

Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y de la comunicación

El objetivo de este estudio es analizar cómo las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, que conforman y diseñan el modelo de sociedad prevalente actualmente, y que llamamos Sociedad de la Información, afectan, modulan y condicionan la vida de los jóvenes en sus relaciones familiares.

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, y su consecuencia social más palpable, la Sociedad de la Información, constituyen una fenomenal entrada al estudio sociológico de la matriz social.

La sociedad, como realidad plurivalente y admirablemente poliédrica, puede estudiarse desde muy variadas perspectivas. Hacerlo desde las Tecnologías de la Información y de la Comunicación y desde la Sociedad de la Información es otra más, muy legítima, y de enorme calado a juzgar por los impactos que está originando.

Hay consenso en afirmar que la Sociedad de la Información entra a formar parte, aunque sea la última y quizá la más pequeña, de las grandes *revoluciones* –etimológicamente, lo que dio la vuelta a la historia– de la especie humana junto con la agricultura y la industria.

Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y de la comunicación



Santiago Lorente
Francisco Bernete
Diego Becerril

injuve



Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y de la comunicación

Santiago Lorente

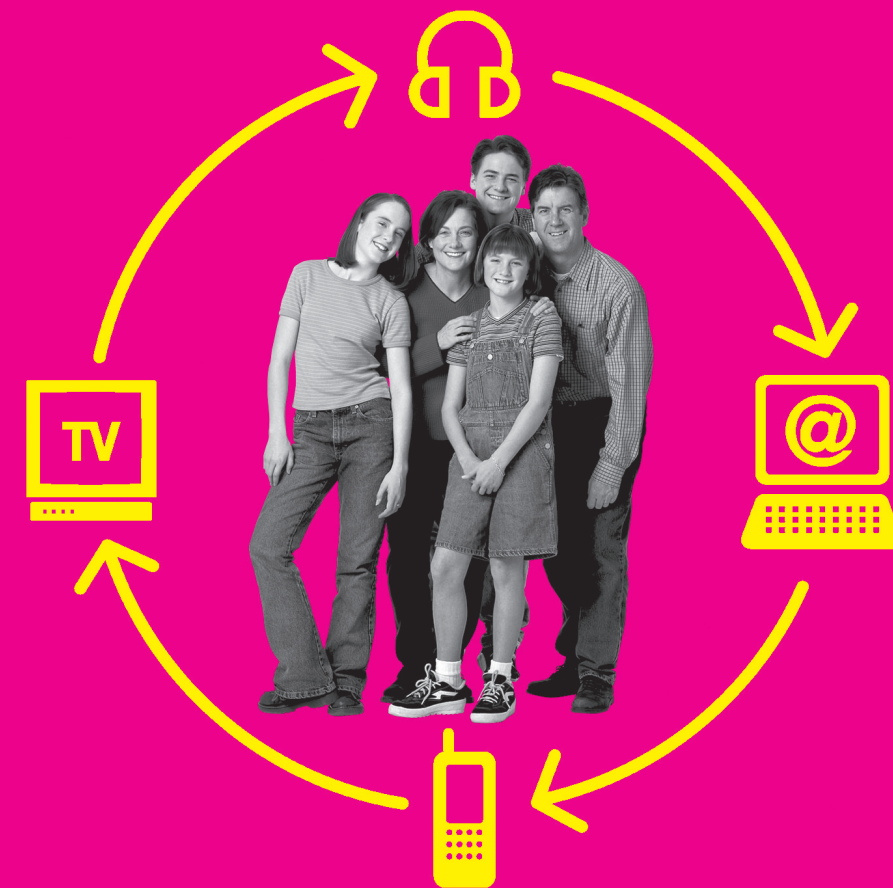
Universidad Politécnica de Madrid

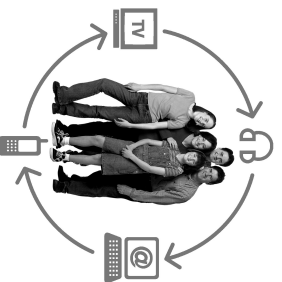
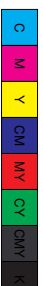
Francisco Bernete

Universidad Complutense de Madrid

Diego Becerril

Universidad de Granada





Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y de la comunicación

Santiago Lorente

Universidad Politécnica de Madrid

Francisco Bernete

Universidad Complutense de Madrid

Diego Becerril

Universidad de Granada



Jóvenes, relaciones familiares y Tecnología de la Información y de la Comunicación

Santiago Lorente
Universidad Politécnica de Madrid

Francisco Bernete
Universidad Complutense de Madrid

Diego Becerril
Universidad de Granada

Primera edición 2004



© Instituto de la Juventud
C/ José Ortega y Gasset, 71
28006 Madrid

Consejería Técnica de Planificación y Evaluación
Servicio de Documentación y Estudios

Diseño de cubierta: Pep Carrió / Sonia Sánchez

Impresión: LERKO PRINT, S.A.
Paseo de la Castellana, 121. 28046 Madrid

NIPO: 208-04-016-1
ISBN: 84-96028-18-6
D.L.: M. 39.206-2004

Impreso y hecho en España
Printed and made in Spain

ÍNDICE

ÍNDICE GENERAL	5
ÍNDICE DE CUADROS	7
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	13
EQUIPO DE INVESTIGACIÓN.....	17
INTRODUCCIÓN.....	19
1. CONCEPTOS PARA LA DELIMITACIÓN DEL OBJETO DEL ESTUDIO: TIC, SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, FAMILIA Y JUVENTUD	21
1.0 Introducción	21
1.1. Los conceptos básicos.....	22
1.2. Resumen y conclusiones.....	32
1.3. El impacto de las TIC en la juventud dentro de la familia	39
1.4. Resumen y conclusiones	41
2. ESTRUCTURA DE FAMILIAS Y HOGARES.....	43
2.0. Introducción	43
2.1. Penetración de TIC.....	44
2.2. «Geografía» de las TIC	53
2.3. Lugares donde se usan las TIC	58
2.4. Estructura de las familias y condiciones de vida en entornos urbanos....	70
2.5. Resumen y conclusiones.....	89
3. LOS JÓVENES Y LAS RELACIONES FAMILIARES.....	93
3.0. Introducción	93
3.1. Calificación de las relaciones familiares.....	94
3.2. Las relaciones mediadas por las TIC.....	109
3.3. TIC y relaciones familiares	123
3.4. Resumen y conclusiones	135

4. NECESIDADES Y USOS DE LAS TIC POR PARTE DE JÓVENES Y ADULTOS URBANOS.....	141
4.0. Introducción	141
4.1. La necesidad de las tecnologías informacionales y comunicativas..	145
4.2. El conocimiento y la utilización de las TIC	159
4.3. Los fines del manejo de las TIC.....	178
4.4. El sentido de lo global y local reflejado en el uso de las TIC	186
4.5. Resumen y conclusiones.....	189
5. LAS TIC, LOS JÓVENES Y LAS ESTRUCTURAS DE PODER EN LAS FAMILIAS.....	197
5.0. Introducción	197
5.1. Las decisiones familiares: propuestas, compras y pagos	198
5.2. La transmisión de conocimientos sobre el uso de las tecnologías...	213
5.3. Reglas y controles en el uso de las TIC	224
5.4. Los conflictos por el uso del televisor y el ordenador	230
5.5. Resumen y conclusiones.....	237
6. OPINIONES DE LOS JÓVENES SOBRE LAS REPERCUSIONES SOCIALES DE LAS TIC.....	243
6.0. Introducción	243
6.1. Las repercusiones sociales derivadas del uso del teléfono móvil	245
6.2. Las repercusiones sociales derivadas del uso de Internet	261
6.3. Resumen y conclusiones.....	272
7. RESUMEN Y CONCLUSIONES	279
REFERENCIAS.....	301
APÉNDICES.....	305
A1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	307
A2. TABLAS MARGINALES DE LA ENCUESTA	311

ÍNDICE DE CUADROS

1.1.	Significado de TIC según tecnologías y disciplinas profesionales	29
1.2.	Aplicaciones de las TIC en distintos ámbitos de la sociedad	37
1.3.	Tecnologías contempladas en la presente investigación	40
2.1.	Factores más influyentes en la posesión de teléfono móvil	49
2.2.	Posesión de teléfono móvil en los jóvenes, por edad y género	49
2.3.	Parámetros estadísticos referidos a televisores y ordenadores	52
2.4.	Ubicación del televisor por tipo de vivienda	54
2.5.	Ubicación del televisor por clase social	55
2.6.	Ubicación del PC por tipo de vivienda	55
2.7.	Ubicación del PC por clase social	56
2.8.	Lugar de la casa donde se utiliza de manera más frecuente el televisor y el ordenador	60
2.9.	Combinaciones de género y edad donde se encuentran mayores proporciones de usuarios del PC en cada espacio doméstico	62
2.10.	Lugares desde donde se accede a internet y al correo electrónico	63
2.11.	Grupos de edad que acceden a internet y correo electrónico en proporción superior a la media del conjunto en cada uno de los lugares ..	65
2.12.	Lugares desde donde se accede a internet, según la edad	66
2.13.	Lugares desde donde se accede al correo electrónico, según la edad	67
2.14.	Lugares desde donde se accede a internet, según el género	68
2.15.	Lugares desde donde se accede al correo electrónico, según el género .	68
2.16.	Lugares desde donde se accede a internet, según el nivel de estudios...	68
2.17.	Lugares desde donde se accede al correo electrónico, según el nivel de estudios	69
2.18.	Lugares desde donde se accede a internet, según el estatus socioeconómico	69
2.19.	Lugares desde donde se accede al correo electrónico, según el estatus socioeconómico	69
2.20.	Estado civil	70
2.21.	Estado civil según edad	71

2.22. Tipo de vivienda	72
2.23. Tipo de vivienda por clase social	72
2.24. Tipo de vivienda según estado civil	73
2.25. Convivencia en el hogar	74
2.26. Convivencia en el hogar según edad	74
2.27. Convivencia con familiares.....	75
2.28. Convivencia con no familiares	76
2.29. Clase social prevalente asociada a cada tipo de vivienda.....	79
2.30. Porcentaje de encuestados que salieron del hogar el último día laborable, por edad	81
2.31. Porcentaje de jóvenes que llegan a casa después de las 8 de la tarde, por edad y género	84
2.32. Promedio de horas fuera de la casa por situación familiar y género	85
2.33. Porcentaje de varones y mujeres que regresan al hogar después de las 6 y de las 7 de la tarde, por distintas variables.....	88
3.1. Calificación de las relaciones con los padres	95
3.2. Calificación de las relaciones con los padres, según edad	95
3.3. Calificación de las relaciones con los padres, según género	96
3.4. Calificación de la relación con el padre, según clase social	99
3.5. Calificación de la relación con la madre, según clase social	100
3.6. Calificación de las relaciones con los hijos.....	100
3.7. Calificación de las relaciones con los hijos, según edad.....	101
3.8. Calificación de las relaciones con los hijos, según género.....	102
3.9. Calificación de la relación con los hijos varones, según clase social	105
3.10. Calificación de la relación con las hijas, según clase social	105
3.11. Calificación de las relaciones con los amigos de confianza, según edad ..	106
3.12. Calificación de las relaciones con los amigos de confianza, según género ..	107
3.13. Calificación de la relación con los amigos de confianza, según clase social..	109
3.14. Relación según tipo de medio utilizado	109
3.15. Relación por teléfono fijo según relación por teléfono móvil	110
3.16. Tipo de relaciones y medio según edad	111
3.17. Edad media de las personas según relación y medio utilizado	113
3.18. Edad del novio/a o amigos íntimos con quien se comunica según tipo de medio utilizado	113
3.19. Tipo de relaciones y medio según género	114
3.20. Tipo de relaciones y medio, según género y edad (adultos).....	115
3.21. Relaciones con teléfono fijo según tenencia de otras TIC	119
3.22. Relaciones con el teléfono móvil según tenencia de otras TIC.....	120
3.23. Relaciones con correo electrónico según tenencia de otras TIC	120
3.24. Persona de la familia con quien se comunica más a menudo según TIC .	124
3.25. Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por teléfono fijo, según edad	124
3.26. Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por teléfono fijo, según género	125

3.27. Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por teléfono móvil, según edad.....	126
3.28. Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por teléfono móvil, según género.....	127
3.29. Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por correo electrónico, según edad	128
3.30. Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por correo electrónico, según género	129
3.31. Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por teléfono fijo, según edad	130
3.32. Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por teléfono fijo, según edad y género	132
3.33. Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por teléfono móvil, según edad.....	132
3.34. Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por correo electrónico, según edad	133
4.1. Rasgos que distinguen a quienes consideran el teléfono fijo muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario.	148
4.2. Rasgos que distinguen a quienes consideran el teléfono móvil muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario.	148
4.3. Rasgos que distinguen a quienes consideran el televisor muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario.....	152
4.4. Rasgos que distinguen a quienes consideran el ordenador muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario.	153
4.5. Relación entre la necesidad estimada del correo electrónico y la necesidad del ordenador.....	156
4.6. Relación entre la necesidad estimada del acceso a páginas web y la necesidad del ordenador	156
4.7. Rasgos que distinguen a quienes consideran el correo electrónico muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario.....	157
4.8. Rasgos que distinguen a quienes consideran el acceso a páginas web muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario	158
4.9. Rasgos que distinguen a quienes consideran los chats poco necesarios, frente a quienes los consideran nada necesarios.	159
4.10. Población que usa el ordenador personal	163
4.11. Género de personas que más usa el ordenador en la casa del entrevistado	164
4.12. Edad de la persona que más usa el ordenador en la casa del entrevistado	164
4.13. Horas semanales dedicadas a la televisión	165
4.14. Tiempo dedicado a la televisión según rasgos sociodemográficos	166
4.15. Uso del ordenador según rasgos sociodemográficos	166
4.16. Población española que conoce y usa internet	170

