, enfatizando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 49.**  
**Uso las aplicaciones de Internet para hablar, escribir, mandar y recibir información porque es más barato que otros medios.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ... para hablar, escribir, mandar y recibir información porque es más barato que otros medios	Sí	Recuento	55	61	116
		% del total	36.7%	40.7%	77.3%
	No	Recuento	20	14	34
		% del total	13.3%	9.3%	22.7%
Total		Recuento	75	75	150
		% del total	50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Como se puede observar en la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 77.3% (116 casos) espera esta gratificación. Un 36.7% (55 casos) corresponde a mujeres y el 40.7% (61 casos) a hombres. El 22.7% restante de la muestra (34 casos) indica que no espera dicha gratificación. **De aquí que tanto hombres como mujeres esperen como gratificación que el uso de las aplicaciones de Internet sea más barato para hablar, escribir, mandar y recibir información que otros medios, acentuando el número de casos en hombres considerablemente por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 50.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque facilitan la realización de actividades en la vida diaria.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ... facilitan la realización de actividades en la vida diaria	Sí	Recuento	50	47	97
		% del total	33.3%	31.3%	64.7%
	No	Recuento	25	28	53
		% del total	16.7%	18.7%	35.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 64.7% (97 casos) espera esta gratificación. El 33.3% (50 casos) corresponde a mujeres y el 31.3% (47 casos) a hombres. Mientras que el 35.3% de la muestra restante (53 casos) señala que no espera esta gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres esperan como gratificación que el uso de las aplicaciones de Internet les facilite la realización de actividades para la vida diaria, destacando en número de casos en mujeres por arriba del número de casos en hombres.**

## GO

**Tabla 51.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite realizar varias Cosas a la vez como mandar textos, fotos, enlaces, información...**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO... me permite realizar varias cosas a la vez como mandar textos, fotos, enlaces, Información...	Sí	Recuento	45	52	97
		% del total	30.0%	34.7%	64.7%
	No	Recuento	30	23	53
		% del total	20.0%	15.3%	35.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, el 64.7% (97 casos) obtiene esta gratificación. Un 30% (45 casos) corresponde a mujeres y un 34.7% (52 casos) a hombres. Mientras que el 35.3% restante de la muestra (53 casos) señala que no obtiene esta gratificación.

**Tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación realizar varias tareas a la vez como mandar textos, fotos, enlaces o información al hacer uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en hombres por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 52.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite estar en contacto con familiares y amigos que viven lejos porque es más barato.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite estar en contacto con familiares y amigos que viven lejos porque es más barato	Sí	Recuento	44	47	91
		% del total	29.3%	31.3%	60.7%
	No	Recuento	31	28	59
		% del total	20.7%	18.7%	39.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, se observa que el 60.7% (91 casos) obtiene esta gratificación. El 29.3% (44 casos) corresponde a mujeres y el 31.3% (47 casos), a hombres. Mientras que el 39.3% restante de la muestra (59 casos) indica no obtener esta gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación estar en contacto con familiares y amigos que viven lejos a través del uso de las aplicaciones de Internet porque es más barato, destacando ligeramente el número de casos en hombres por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 53.**

**El uso de las aplicaciones de Internet me permite realizar tareas cotidianas como: compras, consulta de movimientos bancarios, pago de servicios...**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite realizar tareas cotidianas como: compras, consulta de movimientos bancarios, pago de servicios...	Sí	Recuento	30	42	72
		% del total	20.0%	28.0%	48.0%
	No	Recuento	45	33	78
		% del total	30.0%	22.0%	52.0%
Total	Recuento	75	75	150	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, el 48% (72 casos) señala que obtiene esta gratificación. Un 20% (30 casos) corresponde a mujeres y un 28% (42 casos) a hombres. El 52% restante de la muestra (78 casos), responde no obtener esta gratificación. **Tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación realizar tareas cotidianas como: compras, consultas de movimientos bancarios, pagos de servicios... a través de las aplicaciones de Internet, enfatizando el número de casos en hombres considerablemente por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 54.**

**El uso de las aplicaciones de Internet me permite acceder a otros medios de manera económica.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ... me permite acceder a otros medios de manera económica	Sí	Recuento	44	47	91
		% del total	29.3%	31.3%	60.7%
	No	Recuento	31	28	59
		% del total	20.7%	18.7%	39.3%
Total	Recuento	75	75	150	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, se observa que el 60.7% (91 casos) obtiene esta gratificación. El 29.3% (44 casos) corresponde a las mujeres y el 31.3% (47 casos) a los hombres. Mientras que el 39.3% restante de la muestra (59 casos) no obtiene esta gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación acceder a otros medios de manera económica al usar las aplicaciones de Internet, destacando levemente el número de casos en hombres por encima del número de casos en mujeres.**

- Ganancia personal.

Las siguientes tablas de contingencia muestran los resultados obtenidos para cubrir sus necesidades relacionadas con la Ganancia Personal en hombres y mujeres mayores, antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet.

### GE

**Tabla 55.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten desarrollar otras habilidades como manejar mejor el ratón (ej. al hacer uso del correo electrónico).**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me permiten desarrollar otras habilidades como manejar mejor el ratón (ej. al hacer uso del correo electrónico)	Sí	Recuento	61	54	115
		% del total	40.7%	36.0%	76.7%
	No	Recuento	14	21	35
		% del total	9.3%	14.0%	23.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, el 76.7% (115 casos) esperan esta gratificación. Un 40.7% (61 casos) corresponde a las mujeres y un 36% (54 casos) a los hombres. El 23.3% restante de la muestra (35 casos) indica no esperar esta gratificación.

La mayoría de hombres y de mujeres esperan como gratificación desarrollar otras habilidades como manejar mejor el ratón (ej. al hacer uso del correo electrónico) al usar las aplicaciones de Internet, enfatizando el número de casos en mujeres considerablemente por encima del número de casos en hombres.

**Tabla 56.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me permiten tener más concentración cuando escribo.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me permiten tener más concentración cuando escribo	Sí	Recuento	40	33	73
		% del total	26.7%	22.0%	48.7%
	No	Recuento	35	42	77
		% del total	23.3%	28.0%	51.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de La muestra total, el 48.7% (73 casos) sí espera esta gratificación. Un 26.7% (40 casos) corresponde a las mujeres y un 22% (33 casos) a los hombres. El 51.3% restante de la muestra (77 casos) indica que no espera esta gratificación.

**Tanto hombres como mujeres esperan como gratificación tener más concentración cuando escriben al hacer uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres considerablemente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 57.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque quiero ejercitar la mente y la memoria.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...quiero ejercitar la mente y la memoria	Sí	Recuento	66	50	116
		% del total	44.0%	33.3%	77.3%
	No	Recuento	9	25	34
		% del total	6.0%	16.7%	22.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, se observa que el 77.3% (116 casos) espera esta gratificación. El 44% (66 casos) corresponde a las mujeres y el 33.3% (50 casos), a los hombres. Mientras que el 22.7% restante de la muestra (34 casos) responde no esperar dicha gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres esperan como gratificación poder ejercitar la mente y la memoria al usar las aplicaciones de Internet, enfatizando el número de casos en mujeres considerablemente por arriba del número de casos en hombres.**

**Tabla 58.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque necesito practicar y no olvidar cómo se usan.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...necesito practicar y no olvidar cómo se usan	Sí	Recuento	62	50	112
		% del total	41.3%	33.3%	74.7%
	No	Recuento	13	25	38
		% del total	8.7%	16.7%	25.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 74.7% (112 casos) espera esta gratificación. El 41.3% (62 casos) corresponde a mujeres y el 33.3% (50 casos) a hombres. Mientras que el 25.3% restante de la muestra (38 casos), indica que no espera esta gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres esperan como gratificación sentir la necesidad de practicar para no olvidar cómo se usan las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 59.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque han impactado mi vida de manera importante y positiva.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...han impactado mi vida de manera importante y positiva	Sí	Recuento	40	51	91
		% del total	26.7%	34.0%	60.7%
	No	Recuento	35	24	59
		% del total	23.3%	16.0%	39.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 60.9% (91 casos) esperan esta gratificación. Un 26.7% (40 casos) corresponde a las mujeres y un 34% (51 casos) a los hombres. El 39.3% restante de la muestra (59 casos) indica no esperar esta gratificación.

**Por lo anterior, tanto hombres como mujeres esperan como gratificación que las aplicaciones de Internet impacten su vida de manera importante y positiva, acentuando el número de casos en hombres considerablemente por arriba del número de casos en mujeres.**

**Tabla 60.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque es algo nuevo en nuestras vidas.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...es algo nuevo en nuestras vidas	Sí	Recuento	61	56	117
		% del total	40.7%	37.3%	78.0%
	No	Recuento	14	19	33
		% del total	9.3%	12.7%	22.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, el 78% (117 casos) sí espera esta gratificación. El 40.7% (61 casos) corresponde a las mujeres y el 37.3% (56 casos) a los hombres. Mientras que el 22% restante de la muestra (33 casos) señala no esperar esta gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres esperan como gratificación que el uso de las aplicaciones de Internet sea algo nuevo en sus vidas, destacando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 61.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque me mantienen alerta.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me mantienen alerta	Sí	Recuento	57	54	111
		% del total	38.0%	36.0%	74.0%
	No	Recuento	18	21	39
		% del total	12.0%	14.0%	26.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que, del 100% de la muestra total, el 74% (111 casos) espera esta gratificación. Un 38% (57 casos) corresponde a las mujeres y un 36% (54 casos) a los hombres. Mientras que el 26% restante de la muestra no esperan esta gratificación. **Es decir, la mayoría de los hombres esperan como gratificación que las aplicaciones de Internet les mantengan alerta, acentuando el número de casos en mujeres ligeramente por encima del número de casos en hombres.**

## GO

**Tabla 62.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que mi mente se agilice (ej. al hacer uso del correo electrónico).**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...mi mente se agilice (ej. al hacer uso del correo electrónico)	Sí	Recuento	64	53	117
		% del total	42.7%	35.3%	78.0%
	No	Recuento	11	22	33
		% del total	7.3%	14.7%	22.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 78% (117 casos) obtiene esta gratificación. Un 42.7% (64 casos) corresponde a las mujeres y un 35.3% (53 casos) a los hombres. El 22% de la muestra restante (33 casos) indica que no espera esta gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres obtienen como gratificación que su mente se agilice cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet (ej. al hacer uso del correo electrónico), destacando el número de casos en mujeres considerablemente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 63.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que me concentre en actividades que requieren de más precisión.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me concentre en actividades que requieren de más precisión	Sí	Recuento	50	37	87
		% del total	33.3%	24.7%	58.0%
	No	Recuento	25	38	63
		% del total	16.7%	25.3%	42.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 58% (87 casos) obtiene esta gratificación. El 33.3% (50 casos) corresponde a mujeres y el 24.7% (37 casos) a hombres. Mientras que el 42% restante de la muestra (63 casos) señala que no obtiene esta gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación poder concentrarse en actividades que requieren de más precisión al hacer uso de las aplicaciones de Internet, recalcando el número de casos en mujeres considerablemente y muy por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 64.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que ejercite la memoria.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ... hace que ejercite la memoria	Sí	Recuento	64	44	108
		% del total	42.7%	29.3%	72.0%
	No	Recuento	11	31	42
		% del total	7.3%	20.7%	28.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Se observa que del 100% de la muestra total, el 72% (108 casos) obtiene esta gratificación. Un 42.7% (64 casos) corresponde a las mujeres y un 29.3% (44 casos) corresponde a los hombres. El 28% restante de la muestra (42 casos) indica que no obtiene esta gratificación.

**Tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación ejercitar la memoria cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet, acentuando el número de casos en mujeres muy superior al número de casos en hombres.**

**Tabla 65.**

**El uso de las aplicaciones de Internet me hace sentir que éstas son parte de mi vida/ de mis actividades/ de mi tiempo libre.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me hace sentir que son parte de mi vida/ de mis actividades/ de mi tiempo libre	Sí	Recuento	45	41	86
		% del total	30.0%	27.3%	57.3%
	No	Recuento	30	34	64
		% del total	20.0%	22.7%	42.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 57.3% (86 casos) obtiene esta gratificación. Un 30% (45 casos) corresponde a las mujeres y un 27.3% (41 casos) a los hombres. El 42.7% restante de la muestra (64 casos) apunta que no obtiene esta gratificación.

**Tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación sentir que el uso de las aplicaciones de Internet son parte de su vida/ sus actividades/ de su tiempo libre, destacando el número de casos en mujeres ligeramente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 66.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite practicar y ser constante para desarrollar nuevas habilidades digitales.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite practicar y ser constante para desarrollar nuevas habilidades digitales	Sí	Recuento	52	53	105
		% del total	34.7%	35.3%	70.0%
	No	Recuento	23	22	45
		% del total	15.3%	14.7%	30.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, el 70% (105 casos) obtienen esta gratificación. El 34.7% (52 casos) corresponde a mujeres y el 35.3% (53 casos) a hombres. Mientras que el 30% restante de la muestra (45 casos) indica que no obtiene esta gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres obtienen por igual la gratificación de poder practicar y ser constantes para desarrollar nuevas habilidades digitales al hacer uso de las aplicaciones de Internet, destacando el número de casos en hombres tenuemente por encima del número de casos en mujeres.**

**Tabla 67.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me motiva a estar en constante aprendizaje de las tecnologías.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me motiva a estar en constante aprendizaje de las tecnologías	Sí	Recuento	56	50	106
		% del total	37.3%	33.3%	70.7%
	No	Recuento	19	25	44
		% del total	12.7%	16.7%	29.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 70.7% (106 casos) obtiene esta gratificación. Un 37.3% (56 casos) corresponde a las mujeres y un 33.3% (50 casos) a los hombres. El 29.3% restante de la muestra (44 casos) señala que no obtiene esta gratificación.

**La mayoría de los hombres y mujeres obtienen como gratificación sentirse motivados para estar en constante aprendizaje de las tecnologías al usar las aplicaciones de Internet, enfatizando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

- Ocio y entretenimiento.

Las siguientes tablas cruzadas muestran los resultados obtenidos para cubrir la necesidad de Ocio y entretenimiento en hombres y mujeres mayores, antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet.

## GE

**Tabla 68.**  
**Usó las aplicaciones de Internet porque me divierto.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...me divierto	Sí	Recuento	60	54	114
		% del total	40.0%	36.0%	76.0%
	No	Recuento	15	21	36
		% del total	10.0%	14.0%	24.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Se puede observar en la tabla anterior que del 100% de la muestra total, el 76% (114 casos) espera esta gratificación. Un 40% (60 casos) corresponde a mujeres

y el 36% (54 casos) a hombres. El 24% restante de la muestra (36 casos) indica que no espera esta gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres esperan como gratificación divertirse al hacer uso de las aplicaciones de Internet, acentuando el número de casos en mujeres por arriba del número de casos en hombres.**

## GO

**Tabla 69.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite organizar las actividades de ocio y entretenimiento de manera precisa.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite organizar las actividades de ocio y entretenimiento de manera precisa	Sí	Recuento	43	35	78
		% del total	28.7%	23.3%	52.0%
	No	Recuento	32	40	72
		% del total	21.3%	26.7%	48.0%
Total		Recuento	75	75	150
		% del total	50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 52% (78 casos) obtiene esta gratificación. El 28.7% (43 casos) corresponde a mujeres y el 23.3% (35 casos) a hombres. Mientras que el 48% restante de la muestra (72 casos) indica que no obtiene esta gratificación.

**Hombres y mujeres mayores obtienen como gratificación poder organizar las actividades de ocio y entretenimiento de manera precisa, destacando el número de casos en mujeres considerablemente por encima del número de casos en hombres.**

- Futuro.

Las siguientes tablas cruzadas muestran los resultados obtenidos para cubrir las necesidades a Futuro en hombres y mujeres mayores, antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet.

**GE**

**Tabla 70.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque quiero pertenecer a la Sociedad de la Información.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...quiero pertenecer a la Sociedad de la Información	Sí	Recuento	46	40	86
		% del total	30.7%	26.7%	57.3%
	No	Recuento	29	35	64
		% del total	19.3%	23.3%	42.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se observa que del 100% de la muestra total, el 57.3% (86 casos) espera esta gratificación. El 30.7% (46 casos) corresponde a mujeres y el 26.7% (40 casos) a hombres. Mientras que el 42.7% restante de la muestra (64 casos) señala que no espera dicha gratificación.

**Tanto hombres como mujeres esperan como gratificación poder pertenecer a la Sociedad de la Información al hacer uso de Internet, enfatizando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 71.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque**  
**quiero desarrollar más habilidades digitales para el futuro.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...quiero desarrollar más habilidades digitales para el futuro	Sí	Recuento	59	51	110
		% del total	39.3%	34.0%	73.3%
	No	Recuento	16	24	40
		% del total	10.7%	16.0%	26.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Según los datos de la tabla anterior, del 100% de la muestra total, el 73.3% (110 casos) señala esperar esta gratificación. El 39.3% (59 casos) corresponde a mujeres y el 34% (51 casos) a hombres. Mientras que el 26.7% restante de la muestra, indica no esperar esta gratificación.

