

INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Análisis de la relación con las TIC en el hogar

Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información

Índice

ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE GRÁFICOS	5
RESUMEN EJECUTIVO	6
1. INTRODUCCIÓN	14
2. SEGMENTACIÓN Y TIPOLOGÍA DE HOGARES CON/ SIN NIÑOS	16
3. EQUIPAMIENTO TIC DE LOS HOGARES E INDIVIDUAL	19
3.1. Equipamiento TIC en hogares con/sin niños	19
3.2. Equipamiento TIC de niños y jóvenes	20
4. PENETRACIÓN Y GASTO DE SERVICIOS TIC	21
4.1. Penetración de servicios por tipología del hogar	21
4.2. Gasto según número de servicios contratados en hogares con/ sin niños	25
5. USOS TIC SEGÚN LA EDAD DEL INDIVIDUO Y LA PRESENCIA DE NIÑOS EN EL HOGAR	28
5.1. Televisión de Pago	28
5.2. Telefonía móvil	28
5.2.1. Uso de Telefonía Móvil y frecuencia	28
5.2.2. Frecuencia de uso de servicios de Telefonía Móvil	29
5.3. Internet	31
5.3.1. No usuarios de ordenador y motivos	31
5.3.2. Uso de Internet y frecuencia	33
5.3.3. Frecuencia de uso de servicios de Internet	34
5.3.4. No usuarios de Internet y motivos	38
6. ACTITUDES HACIA LAS TIC DE NIÑOS Y ADULTOS	40
6.1. Actitudes de los niños vs. actitudes de los adultos	40
6.2. Actitudes de los adultos en hogares con/ sin niños	41
7. FICHA TÉCNICA	43
8. ANEXO	44

8.1.	Tipología de hogares con/ sin niños	44
8.2.	Construcción del índice de penetración y sofisticación de usos TIC	45

Índice de tablas

Tabla 1. Penetración de los servicios TIC en hogares con/ sin niños	21
Tabla 2. Penetración de los servicios de cable en hogares con/ sin niños	21
Tabla 3. Porcentaje de hogares con /sin cable según número de equipamientos y presencia de niños	24
Tabla 4. Media de las actitudes de los adultos en hogares con niños y sin niños.....	41
Tabla 5. Porcentaje de hogares según tipología y tamaño de hábitat.....	44
Tabla 6. Porcentaje de hogares según tipología y clase social.....	44
Tabla 7. Porcentaje de hogares según tipología y tamaño del hogar.....	45
Tabla 8. Cálculo del índice de penetración y sofisticación de uso TIC.....	46

Índice de gráficos

Gráfico 1. Esquema de segmentación de hogares.....	16
Gráfico 2. Hogares con/ sin niños por edad de los niños y del cabeza de familia	17
Gráfico 3. Índice de penetración y uso de servicios en hogares según tipología.....	18
Gráfico 4. Equipamiento en los hogares con/ sin niños	19
Gráfico 5. Equipamientos individuales en niños, jóvenes y adultos.....	20
Gráfico 6. Penetración de servicios en hogares según tipología.....	22
Gráfico 7. Penetración de Internet y accesos de banda ancha por tipología de hogar	23
Gráfico 8. Penetración de servicios de cable por tipología de hogar	24
Gráfico 9. Número de servicios contratados en hogares con/ sin niños	25
Gráfico 10. Gasto por hogar y servicio en hogares con/ sin niños según número de servicios contratados.....	26
Gráfico 11. Uso de Teléfono móvil y Frecuencia	29
Gráfico 12. Frecuencia de Uso de Servicios de Telefonía Móvil.....	30
Gráfico 13. No Usuarios de Ordenador y Motivos.....	32
Gráfico 14. Uso de Internet y Frecuencia	34
Gráfico 15. Frecuencia de Uso de Servicios de Internet	36
Gráfico 16. No Usuarios de Internet y Motivos	38
Gráfico 17. Actitudes con diferencias significativas entre niños y adultos	40
Gráfico 18. Hogares con/ sin niños por tamaño de hábitat y clase social	44

RESUMEN EJECUTIVO

El informe, realizado con datos del panel trimestral de hogares de Red.es, analiza la relación de niños y jóvenes menores de 18 años con las tecnologías de la información y la comunicación, así como la relación entre la presencia de niños en el hogar y las actitudes y usos TIC de los adultos. Tras estudiar a lo largo de dos años el equipamiento, actitudes, usos y gasto TIC sobre una base de 3.500 hogares representativos de la población española se ha realizado una segmentación de los hogares como se muestra en la siguiente figura, poniendo el foco en los hogares con presencia de niños entre 0-5 años y 6-15 años, se han concluido los siguientes resultados respecto a las TIC y los niños.

Esquema de segmentación de hogares



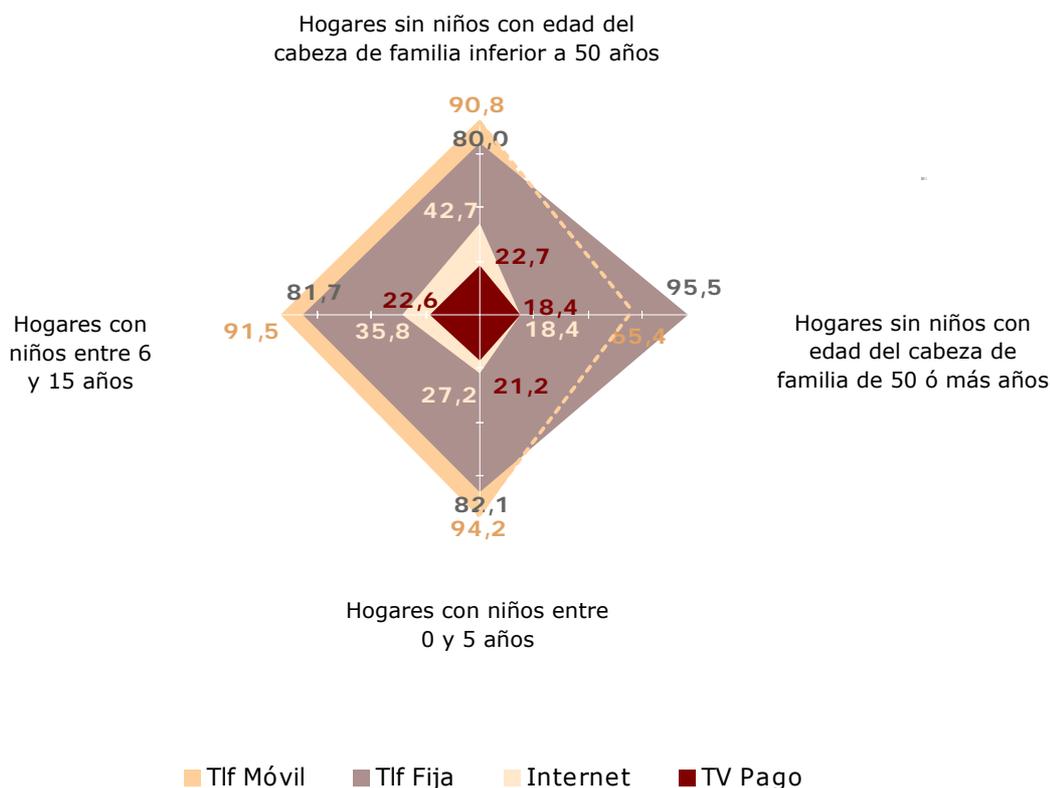
Nota: e c f, edad del cabeza de familia

Equipamiento

- Los hogares con niños presentan un equipamiento y una penetración de servicios TIC superior a la media. En concreto, como ejemplo, disponen de Internet el 35,8% de los hogares con niños mayores (entre 6 y 15 años), y de telefonía móvil el 94,2% de los hogares con niños pequeños de 0 a 5 años, habitados mayoritariamente por parejas jóvenes.

Penetración de servicios en hogares según tipología

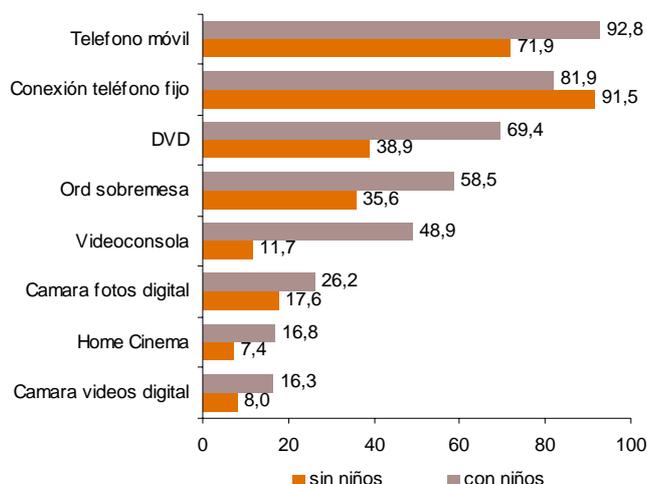
Porcentaje sobre total de hogares



- Las mayores diferencias entre hogares con niños y sin niños se dan en equipamientos como la videoconsola y DVD. En los hogares con niños es más frecuente encontrar al menos un DVD (69,4% de penetración en hogares con niños frente al 38,9% en los hogares sin niños), especialmente si los niños son pequeños (entre 0 y 5 años). La videoconsola es más común en hogares con niños mayores, aunque cabe señalar que el 11,7% de los hogares sin niños disponen de esta tecnología.

Equipamiento en los hogares con/ sin niños

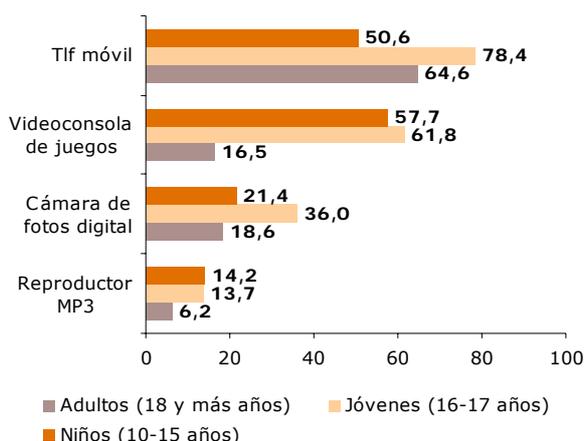
Porcentajes sobre cada tipología de hogar.



- Casi en seis de cada diez hogares con niños entre 6 y 15 años hay al menos un ordenador de sobremesa, mientras que en los hogares sin niños su presencia no alcanza el 40%. Aunque la cámara de fotos digital está más presente en hogares con niños, uno de cada tres hogares sin niños donde el cabeza de familia tiene menos de 50 años dispone de este equipamiento.
- Aproximadamente 6 de cada 10 niños y jóvenes tienen videoconsola de juegos y cerca del 15% disponen de reproductor de MP3. Por otro lado, tanto el teléfono móvil como la cámara de fotos digital son equipamientos más asociados a los jóvenes que a niños o a adultos; 8 de cada 10 jóvenes disponen de teléfono móvil frente al 64% de los adultos y 4 de cada 10 tienen cámara de fotos digital.

Equipamientos individuales en niños, jóvenes y adultos

Porcentajes sobre cada uno de los universos: niños, jóvenes y adultos.



Actitudes

- Existe relación positiva entre la presencia de niños en el hogar y la actitud de los adultos hacia las nuevas tecnologías. Los adultos en hogares con niños se sienten más identificados con la tecnología y ven más su utilidad, les gusta probar más y

antes los nuevos avances tecnológicos, consideran que éstos facilitan la posibilidad de hacer lo que se quiere, dónde y cuando se quiere. Pese a estas actitudes positivas, aún las creen caras en relación a su nivel adquisitivo. La siguiente tabla recoge las diferencias de actitudes, estadísticamente significativas, de los adultos en hogares con niños y sin niños.

Media de las actitudes de los adultos en hogares con niños y sin niños

Escala: 1- muy desacuerdo 5- muy de acuerdo

	Adultos en hogares con niños	Adultos en hogares sin niños	Diferencias estadísticamente significativas
Comprar a través de Internet es seguro	2,60	2,46	0,14
Me gusta probar los nuevos avances tecnológicos	3,04	2,91	0,13
Me interesan las nuevas tecnologías, pero son muy caras para mí	3,31	3,21	0,10
En mi entorno soy de los primeros en adquirir nuevos aparatos y servicios	2,29	2,21	0,08
Hasta que no bajen su precio, ni me planteo adquirir nuevas tecnologías	3,18	3,12	0,06
Las nuevas tecnologías me permiten hacer lo que quiero, cuando y donde quiero	3,13	3,08	0,05
Las nuevas tecnologías no cumplen todas las promesas	3,18	3,22	-0,04
Me ayudan a resolver algunos problemas	3,45	3,50	-0,06
Las nuevas tecnologías hacen que la gente se comunique menos	3,38	3,45	-0,07
Quienes no se adaptan a las nuevas tecnologías lo van a tener difícil	3,45	3,53	-0,08
Conocer las nuevas tecnologías es importante en el mundo laboral	3,71	3,79	-0,08
Sólo me interesan tecnologías fáciles de poner en marcha y usar	3,28	3,37	-0,09
No tengo claro lo que las nuevas tecnologías pueden hacer por mí	2,80	2,99	-0,18
Las nuevas tecnologías no son para mí	2,70	2,94	-0,24

- Los menores de 18 años muestran una actitud hacia las nuevas tecnologías más positiva que los adultos. Se ven más animados a probar los nuevos avances, se sienten más identificados con las tecnologías, a las que no consideran una barrera para la comunicación, y no les frena su posible complejidad de uso. Las consideran una herramienta útil en su desarrollo personal, ven más clara su utilidad que los adultos y muestran más interés por las mismas aunque las consideren caras.

Actitudes con mayores diferencias significativas entre niños y adultos

Escala: 1- muy en desacuerdo 5 muy de acuerdo.

