
Acceso y uso de nuevas tecnologías de información y comunicación de acuerdo a grupos de edad - El caso de Argentina, Colombia, Guatemala, Paraguay y Perú

Proyecto OlaTICs (After Access) - DIRSI 2017

Índice

1.	Introducción.....	4
2.	Características generales.....	5
3.	Acceso y uso de medios de comunicación tradicionales.....	6
4.	Descripción de actividades sociales.....	9
5.	Acceso y uso de dispositivos móviles.....	13
6.	Acceso y uso de Internet.....	18
7.	Actitudes hacia Internet.....	35
8.	Balance.....	42

Índice de cuadros

Cuadro 1: Usos convencionales e innovadores del dispositivo móvil.....	16
Cuadro 2: Actividades en las que el informante usa Internet a través de su computadora, laptop y/o Tablet.....	20
Cuadro 3: Porcentaje de informantes que utilizan Internet para actividades asociadas a la educación detallando las dos actividades más importantes por grupo etario.....	26
Cuadro 4: Porcentaje de informantes que utilizan Internet para actividades asociadas al trabajo detallando las dos actividades más importantes por grupo etario.....	28
Cuadro 5: Porcentaje de informantes que utilizan Internet para actividades asociadas al gobierno detallando las dos actividades más importantes por grupo etario.....	30

Índice de gráficos

Gráfico 1: Porcentaje del total de informantes distribuidos por grupos etarios en cada país.....	6
Gráfico 2: Frecuencia en el uso de periódicos impresos por grupos etarios - %.....	7
Gráfico 3: Horas promedio de uso de TV y radio por grupo etario	8
Gráfico 4: Porcentaje de uso del teléfono público en los últimos tres meses por grupo etario.....	9
Gráfico 5: Participación voluntaria en alguna organización, asociación o cooperativa de la comunidad o localidad del informante, por grupo etario - %.....	10
Gráfico 6: Promedio de los cinco amigos más cercanos que tienen dispositivo móvil, correo electrónico, redes sociales y mensajería instantánea, por grupo etario - % según número de amigos.....	11
Gráfico 7: Porcentaje de solución elegida ante desconocimiento sobre el uso de las tecnologías por cada grupo etario.....	13
Gráfico 8: Tenencia de dispositivo móvil por grupo etario - %.....	14
Gráfico 9: Tipo de acceso móvil por grupo etario - %.....	15
Gráfico 10: Promedio de número de usos convencionales e innovadores del dispositivo móvil por grupo etario.....	18
Gráfico 11: Uso de la computadora por grupo etario - %.....	19
Gráfico 12: Números de actividades realizadas en Internet a través de la computadora por grupo etario.....	20
Gráfico 13: Uso de Internet por grupo etario - %.....	22
Gráfico 14: Número de años promedio usando Internet por grupo etario.....	23
Gráfico 15: Primer dispositivo desde donde accedió a Internet - %.....	24
Gráfico 16: Actividades en Internet asociadas a educación por grupo etario: educación, trabajo y gobierno - %	
Gráfico 16a: Educación.....	25
Gráfico 16b: Trabajo.....	27
Gráfico 16c: Gobierno.....	29
Gráfico 17: Actividad en la que se pasa más tiempo cuando se usa Internet por grupo etario - %.....	31
Gráfico 18: Uso de redes sociales por grupo etario - %.....	32

Gráfico 19: Años de uso de redes sociales por grupo etario - % según años.....	33
Gráfico 20: Motivos por los cuales no se accede a Internet en cada grupo etario - %.....	35
Gráfico 21: Opiniones del informante respecto a las tecnologías por grupo etario - %	
Gráfico 21a: Actitud frente a la idea 1 <i>“Las tecnologías son importantes hoy en día para estar integrado”</i>	37
Gráfico 21b: Actitud frente a la idea 2 <i>“Internet es una pérdida de tiempo”</i>	38
Gráfico 21c: Actitud frente a la idea 3 <i>“Hay que tener cuidado con poder la información personal en Internet”</i>	39
Gráfico 21d: Actitud frente a la idea 4 <i>“Usando Internet puedo ser más independiente”</i>	40
Gráfico 21e: Actitud frente a la idea 5 <i>“No pagaría por acceder a un contenido en Internet”</i>	41
Gráfico 21f: Actitud frente a la idea 6 <i>“Nunca pagaría por usar/descargar software o plataformas de Internet”</i>	42

1. Introducción

Durante la última década, la red DIRSI ha venido estudiando la adopción y el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en países de la región latinoamericana, con el objetivo de comprender este proceso y aportar recomendaciones de política que permitan impulsar el desarrollo del sector. Este esfuerzo se realiza considerando que las tecnologías tienen un potencial importante para reducir las desigualdades o brechas más notorias presentes en la sociedad actual. No obstante, el despliegue tecnológico ha sido tan acelerado en los últimos años que las TIC, en lugar de resolver, han pronunciado aún más las desigualdades entre distintos grupos etarios de la población, pues muchos adultos mayores han quedado rezagados respecto a su manejo.

Este es, justamente, el motivo del presente análisis por parte del proyecto OlaTICs, de DIRSI, al proponerse revisar el manejo y apropiación de las TIC en función a determinados grupos etarios en aras de evidenciar las desigualdades entre los mismos. Para ello, se utilizó la encuesta “After Access 2017”, desarrollada tanto por DIRSI como por sus redes hermanas en África y Asia – RIA (Research ICT Africa) y LIRNEAsia, respectivamente. [1]

En América Latina, la encuesta “After Access” cuenta con datos de 7.670 informantes en los países de Argentina, Colombia, Guatemala, Paraguay y Perú, y para este análisis se emplea la totalidad de informantes de los cinco países estudiados.

En línea con ello, se ha categorizado la muestra total en cuatro grupos etarios de la siguiente manera: menores de 18 (Grupo 1), entre 18 y 25 (Grupo 2), entre 26 y 59 (Grupo 3) y de 60 años a más (Grupo 4). Esta categorización se realizó teniendo en cuenta el ciclo de vida, así como la etapa productiva promedio de la población. De esta manera, los menores de 18 años son, por lo general, jóvenes que se encuentran estudiando y que aún no inician su vida laboral; por su parte, aquellos entre los 18 y 25 años son una población mixta, que estudia y/o trabaja, dependiendo de sus oportunidades y condiciones socioeconómicas; el rango siguiente, que abarca desde los 26 hasta los 59 años, está compuesto por adultos, cuya vida productiva es por lo general activa; y finalmente, la población del último grupo, de 60 años a más, son por lo general adultos mayores que han decidido jubilarse y apartarse de la vida laboral. A lo largo del documento, se dará una mirada especial a este último grupo de informantes.

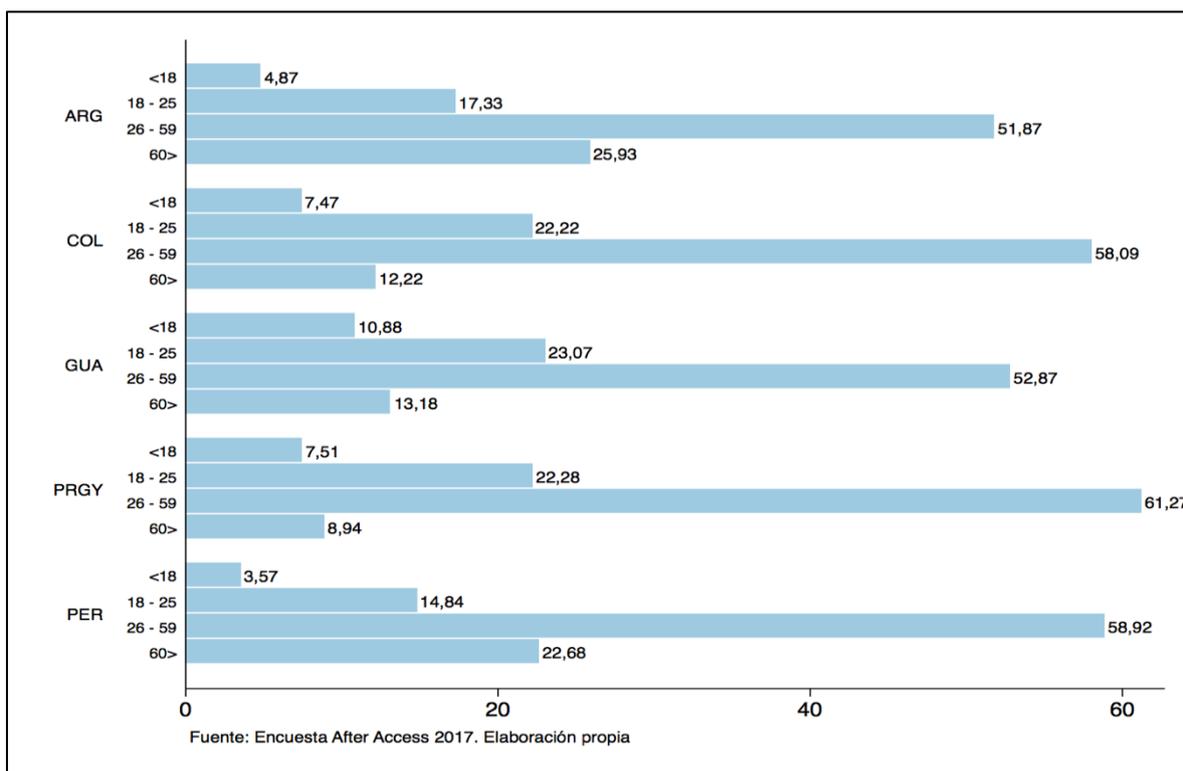
[1] Para los detalles sobre el diseño de la encuesta, ver el siguiente enlace: <https://goo.gl/nk8bvu>

La estructura del presente informe, una vez finalizada la introducción, consta de seis apartados o secciones. En específico, la primera sección gira en torno a las características generales de la muestra, seguida de la descripción del acceso y uso de medios de comunicación tradicional. Posteriormente, se describen las actividades sociales y el acceso y uso de dispositivos móviles. A continuación, se analiza el acceso y uso de Internet, así como algunas actitudes de los informantes respecto al manejo de la tecnología; finalmente, la última sección propone un balance de los hallazgos.

2. Características generales

Como se mencionó líneas arriba, para el presente análisis, se toma la totalidad de informantes de los cinco países estudiados (7.670 observaciones). Sin embargo, es importante conocer cómo es la distribución de la muestra a evaluar en términos etarios en cada país. En línea con ello, el gráfico 1 muestra la distribución de informantes según el grupo etario en Argentina, Colombia, Guatemala, Paraguay y Perú. De esta forma, se evidencia que, en cada uno de estos cinco países, más del 50% se encuentra en el Grupo 3, de 26 a 59 años. Asimismo, se puede observar que el grupo con menor proporción de informantes en todos los países es el Grupo 1 (menores de 18), representando menos del 5% en países como Perú y Argentina. En lo concerniente al Grupo 2 (entre 18 y 25 años) y al Grupo 4 (mayores de 60), tienen una representación intermedia en la distribución. Es propio mencionar que el grupo de interés, Grupo 4, representa en promedio el 11% de los informantes en Colombia, Guatemala y Paraguay; este porcentaje se duplica para los informantes en Argentina y Perú (24%).

Gráfico 1: Porcentaje del total de informantes distribuidos por grupos etarios en cada país



3. Acceso y uso de medios de comunicación tradicionales

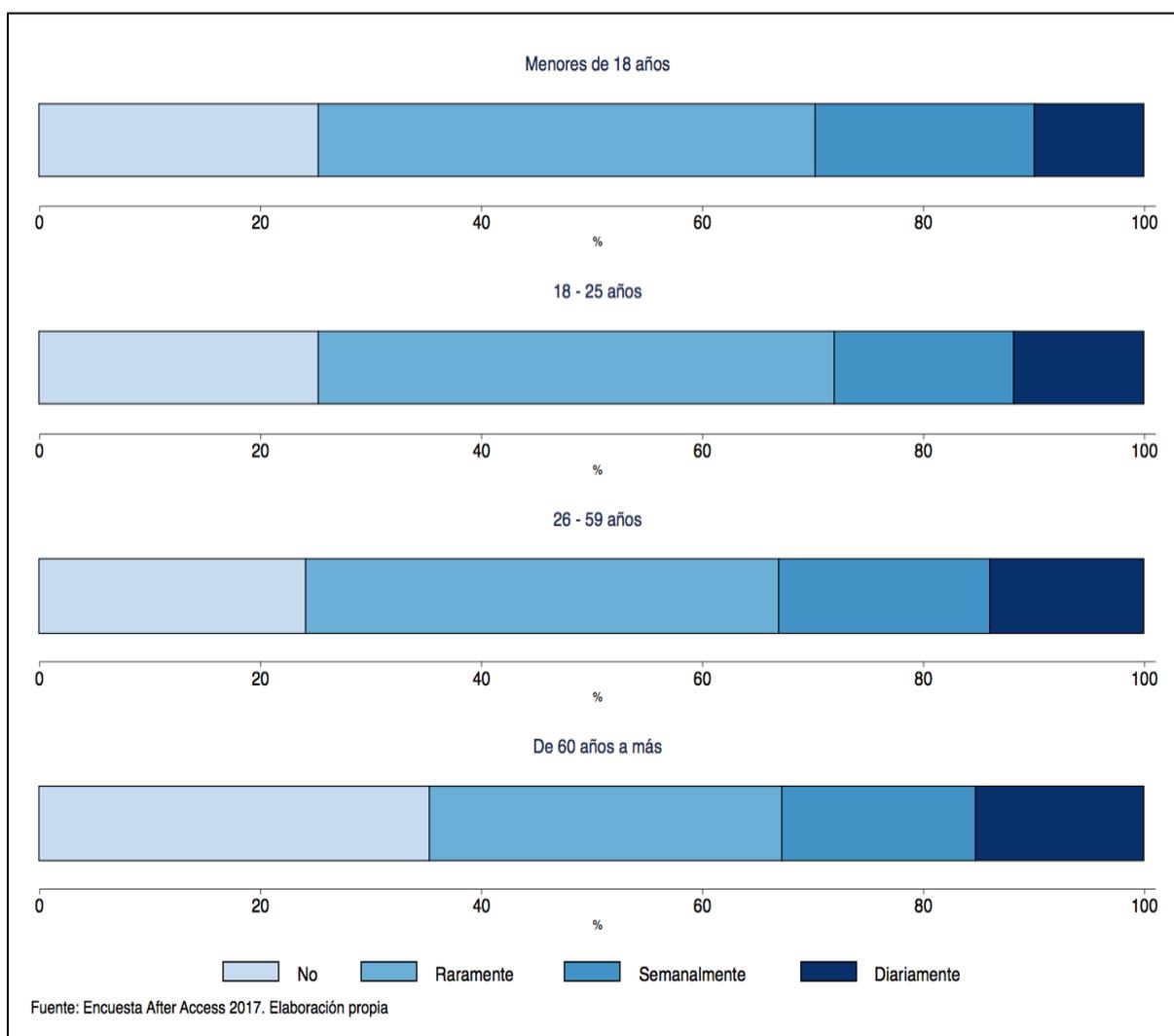
Como paso previo a identificar el acceso y uso de las TIC en cada grupo etario, [2] es interesante ver la relación de cada grupo con los medios de comunicación tradicionales. Ello con la intuición de que los adultos mayores suelen usar más estos medios en comparación con el resto de informantes de los otros grupos.

De esta manera, considerando la totalidad de los informantes que responden a la pregunta “¿con qué frecuencia lee periódicos?”, el gráfico 2 refleja la constancia con la que el informante lee periódicos impresos en cada grupo etario. Si el enfoque gira en torno a quienes leen “semanalmente” estos medios, se podría suponer que el Grupo 4 es aquel que lee periódicos con mayor frecuencia; no obstante, la hipótesis se rechaza al observar a quienes “no” leen

[2] En particular, la distribución de los grupos de edad en el total de la muestra es como sigue: 525 informantes menores de 18 años (6,8%); 1.529 informantes mayores de 18 años y menores de 26 años (19,9%); 4.345 informantes con edad entre 26 y 59 años (56,7%); y 1.217 informantes mayores de 60 años (16.6%).

periódicos, ya que este mismo grupo tiene el mayor porcentaje de informantes que afirma no usar este medio. Por ello, la diferencia en el uso de los periódicos entre los adultos mayores y el resto de los grupos no es la que se esperaría; en realidad, la evidencia muestra que el periódico impreso es utilizado con baja frecuencia por todos los grupos etarios en general, incluyendo el Grupo 4.