**La mayoría de hombres y mujeres esperan como gratificación desarrollar más habilidades digitales para el futuro, destacando el número de casos en mujeres por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 72**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque quiero aprender**  
**a usar nuevas aplicaciones cuando estén disponibles.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...quiero aprender a usar otras nuevas aplicaciones cuando estén disponibles	Sí	Recuento	55	52	107
		% del total	36.7%	34.7%	71.3%
	No	Recuento	20	23	43
		% del total	13.3%	15.3%	28.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Del 100% de la muestra total, el 71.3% (107 casos) responde que sí espera esta gratificación. El 36.7% (55 casos) corresponde a mujeres y el 34.7% (52 casos) a hombres. Mientras que el 28.7% restante de la muestra (43 casos) apunta que no espera esta gratificación.

**La mayoría de los hombres y mujeres esperan como gratificación aprender a usar otras nuevas aplicaciones cuando estén disponibles, enfatizando el número de casos en mujeres ligeramente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 73.**  
**Uso las aplicaciones de Internet porque es muy importante para mi hacer frente al cambio tecnológico.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GE ...es muy importante para mi hacer frente al cambio tecnológico	Sí	Recuento	50	50	100
		% del total	33.3%	33.3%	66.7%
	No	Recuento	25	25	50
		% del total	16.7%	16.7%	33.3%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En la tabla anterior se puede observar que del 100% de la muestra total, el 66.7% (100 casos) espera esta gratificación. Un 33.3% (50 casos) corresponde a mujeres y un mismo porcentaje a hombres (50 casos). Mientras que el 33.3% restante de la muestra (50 casos) indica que no espera esta gratificación. **Es decir, tanto hombres como mujeres esperan por igual, como gratificación, hacer frente al cambio tecnológico al usar las aplicaciones de Internet.**

## GO

**Tabla 74.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet hace que sienta que pertenezco a la Sociedad de la Información.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...sienta que pertenezco a la Sociedad de la Información	Sí	Recuento	46	41	87
		% del total	30.7%	27.3%	58.0%
	No	Recuento	29	34	63
		% del total	19.3%	22.7%	42.0%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

Se observa que del 100% de la muestra total, el 58% (87 casos) obtiene esta gratificación. El 30.7% (46 casos) corresponde a las mujeres y el 27.3% (41 casos) a los hombres. Mientras que el 42% restante de la muestra (63 casos) indica que no obtiene esta gratificación.

**Tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación sentir que pertenecen a la Sociedad de la Información, destacando el número de casos en mujeres levemente por encima del número de casos en hombres.**

**Tabla 75.**  
**El uso de las aplicaciones de Internet me permite estar  
 preparado/a para futuras novedades tecnológicas.**

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
GO ...me permite estar preparado/a para futuras novedades tecnológicas	Sí	Recuento	50	54	104
		% del total	33.3%	36.0%	69.3%
	No	Recuento	25	21	46
		% del total	16.7%	14.0%	30.7%
Total	Recuento		75	75	150
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Tabla generada con ayuda del programa SPSS con datos tomados del trabajo de campo: Cuestionarios.

En esta última tabla, del 100% de la muestra total, el 30.7% (46 casos) obtiene esta gratificación. El 33.3% (50 casos) recae sobre las mujeres y el otro 36% (54 casos) sobre los hombres. Mientras que el 30.7% restante de la muestra (46 casos) indica que no obtiene esta gratificación.

**Tanto hombres como mujeres obtienen como gratificación estar preparados para futuras novedades tecnológicas, enfatizando el número de casos en hombres por encima del número de casos en mujeres.**

### 7.3. Grupo de discusión.

En el grupo de discusión han participado 4 hombres (54, 55, 64 y 68 años) y 2 mujeres (56 y 60 años), que nos hablan sobre sus experiencias al hacer uso de las aplicaciones de Internet. En el mismo participa un moderador que hace las preguntas, da la palabra a cada uno de los participantes y trata de que las respuestas no las eclipse una sola persona invitando a todos los participantes a intervenir cuando así lo deseen. También asiste un relator que toma nota de algunos aspectos importantes como gestos, pausas largas, comunicación no verbal, etc., de los sujetos que participan en la discusión. Además, graba y

controla el tiempo de las intervenciones, previamente establecido para cada bloque de preguntas-respuestas.

Muchas veces, las intervenciones son simultáneas y se solapan unas con otras. Por esto, para una mejor comprensión, se especifica quién toma el turno para hablar.

### *7.3.1. Teoría de Expectativas de Eficacia: Fuentes de información.*

A continuación, se presenta el análisis del grupo de discusión en el que se han tenido en cuenta las cuatro fuentes de información principales, según Bandura (1977), para identificar las frustraciones, miedos y motivaciones de hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet: 1) Actuación frente a logros obtenidos; 2) Experiencia indirecta (a través de la observación de otras personas mayores cuando utilizan las aplicaciones de Internet); 3) Persuasión verbal (de otras personas de su misma o diferente generación para hacer uso de las aplicaciones de Internet); y 4) Fuentes emocionales (sentimientos como emoción, miedo, frustración, curiosidad, alegría, etc., antes y después de hacer uso de las aplicaciones de Internet). Y una más para conocer cuál es su percepción sobre el desarrollo de las habilidades digitales para hacer frente al cambio tecnológico que se avecina: 5) futuro.

Al finalizar cada bloque se presenta un cuadro interpretativo a modo de conclusión para resaltar la información más relevante para este estudio.

- Actuación frente a logros obtenidos.

Cuando se les pregunta sobre cómo fue su primera experiencia al hacer uso de las aplicaciones de Internet, los hombres reconocieron experimentar miedo y resistencia por primera vez, sentimiento que fue disminuyendo gracias a la ayuda de personas cercanas a ellos que les auxiliaron.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “Pues yo lo tengo muy reciente, eh... El hecho de que yo he tenido miedo -soy maestro de escuela también- y he tenido miedo siempre a la informática porque no la comprendo, no me metía dentro de ella, no la comprendía, pero vino mi hermano y me dijo: <<se hace así>>, eso me llamó mucho y me gustó...”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “Yo también tenía mis miedos con Internet, [...] pero como tenía dos técnicos en casa... Al principio es un poco los miedos, [...] pero luego ves que tus hijos tienen tanta agilidad y tanta vida de Internet pues que eres uno más y lo haces.”

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “Sí, bueno, yo hace... pues hace ya no sé cuántos años que empecé con Internet, principalmente lo utilizaba para... para comunicarme, ¿sí? Este... tengo una resistencia al Internet. [...] Lo hago “a pesar de”, si no la utilizara no podría estar en comunicación con mucha gente, ¿no?”

Mientras que en el caso de las mujeres no experimentaron miedo, sino la necesidad de aprender a usar Internet y sus aplicaciones en el trabajo, además de considerarlo una herramienta que “facilita mucho la vida”. Sin embargo, sí tienen miedo a realizar transacciones bancarias por esta vía.

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “Yo mi primer empuje fue la necesidad del trabajo, porque ya empezaban a mandarte todo por correo electrónico, ya empezó a desaparecer el papel y dices bueno pues, aquí o me pongo las pilas o... o me pongo las pilas.”

**Sujeto 6, mujer 56 años:** “Realmente es una herramienta que te facilita mucho la vida.”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “...hay cosas que como no manejo bien pues me dan cierto miedo, todas las transacciones bancarias...”

Cuando se les pregunta cuáles fueron las principales motivaciones que les animaron a continuar usando Internet, en el caso de los hombres, ha sido desempeñar bien sus actividades laborales, comunicarse con otros organismos oficiales, bancos, etc. y por el aprendizaje en sí mismo a nivel personal.

**Sujeto 4, hombre 55 años:** “Por trabajo. Por mi trabajo siempre tenía que estar comunicado, el tener que mandar toda la información de un sitio a otro, mayoritariamente por trabajo... También hago todas las labores del banco y me

evita tener que ir a la oficina del banco, entonces, por ese lado es bastante bueno.”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “Todos los días tienes que meterte en Internet, ver tu correo, ver... a veces tienes que contestar cosas que...”

En el caso de las mujeres, ha sido seguir aprendiendo y estar en contacto con familiares que viven lejos.

**Sujeto 6, mujer 56 años:** “...yo no vivía donde vivía mi familia, yo estaba en Querétaro y tener comunicación con mis hermanas, con mis sobrinos, con la familia de José aquí en España, [...] cuando estás lejos de la familia de ayuda mucho.”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “...por aprendizaje, la facilidad que tienes ahora, entras en *Google* y preguntas cualquier tontería y te salen veinte cosas.”

Cuando se les pregunta cuáles han sido los logros que han obtenido hasta ahora al hacer uso de esta tecnología, los hombres afirman que ha sido la posibilidad de comunicarse con otras personas de manera inmediata y el ahorro de tiempo debido a la agilización de diferentes trámites y procesos.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “...el logro fundamental que yo he tenido es de escribir un informe o una carta y poder transmitirla al instante y comunicarme al mismo tiempo que ha sido recibida donde se ha mandado”

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “Para mí lo que más... sin el Internet no podría estar en contacto con tantas gentes, en diferentes lugares, de inmediato...”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “Además de transacciones bancarias o cosas de estas que también ahora te agilizan y no te quita tiempo, te da tiempo, no visitas bancos para ciertas cosas.”

Cuando se les pregunta qué acciones llevaron a cabo para obtener estos logros, tanto hombres como mujeres han tenido que aprender a hacer uso del ordenador y los diferentes paquetes informáticos, incluyendo Internet y algunas de sus aplicaciones, a través de cursos.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “Me gustó mucho... he ido a una academia, bueno, no academia, es un centro de adultos, pero era tal el dolor de cuello y la rigidez que

tenía que tener por las cervicales que era imposible estar en él. [...] el que no conoce Internet, el que no conoce la informática es un analfabeto hecho y derecho.”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “...me ha venido muy bien hacerlos [...] Internet era como la segunda parte, yo primero he hecho cursos de informática básica, entonces cuando llega el Internet pues ya ese miedo a la informática que tenemos en general las personas que hemos comenzado ya mayores pues lo hemos perdido ahí, en esos primeros cursos de informática.”

Sin embargo, todavía ambos desconfían de la tecnología para realizar ciertas tareas en línea por temor a que les roben, clonen sus tarjetas o por temor a ser observados, incluso en el momento de mandar información por correo electrónico o realizar búsquedas de información vía Internet.

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “¿Me verán?, ¿me verán?, porque como... claro, como en el trabajo todo está en red.”

**Sujeto 6, mujer 56 años:** “No, pero es lo mismo que las tarjetas de crédito, también te la pueden clonar la tarjeta de crédito.”

En el caso de las mujeres mayores, a pesar de su temor a hacer uso de las aplicaciones de Internet, poco a poco y gracias a la repetición de una misma tarea han logrado tener una experiencia cada vez más satisfactoria y exitosa, tanto en su vida laboral como a nivel personal. Comprendieron que lo necesitaban en su trabajo y esa necesidad se convirtió en un interés por conocer mejor el funcionamiento de las aplicaciones de Internet y otras tecnologías.

En el caso de los hombres, expresaron que su inicio en el uso de las aplicaciones de Internet fue impuesto más que por interés, lo que provocó un mayor temor y desconfianza al realizar su trabajo, además, aprendieron a hacer uso de Internet a una edad avanzada. Se resisten a la transición, ya que antes de la era digital, realizaban sus actividades laborales de manera satisfactoria, y es ahora cuando sufren el cambio tecnológico. Se sienten en desventaja, más inseguros y menos valiosos frente a otros empleados de generaciones más jóvenes que realizan la misma actividad con ayuda de la tecnología. Aunque debido a la práctica poco a poco han conseguido superar su miedo, y ahora usan la tecnología como

herramienta para realizar actividades de la vida diaria como pagos de servicios, compras en línea o la banca electrónica.

La motivación que encuentran las personas mayores depende del género al que pertenecen. Es decir, las mujeres prefieren hacer uso de la tecnología para comunicarse con otras personas a través de diferentes aplicaciones como *messenger*, *Skype*, correo electrónico, y adoptan la tecnología para no sentirse aisladas o en el atraso tecnológico. Mientras que los hombres, que hasta ahora usaban Internet y sus aplicaciones sólo en el ámbito laboral, comienzan a adoptar la tecnología en su vida cotidiana. Hombres y mujeres desarrollan habilidades digitales diferentes, de acuerdo a sus intereses.

**Cuadro resumen 7: Actuación frente a logros obtenidos.**

		HOMBRES	MUJERES
ACTUACIÓN FRENTE A LOGROS OBTENIDOS	PRIMERA EXPERIENCIA AL HACER USO DE INTERNET		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- miedo y resistencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- curiosidad,</li> <li>- necesidad de aprender por motivos de trabajo,</li> <li>- miedo a realizar operaciones bancarias en línea,</li> <li>- lo consideran una herramienta que "facilita mucho la vida".</li> </ul>
	MOTIVACIONES PARA SEGUIR USANDO INTERNET		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- desempeñar bien sus actividades laborales,</li> <li>- comunicarse con otros organismos oficiales, bancos, etc.,</li> <li>- aprendizaje a nivel personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- facilidad para aprender,</li> <li>- estar en contacto con familiares que viven lejos,</li> <li>- no sentirse aisladas o en el atraso tecnológico.</li> </ul>
	LOGROS OBTENIDOS		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- posibilidad de comunicarse con otras personas de manera inmediata,</li> <li>- realizar diferentes trámites y procesos en poco tiempo,</li> <li>- disminución del miedo y la resistencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- experiencias satisfactorias y exitosas,</li> <li>- conocer mejor el funcionamiento de las aplicaciones de Internet y otras tecnologías.</li> </ul>
	ACCIONES REALIZADAS PARA ALCANZAR ESTOS LOGROS		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- cursos para aprender a hacer uso del ordenador, paquetes informáticos, Internet y sus aplicaciones,</li> <li>- desarrollar habilidades según sus intereses,</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- recibir ayuda de personas cercanas,</li> <li>- practicar el uso de la tecnología.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- repetir una misma tarea varias veces.</li> </ul>	

- Experiencia indirecta.

Cuando se les pregunta qué pensaban de sí mismos al observar a personas de su generación utilizando las aplicaciones de Internet, en el caso de los hombres hay dos experiencias muy diferentes:

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “Te entraba un complejo de tonto tremendo (risas de todos). Ver que se da a un botón y salir la pantalla y analizar y verlo y también... lo que veía era que tenías que estar aislado, no podías comunicarte en ese momento con el que estaba realizando la conexión [...] hice esos dos meses de informática y este año es cuando ya me he despertado un poquito.”

**Sujeto 4, hombre 55 años:** “Yo no tuve ese problema porque empecé muy joven, empecé estudiando informática ya con veinte años y siempre me he ido adaptando claro. Cuando todavía no había prácticamente ordenadores ya estaba estudiando eso, por lo tanto no me ha venido... al contrario yo creo que mejor.”

Cuando se les pregunta si se imaginaban haciendo uso de estas aplicaciones, encontramos una similitud entre hombres y mujeres. Ninguno de ellos se imaginaba haciendo uso de las aplicaciones de Internet. Sin embargo ahora son conscientes de que deben seguir aprendiendo y usando las mismas para no quedar en el atraso tecnológico.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “Yo siempre... sentía complejo de no comprenderlo. Entonces ahora a los sesenta, llevo dos años con ello, a los sesenta y dos años es cuando he vuelto a...”

**Sujeto 4, hombre 55 años:** “Sí, tú tienes que seguir el ritmo, si no te quedas...”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “...no me quiero quedar atrás, entonces me esfuerzo. Ahora me he comprado un teléfono de estos con Internet y con *what's app?* y todo eso y... por no quedarme atrás, pero necesidad real yo, con un *telefonico* con los números me sobra, pero sé que todo ese lenguaje y todo ese tipo, esa forma de relacionarse y de conectarse y todo eso si no entro, me voy a quedar tan atrás que cuando quiera entrar no voy a ser capaz. Entonces, por conectar sobre todo con la gente joven, por mantener esa conexión y... me esfuerzo en mantenerme ahí.”

Otra de las similitudes que se han encontrado es que hombres y mujeres añoran el trato personal, el contacto “cara a cara”.

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “... ¡si pudiera no lo utilizaría! Claro [...] yo prefiero siempre hablar con la gente.”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “Sí, sobre todo cuando quieres hacer una reclamación, no encuentras a nadie cara a cara... (Risas).”

**Sujeto 6, mujer 56 años:** “...no tiene por qué ser sustituir, yo creo que es una herramienta adicional, ¿no? que no llega a sustituir...”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “Yo tenía mis miedos, no quería meterme con Internet nunca, yo quería ver mis libros, yo quería recibir mi información visual, sin meterme a esto de la información por vía Internet. [...] no quiero que me impongan de ello una necesidad. Entonces, todo lo que sea evitable lo evito. [...] cuando alguien ha querido hablar conmigo por medio de *messenger* lo he evitado, no he querido, ¡no he querido!”

Muchas de las expectativas que tienen las personas mayores surgen al observar a otras personas de su misma generación que hacen uso de las aplicaciones de Internet sin que haya consecuencias negativas. Esto hace que quieran mejorar sus habilidades, que se esfuercen y sean persistentes. Por el contrario, la falta de habilidades al hacer uso de las aplicaciones de Internet les hace sentirse vulnerables y débiles para afrontar el cambio tecnológico.

Muchas veces, los hombres sienten acomplejados cuando ven que no cuentan con las habilidades digitales que otras personas sí tienen y recurren a generaciones más jóvenes para acercarse a Internet. En cambio las mujeres, comienzan a conocer las posibilidades de Internet y experimentan una curiosidad que se convierte en deseo por aprender a usarlas hasta que la actividad que quieren realizar sea exitosa. De aquí que ellas vivan su experiencia sobre el uso de Internet de una manera más positiva.