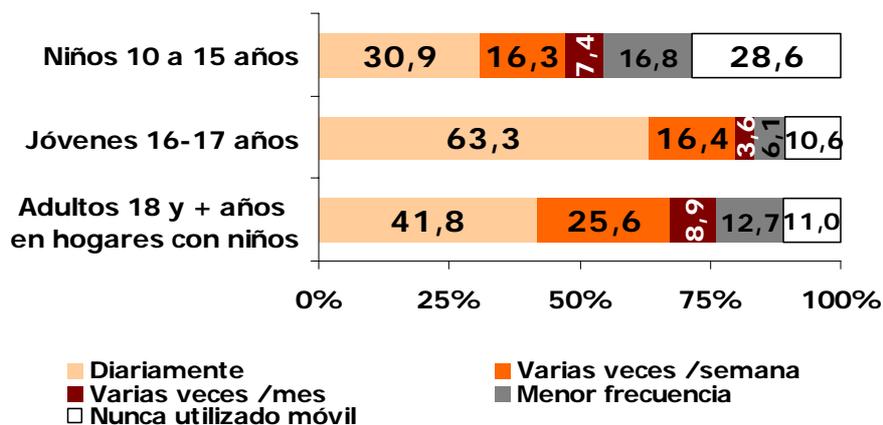


Usos

- Se registran altas frecuencias de uso de Telefonía Móvil: 63% de jóvenes de 16-17 años que lo usan diariamente, y 31% de niños de 10 a 15 años; destaca especialmente además, entre los adultos en hogares con niños un 42% con uso diario.

Uso de Teléfono móvil y Frecuencia

Base: Población Total de los respectivos segmentos de individuos

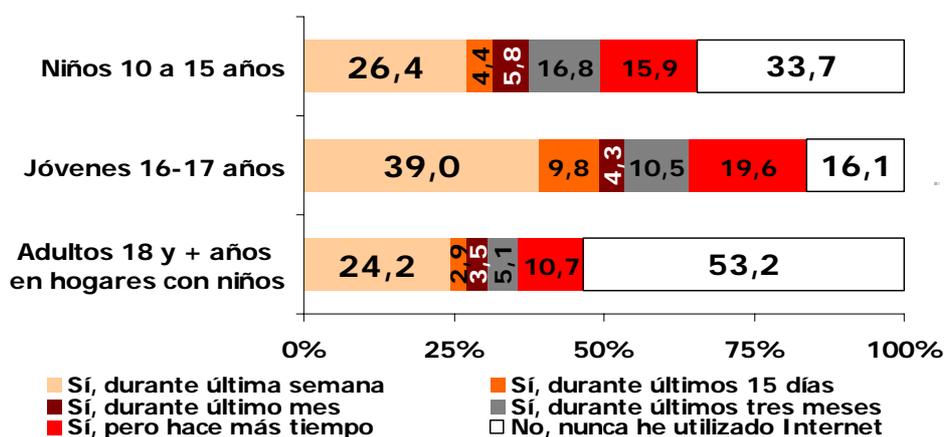


- El uso de ordenador es mayoritario entre niños y jóvenes, pero se mantienen altos porcentajes de no usuarios: 25% y 17% respectivamente. La razón mayoritaria es no disponer del mismo en el hogar.

- Un 34% de niños y un 16% de jóvenes nunca han utilizado Internet, siendo mayor aún este porcentaje entre los adultos. La razón principal es la no disponibilidad de ordenador en el hogar, y en segundo lugar las actitudes reticentes o de rechazo.

Uso de Internet y Frecuencia

Base: Población Total de los respectivos segmentos de individuos



- En hábitos de comunicación se constatan claras diferencias entre menores y adultos:
 - en telefonía móvil, los menores de 18 años utilizan más los mensajes cortos (SMS) que las llamadas de voz, al contrario que los adultos
 - en Internet mientras los adultos utilizan más el correo electrónico, entre menores de 18 años la mensajería instantánea es más frecuente
 - el uso de foros es minoritario en todos los segmentos, mientras el chat sí ha sido utilizado en alguna ocasión por la mayoría de los jóvenes de 16 y 17 años y, aunque con menor frecuencia, también por los niños.
- Entre los niños y jóvenes hasta 17 años usuarios de Internet, el uso de la Red como ayuda para el estudio se ha realizado como mínimo en los últimos seis meses entre la mayoría de niños (58,8%) y jóvenes (59,2%).
- El uso de juegos en red aunque es minoritario entre niños y jóvenes internautas, presenta no obstante porcentajes de uso en la última semana del 12,5% y 14,4% respectivamente.
- Las descargas de archivos son actividad característica de los jóvenes. Más de la mitad de los jóvenes de 16-17 años ha realizado en alguna ocasión descargas P2P y descarga de música. Incluso en el periodo de estudio el 28,6% y el 30,3% de estos jóvenes realizaron en la última semana descargas P2P y de música respectivamente.

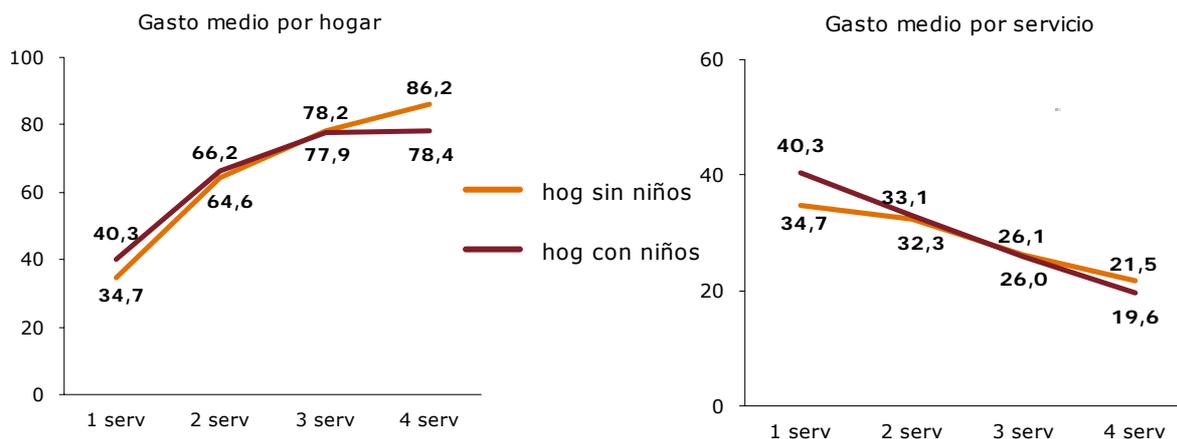
Gasto

- El gasto medio total en servicios TIC -en este estudio se consideran servicios TIC el teléfono fijo, móvil, Internet y TV de pago- de los hogares con niños (63,1 €/mes) es superior al de los hogares sin niños (60,1 €/mes).
- Sin embargo en aquellos hogares con niños en los que hay contratados más servicios TIC el gasto medio es inferior al de hogares sin niños, como se aprecia en hogares

con 4 y 3 servicios contratados (78,4€ vs. 86,2€ y 77,9€ vs. 78,2€ respectivamente). Esto es debido a que cuando se contratan servicios paquetizados se logra un gasto menor por servicio y en los hogares con niños hay mayor presencia de cable.

Gasto por hogar y servicio en hogares con/ sin niños según número de servicios contratados

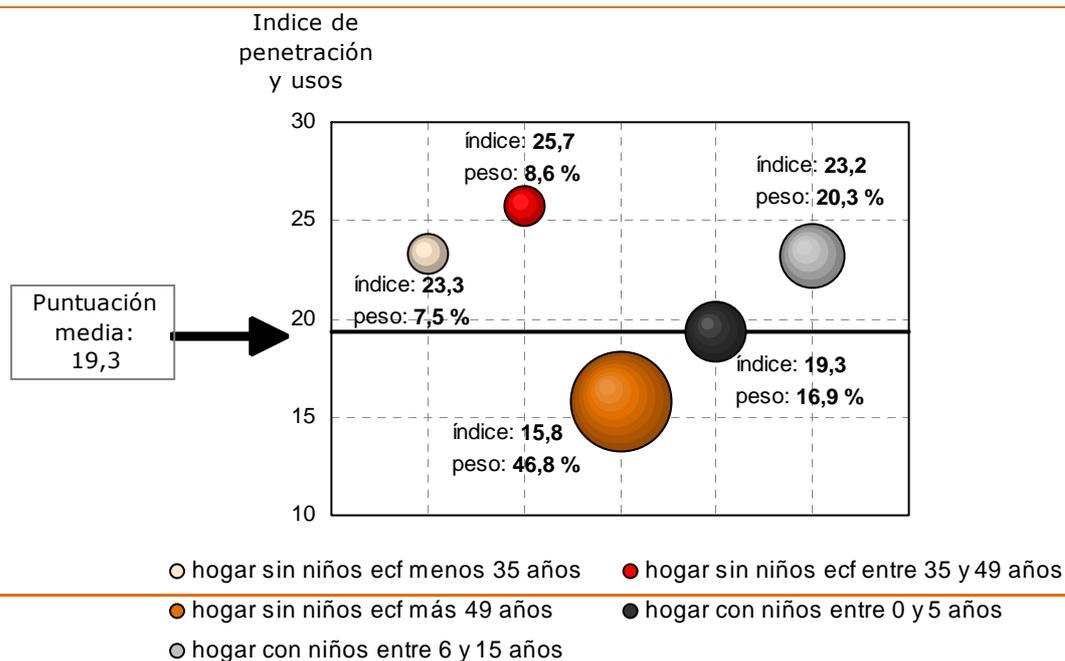
Gastos en € al mes, IVA incluido.



Segmentación y Tipología

- Como parte de este estudio se ha elaborado un índice de penetración y sofisticación de uso de TIC (cuya metodología de construcción puede consultarse en el anexo) en los hogares, aplicado a la segmentación de los mismos.

Índice de penetración y uso de servicios en hogares según tipología



Nota: e c f, edad del cabeza de familia

- Los hogares con niños pequeño (0-5 años) se sitúan en la media de sofisticación de uso y penetración del conjunto de los hogares españoles mientras los hogares con niños entre 6 y 15 años presentan un valor del índice superior.

Conclusión final

Los hogares con niños muestran capacidad de actuar como palanca de impulso en el desarrollo de la sociedad de la información. Se constata la oportunidad estratégica de establecer políticas activas diferenciadas dirigidas a hogares con niños, para el impulso de la inclusión digital, tanto de comunicación, sensibilización y formación en nuevas tecnologías como de seguridad TIC y de apoyo económico.

1. INTRODUCCIÓN

Este nuevo estudio integrado en la investigación **“LAS TIC EN LOS HOGARES ESPAÑOLES”** que lleva a cabo Red.es sobre la base del *Estudio de demanda de servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información ofertados al segmento residencial en España*, tiene por objetivos abordar la relación con las TIC de los niños y los jóvenes menores de 18 años, inscrita en las unidades familiares, y paralelamente anticipar tanto hipótesis como conclusiones sobre la repercusión mutua entre menores y adultos en su respectiva relación con las TIC.

Para ello se ha segmentado en el presente estudio, ***Infancia y Adolescencia en la Sociedad de la Información***, conforme a los criterios de edad de los niños y, en segundo lugar, de edad de los adultos en los hogares con niños, y por último según la edad del cabeza de familia del hogar. Los segmentos resultantes sobre los que se abordan los diferentes aspectos y variables de consumo TIC considerados son:

Hogares:

- con niños de 0 a 5 años
- con niños de 6 a 15 años
- sin niños en los que la edad del cabeza de familia es menor a 50 años, segmentados a su vez por edad del cabeza de familia menor de 37 años y entre 35-49 años
- sin niños en los que la edad del cabeza de familia es 50 y más años

Individuos:

- niños de 10 a 15 años
- jóvenes de 16 y 17 años, a los cuales se ha optado por segmentar diferenciadamente del resto de adultos dada su proximidad de edad a los niños.
- adultos¹ en hogares sin niños,
- adultos en hogares con niños,
- adultos en hogares con niños de 0 a 5 años
- adultos en hogares con niños de 6 a 15 años

Como periodo de referencia del informe se ha tomado la quinta oleada² del estudio citado anteriormente, con muestra panel, que sirve de base para esta investigación. Esta quinta oleada corresponde al periodo de verano, entre los meses de Julio a Septiembre de 2004. Si bien se trata por tanto de un periodo atípico en muchos aspectos, en tanto en cuanto incide sobre el mismo el efecto de la estacionalidad, se ha considerado sin embargo apropiado para abordar los objetivos marcados, en parte por constituir el periodo estival

¹ Por adulto se hace referencia a largo del presente estudio a individuos de 18 y más años de edad.

² [Quinta Oleada “Las TIC en los hogares españoles” Estudio de demanda de servicios de telecomunicaciones y sociedad de la información que se ofertan al segmento residencial en España](http://observatorio.red.es/estudios/consumo/index.html). Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Red.es. Marzo de 2005.
<http://observatorio.red.es/estudios/consumo/index.html>

el momento en que los hábitos de los menores de 18 años se ajustan más a las condiciones propias del tiempo libre que a las del curso escolar o académico. A lo largo del informe se hacen las puntualizaciones y consideraciones necesarias al respecto en las variables que pueden ser previsiblemente afectadas por esta particularidad del presente estudio, como por ejemplo el uso de Internet como ayuda para el estudio.

En el anterior estudio, *Segmentación Tecnológica de los Hogares*³, concluíamos que los hogares con niños de clase media y núcleos urbanos, son más favorables al uso de las tecnologías. Consideramos muy relevante el papel que juegan estos hogares en el desarrollo de la sociedad de la información, fundamentalmente si desplazamos el punto de atención desde la mera posesión de nuevas tecnologías a una “promoción del uso inteligente de las mismas” apoyada en el aprendizaje de las ventajas que pueden aportar en la vida cotidiana, a través de la propia experiencia y de la experiencia de otros individuos de su entorno social más cercano, en el que el hogar ocupa un lugar preponderante, junto a los ámbitos escolar o académico y laboral.

Constituye igualmente un factor determinante en el desarrollo de la sociedad de la información la incorporación de las nuevas tecnologías -en especial Internet-, a los hábitos de los niños y jóvenes, de modo que en su etapa de socialización y formativa primero y luego como adultos del futuro, no permanezcan ajenos a la revolución del aprendizaje⁴, puesto que la optimización de la educación, la formación, la capacitación y cualificación profesionales, y la propia competitividad, productividad y progreso socioeconómico que se derivan de las anteriores, junto a la cohesión social, dependen estrechamente de la plena inclusión digital.