4.17. Conocimiento y uso de internet, según rasgos sociodemográficos.....	173
4.18. Usuarios de internet, según la posesión, uso y necesidad de las tecnologías	173
4.19. Usuarios de internet, según sus opiniones sobre internet	174
4.20. Población española que conoce y usa el correo electrónico	174
4.21. Conocimiento y uso del correo electrónico, según rasgos sociodemográficos	175
4.22. Usuarios del correo electrónico, según la posesión, uso y necesidad de las tecnologías	177
4.23. Usuarios del correo electrónico, según sus opiniones sobre internet....	178
4.24. Quiénes usan el móvil para mantener conversaciones largas	180
4.25. Rasgos sociodemográficos que identifican a quienes usan y quienes no usan el teléfono móvil para gestiones diversas	182
4.26. Rasgos sociodemográficos que caracterizan a quienes usan el teléfono móvil para llevar a cabo gestiones diversas	183
4.27. Actividades para las que se utiliza internet, según la edad	186
4.28. Actividades para las que se utiliza internet, según género	186
4.29. Identificación geográfica por edad de los jóvenes.....	188
4.30. Diferencias entre jóvenes y adultos, según estimen su necesidad de TIC ..	191
4.31. Diferencias entre jóvenes y adultos, según los usos que hacen de las TIC .	191
4.32. Índice de desarrollo tecnológico	195
5.1. Propuesta de compra del teléfono móvil, según edad.....	199
5.2. Propuesta de compra del ordenador. según edad	200
5.3. Propuesta de compra del teléfono móvil, según género.....	202
5.4. Propuesta de compra del ordenador, según género	203
5.5. Propuesta de compra del teléfono móvil, según clase social	204
5.6. Propuesta de compra del ordenador, según clase social	205
5.7. Propuesta de compra del teléfono móvil, según nivel de estudios	206
5.8. Propuesta de compra del ordenador según nivel de estudios	206
5.9. Compra y propuesta de compra del teléfono móvil	207
5.10. Compra del teléfono móvil, según edad	208
5.11. Compra del teléfono móvil, según género	209
5.12. Compra, propuesta y pago del teléfono móvil	210
5.13. Pago del teléfono móvil, según edad.....	211
5.14. Pago del teléfono móvil, según género.....	212
5.15. Pago del teléfono móvil según propuesta de compra.....	213
5.16. Enseñantes familiares, según TIC.....	214
5.17. Enseñantes familiares según TIC y edad.....	214
5.18. Enseñantes familiares de manejo del ordenador, según género.....	215
5.19. Enseñantes familiares de manejo del ordenador, según clase social.....	216
5.20. Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del móvil	216
5.21. Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del móvil, y edad	217

5.22.	Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del ordenador	217
5.23.	Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del ordenador y edad	218
5.24.	Identificación de los enseñantes familiares según TIC	218
5.25.	Identificación de los enseñantes familiares, según TIC y edad	219
5.26.	Identificación de los enseñantes familiares, según TIC y género	220
5.27.	Enseñados familiares según TIC.....	221
5.28.	Enseñados familiares del manejo del móvil, según edad.....	222
5.29.	Enseñados familiares, según TIC y género.....	222
5.30.	Enseñados familiares, según TIC y clase social	223
5.31.	Identificación de los enseñados familiares, según TIC	224
5.32.	Existencia de reglas para el uso del ordenador, según las edades de los entrevistados	225
5.33.	Existencia de reglas para el uso del ordenador y de internet	226
5.34.	El control paterno de lo que hacen en internet los hijos varones menores de edad	228
5.35.	El control paterno de lo que hacen en internet las hijas menores de edad	229
5.36.	Conflictos familiares en torno al televisor.....	230
5.37.	Conflictos familiares en torno al ordenador.....	231
5.38.	Conflictos familiares en torno al televisor, según edad.....	232
5.39.	Conflictos familiares en torno al ordenador, según edad.....	233
5.40.	Conflictos familiares en torno al televisor, según género.....	233
5.41.	Conflictos familiares en torno al ordenador, según género.....	234
5.42.	Conflictos familiares en torno al televisor, según clase social.....	234
5.43.	Conflictos familiares en torno al ordenador, según clase social.....	235
5.44.	Conflictos familiares en torno al televisor, según número de televisores	236
5.45.	Conflictos familiares en torno al ordenador, según reglas de uso.....	237
6.1.	El acuerdo y el desacuerdo con cada afirmación relativa a las repercusiones sociales del uso del móvil, según las combinaciones de género y edad.....	254
6.2.	Colectivos donde se encuentran proporciones superiores a la media del conjunto de los entrevistados que afirman estar de acuerdo (a) o en desacuerdo (d) con las proposiciones relativas a los efectos del teléfono móvil.	255
6.3.	Repercusiones del teléfono móvil: grupo de jóvenes	260
6.4.	Repercusiones del teléfono móvil: grupo de adultos	260
6.5.	El acuerdo y el desacuerdo con cada afirmación relativa a las repercusiones sociales del uso de internet, según las combinaciones de género y edad	267
6.6.	Colectivos donde se encuentran proporciones superiores a la media del conjunto de entrevistados que afirman estar de acuerdo (a) o en desacuerdo (d) con las proposiciones relativas a los efectos de internet	268
6.7.	Repercusiones de internet. Grupo de jóvenes	270
6.8.	Repercusiones de internet. Grupo de adultos	272

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.1.	Convergencia de tecnologías	27
1.2.	Nexo entre TIC, sociedad de la información, familia y juventud	39
2.1.	Número de televisores	45
2.2.	Posesión de teléfono fijo por tipo de vivienda.....	46
2.3	Posesión de teléfono móvil	46
2.4	Posesión de teléfono móvil, por distintas variables ordenadas de forma descendente	48
2.5	Número de ordenadores por hogar.....	50
2.6	Posesión de ordenador por tipo de vivienda	51
2.7	Penetración de televisores, teléfonos fijos y ordenadores en el hogar ...	53
2.8	Ubicación de los televisores.....	54
2.9	Ubicación del ordenador.....	55
2.10	Comparación entre la ubicación del televisor y el ordenador	57
2.11	Lugares donde el móvil se utiliza de manera más frecuente.....	57
2.12	Rasgos que identifican a quienes usan el móvil en algún lugar de manera preferente	59
2.13	Proporción de encuestados que usan el PC en dormitorios distintos del dormitorio principal	61
2.14	Colectivos donde se encuentran las mayores proporciones de usuarios de ordenador en cada espacio doméstico	63
2.15	Colectivos donde se encuentran las mayores proporciones de usuarios de internet en cada lugar de acceso.....	66
2.16	Colectivos donde se encuentran las mayores proporciones de usuarios de correo electrónico en cada lugar de acceso	67
2.17	Tipo de convivencia, según edad.....	75
2.18	Tipo de vivienda de la población encuestada	77
2.19	Ingresos medios del hogar por tipo de vivienda	78
2.20	Evolución de la renta familiar y del coste de la vivienda.....	79
2.21	Horas fuera de casa, por jóvenes y adultos.....	81
2.22	Horas fuera de casa, por género y edad.....	82

2.23. Horas fuera de casa, ordenadas ascendentemente por una serie de variables	82
2.24. Hora de salida por la mañana y de regreso por la tarde/noche	83
2.25. Quién cuida con más frecuencia de los niños al regreso del colegio	85
2.26. Horario de regreso al hogar, por género y tener hijos	86
3.1. Calificación de la relación del padre, según ideología	98
3.2. Calificación de la relación con la madre, según ideología.....	98
3.3. Calificación de las relaciones con los hijos varones, según ideología....	103
3.4. Calificación de las relaciones con las hijas, según ideología.....	103
3.5. Calificación de la relación con los amigos de confianza, según ideología.....	108
3.6. Tipo de relaciones, según medio y edad	113
3.7. Tipo de relación, por teléfono fijo, según convivencia	116
3.8. Tipo de relación, por teléfono móvil, según convivencia	117
3.9. Tipo de relación, por correo electrónico, según convivencia	118
3.10. Relaciones sociales por teléfono fijo, según ideología.....	121
3.11. Relaciones sociales por correo electrónico, según ideología.....	122
3.12. Familiar con quien no convive y se relaciona más a menudo, según TIC	130
3.13. Familiar con quien convive y se comunica más a menudo, según TIC ..	134
4.1. Necesidad de cada instrumento de comunicación	145
4.2. Necesidad del ordenador y del teléfono móvil para la población española	147
4.3. Quiénes necesitan mucho o bastante cada tipo de teléfono, según con quiénes viven	149
4.4. Quiénes necesitan mucho o bastante cada tipo de teléfono, según con quiénes hablan más a menudo por teléfono.....	150
4.5. Quiénes consideran «muy necesario» el ordenador, según la edad.....	151
4.6. Quiénes necesitan «mucho» o «bastante» el televisor y el ordenador, según con quiénes viven.....	152
4.7. Para quién es «muy» o «bastante» necesario cada uno de los cuatro instrumentos de comunicación.....	154
4.8. Conocedores de internet que consideran «muy» o «bastante» necesario cada servicio.....	155
4.9. Quiénes consideran «muy» o «bastante» necesario el correo electrónico y el acceso a páginas web según las edades.....	157
4.10. Frecuencia con la que se utiliza el móvil para hablar y para enviar mensajes escritos	160
4.11. Usuarios del teléfono móvil que lo utilizan poco o nada para hablar y nada para enviar mensajes escritos y para hablar	161
4.12. Rasgos asociados a un uso frecuente del móvil para enviar mensajes escritos y para hablar.....	162
4.13. Equipamiento y uso de ordenadores en el hogar.....	164
4.14. Proporción de usuarios del ordenador, según las edades.....	167

4.15. Proporción de usuarios del ordenador, según el nivel de estudios.....	167
4.16. Proporción de usuarios del ordenador, según la clase social	168
4.17. La contraposición sociodemográfica entre usuarios del ordenador y del televisor	169
4.18. Población juvenil que conoce y usa internet en el conjunto de España y de las ciudades grandes	171
4.19. La contraposición sociodemográfica entre quienes son usuarios de internet y quienes no saben lo que es.....	172
4.20. Usuarios de internet y correo electrónico, según la edad	176
4.21. Usuarios de internet y correo electrónico, según el nivel de estudios...	176
4.22. Usuarios de internet y correo electrónico, según la clase social.....	177
4.23. Usos del teléfono móvil.....	179
4.24. Fines concretos de las conversaciones cortas, mediante el móvil (1)	179
4.25. Fines concretos de las conversaciones cortas, mediante el móvil (2)	180
4.26. Quiénes usan el móvil para conversaciones largas, según los rangos de edad.....	181
4.27. Actividades para las que se utiliza internet	184
4.28. Géneros y edades asociados a cada actividad realizada por internet....	185
4.29. Identificación geográfica	187
4.30. Ubicación geográfica de los destinatarios de llamadas de teléfono fijo, teléfono móvil y correo electrónico.	188
5.1. Propuesta de compra por la propia persona	201
5.2. Propuesta y compra del teléfono móvil.....	208
6.1. Afirmaciones acerca de las repercusiones sociales del teléfono móvil...	246
6.2. De acuerdo con la frase: «el móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente», según la edad.....	248
6.3. De acuerdo con la frase: «el móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres», según la edad.....	252
6.4. De acuerdo con la frase: «el móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta», según la edad	253
6.5. Cómo se asocian las proposiciones acerca de los efectos del teléfono móvil	259
6.6. Afirmaciones acerca de las repercusiones sociales de internet	261
6.7. De acuerdo con la frase: «se navega con más tranquilidad estando solo», según la edad	262
6.8. De acuerdo con la frase: «con internet se generan amistades», según la edad.....	265
6.9. Cómo se asocian las proposiciones acerca de los efectos de internet....	271
6.10. Las repercusiones del móvil en la familia, según la clase social	277
6.11. Las repercusiones de internet en la vida social y familiar de los usuarios, según la clase social y el nivel de estudios	278

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Director y coordinador:

Santiago Lorente

Establecimiento de hipótesis:

Santiago Lorente

Francisco Bernete

Santos Carranza

Mónica Segovia

Eduardo Torres Salanova

Grupos de discusión:

Valencia: Santiago Lorente y Ángel Guijarro

Barcelona: Jordi Busquet

Madrid: Santos Carranza y Gladys Mathieu

Cuestionario:

Santiago Lorente

Francisco Bernete

Santos Carranza

Trabajo de campo:

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)

Proceso de Datos:

Javier Alberdi (Monitor Set)

Santiago Lorente

Diego Becerril

Redacción:

Santiago Lorente

Francisco Bernete

Diego Becerril

INTRODUCCIÓN

Como todo en la vida, este informe tiene también su etiología y su pequeña historia, que es de interés relatar a los lectores.

Hay que decir que esta investigación es, ante todo, la consecuencia de una importante pregunta que se hizo en el Foro de Valencia, organizado por el INJUVE, los días 14 y 15 de noviembre de 2001, sobre «La juventud y la Sociedad de la Información». Allí se analizó en profundidad cómo la sociedad de la información afecta de plano en la juventud. Ese Foro fue, a su vez, consecuencia de la publicación (Lorente 1999) por parte del INJUVE de un número monográfico de la Revista de Juventud dedicada al impacto de la sociedad de la información en la juventud. Pero en las Jornadas de Valencia se apuntó la necesidad de estudiar de qué manera la familia modula el impacto de las TIC en la juventud y en la familia. En otras palabras, que el impacto de la sociedad de la información sobre los jóvenes tiene su escenario principal, primordial –aunque no único– en la institución familiar. Consecuentemente, el reto lanzado en Valencia fue recogido fielmente, y aceptado por el INJUVE, como motor inicial para arrancar esta investigación.

La historia de esta investigación ha contado con un excelente eslabón intermedio, también organizado por el INJUVE, que ha sido otro Foro, esta vez celebrado en Murcia, sobre «Relaciones Familiares, Juventud y Sociedad de la Información», los días 9 y 10 de octubre de 2003. En dicho Foro, efectivamente, se vio cómo la familia constituye un poderoso agente de intermediación: si se analiza el impacto de las TIC en la juventud hay que considerar, necesariamente el papel que juega la familia en la modulación de dicho impacto. Será bueno si la familia sabe aprovecharlo, pero mucho nos tememos que la familia aún no sabe hacerlo, por lo que hay que concluir que constituye un imperativo que los padres conozcan más las posibilidades y los peligros que entrañan las TIC para sus hijos, en materia tanto de obtención de información como de comunicación interpersonal.