Hombres y mujeres coinciden en que no quieren quedarse en el atraso tecnológico y buscan la ayuda de personas con más conocimientos tecnológicos sin importar la generación a la que pertenecen.

**Cuadro resumen 8: Experiencia indirecta.**

	HOMBRES	MUJERES
EXPERIENCIA INDIRECTA	AUTO PERCEPCIÓN AL OBSERVAR A PERSONAS DE SU MISMA GENERACIÓN HACIENDO USO DE INTERNET	
	reacciones diferentes: <ul style="list-style-type: none"> <li>– sienten complejo de “tontos”, al no comprender su funcionamiento,</li> <li>– se sienten en ventaja porque han estudiado la carrera de informática.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– comienzan a conocer las posibilidades que ofrece Internet y tienen más ganas de aprender su funcionamiento.</li> </ul>
	¿SE IMAGINABAN HACIENDO USO DE INTERNET?	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– no se imaginaban haciendo uso de esta tecnología,</li> <li>– añoran el trato personal,</li> <li>– no lo ven como algo necesario, pero temen quedarse en el atraso tecnológico.</li> </ul>	

- Persuasión verbal.

Cuando se les pregunta sobre su comienzo en el uso de las aplicaciones de Internet y la opinión de las personas de su entorno, la persuasión verbal como estrategia de motivación, ha sido de gran ayuda y apoyo para que hombres y mujeres mayores adquieran confianza. Su inseguridad personal frenaba el desarrollo de las habilidades digitales necesarias y les impedía familiarizarse con su uso.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “...al lado de una persona que sabe te encuentras muy seguro, pero después estás solo en la casa, y te pones a hacerlo y ya salta... y si no sabes arreglarlo... (Risas).”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “Yo, los compañeros que sabían me animaban y los que no sabían yo los animaba (risas).”

**Sujeto 5. Hombre 68 años:** “...no es mi meta aprender, no sé si me explico, quiero aprender lo indispensable para la comunicación, lo demás, prefiero otras cosas...”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “...los compañeros más que animar es <<oye, que te voy a mandar este correo con esta información por aquí por allá, ¿a ver qué te parece?, o mira a ver qué te parece [...] este programa o esta cuestión

nutricional>>, o qué sé yo... Ya es casi una necesidad, más que estimular es algo que está imponiéndose sin darnos cuenta.”

Cuando se les pregunta qué tipo de sugerencias o retos les proponían para acercarse a esta tecnología en algunos casos sentían como una imposición el “tener que aprender” a hacer uso de las aplicaciones de Internet, sin embargo, están dispuestos a hacerlo aunque no dedican un tiempo específico a esta actividad o muchas veces prefieren realizar otras actividades distintas.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “Sí, a mí me imponían... <<Eres el analfabeto del siglo XXI>> (risas). Creía que nunca iba a sentarme delante de un ordenador que habla, que hace todo, nunca creí que iba a llegar ese momento...”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “A mí lo primero que me enseñaron pero que nunca aprendí es a bajarse la música gratis, a bajarse las películas gratis [...] Y yo aquello lo veía tan difícil... Y ahora lo que sí he aprendido es que sólo lo utilizo cuando lo necesito, [...] mi día sólo tiene 24 horas y a mí no me da para estar me delante del ordenador viendo correos, ...pero eso necesita un tiempo que yo no lo tengo.”

Cuando se les pregunta por qué decidieron iniciarse en el uso de las aplicaciones de Internet hombres y mujeres afirman que fue por necesidad, para desarrollar su trabajo. A partir de esta primera necesidad, descubren otras posibilidades de ocio y tiempo libre como leer algún diario/periódico o alguna otra publicación, estar en contacto con otras personas, etc.

**Sujeto 1, hombre 68 años:** “Ocio.”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “Trabajo y ocio. [...] <<Oye, que esto te lo envío por Internet>> y dices tú <<no tengo correo o Internet>>, es una necesidad. Entonces, aunque no sea oficialmente por el trabajo es por las circunstancias de relación.”

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “Trabajo y cierta información que a uno le gusta.”

**Sujetos 2, mujer 60 años:** “Empezamos con el trabajo y luego ya después vas descubriendo cosas”.

Al pedirles que discutan y comenten los aspectos positivos y negativos de su experiencia al hacer uso de las aplicaciones de Internet, los hombres valoraron como positivo la cantidad de información a la que tienen acceso gracias a Internet

y como negativo los problemas de salud que ocasiona permanecer durante horas frente al ordenador y otro tipo de tecnología como microondas, teléfonos móviles. Además temen exponer información personal en la red.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** "...el lado positivo es conocer, aprender una herramienta de trabajo en la cual está toda la información conocida por el hombre,..."

**Sujeto 3, hombre 54 años:** "Lo bueno es la información que hay, la agilidad con la que la adquieres. Y lo negativo es la información que puede exigir de ti y se puede extender, o sea, a dónde puede llegar a parar... pienso que [...] acaba afectando la salud a un nivel bastante grave de cervicales, lumbares, de postura más la radioactividad... la suma de esto."

**Sujeto 4, hombre 55 años:** "¿Negativo?, la información, que la gente tiene acceso a ella ¡eso es lo malo!, no hay manera de quitarla, puede encontrar de todo..."

**Sujeto 5, hombre 68 años:** "...más problemas para la salud porque significa muchas horas sentado y sin hacer ejercicio frente a un ordenador... Tiene su parte buena porque es una necesidad (herramienta) que está ayudando a optimizar muchas cosas que se podrían tardar meses y se pueden hacer en días..."

Las mujeres valoraron su experiencia como positiva, manteniendo un equilibrio entre lo tradicional y lo digital. Es decir, valoran ambas experiencias, como por ejemplo la información que se encuentra en una biblioteca y la que se encuentra en la red. Además, una de ellas añade como ventaja que la tecnología le permite desarrollar mejor su trabajo con niños deficientes que las utilizan para comunicarse.

**Sujeto 2, mujer 60 años:** "Yo una de las cosas peores que veo con respecto a la comunicación es lo anónimo que uno puede ser y el daño que puede hacer si quiere. Y muchos quieren y hacen daño. [...] (otra) ventaja que tiene en niños con deficiencia donde son capaces de escribir con el ordenador." (Trabaja con niños con problemas psicomotores y con deficiencia)

**Sujeto 6, mujer 56 años:** "...hemos vivido los dos mundos y buscaremos siempre un equilibrio..."

Muchas veces, contar con la ayuda constante de generaciones más jóvenes que les rodean, hace que hombres y mujeres mayores adquieran más seguridad en el

momento de iniciar una actividad o tarea en línea. Ambos comienzan a hacer uso de la tecnología por diferentes motivos y al conocer las posibilidades que les ofrece, terminan por ceder y aprender nuevas aplicaciones para realizar actividades diferentes a las que desarrollan en su trabajo. Por esto, la persuasión verbal es un componente de apoyo importante que genera seguridad y motiva a las personas a conocer las nuevas tecnologías y practicarlas hasta adquirir autonomía e independencia.

### Cuadro resumen 9: Persuasión verbal.

	HOMBRES	MUJERES
PERSUASIÓN VERBAL	LAS PERSONAS DE SU ENTORNO...	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– les motivaron a hacer uso de la tecnología,</li> <li>– les ayudaron a adquirir autonomía e independencia,</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– les hicieron tener más seguridad en sí mismos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– las animaban.</li> </ul>
	SUGERENCIAS O RETOS PROPUESTOS POR OTRAS PERSONAS	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– me lo imponían o “eres el analfabeto del siglo XXI”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– aprender a usar diferentes aplicaciones: música, películas...</li> </ul>
	SE INICIARON EN EL USO DE INTERNET...	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– porque lo necesitaban para desempeñar su trabajo,</li> <li>– por las posibilidades de ocio y entretenimiento que ofrece,</li> <li>– para contactar con otras personas.</li> </ul>	
	ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS SOBRE EL USO DE INTERNET	
	<p>Aspectos positivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– la cantidad de información que puedes encontrar.</li> </ul> <p>Aspectos negativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– miedo a la exposición de información personal en la red,</li> <li>– problemas de salud propios de la edad que no les permiten permanecer frente al ordenador mucho tiempo.</li> </ul>	<p>Aspectos positivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– la cantidad de información que puedes encontrar en la red, bibliotecas...,</li> <li>– les permite desarrollar mejor su trabajo.</li> </ul> <p>Aspectos negativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– la dificultad para encontrar el equilibrio entre lo tradicional y lo digital.</li> </ul>

- Fuentes emocionales.

Cuando se les pregunta qué sensaciones experimentaron antes de usar las aplicaciones de Internet, tanto hombres como mujeres afirman sentir curiosidad, emoción y la sensación de descubrir lugares, incluso países sin salir de casa. La información escrita y sobre todo la visual, cobra una gran importancia y está al alcance de todos.

**Sujeto 6, mujer 56 años:** "...me daba emoción."

**Sujeto 5, hombre 68 años:** "Curiosidad."

**Sujeto 4, hombre 55 años:** "Pues antes no tenía acceso a la información, era imposible y ha cambiado tanto."

**Sujeto 3, hombre 54 años:** "...el mundo cada vez está más cerca, te metes a una calle de París y la estás visualizando, paseas por allí, descubres restaurantes. No sólo la información escrita sino visual que tú ni pensabas. Puedes ver escaparates."

Cuando se les pregunta sobre sus miedos después de usar la tecnología, algunos hombres responden sentir miedo por no tener los conocimientos básicos para hacer uso de un ordenador. Tienen que recurrir a sus hijos en busca de ayuda para aprender su uso y no depender de nadie en lo sucesivo:

**Sujeto 1, hombre 64 años:** "Yo aumenté el miedo, porque cada paso que daba me ponía muy nervioso porque no había una persona que le dijese: "¿cómo se arregla o cómo funciona esto?" Y volver a escribir otra vez y que me dijera: "no, dale al archivo..." ese modo muy nuevo en Internet y de archivo a guardar todo y se te va guardando. Porque uno que ha escrito una página entera y se te iba; entonces no, no. Y esa era la preocupación que tenía y la inseguridad. Ahora cada vez se necesita más."

**Sujeto 3, hombre 54 años:** "Yo antes sí tenía miedo porque si algo no entendía recurría a mis hijos, o a uno o a otro".

**Sujeto 3, hombre 54 años:** "...no, no, no, me solucionaban algo y a su manera. Y así aprendí a manejarlo, porque yo quiero enfrentarme a este problema solo..."

Una de las mujeres reconoce que su miedo no era a hacer uso de la tecnología, sino la resistencia que tenía a iniciar cualquier actividad en línea. Y señala que una vez pasada esa barrera su miedo disminuyó.

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “...más bien disminuyeron al comenzar. Una vez que la barrera la he superado, que el ¡siéntate y conéctate! y ¿qué voy a hacer, no? ¡La he superado!, espero que ya y el miedo disminuye y esa fue una sorpresa de lo grande y amplio que eso puede ser...”

Cuando se les pregunta cómo se sienten al usar Internet y si existen otras actividades que les causen la misma sensación, algunos hombres consideran que es una tecnología poco emotiva, poco original, fría y que ya no es gratificante encontrar todo con sólo pulsar un botón.

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “Para mí el Internet no es emotivo, es algo muy frío, no me causa nada.”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “A mí tampoco, de hecho lo encuentro demasiado artificial...”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “...el acceso a tanta información, ya no te emociona, ¿no? ya no te cuesta trabajo, ya no es tan gratificante. Hoy día es darle al botón y ya lo tienes todo a la mano.”

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “...hay poca originalidad en los mensajes.”

Por otra parte, las mujeres tampoco se sienten emocionadas al hacer uso de la tecnología, pero sí cuando se trata de información sobre familiares y amigos.

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “Sí a mí no me emociona especialmente. Hago lo que tengo que hacer y ya.”

**Sujeto 6, mujer 56 años:** “Pero sí hay cosas emocionantes, te mandan una foto bonita y claro que te emociona. Una foto de un nieto, pues sí. Tiene su parte emotiva.”

Cuando se les pregunta por las aplicaciones que presentan una mayor dificultad, a hombres y mujeres les resulta complicada la búsqueda de información sobre un tema concreto.

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “¿A mí? todas. Yo soy poco de aplicaciones. Cuando necesito de la aplicación la pido para tenerla cuando se necesita.”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “...lo que más me cuesta es haber buscado en una página que en ese momento no voy a utilizar es volverla a encontrar (risas) es relativamente corto, pues sí, pero yo digo: “lo vi, lo vi” y no hay manera.”

Cuando se les pregunta cómo contrarrestan el temor o la ansiedad, uno de los hombres dice cerrar el programa e intentarlo de nuevo. Toma notas cuando le ayudan otras personas y, sobre todo, tiene una actitud positiva que le permite desarrollar habilidades digitales y adaptarse a los cambios.

**Sujeto 1, hombre 64 años:** “Lo que hacía era cerrarlo, cerrar el programa y volvía a intentarlo de nuevo. La mente a mi edad no es la misma que la que refleja una de catorce-quince años que automáticamente lo capta todo. Nadie me ganaba en la máquina de escribir. [...] aquello (el ordenador) me desorbitó, me decía <<aquí hay falta de ortografía>>...”

Esta fuente emocional está íntimamente conectada con la primera: Actuación frente a logros obtenidos. Es decir, a mayor número de intentos exitosos menor miedo y ansiedad en el uso de las aplicaciones de Internet. Es verdad que los intentos fallidos producen frustración y desesperación al no poder realizar correctamente la tarea propuesta, así que rodearse de personas que sí hacen uso de la tecnología les proporciona más seguridad y disminuye sus miedos.

Hombres y mujeres sienten temor al hacer uso de la tecnología. Sin embargo las mujeres mayores experimentan otros sentimientos como curiosidad, emoción e intentan aprender y practicar para vencer este miedo y eso las motiva.

**Cuadro resumen 10: Fuentes emocionales.**

		HOMBRES	MUJERES
FUENTES EMOCIONALES	SENTIMIENTOS ANTES DE USAR INTERNET		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- curiosidad ante la gran cantidad de información, sobre todo, visual,</li> <li>- emoción por descubrir lugares, países... sin salir de casa.</li> </ul>		
	MIEDOS DESPUÉS DE USAR INTERNET		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- no tener los conocimientos básicos,</li> <li>- necesitar la ayuda de otras personas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- resistencia para iniciar cualquier actividad en línea.</li> </ul>
	OTROS SENTIMIENTOS		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- es una herramienta fría,</li> <li>- poca originalidad en los mensajes,</li> <li>- es tan fácil el acceso a la información que ya no es gratificante.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- no les emociona especialmente, excepto cuando se trata de información personal.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prefieren actividades en las que predomine el trato personal.</li> </ul>		
	APLICACIONES QUE PRESENTAN MAYOR DIFICULTAD		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- todas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- encontrar la misma página que antes habían localizado.</li> </ul>
	CÓMO CONTRARRESTAN EL TEMOR Y LA ANSIEDAD		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- cerrando el programa e intentándolo de nuevo,</li> <li>- tomando notas,</li> <li>- con una actitud positiva.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- intentándolo de nuevo hasta lograrlo.</li> </ul>	

- Futuro.

Cuando se les pregunta cuál es la mayor motivación que tienen para desarrollar nuevas habilidades digitales, las mujeres quieren aprender para no romper la comunicación con generaciones más jóvenes:

**Sujeto 6, mujer 56 años:** "...seguir aprendiendo..."

**Sujeto 2, mujer 60 años:** "...que no quiero que esto sea una barrera para comunicarnos con los más jóvenes aunque sé que mi ritmo nunca será... (como el de ellos)."

En el caso de los hombres, hay dos posturas muy diferentes: uno de ellos quiere seguir aprendiendo y familiarizarse con nuevas aplicaciones que se adapten mejor a sus necesidades. Otro, sin embargo, dice no tener ninguna motivación para seguir aprendiendo o para conocer nuevas aplicaciones de Internet.

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “Hay un programa que me encanta y me gustaría perfeccionar donde no tengo que escribir. Yo grabo. Hablo, se graba y lo envío. ¡Eso para mí es una maravilla!”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “pues que salgan, pero realmente no me motivan mucho.”

Cuando se les pregunta qué tipo de habilidades les gustaría desarrollar en el futuro, tanto hombres como mujeres consideran que es más importante conservar y mejorar las habilidades digitales que han aprendido y desarrollado a partir del uso, que aprender otras nuevas.

**Sujeto 5, hombre 68 años:** “...mi anhelo no es desarrollar habilidades, ¿sí? Eso está más para la juventud, sino a ver cuántas puedo conseguir y cuántas puedo conservar de las que tengo. (Risas)”

**Sujeto 2, mujer 60 años:** “...mejorar las que tenemos a fuerza de uso, no hay otra manera de mejorar.”

Cuando se les pregunta si el desarrollo de estas y de otras nuevas habilidades digitales puede cambiar su vida cotidiana y de qué manera, tanto hombres como mujeres consideran que las aplicaciones que ya usan pueden ayudar a mejorar su calidad de vida evitando por ejemplo los desplazamientos en el caso de transacciones bancarias, citas médicas...

**Sujeto 6, mujer 56 años:** “...en vez de ir al banco y hacer una fila de dos horas, ya no lo hagas, puede darte calidad de vida en cuanto al tiempo que uno toma.”