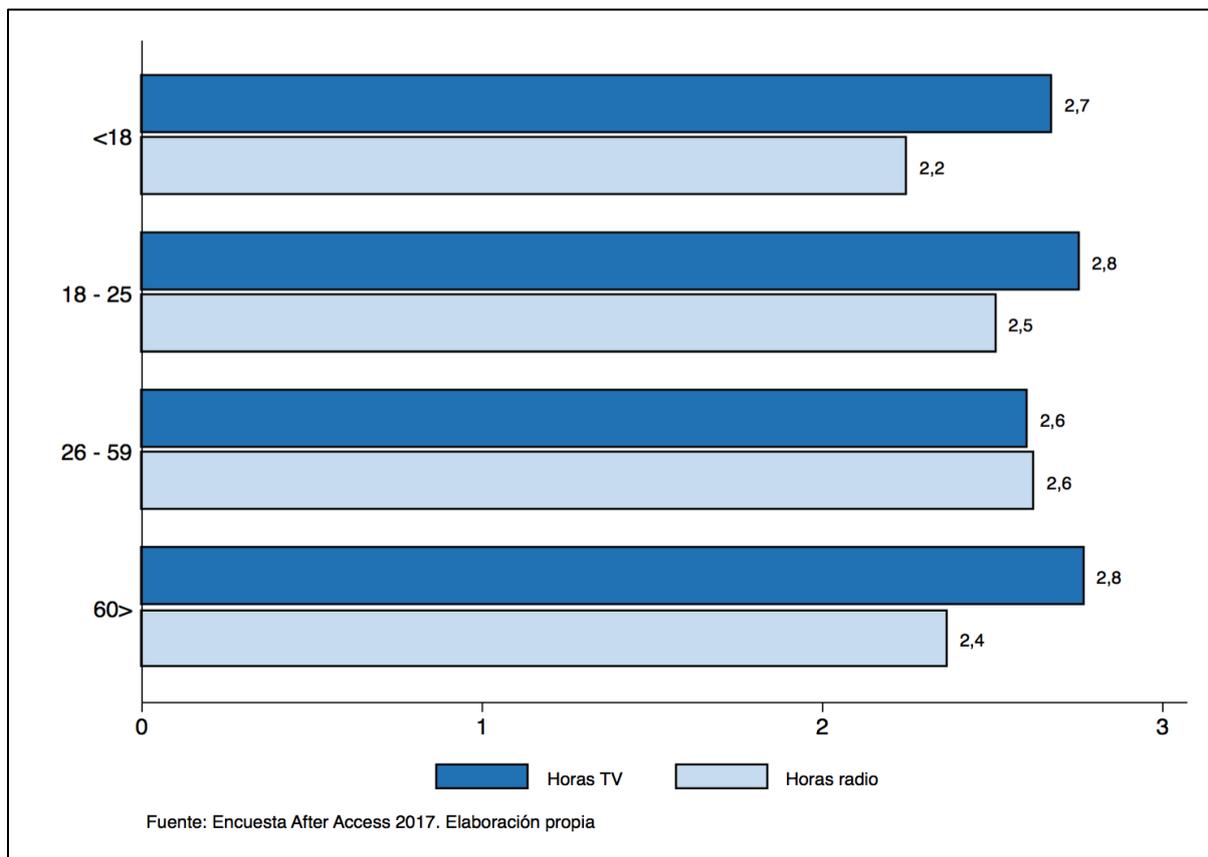
Gráfico 2: Frecuencia en el uso de periódicos impresos por grupos etarios - %



Otros medios de comunicación tradicional analizados son la televisión y la radio, considerando la frecuencia de uso de ambos; es importante recalcar que ello se mide en función a las horas diarias promedio que se dedican a estos medios. Al igual que el caso anterior, el Grupo 4 no refleja un mayor uso de estos medios, como se podría esperar; al contrario, los cuatro grupos

son bastante homogéneos tanto en las horas promedio de uso de televisión como de radio. El gráfico 3 muestra lo descrito.

Gráfico 3: Horas promedio de uso de TV y radio por grupo etario

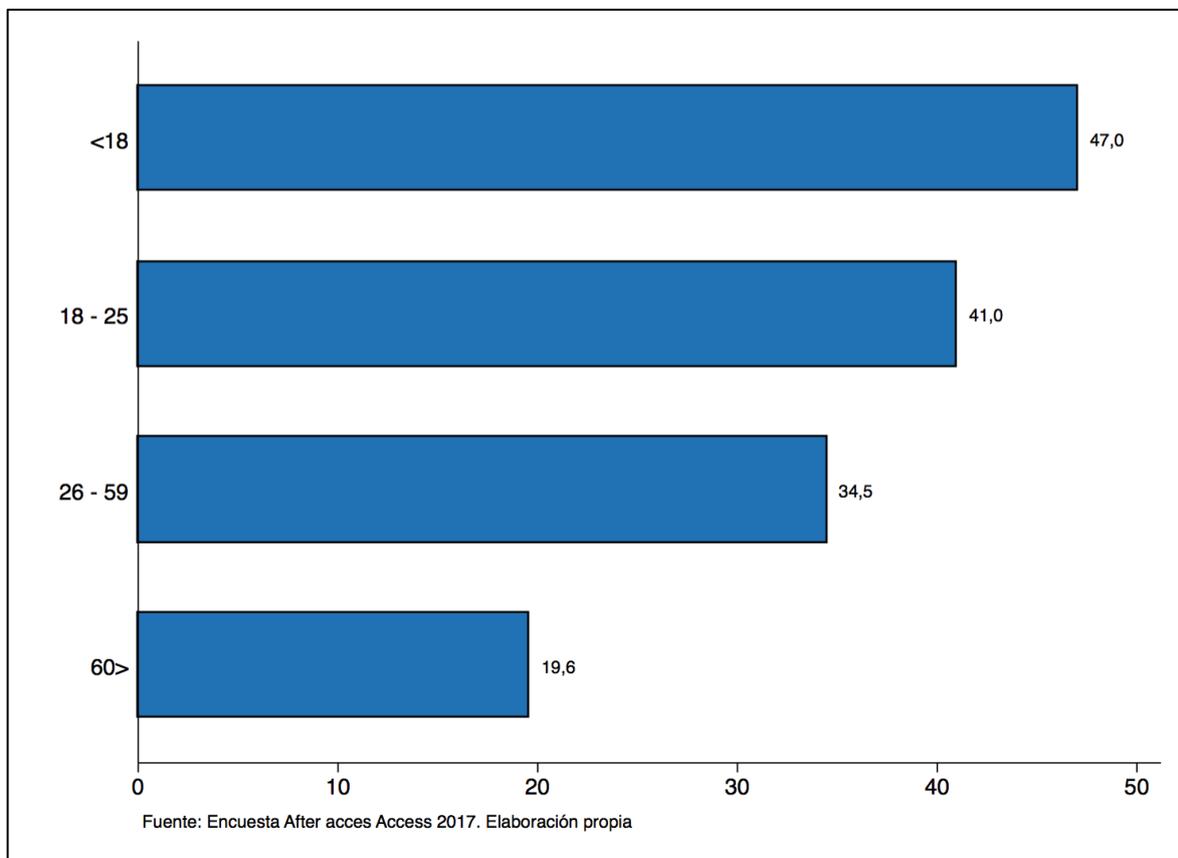


El último medio tradicional considerado es el teléfono público, y se analiza el uso por cada grupo etario en los últimos tres meses. Al igual que en los anteriores casos, el Grupo 4 no es el que más utiliza este medio tradicional, pues se observa una tendencia decreciente del uso a medida que aumenta la edad del informante; así, mientras el 47% del Grupo 1 ha usado este medio en las últimas tres semanas, en el Grupo 4 sólo el 20% lo ha usado. El gráfico 4 muestra esta tendencia.

No obstante, esto no es tan extraño como parece si se considera que la población adulta mayor en muchas ocasiones tiene problemas para movilizarse, en este caso, desde su hogar hasta la locación del teléfono público más cercano. En efecto, es más probable que un adolescente del Grupo 1, una vez que se le acabó el saldo, pueda dirigirse rápidamente al teléfono público para comunicarse. Por otro lado, la necesidad de comunicación para los

informantes del Grupo 1 podría ser mayor al acceso que tienen en la práctica; esto probablemente se deba a que la decisión de tener un dispositivo en el hogar no es decisión de ellos, ya que no son económicamente independientes aún. Es posible pensar que esta necesidad no satisfecha es de cierto modo compensada con el uso de un medio de comunicación tradicional como el teléfono público.

Gráfico 4: Porcentaje de uso del teléfono público en los últimos tres meses por grupo etario

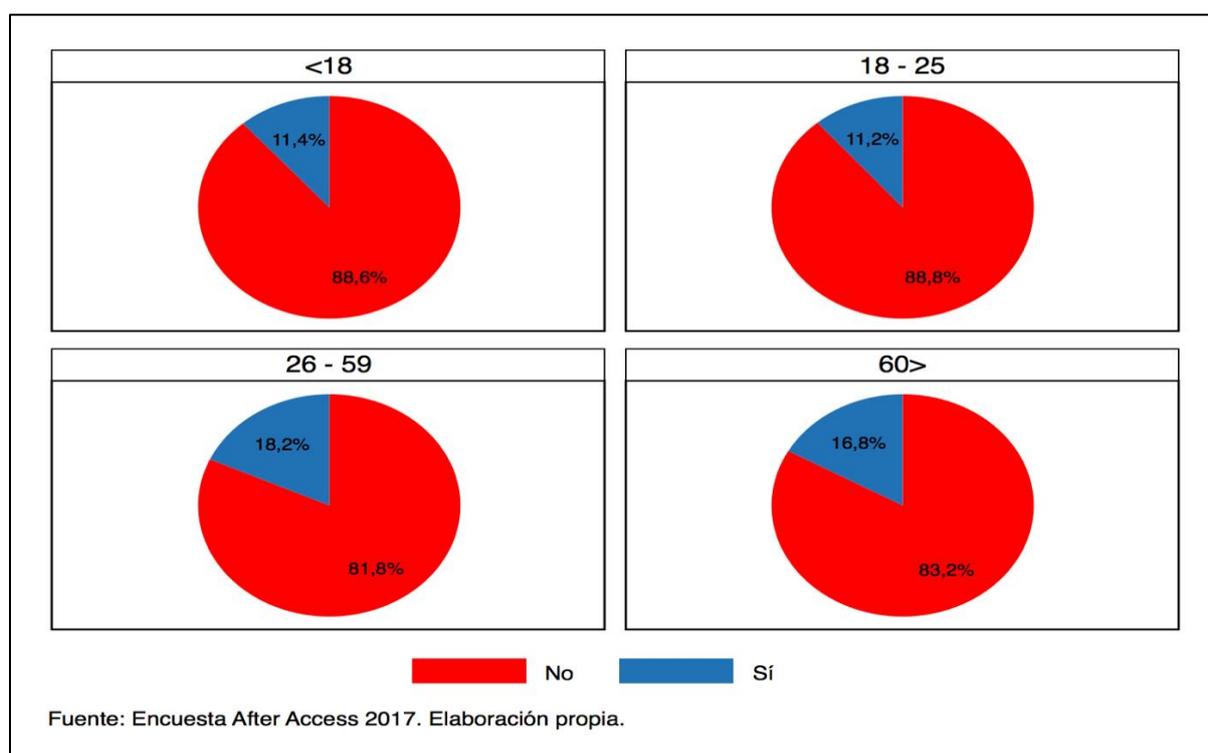


4. Descripción de actividades sociales

Como complemento al apartado anterior, a continuación, se evalúa cómo, de acuerdo a la edad, el informante desarrolla sus actividades sociales. Estas implican el afán de comunicarse con su entorno social. Para ello, no necesariamente se requiere el uso de TIC, pues puede generarse comunicación de manera directa también, como es el caso de la primera actividad analizada. En efecto, el gráfico 5 permite distinguir en qué porcentaje, los cuatro grupos etarios, participan voluntariamente en alguna organización, asociación o cooperativa de su

comunidad o localidad, incluyendo grupos deportivos, musicales, de danza, religiosos, etc. De esta forma, se encuentra que en todos los grupos etarios la participación es bastante baja, ya que más del 80% no participa en ninguna asociación. En términos comparativos, los grupos más jóvenes, Grupo 1 y 2, participan menos en relación a los grupos de mayor edad. No obstante, la diferencia es bastante pequeña (alrededor del 6%).

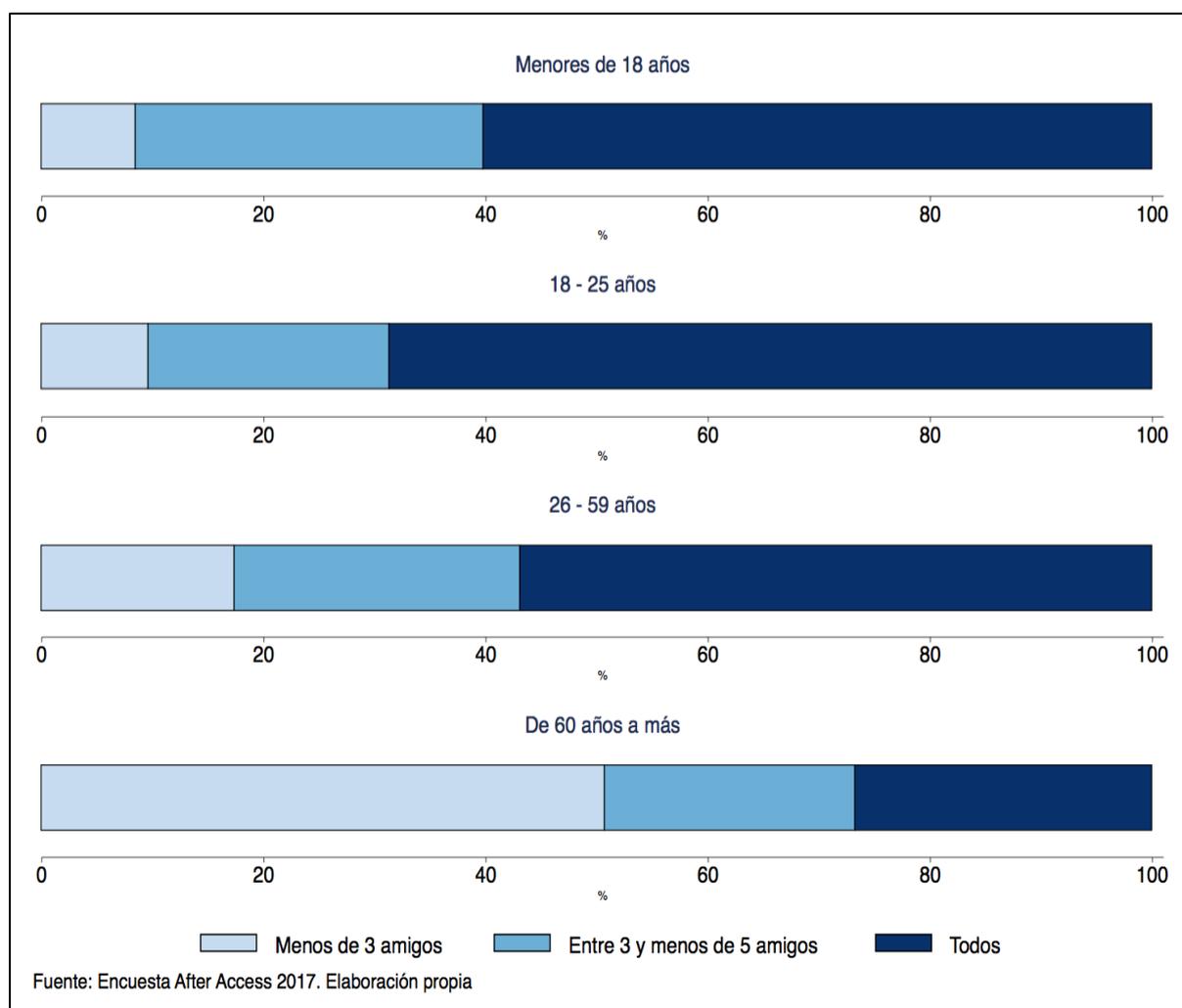
Gráfico 5: Participación voluntaria en alguna organización, asociación o cooperativa de la comunidad o localidad del informante, por grupo etario - %



Pasando a analizar el acceso y uso de las TIC, dado que tienen un componente de externalidad de red, es importante identificar qué tan expuesto está el entorno social del informante a estas tecnologías. De hecho, si su entorno no se ha apropiado aún de las mismas, el informante podría no tener la urgencia de hacerlo. Así, se evaluó el promedio de los cinco amigos más cercanos que tienen dispositivo móvil, correo electrónico (denominado e-mail), una red social (como Facebook o twitter) y/o mensajería instantánea (como WhatsApp, Viber, Telegram, Skype o BBM). Los resultados muestran que sí hay una brecha generacional en el acceso y uso de las TIC del círculo social del informante. El gráfico 6 muestra ello, evidenciando que aproximadamente el 75% del Grupo 4 tiene en promedio menos de cinco amigos utilizando dispositivos móviles, correo electrónico, redes sociales y mensajería instantánea;

mientras que menos del 45% de los demás grupos tienen en promedio menos de cinco amigos utilizando dichos medios.