³ *Segmentación tecnológica de los hogares*. Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Red.es. Febrero de 2005. http://observatorio.red.es/estudios/documentos/tic_hogares.pdf

⁴ *Creating a Learning Revolution*. Nicholas Negroponte, Mitchel Resnick, Justine Cassell (MIT Media Lab). <http://www.unesco.org/education/educprog/lwf/doc/portfolio/opinion8.htm> (*Creando una Revolución en el Aprendizaje*. Contexto Educativo, Revista Digital de Educación y Nuevas Tecnologías. <http://contexto-educativo.com.ar/1999/12/nota-6.htm>)

2. SEGMENTACIÓN Y TIPOLOGÍA DE HOGARES CON/ SIN NIÑOS

El esquema siguiente representa de forma resumida la segmentación de hogares llevada a cabo en el presente estudio.

Gráfico 1. Esquema de segmentación de hogares

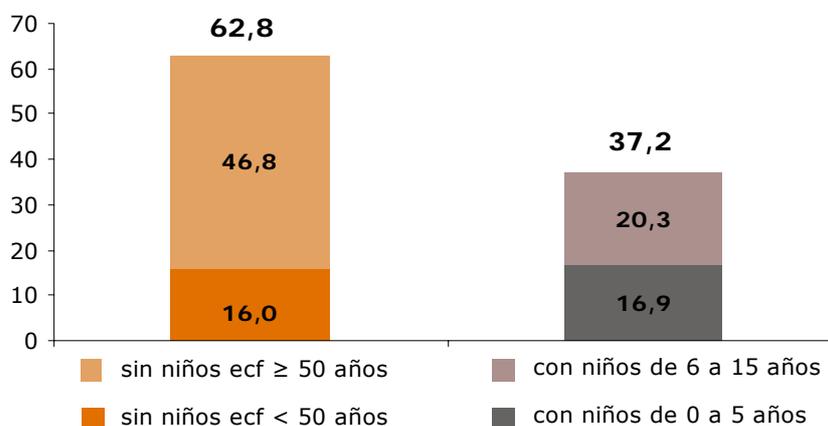


Nota: e c f, edad del cabeza de familia

En 2004, el periodo de referencia de este estudio (julio-septiembre), el universo de hogares en España alcanza los 14.226.100 hogares. Como se aprecia en el Gráfico 2, casi cuatro de cada diez familias cuentan con algún niño menor de 15 años entre sus miembros. Algo menos de la mitad de ellas tienen un pequeño menor de 5 años. Por otro lado, en la mayoría de las familias sin niños la edad del cabeza de familia está por encima de los 49 años. Se realiza un análisis más exhaustivo de la tipología de los hogares con niños y sin niños en el Anexo de este informe.

Gráfico 2. Hogares con/ sin niños por edad de los niños y del cabeza de familia

Porcentaje sobre el total de hogares.



Nota: e c f, edad del cabeza de familia

Para analizar el nivel de penetración y sofisticación en el uso de los servicios de telefonía fija, telefonía móvil, Internet y televisión de pago se ha construido un índice que toma valores entre 0 y 100, como nivel mínimo y máximo de sofisticación de uso. En el Anexo de este informe (apartado 8.2 *Construcción del índice de penetración y sofisticación de usos TIC*), se incluye una descripción más detallada de la construcción de este indicador.

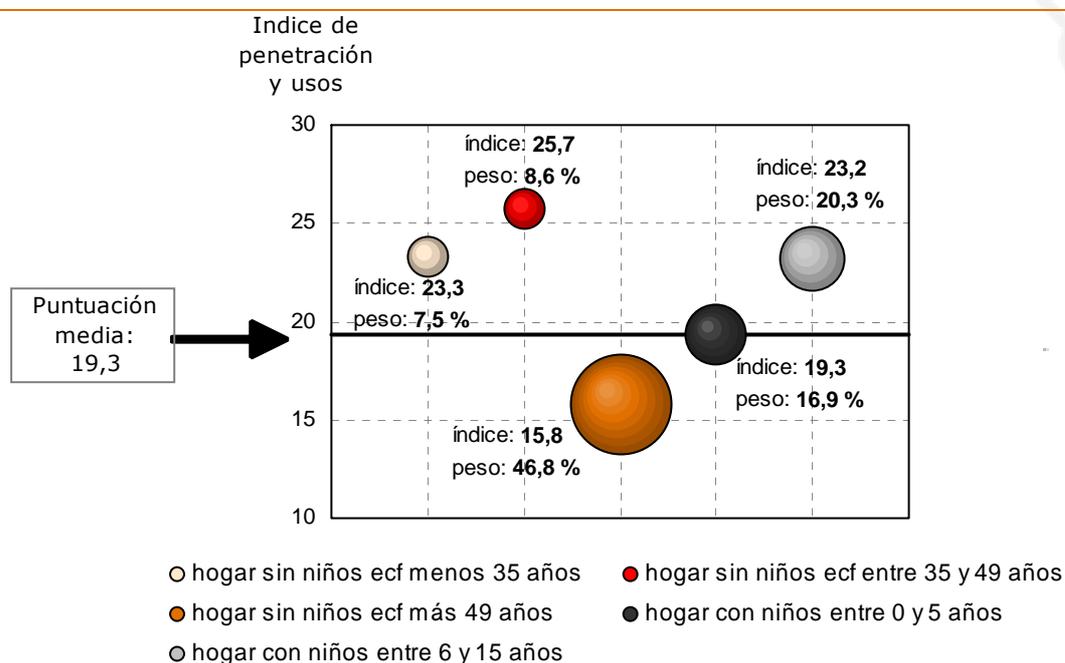
El índice de penetración y sofisticación de usos toma un valor de 19,3 para el conjunto de hogares españoles, con una reducida dispersión, lo que podría reflejar una relativa falta de desarrollo y distanciamiento respecto a las TIC en general de los hogares⁵.

Un elevado porcentaje de hogares se encuentra incluso por debajo de esta media, con 15,8 puntos; son los hogares sin niños con edad del cabeza de familia por encima de los 50 años y representan casi la mitad del total de hogares (46,8%).

Por otro lado, los hogares con mayor índice de desarrollo de servicios TIC son los hogares sin niños con edad del cabeza de familia entre 35 y 50 años. En un elevado porcentaje de estos hogares convive algún miembro de entre 16 y 30 años, que serían los que realizan un uso más sofisticado de los servicios TIC, elevando este índice hasta el 25,7. A continuación son los hogares con niños mayores, de 6 a 15 años, y los hogares sin niños con edad del cabeza de familia por debajo de los 35 años los que alcanzan valores que rondan el 23,3.

⁵ No obstante se ha de tener en cuenta que el valor 100, como máximo nivel de sofisticación, constituye una referencia meramente teórica que se correspondería, en valor medio de población, con un uso total, del total de los servicios tanto básicos como avanzados, por el total de los hogares o individuos, en el periodo en cuestión.

Gráfico 3. Índice de penetración y uso de servicios en hogares según tipología



Nota: e c f, edad del cabeza de familia

Puede considerarse que el hecho de que los hogares con mayores índices de penetración y sofisticación de uso de tecnologías TIC sean, además de aquellos con niños, aquellos sin niños con edad del cabeza de familia menor de 50 años, está relacionado entre otros posibles factores con la presencia de miembros jóvenes: bien porque los adultos son jóvenes (por debajo de los 35 años) o bien porque tienen una alta presencia de jóvenes entre 16 y 30 años.

3. EQUIPAMIENTO TIC DE LOS HOGARES E INDIVIDUAL

3.1. Equipamiento TIC en hogares con/sin niños

El análisis de los distintos equipamientos TIC en el hogar según la presencia de niños en el mismo ofrece una conclusión clara: los hogares sin niños disponen de menor equipamiento TIC que los hogares con niños, especialmente si el cabeza de familia tiene 50 o más años.

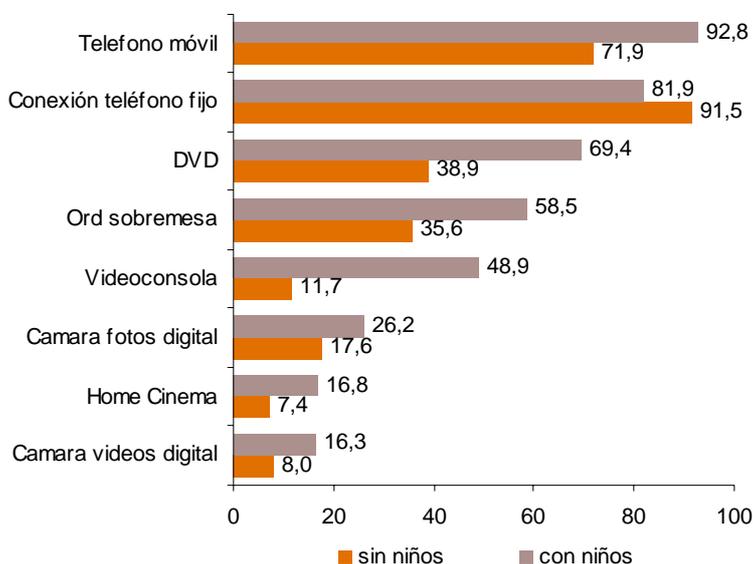
En hogares sin niños se encuentra más presente la telefonía fija, al contrario que en los hogares con niños en los que predomina la móvil, siendo así especialmente en hogares con niños más pequeños, por tanto previsiblemente de parejas más jóvenes.

El predominio de la fija en hogares sin niños viene marcado por los hogares sin niños con edad del cabeza de familia de más de 49 años, de los cuales, el 95,5% disponen de telefonía fija mientras que su disponibilidad de teléfono móvil apenas supera el 65%.

El resto de equipamientos TIC, cuyas diferencias entre ambos tipos de hogares son estadísticamente significativas, se encuentran con mayor frecuencia en hogares con niños que sin niños.

Gráfico 4. Equipamiento en los hogares con/ sin niños

Porcentajes sobre cada tipología de hogar.



Las mayores diferencias entre hogares con niños y sin niños se dan en equipamientos como la videoconsola y DVD. En los hogares con niños es más frecuente encontrar al menos un DVD, especialmente si los niños son pequeños (entre 0 y 5 años). La videoconsola es más común en hogares con niños mayores, aunque cabe señalar que el 11,7% de los hogares sin niños disponen de esta tecnología.

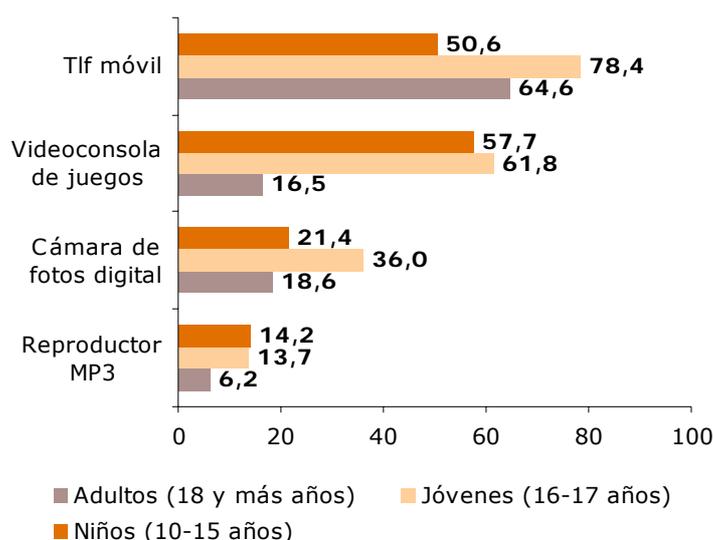
Casi en seis de cada diez hogares con niños entre 6 y 15 años hay al menos un ordenador de sobremesa, mientras que en los hogares sin niños su presencia no alcanza el 40%. Aunque la cámara de fotos digital está más presente en hogares con niños, uno de cada tres hogares sin niños donde el cabeza de familia tiene menos de 50 años dispone de este equipamiento.

3.2. Equipamiento TIC de niños y jóvenes

Determinados equipamientos TIC presentan un marcado carácter individual, como son el teléfono móvil, la agenda electrónica, el ordenador portátil, la videoconsola de juegos, el reproductor MP3 o la cámara de fotos digital. Estos tres últimos son más usados por niños y por jóvenes que por adultos.

Gráfico 5. Equipamientos individuales en niños, jóvenes y adultos

Porcentajes sobre cada uno de los universos: niños, jóvenes y adultos.



Aproximadamente 6 de cada 10 niños y jóvenes tienen videoconsola de juegos y cerca del 15% disponen de reproductor de MP3. Por otro lado, tanto el teléfono móvil como la cámara de fotos digital son equipamientos más asociados a los jóvenes que a niños o a adultos; 8 de cada 10 jóvenes disponen de teléfono móvil frente al 64% de los adultos y 4 de cada 10 tienen cámara de fotos digital.

Es decir, tanto el teléfono móvil como la cámara de fotos digital son tecnologías más asociadas a los jóvenes mientras que la videoconsola de juegos y el reproductor MP3 están relacionados principalmente con niños y jóvenes.

4. PENETRACIÓN Y GASTO DE SERVICIOS TIC

4.1. Penetración de servicios por tipología del hogar

Los servicios TIC considerados son telefonía fija, telefonía móvil, Internet y televisión de pago. Los hogares con niños disponen, significativamente, de más servicios contratados en media que los hogares sin niños; 2,29 servicios frente a 2,08.

Tabla 1. Penetración de los servicios TIC en hogares con/ sin niños

Porcentaje sobre total de hogares de cada tipología

	Total hogares	Hogares con niños	Hogares sin niños
Telefonía fija	87,9	81,9	91,5
Telefonía móvil	79,7	92,8	71,9
Internet	27,3	31,9	24,6
ADSL	6,8	7,6	6,4
Cable	5,0	5,5	4,7
TV de pago	20,4	22,0	19,5

La penetración de servicios TIC en los hogares con niños es mayor que en hogares sin niños, excepto en la telefonía fija, como veíamos en el anterior capítulo sobre equipamiento.

La conexión a Internet mediante tecnologías de banda ancha (ADSL y cable) así como la contratación de servicios de cable es más frecuente en hogares con niños, como se aprecia en la Tabla 1 y Tabla 2.