**Sujeto 3, hombre 54 años:** “...sacar una cita médica también, eso nos quita mucho, no tienes que trasladarte.”

Tanto hombres como mujeres prefieren conservar y mejorar las habilidades digitales ya aprendidas en vez de desarrollar otras nuevas. Aunque más mujeres

que hombres se sienten motivadas a aprender a usar nuevas aplicaciones en el futuro, debido a que no quieren “romper” la comunicación con generaciones más jóvenes.

### Cuadro resumen 11: Futuro.

	HOMBRES	MUJERES
FUTURO	MOTIVACIÓN PARA DESARROLLAR HABILIDADES DIGITALES A FUTURO	
	diferentes opiniones: – aprender aplicaciones que se adapten a sus necesidades, – no le motivan mucho.	– mantener la comunicación con generaciones más jóvenes.
	HABILIDADES A DESARROLLAR EN EL FUTURO	
	– prefieren conservar y mejorar las habilidades que ya tienen, antes que aprender otras nuevas.	
	HABILIDADES DIGITALES Y CALIDAD DE VIDA	
– se evitan desplazamientos innecesarios: operaciones bancarias, citas médicas, compras...		– se ahorra tiempo y esfuerzo.

### Conclusión grupal.

Todo el grupo valora el uso de Internet y sus aplicaciones de manera positiva ya que esta tecnología ayuda a realizar diferentes tareas y actividades que normalmente tomarían más tiempo. Además, han aprendido a convivir entre lo tradicional y lo digital y se benefician del uso de la tecnología, aunque algunas veces no sea de su agrado. Sin embargo, les ha “abierto una ventana” de posibilidades, tanto en el trabajo como en casa.

Los hombres, en general, se mostraron más escépticos y con una mayor resistencia al uso de las nuevas tecnologías. Prefieren lo tradicional, lo análogo, “lo de antes”. Las mujeres son más curiosas, quieren conocer y aprender a hacer uso de las mismas a pesar de su edad. Consideran que las nuevas tecnologías benefician también a otras personas mejorando su calidad de vida. Están más

abiertas a los cambios tecnológicos, aunque no dejan de extrañar lo anterior a la era digital.

Por esto, las mujeres mayores afrontan el cambio tecnológico mejor que los hombres mayores.

## 8. CONCLUSIONES

Las siguientes conclusiones, muestran las diferencias y similitudes que existen entre hombres y mujeres mayores antes de hacer uso de las aplicaciones de Internet, Gratificaciones Esperadas (GE), y después de hacer uso de las mismas, Gratificaciones Obtenidas (GO), así como las motivaciones, miedos y frustraciones a las que se enfrenta este colectivo para determinar si existe una brecha digital y de género. Y tienen la finalidad de aportar datos que sirvan para la elaboración de Políticas Públicas que beneficien a este sector de la población.

Para este efecto, se ha seguido una estrategia metodológica que ha permitido llevar a cabo este estudio en tres fases diferentes: entrevistas/diarios de campo, cuestionarios y grupo de discusión. Y en cada fase del estudio se ha aplicado la Perspectiva de Género.

Se comenzará con las hipótesis 3, 4 y 5, y se dejarán para el final las hipótesis 1 y 2 para explicar si se aceptan o rechazan.

**Hipótesis 3: El uso de las aplicaciones de Internet gratifica por igual a hombres y mujeres mayores cuando buscan cubrir sus necesidades de diversión, relaciones personales, identidad personal, búsqueda de información, acceso a otros medios a través de Internet y les motiva a seguir haciendo uso de las mismas de cara al futuro.**

**DIVERSIÓN.** Las mujeres se comunican con familiares y amigos y realizan actividades de ocio digital. Y las que pasan más tiempo en casa hablan en línea con otras personas para no sentirse aisladas, divertirse y llenar su tiempo libre con actividades distintas a las tareas domésticas. Mientras que los hombres leen el periódico para informarse de lo que acontece en el mundo, leen libros, escuchan música, etc.

**RELACIONES PERSONALES.** Las personas mayores, en general, desconfían de aquellas personas que buscan contactar con ellos en línea, sin haberse conocido previamente (cara a cara). En consecuencia, el uso de las aplicaciones para

comunicarse con otras personas, no ha contribuido a aumentar el número de sus amistades, pero sí la frecuencia con la que establecen contacto con sus familiares, amigos y personas cercanas a su entorno.

**IDENTIDAD PERSONAL.** Los hombres usan las aplicaciones de Internet por curiosidad y distracción y se identifican con personas de su entorno más cercano, como compañeros de trabajo y personas de su misma edad. Las mujeres por su parte ven la tecnología como algo positivo que les permite ejercitar la mente, relacionarse, sentirse jóvenes y se identifican con personas que comparten sus mismos intereses sin importar la edad.

En el caso concreto de las redes sociales, ambos desconfían por temor a exponer demasiada información personal. Los hombres las asocian a los jóvenes, por esto las utilizan únicamente con fines profesionales y comerciales. Mientras que las mujeres las usan con fines más personales y afectivos como estar en contacto con familiares y amigos, y se identifican con generaciones más jóvenes. Para ellas el uso de las aplicaciones de Internet ha transformado su vida cotidiana y sienten que pertenecen a la Sociedad de la Información.

**BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN.** Hombres y mujeres mayores cubren sus necesidades de información al hacer uso de Internet debido a la gran diversidad de fuentes de donde pueden obtener información de temática variada que responde a sus intereses.

**ACCESO A OTROS MEDIOS.** Actualmente la convergencia de medios permite diferentes posibilidades de uso y requiere nuevas habilidades digitales. Hombres y mujeres mayores podrían prescindir de los medios tradicionales (radio, TV, prensa) ya que saben que se puede acceder a ellos a través de Internet. De hecho, la mayoría lee la prensa digital y escucha música en línea, sin embargo, en el caso concreto de la televisión, siguen utilizando el medio tradicional. De aquí la importancia de que este colectivo desarrolle habilidades digitales.

**FUTURO.** Hombres y mujeres mayores “temen” el cambio tecnológico, porque no son capaces de imaginar el alcance que puede tener debido a la rapidez de los avances y al mismo tiempo no quieren depender de la tecnología.

En consecuencia, las aplicaciones de Internet gratifican por igual a hombres y mujeres. Ambos buscan actividades distintas a las que desempeñan habitualmente; las mujeres disfrutan más de las relaciones personales ya que buscan la interacción con los demás, mientras que los hombres optan por actividades más individuales. Los intereses de las mujeres son más amplios y variados, y quieren descubrir las posibilidades que les ofrece la tecnología, mientras que los intereses de los hombres son más limitados. Para ellas el uso de las aplicaciones de Internet ha transformado su vida cotidiana y sienten que pertenecen a la Sociedad de la Información. La gran cantidad y variedad de información se ajusta a los intereses y necesidades de ambos. Saben que se puede acceder a otros medios a través de Internet, y que esto implica la adquisición de nuevas habilidades digitales, aunque en casos concretos como el de la televisión siguen utilizando el medio tradicional. Ambos “temen” la rapidez con la que se producen los cambios y el alcance de los mismos, así como depender de la tecnología. Sin embargo en las mujeres hay un interés por seguir aprendiendo y desarrollando nuevas habilidades de cara al futuro a pesar de su edad, a diferencia de los hombres que optan por conservar y practicar las habilidades que poseen pero no están interesados en adquirir otras nuevas.

Por tanto, se acepta la hipótesis 3: **El uso de las aplicaciones de Internet gratifica por igual a hombres y mujeres mayores cuando buscan cubrir sus necesidades de diversión, relaciones personales, identidad personal, búsqueda de información, acceso a otros medios a través de Internet y les motiva a seguir haciendo uso de las mismas de cara al futuro**, aunque existen matices diferentes en cuanto a las necesidades e intereses de cada uno de los colectivos según su género.

**Hipótesis 4: Los hombres mayores obtienen más gratificaciones cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet y por tanto, tienen más interés que**

**las mujeres mayores, por desarrollar nuevas habilidades digitales para afrontar el cambio tecnológico.**

Teniendo en cuenta los tópicos correspondientes a las gratificaciones esperadas y obtenidas, se encuentra que las mujeres mayores esperan y obtienen gratificaciones al cubrir sus necesidades de **Interacción Social**, ya que están en contacto con familiares y amigos a través de las aplicaciones de Internet. Esto les motiva usar la tecnología, lo que se convierte también en una **Ganancia Personal**, y al pasar mucho tiempo en casa, comienzan a incorporar la tecnología a su tiempo de **Ocio y entretenimiento** experimentando el ocio digital.

Por otra parte, los hombres realizan las actividades de su vida cotidiana en línea por **Conveniencia**, ya que es más barato y cómodo que hacerlo por otros medios. Esto les gratifica y les motiva a usar las aplicaciones de Internet.

Ambos cubren sus necesidades de información. Las mujeres buscan información de todo tipo, especialmente la relacionada con salud y hogar. Mientras que los hombres prefieren, sobre todo, información de actualidad a la que acceden de manera rápida y gratuita.

Ambos esperan como gratificación cubrir sus necesidades en el **Futuro**, aunque partimos de realidades diferentes. Las mujeres quieren pertenecer a la Sociedad de la Información y eso les motiva a seguir aprendiendo el uso de nuevas aplicaciones de cara al futuro. Sin embargo los hombres sienten que ya están preparados para afrontar el cambio tecnológico y no necesitan aprender nuevas aplicaciones.

Por consiguiente, se **rechaza la H4: Los hombres mayores obtienen más gratificaciones cuando hacen uso de las aplicaciones de Internet y por tanto, tienen más interés que las mujeres mayores, por desarrollar nuevas habilidades digitales para afrontar el cambio tecnológico.** Y se pronostica que a largo plazo habrá más mujeres que hombres haciendo uso de la tecnología y que éstas desarrollarán más habilidades digitales.

**Hipótesis 5: El uso exitoso de las aplicaciones de Internet motiva a hombres y mujeres mayores a desarrollar nuevas habilidades digitales para afrontar el cambio tecnológico, angostando así la brecha digital y de género.**

Con la llegada de la tecnología a los centros de trabajo, desempeñar la actividad laboral se convirtió, muchas veces, en una experiencia desagradable. Aprender a usar las diferentes herramientas tecnológicas no fue una opción, sino un cambio impuesto: los procesos se automatizaron y cambió la manera de trabajar. Esto afectó sobre todo a los hombres quienes se sintieron menos valiosos que sus compañeros de trabajo más jóvenes y experimentaron sentimientos como miedo, frustración o ansiedad frente a tareas que antes dominaban. Por eso, una vez jubilados, prefieren conservar y mejorar las habilidades ya adquiridas antes que aprender otras nuevas, y se inclinan por realizar actividades en las que no es necesario el uso del ordenador.

Pero también hubo personas que no necesitaron usar la tecnología para desempeñar su trabajo y que optaron libremente, motivadas por su curiosidad, por aprender y conocer las posibilidades de Internet y sus aplicaciones. Éstas mostraron menos resistencia al cambio tecnológico.

En el caso concreto de las mujeres amas de casa, encontramos dos escenarios: Aquellas que contaban en casa con un ordenador de uso común con conexión a Internet y las que sólo hacían uso de la tecnología doméstica: lavadora, horno, microondas, etc. Éstas buscaron diferentes maneras de satisfacer sus necesidades, como realizar cursos, asistir a bibliotecas para practicar o adquirir un ordenador con ayuda de otras personas.

En definitiva, las personas mayores disponen de más tiempo libre y de ocio que aprovechan para aprender el uso de Internet y sus aplicaciones. Además, la mayoría de las veces, son quienes se quedan al cuidado de los nietos, especialmente las mujeres. Éstas muestran una actitud más positiva y abierta frente al cambio tecnológico y sienten la necesidad de seguir aprendiendo para ayudarlos a realizar las tareas escolares, evitando romper la comunicación entre generaciones.

Por todo lo anterior, **se acepta la hipótesis 5: El uso exitoso de las aplicaciones de Internet motiva a hombres y mujeres mayores a desarrollar nuevas habilidades digitales para afrontar el cambio tecnológico, angostando así la brecha digital y de género.**

Por último, se abordan las hipótesis 1 y 2.

**Hipótesis 1: Existe una brecha digital entre hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet debido a que los hombres cuentan con más habilidades digitales que han desarrollado en sus puestos de trabajo.**

**Hipótesis 2: Existe una brecha de género entre hombres y mujeres mayores debido a que las mujeres usan menos las aplicaciones de Internet.**

Como ya se ha expuesto ampliamente en las hipótesis anteriores, los hombres, en su mayoría, han adquirido y desarrollado las habilidades digitales que poseen en sus puestos de trabajo. Mientras que las mujeres, lo han hecho a través de cursos, mediante la práctica, y compartiendo experiencias digitales con generaciones más jóvenes. Además, éstas tienen un gran interés por no quedar en el atraso tecnológico, y esta motivación ha hecho que usen las aplicaciones de Internet con la misma frecuencia que los hombres.

Es decir, hombres y mujeres hacen uso de las aplicaciones de Internet de manera similar aunque sus motivaciones e intereses son distintos. **Y por tanto, se rechazan ambas hipótesis.**

**Hipótesis 1: Existe una brecha digital entre hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de Internet debido a que los hombres cuentan con más habilidades digitales que han desarrollado en sus puestos de trabajo.**

**Hipótesis 2: Existe una brecha de género entre hombres y mujeres mayores debido a que las mujeres usan menos las aplicaciones de Internet.**

Además de las hipótesis formuladas, gracias a la metodología aplicada en esta investigación, se puede afirmar que **la ayuda de generaciones más jóvenes** ha sido fundamental para que este colectivo no quede en el atraso tecnológico y adopte la tecnología en su vida cotidiana, afrontando las dificultades relacionadas con el uso del ordenador, de Internet o de alguna de sus aplicaciones. Unas veces es el tiempo que los jóvenes dedican a explicar el funcionamiento de la misma y a la realización conjunta de tareas, lo que genera confianza en ellos y les ayuda a desarrollar habilidades digitales. Otras veces, la ayuda es económica o en especie (ofrecen pagar parte del ordenador o se lo dan como regalo), lo que permite que más mujeres mayores estén dotadas de la tecnología necesaria que de otro modo no habrían podido adquirir. De esta manera se fortalecen los vínculos entre generaciones y se crean intereses comunes.

El **nivel de estudios** no influye en el interés de la persona por aprender a hacer uso de la tecnología. Incluso muchas veces, las personas mayores que no tuvieron la oportunidad de estudiar en su juventud, están más interesadas en aprender a hacer uso de las aplicaciones y “estar al día” para no quedar en el atraso tecnológico. Mientras que las personas con más estudios y que tuvieron la oportunidad de hacer uso de las aplicaciones de Internet durante su vida laboral, prefieren conservar las habilidades adquiridas y si pueden, mejorarlas, pero no aprender otras nuevas.

Generalmente las nuevas tecnologías están asociadas a la gente joven, sin embargo, **la edad** tampoco es un impedimento para que las personas mayores se interesen por hacer uso de las aplicaciones de Internet. Al contrario, ellos también quieren disponer de un ordenador con conexión a Internet para poder realizar actividades como los demás y sentir que forman parte de la Sociedad de la Información.

Las personas mayores pueden **estar rodeadas de tecnología y tener acceso a Internet en su ciudad**, pero esto no influye en el desarrollo de sus habilidades digitales. Sin embargo, sí son un condicionante el interés y la motivación para hacer uso de la tecnología así como los beneficios que se pueden obtener de dicho uso. Es decir, cuanto mayor es el interés y la motivación, más tiempo

dedican a su uso y práctica; a mayor tiempo de práctica, más desarrollo de habilidades digitales; y cuantas más habilidades tienen, menor es el miedo y la ansiedad al hacer uso de las aplicaciones de Internet y mejor la preparación para afrontar el cambio tecnológico de cara al futuro.

En cuanto a la **adquisición de la tecnología**, los hombres que continúan con su actividad laboral adquieren más aparatos tecnológicos que los que están retirados aunque no los necesiten, simplemente para sentir que están al día. Sin embargo las mujeres, en activo o jubiladas, no adquieren más tecnología si no la necesitan.

## FUTURAS INVESTIGACIONES

Hoy, la tecnología se usa prácticamente en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Cada vez son más los dispositivos que permiten el acceso a Internet y sus aplicaciones. Se usan de manera más sencilla e intuitiva y son más fáciles de adquirir.

Esto hace que las personas mayores tengan menos resistencia a su uso y que la vayan incorporando, poco a poco, a sus actividades diarias, mejorando su calidad de vida mediante la búsqueda de información sobre temas que les interesan como salud, política, educación, viajes, ocio y entretenimiento. Y utilizando servicios como banca en línea, seguimiento médico, compra de artículos sin tener que desplazarse, comunicación con otras personas a través de aplicaciones gratuitas... Tareas que a su vez favorecen el desarrollo de habilidades digitales y generan una mayor confianza en el uso de la tecnología.

Por todo esto es importante seguir profundizando en el uso de Internet y sus aplicaciones en relación con las personas mayores por las numerosas ventajas y beneficios que se obtienen de su uso.

Así, se proponen para futuras investigaciones: a) realizar un seguimiento de las personas mayores de este estudio dentro de diez años, para ver cómo han evolucionado en el uso de Internet y sus aplicaciones; b) repetir este mismo estudio, dentro de diez años, a las nuevas generaciones de personas mayores,

para comparar cómo se incorporan las nuevas tecnologías; c) ampliar este estudio para conocer la opinión de las generaciones de jóvenes que interactúan con personas mayores y les ayudan en el uso de las nuevas tecnologías; d) indagar en la relación entre la edad y el género de los usuarios y los usos y gratificaciones de acuerdo al cuidado de los nietos con las siguientes variables: “edad de los nietos”, “tiempo de dedicación” (de los abuelos/as a los nietos/as), “uso/no uso de la tecnología” y “tipo de actividades que realizan juntos” (usando la tecnología, con o sin conexión a Internet).