Las Jornadas de Valencia (2001) y de Murcia (2003) han de considerarse como dos excelentes bases para esta investigación, y sin las cuales el presente estudio hubiera quedado fuertemente mutilado.

Como ha quedado sobradamente dicho, el objetivo de este estudio es analizar cómo las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), que conforman y diseñan el modelo de sociedad prevalente actualmente, y que llamamos Sociedad de la Información, afectan, modulan y condicionan la vida de los jóvenes en sus relaciones familiares. Objetivo ambicioso, a la par que nuevo, ya que, como tal, no aparece en la literatura de la sociología, ni española ni extranjera. Constituye, por tanto, una auténtica novedad, y los autores de este informe nos congratulamos en que hayamos tenido la enorme ocasión, académica y personal, de iniciar una línea de investigación que, ni en los sectores de la sociología de la familia, ni en los de la sociología de la comunicación, ni en los de la sociología de la juventud, habían sido previamente abordados.

No se estima que sea preciso insistir y recalcar que Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), y su consecuencia social más palpable, la Sociedad de la Información, constituyen una fenomenal entrada al estudio sociológico de la matriz social. La sociedad, como realidad plurivalente y admirablemente poliédrica, puede efectivamente estudiarse desde variadísimas perspectivas. Hacerlo desde las TIC y desde la Sociedad de la Información es otra más, muy legítima, y –hay que aseverar, por cierto– de enorme calado a juzgar por los impactos que está originando. Hay consenso en afirmar que la Sociedad de la Información entra a formar parte, aunque sea la última y quizá la más pequeña, de las grandes *revoluciones* –etimológicamente, lo que dio la vuelta a la historia– de la especie humana junto con la agricultura y la industria. Por tanto, analizar el impacto de estas tecnologías en la juventud y en la familia en la que aquella está inserta, constituye un objetivo no sólo legítimo, sino laudable y necesario.

Hay que concluir diciendo que el presente libro tiene tres autores, los tres sociólogos, pero cada uno con su bagaje intelectual y académico propio, diferenciado, y en ocasiones contradictorio. Por ello, en esta publicación, se ha respetado la peculiar forma de enfocar cada uno los fenómenos sociales que aquí se analizan y comentan, peculiar forma que, en ocasiones, puede incluso resultar contradictoria, y muchas veces diversa aunque complementaria. Por ello, se ha optado por poner, a modo de *reader*, los nombres de cada autor que es responsable de cada parte del texto, salvando así su propia responsabilidad frente a sí mismo y a sus lectores.

1. CONCEPTOS PARA LA DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: TIC, SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, FAMILIA Y JUVENTUD

En este capítulo se va a hacer un somero repaso a los tres conceptos básicos sobre los que versa la presente investigación: la sociedad de la información (que es el resultado social de la aplicación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación), la institución familiar y la juventud que está inserta en dicha institución. Todo ello se hace bajo la hipótesis más general, y de alguna manera empíricamente irrefutable, que si la sociedad de la información constituye un médium omnipresente, que afecta de forma muy importante a todas las instituciones sociales, también y además va a afectar muy relevantemente a la propia institución familiar y a la juventud que vive en ella.

Por Santiago Lorente

1.0. INTRODUCCIÓN

No es por azar que empezamos este capítulo intentando delimitar los conceptos analizados, porque desgraciadamente, en el discurso popular, lo que se entiende por TIC es una cierta mezcla de cosas no bien definidas, a las que todos llaman “nuevas” tecnologías, mezclando las de hace 130 años, como el teléfono, y otras con menos de una década, como el correo electrónico. Además, no se desagrega del concepto de “tecnología” las que son estrictamente de la información y de la comunicación, de otras como los nuevos materiales (polímeros, resinas...) o nuevos desarrollos de la bioingeniería (genética, clonación...). De ahí que justifiquemos ahora este primer apartado del capítulo en que se aborda y se delimitan los campos.

Pero, además de ello, en el apartado 2 se explica con cierto detenimiento la primera derivada de las TIC, que es la sociedad de la información, que, en aras a ser consecuentes, debería llamarse *sociedad de la información y de la comunicación (SIC)*,

al igual que lo hacemos con las tecnologías que constituyen su urdimbre. En este apartado diremos cuáles son los sectores sociales más afectados, con objeto de justificar que la familia es uno de ellos, aunque la actividad académica e investigadora de las ciencias humanas lo haya pasado por alto de una forma inexplicable.

Porque, efectivamente, las TIC y la SIC afectan muy mucho a la familia y a la juventud que vive con la familia. De ello se empezará a tratar en el apartado tercero, pero constituirá el meollo y *leitmotiv* de la presente investigación.

1.1. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

La frase que se cita, del ingeniero norteamericano venido a analista social, Anthony Oettinger, fue pronunciada en el Seminario de Salzburgo, de la Fundación Fulbright, sobre tecnologías de la información, en 1984. Entonces sólo se llamaban así, e incluso en EE.UU. no se le añade generalmente la palabra “comunicación” porque, según sus expertos, la información ya incluye que haya que ser comunicada, al contrario que en Europa, donde el énfasis está en el acto comunicativo difusivo o interpersonal, en el que, por el hecho de comunicarse las personas, se comunica información también. Dos visiones complementarias.

En relación con estas visiones de algún modo también contrapuestas, todo el análisis nace de que somos seres vivos. Así de simple. La materia inerte está quieta, los átomos no se comunican. Mientras que en la materia viva, las células intercambian información, se comunican, constantemente. Eso es lo que separa a la vida de la materia inerte. Por supuesto, los animales también se comunican, con su peculiar lenguaje fundamentalmente gestual, pero también usando otros canales sensibles como el olor y los colores. Se comunican también las plantas. Pero los humanos lo hacemos más en cantidad y en calidad. Posiblemente, en cuanto a comunicación, estemos ante un fenómeno de grado entre plantas, animales y humanos.

Hay tecnologías para comunicarse desde los albores de los tiempos. Consecuentemente, las tecnologías de la comunicación no son nuevas. El tam-tam, el humo, las hogueras, las linternas... Los jugadores de cartas, cuando lo hacen en equipos, se comunican mediante gestos, guiños, expresiones faciales... Las autoridades académicas de Atapuerca incluso especulan que la extinción de los Neandertales pudo deberse a limitaciones del equipo fonador de estos humanos y, consecuentemente, a una precaria comunicación entre ellos que les provocó el colapso como especie humana viva (Arsuaga y Martínez: 1998, 314–318). Aunque más recientemente (Arsuaga, 2003) se piensa que es la distinta evolución del cerebro del Neandertal y del Cromagnon el que nos separó como especie.

La comunicación entraña información. Es decir, células, vegetales, animales y humanos nos comunicamos para transmitir información. El día 28 de abril de 1850,

*Sin la materia, nada existe.
Sin la energía, nada sucede.
Sin la información, nada tiene sentido.
(Anthony Oettinger, 1984)*

Julius Reuter empezó su carrera como intermediario de información con sus 45 palomas mensajeras. En aquel tiempo no existían líneas de telégrafo que unieran Bruselas con Aachen. Las palomas de Reuter, que había alquilado de un cervecero, podían cubrir la distancia de 200 Km en un poco más de dos horas. Reuter demostró asimismo que la información es un bien como cualquier otro. Cuanto más rápidamente pueda transportarse de un sitio a otro, más valor tiene para el receptor de la misma.

Naturalmente, hay muchos tipos de comunicación en el campo de los humanos. Está la comunicación desde *uno a muchos*, la difusiva. Por ejemplo, el tam-tam, cuyo monótono ruido se oye por todos; un faro en la costa, que emite una misma información a todo barco que pase cerca; un periódico, que es el mismo para todos los que lo leen; la televisión, que se emite desde una misma antena a todos los que se conecten, la radio... Pero está también la comunicación de *uno a uno* (o de *pocos a pocos*), interpersonal, como por ejemplo, el guiño de un jugador de póker, que sólo lo ve el de enfrente que está en su equipo, la carta y la tarjeta postal, que se escribe por una o pocas personas y se envía también a uno o pocos familiares, amigos o conocidos; el teléfono, que generalmente se hace entre dos —a no ser que se ponga de aparatos “manos libres”, cuya conversación se puede hacer entre varios.—, y, ahora, el correo electrónico, que mayoritariamente se hace entre dos, aunque pueda hacerse desde uno que lo escribe a algunos que lo reciben.

En definitiva, estamos hablando de tecnologías que se hunden en el tiempo (como el tam-tam) y de otras muy recientes (como el correo electrónico). Cincuenta mil años las separan. ¿Qué las separa a unas de otras? Pues un pequeño milagro, llamado electricidad. Surge aproximadamente hacia principios del siglo XIX, y cuaja cuando Volta logra almacenarla en las primeras pilas. Se llama así por el griego, *electron*, que significa *ámbar*, porque este material tiene unas propiedades parecidas de atracción de otros cuerpos como lo que al principio vieron en la electricidad. El hecho es que, a partir de 1800 más o menos, la vida de la especie humana cambia de forma radical¹. Y creemos que para bien: la humanidad empieza a tener luz con las bombillas. Era una especie animal bastante a oscuras. La humanidad empieza a tener motores eléctricos, además de los de carbón y petróleo, dando así una nueva vuelta a la tuerca de la revolución industrial. La humanidad empieza a calentarse con los radiadores y estufas eléctricas... La humanidad empieza a diseñar dispositivos de control automáticos eléctricos. Y la humanidad empieza a comunicarse y a transmitirse información usando la electricidad. De modo que la electricidad supone luz, energía, control de procesos y comunicación. En poco más de treinta años surge el telégrafo eléctrico (Mor-

¹ El siglo XIX conoció una gran e inmensa revolución tecnológica debida a la electricidad: el almacenamiento de la energía (Volta, 1800), la relación entre el calor y la electricidad (Oersted, 1819), la intensidad (Ampère), el magnetismo (Faraday), la resistencia (Ohm), la lámpara incandescente (Edison), el electro-magnetismo (Maxwell), los rayos catódicos (Goldstein), el diodo (Fleming)... Pero el siglo XIX es, todo él, una gigantesca revolución: los inicios de la programación (Lovelace), el álgebra de Boole, la máquina diferencial de Babbage, la máquina calculadora (Baldwin), las tarjetas perforadas (Hollerith) y la máquina calculadora e impresora (Burroughs).

se, 1834), cuarenta años después el teléfono (inventado por Meucci, 1874 y patentado por Bell en 1876), un siglo después la radio (Marconi, 1900), siglo y medio después los ordenadores (ENIAC, 1946) y la televisión en blanco y negro²... y ya tenemos servido el cóctel actual: unas herramientas básicas para comunicarnos e intercambiar información que usan el electrón (partícula básica del átomo) como pieza fundamental de su maquinaria, igual que la rueda dentada en el reloj. Además del electrón, y desde 1905, debido al trabajo de Einstein, se demostró que la luz puede tratarse en ciertos aspectos como partículas –fotones–, que, al igual que los electrones, se usan también para la transmisión de información en la fibra óptica³, que es un cable de vidrio altamente transparente, y más barato que el cobre de los cables tradicionales. La fibra óptica fue desarrollada a partir de 1970.

Se puede, con estos antecedentes, llegar a una fácil definición de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. En el recuadro se puede ver una muy sintética de ellas.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN SON...

- Modos humanos de realizar acciones
- relacionadas con la captación, transporte, procesamiento, intercambio y difusión.
- de mensajes y datos (sobre todo, información (menos) y conocimiento (muy poco).
- acciones realizadas indistintamente por personas y máquinas, y entre personas y máquinas.
- Su sustrato material es la electricidad, la electrónica y la fotónica (de momento).
- Su sustrato y motor intelectual es el software.
- Se aplica generalmente a las telecomunicaciones y a la informática,
- y excepcionalmente se aplica también a la robótica y a la automática,
- y desde los años 1990, en Europa, se incluye en ellas también a la industria de los contenidos, el audio-visual y el multimedia.

La tecnología, hay que decirlo con contundencia, no son los cacharros, las herramientas, ni nada de eso. La tecnología es, ante todo, unos *modos humanos* de hacer cosas, de realizar acciones. Los animales tienen “técnica”: hacen palos, construyen nidos... pero los humanos, juntando esas dos piezas que tenemos altamente desarrolladas en la cadena evolutiva que son el cerebro y la mano contráctil, realizamos acciones ayudados de herramientas. Tenemos y hacemos “tecnología”. La tecnología es un desarrollo de la técnica, y es un sistema, un modo de actuación, mientras que ésta está constituida por instrumentos o herramientas. La artesanía es técnica. Las TIC son un sistema humano que integra también aspectos organizativos y culturales: “es la aplicación del conocimiento científico y de

² La televisión no tiene, en sí mismo, un descubridor, porque fue la simbiosis de varios descubrimientos, entre los que cabe mencionar, sobre todo, el de los rayos catódicos (1876) que permitió que Zworykin construyera una primera cámara de televisión, llamada por él iconoscopio (=visión de imágenes, en griego), en 1938.