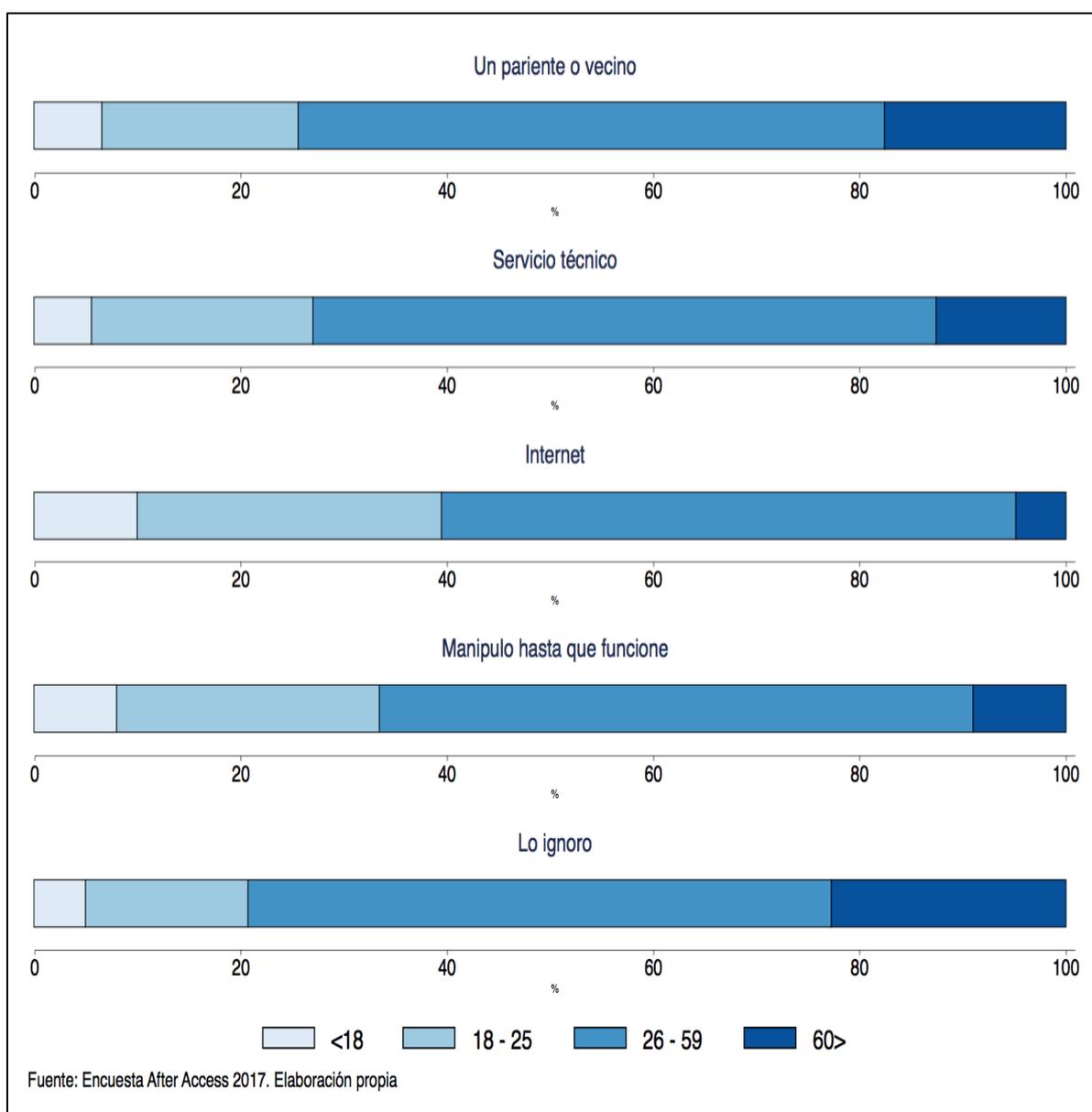
Gráfico 6: Promedio de los cinco amigos más cercanos que tienen dispositivo móvil, correo electrónico, redes sociales y mensajería instantánea, por grupo etario - % según número de amigos



Otro factor importante dentro de las actividades sociales es la forma en la que los diferentes grupos etarios solicitan ayuda cuando ignoran el uso de cierta herramienta de las tecnologías en general. En este sentido, a la pregunta “si necesita ayuda, ¿qué hace usted?”, para efectos del presente análisis se agruparon las alternativas de respuesta en cinco categorías: (i) preguntar a un vecino, (ii) contactar al servicio técnico, (iii) buscar respuesta en Internet, (iv) manipular hasta que funcione y (v) ignorar el problema y continuar con las demás actividades.

El resultado de ello es evidenciado en el gráfico 7, el cual muestra el porcentaje de respuesta de cada grupo etario en cada una de las cinco categorías. De esta manera, se puede concluir que las actitudes más comunes de los adultos mayores ante complicaciones con las tecnologías son ignorar el problema y consultar a un tercero (sea pariente, amigo, vecino o servicio técnico). En cambio, los informantes de los grupos más jóvenes (Grupo 1 y Grupo 2) son más autosuficientes y muestran mayor interés en aprender sobre el manejo de las tecnologías, afirmando que si necesitan ayuda buscan la solución en Internet y/o manipulan el dispositivo hasta encontrar respuestas. No obstante, tampoco se puede afirmar que este resultado se deba solamente al interés de aprender o a la habilidad de manejar las tecnologías por el Grupo 1 y 2, pues quizás también influya la incapacidad de contratar un servicio técnico por falta de recursos económicos, pues la mayoría son informantes que, como ya se mencionó, aún no ingresan al mercado laboral.

Gráfico 7: Porcentaje de solución elegida ante desconocimiento sobre el uso de las tecnologías por cada grupo etario



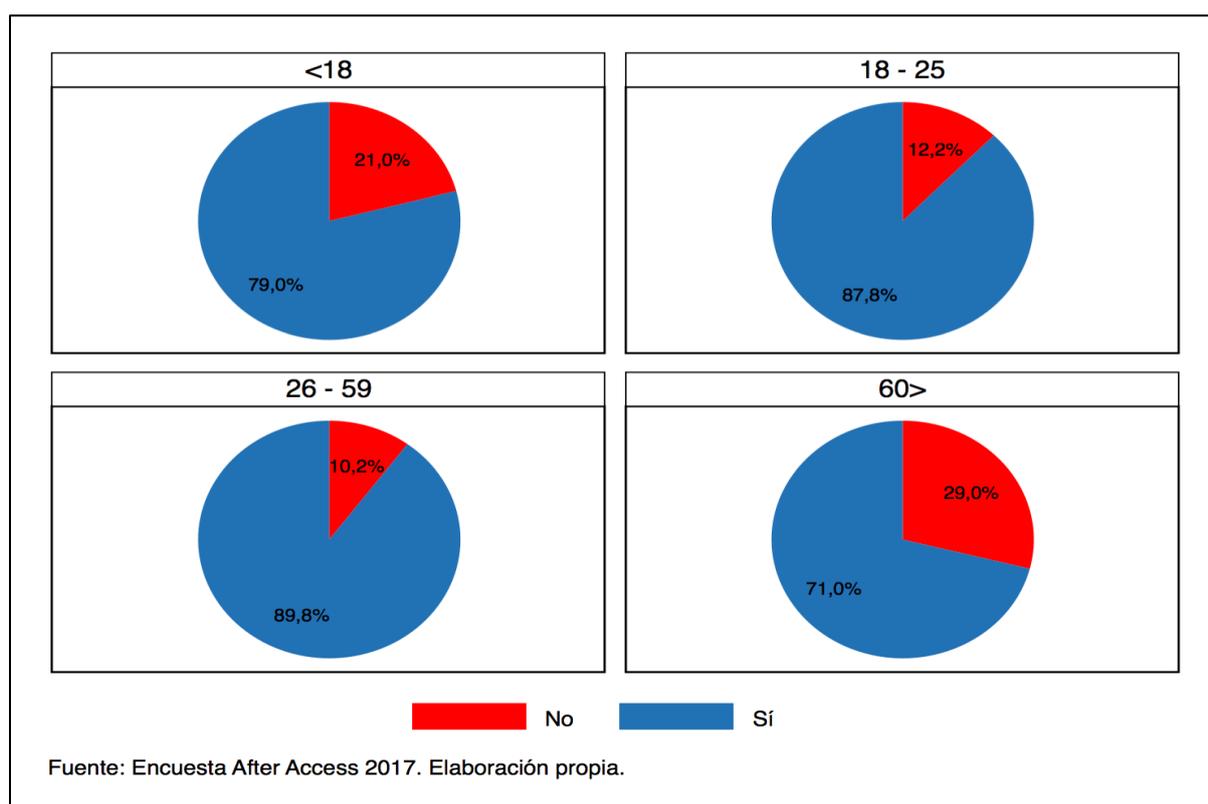
5. Acceso y uso de dispositivos móviles

En esta sección se analizan los patrones de acceso y uso de los dispositivos móviles, con el objetivo de identificar cómo se comportan los diferentes grupos etarios en la apropiación de los mismos y así poder identificar las brechas entre estos grupos. La importancia de acceder

a estos dispositivos radica en que son el medio a través del cual cada vez más personas tienen acceso y uso de Internet.

De esta forma, primero se analiza la tenencia de dispositivos móviles en funcionamiento para cada grupo etario. Como se puede observar en el gráfico 8, en todos los grupos etarios, el mayor porcentaje de informantes tiene un dispositivo móvil. No obstante, los grupos extremos, Grupo 1 y Grupo 4, son aquellos que tienen menor tenencia del dispositivo (con 79% y 71% en el Grupo 1 y Grupo 4, respectivamente), frente a 88% y 90% en el Grupo 2 y Grupo 3, respectivamente.

Gráfico 8: Tenencia de dispositivo móvil por grupo etario - %

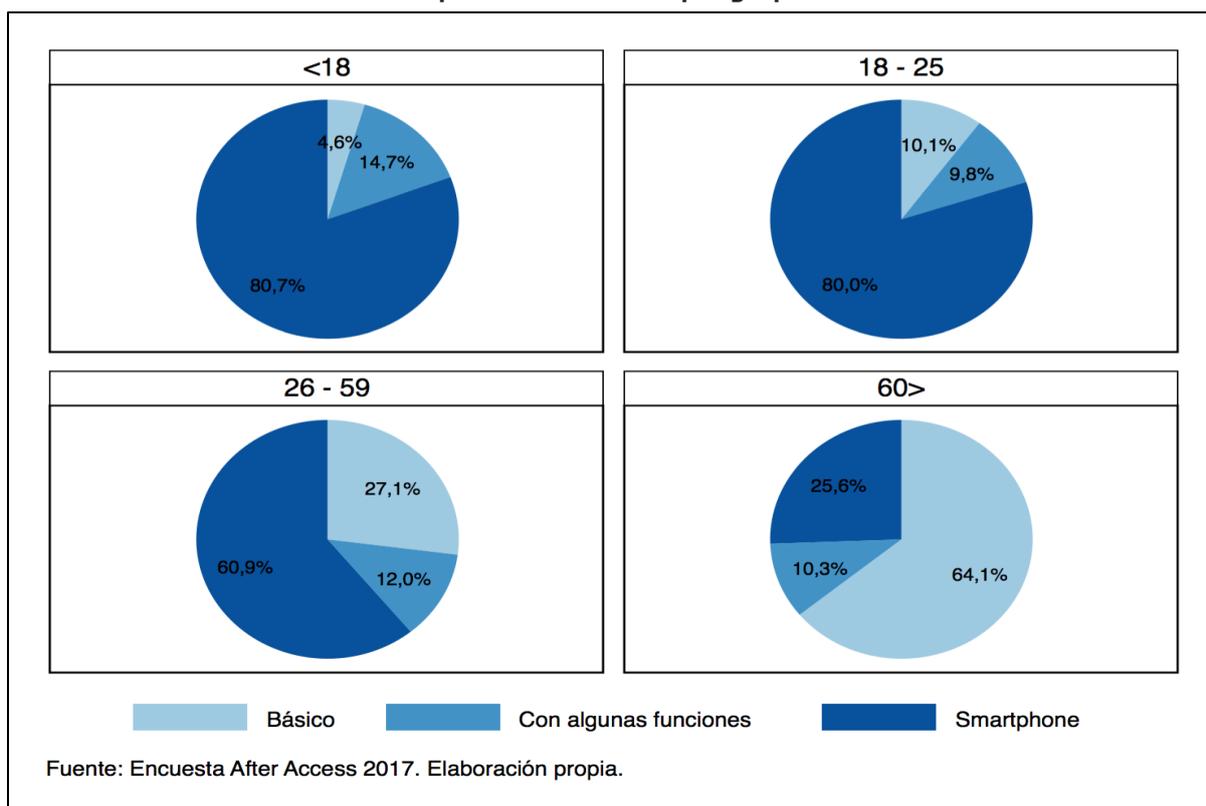


Como se mencionó líneas arriba, el Grupo 4 sólo se diferencia del promedio del resto en 15%, con lo cual, los informantes adultos mayores sí tienen acceso a los dispositivos móviles. Sin embargo, es importante considerar que la variedad de dispositivos móviles es muy amplia, ya que la tecnología ha ido avanzando a paso acelerado en los últimos años. La encuesta After Access recoge estas variedades considerándolos siguientes dispositivos:

- Básico: con funciones básicas de voz y mensajes de texto (sin opciones de Internet o WIFI).
- Con algunas funciones: de capacidad de almacenaje y de acceso a Internet muy limitados.
- Smartphone, o dispositivo móvil con mayor capacidad de almacenamiento de datos, con conexión a Internet y múltiples funciones, con un sistema operativo (Android, iOS, Blackberry, Windows), y que permite el uso de aplicaciones.

En efecto, cuando se observa la tenencia de móvil en cada grupo etario, pero diferenciándola por tipo de dispositivo, sí se evidencia una brecha generacional, pues a mayor edad, los grupos tienen mayor acceso a dispositivos básicos y menor acceso a Smartphones. Incluso, aproximadamente, el 64% del Grupo 4 solo tiene dispositivos básicos, en comparación al resto, cuya tenencia de estos dispositivos no pasa del 30%. Esto es un dato crítico, ya que, si bien hay tenencia de dispositivos móviles en los cuatro grupos de edad, no todos acceden al más completo; por el contrario, los adultos mayores están en desventaja justamente porque sus dispositivos básicos no tienen las funcionalidades suficientes para incorporarse a la nueva era digital que gira en torno a Internet.

Gráfico 9: Tipo de acceso móvil por grupo etario - %



Si bien es cierto que existen estas diferencias etarias, la tenencia de un Smartphone no descarta el hecho de que este se siga utilizando solamente para recibir y hacer llamadas. Por ello, describir el uso de los dispositivos es fundamental para complementar el análisis. En este sentido, la encuesta After Access indagó respecto al uso que le dan a su dispositivo móvil, proponiendo como alternativas de respuesta diversas actividades (9 convencionales y 11 innovadoras), las cuales son descritas en el cuadro 1. Como se puede observar, en los usos innovadores se utiliza Internet por medio de aplicaciones; de ahí la diferencia más importante con los usos convencionales.

Cuadro 1: Usos convencionales e innovadores del dispositivo móvil

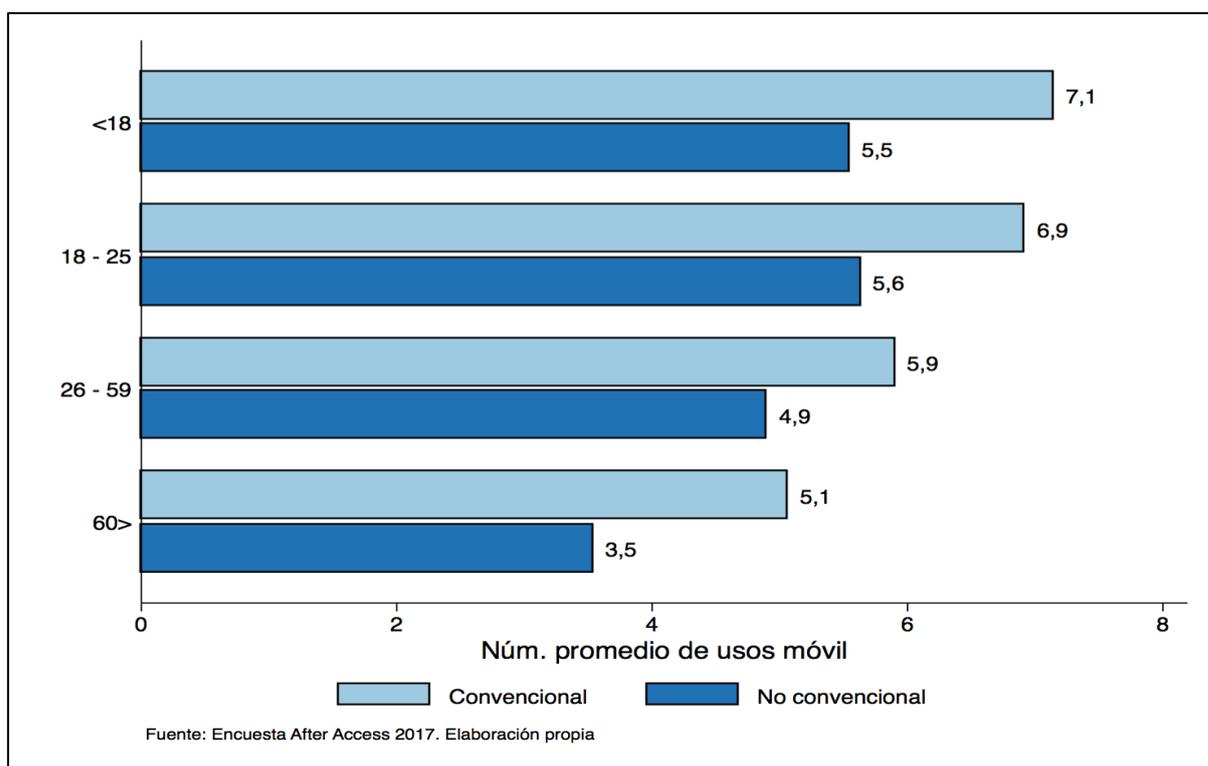
Convencionales	Innovadores
1. Hacer / recibir llamadas	1. Aplicaciones de redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, etc.)
2. Enviar / recibir mensajes	2. Aplicaciones de juegos (Pokemon GO, Candy Crash, rompecabezas, etc.)
3. Tomar fotos / hacer videos	3. Aplicaciones de transporte (información sobre transporte público, taxis)
4. Escuchar música sin usar Internet	4. Aplicaciones de negocios (calcular, convertir, traducir, etc.)
5. Jugar sin usar Internet	5. Aplicaciones de entretenimiento (tráileres de películas, chismes sobre celebridades, guías de emisoras de radio)
6. Usar correo electrónico	6. Aplicaciones de noticias (noticias locales, titulares nacionales, anuncios tecnológicos, deporte)
7. Chatear (mediante una aplicación o desde la página web)	7. Aplicaciones educativas (aprendizaje de idiomas o algún curso, traductores)

Convencionales	Innovadores
8. Ver o descargar videos, escuchar o descargar música en línea (YouTube).	8. Aplicaciones de herramientas de búsqueda (direcciones, números telefónicos, recetas, etc.)
9. Juegos que usan Internet/datos	9. Aplicaciones del clima (pronósticos locales, actualizaciones de desastres naturales)
	10. Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Skype, Viber)
	11. Aplicaciones comerciales (compra y venta en línea, como mercado libre, OLX, etc.)

Fuente: Encuesta After Access 2017. Elaboración propia.