Tabla 2. Penetración de los servicios de cable en hogares con/ sin niños

Porcentaje sobre total de hogares de cada tipología

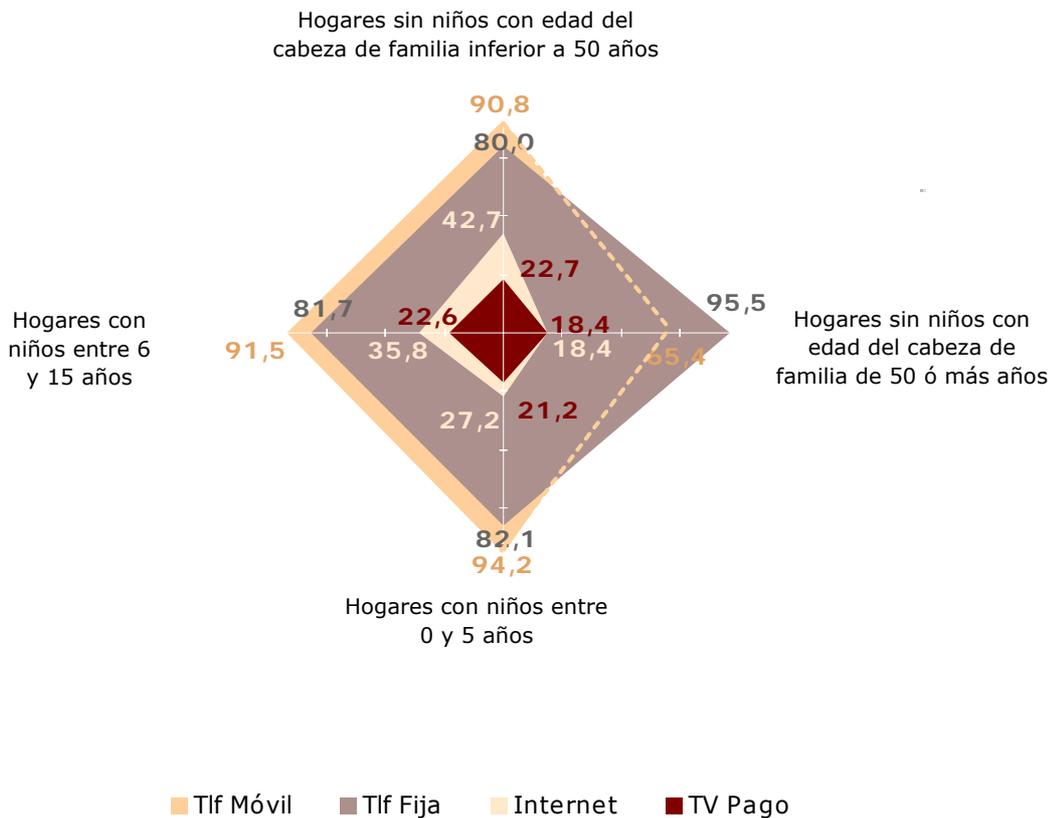
	Total hogares	Hogares con niños	Hogares sin niños
Servicios de cable	15,4	17,9	14,0
Telefonía fija	10,4	11,9	9,6
Internet	5,0	5,5	4,7
TV de pago	10,0	12,0	8,8

En el Gráfico 6 se muestra que los hogares que marcan una clara diferencia en cuanto a la contratación de servicios TIC son los hogares sin niños con edad del cabeza de familia por encima de los 49 años. Casi la totalidad de estos hogares disponen de servicio de telefonía fija y tienen porcentajes de penetración del resto de servicios TIC significativamente inferiores, especialmente en telefonía móvil.

Los hogares con mayor penetración de telefonía móvil son aquellos con niños pequeños, entre 0 y 5 años, en los que el 94,2% posee este servicio.

Gráfico 6. Penetración de servicios en hogares según tipología

Porcentaje sobre total de hogares

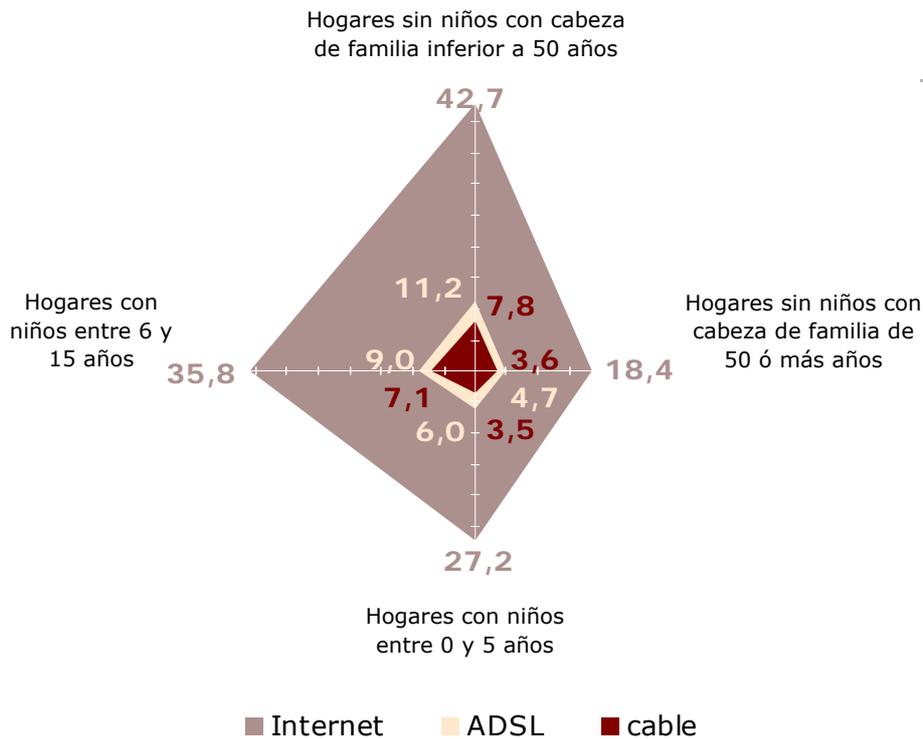


Se constatan también grandes diferencias respecto a la contratación del servicio de Internet, ya que los hogares sin niños con edad del cabeza de familia inferior a 50 años y los hogares con niños entre 6 y 15 años están muy por encima de la media del total de hogares (27,3%) con valores de 42,7% y 35,8% respectivamente.

Considerando como sofisticación en el uso de Internet el poseer acceso con tecnologías de banda ancha, lo que permite mayor velocidad de conexión, se puede afirmar que los hogares con niños entre 6 y 15 años y aquellos sin niños con edad del cabeza de familia inferior a 50 años tienen mayor desarrollo en el servicio de Internet (Gráfico 7) puesto que poseen unos porcentajes de acceso con ADSL y con tecnología de cable significativamente superiores a la media.

Gráfico 7. Penetración de Internet y accesos de banda ancha por tipología de hogar

Porcentajes sobre total de hogares



Un hogar que hace un uso inteligente de las nuevas tecnologías y servicios TIC intenta adaptar este uso a sus necesidades. La *paquetización* de servicios ofrece la ventaja de economizar a la hora de contratar dos o más servicios TIC. Los operadores de cable ofertan servicios de telefonía fija, Internet y/o TV de pago conjuntamente, lo que representa una reducción de gastos fijos para el usuario. Como se aprecia en la Tabla 3, a mayor número de servicios contratados, mayor presencia de cable en el hogar. Este hecho se ve claramente acentuado en los hogares con niños. Se incidirá sobre este particular en el próximo apartado (4.2 *Gasto según número de servicios contratados en hogares con/ sin niños*).

Tabla 3. Porcentaje de hogares con /sin cable según número de equipamientos y presencia de niños

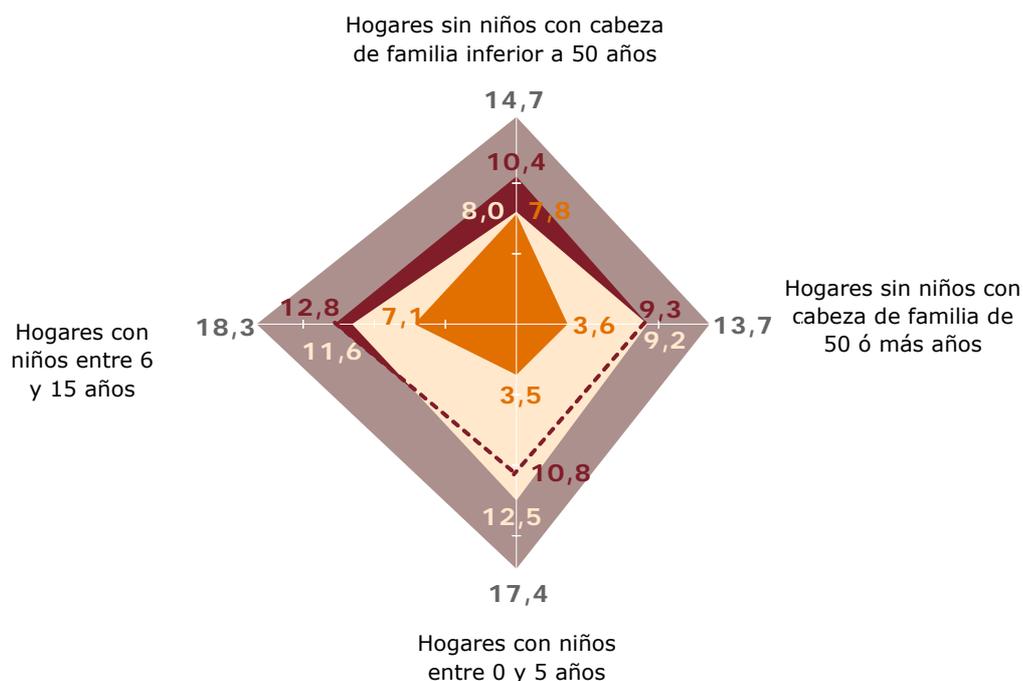
Porcentaje sobre total de hogares con/ sin niños

	1 servicio		2 servicios		3 servicios		4 servicios	
	Con cable	Sin cable	Con cable	Sin cable	Con cable	Sin cable	Con cable	Sin cable
Hogares sin niños	2,8	97,2	9,6	90,4	24,0	76,0	50,4	49,6
Hogares con niños	0,9	99,1	10,9	89,1	26,1	73,9	57,7	42,3
Total hogares	2,3	97,7	10,1	89,9	24,9	75,1	53,5	46,5

En los hogares con niños pequeños el servicio de cable que se contrata en mayor medida es la televisión de pago (Gráfico 8). Mientras en los hogares con niños mayores se encuentra más equiparada la contratación a través de cable de televisión de pago y telefonía fija, siendo superior ésta última. Los servicios de Internet a través de cable son contratados en mayor medida por los hogares sin niños con edad del cabeza de familia inferior a 50 años y por los hogares con niños mayores. Por otro lado, los hogares sin niños con cabeza de familia mayor de 49 años, contratan en igual medida lo servicios de telefonía fija y televisión de pago.

Gráfico 8. Penetración de servicios de cable por tipología de hogar

Porcentaje sobre total hogares



■ serv cable ■ cable fija ■ cable tv pago ■ cable internet

Aunando conclusiones sobre el equipamiento y los servicios contratados en los hogares según la presencia de niños en el hogar y la edad del cabeza de familia, se puede afirmar que el perfil tecnológico de los cuatro segmentos de hogares responde a las siguientes características representativas:

- El hogar tipo sin niños con edad del cabeza de familia mayor de 49 años dispone de servicios de telefonía fija y telefonía móvil.
- El hogar tipo sin niños con edad del cabeza de familia inferior a 50 años dispone de servicio de telefonía fija, telefonía móvil así como equipamiento de DVD y ordenador de sobremesa.
- El hogar tipo con niños entre 0 y 5 años dispone de servicio de telefonía fija, telefonía móvil y DVD.
- El hogar tipo con niños entre 6 y 15 años dispone de servicio de telefonía fija, telefonía móvil, equipamiento de DVD, ordenador de sobremesa y videoconsola.

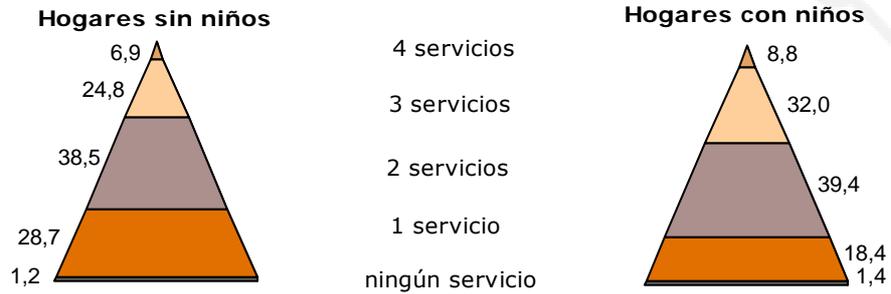
Todo ello considerando que es representativo de cada segmento de hogares el disponer de un determinado servicio o equipamiento al menos en la mitad de los hogares de ese segmento.

4.2. Gasto según número de servicios contratados en hogares con/ sin niños

Como se ha señalado en el apartado anterior, los hogares con niños contratan, en media, más servicios TIC que los hogares sin niños, 2,29 frente a 2,08 servicios. Esto queda confirmado con los porcentajes de hogares con y sin niños que disponen de 1, 2, 3 ó 4 servicios, como se aprecia en el Gráfico 9. El porcentaje de hogares con niños que tienen un equipamiento TIC alto (3 ó 4 servicios contratados) es de 40,8% mientras que en hogares sin niños alcanza el 31,7%.

Gráfico 9. Número de servicios contratados en hogares con/ sin niños

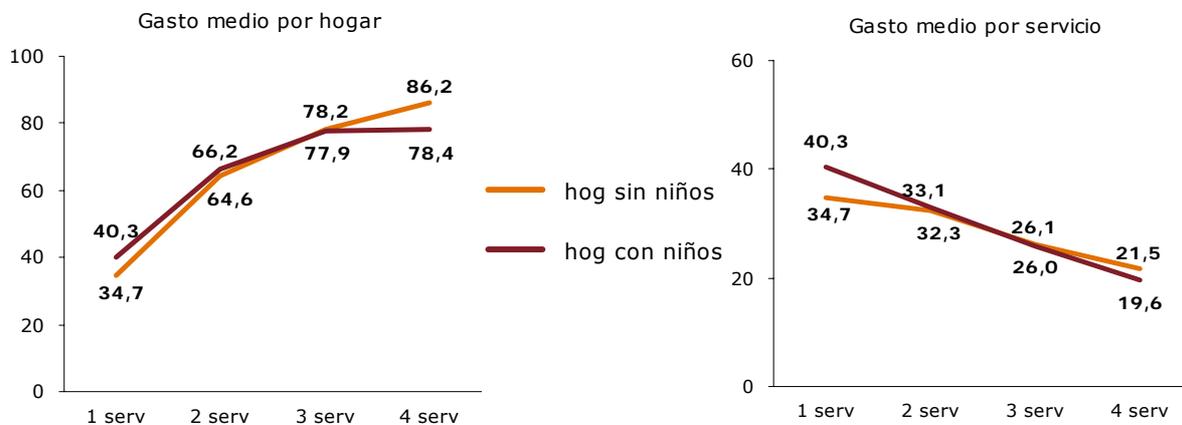
Porcentajes sobre el total de hogares con/ sin niños.