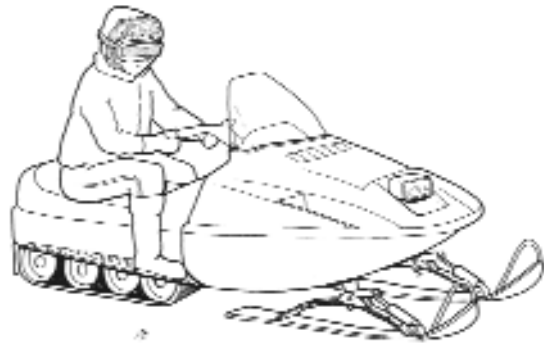
³ Posibilitada gracias a los trabajos de Townes, en 1953, sobre el maser y posteriormente, el laser, desarrollado por Maiman, en 1960.

cualquier otro tipo a tareas prácticas, realizadas por sistemas organizados que implican personas, organizaciones, seres vivos y máquinas” (Pacey: 1994, 6). Pacey además trae a colación la revolución que la tecnología genera en los grupos humanos, con el ejemplo de la *motonieve* entre los esquimales: dicho artefacto –mitad trineo mitad moto todoterreno– contribuyó, en primer lugar, al rápido transporte de los esquimales y a la mayor comunicación entre ellos. Ambos fenómenos dispararon exponencialmente el comercio de bienes y productos, así como el descenso de la cría de renos –que ya no eran necesarios para el transporte, y trajeron finalmente el intercambio de ideas, valores, comportamientos, costumbres, y demás elementos culturales, con lo que estas regiones se aproximaron, técnica y culturalmente, a las áreas más civilizadas y lograron una unión cultural antes insospechada.

En segundo lugar, las acciones humanas inherentes a la tecnología tienen que ver con procesos tales como la captación, el transporte, el procesamiento, el intercambio y la difusión. Pero hay que ver de qué, porque en esto hay mucha confusión.

Ante todo y sobre todo, hacemos estas acciones con mensajes y datos. “Voy a llegar tarde a cenar” podría ser un típico mensaje, desde un teléfono móvil. O un teléfono que nos dan desde el servicio de información de una compañía telefónica. Poco más. Pero también hacemos estas acciones, aunque menos, con información. Un telediario nos ordena y sistematiza lo que ha ocurrido en el mundo. Una ley del Boletín Oficial del Estado puede verse en internet, o hacer una consulta de cuándo se escribe “ojear” u “hojear”... Pero, sin embargo, las acciones que hacemos con estas tecnologías tienen todavía poco que ver con el conocimiento. Si me dispongo a comprar una casa, es muy difícil que pueda tomar una decisión en cuanto a sitio, tipo, precio, tamaño, orientación, diseño... usando estas tecnologías. Internet es, como lo veremos, más bien una fuente de datos y de información, pero el conocimiento tiene más que ver con las síntesis que hace el cerebro, con las decisiones que tenemos que tomar a partir de las informaciones que tenemos... Así que, de esto último, poco todavía.

En la literatura de la sociología de las TIC, aunque no en la literatura de la sociología de la comunicación, se puede deducir de la definición de las mismas que el diálogo y la comunicación se hace indistintamente entre personas, entre máquinas y entre personas y máquinas. Entre personas, cuando dos o más se comunican por teléfono o por correo electrónico. Entre persona y máquina, cuando un humano interactúa con un cajero, dando el número secreto y pidiendo sacar dinero. Y entre máquinas, cuando el cajero se comunica con el ordenador gigante del banco, que recibe la orden y mira hay fondos en la cuenta corriente para realizar la transacción solicitada. Otro



ejemplo de “diálogo” entre máquinas lo tenemos en cualquier ciudad medianamente importante, cuando las cámaras en la calle transmiten información a un ordenador que, a su vez, transmite la orden a los semáforos de abrirse o cerrarse en función del tráfico que están detectando las cámaras. Vivimos los humanos, efectivamente, en una especie de líquido amniótico tecnológico del que pocas veces somos conscientes.

La sangre de las tecnologías, su savia, es la electricidad y la fotónica. Antes ya se dijo que manipulando debidamente, en el buen sentido de la palabra, la diminuta partícula del electrón, se pueden hacer muchas cosas. Igual pasa con el fotón, que es la partícula básica de la luz. Más o menos como los faros: mezclando sabia e ingeniosamente espacios de “luz” y “no luz”, y de “paso de electrón” y “no paso de electrón”, se hacen todas las combinaciones necesarias. Morse lo hizo con el punto y raya. Es el origen del sistema binario, mal llamado *digital*. Un cable transmite electrones. Una fibra óptica (que no es sino un cristal muy largo) transmite fotones. Una onda aérea transmite electrones. Todo esto es lo que, como anglicismo, se llama *hardware*, esto es, almacén, cacharrería⁴... soporte físico, en palabras más académicas. Y es lo que constituye el mundo *digital* del que se nos habla hasta la saciedad como factor o motor de cambio de nuestra sociedad actual (Terceiro: 1996, Terceiro y Matías:2001, Negroponte: 1995, Cremades: 2001).

Pero para que estos variadísimos cacharros funcionen, necesitamos darles órdenes, criterios, normas. Al semáforo hay que decirle cuántos coches tiene que ver la cámara para que se abra. Al ordenador del banco hay que decirle que me identifique como dueño de mi cuenta corriente. Para que un PC haga una raíz cuadrada, hay que darle los pasos de cómo hacerla, porque él sólo no sabe. En fin, que las máquinas son torpes si no fuera porque se les dice, como a párvulos, lo que tienen que hacer. Todo esto es lo que, también como anglicismo, se llama *software*, que es una ingeniosa novedad que podríamos traducir como lo blando de las máquinas... soporte lógico, en palabras más académicas.

Por todo lo visto hasta ahora se habrá podido observar que estamos hablando, lisa y llanamente, de las telecomunicaciones (cables, ondas, fibras ópticas, radio, radar, televisión, teléfonos fijos y móviles), de la informática (ordenadores, video juegos, agendas electrónicas), y algunos autores añaden los robots y la automática, e incluso en Europa, se han preocupado no sólo, para hablar en jerga de los seguros, del *continente*, sino del *contenido*, esto es, de lo que va por dentro de las ondas, cables, fibras y ordenadores y aparatos, como la radio, la televisión, el cine, los DVD, las cámaras digitales... Por supuesto, esta lista puede ser ampliada: rayos X, rayos gamma, escáner, resonancia magnética, ecografía, microscopio electrónico y otros mil equipos que procesan, reciben o difunden información. Éstas son las TIC, que son el fruto de una serie de convergencias de *familias* tecnológicas distintas, que se ven en el gráfico 1.1.

⁴ La utilización de la palabra «cacharrería» para el hardware es del filósofo argentino Mario Bunge, de la Universidad de Montreal, Canadá, quien lo hace profusamente, y de forma jocosa, en sus conferencias, para demostrar la primacía del software (lo verdaderamente humano) sobre el hardware (algo meramente material y vicario).

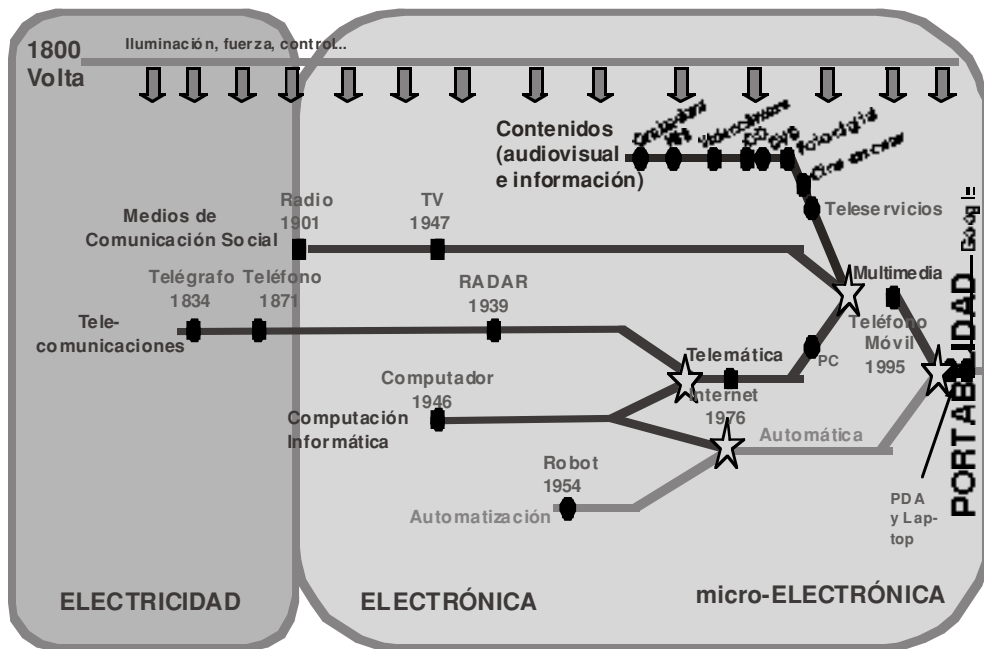


GRÁFICO 1.1
Convergencia de tecnologías

Todo este *cocktail* de tecnologías es relativamente reciente. Antes existían por separado. Pero a sesudos cerebros se les ocurrió, allá por los finales años sesenta del siglo pasado, que si las personas podían hablar por teléfono, usando redes de cables, también los ordenadores podían *hablar*, esto es, comunicarse entre ellos, usando los mismos cables. Es decir, se vio que por los mismos cables se podía meter indistintamente voz humana y datos. A esto se lo llamó en Europa *Telemática* que es una contracción de *telecomunicaciones* e *informática*. España fue incluso pionera con la “Red Especial de Transmisión de Datos” (RETD), que fue la primera red comercial de datos del mundo. Esto ha servido para que España sea también la primera en el mundo en cuanto a cajeros por mil habitantes⁵.

La convergencia de innovación, hardware y software sigue imparable, y sigue imparable la miniaturización, la capacidad de almacenaje y la velocidad de transmisión y de procesamiento. Un teléfono móvil puede ser ya, y de hecho lo es en algunos modelos comerciales, un pequeño ordenador, un GPS o localizador⁶, una agenda elec-

⁵ A pesar de ello, España va a la cola de Europa en casi todos los parámetros relativos a la sociedad de la información, excepto en lo ya mencionado de cajeros, y en la penetración de tecnologías audiovisuales, tales como el televisor, el vídeo y, más recientemente, el «cine en casa» (Informe 2000).

⁶ En Europa se está a punto de sustituir el Global Positioning System (GPS) por el sistema Galileo, más potente que aquél.

trónica, un reloj, una cámara digital... Todo es cada vez más pequeño y, por tanto, cada vez más difícil de reparar. Los dispositivos son cada vez más capaces de almacenar datos: un disco de 300.000 caracteres (o 300 K) era lo normal en los años 80, y hoy lo normal empieza a ser de ciento ochenta mil millones de caracteres (180 G) ¡seiscientos mil veces más en sólo veinte años! Y semejantes cifras podían afirmarse de la velocidad de transmisión, como el ADSL (línea de transmisión de banda ancha o alta velocidad⁷), tema en el que España está también siendo pionera. Si esto es el pasado, cabe pensar que el futuro irá en la misma línea: más convergencia, más capacidad de almacenaje y más velocidad de transmisión. La agenda electrónica, muy posiblemente, emergerá como un artefacto integrador: será agenda, teléfono, cámara digital, telemando universal (para controlar televisión, apertura de puertas, llave del coche...), todo en uno. Otra historia es si los ingenieros sabrán dotar a todos los ingenios venideros de la necesaria amigabilidad y facilidad de uso.

Aunque parezca extraño, la sigla “TIC” está muy lejos de ser un concepto único, entendido unívocamente, así como de ser parcela de una sola disciplina.

El concepto arrancó de Estados Unidos como “Information Technologies” (IT), derivado de la fusión de los ordenadores con las líneas telefónicas. La red “Arpanet” (1969) fue el inicio de lo que actualmente se entiende como Internet (red –“net”– internacional). Algunos (Oettinger) lo llamó “Compunications” (Computer + Telecommunications), término que no cuajó. En Japón, se hizo popular el término “C&C” (Computer and Communications).

En Europa, el ingeniero español Luis Arroyo (mayo 1976) creó el vocablo “Telemática”, contracción de “Telecomunicaciones” e “Informática”, término que casualmente fue también introducido seis meses después en Francia como “Telematique”, en el Informe Nora-Minç, también como contracción de “Telecommunications” e “Informatique”.

Posteriormente, por influjo del mundo de las ciencias de la información, se impuso fuertemente en Europa el de “TIC”, que, como se ve en el cuadro adjunto, constituye una *melée* de conceptos y saberes, con fronteras difusas, confusas y borrosas. En el siguiente cuadro se intenta presentar, de forma sinóptica, lo que significa cada letra de la sigla en función de las tecnologías asociadas y de la disciplina académica asociada. En el cuadro se hace la distinción, en cuanto al tipo de información y comunicación, entre continente (la mediación tecnológica) y el contenido de las mismas, siguiendo la analogía de las compañías de seguros que distinguen entre la casa (continente) y lo que hay dentro de ella (contenido):

⁷ Para particulares, el contrato comercial más habitual es el de 256 KB (mil bits) de bajada de información al usuario, y de 128 KB (mil bits) de subida de información desde el usuario, aunque las compañías abusan ofreciendo un mínimo de «velocidad garantizada» que es un miserable 10% de estas cifras: 25.600 y 12.800, respectivamente, que es una velocidad lentísima para la sensibilidad actual.