Una vez identificados los usos es posible evaluar el porcentaje en el que los diferentes grupos etarios utilizan de forma convencional e innovadora sus dispositivos móviles. En este sentido, el gráfico 10 permite visualizar que tanto los usos convencionales como los innovadores son menores a medida que aumenta la edad del informante, y que los usos convencionales son mayores a los no convencionales en todos los grupos etarios. No obstante, el Grupo 1 y el Grupo 4 tienen esa diferencia más marcada.

Gráfico 10: Promedio de número de usos convencionales e innovadores del dispositivo móvil por grupo etario



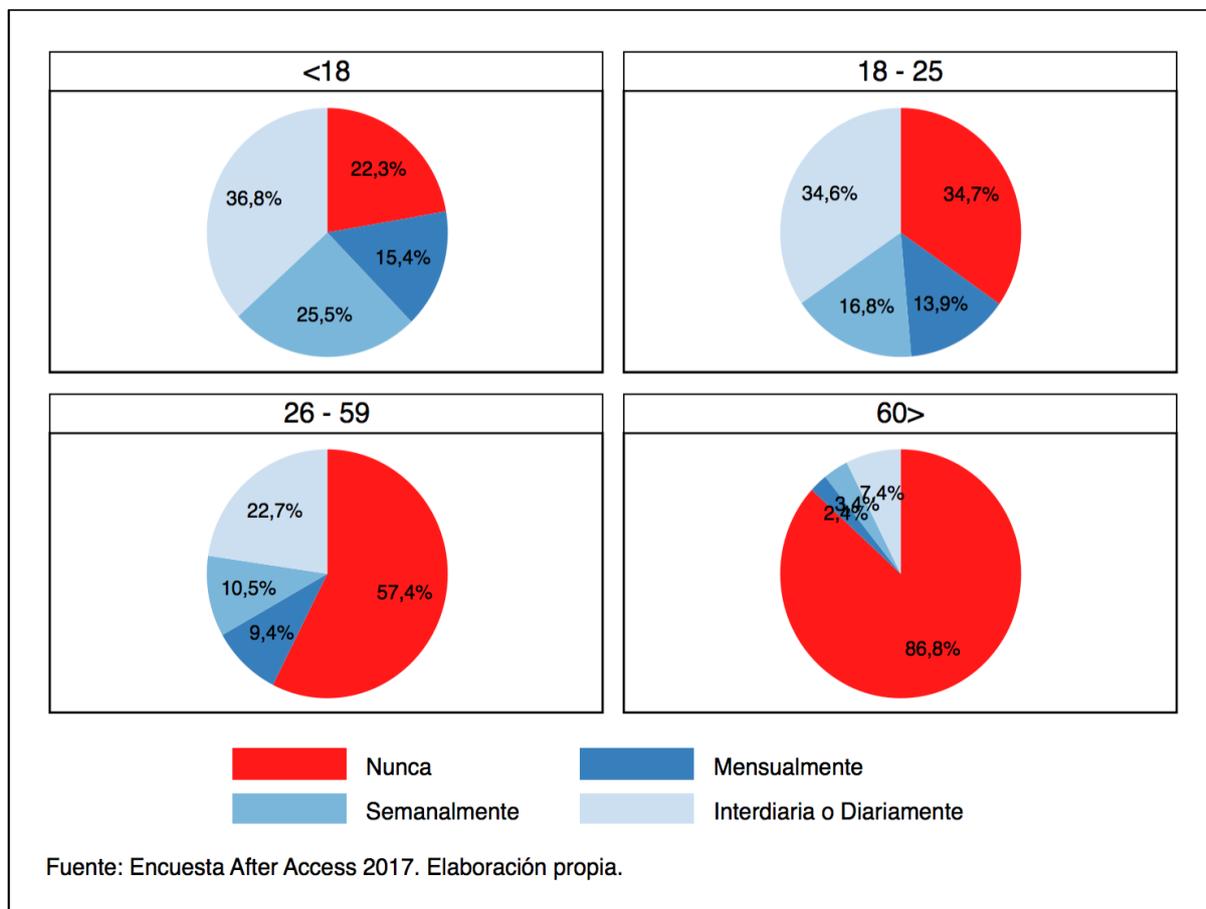
6. Acceso y uso de Internet

Otro foco del presente análisis descriptivo es el acceso y uso de Internet de los informantes pues, como la literatura señala, el uso adecuado de este medio permite desarrollar diversas potencialidades. De esta manera, se busca identificar las brechas etarias en torno al acceso y uso de Internet.

Si bien en el apartado anterior se vio al dispositivo móvil como aquel medio para acceder a Internet, este no es el único. De hecho, en sus inicios, la única forma de acceder a Internet era mediante una computadora (fija o laptop); de ahí que el uso de esta podría ser un indicador para saber si el informante usa Internet. Al respecto, el gráfico 11 refleja la frecuencia del uso de la computadora por diferentes grupos etarios, midiendo la frecuencia en cuatro categorías (diario o interdiario, semanalmente, mensualmente y nunca). Este gráfico muestra claramente el contraste entre el Grupo 4 y el resto de grupos, pues si bien es cierto que a mayor edad el uso es menor, entre el Grupo 3 y el Grupo 4 la diferencia es bastante marcada.

En efecto, el porcentaje de los informantes que nunca han usado computadora pasa de 57% a 87% entre el Grupo 3 (26 a 59 años) y el Grupo 4 (60 años a más).

Gráfico 11: Uso de la computadora por grupo etario - %



No obstante, el uso de la computadora no permite concluir si se ha hecho uso de Internet. Por esta razón, un segundo punto relevante es identificar las actividades realizadas en Internet a través de una computadora; el cuadro a continuación presenta las actividades consideradas en la encuesta After Access 2017.

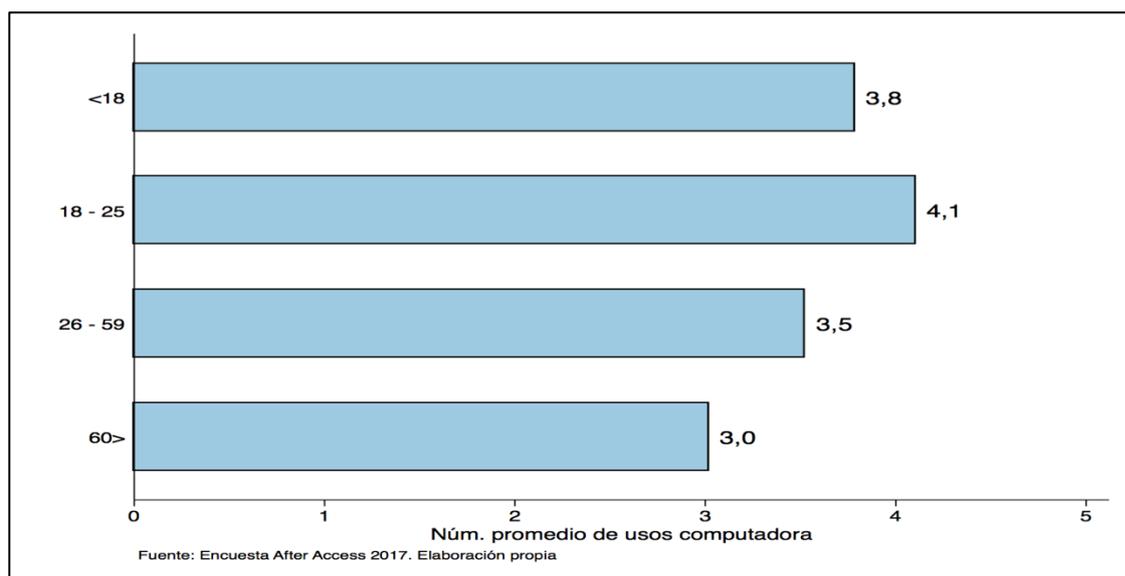
Cuadro 2: Actividades en las que el informante usa Internet a través de su computadora, laptop y/o Tablet

Actividad	Descripción
Correo electrónico	-
Redes sociales	Facebook o Twitter, Instagram o Snapchat
Chatear	Whatsapp, MSN, chat de Facebook
Skype o equivalente	Cualquier programa de comunicación por voz
Juegos	-
Sitios para mirar o descargar videos	Por ejemplo, Youtube
Sitios para escuchar o descargar música	Por ejemplo, Spotify
Otros	-

Fuente: After Access 2017. Elaboración propia.

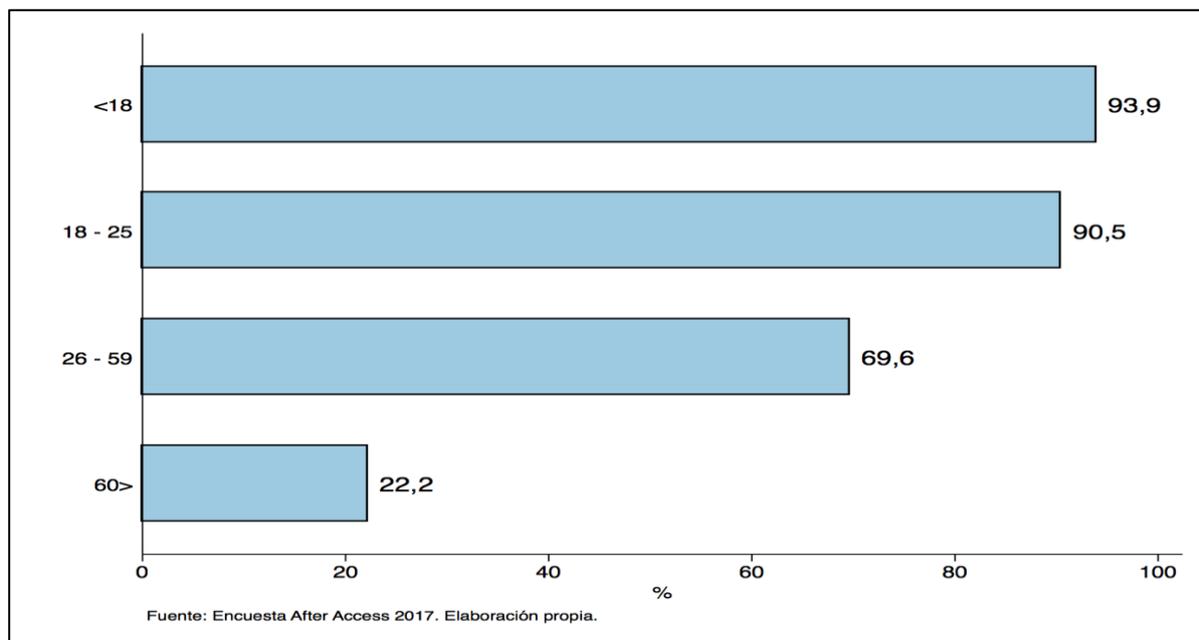
Vistas las actividades, el gráfico 12 muestra una brecha etaria nuevamente. En efecto, se evidencia que los informantes del Grupo 4 son los que realizan menos actividades en Internet, con un total de tres actividades en promedio. Asimismo, el Grupo 2 es aquel que más actividades lleva a cabo, seguidos por el Grupo 1 y el Grupo 4, con un promedio de 4,1; 3,8 y 3,5 actividades en promedio, respectivamente.

Gráfico 12: Números de actividades realizadas en Internet a través de la computadora por grupo etario



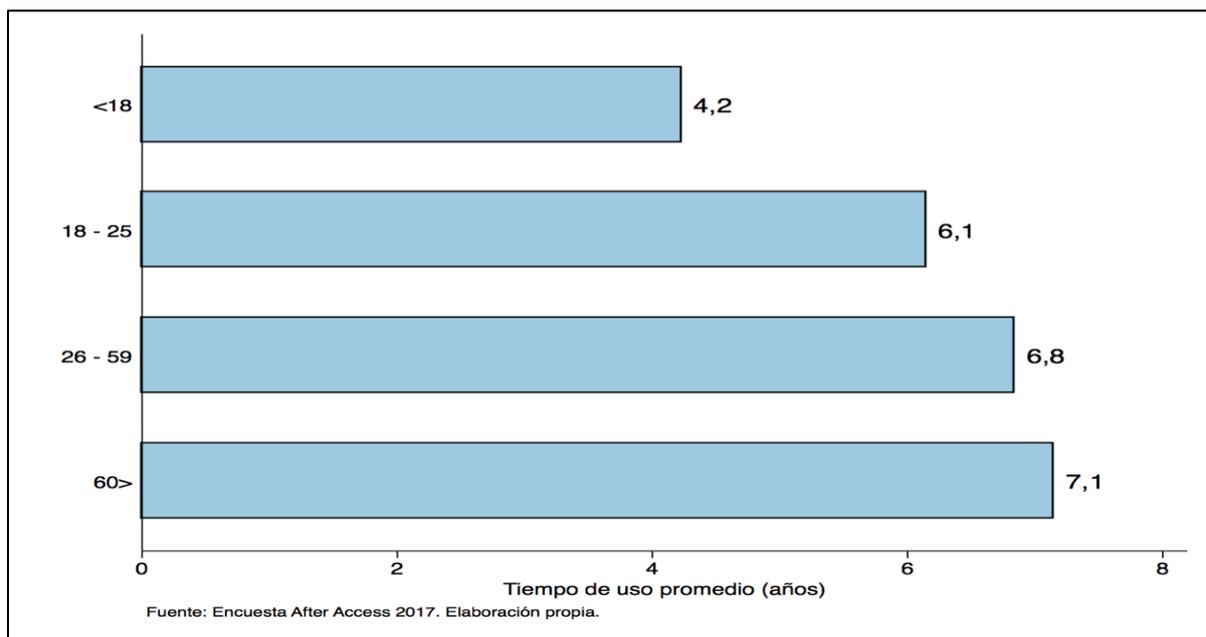
Si se observa el uso de Internet mediante cualquier dispositivo, la brecha resulta ser aún más pronunciada. De hecho, se encuentra la misma tendencia decreciente de los anteriores casos, es decir, a mayor edad menor uso de Internet, pero la diferencia es más marcada entre el Grupo 1 y el Grupo 4. El gráfico 13 muestra este contraste en términos de porcentaje, de forma que más del 90% de los Grupos 1 y 2 usan Internet, mientras que menos del 23% del Grupo 4 usa Internet. En específico, se trata de una diferencia de 70 puntos porcentuales entre el grupo más joven y el de más edad.

Gráfico 13: Uso de Internet por grupo etario - %



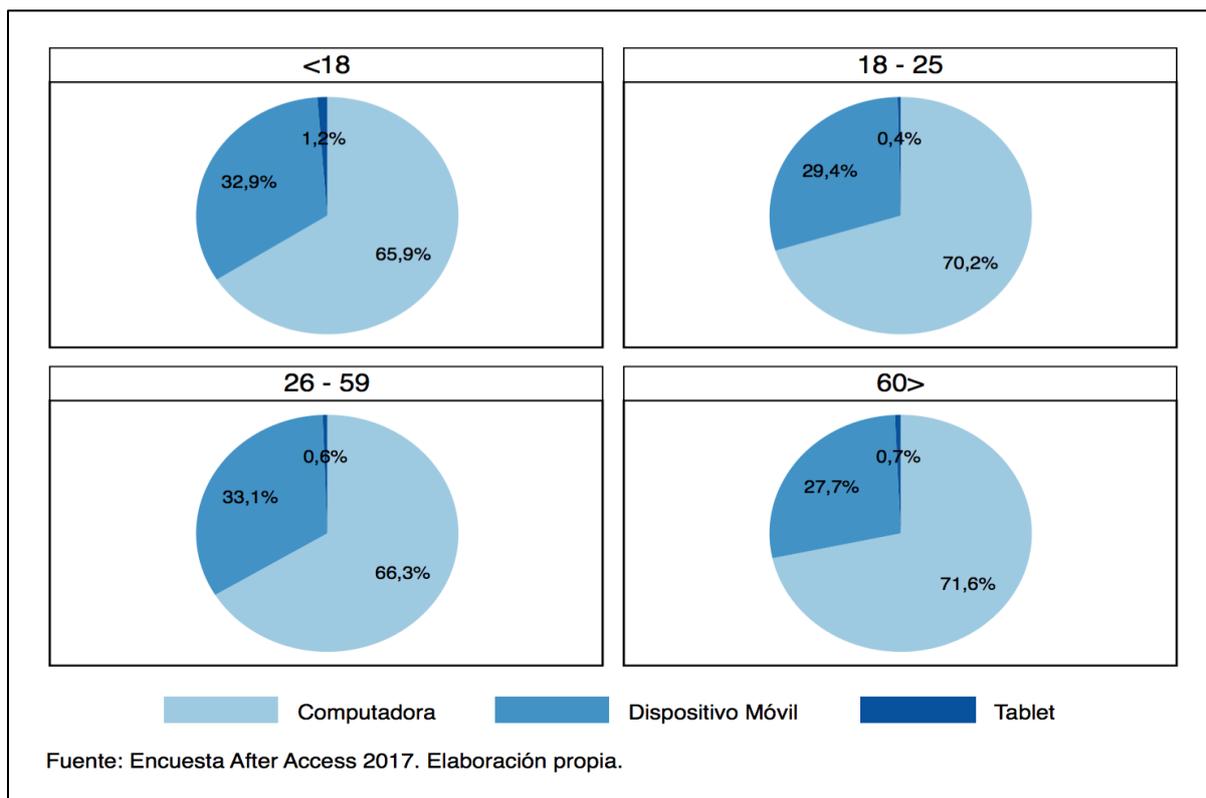
También resulta interesante conocer cuánto tiempo los informantes vienen usando Internet, pues en este servicio, el tema de la experiencia en el uso puede influir en varios aspectos. Así, el Gráfico 14 describe el número de años promedio que los informantes usan Internet por cada grupo etario, y muestra que, a mayor edad, más tiempo se ha utilizado Internet; mientras que el Grupo 1 lleva usando esta tecnología 4,2 años, el Grupo 4 la lleva utilizando 7,1 años. Ello resulta lógico, pues una vez acotada la muestra a aquellos que sí usan Internet, tiene sentido que el informante de mayor edad tenga ventaja en el tiempo de uso en relación a un adolescente de 15 años. Más bien, se esperaría que la diferencia fuera mayor pues entre el Grupo 1 y el 4 hay 45 años de edad de diferencia, mientras que sólo tres años usando Internet.