En el Gráfico 10 se recogen los valores medios mensuales por hogar y número de servicios contratados, incluyendo el IVA. Los hogares con niños tienen un gasto medio mensual de 63,1€/mes, mayor que el gasto de aquellos sin niños, que es de 60,1 €/mes. Es preciso tener en cuenta que los primeros disponen de más servicios contratados.

Gráfico 10. Gasto por hogar y servicio en hogares con/ sin niños según número de servicios contratados

Gastos en € al mes, IVA incluido.



Se observa sin embargo que aquellos hogares con niños que tienen más servicios contratados (3 ó 4 servicios) alcanzan un gasto medio en servicios TIC inferior a los hogares sin niños. Los hogares con niños, cuando contratan más servicios, los contratan con mayor frecuencia con un operador de cable (como se vio en el apartado *Penetración de servicios por tipología del hogar*), reduciendo de esta forma gastos fijos y con ello los gastos medios por hogar y servicio.

También se observa que el efecto de reducción del gasto medio por hogar y servicio al tener contratados más servicios es más acusado en los hogares con niños que en los hogares sin niños, debido a la mayor presencia del cable en los primeros.

5. USOS TIC SEGÚN LA EDAD DEL INDIVIDUO Y LA PRESENCIA DE NIÑOS EN EL HOGAR

En el presente estudio se ha tomado en general el hogar como unidad de análisis, a excepción del apartado 3.2 sobre Equipamiento individual, el capítulo 6 sobre Actitudes hacia las TIC de niños y adultos, y el presente capítulo sobre Usos, que se analizan desde la perspectiva del individuo.

Para abordar los usos de tecnologías en los distintos segmentos sociodemográficos este informe se centra a su vez en Telefonía Móvil e Internet, los dos servicios TIC que consideramos más relevantes en el actual estado de desarrollo de las telecomunicaciones y de la sociedad de la Información.

Obviamos por tanto en este informe los usos de la Telefonía Fija, que sirve más como infraestructura para la conexión a Internet que como servicio avanzado, y nos adentramos muy brevemente en la Televisión de Pago.

5.1. Televisión de Pago

Este servicio será objeto de un análisis muy somero puesto que el uso de sus servicios específicos presenta muy bajas frecuencias entre los que disponen de este equipamiento, en muchos casos se trata de frecuencias nulas y en la mayoría son residuales. Únicamente merecería mencionarse que:

- Las frecuencias de uso de la mayoría de los servicios específicos de la TV de Pago son superiores entre los niños (10-15 años) que entre los otros segmentos estudiados y que disponen de este equipo en el hogar
- El Acceso a Internet a través de la Televisión de Pago ha sido utilizado, en el periodo de estudio en cuestión, por porcentajes residuales de individuos, inferiores al 0,5% en la práctica totalidad de los segmentos -siempre sobre la base de los que disponen de este equipo en el hogar.

5.2. Telefonía móvil

5.2.1. Uso de Telefonía Móvil y frecuencia

El acceso y uso de la Telefonía Móvil, que se acerca en España a lo que podría considerarse estadio de maduración del servicio, con carácter tendente ya a la universalidad, muestra frecuencias de uso más o menos altas en todos los segmentos considerados (Gráfico 11).

Dentro de estos altos o moderadamente altos niveles, las menores frecuencias de uso se registran entre los adultos en hogares sin niños -entre quienes un 69,6% ha utilizado el móvil en alguna ocasión y un 31,2% lo utiliza diariamente-, así como en el segmento de niños (10-15 años) entre los que el 71,4% ha utilizado un móvil en alguna ocasión, siendo este uso diario en el 30,9% de los niños.

Otros datos, indicativos por sí mismos del alto grado de generalización del uso de la telefonía móvil en España, son el prácticamente 90% de jóvenes de 16 y 17 años que han utilizado el móvil en alguna ocasión, y el 63,3% de este mismo segmento de edad

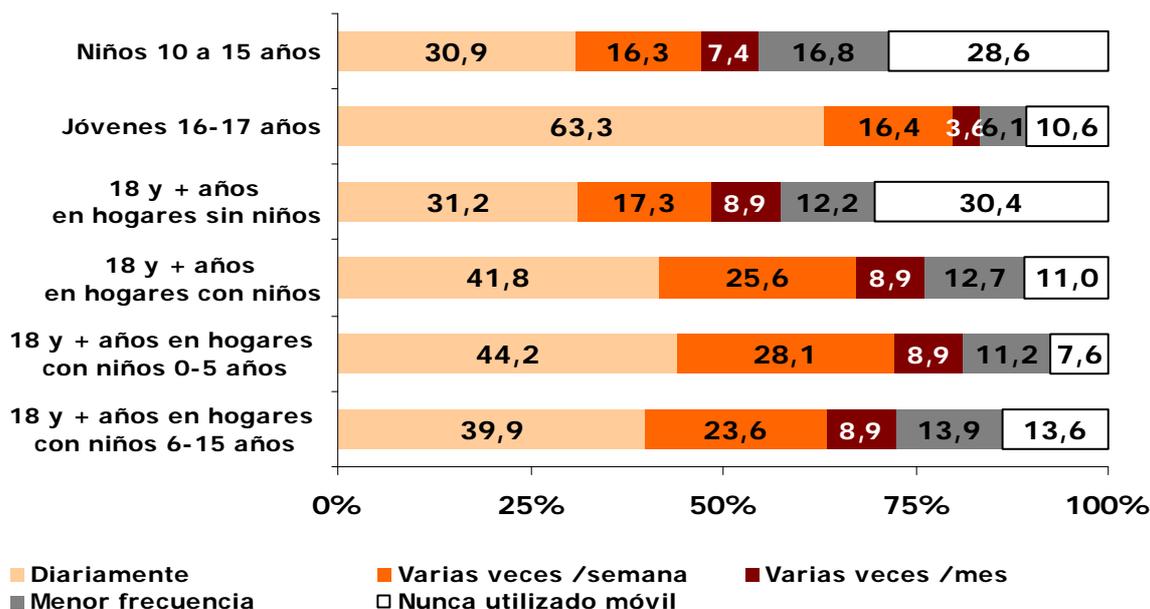
que lo utiliza diariamente; El 89% de los adultos en hogares con niños lo han utilizado en alguna ocasión, y cerca del 42% de este segmento lo hace diariamente.

Gráfico 11. Uso de Teléfono móvil y Frecuencia

¿Con qué frecuencia utiliza teléfono móvil?

Base: Población Total de los respectivos segmentos de individuos

5ª Oleada. Julio-Septiembre 2004



5.2.2. Frecuencia de uso de servicios de Telefonía Móvil

Sin embargo, analizando los usos de servicios específicos, observamos que tanto para los adultos como para niños y jóvenes hasta 17 años los usos con mayores frecuencias son los de los servicios de carácter menos avanzado, es decir los usos de voz: recibir y realizar llamadas, que suponen una traslación de la utilidad de la telefonía fija a la móvil (Gráfico 12).

A estos usos básicos se suma como servicio con alto grado de penetración la recepción y envío de mensajes cortos a través de SMS. Los menores de 18 años de hecho utilizan más el SMS que las llamadas de voz, al contrario que los adultos, que hacen mayor uso de la voz que de los mensajes cortos, ya sean adultos con o sin niños.

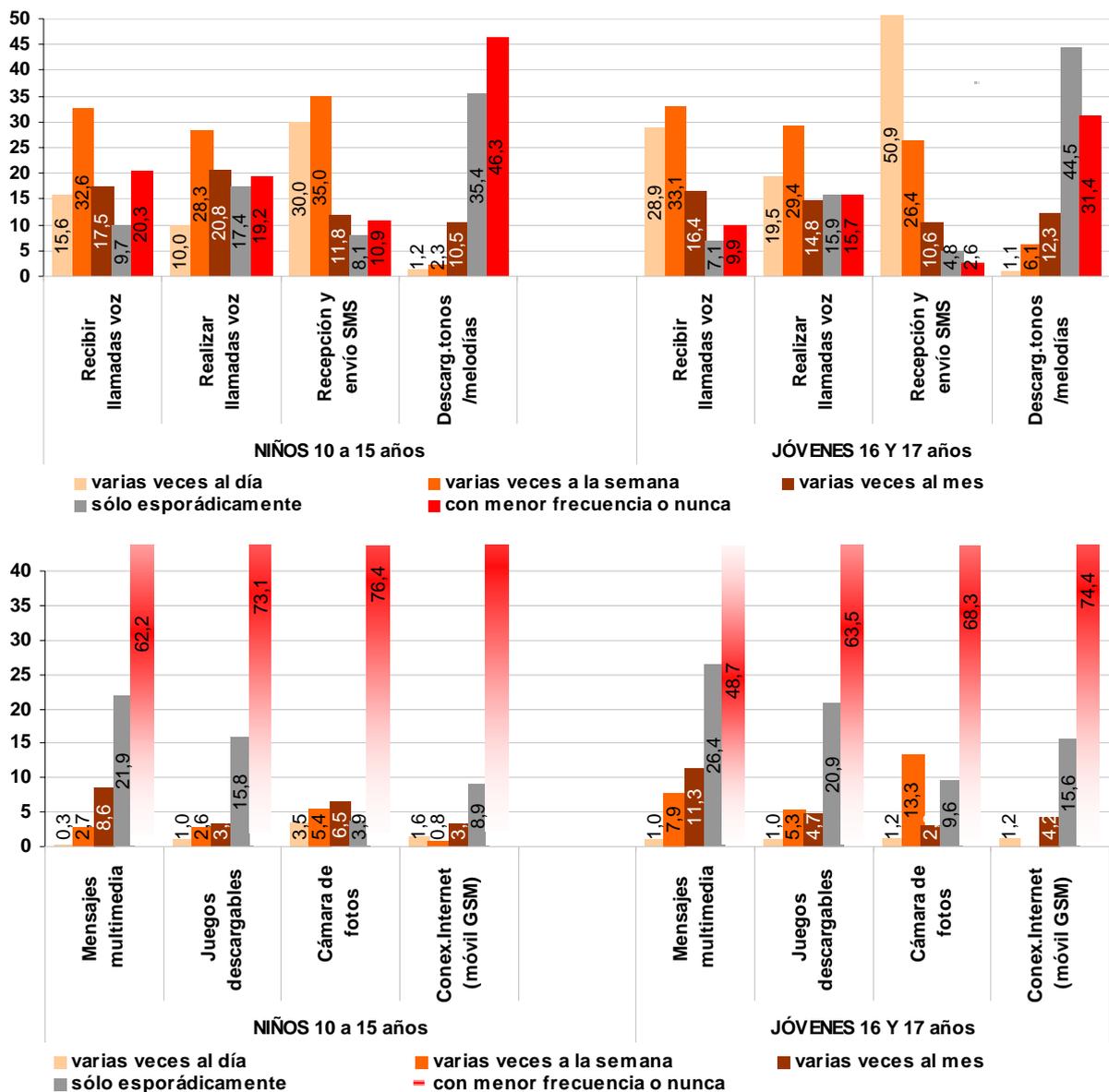
En el caso de los menores de 18 años se constata una cierta frecuencia de uso, aunque sea baja, de algunas prestaciones del servicio de telefonía móvil. Destacamos tanto entre niños de 10 a 15 años como entre jóvenes de 16 y 17 las descargas de tonos y melodías, que han sido utilizadas al menos esporádicamente por el 53,7% y 68,6% de los niños y jóvenes respectivamente, y con un uso aunque sea esporádico ya minoritario los mensajes multimedia -excepto entre jóvenes de 16 y 17 años en que la mayoría, un 51,3%, ha hecho uso como mínimo esporádico-, los juegos descargables y la cámara de fotos.

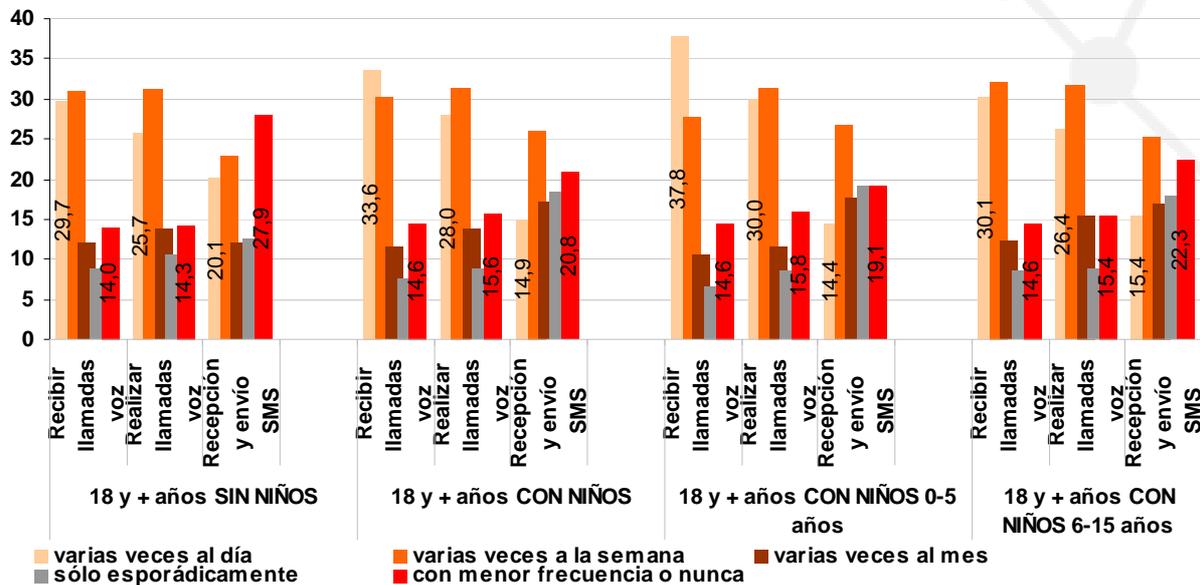
Por la importancia de Internet en el avance de la sociedad de la información, destacamos igualmente, aunque con una frecuencia de uso aún más minoritaria, la conexión a Internet con GSM. Esta conexión a través de GPRS presenta ratios aún menores por el momento, por lo que no se muestra numérica ni gráficamente en este informe.