CUADRO 1.1.
Significado de tic según tecnologías y disciplinas profesionales

	SIGNIFICADO	TIPO DE INFORMACIÓN	TECNOLOGÍAS ASOCIADAS	DISCIPLINA ASOCIADA
I	Información como Informática	Continente	Ordenadores: Hardware y Software.	Informática.
I	Información	Continente	Ordenadores (software): como procesamiento. Redes de telecomunicación (software): como transmisión.	Matemáticas (teoría de Wiener) y, por asociación, Informática e Ingeniería de Telecomunicación.
I	Información	Contenido	Ninguna.	Filosofía (teoría de la producción del intelecto humano, y su diferenciación respecto a datos, conocimiento y “logos”. Teoría de la información (Shannon, Weaver) Algo también la literatura y la sociología.
C	Comunicación unidireccional (uno a muchos) de contenidos, Difusión, Medios de Comunicación Social.	Contenido y su incidencia en la cosmovisión (personal y colectiva).	Radio, Televisión, periódicos, revistas, Multimedia, Cine, y, en general, “industria de los contenidos”.	Teoría de la Comunicación Sociología.
C	Comunicación interpersonal	Contenidos, y su incidencia en los procesos sociales.	Teléfono fijo, teléfono móvil, mensajería móvil, correo electrónico, “chats”, “Messenger.	Sociología, Psicología, Psicología Social.
C	(Tele)comunicaciones Comunicación Comunicaciones	Continente	Hardware y software de redes (cable, satélite, centrales de conmutación, antenas...). Telemática.	Ingeniería de Telecomunicación (para redes amplias) e Informática (para redes pequeñas)

Por un lado, la “I” de “Información” es ambivalente, por cuanto se la apropian varias disciplinas con significados distintos: los matemáticos, a partir de la teoría de Norman Wiener, los informáticos, para la aplicación de la misma al procesamiento de la información en el interior de los ordenadores mediante la codificación binaria, los ingenieros de telecomunicación, para la transmisión de la misma (de forma analógica y crecientemente digital), en las redes de telecomunicación, y los filósofos. Ninguna de las tres primeras disciplinas se preocupa de ahondar, como hace la filosofía, en la dimensión conceptual y como construcción del pensamiento humano, de la **información** en cuanto agregación estructurada de **datos**, y del **conocimiento**, como aprehensión de la información, ni del concepto griego de “logos”, como sublimación del conocimiento. La literatura también ha hecho incursiones. Recuérdense los inolvidables versos de T.S. Elliot en su obra “The Rock”:

*¿Dónde está la vida que hemos perdido en el vivir?
¿Dónde está la sabiduría que hemos perdido en el conocimiento?
¿Dónde está el conocimiento que hemos perdido en la información?
¿Dónde está la información que hemos perdido en los datos?*

Otros autores (Edgar Morin, Ortega y Gasset, Julián Marías, Javier Echeverría...) han escrito ensayos sobre la distinción entre datos, información, conocimiento y logos. Y además, un amplio elenco (periodistas, pensadores, ensayistas), en sus análisis sobre la sociedad de la información, nos hablan de su preocupación por el excesivo bombardeo de “información”, cuando en realidad lo que quieren decir es de datos, pero de falta de información y conocimiento.

Por otro lado, la “C” de “Comunicación” no es unívoca tampoco, por cuanto se la apropian disciplinas tan dispares como la teoría de la comunicación, la sociología, la psicología social, la informática y la ingeniería de telecomunicación. En primer lugar, está la diversificación del concepto de comunicación en razón de si es unidireccional o bidireccional. El primero se asocia al mundo de los medios, mayoritariamente la televisión, mientras que el segundo lo hace al mundo de la comunicación interpersonal mediada por dispositivos tecnológicos (desde la sociología de la tecnología) o no mediados (desde la teoría sociológica de la comunicación). La primera está en la línea de los *dacibaos*⁸, de los bandos municipales, de la prensa (periódicos y revistas), del cine, de la fotografía, y más recientemente, de la radio, del magnetófono, de la televisión (y del vídeo) y de internet como medio de difusión. Un emisor, muchos receptores. Comunicación “uno a muchos”. Su preocupación es el análisis de los contenidos informacionales y, eventualmente, el orden del mundo (“cosmovisión”) que subyace en ellos, que afecta a individuos y con-

⁸ Como se sabe, los dacibaos son los anuncios escritos que se exponen en lugares públicos, en grandes tiras verticales, en los países orientales (China, las dos Coreas...), para comunicar informaciones (municipales o de cualquier otro tipo).

secuentemente a los colectivos. Nótese que, aunque el término “TIC” debería incluir sólo a las tecnologías de carácter electrónico, en la práctica, los profesionales de las CC. de la información, al preocuparse de los contenidos de la comunicación “uno a muchos”, incluyen también a tecnologías no electrónicas como el cine, los periódicos y las revistas. Ver, por ejemplo, los contenidos de la revista TELOS como caso arquetípico de esta convergencia, y de cómo está controlada por profesionales de la teoría sociológica de la comunicación, debido a la mayor reticencia de los ingenieros de telecomunicación que cuyo sector la edita (y la paga). Esta característica (ser soporte o medio pre-electrónico o sólo electrónico añade un nuevo elemento de confusión al término “TIC”, y entre los profesionales de las CC. de la información no es raro verlos distinguir entre “TIC” (que incluye a los medios pre-electrónicos –prensa, revistas...–) y las “NTIC”, con el apellido de “nuevas”, para incluir sólo a los medios electrónicos (radio, televisión y, actualmente, internet), sin darse cuenta que el término “nuevas” es relativo al tiempo, y por tanto, es lábil y nada exacto (como la famosa categoría de “historia moderna”, que comprende a una época ya pretérita).

El carácter bidireccional, interactivo, de las personas comunicándose (mensajes, datos, noticias, informaciones, sentimientos, valores...) está en la línea de tecnologías anteriores como el humo, las hogueras, el tam-tam, las linternas, las palomas mensajeras, el telégrafo óptico... y más recientemente la secuencia de tecnologías de telégrafo, teléfono fijo, teléfono móvil, correo electrónico, chats y MSN. Un emisor/receptor y un receptor/emisor, generalmente de forma síncrona. Esta parcela concierne más a la sociología y a la psicología social que se interesan por los contenidos y modos de comunicarse en cuanto tienen una incidencia en los procesos sociales.

En segundo lugar, la “C” de “Comunicación” se la apropian también, a partes iguales, los informáticos y los ingenieros de telecomunicación. Los primeros, en el tratamiento de las redes pequeñas, cercanas al ordenador (redes de área local, LAN), y los segundos, en el tratamiento de las redes grandes (redes de área amplia –WAN–, de redes metropolitanas –MAN–, de redes empresariales y de redes internacionales). Los informáticos y los ingenieros de telecomunicación, en este contexto, no hablan de “comunicación” sino que usan otras tres formas lingüísticas indistintamente: “comunicaciones”, “telecomunicación” o “telecomunicaciones”. No poseen una única forma de referirse a ello. Hay que reconocer que no es fácil deslindar los campos, pues desde que se descubrió la conectividad de las redes telefónicas y los ordenadores (Arpanet, 1969), no se sabe dónde acaba el ordenador y empiezan las redes, y viceversa. Ordenadores y redes constituyen ya casi un *totum convolutum*, ya que no *revolutum*.

Como colofón a esta incursión, sobre todo semántica, de lo que son las TIC, convendría añadir lo siguiente: si por tecnología se entiende, en la acepción de Pacey, sólo el sistema de *herramientas*, tendríamos que hablar de tecnologías de la informática y de las telecomunicaciones (TIT), pero si por tecnología se entiende, también en la acepción de Pacey, los tres sistemas (herramientas, organización y cultura), entonces habría de decirse, más propiamente, *tecnologías para la información y para la comu-*

nicación, entendiendo que *información* y *comunicación* son dos hechos humanos para los que instrumentalmente se usan, de forma notoriamente eficaz, unos modos humanos peculiares de herramientas, que son la *informática* y las *telecomunicaciones*.

Desgraciadamente, la claridad *conceptual* no es aún realidad, y por ello estamos ante una auténtica confusión *semántica*. Cuando los conceptos no son claros, el lenguaje no lo es tampoco.

1.2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

La sociedad de la información es un término consagrado tanto en los ámbitos intelectuales como en la calle, y hace alusión a una revolución reciente, fundamentalmente desde la confluencia de la informática y las telecomunicaciones, en los años 70 del siglo pasado, que se ha explicado en el apartado anterior, que da lugar a la telemática, y más especialmente a la convergencia reciente de la telemática con las industrias de los contenidos, y en concreto, dentro de éstos, con los audiovisuales o multimedia.

La primera pregunta que hay que hacerse es si se trata verdaderamente de una revolución. La respuesta no puede ser contestada ingenuamente como sí y no, pues hay que entender el fenómeno desde un contexto temporal. Para una ameba, unos segundos son *toda una vida*. Para un ser humano actual, setenta u ochenta años se está convirtiendo en *toda su vida*. Pero la historia de la humanidad es más que eso: *cincuenta mil años de homo sapiens sapiens*.

Si nos atenemos al ámbito de la historia de la humanidad, ha habido algunos hitos tan sumamente fantásticos en materia de aprender a adquirir conocimiento, que deja la actual época de la humanidad en auténtica miniatura. Consideremos al ser humano primitivo que aprende a procesar conocimiento sobre cómo dominar la **agricultura**, 8.000 años antes de Cristo⁹. Pasa de coger frutos de árboles y raíces de la tierra, a plantarlas y regarlas en su terreno. Deja por tanto de ser nómada, se asienta junto a los ríos, funda poblados, organiza socialmente su vida, y ocurre una auténtica explosión demográfica debido a su mejor alimentación y calidad de vida. Fenomenal revolución de la información.

El ser humano deja de ser animal gestual, como el resto de los colegas animales, y aprende a procesar conocimiento abstracto de tal forma que utiliza el **lenguaje oral**, además del gestual, con lo que el pensamiento y la comunicación dan un paso de gigante en la historia de la humanidad. Se aprende a nombrar cosas, que es la base del procesamiento del conocimiento. Al intercambiar informaciones y conocimiento

⁹ Hay que recordar que el escenario físico y cultural donde esto ocurre es las fértiles tierras del Tigris y el Éufrates, hoy paradójicamente Irak (paradójicamente, decimos, por tratarse hoy de un país del tercer mundo), momento y sitio donde también ocurren otras dos nada nimias revoluciones tecnológicas, como es la primera domesticación de animales y la invención de la rueda.

con sus congéneres, la historia del pensamiento inicia su alocada andadura. Increíble revolución de la información.

La humanidad observa cómo su memoria histórica se pierde cuando la vida toca a su fin y el cerebro, que ya aprendió a dominar la agricultura y el habla, se confunde con la naturaleza inerte después de la muerte, por lo que le viene la urgencia de poner sus conocimientos, y de comunicarse, en soportes externos a su cerebro, para que sus ideas no se mueran y se perpetúen en el tiempo. Surge, aproximadamente en el 6.000 AC, –igual que la agricultura–, en los fértiles valles del Tigris y el Éufrates, la **escritura** en planchas de cerámica, y después en piedra, y después en papiro y cuero, y después en papel de periódicos y libros, y después en discos de ordenadores... y en memorias USB. Colosal revolución de la información.

Dominada ya la información agrícola, dominada el habla y la escritura, el ser humano aprende a controlar el pensamiento, en forma de inducción y de deducción, de síntesis, de abstracción, de imaginación, de comparación, de enumeración, de cuantificación, de ordenación, de imaginación, de ensoñación, de creación... Eso son las grandes culturas orientales ancestrales (China, India, Japón...) y las grandes occidentales (Babilonia, Egipto) y, de entre todas, y sobre todas, la griega de la época clásica. Es la **filosofía**, la reina de las revoluciones del ser humano, entonces, ahora y siempre, bajo la cual hay que entender las matemáticas. Inmensa y bella revolución de la información.



En el siglo V, Alejandro funda una Biblioteca y un Museo en su ciudad de Alejandría, en donde buena parte de todo lo procesado anteriormente por la humanidad y por las muy diversas culturas de entonces, de Oriente y de Occidente, fluye en forma de soporte escrito a ese santuario sacratísimo del conocimiento. Las huestes cristianas (año 415) del Obispo Cirilo apedrean en plena calle a su directora, una mujer llamada Hipatia, matemática, astrónoma, física y filósofa, y queman la **Biblioteca de Alejandría**, por considerar pagano este conocimiento, tal y como narra bellamente Carl Sagan en *Cosmos* (1982). Un millón y medio de volúmenes perecieron en el siniestro, mientras que toda Europa, la culta Europa, sólo logró acumular, a mediados del siglo XV, con su esfuerzo intelectual, apenas unas docenas de miles de éstos. Irrepetible revolución de la información.

A mediados del siglo XV, la humanidad era consciente de que el soporte externo como tal para depositar el conocimiento no es suficiente, por lo que Guttemberg, hombre de este tiempo, procede a difundirlo, desde un soporte inicial, a otros muchos. Es la **imprenta**. Hubiera sido la envidia y el sueño de esa gran mujer, directora de la Biblioteca de Alejandría, Hipatia. Europa crece en conocimientos y un número cada vez mayor de personas se aprovecha de ello. Auténtica revolución de la información.

Pero el ser humano, a lo largo de su historia, no sólo había superado hitos increíbles de procesamiento de conocimiento, sino también de transmisión de información. Por estas fechas ya dominaba los soportes acústicos (tam-tam, tambores, trompetas, campanas, silbidos...) y visuales (hogueras, banderas, humo, espejos...), y

gracias a ello se comunicaba a grandes distancias. En el siglo XVII ya es habitual la comunicación por el telégrafo óptico. Es la **comunicación**. Maravillosa revolución de la información.

Varios sucesos recientes confluyen para producir lo que hoy entendemos como sociedad de la información. El telégrafo eléctrico (1836) asociado a Morse, y el teléfono (patentado en 1876 por Bell e inventado tres años antes por Meucci) rompen la barrera de las distancias y del tiempo, y la humanidad se acerca de tal forma que Marshall McLuhan, en 1962, afirma exultante que nuestro planeta se estaba convirtiendo en una *aldea global*¹⁰. Usaba el símil de la aldea, recinto pequeño, en el que todos conocen a todos, para transportarlo al ámbito de todo el planeta que se convierte así, por las telecomunicaciones eléctricas, todo él (esto es, global) en un recinto pequeño, alcanzable y abordable, en razón a estar interconectado.

Del aprendizaje y construcción de máquinas mecánicas de calcular, y de los toscos programas instalados a los telares *automáticos* (*selfactinas*¹¹, como se las llamó en España) de la revolución industrial surge el computador electrónico programable, el ENIAC, en 1946.

Los hilos telefónicos transportaban *voz* de *personas*, y surge en los setenta, como se ha dicho ya, la idea de usarlos también para transportar *datos* de *ordenadores*. La telemática cambia radicalmente la faz de los sectores de la información (telecomunicaciones e informática), pero, en tiempos recientes, se produce una convulsión mucho mayor cuando estas mismas líneas telefónicas, bidireccionales y de banda estrecha, sienten la vocación de transportar *imágenes* de las *industrias de los contenidos* que eran competencia –y lo son en buena parte todavía– de redes unidireccionales de banda ancha.