Por otra parte, el presente estudio cualitativo ha permitido identificar variables determinantes en las que se podría ahondar mediante un estudio similar para detectar, por ejemplo, la relación entre la edad y el género de los usuarios, y los usos y gratificaciones de acuerdo a la experiencia laboral de los participantes con las siguientes variables: “fuera de casa en trabajo intelectual”, “fuera de casa en trabajo manual/físico” o “no han trabajado fuera de casa”.

Para llevar a cabo las propuestas anteriores, la metodología y los instrumentos de recolección de datos podrían mejorarse mediante una financiación que permitiera ofrecer algún tipo de regalo o recompensa a los sujetos participantes para que su colaboración fuera más entusiasta y esto a su vez desembocara en un mejor seguimiento del proceso, recuperación y procesamiento de los datos, y por consiguiente, de los resultados.

También podría adaptarse, parcial o totalmente, la estrategia metodológica utilizada en este estudio, para ser aplicada en otros colectivos sociales.

Además de las propuestas y sugerencias mencionadas, hay que decir que la revolución tecnológica que se experimenta hoy día, afecta a todas las edades. En el caso particular de las personas mayores, les “obliga” a seguir aprendiendo para no quedarse en el atraso tecnológico, pero también las generaciones más jóvenes deben actualizarse constantemente debido a la rapidez de los avances y cambios tecnológicos.

Este interés personal, unido al apoyo del entorno más próximo, son factores imprescindibles para el desarrollo de habilidades digitales. De aquí la importancia de seguir diseñando y desarrollando políticas públicas ya que éstas impulsan y favorecen la adopción de la tecnología en la sociedad. De esta manera se estrechan la brecha digital entre generaciones y la brecha digital de género, y se obtiene como resultado una Sociedad de la Información inclusiva y ventajosa para todos.

## 9. RESEARCH FINDINGS

The following conclusions show the differences and similarities between elderly men and women before and after they use the Internet applications, Gratifications Expected (GE) and Obtained (GO) as well as motivations, fears and frustrations they are facing to determine if there is a digital and gender divide, and with the main goal of offering some data to help with the planning of new Public Policies to help elderly people and the use of technologies.

For this, the strategic methodology was used for research in three different phases: depth interviews and diaries, questionnaires (check list type) and a focus group. In every phase of the research a gender perspective has been applied.

It will begin with the hypotheses 3, 4 and 5, and the hypotheses 1 and 2 for the ultimate to accept them or reject them.

**Hypothesis 3: The use of Internet applications gratify elderly men as well as women when they are looking to meet their needs related to leisure, personal relations, personal identity, information seeking, and access other media through the Internet; and motivate elderly people to keep using them in the future.**

**LEISURE.** Elderly women communicate with family and friends and perform digital leisure. Women, who spend more time at home, talk online with other persons to avoid isolation, to enjoy and fill out their free time with different activities other than housework. On the other hand, men consider, as part of their enjoyment, reading the newspaper and keeping informed about events around the world, reading books, listening music, etc.

**PERSONAL RELATIONS.** Elderly people distrust people who want to contact them online without previously face to face contact. In consequence, the use of applications to communicate with other people, has not contributed to increasing the number of friends, but contributed to **increasing the contact frequency** with family and friends in their immediate environment.

**PERSONAL IDENTITY.** Men use the Internet applications for curiosity and distraction and they identify with persons in their closer environment, as co-workers and with same age persons. Women see technology as a positive thing that allows them training their mind, relating with others, feeling younger and they identify with persons who share the same interests regardless of the age.

Both groups distrust social networks because they are afraid of exposing too much personal information. Men associate social networks to young people, and they only use them with commercial and professional purposes. Women, in contrast, use them with personal and affective purposes, like being in contact with family and friends, and they identify with younger generations. For them, the use of Internet applications transform their everyday lives and make them feel belonging to the Information Society.

**INFORMATION SEEKING.** Elderly men and women cover their needs of information when they are using Internet applications due to the existence of different sources from which they can obtain diverse information of their interest.

**ACCESS TO OTHER MEDIA.** Currently the convergence of different media allows usability and requires new digital skills. Elderly men and women might not use the traditional media (radio, TV and newspaper) because they can access them through the Internet. In fact, most of them read digital newspapers and listen to music online, however, in the concrete case of TV, they prefer to keep using this traditional medium. Therefore, it is really important that they develop more skills.

**FUTURE.** Elderly men and women are “afraid” of the technological transformation, because they cannot imagine the dimension this can reach due to rapid advances, and at the same time they do not want to depend on the technology.

In consequence, Internet applications gratify men and women, in the same way. **Both look for different activities they usually perform, women prefer interaction with others, while men choose individual activities. The women’s interests are wider and more diverse, so they want to discover the possibilities that technology offers, while men’s interests are limited.** For elderly women, the use of Internet applications had transformed their everyday life and they feel belonging to the Information Society.

The large amount and variety of information is tailored according to their interests and needs for elderly men and women. They know that they can have access to other media through Internet, and this implies the acquisition of new digital skills, although in the concrete case of TV, they keep using the traditional medium. Both, elderly men and women, are “afraid” of the speed of changes and the range of technology, as well as dependence on it. However, elderly women show more interest to keep learning and developing new digital skills facing the future despite of their age; in contrast, elderly men prefer to preserve and practice their acquired skills rather than learning new ones.

Thus, based on the facts mentioned above, **the Hypothesis 3 is accepted: The use of Internet applications gratify elderly men as well as women when they are looking to meet their needs related to leisure, personal relations, personal identity, information seeking, and access other media through the Internet; and motivate elderly people to keep using them in the future, also the nuances and interests are different depending on the gender.**

**Hypothesis 4: Elderly men obtained more gratifications when they use the Internet applications; therefore they have more interest than elderly women to develop new digital skills to face the technological shift.**

Taking in account the following topics according to gratifications expected and obtained, it is found that elderly women expected and obtained the gratifications to cover their needs of **Social interaction**, due to the fact that they are in contact with family and friends through Internet applications. This motivation leads them to use the technology and this, also, becomes a **Personal gain**, spending a lot of time at home, they start to incorporate technology at their **leisure and entertainment time as a digital leisure**.

By contrast, elderly men perform everyday activities online for **Convenience**, because it is cheaper and comfortable to do them than other ways. This gratification is a motivation that leads them to use the Internet applications.

Both meet their needs of **Information**. Women look for all kind of information, specially related to health and home. While elderly men, prefer to cover this need with updated information in a fast and accessible way which is free.

As a gratification, both expect to cover their needs in the **Future**, although their realities are different. Elderly women want to belong to the Information Society and learning how to use new Internet applications to face the technological shift is a motivation. However, elderly men feel they are prepared to face it and they do not need to learn new Internet applications.

Thus, **the Hypothesis 4 is rejected: Elderly men obtained more gratifications when they use the Internet applications; therefore they have more interest than elderly women in developing new digital skills to face the technological shift**. And it is possible to predict that in long term there will be more women using technology and they will develop more digital skills than men.

**Hypothesis 5: The successful use of the Internet applications motivate elderly men and women to develop digital skills to face the technological shift, diminishing the digital and gender divide.**

Before the entrance of technology at job centers, performed their jobs became, most of the time, an unpleasant experience for elderly men and women. Learning how to use it was not an option; on the contrary it was an imposed change: automatizing the procedures and the way to work.

This situation affected, overall, men who felt less valuable than their younger co-workers and they experimented feelings like fear, frustration or anxiety in regards with activities they did before without a problem. And, once they retired, they prefer to preserve and improve the skills they acquired before rather than learning new ones, and chose activities, that is not necessary to use the computer.

Also, there were persons who did not use technology to perform their jobs and they chose freely to use it out of curiosity, since they want to know the Internet possibilities. Because of this, they had less resistance to the technological shift.

In the case of housewives, there were two scenarios. Those housewives who had a computer of common use at home and those housewives who only used household technology: washing machine, oven, microwave, etc. The latter, looked for different ways to satisfy their necessities as taking courses to learn them, attending libraries to practice or acquiring a computer with the support of someone else.

Definitely, elderly people count with more free and leisure time and they take advantage for learning how to use the Internet and its applications. Also, often it is they who take care of their grandchildren, specially the women. Those showed a positive and open attitude to face the technological shift and feel the necessity to keep learning to help them with their homework, avoiding breaking the communication between generations.

For all above, **the Hypothesis 5 is accepted: The successful use of the Internet applications motivate elderly men and women to develop digital skills to face the technological shift, diminishing the digital and gender divide.**

Finally, the hypotheses 1 and 2.

**H1: There is a digital gap between elderly men and women regarding the use of Internet applications since men could develop more digital skills during their working life.**

**H2: There is a gender gap between elderly men and women since women tend to use less the Internet applications.**

As has been widely exposed on before mentioned hypotheses (3, 4 and 5), mostly men, acquired and developed digital skills they got in their job positions, while women had acquired their skills through practicing or sharing digital experiences with younger generations. Also, those did not want to fall behind in technological terms, and this motivation made them to use Internet applications with the same frequency as men.

This means, elderly men and women use Internet applications in a similar way although their motivations and interests are different. For this, both hypotheses are rejected.

**H1: There is a digital gap between elderly men and women regarding the use of Internet applications since men could develop more digital skills during their working life.**

**H2: There is a gender gap between elderly men and women since women tend to use less the Internet applications.**

Additionally the hypotheses and thanks to the methodology applied in this study, is possible to affirm that **the help of younger generations** had been very important to this social group in keeping up with technological advances and in adopting the technology into their everyday life, confronting difficulties related with the use of the computer, the Internet or some its applications. Sometimes, youth spend time to explain the function of the computer and they accomplish activities together which generates self-confidence for the elderly to develop digital skills. Other kind of support is the financial assistance (by offering to pay for their computer or some part of it) helps that more women own the necessary technology which otherwise they could not acquire. In this way, they strengthen the links between generations and create common interests.

**The level of studies** does not influence the interest of a person to learn how to use technology. Even many times, some of the elderly people who did not have the opportunity to study when they were younger show more interest to learning and using Internet applications and being “up to date” instead of staying in technological backwardness. While persons with more studies who had the opportunity to use the Internet applications during their working life, prefer to preserve the digital skills that they acquired before and improve them, instead of learning other ones.

Generally new technologies are linked to youth; however, the age is not an impediment to elderly people who are interested into use Internet applications. On the contrary, they also want to have a computer with Internet access to accomplish activities like other persons and feel that they belong to the Information Society.

Elderly people can be surrounded by technology and have Internet access, but they might not necessarily develop any digital skills. However, the interest and motivation are the key conditions to use the technology and receive benefits out of it. That means, at higher interest and motivation, leads to higher use and practice time; higher practice time, leads to more development of digital skills; more skills, leads to less fears and anxiety to use Internet applications and a better preparation to face the technological shift in the future.

About the acquisition of technology, men who still work, acquire more technological devices than the other ones who are retired, although they do not need them, just to feel that they are update. However, women, still working or retired do not acquire more technology if they do not need it.

## **FUTURE RESEARCH**

Currently, the technology is used in different scopes in everyday life. Every day more and more devices exist that allow Internet access and its applications. They are used in a simple and intuitive way and they are easier to acquire.

Thanks to this elderly people has less resistance to use them and adopt them, little by little, in their everyday activities, improving their quality of life through seeking information about health, politics, education, travel, leisure and entertainment. And using services like banking online, medical monitoring, buying some other articles staying at home, having communication with others through some free Internet applications, etc. Actions like these increase the development of digital skills and generate more self-confidence in the use of technology.

For all this, it is important to go deeper in the use of Internet and its applications related with the elderly people for all the advantages and benefits they can obtain by using them.

Thus, to carry out further research:

- a) by monitoring the elderly people, ten years after this study, to see how they have evolved in the use of Internet and its applications;
- b) repeating the same study, ten years later, to new generation of elderly people, to compare how they incorporate new technology in their everyday life;
- c) extending this study to ascertain the opinion of the younger generations that interact with elderly people and help them in the use of new technologies;

d) going deeper into this study could be the relationship between age and gender of the participants and the uses and gratifications according to care of grandchildren with the following variables: “age of grandchildren”, “time they spend with them”, “use or not of technology” and “type of activities they do with grandchildren” (online/offline).

The present qualitative study has allowed to identify specific variables to detect in depth, for example, the relationship that exists between age and gender, and the uses and gratifications according to job experience of the participants with the following variables: “working out of home in intellectual jobs”, “working out of the home in manual/physical jobs” or “not working out of the home”.

To accomplish the above mentioned proposals, methodology and research tools should be improved with a financial support by offering compensation or a gift for the participants. This would lead to an enthusiastic collaboration, a better recovering and data process, therefore, the results.

Also, the methodological strategy used in this study could be adapted to be used totally or partially, with other social groups.

Besides, the propositions and suggestions before mentioned, it is important to say that the technological revolution currently, affect all generations. In particular, elderly people, are “forced” to keep learning if they do not want to be in the technological backwardness, but also younger generations have to be up-to date constantly due to the technological advances and shifts.

The personal interests, linked to the immediate environment support, are indispensable for the development of digital skills. Here designing and making public policies encouraging and favor the adoption of technology into the society is of great importance.

In this way, digital gap between generations and digital gender gap are narrowed and as a result, it is possible to obtain an inclusive and advantageous Information Society for all.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

### TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y TEORÍA SOCIAL.

Giddens, Anthony. (1991) *Sociología*. Alianza Editorial, S.A., Madrid.

Gil Juárez, Adriana coord. (2005) *Tecnologías sociales de la comunicación*. Editorial UOC. Barcelona.

Petersen, William y Petersen, Renee. (1986). *Dictionary of Demography. Terms, concepts and Institutions*. Tomo I y II. Greenwood Press, New York Westport, Connecticut.

West, Richard L. y Turner, Lynn H. (2005) *Teoría de la comunicación: análisis y aplicación* McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid. p. 255.

### TEORÍA DE USOS Y GRATIFICACIONES

Katz, E., & Blumler, J. G. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, Calif.: Sage.

Larose, R. and Eastin, M. "A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance" *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Volume 48, Issue 3, September 2004, 358-377.

Mcquail, D., J. Blumler & R. Brown (1972): "The television audience: a revised perspective". En McQuail, D. (ed.): *Sociology of Mass Communication*. London: Longman.

Palmgreen, P., Werner, L.A. & Rosengren, K.E. (1985). *Uses and gratifications research: The past ten years*. En K.E. Rosengren, L.A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: Current perspectives*. (pp. 11-37) Beverly Hills: Sage.

Palmgreen, P. Lawrence, A. Wenner y Rayburn II, J.D. "Relations between Gratifications Sought and Obtained. A study of Television News". *Communication Research*. Vol. 7 No. 2, April 1980, pp. 161-192.

Papacharissi, Zizi y Rubin, Alan. "Predictors of Internet use". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. Vol. 44 (2) pp. 175-196. /Spring 2000. Broadcast Education Association.

Roe, K. (2009). *Uses and gratifications of ICT use among Flemish adolescents*. Meaningful media: Communication research on the social construction of Reality. Tandem Felix. Netherlands.

\_\_\_\_\_. (1983). *Mass media and adolescent schooling: Conflict or co-existence?* Stockholm, Sweden: Almqvist & Wiksell. En Ruggiero, T. E. (2000). "Uses and gratifications theory in the 21st century". *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.

Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1989). *Media matter: TV use in childhood and adolescence*. Norwood, NJ: Ablex. En Ruggiero, T. E. (2000). "Uses and gratifications theory in the 21st century". *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.

Schütz, A. (1972). *Fenomenología del mundo social: Introducción a la sociología comprensiva*. Buenos Aires: Paidós. En KATZ, E., & Blumler, J. G. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, Calif.: Sage.

Stafford, L.; Kline, Susan L. y Dimmick, John. "Home E-Mail: Relational Maintenance and Gratification Opportunities." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 43(4), 7 999, pp. 659-669/Fall 1999. Broadcast Education Association.

Weiser, Eric. B. (2001). "The Functions of Internet Use and Their Social and Psychological Consequences". *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR*. Volume 4, Number 6, 723-743. Mary Ann Liebert, Inc.

## TEORÍA DE AUTO-EFICACIA

Bandura, A. (1986) *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. En Larose, R. and Eastin, M. "A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance" *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Volume 48, Issue 3, September 2004, 358-377.

\_\_\_\_\_. (1977) Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2. 191-215.

\_\_\_\_\_, (1976) *Effecting change through participant modeling*. En J. D. Krumboltz & C. E. Thoresen (Eds.), *Counseling methods*. New York: Holt, Rinehart & Winston. En Bandura, A. (1977) "Self efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change". *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, 191-215.

Bandura, A., Jeffery, R. W., & Wright, C. L. "Efficacy of participant modeling as a function of response induction aids". *Journal of Abnormal Psychology*, 1974, 83, 56-64. En Bandura, A. (1977) Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, 191-215.

Bolles, R. C. (1972) "Reinforcement, expectancy, and learning". *Psychological Review*, 1972, 79, 394-409. En Bandura, A. (1977) "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change". *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, 191-215.