Gráfico 12. Frecuencia de Uso de Servicios de Telefonía Móvil

Base: Tiene teléfono móvil activo (uso en el último mes)

5ª Oleada. Julio-Septiembre 2004





En el caso de los adultos, a parte de la voz y el SMS, también pueden señalarse algunos usos específicos de telefonía móvil que muestran una cierta frecuencia de uso reseñable, aunque baja, que no se recogen numéricamente en este informe por exceder el objetivo del mismo; éstos son el buzón de voz -el cuál también muestra cierto grado de uso, bajo, entre los menores-, la utilización del móvil desde el extranjero o *roaming* y las descargas de tonos y melodías. En este último caso en coincidencia con los menores aunque con una frecuencia muy inferior.

5.3. Internet

5.3.1. No usuarios de ordenador y motivos

Previamente al análisis de los usos de Internet y los servicios específicos de la Red desde cualquier lugar (casa, centro de estudios, etc.) es necesario conocer los porcentajes de población no usuaria de ordenador y los motivos de no uso de este equipo.

La trascendencia para el desarrollo de la sociedad de la información del uso de ordenador, e incluso de la posesión del mismo en el hogar, puede considerarse fuera de toda discusión, al menos mientras no se incremente sustancialmente la convergencia o integración -o el propio desarrollo tecnológico- de los actuales dispositivos o equipos de acceso a Internet.

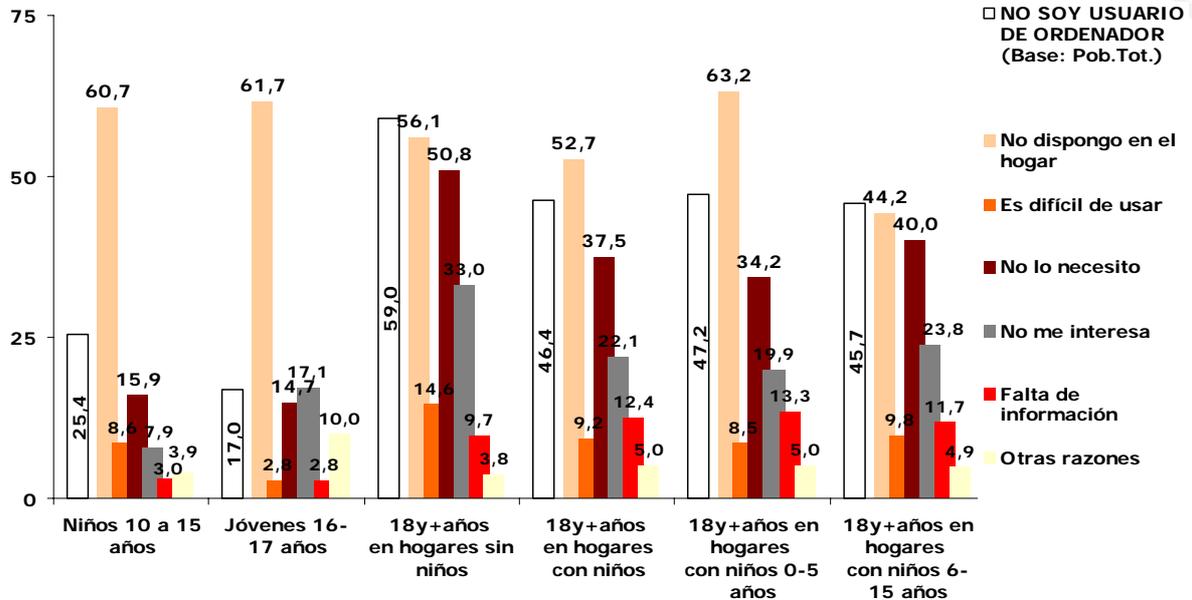
Si bien la penetración de uso de ordenador entre los niños de 10 a 15 años y los jóvenes de 16 y 17 es en ambos casos mayoritaria, aún son altos los porcentajes de no usuarios, 25,4% entre los niños, y 17% entre los jóvenes de 16 y 17 años (Gráfico 13). Entre los adultos este porcentaje alcanza niveles manifiestamente preocupantes, siendo el porcentaje de usuarios de ordenador en el caso de los adultos en hogares sin niños, incluso, minoritario: 41%, es decir, el 59% de este segmento de adultos no es aún usuario de ordenador.

Gráfico 13. No Usuarios de Ordenador y Motivos

Base 1: No Usuarios de Ordenador, sobre Población Total;

Base 2: Razones de No Uso, sobre No Usuarios de ordenador. Respuesta múltiple.

5ª Oleada. Julio-Septiembre 2004



En cuanto a las razones de no uso de ordenador, entre los menores de 18 años no usuarios de PC, la inmensa mayoría (61-62%) no disponen en el hogar:

- del 25,4% de niños de 10 a 15 años no usuarios de ordenador, el 60,7% no dispone de este equipo en casa
- del 17% de jóvenes de 16 y 17 años no usuarios de ordenador, el porcentaje de los que no disponen del mismo en la vivienda asciende al 61,7%.

Entre los adultos no usuarios de ordenador, si bien la razón aducida con mayor frecuencia es también la no disponibilidad del mismo en el hogar -especialmente entre los adultos en hogares con niños pequeños de 0-5 años (63,2% no disponen en el hogar) y entre los adultos en hogares sin niños (59%)-, adquieren altos niveles otros motivos que inciden en la falta de implicación o en el rechazo a este equipo tecnológico, como "no lo necesito" o "no me interesa":

- entre el 59% de adultos no usuarios de ordenador en hogares sin niños, la mitad (50,8%) afirma no necesitarlo, y el 33% que no le interesa
- del 45,7% de adultos que no son usuarios de ordenador en hogares con niños de 6 a 15 años, un 40% afirma no necesitarlo, y el 23,8% manifiesta desinterés
- del 47,2% de adultos no usuarios de ordenador en hogares con niños de 0 a 5 años, más de un tercio, el 34,2%, afirma no necesitarlo, y casi uno de cada cinco, el 19,9%, que no le interesa.

En cualquiera de los segmentos de adultos no usuarios de ordenador, el porcentaje de los que aducen como motivo de no uso la falta de información al respecto oscila entre el 13,3% y el 9,7% en hogares con niños de 0-5 años y en hogares sin niños respectivamente.

Ante tales niveles de reticencia al uso de ordenador con razones como “no lo necesito” y “no me interesa”, así como de respuestas con la “falta de información” como motivo, se evidencia la necesidad de políticas públicas de inclusión digital centradas en la comunicación, la sensibilización y motivación. Retomaremos este aspecto más adelante en el apartado 5.3.4, en relación a los motivos de no uso de Internet.

5.3.2. Uso de Internet y frecuencia

Comparando el uso y no-uso de Telefonía Móvil y de Internet, independientemente de la frecuencia, se observan magnitudes similares entre ambos servicios en el caso de los menores de 18 años (niños y jóvenes), mientras en los segmentos de adultos los usos de Internet son muy inferiores a los del teléfono móvil. Una causa entre otras de esta diferencia se encuentra en el hecho de que el uso del móvil en los adultos, en mayor medida que en los menores, no deja de ser una extensión de la utilidad más frecuente del servicio de telefonía fija, es decir del servicio de voz. Por el contrario, para niños y jóvenes el uso de Internet muestra niveles más cercanos al del móvil, del cual, por otra parte, también aprovechan otras prestaciones de carácter más avanzado que la voz, aunque sea por el momento de forma más bien minoritaria.

El alto porcentaje de niños de 10 a 15 años que aún no han utilizado nunca Internet asciende al 33,7%, si bien esta ratio se reduce al 16,1% en el caso de los jóvenes de 16 y 17 años (Gráfico 14).

Entre los adultos este porcentaje se dispara, mostrando que el uso de Internet en individuos de 18 y más años es todavía minoritario en España; Los porcentajes de adultos que nunca han utilizado Internet oscilan entre el 61,7% de los adultos en hogares sin niños y el 51,1% de los adultos en hogares con niños de 0 a 5 años, pasando por el 54,8% de los adultos con niños de 6 a 15 años.

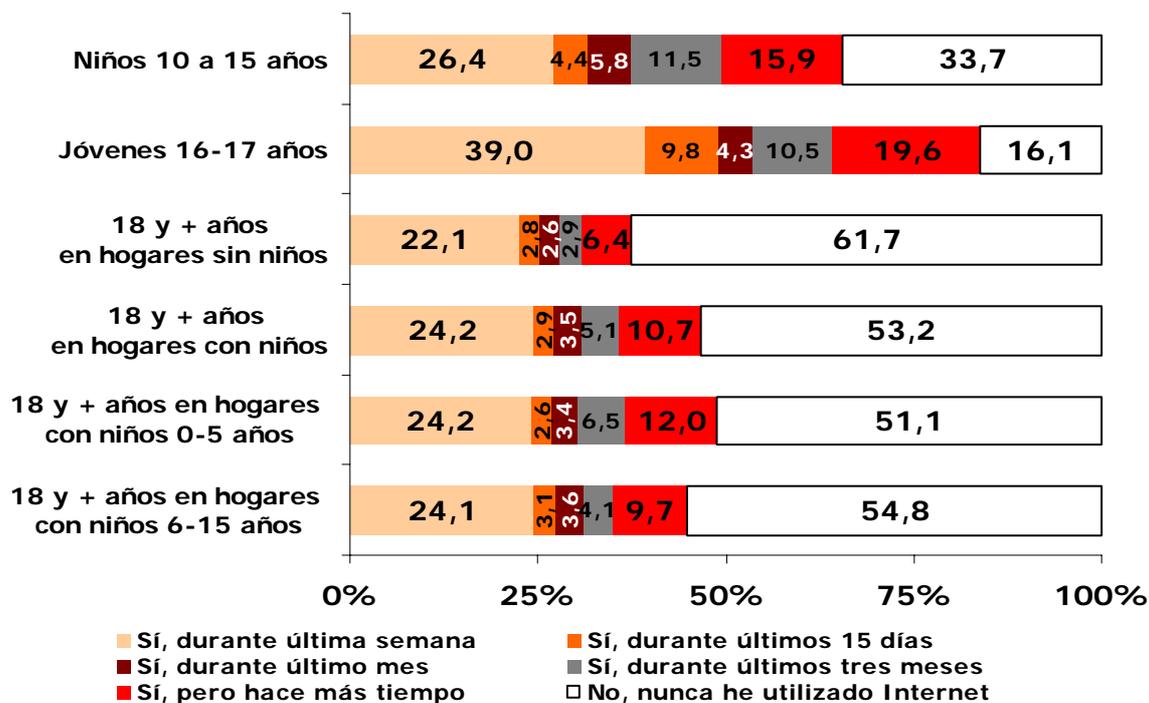
En el sub-apartado 5.3.4 *No usuarios de Internet y motivos*, retomaremos estos altos porcentajes de no-usuarios de Internet analizando las razones.

Gráfico 14. Uso de Internet y Frecuencia

¿Ha utilizado Internet (en cualquier lugar: casa, trabajo...) en alguna ocasión?

Bases: Población Total de los respectivos segmentos de individuos

5ª Oleada. Julio-Septiembre 2004



El uso en la última semana, la anterior al momento de la toma de información o cumplimentación del cuestionario, es del 26,4% en los niños (10-15 años) y del 39% en los jóvenes de 16 y 17 años.

Entre los adultos en hogares con niños el porcentaje de uso en la última semana es superior al 24%, mientras entre los adultos en hogares sin niños se reduce aún más, hasta el 22,1%.

5.3.3. Frecuencia de uso de servicios de Internet⁶

Para el presente análisis se han seleccionado los doce servicios de Internet con mayores frecuencias de uso así como especialmente relevantes en los hábitos de los niños y jóvenes. Asimismo se han agrupado estos servicios en la representación gráfica (Gráfico 15) según el tipo de utilidad o área de actividad de los mismos: comunicación, búsqueda de información y descargas.

⁶ Se ha optado en el presente informe por presentar junto a las frecuencias de niños, jóvenes y adultos en hogares sin niños, únicamente las de los adultos en hogares con niños de 6 a 15 años, prescindiendo de los adultos con niños más pequeños, debido a que en éste último segmento las frecuencias, relativamente bajas de por sí, son aún sensiblemente inferiores en general.

En los cuatro servicios de comunicación: correo electrónico, mensajería instantánea, chat y foros (primer gráfico de la figura Gráfico 15) se observan claras diferencias entre menores de 18 años y adultos:

- Mientras los adultos utilizan con mayor frecuencia el correo electrónico que cualquiera de los otros tres servicios de comunicación, entre los menores, sean niños o jóvenes de 16-17 años, el uso en última semana del correo electrónico y la mensajería instantánea muestra frecuencias equiparables, incluso superando ligeramente la mensajería instantánea al e-mail.
- Tanto el chat como los foros presentan un uso minoritario y de baja frecuencia entre los adultos, en hogares con o sin niños, y en el caso de los foros este uso y su frecuencia es también minoritario entre niños y jóvenes; sin embargo el chat sí ha sido utilizado en alguna ocasión por la mayoría de los jóvenes de 16 y 17 años y, aunque con menor frecuencia, también en el caso de los niños.