Todo el mundo habla de contenidos, pero parece que hay cierta confusión en torno a ellos. ¿Qué se entiende por *contenidos*? Los datos, textos, sonidos, imágenes o combinaciones de ellos, representados en formato analógico o digital sobre diversos tipos de soportes, tales como papel, microfilm o dispositivos de almacenamiento magnético u óptico. La *industria de los contenidos* tiene tres actividades principales: creación, desarrollo y configuración/distribución de productos y servicios de contenidos.

La industria de los contenidos es, desde el punto de vista del valor de mercado y del empleo, el sector más importante de la industria de la información en sentido amplio, que incluye las industrias de equipos y servicios de telecomunicaciones (o tele-servicios), sistemas y servicios informáticos, electrónica de consumo y equipos de oficina. Los tele-servicios (tele-asistencia, tele-banca, tele-ocio, tele-educación...) constituyen hoy, a comienzos del siglo XXI, las piezas de negocio más cotizadas por las operadoras telefónicas y las empresas de *utilities* (gas, electricidad y agua).

Por eso, cuando se habla de las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación), término que se ha extendido rápidamente en Europa, se está refi-

¹⁰ Más tarde, en el capítulo 4, diremos cómo la profecía de McLuhan es fundamentalmente inexacta, porque el localismo y provincialismo de las gentes supera con creces el sentimiento universalista y globalizador preconizado por él. Ver Lorente, S. (2002) y Lorente, S. y Vázquez, C. (2003: 20-ss).

¹¹ Del inglés, self acting, esto es, auto-accionadas.

riendo a toda una amalgama de cosas en la que no todo es actividad con soporte electrónico y en la que se mezcla actividad pre-eléctrica, pre-telecomunicaciones y pre-informática. Pero como mueve tanto dinero y personas, se ha *colado* en el sector de la información. Habría que concluir, por tanto, que la industria de los contenidos *se sirve* de las TIC, pero no son TIC propiamente dichas.

¿Constituyen el telégrafo, el teléfono, el ordenador, la radio, la televisión... una *revolución de la información*? Desde un punto de vista macro-histórico, es evidente que no. Comparar estos *nimios* hallazgos con la agricultura, el lenguaje, la escritura, la filosofía, y la imprenta, es banal y hasta grosero. Lo actual es hacer un poco más de lo mismo y, en todo caso, hacerlo, con más rapidez y más potencia. Es hacer lo que la humanidad empezó a saber hacer, desde que desarrolló su cerebro y su mano contráctil, hace centenas de miles de años, esto es, captar-obtener-adquirir, transportar, almacenar, procesar y distribuir datos (sobre todo), información (algo menos), conocimiento (bastante menos). No hay más novedades que la de los soportes (desde la cerámica, la piedra, el papiro, el papel, y el celuloide, a los soportes electro-magnéticos y fotónicos de hoy), la velocidad de transmisión, almacenamiento y procesamiento (a velocidades cercanas a la luz) y la capacidad de transmisión, almacenamiento y procesamiento (en cantidades ingentes y crecientes, de órdenes de miles, millones, y miles de millones, por ahora, de caracteres). Son las tres características donde, de momento, estas tecnologías pueden competir aventajadamente con el cerebro: innovación de soportes, velocidad y capacidad.

La sociedad de la información no es, pues, una revolución de la información como tal, pero sí es una gigantesca revolución *tecnológica* de la información. Si aceptamos que las herramientas y la tecnología, en general, son una ampliación de las facultades humanas, no cabe duda de que el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión y el ordenador son unas ampliaciones cualitativamente más importantes que el rollo manuscrito de la Biblioteca de Alejandría y el libro de Guttemberg, que el tam-tam y las banderas, que las máquinas mecánicas de calcular y que las selfactinas. La espiral de este milagro *tecnológico* hay que establecerlo, posiblemente, en la cadena de inventos de no hace más de seis décadas: la válvula, el diodo, el transistor, el chip y el microprocesador, desde el lado de la electrónica, y la fibra óptica, desde el lado de las telecomunicaciones. Lo que ha hecho la tecnología en siglo y medio (de momento), en cuanto a *ampliación* de las capacidades humanas, no tiene parangón tecnológico en la historia de la humanidad. La sociedad de la información es, por tanto, y con todo derecho, una auténtica revolución tecnológica de la información.

En el recuadro se presenta un intento de definición sintética de *sociedad de la información*, que curiosamente no se llama *sociedad de la información y de la comunicación*, como debería ser. Pues si decimos que las tecnologías que la sustentan son de la información y de la comunicación (TIC), ¿por qué no igual para su consecuencia social, que debería ser la SIC? Aquí se ve cómo los términos que se usan son muchas veces caprichosos y no responden a conceptos claros.

La sociedad es, pues, un espacio, unas coordenadas, concretas y específicas, que definen unos tiempos y unos espacios donde existen y se mueven las personas. Estos tiempos y estos espacios están fuertemente impactados de forma muy particular, aun-

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

- Coordinadas específicas de tiempos y espacios sociales.
- impactados (condicionados, afectados, modificados, configurados, intersectados...).
- muy particularmente, aunque no exclusivamente por el uso (y abuso) de las TIC.

Dado que “sociedad” es el anverso, y sistema cultural es el “reverso”, definimos “sistema cultural” como:

- Conjunto relativamente estable de
- pautas de pensamiento (valores, normas, ideas, creencias, símbolos, signos, actitudes...),
- pautas de conocimiento (ciencia, religión, lenguaje...), y
- pautas de comportamiento (hábitos, costumbres, ritos, modos de hacer...)
- que son heredadas (recibidas) del sistema social,
- y compartidas por los miembros del sistema social
- a través del proceso permanente de socialización.

Consecuentemente, “sociedad de la información” es también unas pautas concretas de pensamiento, conocimiento y comportamiento relacionadas muy particularmente, aunque no exclusivamente, con las TIC

que no sólo, por el uso y abuso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. En otras palabras más simples: buena parte de lo que hacemos y pensamos, de la información que intercambiamos y de cómo nos comunicamos, se hace ahora manipulando el electrón y el fotón. O sea, que las telecomunicaciones y la informática, como continentes, y las industrias de los contenidos, como contenidos, explican buena parte de lo que es la sociedad actual. No parece posible refutarlo, si es verdad que nos funcionan los ojos.

Es muy importante entender que “sociedad” y “sistema cultural” es el anverso y reverso de la misma moneda. La sociedad son los individuos, y el sistema cultural es el aglutinante de los individuos. Por eso, hablar de sociedad de la información es hablar de un sistema cultural de pautas concretas de pensamiento, conocimiento y comportamiento condicionadas muy particularmente, aunque no exclusivamente, por las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Las telecomunicaciones y la informática, efectivamente, han invadido nuestras vidas en muchos aspectos y muy importantes, aunque no en todos y de forma pareja, pero estamos circundados por ellas de forma muy invasiva, para bien y para mal. Hagamos un sucinto repaso de cómo estamos invadidos por ellas, y en qué aspectos.

CUADRO 1.2
Aplicaciones de las TIC en distintos ámbitos de la sociedad

APLICACIONES DE LAS TIC EN DISTINTOS ÁMBITOS DE LA SOCIEDAD		
SUBSISTEMA CULTURAL	GRADO DE PACTO	IMPACTOS CONCRETOS
Guerra	Muy intenso	Ofensa y Defensa Militares. I+D+i
Medicina	Muy intenso	Rayos X, Rayos Gamma, Ecografía, Resonancia Magnética, Laparoscopia, Telemedicina...
Transporte	Muy intenso	GPS, Radar, Aviación, Náutica, Tráfico urbano, semáforos...
Finanzas	Superintenso	Especulación, Banca, Dinero electrónico, tarjetas, cajeros...
Grandes empresas	Muy intenso	Comunicación, des-localización.
Ciencia y Tecnología	Muy intenso	Investigación básica, investigación y desarrollo e innovación (I+D+i).
Medios de Comunicación Social	Muy intenso	Audiovisual, Multimedia, Industria de contenidos, radio, televisión
Política	Escaso	Tele-democracia, redes ciudadanas, portales municipales...
Enseñanza	Escasísimo	Universidades a distancia, cursos de reciclaje por internet...
Vivienda	Casi nulo	Casi nada fuera de lo audiovisual (televisor, vídeo, y recientemente cine en casa), y poco de ordenador, internet y correo electrónico.
Religión	Nulo	Nada
Familia	Escaso	Escaso fuera de la comunicación telefónica, tanto a través del teléfono fijo como sobre todo del móvil y el ocio doméstico a través de la televisión, el vídeo y el cine en casa.

Como se puede ver por el recuadro, es falso que todo en la vida esté impregnado por la sociedad de la información. Hay mucha diversidad de impactos. El sector más impactado, o dicho de otra forma, el que más usa, y abusa, de las TIC, es la economía. Más que abusar de las TIC, abusa de las personas, porque hace de ellas prácticamente lo que quiere, gracias a las TIC. Los especuladores suben y bajan la cotización de las bolsas a su discreción, fuerzan el valor de las divisas, compran y venden a su antojo. Manuel Castells ha llamado a este fenómeno *el casino global* (Castells: 1995, 15). La moderna especulación monetaria tiene su reflejo principal en lo

que se llama *la hora mágica de Sydney*, que comprende entre las 24:00 y la 1:00 horas de España, y que se corresponde con el cierre de la Bolsa de Tokio y la apertura de la de Nueva York. En esta hora se hace la mayor parte de las transacciones especuladoras más gigantescas del mundo. Los especuladores son aquellos mal llamados empresarios que, en vez de comerciar con mercancías, combinando materias primas, capital y trabajo, simplemente *compran y venden dinero electrónicamente a distancia*, y se cree que mueven más de 5 billones de dólares diarios (es decir, unas 45 veces la previsión de ingresos no financieros del Estado español para 2004, ¡sólo en una hora!).

La Banca no sería lo que es si no existieran ordenadores y líneas telefónicas. Serían incapaces de procesar toda la información, de tener tantas sucursales y cajeros.

Pero hay otros sectores también que usan mucho las TIC. La defensa y la ofensiva militar (hay defensa, porque hay ofensa, no hay que olvidarse), cuyas guerras son ahora más de información que de pelea cuerpo a cuerpo. Recuérdense las guerras recientes: las Malvinas, Yugoslavia, Irak... Además, la investigación básica es muy preponderantemente de carácter militar. Así se inventó el radar, y muchos otros artefactos hoy civiles.

La medicina también usa, afortunadamente, la electrónica, la informática y las telecomunicaciones de una forma intensísima. Desde los rayos X, pasando por los rayos gamma de los TAC, las ecografías, las resonancias magnéticas... todos son medios no invasivos para entrar en los cuerpos y diagnosticar y prevenir enfermedades. Un ejemplo reciente aún más significativo es cómo la laparoscopia ha revolucionado las técnicas quirúrgicas.

El transporte se ha convertido en eficaz, tanto como seguro, gracias a las TIC, es innegable. Los aviones vuelan con altos márgenes de seguridad gracias a los radares, las radio-balizas, la radio y otros sistemas muy sofisticados de control de tráfico aéreo, despegue y aterrizaje en condiciones meteorológicas adversas. Igualmente puede decirse del transporte marítimo y, en menor medida, del terrestre, aunque se están haciendo progresos importantes. El semáforo, el entrañable aparatejo ya consustancial con el mobiliario urbano, es un claro ejemplo de cómo la información puede ser explicada eléctricamente a los conductores (diálogo máquina-humano, del que antes hablábamos), para que, mientras otros me esperan, otros puedan pasar seguros.

Las grandes empresas son, junto con los anteriores sectores, un buenísimo ejemplo de globalización merced al uso intensivo de las TIC, en su gestión interna, en la comunicación entre sus centros, en la des-localización, esto es, en la capacidad de operar al margen del sitio y de las distancias.

Los grandes medios de comunicación social –no los pequeños, evidentemente– se aprovechan también sobremanera de las TIC. Piénsese en la CNN, por ejemplo, y se verá cómo sus tentáculos electrónicos, a través sobre todo de satélites, están por doquier en el planeta.

Pero hay sectores a los que apenas ha llegado la lluvia tormentosa de las TIC. En la política, más allá de algunos *portales*, sobre todo de ayuntamientos, no hay gran cosa. Nada de tele-democracia, casi nada de voto electrónico. ¿No quieren los políticos, o no queremos los ciudadanos? En la enseñanza, el vacío es notorio, fuera de algunas experiencias, que empiezan a cuajar, de cursos a distancia. La vivienda española sólo se dis-

tingue por el equipamiento audiovisual y la telefonía móvil. En cuanto a ordenadores, mal, muy mal. Lo veremos al hablar de internet. Las religiones aún no se han enterado de la existencia de las TIC y de la sociedad de la información, pues no hacen casi uso institucional de las mismas, excepto la propiedad y control de algunos medios de comunicación. Y la familia empieza a aprovecharse y a aumentar su cohesión gracias al uso cada vez más intensivo del teléfono, tanto fijo como sobre todo móvil.

Como se ve por esta sucinta relación, no es oro todo lo que reluce ni todo el monte es orégano en la sociedad de la información. Ésta no está del todo con nosotros, pero lo estará cada vez más. No hace falta ser profeta para saber que las TIC irán dejando caer su lluvia suave, pero segura, y que todos los sectores de la vida se irán beneficiando paulatinamente de ellas.

1.3. EL IMPACTO DE LAS TIC EN LA JUVENTUD DENTRO DE LA FAMILIA

Dicho todo lo cual en el anterior apartado, cabe hacerse una simple pregunta: ¿cuál es el impacto de las TIC y de la Sociedad de la Información sobre la juventud? Porque, si el impacto de ambas cosas en la vida es muy horizontal, se podrá colegir que la juventud estará también afectada por estos modos humanos de captar, transportar, procesar y difundir información, y de comunicarse mediante la intermediación tecnológica de las TIC. Pero, al ser la juventud una entidad sociológica tan vasta y rica, no es aconsejable, de una atacada, abordar el impacto de las TIC y de la Sociedad de la Información genérica y holísticamente sobre la juventud, sino sobre ella *dentro del contexto familiar*, que es la pregunta que arrancó del Foro de Valencia, ya mencionado en la introducción, y que en este informe se pretende contestar.