Kazdin, A. E. (1974). "Covert modeling, model similarity, and reduction of avoidance behavior". *Behavior Therapy*, 1974, 5, 325-340. En Bandura, A. (1977) "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change". *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, 191-215.

Ross, L., Rodin, J., & Zimbardo, P. T. "Toward an attribution therapy: The reduction of fear through induced cognitive-emotional misattribution". *Journal of Personality and Social Psychology*, 1969, 12, 279-288. En Bandura, A. (1977) Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, 191-215.

Valins, S., & Nisbett, R. E. (1971) *Attribution processes in the development and treatment of emotional disorders*, Morristown, N.J.: General Learning Press. En Bandura, A. (1977) "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change". *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, 191-215.

Wolpe, J. (1974) *The practice of behavior therapy*. New York: Pergamon Press. En Bandura, A. (1977) "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change". *Psychological Review*, 1977, Vol. 84, No. 2, 191-215.

## **PERSPECTIVA DE GÉNERO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Álvarez Arámbula, Erika Guadalupe. (2010). *El uso de Internet y sus aplicaciones en mujeres de la Tercera Edad del Área Metropolitana de Barcelona. Estudio de caso: Ciberaula Poble Nou*. Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Dir. Rosa Franquet. (Trabajo de Investigación).

Anderson, Meredith, WESLEY Shrum. (2007) "Circumvention and Social Change: ICT and the Discourse of the Empowerment". *Women Studies in Communication*. Vol. 30, Number 2, Summer 2007.

Bonder, Gloria. "Las Nuevas Tecnologías de la Información y las mujeres: reflexiones necesarias". (2002) CEPAL. *Serie mujer y desarrollo*, No. 39.

Carrasco, Cristina (1999) *El Olvido Histórico del Trabajo de las Mujeres*. Universidad de Barcelona.

Castaño, C., Martín, J., Vázquez, S. y Martínez, J.L. (2010) *La brecha digital de género: Amantes y Distante*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.

Castaño, Cecilia. (2009) "La segunda brecha digital y las mujeres jóvenes." *Cuadernos del Mediterráneo*. No. 11, 2009. P.p. 218-224.

\_\_\_\_\_. (2005) *Las mujeres y las tecnologías de la información. Internet y la trama de nuestra vida*. Alianza Editorial. Madrid.

Castaño, Cecilia (Dir.) y AÑINO VILLALVA, Sara [et al.]. (2008) *La Segunda brecha digital*. Universidad de Valencia. Instituto de la Mujer.

Dwivedi, Yogesh K.; Williams, Michael D. y Venkatesh, Viswanath (2008) "Guest Editorial: A profile of adoption of Information & Communication Technologies (ICT) research in the household context" *Information Systems Frontiers* (Inf Syst Front) (2008) 10:385–390. Publicación *online*: 22 de Mayo del 2008. Springer Science + Business Media.

Delgado, Ma. T. y Gómez, D. (2006). "«Dinkis»: marcando un nuevo estilo de vida" *Comunicar* 27; 29-33.

Fernández Guerrero, Olaya. (2010) *Mecanismos de la exclusión femenina*. En Calvo Sebastián, Ma. Josefina y Goicochea Gaona, Ma. Ángeles (coords.) *Miradas multidisciplinares para un mundo en igualdad. Ponencias de la I Reunión Científica sobre Igualdad y Género*. (pp. 45-59) Universidad de La Rioja. Logroño.

Franquet, Rosa. (1988) "La mujer en el hogar tecnológico" *Razón y Palabra*, Número 9, Año 2, Noviembre-Enero 1997-98. [En línea]: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n9/mujer.htm>> [Fecha: 22 de febrero del 2010]

Incháustegui, T. y Ugalde, Y. (2004). Materiales y herramientas conceptuales para la transversalidad de género. *Inmujeres, México*. [En línea]: <[http://www.americalatinalgenera.org/es/index.php?option=com\\_content&task=view&id=905&pub\\_id=380&ml=1&mlt=system&tmpl=component](http://www.americalatinalgenera.org/es/index.php?option=com_content&task=view&id=905&pub_id=380&ml=1&mlt=system&tmpl=component)> [PDF].

López, Irene. (Coord.) (2007). Género y Políticas de Cohesión Social. Conceptos y Experiencias de Transversalización. Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP) o de la Oficina de Coordinación del Programa Eurosocial.

Mugarik Gabe. Perspectiva de Género. Glosario de Género y Desarrollo. [En línea]: <<http://www.mugarikgabe.org/Glosario/P1.htm>>. Publicación *online*: 20 de julio de 2013.

Naciones Unidas, 2011. Resolución aprobada por la Asamblea General, 65/141. Las tecnologías de la información y las comunicaciones para el desarrollo.

Phillippini, A. y Peña, P. (2012) "Impacto del acceso público en dos telecentros: apropiación social de TIC en mujeres chilenas." [En línea]: <[http://www.prigepp.org/congreso/documentos/ponencias/4\\_Phillippi\\_y\\_Pena.pdf](http://www.prigepp.org/congreso/documentos/ponencias/4_Phillippi_y_Pena.pdf)> [PDF]

Rodríguez Contreras, A. (2011) "Género y TIC. Hacia un nuevo modelo más equilibrado o la Sociedad de la Información a dos velocidades". Portal de la Comunicación (INCOM) UAB. [En línea]: <[http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/52\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/52_esp.pdf)> [PDF]

Sarrió, M., Barberá, E., Ramos, A., & Candela, C. (2002). El techo de cristal en la promoción profesional de las mujeres. Glass ceiling in the professional promotion of women. *Revista de Psicología Social*, 17(2), 167-182.

Schmidt, Christian. "Labour market integration, occupational uncertainties, and fertility choices in Germany and the UK." *Demographic Research*. Volume 26, Article 12, pp. 253-292. Published 3 April 2012.

Scott, Joan W. (1990) *El Género una categoría útil para el análisis histórico*. En Historia y Género. Las Mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea. Estudios Universitarios #38. Edicions Àlfons El Magnànim. Institució Valenciana d'Estudis I Investigació.

Vázquez, Susana y Castaño, Cecilia. (2011) La brecha digital de género: prácticas de e-inclusión y razones de la exclusión de las mujeres. *Asparkia*. Investigación feminista. No. 22, 33-49.

Wacjman, Judy. (2004) *El Tecno Feminismo*. Ediciones Cátedra (Grupo Anaya, S.A.) Madrid.

\_\_\_\_\_. (1991) *Feminism Confronts Technology*. Polity Press. Oxford. UK.

Weiser, Eric. B. (2000). "Gender differences in Internet use patterns and Internet application preferences: A two-sample comparison". *Cyber Psychology and Behavior*, 3(2), 167-177.

## PERSONAS MAYORES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Docampo Rama, M. (2001). *Technology Generations Handling Complex Users Interfaces*. PhD Dissertation, Eindhoven University of Technology.

García Gómez, Francisco y Díaz Grau, Antonio. "Servicios bibliotecarios para la tercera edad en entornos web: experiencias desarrolladas en bibliotecas públicas". *El Profesional de la Información*. Volume 13, Number 4/ July 2004. Pp. 272-280.

Gilleard, Ch. y Higgs, P. (2008) "Internet and the digital divide in the English longitudinal study of ageing" *European Journal of Ageing (2008) 5:233–239*. Publicación *online*: 1ro. de Julio de 2008.

Hongtu, Chen. "Introduction to Special Section on Aging and the Internet" *Ageing International, Volume 32, Number 1 / March, 2008*. Publicación *online*: 28 de Febrero del 2008.

Lewis, Clayton y Menn, Lise. (2009) *Access Tool? Accelerating Treadmill? Technology and the Aging Population*. Institute of Cognitive Science, University of Colorado, Boulder, CO, USA. En *Universal Access in Human-Computer Interaction. Addressing Diversity*. Book Series: *Lecture Notes in Computer Science. Volume 5614/2009*. C. Stephanidis (Ed.): Universal Access in HCI, Part I, HCII 2009, LNCS 5614, pp. 263–268, 2009.

Loges, We y Jung, J-Y (2001) Exploring the digital divide: Internet connectedness and age. *Communication Research 28:536-562*. En Gilleard, Ch. y Higgs, P. (2008) "Internet and the digital divide in the English longitudinal study of ageing" *European Journal of Ageing (2008) 5:233–239*. Publicación *online*: 1ro. de Julio del 2008.

Long, C. R., Seburn, M., Averill, J. R., & More, T. A. (2003). "Solitude experiences: Varieties, settings, and individual differences". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(5), 578–583. [En línea]: <<http://psp.sagepub.com/content/vol29/issue5/>> En Mordini *et al.* (2009) p.217.

Mañas Alcón, Elena, et al. (2005). "Servicios y Tercera Edad: ¿un nuevo punto de vista?". Madrid, IMSERSO, *Estudios I+D+I*, nº 34. [Fecha de publicación: 01/08/2007]. [En línea]: <<http://www.imsersomayores.csic.es/documentos/documentos/imserso-estudiosidi-34.pdf>> [PDF].

Melenhorst, A.-S. (2002) Adopting communication technology in later life. The decisive role of benefits. PhD Dissertation, Eindhoven University of Technology. En Ijsselsteijn, W.; Herman Nap, H.; De Kort, Yvonne; Poels, Karolien. (2007) "Digital Game Design for Elderly Users" Paper presentado en Future Play 2007, November 15-17, 2007, Toronto, Canada. [En línea]: <<http://alexandria.tue.nl/openaccess/Metis215142.pdf>> [PDF]

Mendizábal, M. R. L. (1992). Características psico-sociales de la Tercera Edad. *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, (7), 167-178.

Millward, Peter. (2003). "The "grey digital divide": Perception, exclusion and barriers of access to the Internet for older people". *First Monday. Peer- Review Journal on the Internet. Volume 8, Number 7- 7 of July 2003*. [En línea]: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1066/986>> [HTML]

Mordini, Emilio; Wright, David; Wadhwa, Kush; De Hert, Paul; Mantovani, Eugenio; Thestrup, Jesper; Van Steendam, Guido; D'Amico, Antonio and Vater, Ira. "Senior citizens and the ethics of e-inclusion" *Ethics and Information Technology, Volume 11, Number 3 / September, 2009*. Publicación online: 3 de Abril del 2009.

Morris, Anne. (2007). "E-literacy and the grey digital divide: a review with recommendations". *Journal of Information Literacy. Vol. 1. No. 3, pp. 13-28*. [En línea]: <<http://ojs.lboro.ac.uk/ojs/index.php/JIL/article/view/14>> [PDF]

Morris, Anne; Goodman, Joy y Branding, Helena. (2006) "Internet use and non-use: views of older users". *Universal Access in the Information Society, Volume 6, Number 1 / June, 2007*. Publicación online: 18 de Noviembre del 2006. Springer-Verlag 2006.

Pavón Rabasco, Francisco (2000). "Euromayores: Uso de Internet según los distintos Ámbitos de Residencia" Universidad de Cádiz. [En línea]: <<http://web.udg.edu/tiec/orals/c86.pdf>> [PDF] y <[http://balboa.unex.es/crai/personal/evte2/10\\_otras\\_aplicaciones.htm](http://balboa.unex.es/crai/personal/evte2/10_otras_aplicaciones.htm)>, <[http://74.125.155.132/scholar?q=cache:TqALBBY2qEJ:scholar.google.com/&hl=es&as\\_sdt=2000](http://74.125.155.132/scholar?q=cache:TqALBBY2qEJ:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=2000)> [HTML] [Consulta: 17 enero 2010]

Peacock, S. E., Künemund, H. "Senior citizens and Internet technology. Reasons and correlates of access versus non-access in a European comparative perspective", Volume 4, Number 4 / December de 2007, P. 191-200. [En línea]: <<http://springerlink.metapress.com/content/g0q7578u61n50t1u/?p=a6b2402039334146bbe5736df02ea88a&pi=0>> Publicación *online*: 26 de Octubre del 2007

Ramírez Pino, Rodrigo (2008). *¿Dónde estás? La telefonía móvil y la vida cotidiana. El caso de las personas mayores en Barcelona*. Dir.: Rosa Franquet. (Tesis Doctoral)

Tunstall, Jeremy. (1966). *Old and alone: A sociological study of old people*. London: Routledge and Kegan Paul. En Mordini, Emilio; Wright, David; Wadhwa, Kush; De Hert, Paul; Mantovanl, Eugenio; Thestrup, Jesper; VAN Steendam, Guido; D'Amico, Antonio and Vater, Ira.(2009) *Op cit.* p. 217.

Zaidi, A. (2008). *Rasgos y características del envejecimiento de la población a través de la perspectiva europea en el envejecimiento de la población*. (Colección Documentos). Madrid: CES. En Libro Blanco de Envejecimiento Activo, 2011: 186. [En línea]: <[http://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/8088\\_8089libroblancoenv.pdf](http://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/8088_8089libroblancoenv.pdf)> [PDF].

## NUEVAS TECNOLOGÍAS

Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC), (2013). Glosario. [En línea] < <http://www.apc.org/es/glossary/term/1075>> [Consulta: 17 de junio de 2013]

Asociación para la Investigación de medios de comunicación. Estudio General de Medios. EGM: 3ra. OLA 2012 OCTUBRE/NOVIEMBRE. [En línea]: <<http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>> [PDF]

Broos, A. y Roe, K. (2005). "Marginality in the information age: Is the gender gap really diminishing?" *Communications: The European Journal of Communication Research*, 30(2), 251-260.

Castells, Manuel. (2004) *La sociedad Red: una visión global*. Alianza Editorial.

\_\_\_\_\_. (2001). *La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Areté. Plaza y Janés Editores. Barcelona.

\_\_\_\_\_. (1996, 2000) *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Vol. 3: Fin de milenio. Edit. Alianza. Madrid.

Johnson, B. y Rice, R.E. (1987) *Managing Organizational Innovation: The evolution from word processing to Office Information Systems*. New York: Columbia University Press. En Castells, Manuel. (2004) *La sociedad Red: una visión global*. Alianza Editorial.

Katz, J. E., y Rice, R. E. (2005). *Consecuencias sociales del uso de Internet*. Barcelona: UOC.

Katz, J. E. (2003) *Machines that become us: The social context of personal communication, Private talk and Public Performance*. New York: Cambridge University Press. Castells, Manuel. (2004) *La sociedad Red: una visión global*. Alianza Editorial.

\_\_\_\_\_. (1999) *Connections: Social and cultural Studies of the telephone in American Life*. New Brunswick, NJ.: Transaction. Castells, Manuel. (2004) *La sociedad Red: una visión global*. Alianza Editorial.

Leung, Louis. "College Student motives for chatting on ICQ". *New and Media Society*. 2001, Vol. 3 (4): 483-500. Sage Publications.

Odell, P. M., Korgen, K. O., Schumacher, P., and Delucchi, M. (2000). "Internet use among female and male college students". *CyberPsychology and Behavior*, 3(5), 855\_862. En: Broos, A. y Roe, K. (2005). "Marginality in the information age: Is the gender gap really diminishing?" *Communications: The European Journal of Communication Research*, 30(2), 251-260.

Pascual, Mayte. (2006). *En qué mundo vivimos. Conversaciones con Manuel Castells*. Alianza Editorial. Madrid.

PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Informe de desarrollo Humano en Venezuela. (2002). *Las Tecnologías de la Información y la Comunicación al servicio del Desarrollo*. [En línea]: <[http://hdr.undp.org/en/reports/national/latinamericathecaribbean/venezuela/Venezuela\\_2002\\_es.pdf](http://hdr.undp.org/en/reports/national/latinamericathecaribbean/venezuela/Venezuela_2002_es.pdf)> [PDF]

\_\_\_\_\_. Informe de desarrollo Humano. (2001). Poner el Desarrollo Tecnológico al Servicio del Desarrollo Humano. [En línea]: <[http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2001\\_ES.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2001_ES.pdf)> [PDF]

Prensky; M. (2001) "Digital Natives, Digital Immigrants". *On the Horizon, NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001*. En *Museos para la Generación E*. María Soledad Gómez Vílchez. [En línea]: <<http://mediamusea.files.wordpress.com/2007/11/museos-para-la-generacion-e.pdf>, <http://mediamusea.com>>

Rice, R. E., y Gattiker, U. (2000) "New mediational Communication and Organizational Structuring" en F. Jablin L. Putnam (eds.) *New Handbook of Organizational Communication*, pp. 544-581. Newbury Park, CA: Sage. Castells, Manuel. (2004) *La sociedad Red: una visión global*. Alianza Editorial.

*The Pew Research Center for The People & The Press*, (2007) "How young people view their lives, futures and politics A PORTRAIT OF "GENERATION NEXT". [En línea]: < <http://www.people-press.org/2007/01/09/a-portrait-of-generation-next/>> [PDF]

Van Dijk, Jan A.G.M. (1999). *The Network Society, Social Aspects of New Media*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. [En línea]: <[http://www.gw.utwente.nl/vandijk/research/digital\\_divide/Digital\\_Divide\\_overigen/pdf\\_digitaldivide\\_website.pdf](http://www.gw.utwente.nl/vandijk/research/digital_divide/Digital_Divide_overigen/pdf_digitaldivide_website.pdf)> [PDF]

Warschauer, Mark. (2003) *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. MIT. Massachusetts.

Zamorano, José Luis; Gil-Loyzaga, Pablo y Maravet, Dolores (coords.) (2004) *Telemedicina. Análisis de la situación actual y perspectivas del futuro*. Edita Fundación VODAFONE.