Gráfico 14: Número de años promedio usando Internet por grupo etario



Dado que ya se ha identificado la brecha etaria en el uso de Internet, es propio encontrar cuál es el primer dispositivo desde donde se accedió a esta tecnología en cada grupo etario, pues cabe la posibilidad de que sea uno de fácil manejo o alta necesidad. De este modo, se podría dar alguna luz para direccionar políticas públicas en ese sentido. El gráfico 15 muestra cuál es el dispositivo desde donde se accedió por primera vez a Internet en cada grupo etario, considerando tres dispositivos: computadora, terminal móvil y Tablet. Del gráfico se puede desprender que todos los grupos etarios son bastante homogéneos; el mayor porcentaje de informantes, en todas las edades, afirma que accedió a Internet por primera vez mediante la computadora (68.5% en promedio), seguidos por dispositivo móvil (30.8% en promedio) y finalmente por la Tablet (0.7% en promedio). Por lo tanto, se puede concluir de esto que, si bien últimamente el terminal móvil y la Tablet han surgido como dispositivos para el uso de Internet alternativos a las computadoras, estas últimas, quizás por ser más antiguas, siguen siendo el dispositivo por el cual el mayor porcentaje de informantes acceden por primera vez a Internet. Este hecho se evidencia incluso en el grupo más joven, por lo que la computadora sigue siendo un dispositivo sumamente importante en el acceso a Internet.

Gráfico 15: Primer dispositivo desde donde accedió a Internet - %



Habiendo visto todo lo anterior respecto al uso de Internet, en este punto es pertinente identificar para qué actividades se usa Internet, considerando aquellas asociadas a la educación[3], al trabajo[4] y al gobierno [5]. De esta forma, se podrá contrastar las necesidades e intereses de cada grupo etario en cada una de las categorías mencionadas.

En cuanto a las actividades asociadas a educación, el gráfico 16a revela tres hechos importantes. Primero, que mientras más joven es el informante, más actividades educativas realiza. Segundo, que los adultos mayores siguen teniendo necesidades de este tipo de actividades. Tercero, incluso los más jóvenes, que en su mayoría están estudiando, no utilizan

[3] Para instruir al informante, se le mencionó como ejemplos de actividades asociadas a la educación: cursos en línea, revisión de bibliografía en línea, bases de datos, noticias, páginas web de estudios, entre otros.

[4] Para instruir al informante, se le mencionó como ejemplos de actividades asociadas al trabajo: revisar páginas web de empleo en línea, mantiene perfil profesional en línea, poner su CV en línea, entre otros.

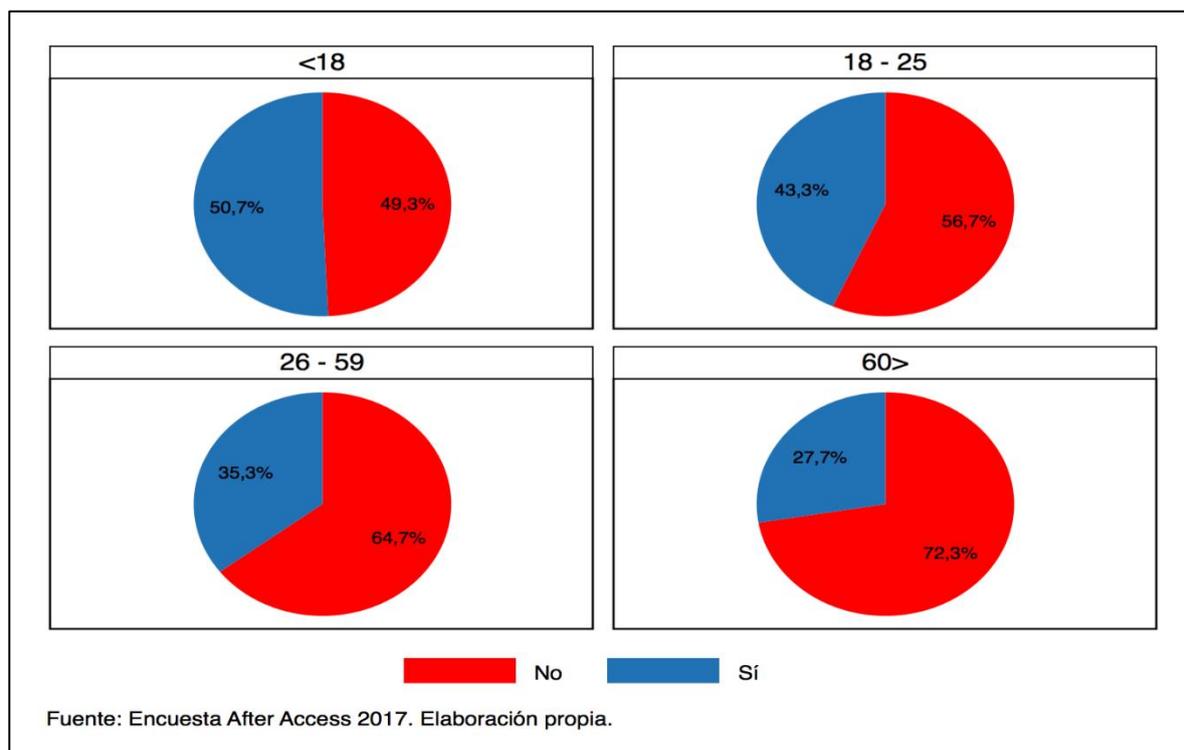
[5] Para instruir al informante, se le mencionó como ejemplos: realizar trámites en línea en SUNAT, consultas virtuales en RENIEC, realiza pagos, revisa el Facebook de políticos u otras redes sociales, entre otros.

Internet para actividades asociadas a la educación como se podría esperar. De hecho, prácticamente el 50% del Grupo 1 utiliza este medio para actividades asociadas a la educación y el otro 50% no lo hace. La situación empeora al observar el Grupo 2, donde solo el 43% utiliza Internet para estas actividades.

Si la muestra se acota a aquellos que usan Internet para actividades asociadas a la educación, surge la curiosidad de saber qué actividades en específico son las que más se usan de ese total, y si esas actividades se repiten en todos los grupos etarios. Frente a ello, el cuadro 3 describe las dos actividades de mayor uso por cada grupo generacional, evidenciando que en todos los casos una actividad es “*leer noticias por cuestiones de estudio*”. La diferencia entre grupos etarios está en la segunda actividad, ya que si bien los Grupos 1, 2 y 3 “*revisan páginas web por cuestiones de estudio*”, el Grupo 4 “*busca textos en línea*”.

Gráfico 16: Actividades en Internet asociadas a educación por grupo etario: educación, trabajo y gobierno - %

Gráfico 16a: Educación



Cuadro 3: Porcentaje de informantes que utilizan Internet para actividades asociadas a la educación detallando las dos actividades más importantes por grupo etario [6]

Actividad	%
1. Menores de 18 años	
Lee noticias por cuestiones de estudio	78,8
Revisa páginas web por cuestiones de estudio	77,6
2. 18 - 25 años	
Revisa páginas web por cuestiones de estudio	78,1
Lee noticias por cuestiones de estudio	77,4
3. 26 - 59 años	
Revisa páginas web por cuestiones de estudio	75,0
Lee noticias por cuestiones de estudio	69,0
4. Mayores de 60 años	
Busca textos en-línea	70,5
Lee noticias por cuestiones de estudio	56,4

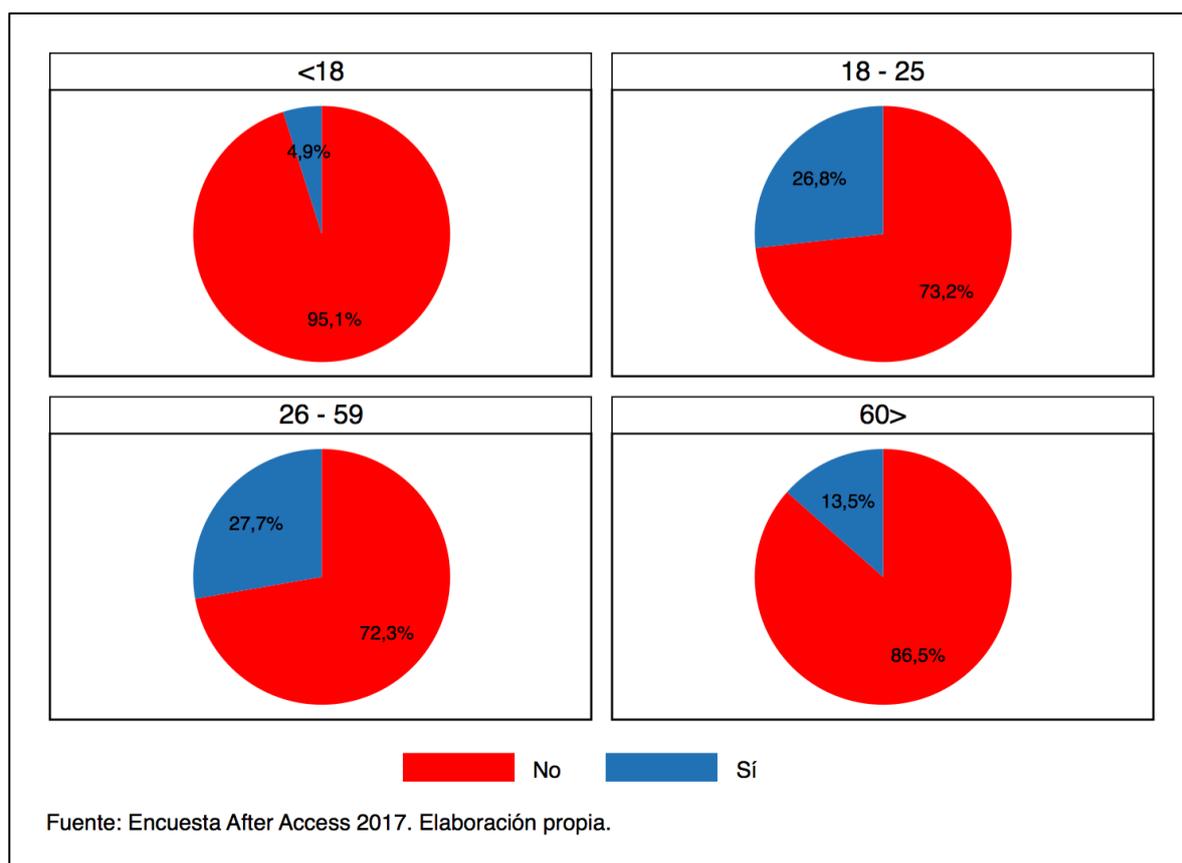
Fuente: After Access 2017. Elaboración propia.

[6] Se le preguntó al informante por las siguientes actividades asociadas a la educación: (i) Llevar cursos en línea gratuitos (por ej., Coursera, edX, Khan Academy, etc.), (ii) llevar cursos en línea pagados, (iii) revisar bibliotecas digitales, (iv) buscar y usar bases de datos de acceso abierto (por ej., estadísticas, leyes, documentos académicos, etc.), (v) buscar, descargar o leer bibliografías o textos en línea, (vi) leer las noticias por cuestiones de estudios, (vii) revisar páginas web relacionadas con los estudios (por ej., Universia), (viii) Participar en grupos de Facebook relacionados con los estudios, talleres o capacitación; (ix) seguir instituciones relacionadas con mis estudios, cursos o capacitación en Twitter, (x) participa de grupos de Whatsapp por temas de estudio (donde comparten la tarea de la escuela, de la facultad, etc.) y (xi) otro.

En lo concerniente a las actividades asociadas al trabajo, es de esperar que los más jóvenes (Grupo 1) no tengan estas necesidades, pues como ya se dijo, en su mayoría son informantes que no están en edad de trabajar. Ello se ve claramente en el gráfico 16b, pues solo el 5% de los informantes menores de 18 usan Internet para estas actividades. Al igual que en el caso anterior, en todos los grupos etarios el uso de Internet para este fin es bajo (menos del 30% en todos los casos). Además, los Grupos 2 y 3 son aquellos con mayor porcentaje de uso de actividades asociadas al trabajo (27% de los informantes en promedio).

Al analizar las actividades asociadas al trabajo que más realizan los informantes por grupo etario, en el cuadro 4, se encuentra que las actividades del Grupo 1 y Grupo 4 son casi idénticas, ambos “*pertenecen a grupos de Facebook relacionados al trabajo*” y “*utiliza Whatsapp para vender algo o comunicarse con clientes*”. En cuanto a los grupos intermedios, Grupo 2 y 3, coinciden en que la actividad que más realizan es la de “*revisar ofertas de empleo*”, lo que es lógico por su etapa productiva.

Gráfico 16b: Trabajo



Cuadro 4: Porcentaje de informantes que utilizan Internet para actividades asociadas al trabajo detallando las dos actividades más importantes por grupo etario [7]

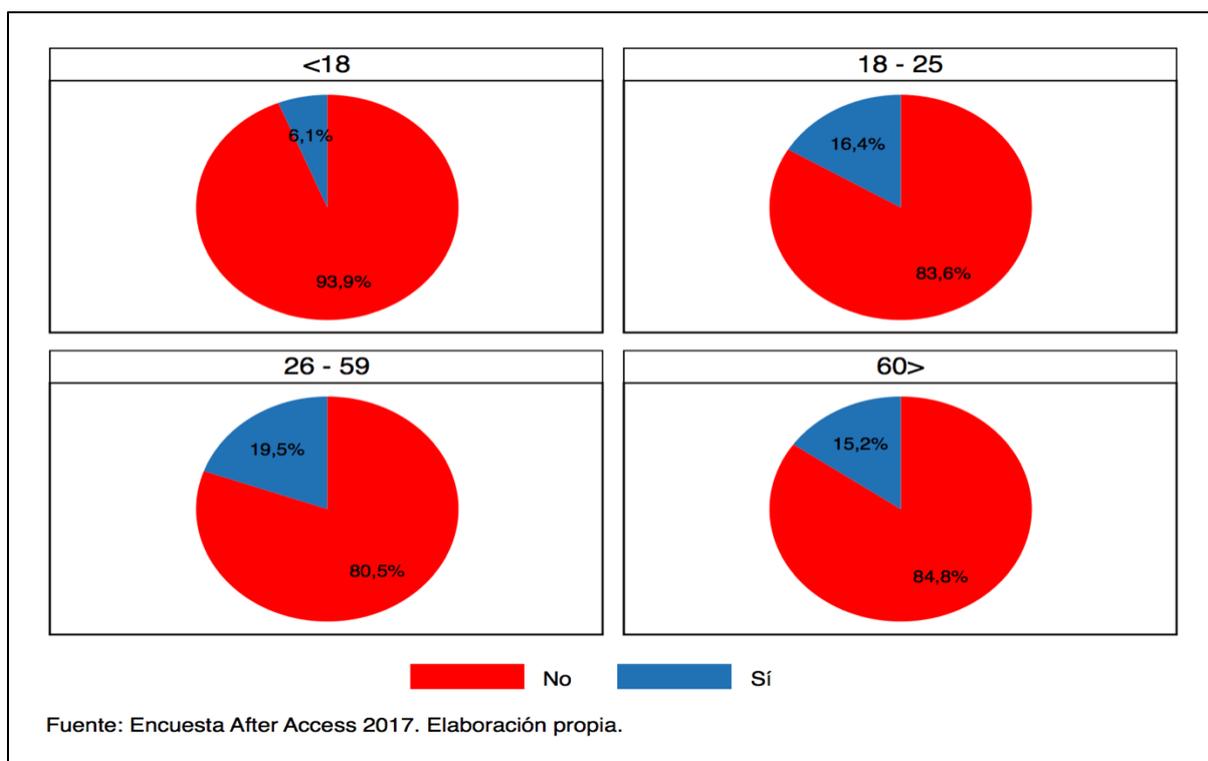
Actividad	%
1. Menores de 18 años	
Pertenece a grupos de Facebook relacionados a trabajo	58,3
Utiliza Whatsapp para vender algo o comunicarse con clientes	54,1
2. 18 - 25 años	
Para revisar ofertas de empleo	73,7
Cuelga su CV en línea	65,13
3. 26 - 59 años	
Para revisar ofertas de empleo	61,5
Utiliza Whatsapp para vender algo o comunicarse con clientes	58,4
4. Mayores de 60 años	
Pertenece a grupos de Facebook relacionados a trabajo	52,6
Cuelga su CV en línea y Utiliza Whatsapp para vender algo o comunicarse con clientes	44,7

Fuente: After Access 2017. Elaboración propia.

[7] Se preguntó al informante por las siguientes actividades asociadas al trabajo: (i)revisar ofertas de empleo de diferentes organizaciones, (ii) mantener un perfil profesional en una página web o red social (LinkedIn, etc.) , (iii) poner mi currículum vitae en línea, (iv) participar en grupos de Facebook relacionados con mi trabajo o para encontrar trabajo, (v) seguir a posibles empleadores en Twitter, (vi) revisar ofertas de empleo en periódicos en línea, (vii) usa Whatsapp, Facebook u otra plataforma en Internet para contactarse con clientes o vender algo, (viii) otro.

Respecto a las actividades asociadas al gobierno, el contraste entre grupos etarios es prácticamente el mismo que en el anterior caso, como se muestra en el gráfico 16c. El Grupo 1 presenta el menor porcentaje (6%), seguido por el Grupo 4 (15%), el Grupo 2 (16,4%) y el Grupo 3 (19,5%). Sin embargo, resalta que, de todas las actividades realizadas con Internet, las asociadas al gobierno son las más bajas en todos los grupos etarios (por debajo del 20% en todos los grupos). Al describir las actividades específicas, en el cuadro 5, se observa en todos los grupos etarios que la más común es en primer lugar *“realizar consultas generales”* y en segundo lugar *“hacer trámites”*.