GRÁFICO 1.2
Nexo entre TIC, sociedad de la información, familia y juventud

La familia, desde el punto de vista sociológico, es posiblemente la más universal de las instituciones humanas, aunque su morfología social sea históricamente (en el tiempo) y espacialmente tan polimorfa como para hacer imposible definirla en uno y unívoco concepto.

Es preciso recordar, en este contexto, viejos conceptos sociológicos, cual es el de socialización y cultura. La socialización, recuérdese, es un proceso permanente por el cual el individuo interactúa con la sociedad intercambiando pautas de pensamiento (valores, normas, creencias, fe, actitudes, leyes...), de conocimiento (hechos, sucesos, ciencia, erudición, datos, información...) y de comportamiento (hábitos, costumbres, modales, conducta, códigos –de tráfico, de conducta, legal...). Estas pautas a este triple nivel constituyen la cultura, que es el anverso de sociedad. Al principio de la vida, en los primeros años de niñez y de adolescencia, casi todo es recibir; después, todo es un sutil proceso de dar y recibir. El proceso de socialización primaria es crucial.

De las cuatro instancias, o *agentes* de socialización, a cual más importante, (la familia, el grupo de iguales, la escuela y los medios de comunicación) aquí nos interesa el primero. La familia es el entorno socializador más importante, más relevante para los jóvenes, aunque en buena lucha y tensión con el otro gran agente socializador que es cada vez más agresivo, sobre todo en el entorno urbano y escolar, cual es el grupo de iguales: Los jóvenes pasan más tiempo con sus amigos que con su familia, y la identidad de grupo es más fuerte que la identidad familiar.

Por ello, es relevante abordar qué sucede en materia de información y comunicación, mediadas por las respectivas tecnologías, en el hogar, y cómo ello afecta de forma directa a la estructura del mismo, a las relaciones familiares, a las necesidades de información y comunicación, a las estructuras de poder en las familias derivadas del uso de las TIC, y a la opinión de los jóvenes sobre las mismas.

No todas las Tecnologías de la Información y de la Comunicación se van a tocar aquí, en esta investigación, porque desbancaría los límites de la misma. Los autores somos conscientes de que algunas importantes han quedado en el tintero, como la radio y los videojuegos, éstos especialmente de gran interés para el estudio de la juventud, por más que se haya magnificado en exceso su importancia y su penetración. Las tecnologías que aquí se van a estudiar pueden verse en el siguiente cuadro:

CUADRO 1.3
Tecnologías contempladas en la presente investigación

	TV	PC		TELÉFONO	
		INTERNET	CORREO-E	FIJO	MÓVIL
INFORMACIÓN	■	■			
UNO-MUCHOS	■	■			
COMUNICACIÓN			■	■	■
UNO-UNO			■	■	■

Se va a considerar la televisión e internet como fuentes de información y de comunicación de uno a muchos, mientras que se va a considerar el correo electrónico, el teléfono fijo y el teléfono móvil como herramientas que median en la comunicación interpersonal de uno a uno.

1.4. RESUMEN Y CONCLUSIONES

El repaso a los conceptos de “tecnología”, de la “información” y de la “comunicación”, así como el más sociológico de “sociedad de la información”, nos ha abierto el camino para entender mejor los importantes procesos sociales que ocurren a la juventud en el interior de la familia. Procesos culturales, pautas de pensamiento, conocimiento y comportamiento que están produciéndose en las relaciones familiares y que afectan de plano al modo cómo los jóvenes conocen, enjuician y, sobre todo, usan las TIC.

El impacto de la televisión en la familia ha sido profusamente, y hasta diríamos exageradamente, analizado por los especialistas de las ciencias de la información, pero no así el teléfono fijo, el teléfono móvil, el ordenador, internet y el correo electrónico, que constituyen más bien temas de ámbito de relaciones interpersonales (aunque internet sea, *además*, un medio de comunicación de masas), objetos de estudio que han sido inexplicablemente olvidados por los sociólogos y psicólogos en el contexto de la juventud y de la familia.

Todo lo que a partir de aquí sigue trata de ello, y el último capítulo, el 7, intentará asumir los resultados de la inquisición empírica y elevarlos a teoría sociológica que es, en suma, el deber primordial del sociólogo: explicar qué está pasando, usando un marco de teoría, con la juventud y su familia, por estar dentro del líquido amniótico en el que se ha convertido la sociedad de la información.

2. ESTRUCTURA DE HOGARES Y FAMILIAS

En este capítulo se va a analizar, como preámbulo a todo el análisis posterior, el lugar social donde ocurre el impacto de la sociedad de la información en la juventud y su familia.

Primero, se abordará el grado de penetración de las TIC en los hogares españoles, haciendo alguna comparación con datos secundarios ajenos a la encuesta.

En segundo lugar, se representarán los lugares donde las tecnologías están ubicadas en los hogares, por las claras consecuencias sociológicas que esto tiene en el uso diferencial que de ellas hacen los jóvenes y los adultos en el hogar.

En tercer lugar, se especifican los lugares domésticos y extradomésticos donde se usan las TIC.

Finalmente, se hace un somero análisis de la estructura de las familias, y de las condiciones de vivienda en la que están los encuestados.

Por Santiago Lorente

2.0. INTRODUCCIÓN

Familia y hogar son, de algún modo, dos caras de la misma moneda. El hogar es donde reside la familia. De ahí que abordemos este capítulo entrando en el hogar, traspasando la puerta, y viendo qué es lo que ocurre dentro en relación con las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

En el cierto *espionaje* que vamos a hacer de la casa de las zonas urbanas de nuestro país vamos a empezar viendo cuántos artefactos hay, cuántos televisores, cuántos ordenadores, cuántos teléfonos fijos, y cuántos móviles tienen sus habitantes.

El paso siguiente es *espionar* dónde están colocados dichos artefactos, puesto que partimos del axioma de que los lugares donde está el televisor, el teléfono y el or-

denador indican modos concretos de uso, opciones de uso del espacio público y privado, en definitiva, modos de vida. Pero resultará interesante comprobar si los artefactos se usan en el mismo sitio en donde están ubicados, pues lo que de verdad revela pautas sociológicas de comportamiento es desde dónde se usan, y qué significados sociológicos tienen en el análisis de los procesos familiares que se operan al interior de la vivienda.

Una vez *espiadas* estas cosas, pasaremos a describir cuál es la estructura de las familias españolas que viven en entornos urbanos, familias de personas encuestadas que son jóvenes y adultos. Estas tres características (urbanidad, juventud, adultez) configuran el conjunto sociológico (mercado *target*, dirían los de *márketing*) de mayor uso de las TIC. Y finalmente, abordaremos los usos del tiempo que se hacen en el interior de las casas, y que tienen una relación directa también con las interacciones comunicativas de las familias.

2.1. PENETRACIÓN DE TIC

Por Santiago Lorente

El primer epígrafe hace referencia a la cantidad de TIC que hay en los hogares, y que en sociología de la tecnología se conoce tradicionalmente como “penetración” de TIC. Abordaremos sucesivamente el número de televisores, de teléfonos fijos, la posesión del teléfono móvil por las personas que habitan el hogar, y el número de ordenadores.

Hay que recordar que estos datos no concuerdan, *ni deben concordar*, con las cifras relativas a la totalidad de la sociedad española. Los datos de la encuesta son siempre superiores y más optimistas, porque estamos hablando de la *población UJA* (urbana, de jóvenes y adultos) que, lógicamente, adopta la tecnología con mayor profusión y mayor rapidez que su homóloga rural y de gente de tercera edad. Con todo, se harán las comparaciones pertinentes con la sociedad española en general.

Número de Televisores

El gráfico anexo indica que casi la mitad de los hogares de la población encuestada tiene dos televisores, un poco más de la tercera parte tiene uno, e incluso, uno de cada siete tiene tres. Un 5% de dichos hogares tienen más de tres.

El Estudio General de Medios, una fuente absolutamente fiable y tradicional para este tipo de datos en España, cifra para finales de 2002 (recuérdese que el trabajo de campo de este estudio fue hecho en noviembre de 2002) un 37,9% de hogares con un solo televisor (36,1% en nuestra población y un 61,7% con dos o más (64,0% en nuestra población). El hecho de que las cifras sean tan notoriamente parecidas, especialmente si se tiene en cuenta el margen de error muestral) indica que la distribución de televisores en los hogares es un hecho universal, en donde ni la edad ni el entorno rural/urbano tienen, al parecer, poco que decir.

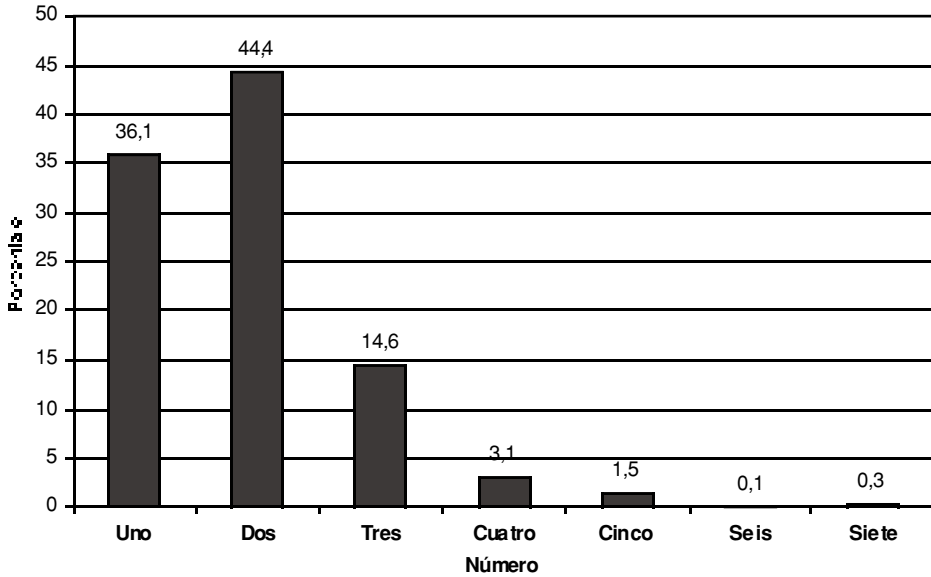
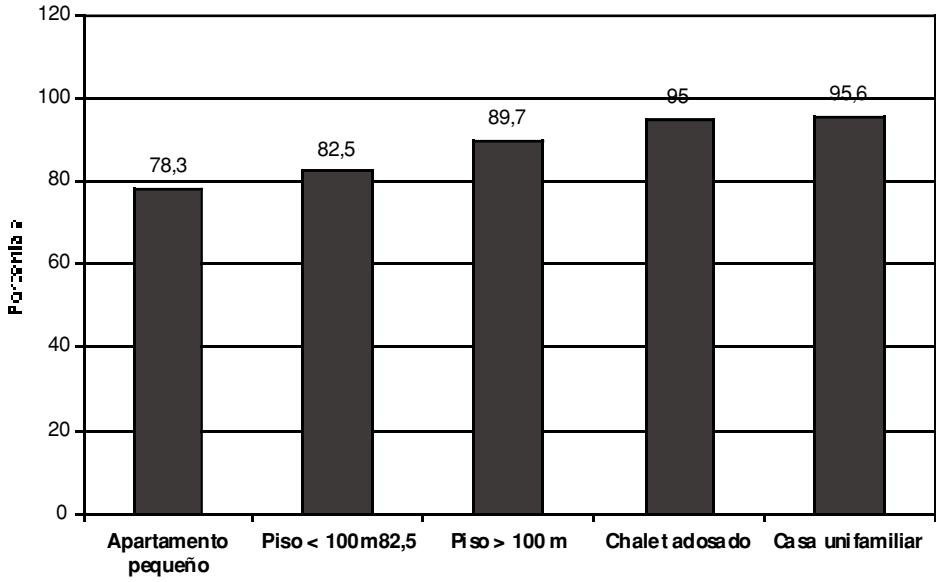


GRÁFICO 2.1
Número de televisores

El teléfono fijo

Un 85,4% de los hogares encuestados cuenta con teléfono fijo. Dicho inversamente, uno de cada siete hogares urbanos con encuestados jóvenes y adultos no lo tiene. El Estudio General de Medios da un 83,7% de hogares con teléfono fijo para la misma fecha, cifra notablemente similar. Nuevamente hay que decir, al igual que en el caso del televisor, que el teléfono es un producto masivo, y en el que las variaciones por otras variables no se dejan ver.

Por tipo de hogar, se observan diferencias dignas de ser notadas. Se observa que aumenta el número de hogares con teléfono fijo conforme aumenta la superficie y estatus de la vivienda. Con todo, resulta en principio novedoso que las casas unifamiliares, que son generalmente casas humildes en los suburbios de las ciudades (aunque en esta categoría hay también auténticos *chalets* unifamiliares, muy minoritarios en la muestra), aparezcan con la más alta penetración de teléfono fijo. Una explicación plausible puede ser que los residentes de este tipo de hogares no hayan acudido todavía, en la misma medida que el resto de las personas, a la adopción del teléfono móvil. Pero esta explicación tampoco se sustenta, por cuanto los ingresos medios mensuales de los hogares con teléfono son de 1.416 €, y los de los hogares sin teléfono son de 1.251 €, sólo 165 € menos, y asimismo, el dato del Estudio General de Medios avala que no hay diferencias por nivel adquisitivo. No hay, por tanto, una explicación coherente a los datos de la tabla.



CC = 0,13; nivel de significatividad = 0,00.