## **POLÍTICAS E INICIATIVAS**

Asamblea General de las Naciones Unidas (2011). Mecanismos Internacionales para la promoción de la libertad de expresión. Declaración Conjunta sobre la Libertad de Expresión e Internet, 1º de junio. 2011. [En línea]: <<http://www.osce.org/es/fom/78325>> [PDF]

Asociación Estatal de Programas Universitarios para Mayores (AEPUM). [En línea]: <http://www.aepumayores.org/es/contenido/presentaci%C3%B3n> [Consulta: 20 de febrero del 2012]

Comisión Europea. Economic and Financial affairs. (2012). The 2012 Ageing Report: Economic and budgetary projections for the 27 EU Member States (2010-2060). [En línea]: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/european\\_economy/2012/pdf/ee-2012-2\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2012/pdf/ee-2012-2_en.pdf) [PDF].

\_\_\_\_\_. (2010). Año Europeo contra la pobreza y la exclusión social 2010 [En línea]: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=637> y <http://2010againstpoverity.ec.europa.eu> [Consulta: 15 de diciembre del 2009]

\_\_\_\_\_. Política Regional. InfoREGIO, 2007-2013.

\_\_\_\_\_. (1996). "Integrar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el conjunto de las políticas y acciones comunitarias", COM (1996) 67 final. [En línea]: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1996:0067:FIN:ES:PDF> [PDF].

COMPI, Coordinadora de Organizaciones de Mujeres para la Participación y la Igualdad, 2012. Evaluación realizada por COMPI del Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2008-2011. [PDF]

Fundación UPDEA. Formación, Cultura y Ocio para adultos: <http://www.updea.org/>

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Reglamento del Consejo. Capítulo V. Marco Financiero. Artículo 18. Recursos totales. Reglamento (CE) No. 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006: 26) [PDF]

Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO), (2010). Encuesta mayores 2010: [http://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/presentacionencuestamayores\\_20.pdf](http://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/presentacionencuestamayores_20.pdf). [Fecha: 24 mayo de 2013.] <PDF>.

\_\_\_\_\_, (2011). PDF. Libro blanco del Envejecimiento Activo. [En línea]: [http://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/8088\\_8089libroblancoenv.pdf](http://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/8088_8089libroblancoenv.pdf) [PDF]

Instituto Nacional de Estadística (INE):

[En línea] <<http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do>> [Fecha de consulta: 25 de abril del 2012]

Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación de las Naciones Unidas para la Promoción de la Mujer. (INSTRAW), Glosario. [En línea]: <<http://www.uninstraw.org/es/index.php?option=content&task=>, 29 de mayo de 2006.>

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Instituto de la Mujer. [En línea]: <<http://www.inmujer.es/estadisticas/consulta.do?area=4>> relativa a Ciencia y Tecnología, <http://www.inmujer.es/estadisticas/consulta.do?area=6> relativa a Conciliación y <http://www.inmujer.es/estadisticas/consulta.do?area=8> relativa a Poder y toma de decisiones. [Fecha de consulta: 10 de junio de 2013].

Naciones Unidas, 1996. Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Beijing, 4 al 15 de septiembre de 1995. [En línea]: <<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>> [PDF].

Parlamento Europeo. (2013). “La tecnología europea necesita de mujeres”. *Servicio de Prensa*, 30/04/2013. Ref. : 20130426STO07643. [En línea]: <[http://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/public/story/20130426STO07643/20130426STO07643\\_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/public/story/20130426STO07643/20130426STO07643_es.pdf)> [PDF].

Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2011). Diario Oficial (DO L 246 de 23.9.2011). Año Europeo del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad Intergeneracional 2012. Decisión no. 940/2011/UE. [En línea]: <[http://europa.eu/legislation\\_summaries/employment\\_and\\_social\\_policy/disability\\_and\\_old\\_age/em0038\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/disability_and_old_age/em0038_es.htm)> [PDF]

Plan Avanza Barcelona 2006-2010. Evaluación y Seguimiento. Actuaciones. [En línea]: <<https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/EvaluacionSeguimiento/Provincias/Cataluña/Barcelona.pdf>> [PDF]

Plan Avanza Murcia 2006-2010. Evaluación y Seguimiento. Actuaciones. [En línea]: <[https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/EvaluacionSeguimiento/Provincias/Region%20de%20Murcia/L\\_A\\_MURCIA.pdf](https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/EvaluacionSeguimiento/Provincias/Region%20de%20Murcia/L_A_MURCIA.pdf)> [PDF]

Plan Avanza. Plan 2006-2010 para el desarrollo de la Sociedad de la Información y de Convergencia con Europa y entre Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas. [En línea]:

<[https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/PlanAvanza1/Descargas/2a392d4f65d9404fb83fc3d2f64eceedplan\\_avanza\\_documento\\_completo.pdf](https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/PlanAvanza1/Descargas/2a392d4f65d9404fb83fc3d2f64eceedplan_avanza_documento_completo.pdf)> [PDF]

Plan Avanza 2. (2011). Informe Plan Avanza 2006-2010. [En línea]:

<[https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/EvaluacionSeguimiento/Informes%20de%20Espaa/Informe%20\\_Espana.pdf](https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/EvaluacionSeguimiento/Informes%20de%20Espaa/Informe%20_Espana.pdf)>. [PDF]

Plan Avanza 2. (2011-2015). [En línea]:

<[https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/Estrategia2011/Documents/Estrategia\\_2011-2015\\_PA2.pdf](https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/Estrategia2011/Documents/Estrategia_2011-2015_PA2.pdf)> [PDF]

PSOE, (2007). Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2008-2011.

[En línea]:

<<http://www.psoe.es/ambito/igualdad/docs/index.do?action=View&id=168740>> [WORD]

Unión Europea. Tratado de Ámsterdam. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. 1997 - 144 pp. [En línea]:

<<http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-es.pdf>> [PDF]

United Nations (UN). Department of Economic and Social Affairs. Population Division. Population Ageing and Development 2012. [En línea]:

<<http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/ageing/population-ageing-development-2012.shtml>> [Excel]

## METODOLOGÍA

Alaminos, Ch. Antonio y Castejón C., Juan Luis. (2006). “Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión”. *Serie Docencia Universitaria-EEES*. Universidad de Alicante. [PDF]

Babbie, E.R. (1979). *The practice of social research*. Belmont, Calif.: Wadsworth. Segunda edición. En Sampieri Hernández, Roberto. (2007). *Metodología de la investigación*. Madrid. McGraw-Hill.

Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid. Akal.

Beuchot, Mauricio. (1999). *Heurística y Hermenéutica*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. UNAM, México.

Chrzanowska, J. (2002). *Interviewing Groups and Individuals in Qualitative Market Research*. Thousand Oaks, CA. SAGE. En Kvale, Steinar. (2011). *La entrevista en investigación cualitativa*. Colección: Investigación Cualitativa. Dirección: Uwe Flick. Morata, España.

Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S. (2012). *Manual de Investigación Cualitativa. Vol. I. El campo de la investigación cualitativa*. Gedisa. Barcelona, España.

\_\_\_\_\_. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research. Third Edition*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc. Introduction. *The Discipline and Practice of Qualitative Research*. pp. 1-13. (Traducción al español).

Flick, U. (2002). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.

Geertz, Clifford. (1987). "Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura", en *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa, pp.19-40. En Rueda Beltrán, M. (et al.) (1994). *La etnografía en educación: panorama, prácticas y problemas*. México. UNAM y The University of New Mexico. P. 75.

Gil Flores, J. (2009). *La metodología de investigación mediante grupos de discusión*. Universidad de Salamanca. España.

Guba. E. y Lincoln, Y. (2002). "Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa". En Denman, C. y J.A. HARO (Comps.) *Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social*. El Colegio de Sonora. Hermosillo, Sonora. 2002, pp. 113-145.

Guber, R. (2005). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Paidós. Buenos Aires.

\_\_\_\_\_. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad* (Vol. 11). Editorial Norma.

Hamme, M., & Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de Investigación*. Barcelona: Paidós.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona. Paidós Ibérica. S.A.

\_\_\_\_\_. (1982) *Content analysis*. Beverly Hills, Calif., SAGE Publications.  
En Sampieri Hernández, Roberto. (2007). *Metodología de la investigación*.  
Madrid. McGraw-Hill.

Kvale, Steinar. (2011). *La entrevista en Investigación Cualitativa*. Colección:  
Investigación Cualitativa. Dirección: Uwe Flick. Morata, España.

Lewis, Oscar. (1951). *Life in a Mexican Village: Tepoztlan Restudied*. Urbana, Ill.:  
Univ. Illinois Press.

Malinowski, B., & Frazer, S. J. G. (1986). *Los argonautas del Pacífico occidental*.  
Planeta-Agostini. En Malinowski, B. (1973). "Introducción: objeto, método y  
finalidad de esta investigación" en *Los Argonautas del pacífico Occidental*.  
Barcelona. Península. Pp. 19-42. [PDF].

Marcus, G. (2001). "Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la  
etnografía multilocal". *Alteridades*, 11(22), 111-127.

Márquez, M. O. (2006). *¿Qué es la entrevista?* Madrid: Biblioteca Nueva.

Ottenberg, S. (1990). *Thirty years of fieldnotes: Changing Relationships to the  
Text*. En Sanjek, R. (ed.) (1990) *Fieldnotes. The Makings Anthropology*. Cornell  
University Press. En de campo, G. T. D. T., & Etnográfico, I. D. E. S. (2012). "De  
las notas de Campo a la Teoría, Descubrimiento y Redefinición de NAGUAL en  
los Registros Chiapanecos". *PUBLICAR. Antropología y Ciencias Sociales*, (8).

Spradley, J. P. y D. McCurdy. (1972). *The Cultural Experience: Ethnography in  
Complex Society*. Waveland Press. En Pasassung, Nikolaus. (2011).  
"Ethnographic approach to efl/esl research". *Bahasada Dan Seni, Tahun 39,  
Nomor 2, Augustus 2011*. [PDF].

Perret, G. (2011). "Territorialidad y Práctica Antropológica: Desafíos  
epistemológicos de una antropología multisituada/multilocal." *KULA. Antropólogos  
del Atlántico Sur*. pp. 52-60. [PDF].

Pike, Kenneth L. (1954). *Language in relation to a unified theory of the structure of  
human behavior*. Dallas, TX, US: Summer Institute of Linguistics. (1954).

Porta, L., & SILVA, M. (2003). "La investigación cualitativa: El análisis de  
contenido en la investigación educativa". *Red Nacional Argentina de  
Documentación e Información Educativa*  
<<http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta>>. Pdf (Retrieved: 1-2-2010).

Rizo García, Marta. (2005) "La Intersubjetividad como Eje Conceptual para pensar la Relación entre Comunicación, Subjetividad y Ciudad". *Revista Razón Y Palabra*, No. 47. Octubre. [En línea]:  
< <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n47/mrizo.html>>

Rockwell, E. (1986). "La relevancia de la etnografía para la transformación de la escuela", Tercer Seminario Nacional de Investigación en Educación, Bogotá, 1986. En Guber, R. (2005). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Paidós. Buenos Aires.

Sampieri Hernández, Roberto. (1997, 2007). *Metodología de la investigación*. Madrid. McGraw-Hill.

Sartre, J.-P. (1982). *Obras completas: Crítica de la razón dialéctica*. Vol. 3, pp. 994-995. En González Montagudo, José. (2000). "El paradigma interpretativo en la investigación social y educativa: nuevas respuestas para viejos interrogantes. Cuestiones pedagógicas". *Revista de ciencias de la educación*, (15), 227-246.

Spradley, J. P., y McCurdy, D. W. (1972). *The cultural experience: Ethnography in complex society*. Chicago: Science Research Associates.

# Anexo 1

## GUÍA DE ENTREVISTA A MUJERES Y HOMBRES MAYORES

Nombre y Apellidos	
Estado Civil	
Estudios terminados	
Fecha de la entrevista	
Hora de inicio	
Hora de conclusión	

### ¿Conoce las siguientes aplicaciones?

APLICACIONES	SÍ	NO	FRECUENCIA DE USO
Correo electrónico			
Transferencia de fotos, vídeos, texto			
Mensajería instantánea ( <i>messenger</i> )			
Chats temáticos			
Grupos de discusión			
Bajar música, películas, vídeos ( <i>YouTube</i> ), programas de tv y radio			
Redes Sociales: <i>Facebook, Tuenti, Hi5</i>			
Telefonía vía <i>Skype, VoIP</i>			
Pago de servicios			
Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos			
Compras por Internet			
Juegos, apuestas			

¿Cómo se inició en el uso de las aplicaciones de Internet?

## **I. DIVERSIÓN**

1. ¿Qué aplicaciones de Internet utiliza con fines de entretenimiento?
2. ¿Cree que al hacer uso de Internet y sus aplicaciones hace que salga de su rutina diaria? ¿Por qué?
3. ¿Qué dificultades encuentra para acceder a Internet y sus aplicaciones?
4. ¿Qué aplicaciones ha adoptado ya a su vida cotidiana?
5. Desde que usa Internet y sus aplicaciones, ¿a qué actividades les dedica menos tiempo?
6. ¿Qué tiempo dedica, en promedio, a hacer uso Internet y sus aplicaciones en un día?

## **II. RELACIONES PERSONALES**

7. ¿Qué aplicaciones de Internet ha adoptado para a su vida cotidiana?
  8. ¿Desde hace cuánto tiempo que hace uso de Internet?
  9. ¿Utiliza internet y sus aplicaciones sola o en compañía de su familia o pareja?
  10. ¿Qué actividades realiza sola o acompañada una vez que accede a Internet y sus aplicaciones?
  11. ¿Con quién(es) mantiene contacto vía Internet? ¿Con qué finalidad?
  12. ¿Qué aplicaciones de Internet utiliza para estar en contacto con estas personas?
  13. ¿Para acceder a Internet y sus aplicaciones pide ayuda a algún familiar o a su pareja o ellos los que se acercan para mostrarle como hacer uso de esta tecnología?
  14. ¿Cree que utilizar Internet y sus aplicaciones le beneficia de alguna manera en su vida cotidiana? ¿de qué manera?
  15. ¿Ha aumentado el número de sus amistades desde que usa Internet y sus aplicaciones?
-

### **III. IDENTIDAD PERSONAL**

16. ¿Qué le motiva a hacer uso de Internet y sus aplicaciones?
17. Cuando utiliza Internet y sus aplicaciones, ¿busca gente afín a usted o de la misma edad?
18. ¿Con quien comparte sus experiencias digitales por Internet?
19. ¿Cuáles son las aplicaciones con las que tiene más dificultad?
20. ¿Pertenece a una Red Social? ¿Cuál (es)?
21. ¿Cuáles son las motivaciones para pertenecer a una Red Social?
22. ¿Ha transformado su vida cotidiana el hacer uso de Internet y sus aplicaciones? ¿De qué manera?

### **IV. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN**

23. ¿Qué tipo de información busca a través de Internet y sus aplicaciones?
24. ¿Qué le motiva a hacer esta búsqueda de información?
25. ¿Encuentra siempre lo que busca?
26. ¿Recibe información en su correo electrónico de su interés? (ya sea por porque se inscribió a una lista de correos o vía RSS? (Recibir información/noticias actualizadas)

### **V. ACCESO A OTROS MEDIOS VÍA INTERNET**

27. Usted, ¿accede a Internet para ver TV, escuchar la radio o leer algún periódico o diario?
28. ¿Cuál es la motivación que tiene para acceder a otros medios a través de Internet?
29. ¿Cuáles son las ventajas o desventajas que usted encuentra al usar el Internet para acceder a estos medios?
30. ¿Qué otras actividades ha realizado por Internet?
31. Si tuviera que prescindir de la televisión o Internet., ¿Con que medio se quedaría? ¿Por qué?

## **VI. FUTURO**

32. ¿Qué tipo de habilidades le gustaría desarrollar en el futuro para usar Internet y sus aplicaciones?
33. ¿Cómo cree que será su vida cotidiana en el futuro cuando acceda a Internet y sus aplicaciones?
34. ¿Qué tipo de servicios o información le gustaría encontrar en el futuro a través de Internet?
35. ¿Desea agregar algo más?

*Gracias por su colaboración.*

---

# Anexo 2

## DIARIO DE CAMPO<sup>1</sup>

Diario de registro de actividades en línea de hombres y mujeres mayores durante 10 días.

NOMBRE \_\_\_\_\_

EDAD \_\_\_\_\_

Día:	Fecha:	Tiempo de uso	EXPLICAR SI TUVO ALGUNA DIFICULTAD PARA ACCEDER

<sup>1</sup>También existe la versión electrónica de esta técnica de recolección de datos.

<b>Día:</b>	<b>Fecha:</b>	<b>Tiempo de uso</b>	<b>EXPLICAR SI TUVO ALGUNA DIFICULTAD PARA ACCEDER</b>
Pago de servicios			
Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos			
Compras por Internet			
Juegos, apuestas			
Ver TV vía Internet			
Escuchar radio vía Internet			
Leer periódico o diario vía Internet			
Leer blogs o bitácoras			

**OTROS COMENTARIOS**

---



---



---



---

# Anexo 3

## CUESTIONARIO

### Gratificaciones Esperadas y Gratificaciones Obtenidas

---

Soy estudiante de Doctorado de la Universidad Autónoma de Barcelona y estoy interesada en conocer cuáles son las Gratificaciones Esperadas y las Gratificaciones Obtenidas en hombres y mujeres mayores respecto al uso de las aplicaciones de Internet.