Gráfico 16c: Gobierno



Cuadro 5: Porcentaje de informantes que utilizan Internet para actividades asociadas al gobierno detallando las dos actividades más importantes por grupo etario [8]

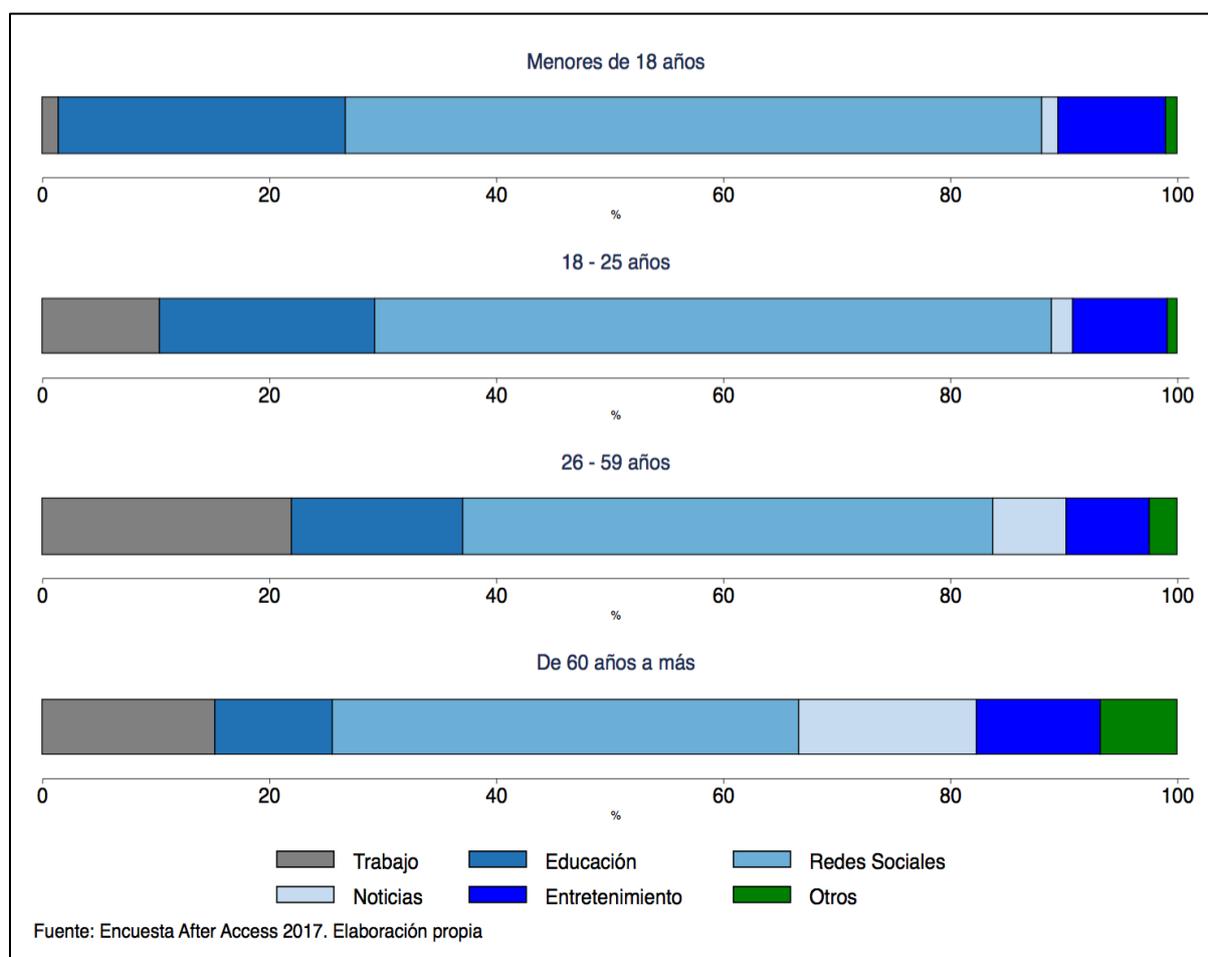
Actividad	%
1. Menores de 18 años	
Realizar consultas generales	60,0
Hacer trámites	40,0
2. 18 - 25 años	
Realizar consultas generales	70,9
Hacer trámites	63,4
3. 26 - 59 años	
Realizar consultas generales	80,0
Hacer trámites	71,8
4. Mayores de 60 años	
Realizar consultas generales	83,7
Hacer trámites	65,1

Fuente: After Access 2017. Elaboración propia.

[8] Se le preguntó al informante por las siguientes actividades asociadas al gobierno: (i) hacer trámites, (ii) consultas generales, (iii) concertar citas (para sacar DNI, servicios de salud, etc.), (iv) hacer pagos (por ej., impuestos), (v) conseguir información sobre actividades del Estado o de entidades estatales, (vi) revisar Facebook de oficinas gubernamentales, (vii) seguir cuentas de oficinas gubernamentales en Twitter, Youtube u otras redes sociales, (viii) presentar quejas, (ix) seguir a políticos en redes sociales (Twitter, Facebook, etc.), (x) participar en grupos de redes sociales de agrupaciones políticas, y (xi) otro.

Ya sabiendo para qué usa Internet cada grupo etario, el gráfico 17 describe en qué actividad se pasa más tiempo cuando se usa Internet: redes sociales, trabajo, educación, noticias, entretenimiento u otro. Como se puede observar, en todos los grupos la respuesta más elegida es “redes sociales”, especialmente en los grupos más jóvenes. Otra respuesta común es “actividades de educación”; al igual que las redes sociales, a mayor edad, menos tiempo pasa el informante en actividades relacionadas a la educación. Los grupos de mayor edad (Grupos 3 y 4), parece que rempazan el tiempo dedicado a redes sociales y educación por tiempo empleado en “actividades de trabajo”, lectura de “noticias” y “entretenimiento”. Este último hallazgo resulta curioso, pues se esperaría que los jóvenes pasen más tiempo usando Internet en entretenimiento que los adultos mayores.

Gráfico 17: Actividad en la que se pasa más tiempo cuando se usa Internet por grupo etario - %

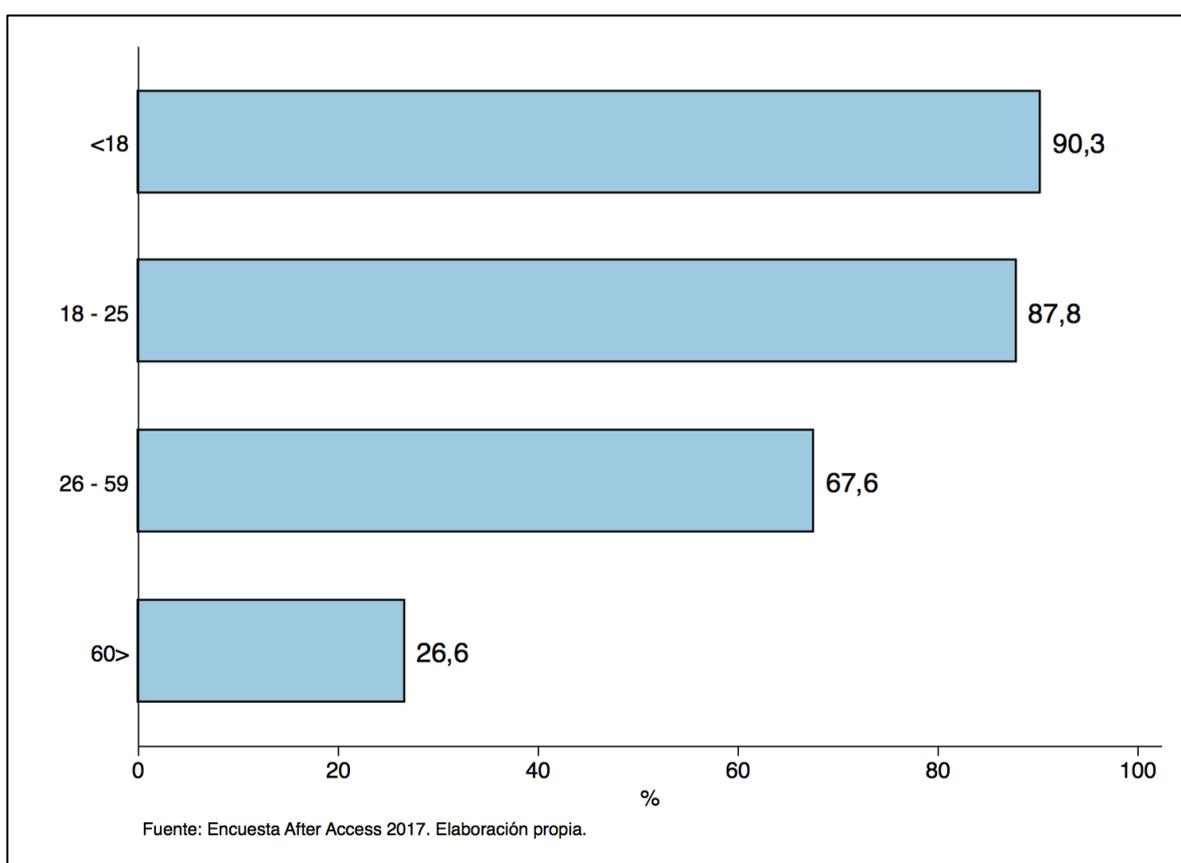


En efecto, en el mismo gráfico se pudo observar que las redes sociales (como Facebook, Whatsapp, Twitter, etc.) son la actividad utilizada con mayor frecuencia por los informantes de los cuatro grupos etarios, con una tendencia decreciente a medida que aumenta la edad

del informante. Por lo tanto, continuando el análisis, corresponde analizar específicamente las principales brechas en esta actividad.

En este sentido, el gráfico 18, presenta el porcentaje de los informantes de cada grupo etario que declara utilizar redes sociales.[9] Como es de suponer, se evidencia que la edad tiene una relación inversa con respecto al uso de las redes sociales. No obstante, el contraste entre el Grupo 4 y el resto de grupos es sumamente marcado, ya que se pasó de 90% de informantes que declaran utilizar redes sociales en el Grupo 1 a 88% en el Grupo 2, luego a 68% en el Grupo 3 y finalmente esta cifra cae a 27% en el Grupo 4.

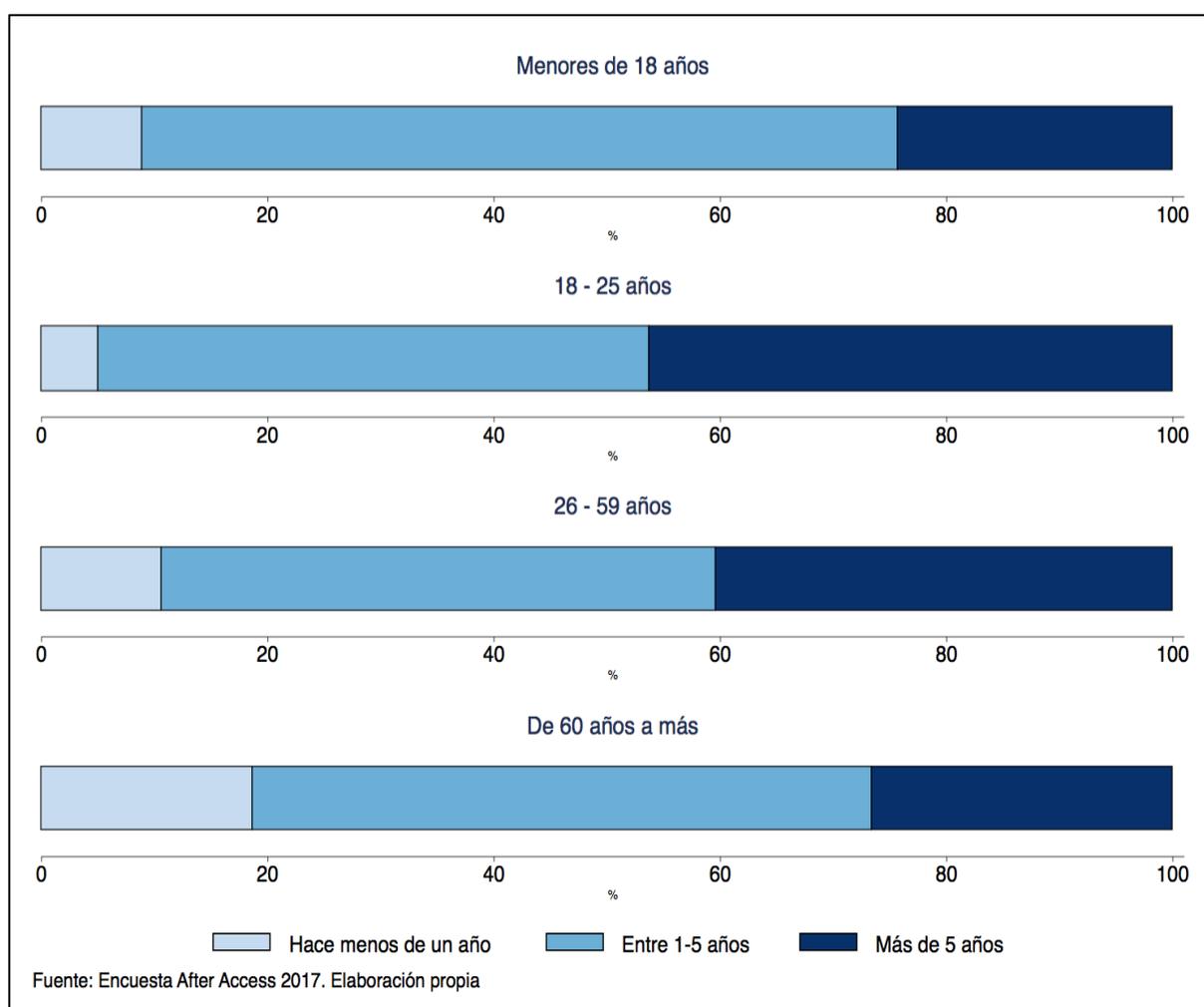
Gráfico 18: Uso de redes sociales por grupo etario - %



[9] La pregunta que se planteó en el cuestionario sobre uso de redes sociales se realizó de manera independiente respecto al uso de Internet, es decir, no se aplicó filtro alguno.

Con respecto al tiempo de uso de redes sociales, en todos los grupos etarios, la mayoría indica que las vienen utilizando “en los últimos 5 años”, lo cual es razonable ya que las redes sociales se han desplegado de forma masiva en los últimos años. Lo descrito se puede apreciar en el gráfico 19. Asimismo, es interesante apreciar cómo los adultos mayores son el grupo que más tarde ha comenzado a usar redes sociales. En efecto, tiene el menor porcentaje de informantes que viene usando redes sociales “de 5 años a más”, y muestran el mayor porcentaje de informantes que tienen redes sociales “hace menos de un año”.

Gráfico 19: Años de uso de redes sociales por grupo etario - % según años



Para terminar el análisis del acceso y uso de Internet, el gráfico 20 muestra las razones [10] por las cuales los informantes que no usan Internet, a pesar del despliegue de las TIC, continúan sin hacerlo.

En línea con ello, el siguiente gráfico muestra las razones para el no uso de Internet, diferenciando por grupos etarios. El mayor porcentaje de los grupos más jóvenes que no usan Internet señala como razón no tener dispositivos para ello (34% en el Grupo 1 y 30% en el Grupo 2). En efecto, a medida que aumenta la edad del informante, la falta de acceso se hace menos importante para no usar Internet (15% en el Grupo 3 y 8% en el Grupo 4). Ello podría deberse a que el acceso se relaciona con la capacidad de compra del sujeto, debido a ello, un adolescente tendrá menos posibilidades de adquirir un dispositivo que un adulto que ya cuenta con sus propios medios.