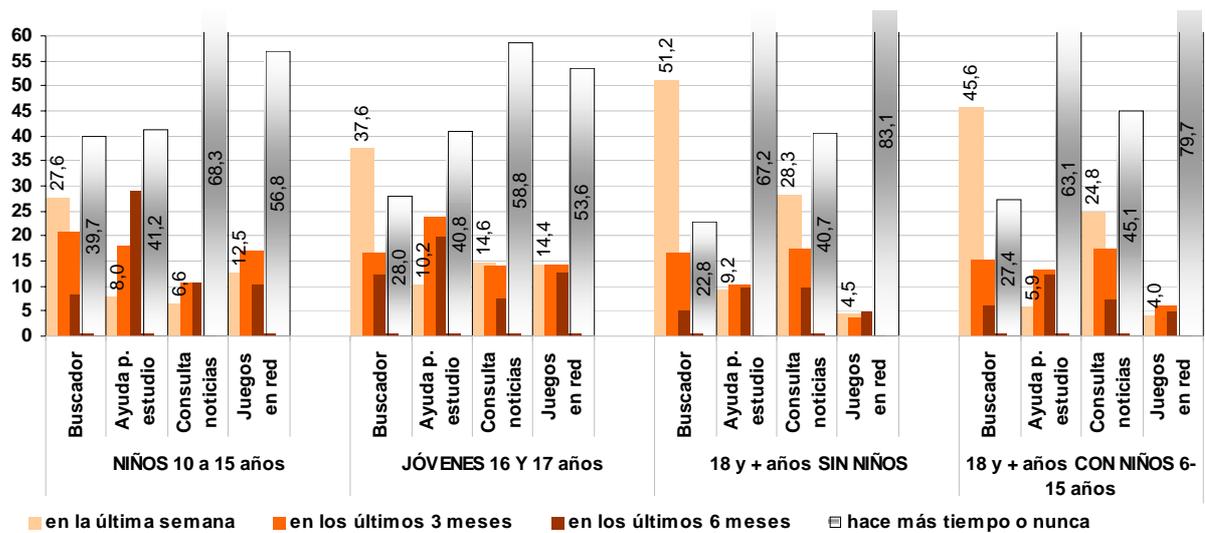
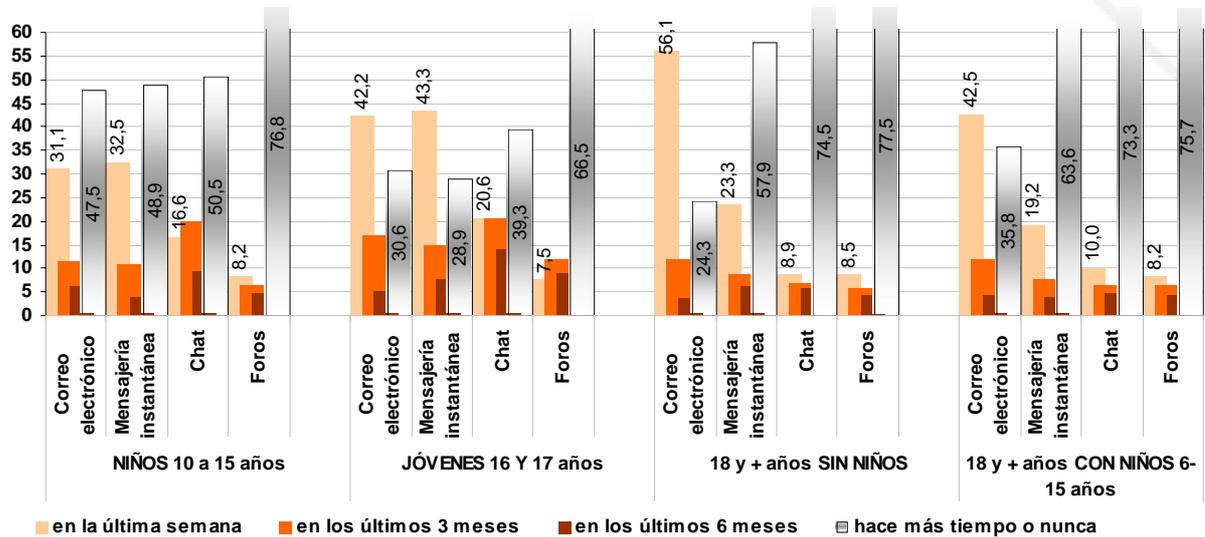
En cuanto a los tres servicios o actividades relacionadas con la búsqueda de información: buscador, ayuda para el estudio y consulta de noticias (segundo gráfico de la figura Gráfico 15) se observa lo siguiente:

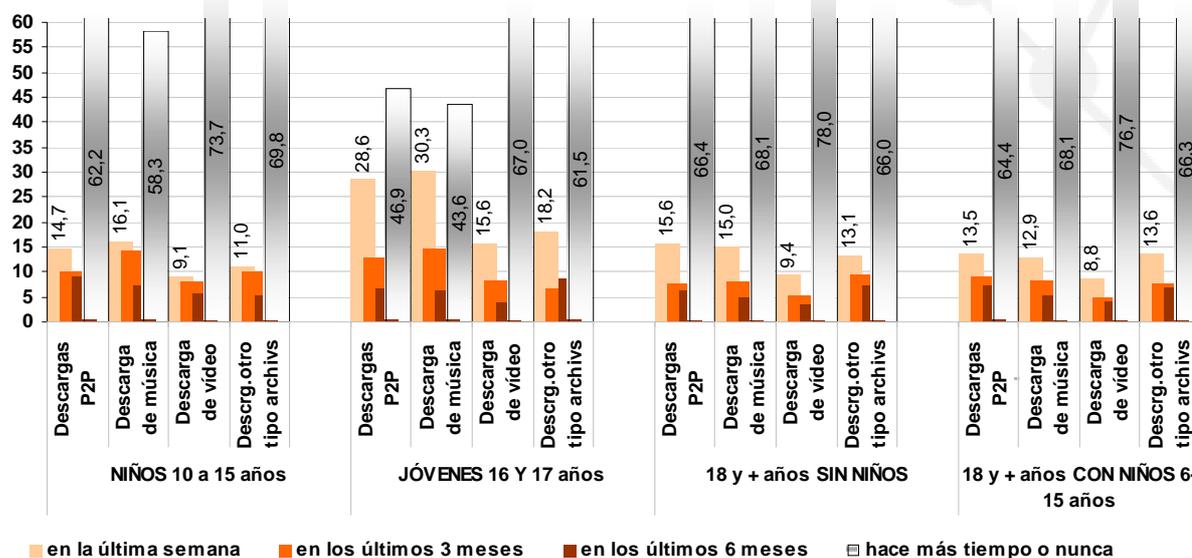
- Los buscadores han sido usados por la mayoría tanto de menores de 18 años como de adultos. De hecho es el servicio más utilizado, para todas las edades, incluidos los de comunicación correo electrónico y mensajería instantánea. En el caso de los adultos, en hogares con y sin niños, la frecuencia de uso es además mayoritaria en la última semana.
- Sobre el uso de Internet como herramienta de búsqueda de información en actividades de ayuda para el estudio, es preciso tener en cuenta que debido a que el período de estudio es la 5ª oleada, verano de 2004, la estacionalidad repercute en la frecuencia de uso de Internet con este fin, desplazando la mayor frecuencia hacia los últimos tres meses o seis meses, en lugar de en la última semana. No obstante el uso como ayuda para el estudio se ha realizado como mínimo en los últimos seis meses entre la mayoría de niños (58,8%) y jóvenes (59,2%) usuarios de Internet.
- La consulta de noticias en Internet presenta, como es esperable, un uso minoritario entre los menores y mayoritario entre los adultos. Predomina entre estos últimos el uso en la última semana, mientras que entre los jóvenes se muestra equiparada en este periodo estival el uso en última semana y en últimos tres meses, y entre los niños el uso en última semana es inferior al de periodos más largos.

Gráfico 15. Frecuencia de Uso de Servicios de Internet

Base: Usuarios de Internet (en alguna ocasión)

5ª Oleada. Julio-Septiembre 2004





El uso de juegos en red (que se muestra igualmente en el segundo gráfico de la figura Gráfico 15) aunque es minoritario entre niños y jóvenes internautas, presenta no obstante porcentajes de uso en la última semana del 12,5% y 14,4% respectivamente. La estacionalidad, por tratarse de periodo de verano, puede tener también un efecto importante sobre la distribución de frecuencias de este uso.

Por último, en cuanto a los distintos tipos de descargas de archivos en Internet (tercer gráfico de la figura Gráfico 15), sean éstas entre particulares (P2P)⁷ o desde servidores o sitios web con algún carácter comercial -a su vez pueden ser gratuitas o de pago-, se observa:

- Las descargas de archivos son una actividad en Internet característica de los jóvenes: los cuatro tipos de descargas consideradas presentan mayores porcentajes de uso entre los jóvenes que entre cualquiera de los otros segmentos de edad.
- No existen grandes diferencias entre niños y adultos con o sin niños en cuanto a la magnitud del uso de descargas, ni en cuanto a la distribución de frecuencias del mismo.
- Más de la mitad de los jóvenes de 16-17 años ha realizado en alguna ocasión descargas P2P y descarga de música. Incluso en el periodo de estudio el 28,6% y el 30,3% de estos jóvenes realizaron en la última semana descargas P2P y de música respectivamente.

⁷ Descarga o intercambio de archivos entre particulares o P2P (Peer to peer).

5.3.4. No usuarios de Internet y motivos

Como veíamos anteriormente, en el sub-apartado 5.3.2 Uso de Internet y frecuencia, los porcentajes de individuos que no han utilizado nunca Internet son altos en el caso de niños (33,7%) y jóvenes (16,1%) y muy altos entre los adultos, tanto en hogares sin niños (61,7%) como con niños (53,2%).

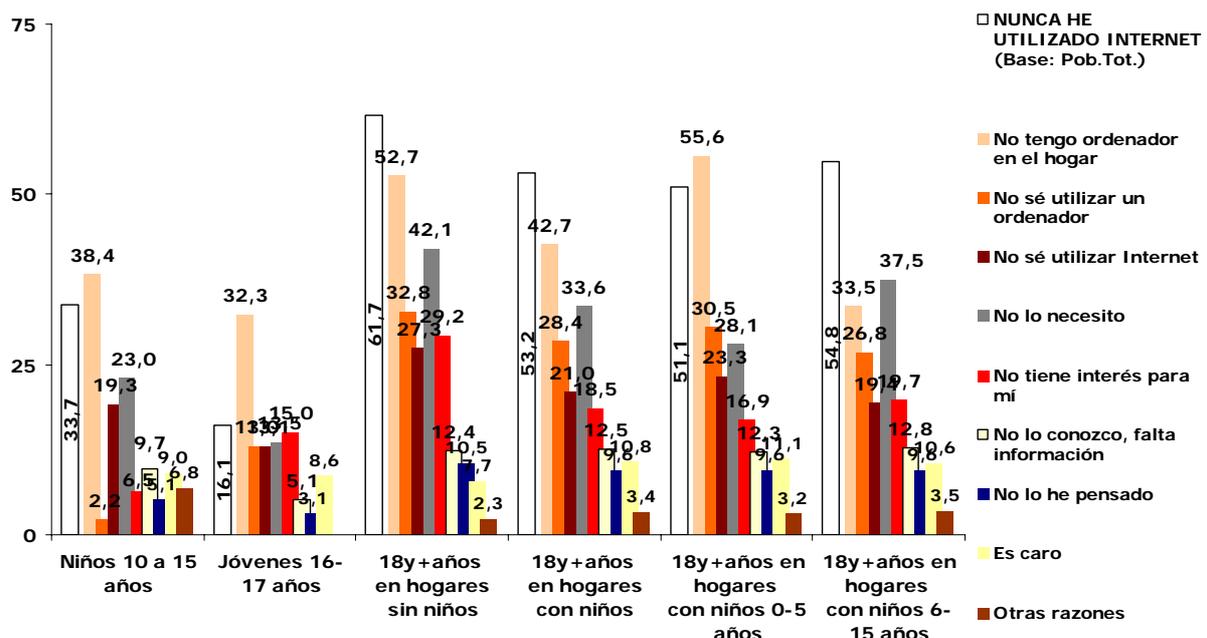
La razón principal de no uso de Internet (Gráfico 16) es en todos los segmentos la no disponibilidad de ordenador en el hogar, en mayor medida entre los adultos en hogares con niños pequeños (55,6% lo atribuyen a la carencia de ordenador) y adultos de hogares sin niños (52,7%), pero también entre los niños de 10-15 años (38,4%), los jóvenes 16-17 años (32,3%) y finalmente los adultos de hogares con niños mayores, de 6-15 años (33,5%).

Gráfico 16. No Usuarios de Internet y Motivos

Base 1: No Usuarios de Internet (nunca lo han utilizado), sobre Población Total;

Base 2: Razones de No Uso, sobre No Usuarios de Internet. Respuesta múltiple.

5ª Oleada. Julio-Septiembre 2004



La segunda razón en magnitud de porcentaje entre adultos y niños es "no lo necesito", que unida a "no tiene interés para mí" (segunda razón entre los jóvenes), ponen de relieve la alta incidencia de actitudes reticentes o de rechazo a la incorporación de Internet a los hábitos individuales, en consonancia con estas mismas razones entre los no usuarios de ordenador, como veíamos en el apartado 5.3.1 No usuarios de ordenador y motivos. Como señalábamos a este respecto en dicho apartado estas respuestas de rechazo ponen de manifiesto la necesidad de políticas de inclusión digital centradas en la comunicación, sensibilización y motivación.

Las razones relacionadas con incapacidad por desconocimiento del funcionamiento, sea del ordenador o del entorno Internet, adquieren mucho mayor peso entre los adultos que entre los menores. No obstante los esfuerzos de capacitación y sensibilización en nuevas tecnologías, en políticas públicas de inclusión digital o acciones de iniciativa privada, no sólo han de dirigirse a adultos si no también a los menores, dados los porcentajes tanto de niños como de jóvenes que atribuyen el no-uso a no saber utilizar un ordenador, no saber utilizar Internet y a no conocerlo-falta de información y no haberlo pensado.