A continuación, encontrará un listado con las posibles razones que consideramos pueden ajustarse a su experiencia.

Le pedimos se tome el tiempo necesario para contestar SÍ o NO marcando con una X la respuesta correcta.

NOTA: Este cuestionario es anónimo y los datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos.

Soy  HOMBRE  MUJER  
Edad \_\_\_\_\_

#### Las aplicaciones de Internet que más utilizo son:

Correo electrónico	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Mensajería instantánea ( <i>messenger</i> )	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Chats temáticos y grupos de discusión	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Bajar música, películas, videos ( <i>YouTube</i> ), programas de TV y radio	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Redes Sociales: <i>Facebook</i> , <i>Tuenti</i> , <i>Hi5</i>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Telefonía vía <i>Skype</i> , <i>VoIP</i>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Pago de servicios	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Compras por Internet	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Juegos y apuestas	<b>Sí</b>	<b>No</b>

## GRATIFICACIONES ESPERADAS

Estoy interesada en conocer cómo la gente mayor hace uso de las aplicaciones de Internet. Aquí hay algunas razones que otras personas han dado. Cuántas de éstas razones aplican para usted.

Uso las aplicaciones de Internet porque...		
1. me mantienen en contacto con familia y amigos.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
2. me permiten concertar una cita para salir con familia y amigos.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
3. me permiten mandar presentaciones de <i>Power Point</i> a familiares y amigos.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
4. me permiten mandar documentos, fotos, enlaces, etc.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
5. son el único medio que me ayuda a estar en contacto con otras personas.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
6. puedo compartir mis experiencias digitales con mis nietos(as) y/o con generaciones más jóvenes que la mía.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
7. quiero pertenecer a la Sociedad de la Información.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
8. porque me permiten desarrollar otras habilidades como manejar mejor el ratón (ej. al hacer uso del correo electrónico).	<b>Sí</b>	<b>No</b>
9. me permiten tener más concentración cuando escribo.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
10. me permiten estar alerta a eventos fuera de mi entorno cotidiano.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
11. es fácil comunicarse con mucha gente al mismo tiempo.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
12. me divierto.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
13. me permiten estar actualizado/a.	<b>Sí</b>	<b>No</b>

14. me permiten hacer varias y diferentes actividades en línea al mismo tiempo.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
15. quiero ejercitar la mente y la memoria.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
16. quiero desarrollar más habilidades digitales para el futuro.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
17. quiero tener tópicos en común con mis nietos(as) y/o generaciones más jóvenes que la mía.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
18. necesito practicar y no olvidar cómo se usan.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
19. quiero aprender otras nuevas cuando estén disponibles vía Internet.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
20. es muy importante para mí hacer frente al cambio tecnológico.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
21. han impactado mi vida de manera importante y positiva.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
22. son algo nuevo en nuestras vidas.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
23. es lo de hoy.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
24. es más barato hablar, escribir, mandar y recibir información, etc. que con otros medios.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
25. me mantienen alerta.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
26. es fácil realizar las actividades de la vida diaria.	<b>Sí</b>	<b>No</b>

## GRATIFICACIONES OBTENIDAS

Me gustaría saber en qué medida las aplicaciones de Internet le ofrecen algunas cosas de las que recientemente hablamos cuando las utiliza.

El uso de las aplicaciones de Internet hace que...		
1. me sienta cerca de mis familiares y amigos.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
2. sienta que pertenezco a la Sociedad de la Información.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
3. mi mente se agilice (ej. al hacer uso del correo electrónico).	<b>Sí</b>	<b>No</b>
4. me concentre en actividades que requieren de más precisión.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
5. ejercite la memoria.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
6. me sienta actualizado/a.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
7. pueda compartir mis actividades diarias con familiares y amigos.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
8. tenga la opción de realizar varias cosas a la vez como mandar textos, fotos, enlaces, información...	<b>Sí</b>	<b>No</b>
El uso de las aplicaciones de Internet...		
9. me permite interactuar con generaciones más jóvenes que la mía.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
10. me permite interactuar con personas de diferentes países y culturas.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
11. me permite estar en contacto con familiares y amigos que viven lejos porque es más barato.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
12. me permite acceder a la información rápidamente.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
13. me hace sentir que éstas son parte de mi vida/ de mis actividades/ de mi tiempo libre.	<b>Sí</b>	<b>No</b>

14. me permite organizar las actividades de ocio y entretenimiento de manera precisa.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
15. me permite hacer búsquedas de mapas, calles, eventos e información de manera instantánea.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
16. evita que me sienta aislado/a.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
17. me permite realizar tareas cotidianas como compras, consulta de movimientos bancarios, pago de servicios, etc.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
18. me permite estar preparado para futuras novedades tecnológicas.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
19. hace que conozca más personas afines o de mi misma edad.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
20. me permite practicar y ser constante para desarrollar nuevas habilidades digitales.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
21. hace que enriquezca mis posibilidades para acceder a otros medios de manera económica.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
22. me motiva a estar en constante aprendizaje de las tecnologías.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
23. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: salud.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
24. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: información general.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
25. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: hogar.	<b>Sí</b>	<b>No</b>
26. me motiva a buscar nuevas aplicaciones que cubran mis necesidades: ámbito familiar y de amistad.	<b>Sí</b>	<b>No</b>

*Gracias por su colaboración.*

# Anexo 4

## GRUPO DE DISCUSIÓN

*Biblioteca Regional de Murcia. Martes, 03-04-2012 / 17h.-19h.*

A continuación, se presentan las preguntas formuladas durante la sesión, considerando las 4 fuentes de información principales, según Bandura (1977), para conocer las frustraciones y motivaciones de hombres y mujeres mayores al hacer uso de las aplicaciones de internet.

Las 4 fuentes de información son: 1) Actuación frente a logros obtenidos; 2) Experiencia indirecta; 3) Persuasión verbal; y 4) Fuentes emocionales.

Y una más para conocer cuál es su percepción sobre el desarrollo de las habilidades digitales de cara al futuro: 5) futuro.

### **1) Actuación frente a logros obtenidos.**

- ¿Cómo fue su primera experiencia cuando hizo uso de las aplicaciones de Internet?
- ¿Cuáles fueron las principales motivaciones que le animaron a continuar usando Internet?
- ¿Cuáles son los logros que ha obtenido hasta ahora al hacer uso de ésta tecnología?
- ¿Qué acciones ha llevado a cabo para obtener estos logros?

### **2) Experiencia indirecta**

- ¿Qué pensaba usted de sí mismo cuando observaba a personas de su generación utilizando las aplicaciones de Internet?
- ¿Se imaginaba haciendo uso de estas aplicaciones?

### **3) Persuasión verbal**

- Cuando comenzaba a hacer uso de las aplicaciones de Internet, ¿qué le decía la gente que se encontraba a su alrededor?
- ¿Qué tipo de sugerencias o retos le proponían para acercarse a esta tecnología?
- ¿Por qué decidió iniciarse en el uso de las aplicaciones de Internet?
- Comente los aspectos positivos y negativos de su experiencia en el uso de las aplicaciones de Internet.

### **4) Fuentes emocionales**

- ¿Qué sensaciones experimentó antes de usar las aplicaciones de Internet?
- ¿Sus miedos se acrecentaron o se vencieron cuando usó la tecnología?
- Cuando usa Internet, ¿cómo se siente? ¿existen otras actividades que le causen la misma sensación? ¿cuáles? ¿por qué?
- De las aplicaciones que utiliza, ¿cuáles presentan una mayor dificultad? ¿por qué?
- En caso de sentir temor, ansiedad, estrés... ¿qué hace para contrarrestar estas sensaciones?

### **5) Futuro**

- ¿Cuál es la mayor motivación que tiene para desarrollar nuevas habilidades digitales?
- ¿Qué tipo de habilidades le gustaría desarrollar en el futuro para usar las aplicaciones de Internet?
- ¿Cree que el desarrollo de estas y otras nuevas habilidades digitales puede cambiar su vida cotidiana?, ¿De qué manera?

# Anexo 5

### Perfil de los sujetos entrevistados.

Caso	Iniciales	Edad	Estado civil	Estudios terminados	Ocupación
------	-----------	------	--------------	---------------------	-----------

#### Hombres solos

1	J.L.	55	Divorciado	Preparatoria	Guardia/ Activo
2	G.Z.	65	Divorciado	Doctorado	Retirado
3	A.E.	59	Soltero	Licenciatura	Activo

#### Hombres viviendo con esposa, pareja, familia u otras personas

1	D.R.	76	Casado	Diplomado en Enfermería	Retirado
2	E. B.	81	Casado	Primaria	Taxista/ Retirado
3	M. M.	77	Casado	Sin estudios	Retirado
4	J.B.	67	Casado	Doctorado	Consultor/ Activo
5	C.V.	63	Casado	Licenciatura	Profesor/ Retirado
6	J.F.	61	Casado	Ingeniero	Retirado
7	J.J.B.	61	Casado	Abogado/ Chocolatero	Activo

#### Mujeres solas

1	M.G.	60	Divorciada	Maestría	Estudiante de Doctorado
2	R. M.	52	Soltera	Contabilidad	Trabajadora/ Activa
3	J.H.	66	Viuda	Primaria	Retirada/ Ama de casa

#### Mujeres viviendo con esposo, pareja, familia u otras personas

1	C. G.	63	Casada	1° de Preparatoria	Retirada
2	S. S.	81	Casada	Profesora	Retirada
3	B. S.	70	Casada	Comerciante	Retirada
4	M. G.	71	Casada	Comerciante	Retirada
5	A.R.B.	62	Casada	Licenciatura	Retirada
6	M.P.	64	Casada	Diplomado	Ama de casa
7	L.E.	89	Casada	4° de Preparatoria	Activista Política/ Retirada

# Anexo 6

**VACIADO DEL CONTENIDO DE LOS DIARIOS DE CAMPO DE 10 DÍAS:**

**FRECUENCIA EN EL USO DE LAS APLICACIONES DE INTERNET**

	Diario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E.B.	x										
J.L.	x										
J.B.		5 abr	6 abr	7 abr	8 abr	9 abr		15 abr	16 abr	17 abr	18 abr
J.F.	x										
C.G.		17 mar	18 mar	20 mar	21 mar	22 mar	23 mar	24 mar	25 mar	26 mar	27 mar
Luz	x										
R.M	x										
M.P.	x										
M.G		17 mar	18 mar	21 mar	22 mar	23 mar	24 mar	25 mar	26 mar	28 mar	29 mar
J.H.	x	11 oct	12 oct	13 oct	14 oct	15 oct	16 oct	17 oct	18 oct	19 oct	20 oct

**VACIADO DEL CONTENIDO DE LOS DIARIOS DE CAMPO:**

**TIEMPO APROXIMADO DE USO DURANTE 10 DÍAS**

**Hombre solo 1 (J. L., 55 años)**

<b>Aplicación</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>TOTAL</b>
Correo electrónico	30min.	4.30´									
Transferencia de fotos, vídeos, texto				20min.							20min.
Mensajería instantánea ( <i>messenger</i> )					20min.						20min.
Bajar música, películas, videos ( <i>YouTube</i> ), programas de TV y radio						30min.					30min.
Redes Sociales: <i>Facebook, Tuenti, Hi5</i>	15min.	2.30´									
Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos				5 min.							5min.
Leer periódico o diario vía Internet	30min.	2.30´									
Leer blogs o bitácoras								45min.			45min.
Dificultades para acceder:											
<b>FRECUENCIA DE USO: Diario</b>											

**Hombre acompañado 2 (E. B., 81 AÑOS)**

<b>Aplicación</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>TOTAL</b>
Correo electrónico	20 min.	3.20´									
Leer periódico o diario vía Internet	40 min.	6.40´									
Dificultades para acceder:											
<b>FRECUENCIA DE USO: Diario</b>											



**Hombre acompañado 6 (J. F. C., 65 años)**

<b>Aplicación</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>TOTAL</b>
Correo electrónico	10min.	10min.	5min.	5min.		10min.		10min.	5min.	5min.	1hr.
Telefonía vía <i>Skype, VoIP</i>							2.30´				2.30´
Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos	15min.	15min.			10min.			15min.	5min.	5min.	1.05´
Leer periódico o diario vía Internet	1.30´	1.40´	1.10´	1.30´	1.50´	1.10´	1.30´	2hr.	1.20´	1.30´	14.50´
Navegar, búsqueda de información (mapas, ocio, traductores)	3.20´	2.30´	2hr.	2hr.	2.30´	1hr.	50min.	3hr.	2.10´	3hr.	31.20´
Dificultades para acceder:											
<b>FRECUENCIA DE USO: Diario</b>											

**Otros comentarios:** Búsqueda de información sobre Historia por Internet.

**Mujer acompañada 1 (C. G., 63 años)**

Aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Correo electrónico	1hr.	2hr.	1hr.	1hr.	1.16´	1.10´	1.2	3hr.	1.30´	3hr.	16.16´
Mensajería instantánea ( <i>messenger</i> )							30min				30min.
<b>Dificultades para acceder:</b>											
Día 1. Coger dirección escribirla en correo.											
Día 2. Correo: abrirlo y contestar bien.											
Día 7. <i>Messenger</i> : no encontré 2 cosas.											
Día 8. Dificultad para conectarse.											
Día 9. En <i>Google</i> no pude encontrar Diario de Navarra.											
Día 10. Accedí a cuenta <i>Yahoo</i> que no conseguía.											
<b>FRECUENCIA DE USO</b>	17-Mar	18-Mar	20-Mar	21-Mar	22-Mar	23-Mar	24-Mar	25-Mar	26-Mar	27-Mar	

**Mujer acompañada 6 (M. P. E., 64 años)**

Aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Correo electrónico	30min.	15min.	30min.		15min.		35min.		20min.	15min.	2.40´
Telefonía vía <i>Skype, VoIP</i>		1hr.							45min.		1.45´
Escuchar radio vía Internet			20min.	25min.				20min.			1.05´
Leer periódico o diario vía Internet	15min.		15min.		15min.		20min.	15min.		15min.	1.35´
Navegar, búsqueda de información (mapas, ocio, traductores)								30min.		30min.	1hr.
<b>Dificultades para acceder:</b>											
<b>FRECUENCIA DE USO: Diario</b>											

**Mujer acompañada 7 (L. R. L., 86 años)**

Aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Correo electrónico	3hr.	3.3	3hr	4hr	3hr	4hr	3.30´	3hr	3hr	3.30´	33.30´
Leer periódico o diario vía Internet	30min.	2.30´									
Navegar, búsqueda de información (mapas, ocio, traductores)			30min			30min			30min		1.30´
Dificultades para acceder:											
<b>FRECUENCIA DE USO: Diario</b>											

**Mujer sola 1 (M. G., 60 años)**

Aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Correo electrónico	1 hr.	1 hr.	2 hr.	1 hr.	2hr.	2hr.	2hr.	1hr.	1hr.	1hr.	14hr.
Transferencia de fotos, vídeos, texto		2 hr.	2hr.	2hr.	1hr.	1hr					8hr.
Bajar música, películas, videos ( <i>YouTube</i> ), programas de TV y radio		30min.				1hr.					30min.
Redes Sociales: <i>Facebook, Tuenti, Hi5</i>	1hr	2hr.	2hr.	15min.			1hr	1hr	1hr.	1hr.	9.15´
Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos	15min	15min.	20min.	15min.	1hr.	1hr.	30min.				3.35´
Escuchar radio vía Internet								1hr.			1hr.
Leer periódico o diario vía Internet								1hr.			1hr.
Leer blogs o bitácoras								1hr.			1hr.
Navegar, búsqueda de información (mapas, ocio, traductores)								2hr.			2hr.
Dificultades para acceder:											
<b>FRECUENCIA DE USO</b>	17-Mar	18-Mar	21-Mar	22-Mar	23-Mar	24-Mar	25-Mar	26-Mar	28-Mar	29-Mar	

**Mujer sola 2 (R. M., 52 años)**

Aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Correo electrónico	2hr.	15min.	15min.	1hr.	30min.		1hr.	1hr.	1hr.	30min.	7.30´
Transferencia de fotos, vídeos, texto					30min.					15min.	45min.
Mensajería instantánea ( <i>messenger</i> )	15min.	15min.	15min.				15min.	20min.	1hr.		2.20´
Chats temáticos				30min.							30min.
Bajar música, películas, videos ( <i>YouTube</i> ), programas de TV y radio	2hr.			3hr.	2hr.	1hr.	2hr.	2hr.			12hr.
Escuchar radio vía Internet								15min.			15min
Navegar, búsqueda de información (mapas, ocio, traductores)	6hr.	3hr.	3hr.	5hr.	5hr.	6hr.	7hr.	6hr.	6.15´	1.50´	49.05´
Dificultades para acceder:											
<b>FRECUENCIA DE USO: Diario</b>											

**Otros comentarios:** Realicé curso online de 4 hrs. en día 10.

**Mujer sola 3 (J. H., 66 años)**

Aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Correo electrónico			1 hr.			30 min.		1 hr			2.30 hrs.
Telefonía vía <i>Skype, VoIP</i>	2 hrs.										2 hrs.
Transferencias bancarias, revisar saldo, movimientos	30 min.	1 hr.									1.30 hrs.
Juegos, apuestas						1 hr.					1 hr.
Dificultades para acceder:											
<b>FRECUENCIA DE USO: Diario</b> <b>Del 11 al 20 de Octubre.</b>											

**UAB**

Universitat Autònoma de Barcelona