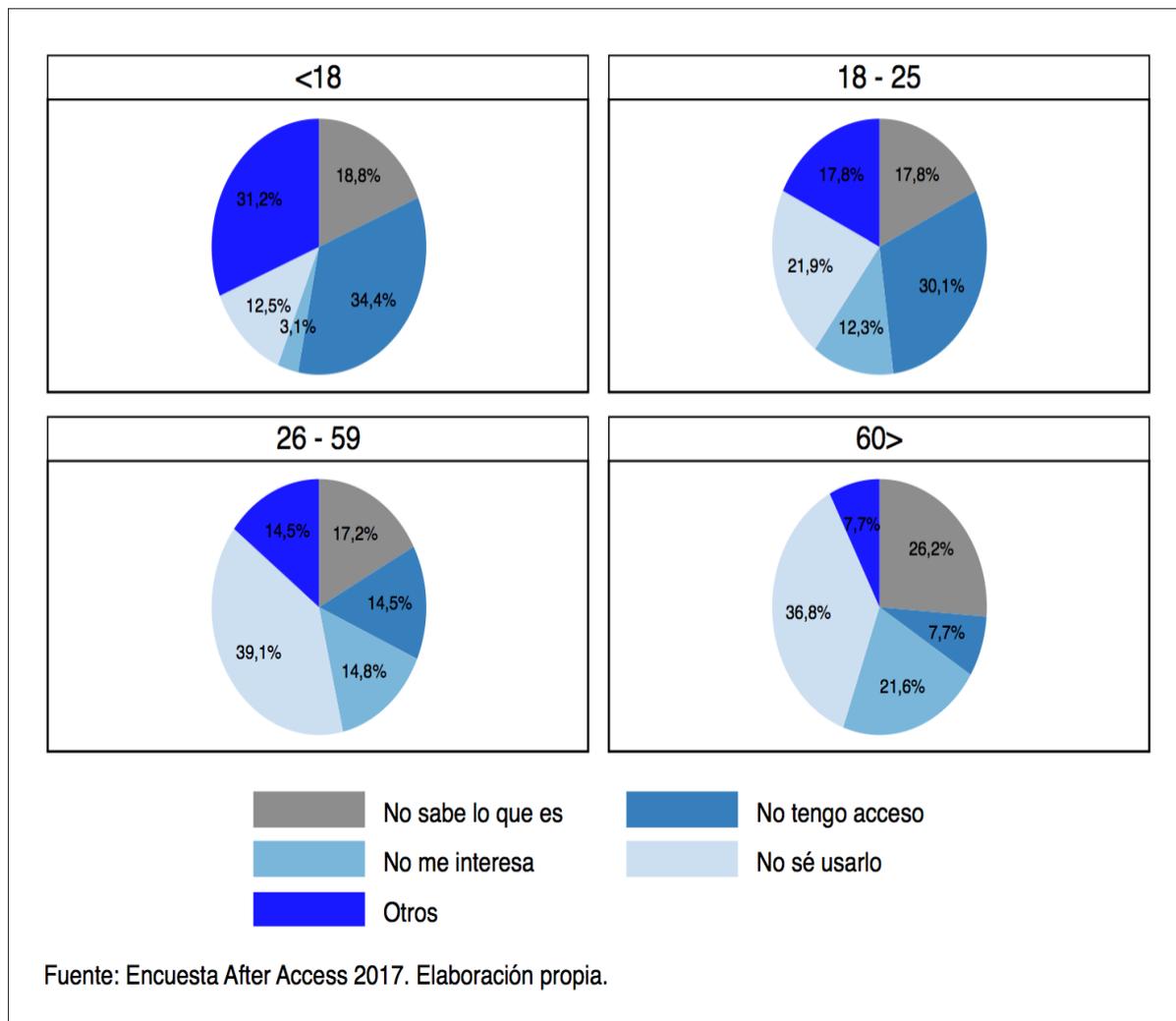
Otros dos factores a recalcar son la falta de interés o *“no me interesa /no es útil”* y el desconocimiento o *“no sé usarlo”*. Al contrario que el caso anterior, estas razones se hacen más importantes a medida que el informante se encuentra en un grupo etario de mayor edad, aunque en todos los casos el *“no sé usarlo”* sea la razón de mayor peso. De hecho, el 16% del Grupo 1 afirma que no accede a Internet por esas dos razones, frente a 58% del Grupo 4.

En lo concerniente al desconocimiento total o *“no sé lo que es”*, hay una ligera diferencia entre el Grupo 4 y el resto, ya que es la razón por la que 26% de los adultos mayores no usan Internet, aproximadamente 10% más que el resto de grupos. Adicionalmente, en todos los grupos etarios hay un porcentaje considerable de personas que no sabe qué es Internet.

Además, cabe mencionar que todo el contraste realizado revela una vez más la brecha etaria, esta vez en relación a las limitaciones que tienen los adultos mayores respecto al conocimiento del uso de Internet. En efecto, como se evidenció, el problema de este grupo (Grupo 4) no es de acceso sino de falta de interés y de conocimiento, por esta causa las políticas públicas que planteen cerrar esta brecha deben considerar estos hallazgos.

[10] Se le hizo elegir al informante entre las siguientes razones: (i) no sé lo que es, (ii) no tengo dispositivo de acceso computadora / Smartphone, (iii) no me interesa / no es útil, (iv) no sé usarlo, (v) no está disponible en mi área (no hay cobertura móvil), (vi) es demasiado caro, (vii) no tengo tiempo, estoy muy ocupado, (viii) ninguno de mis amigos lo utiliza, (ix) falta de contenido en mi idioma, (x) preocupación por invasión de privacidad a través de Internet, (xi) mi cónyuge o mis padres no me permiten usar Internet y las aplicaciones de redes sociales y (xii) otros.

Gráfico 20: Motivos por los cuales no se accede a Internet en cada grupo etario - %



7. Actitudes hacia Internet

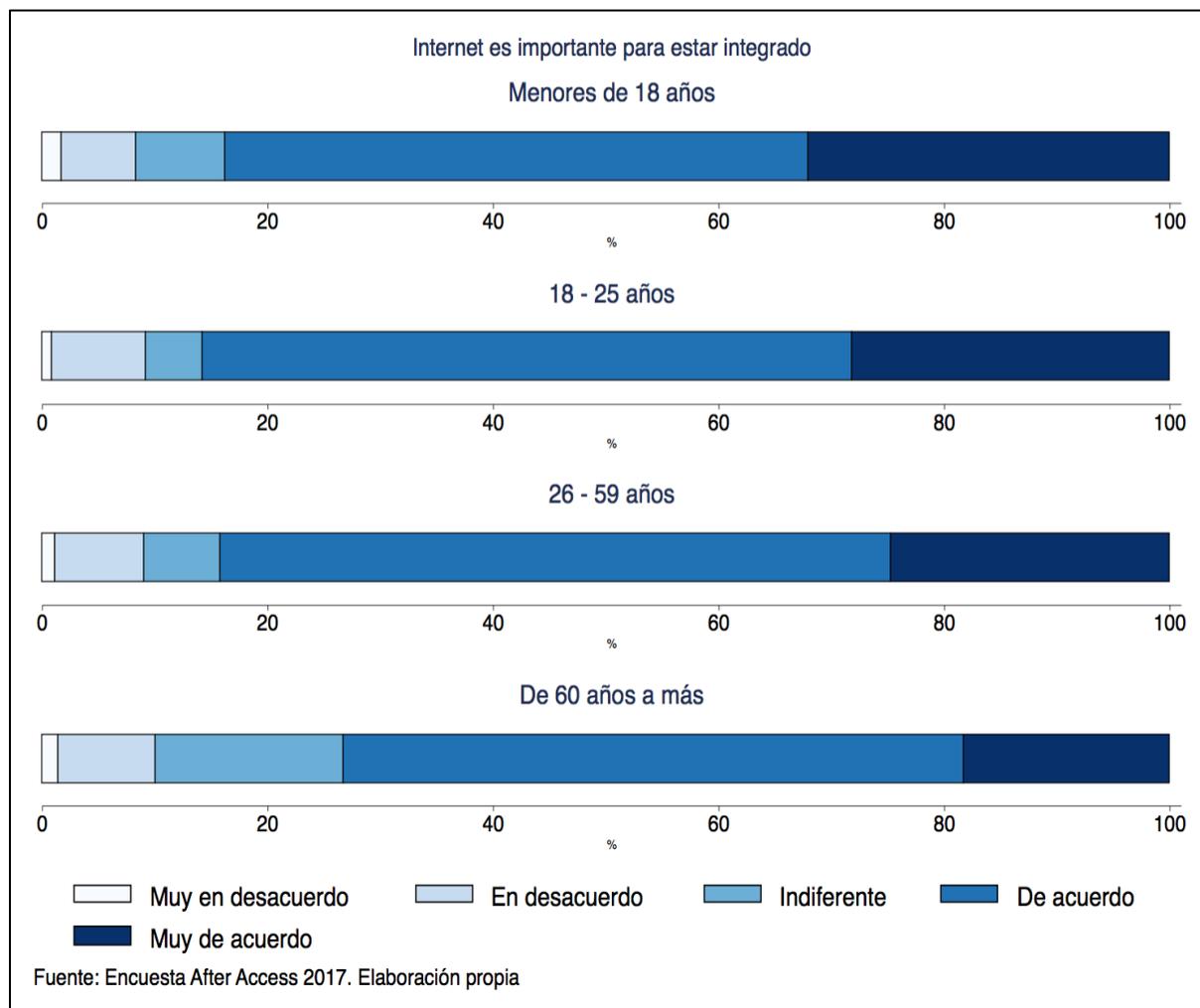
Para terminar, esta última sección explora las diferencias sobre las actitudes hacia Internet entre grupos de edad. Es preciso señalar que las preguntas del módulo de actitudes corresponden tanto a las personas que usan este servicio como a las que no. Ello, debido a que las declaraciones de los informantes son solo opiniones, es decir, no implica que usen o no usen Internet. Sin embargo, es fundamental tomarlas en cuenta pues, por un lado, influyen en el comportamiento de los informantes respecto a la apropiación de las tecnologías y, por el otro, permiten identificar cuál es la percepción de los informantes respecto a riesgos o beneficios de estas tecnologías.

Dado ello, la primera idea analizada es *“Las tecnologías son importantes hoy en día para estar integrado”*, cuya descripción por grupo etario se puede ver en el gráfico 21a. Considerando que las opiniones negativas son *“indiferente”*, *“en desacuerdo”* y *“muy en desacuerdo”*, se puede afirmar que el Grupo 4 es el que menos piensa en tecnologías como medio de integración social. Teniendo en cuenta el efecto de externalidad de red en las TIC, quizás esto se deba a que el grupo con menor uso de las tecnologías es justamente el Grupo 4 de adultos mayores, por ello es lógico que una mayor proporción de ellos piense que las TIC no sean relevantes para integrarse.

Otro aspecto que llama la atención son las declaraciones negativas del Grupo 2; así, el 14% de este grupo tiene opiniones negativas o indiferentes sobre esta idea. Es posible que este 14% coincida con el 12% de jóvenes del Grupo 2 que no utilizan redes sociales (ver gráfico 17).

Gráfico 21: Opiniones del informante respecto a las tecnologías por grupo etario - %

Gráfico 21a: Actitud frente a la idea 1 “Las tecnologías son importantes hoy en día para estar integrado”

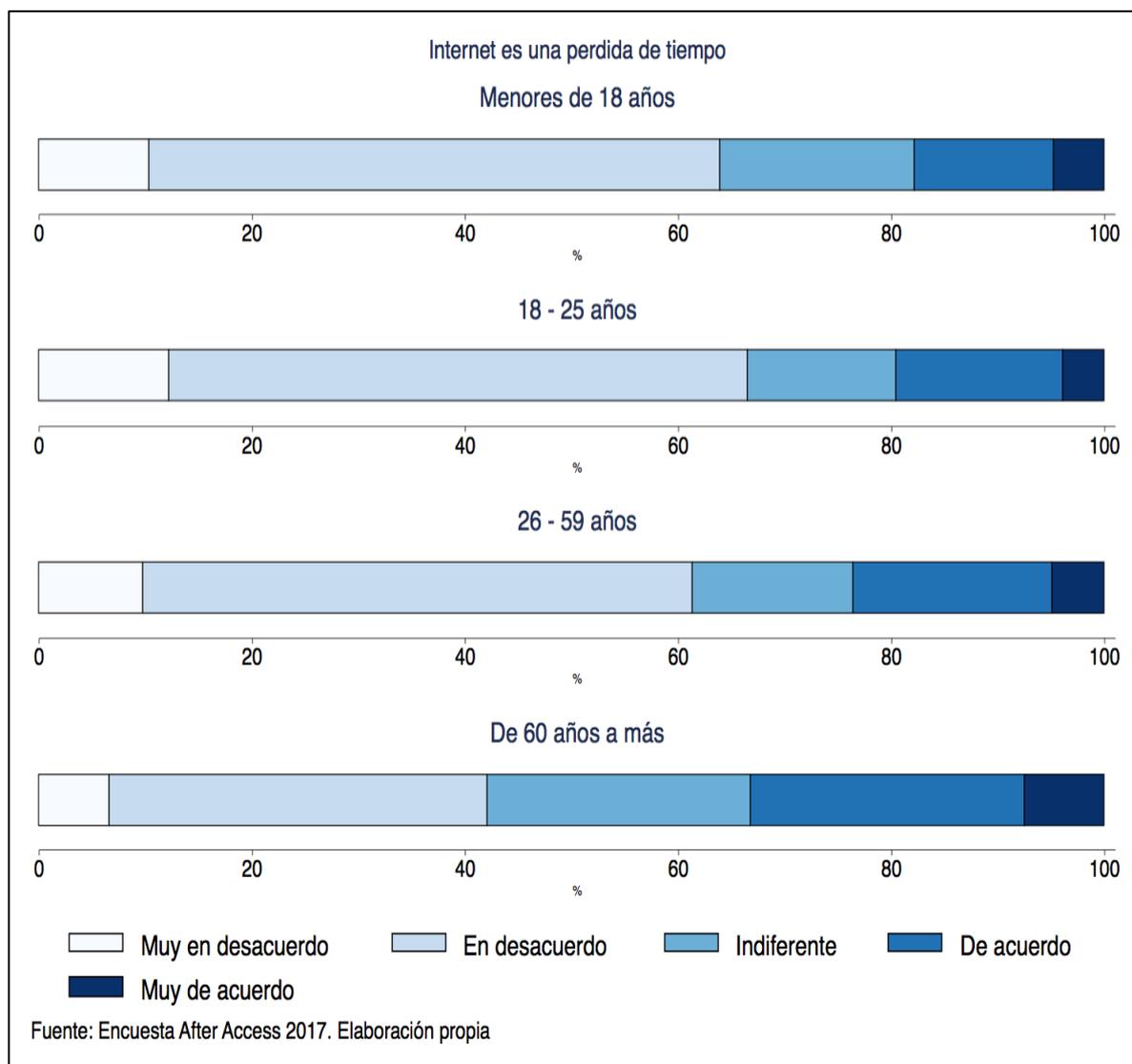


La segunda frase que se planteó fue “Internet es una pérdida de tiempo”. Las opiniones sobre esta frase se reflejan en el gráfico 21b, el cual muestra que mientras el informante está en un grupo de mayor edad, está más de acuerdo con esta segunda idea. Además, cabe recalcar que, entre los dos últimos grupos, Grupo 3 y Grupo 4, el porcentaje de informantes que avalan que Internet es una pérdida de tiempo salta de 24% a 33%.

Si se contrasta el gráfico 21b con el gráfico 21a, se puede identificar que los informantes que piensan que Internet es una pérdida de tiempo duplican a los que piensan que las tecnologías no son importantes para integrarse. En realidad, cabe la posibilidad de que un mismo informante podría afirmar al mismo tiempo que las tecnologías son importantes para

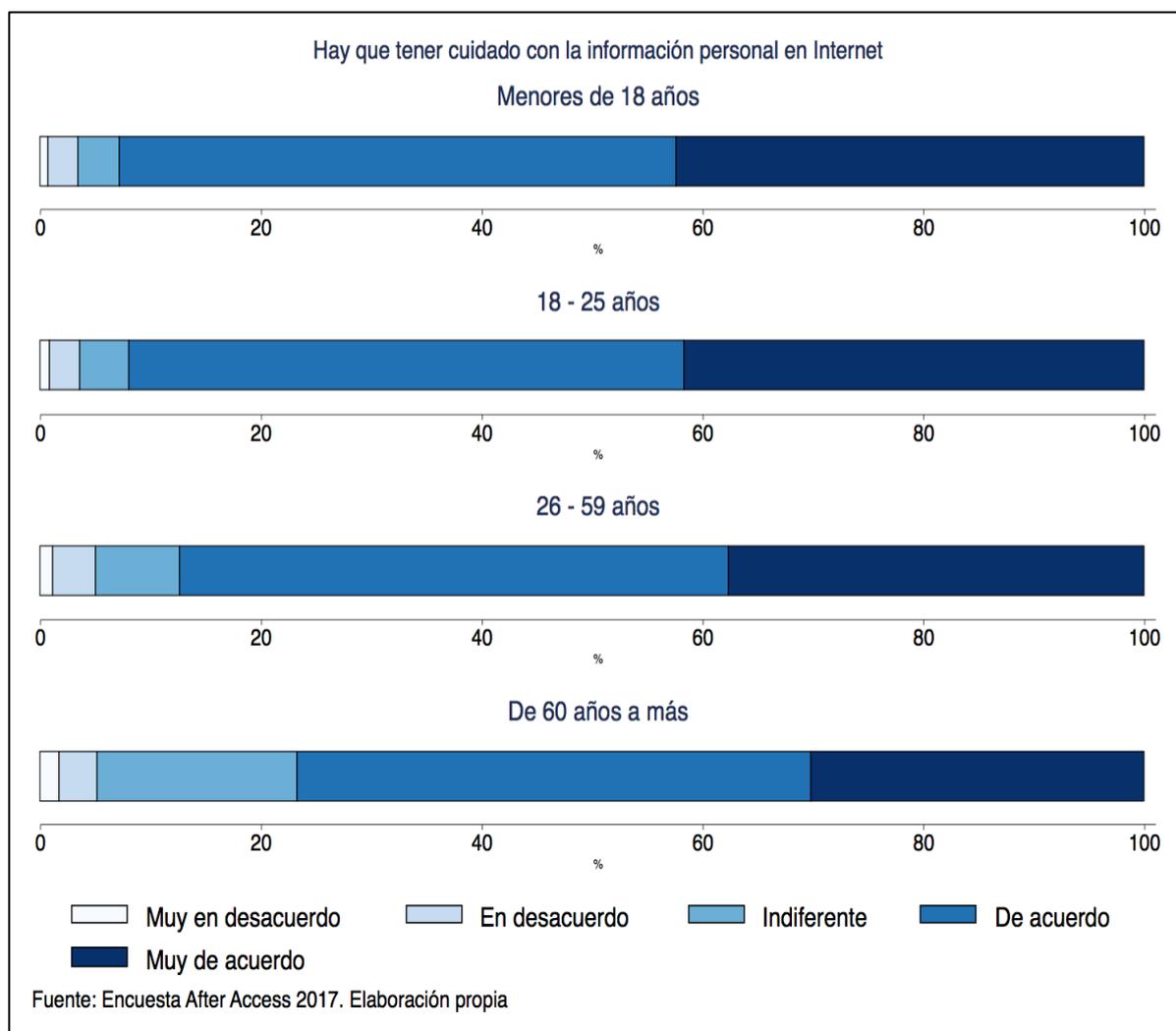
integrarse, pero son una pérdida de tiempo. Ello dependerá del valor que el informante le dé al estar integrado.