6. ACTITUDES HACIA LAS TIC DE NIÑOS Y ADULTOS

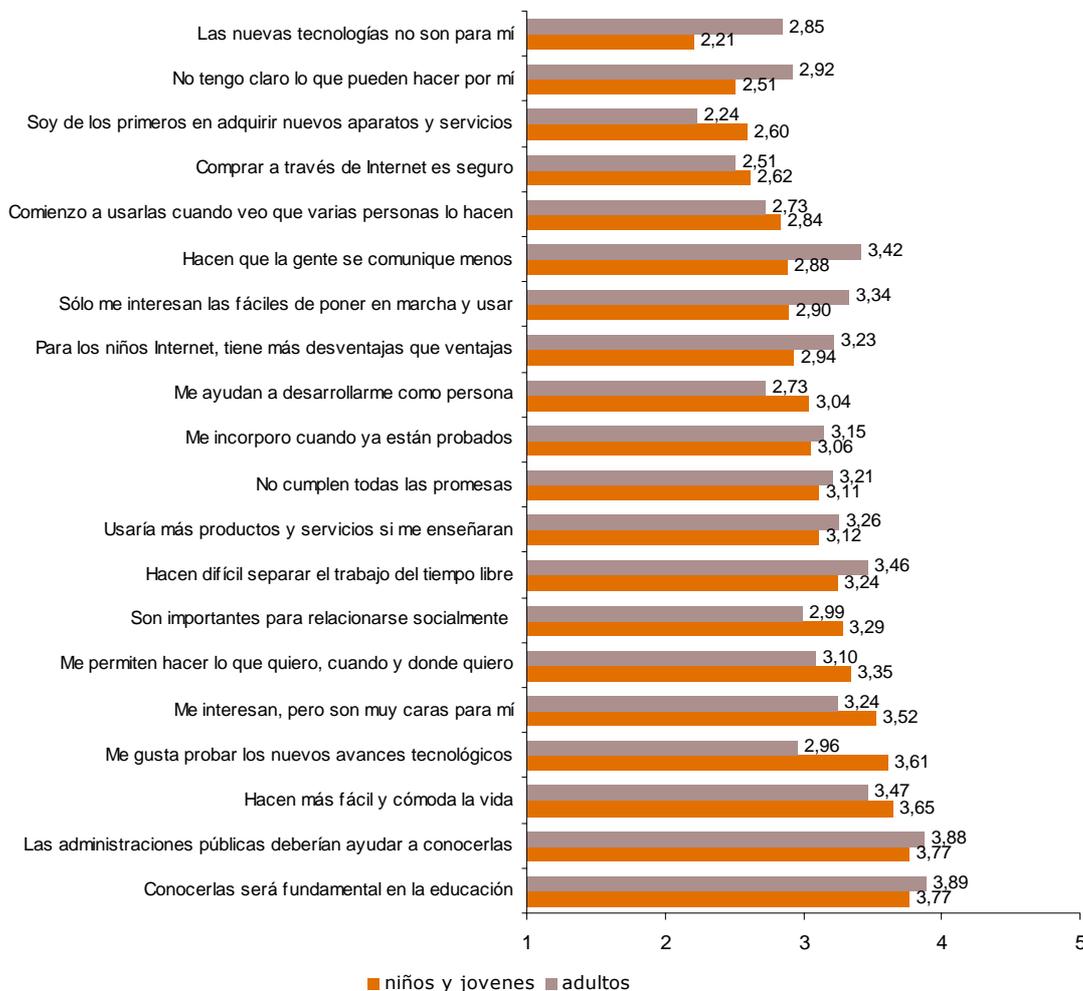
6.1. Actitudes de los niños vs. actitudes de los adultos

A continuación, para analizar las actitudes hacia las nuevas tecnologías en relación a la edad, se ha segmentado en el caso de los niños y jóvenes a aquellos de 10 a 17 años, frente a los adultos, considerados éstos de 18 años y más años.

En el Gráfico 17 se muestran los ítems o variables de actitud en los que las diferencias entre las puntuaciones de los menores y los adultos son estadísticamente significativas.

Gráfico 17. Actitudes con diferencias significativas entre niños y adultos

Escala: 1- muy en desacuerdo 5 muy de acuerdo.



Constatamos en primer lugar que, en general, los niños y jóvenes hasta 17 años muestran una actitud hacia las nuevas tecnologías más favorable que los adultos.

Las mayores divergencias entre las opiniones de unos y otros en cuanto a las nuevas tecnologías indican que los niños y jóvenes:

- se ven más animados a probar los nuevos avances tecnológicos
- se sienten más identificados con las tecnologías que los adultos
- no consideran las tecnologías como una barrera para las comunicaciones interpersonales
- a los menores de 18 años no les frena la posible complejidad de uso de las nuevas tecnologías
- sienten las nuevas tecnologías como una herramienta que les ayuda en su desarrollo personal
- ven más claro que los adultos lo que las tecnologías pueden ofrecerles, ven más su utilidad
- tienen interés por las nuevas tecnologías, pero las consideran caras

En cuanto a las variables de actitud con menor diferencia entre niños y adultos -sin dejar de ser estas diferencias estadísticamente significativas-, destaca que tanto niños y jóvenes como adultos consideran muy importante las nuevas tecnologías en el mundo educativo y en el laboral, en mayor medida los adultos. Unos y otros consideran que no siempre el precio de las nuevas tecnologías está justificado -especialmente los adultos- y les parece que exceden su poder adquisitivo en muchos casos, especialmente a los menores de 18 años. Por otro lado, ni los niños ni los adultos se consideran de los primeros dentro de su entorno en adquirir nuevas tecnologías.

6.2. Actitudes de los adultos en hogares con/ sin niños

En el siguiente análisis se observa como la presencia de niños en el hogar tiene una relación positiva en la actitud de los adultos hacia las nuevas tecnologías. Esto está relacionado con el hecho de que la presencia de equipamientos TIC en aquellos hogares con niños sea mayor, confirmando lo visto en el apartado de equipamiento.

Tabla 4. Media de las actitudes de los adultos en hogares con niños y sin niños

Escala: 1- muy desacuerdo 5- muy de acuerdo

	Adultos en hogares con niños	Adultos en hogares sin niños	Diferencias estadísticamente significativas
Comprar a través de Internet es seguro	2,60	2,46	0,14
Me gusta probar los nuevos avances tecnológicos	3,04	2,91	0,13
Me interesan las nuevas tecnologías, pero son muy caras para mí	3,31	3,21	0,10
En mi entorno soy de los primeros en adquirir nuevos aparatos y servicios	2,29	2,21	0,08
Hasta que no bajen su precio, ni me planteo adquirir nuevas tecnologías	3,18	3,12	0,06
Las nuevas tecnologías me permiten hacer lo que quiero, cuando y donde quiero	3,13	3,08	0,05
Las nuevas tecnologías no cumplen todas las promesas	3,18	3,22	-0,04

Me ayudan a resolver algunos problemas	3,45	3,50	-0,06
Las nuevas tecnologías hacen que la gente se comunique menos	3,38	3,45	-0,07
Quienes no se adaptan a las nuevas tecnologías lo van a tener difícil	3,45	3,53	-0,08
Conocer las nuevas tecnologías es importante en el mundo laboral	3,71	3,79	-0,08
Sólo me interesan tecnologías fáciles de poner en marcha y usar	3,28	3,37	-0,09
No tengo claro lo que las nuevas tecnologías pueden hacer por mí	2,80	2,99	-0,18
Las nuevas tecnologías no son para mí	2,70	2,94	-0,24

En la Tabla 4 se muestran las actitudes que presentan diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la opinión de los adultos en hogares con niños y en hogares sin niños.

A los adultos con niños en el hogar, frente a aquellos sin niños, les gusta más probar los nuevos avances tecnológicos y consideran que las nuevas tecnologías facilitan la posibilidad de hacer lo que se quiere, dónde y cuando se quiere. Están más dispuestos a probar las nuevas tecnologías antes que los adultos sin menores de 18 años. Pese a estas actitudes positivas, aún las creen caras en relación a su nivel adquisitivo.

Por otro lado los adultos sin niños en el hogar están de acuerdo, ligeramente más que los con niños, en que las nuevas tecnologías son importantes en el mundo laboral y en el futuro en general. Ven su utilidad en la resolución de determinados problemas pero les frenan las dificultades de manejo de los nuevos aparatos más que a los adultos con niños. En general, se sienten menos identificados con las nuevas tecnologías que aquellos adultos que conviven con niños en el hogar y se muestran más escépticos ante la idea de que las nuevas tecnologías cumplen sus promesas.

7. FICHA TÉCNICA

El presente estudio está referido al periodo comprendido entre julio y septiembre de 2004. Se consideró una muestra representativa de 3.178 hogares y 7.423 individuos, localizados en península, Baleares y Canarias. Los universos a los que hacen referencia estas muestras lo forman 14.226.100 hogares y 38.724.000 individuos de 10 y más años. Los tamaños muestrales considerados suponen unos errores muestrales de $\pm 1,96\%$ para hogares y $\pm 1,27\%$ para individuos, asumiendo criterios de muestreo aleatorio simple, máxima indeterminación ($p=q=0,5$) y nivel de confianza de 95,5%.

8. ANEXO

8.1. Tipología de hogares con/ sin niños

Tabla 5. Porcentaje de hogares según tipología y tamaño de hábitat

Porcentajes sobre total de hogares de cada tipología

	Menos de 10 mil hab	De 10 a 20 mil hab	De 20 a 50 mil hab	De 50 a 100 mil hab	Más de 100 mil hab y capitales
Hogar con niños de 0 a 5 años	25,0	15,1	16,4	12,8	30,7
Hogar con niños de 6 a 15 años	25,1	12,8	14,2	7,4	40,4
Hogar sin niños ecf < 50 años	20,6	11,8	16,9	8,0	42,7
Hogar sin niños ecf ≥ 50 años	21,2	8,1	10,3	6,4	54,0

Gráfico 18. Hogares con/ sin niños por tamaño de hábitat y clase social

Porcentajes sobre cada universo de hogares: con y sin niños.

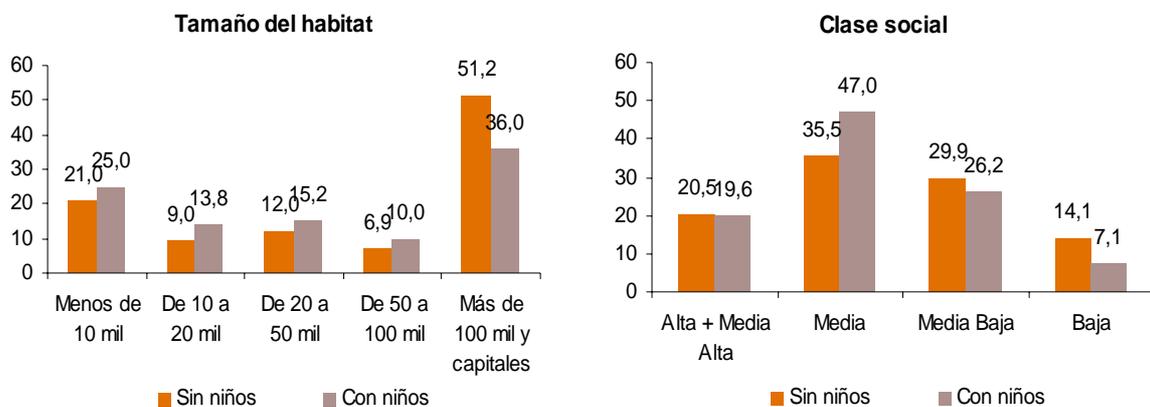


Tabla 6. Porcentaje de hogares según tipología y clase social

Porcentajes sobre total de hogares de cada tipología

	Alta + Media Alta	Media	Media Baja	Baja
Hogar con niños de 0 a 5 años	23,5	49,0	22,2	5,4
Hogar con niños de 6 a 15 años	16,6	45,4	29,6	8,5

Hogar sin niños ecf < 50 años	27,8	48,4	17,5	6,3
Hogar sin niños ecf ≥ 50 años	18,0	31,2	34,1	16,8

Tabla 7. Porcentaje de hogares según tipología y tamaño del hogar

Porcentajes sobre total de hogares de cada tipología

	1 miembro	2 miembros	3 miembros	4 miembros	5 ó más miembros
Hogar con niños de 0 a 5 años	---	0,4	38,1	46,3	15,3
Hogar con niños de 6 a 15 años	---	2,6	30,1	49,1	18,1
Hogar sin niños ecf < 50 años	20,6	48,7	13,6	12,6	4,5
Hogar sin niños ecf ≥ 50 años	25,2	37,8	19,4	12,2	5,4

8.2. Construcción del índice de penetración y sofisticación de usos TIC

El índice de penetración y sofisticación de usos TIC es un indicador compuesto que pondera la sofisticación de uso de cada servicio (telefonía fija, telefonía móvil, Internet y TV de pago) por el complementario de su penetración. Para valorar el uso que se realiza de los distintos servicios se puntúa cada hogar y cada servicio de 0 a 2, donde 0 indica que ese hogar no tiene ese servicio o no hace uso de él; 1 indica que hace un uso básico y 2 si el uso que hace de ese servicio es más sofisticado.

Se ha considerado como uso sofisticado de cada uno de los servicios TIC si se han utilizado alguno de los siguientes usos, en cada servicio:

- Telefonía fija: SMS (mensajes de texto), tarjeta personal, llamadas a red inteligente, llamadas a operadora, llamadas de atención ciudadana, mensajes de voz, servicio de mensajería, bonos o combinados.
- Telefonía móvil: SMS, MMS (mensajes multimedia) o datos.
- Internet: su uso es sofisticado si la tecnología de acceso utilizada ha sido de banda ancha (ADSL o cable).
- TV de pago: PPV (pay per view).

Una vez calculado el valor de este índice para cada hogar, se realiza un cambio de escala para que todos los hogares tengan valores entre 0 y 100. Para ello se divide la puntuación obtenida por 369,4 (nivel de equipamiento y uso máximo de los cuatro servicios) para obtener la proporción.

De esta forma, un hogar que posea los 4 servicios, y realice al menos alguno de los usos sofisticados para cada uno de ellos obtendría la puntuación máxima de sofisticación, con un valor de 100 tras el cambio de escala. En cambio, otro hogar que no posea ninguno de los servicios o no los haya utilizado nada tendría una puntuación de 0 en el índice.

Por ejemplo, se considera un hogar con telefonía fija que ha realizado alguna llamada de atención ciudadana, con acceso a Internet mediante ADSL, con telefonía móvil sin uso de los servicios sofisticados y sin TV de pago.

Tabla 8. Cálculo del índice de penetración y sofisticación de uso TIC

	Penetración	Complementario	Sofisticación de uso	Producto	Cambio de escala
Telefonía fija	87,9	12,1	2	24,2	
Telefonía móvil	79,7	20,3	1	20,3	
Internet	27,3	72,7	2	145,4	
TV de pago	20,4	79,6	0	0	
Total	100,0			189,9	51,4

El hogar considerado tiene un índice de sofisticación TIC de 51,4 sobre 100, realizando un uso bastante sofisticado de los servicios TIC, puesto que el valor medio para todos los hogares es de 18,8 puntos.