Gráfico 21b: Actitud frente a la idea 2 “Internet es una pérdida de tiempo”



La siguiente idea que se valorizó por los informantes de los diferentes grupos etarios fue “Hay que tener cuidado con poner información personal en Internet”. Tal como se muestra en el gráfico 21c, en general, los informantes están conscientes de que Internet implica también riesgos. Además, se observa una actitud negativa decreciente a medida que el grupo tiene mayor edad.

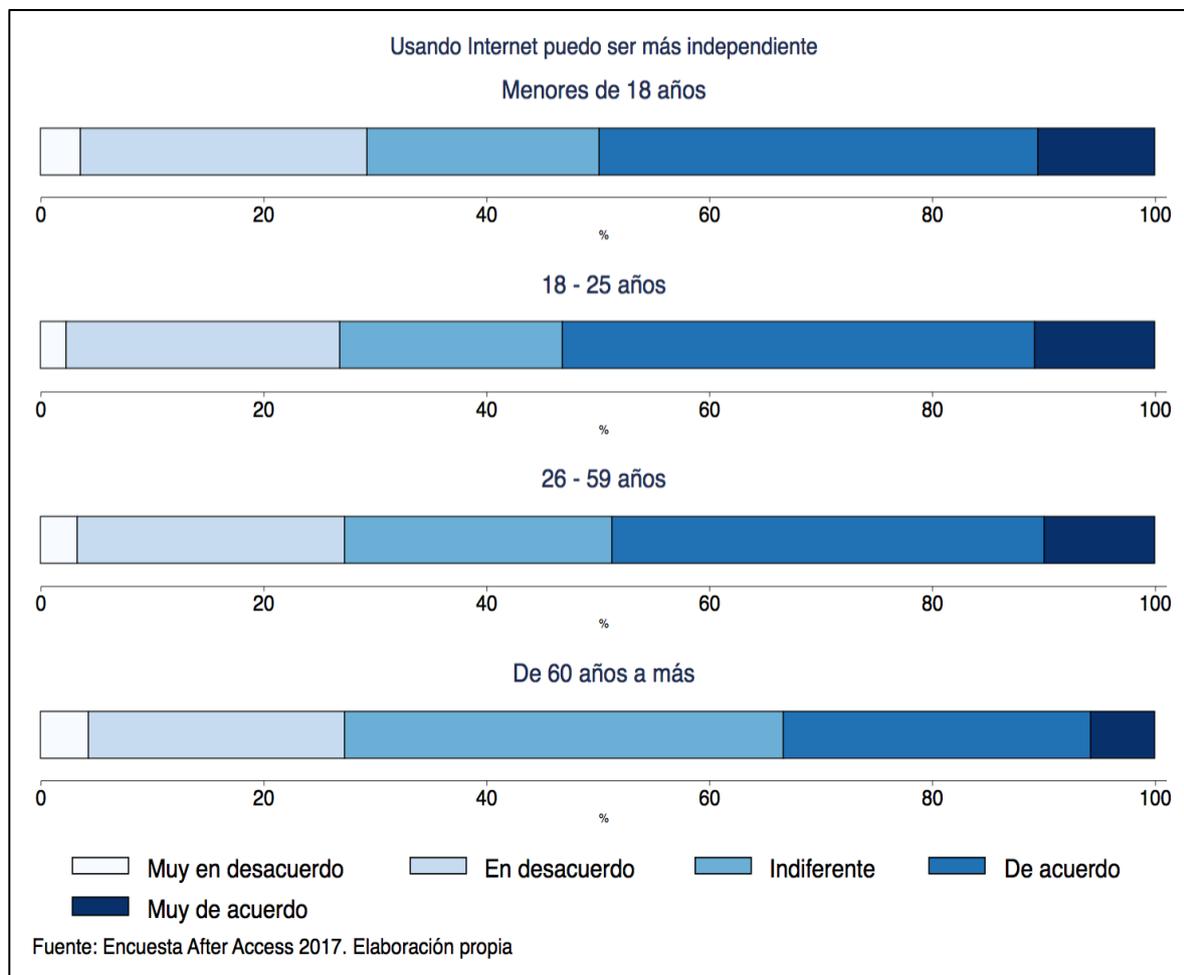
Gráfico 21c: Actitud frente a la idea 3 “Hay que tener cuidado con poder la información personal en Internet”



Como cuarta idea se planteó: “Usando Internet puedo ser más independiente”. También se evidenció una diferencia significativa entre las opiniones del Grupo 4 y el resto de grupos, pues mientras que el Grupo 4 tiene aproximadamente un 67% de opiniones en contra de esta idea, los demás grupos tienen en promedio aproximadamente 49% de opiniones en contra de esta. Ello podría implicar que los adultos mayores no están utilizando todas las potencialidades de Internet, de forma que se sientan con mayor autonomía. Incluso, se podría pensar que el desconocimiento respecto a la tecnología podría generarles el efecto contrario, dependencia, pues están limitados a que su pariente/conocido les explique o ayude con el manejo de Internet. Esto conversa con los resultados mostrados por el gráfico 7, pues, como se vio, frente a un problema tecnológico, los informantes del Grupo 4 preferían acudir por

ayuda (ya sea de un vecino, pariente o servicio técnico), en lugar de resolver el problema por ellos mismos.

Gráfico 21d: Actitud frente a la idea 4 “Usando Internet puedo ser más independiente”



Finalmente, las últimas dos ideas son muy parecidas ya que se basan en la disposición a pagar por parte de los informantes. Tanto las opiniones de cada grupo etario respecto a “No pagaría por acceder a un contenido en Internet”, como a “Nunca pagaría por usar softwares o plataformas en Internet”, se distinguen en el gráfico 21e y 21f, respectivamente. Estas opiniones son bastante similares entre grupos. Incluso, hay una ligera relación directa entre la edad y la disposición a pagar, es decir, a mayor edad del grupo, más disposición a pagar se tiene por Internet y/o por softwares. Esto no resulta extraño, ya que un adulto mayor, por más que no le interese, tendría mayor posibilidad de contratar Internet en casa que un adolescente sin independencia económica. Lo que antecede permite deducir que la

disposición a pagar no reflejaría tanto el interés o la necesidad por adquirir tecnología sino más bien la capacidad de pago.

Gráfico 21e: Actitud frente a la idea 5 “No pagaría por acceder a un contenido en Internet”

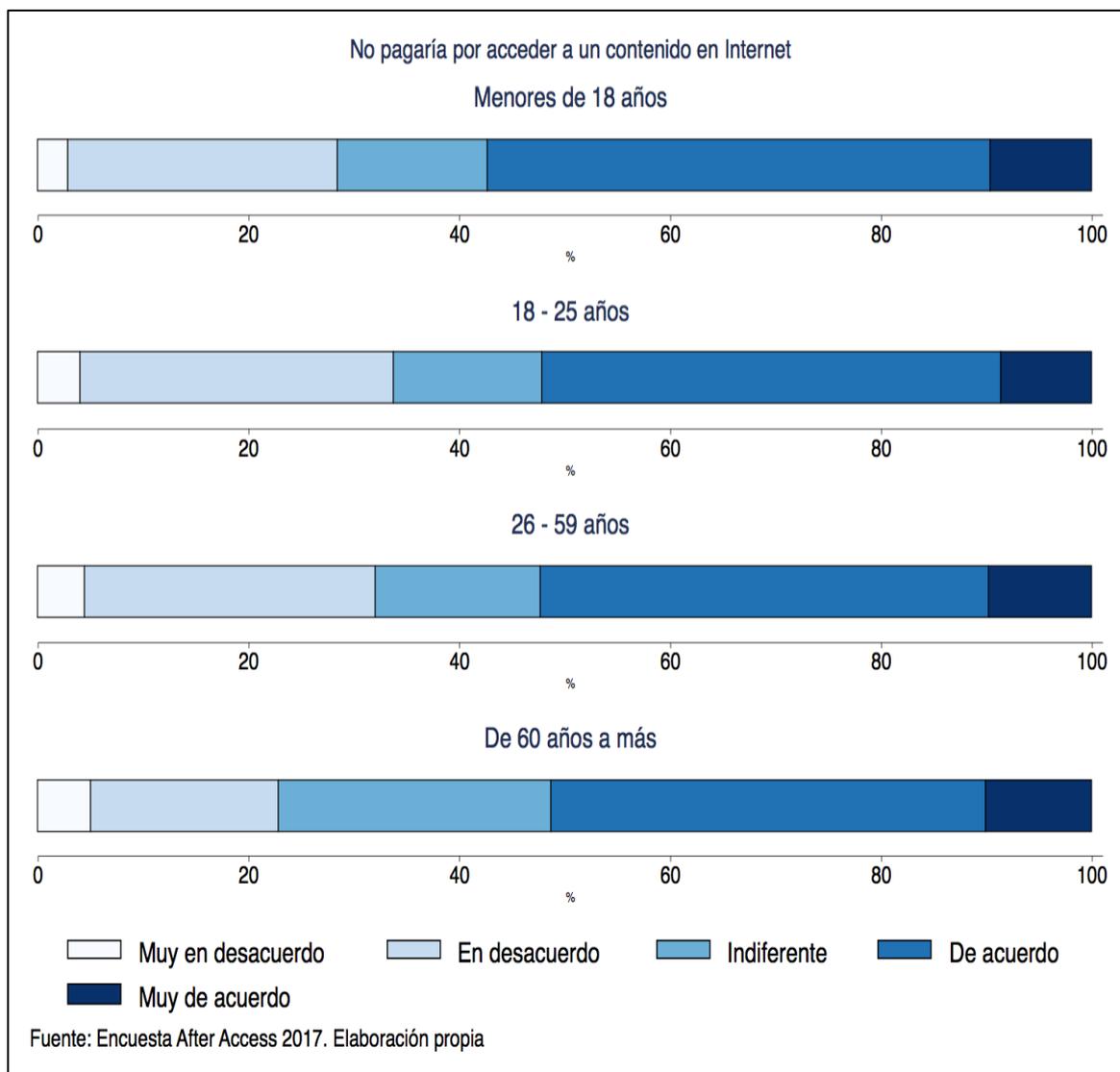
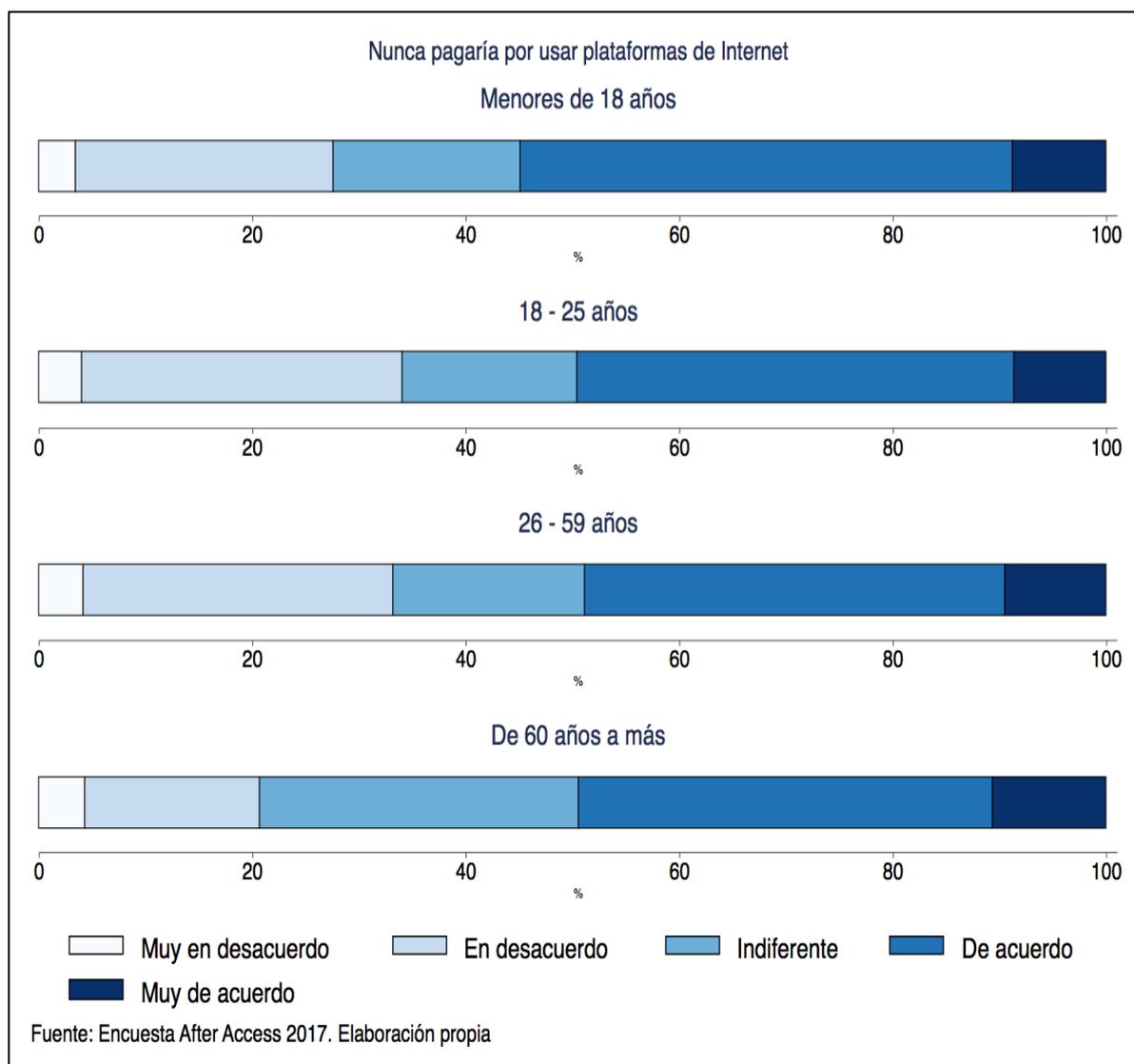


Gráfico 21f: Actitud frente a la idea 6 “Nunca pagaría por usar/descargar software o plataformas de Internet”



8. Balance

Este informe ha sido un breve análisis descriptivo sobre la diferencia etaria a partir de la información cuantitativa recogida por la encuesta “After Access 2017” del Proyecto OlaTICs, en relación al acceso y uso de dispositivos móviles, Internet y redes sociales en cinco países latinoamericanos: Argentina, Colombia, Guatemala, Paraguay y Perú.

En general, se observa una tendencia decreciente del uso de las TIC en la medida que aumenta la edad del grupo. Efectivamente, el Grupo 4 está rezagado tanto en el acceso y uso de dispositivos como en el acceso y uso de las propias tecnologías; como consecuencia se evidencia una brecha generacional que perjudica la inserción de la población de adultos mayores en la sociedad de información. Sin embargo, la pregunta es ¿a qué se debe?, en realidad, es apresurado a este nivel de análisis concluir relaciones causales, no obstante, los datos descritos permiten formular una serie de hipótesis para explicar los motivos por los cuales la población adulta mayor no se está integrando; una vez se evidencien las hipótesis, se podría proponer políticas que reduzcan eficientemente esta brecha.

Por lo pronto, algunos aspectos importantes se pueden destacar del presente informe. Primero, todos los grupos etarios tienen bajo uso de los medios de comunicación tradicionales; contrario a lo que se esperaba, los adultos mayores en estos cinco países utilizan de forma escasa estos medios tradicionales. Un caso especial es el uso del teléfono público, ya que, siendo un medio tradicional, los jóvenes lo utilizan muchísimo más. No obstante, ello puede deberse a una falta de acceso a un teléfono con saldo a su disposición, en el caso de los jóvenes, y un problema de movilidad, en el caso de los adultos mayores.

Segundo, en lo concerniente a la descripción del entorno social del informante, se vio que no hay diferencia entre grupos ocupacionales en la participación de alguna organización, asociación o cooperativa. Sin embargo, cuando se analizó el entorno social que usa TIC, sí hay un desequilibrio en contra de los adultos mayores, pues tienen menos amigos inmersos en estas tecnologías. Asimismo, este grupo etario mostró menor autonomía a la hora de enfrentar un problema con la tecnología, prefiriendo contactar a un técnico o pedirle ayuda a algún pariente.

El tercer foco de análisis, acceso y uso de dispositivos móviles, en principio mostró una realidad distinta a lo esperado. En efecto, en un primer momento sorprendió que la diferencia en el acceso al dispositivo entre los grupos etarios era baja; no obstante, cuando se observó distinguiendo por tipo de dispositivo, las diferencias se hicieron evidentes, pues si bien es cierto que los adultos mayores tienen terminal móvil, estos son de funciones básicas. En cambio, el mayor porcentaje de informantes jóvenes tiene un Smartphone.

Dado ello, era de esperarse una brecha en el acceso y uso de Internet. Efectivamente, se evidenció que el Grupo 4, tiene menos porcentaje de informantes que poseen un computador

y que usan Internet. Asimismo, al analizar el tipo de actividades, se ve que este grupo es el que menos redes sociales utiliza. Cabe señalar que se trata de una diferencia bastante pronunciada en todos los casos.

Además, los que no usan Internet exponen razones distintas en función a su grupo etario; en consecuencia, mientras los jóvenes no usan Internet por cuestiones de acceso, los adultos mayores no usan Internet por desinterés o desconocimiento.

Por último, en el apartado final se discutió respecto a las opiniones de los informantes sobre las tecnologías. De esta forma, se vio que el Grupo 4 tiene opiniones más negativas que los demás grupos respecto a las ventajas de las tecnologías; por el contrario, tiene opiniones más optimistas con respecto a las desventajas o riesgos de estas tecnologías. Este segundo hecho resulta curioso, pero se planteó que puede deberse a que los adultos mayores tendrían menos información y estarían menos prevenidos de los riesgos asociados a las TIC, lo que podría ser un perjuicio para ellos.