GRÁFICO 2.2
Posesión de teléfono fijo por tipo de vivienda

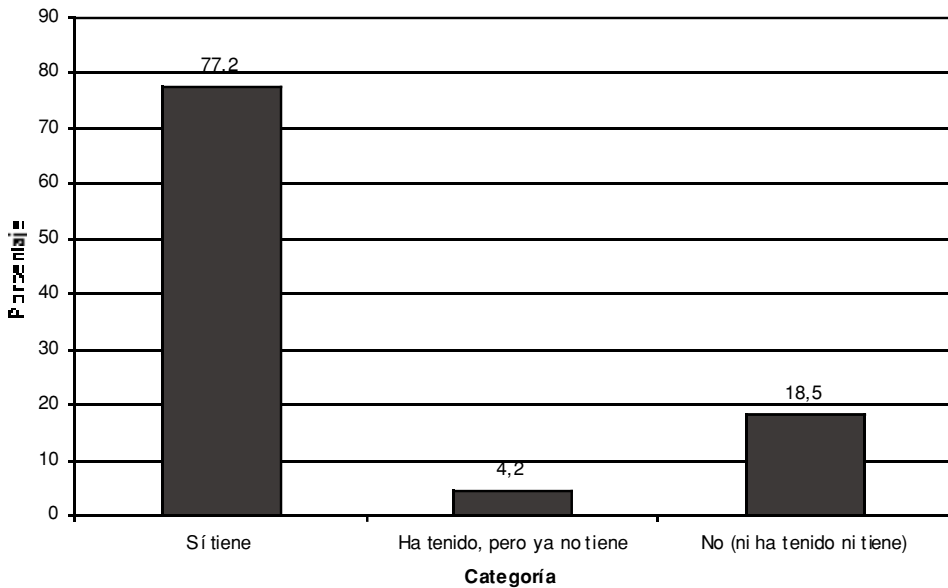


GRÁFICO 2.3
Posesión del teléfono móvil

Posesión de teléfono móvil

Más de tres cuartas partes de los encuestados jóvenes y adultos, en zonas urbanas, afirman poseer un teléfono móvil. El Estudio General de Medios da, para toda la población española, y para la fecha de la recogida de datos, un 55,7%. Ahora sí hay diferencias. Estamos, por tanto, ante un fenómeno, llamado por los especialistas *killer application*, es decir, de implantación masiva, pero no del todo. *Todavía* —y hay que subrayar el todavía— la posesión del móvil no es un fenómeno, en el caso de los hogares, como el televisor y el teléfono fijo, tan universal, por más que, en el conjunto del país (que incluye empresas e instituciones) el número de abonados al teléfono móvil haya más que duplicado al número de líneas del teléfono fijo (35 millones frente a 17 millones).

A continuación se va a cruzar, de forma conjunta, el valor porcentual de los que disponen, o han dispuesto, de teléfono móvil por las siguientes variables:

- Tipo de vivienda
- Edad
- Nivel de estudios
- Género
- Clase Social
- Condición socio-económica

Se obtiene así un perfil, relativamente importante, de los que disponen o no disponen de teléfono móvil, incluidos los jóvenes. Gráfico 2.4.

Se observa, con toda facilidad, que la posesión de teléfono móvil no depende unidimensionalmente de una sola variable, sino de una constelación de ellas. En el caso de la juventud, afecta de modo importante la moda y la compulsión por comunicarse con el grupo de iguales para mantener sus señales de identidad grupales¹². Así, el tramo de 21-24 años, de 18-20 y de 25-29 años son, por este orden, entre los que en mayor porcentaje poseen teléfono móvil. En el caso de los mayores, los porcentajes están de entre los más exigüos: el tramo de 45-64 años (aunque es de un 65%, a pesar de todo).

Influye en la posesión del teléfono móvil también el estatus y clase social. Se aprecia, entre los porcentajes más altos, a los residentes en chalets adosados, a los técnicos y clases medias, y a los encuestados de clases altas y medio-altas.

También se aprecia el hecho de que el nivel de estudios influye claramente en lo anterior. Así, excepto en el caso de los encuestados de estudios no reglados —que son un grupo pequeño, muestralmente hablando—, están los de estudios universitarios con porcentajes más altos, mientras que los “sin estudios”, y los de estudios primarios caen por debajo en el cuadro.

¹² Véase la totalidad del número 57, junio 2002, de la Revista de Estudios de Juventud, titulada «Jóvenes y Teléfonos Móviles».

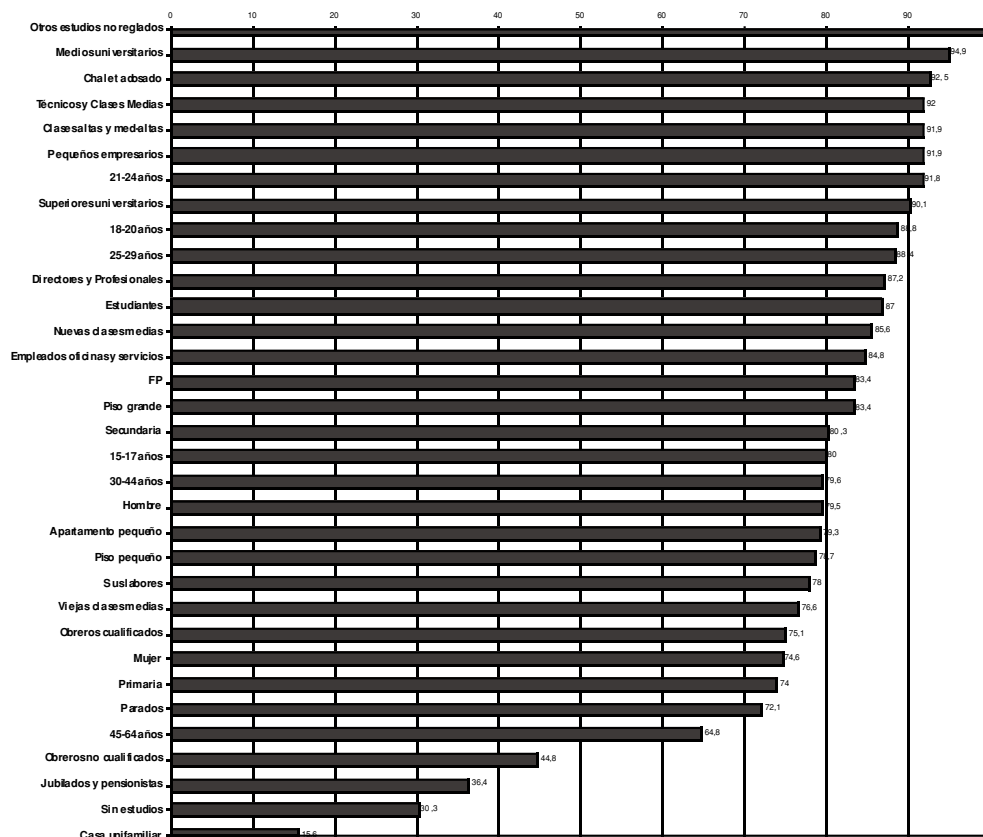


GRÁFICO 2.4
Poseción de teléfono móvil por distintas variables, ordenadas de forma descendente

Está el tipo de actividad, con un porcentaje mayor de posesión para las profesiones más móviles –pequeños empresarios, directores y profesionales– y mucho menos para los jubilados y pensionistas, y sus labores–.

Está, finalmente, el tipo de vivienda, en donde se puede ver cómo la casa unifamiliar, humilde, de barrios suburbanos, está con notabilísima diferencia entre los entornos de menos poseedores de teléfono móvil, mientras que los residentes de chalets adosados y pisos grandes ocupan puestos mucho más altos en el cuadro.

El nivel de salario no está en el cuadro, por tratarse de una medida continua, pero por el cruce efectuado, se ve que el promedio de ingresos familiares para los encuestados con móvil es de 1.460 €, mientras que para los encuestados sin móvil es mucho menor: 1.051 €. Estadísticamente, la diferencia es significativa ($h = 0,24$).

Por tanto, los factores influyentes en la posesión del móvil responden a distintas dimensiones, que, en función de su coeficiente de contingencia, podrían jerarquizarse *de algún modo* así¹³:

CUADRO 2.1
Factores más influyentes en la posesión del teléfono móvil

Variable	Coeficiente de Contingencia
Nivel de estudios	0,44
Condición socio-económica	0,40
Tipo de vivienda	0,36
Clase Social	0,34
Edad	0,27
Género	0,08

De enorme interés para este estudio es poder constatar que la edad y el género son los factores que menos influyen en la posesión del teléfono móvil, mientras que los factores condicionantes directa o indirectamente con el nivel de vida (nivel de estudios, sobre todo, condición socio-económica, tipo de vivienda y clase social) son los que mejor desagregan y explican la posesión del móvil.

Dado que edad y género son los que menos discriminan, se va a analizar, sólo para los jóvenes, la posesión de teléfono móvil en función de esas dos variables conjuntamente. Cuadro 2.2.

CUADRO 2.2
Posesión del teléfono móvil en los jóvenes, por edad y género

		EDAD			
		15-17	18-20	21-24	25-29
HOMBRES	%	74,5	88,1	88,4	89,0
	(n)	(38)	(52)	(76)	(105)
MUJERES	%	86,4	89,5	95,2	87,7
	(n)	(38)	(51)	(80)	(93)
TOTAL	%	80,0	88,8	91,8	88,4
	(n)	(76)	(103)	(156)	(198)

CC para chicos = 0,19; nivel de significatividad = 0,09

CC para chicas = 0,15; nivel de significatividad = 0,36

Sólo se aprecian ligerísimas diferencias para un porcentaje mayor de poseedo-

¹³ Se dice de algún modo porque, como es bien sabido, el coeficiente de contingencia es una medida de asociación correctora del χ^2 en cuanto al número muestral, pero no en cuanto a los grados de libertad, por lo que no es totalmente comparable, sino sólo de forma aproximada.

res: chicas de 15-17 años y chicas de 21-24 años. Igual que en el consumo de tabaco, las chicas parecen llevar también la delantera en el caso del móvil, aunque sólo sea ligeramente. En ningún caso las diferencias son estadísticamente significativas, además de ser los coeficientes de correlación muy bajos. Pero las diferencias por edad *entre* los chicos, en virtud de la edad, rozan la significatividad, mientras que no es el caso para nada por edad *entre* las chicas.

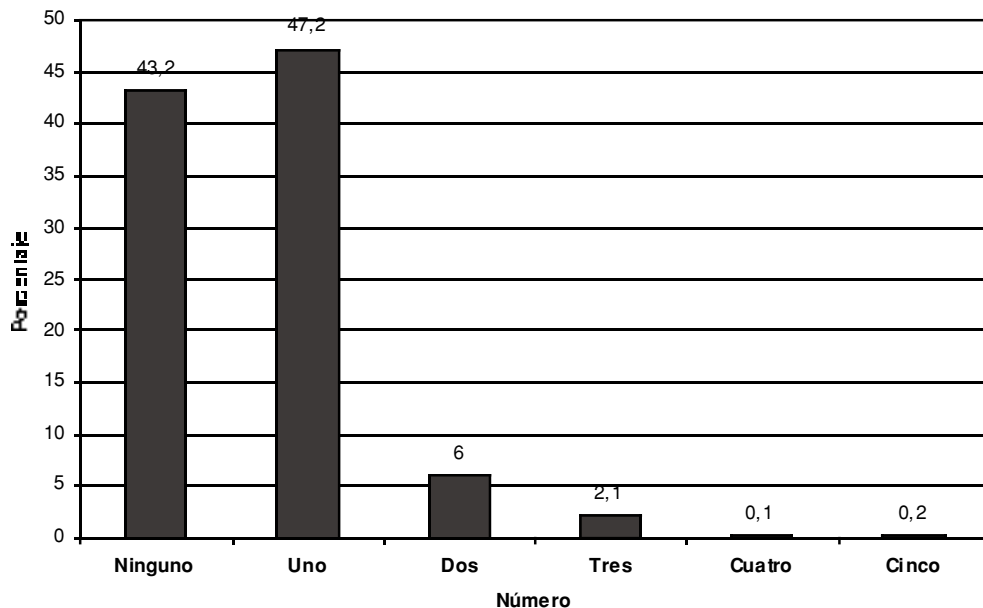
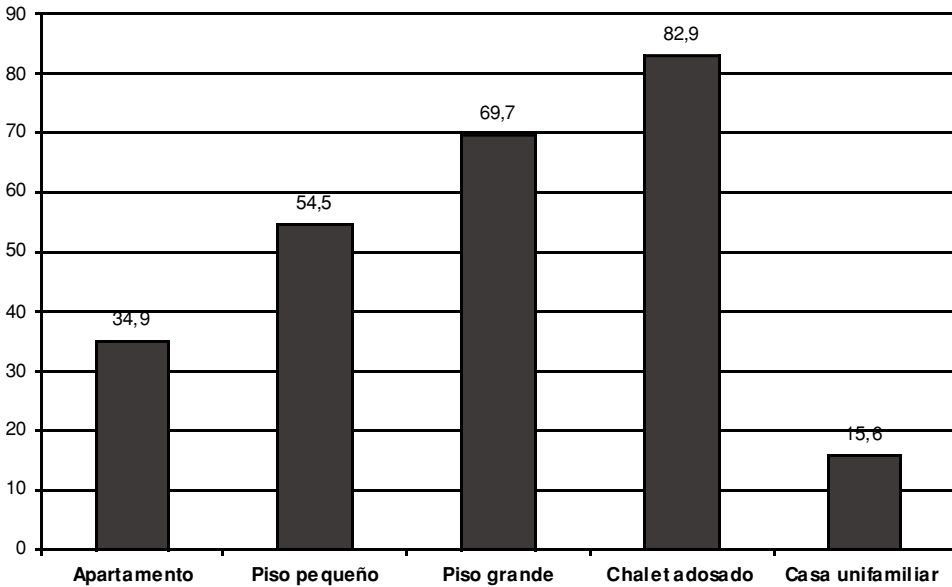


GRÁFICO 2.5
Número de ordenadores por hogar

Número de ordenadores en el hogar

Recordando nuevamente que estamos ante una muestra urbana de encuestados jóvenes y adultos, los resultados obtenidos ofrecen unas cifras muy distintas a la de los televisores y teléfonos, tanto fijo como móvil: un 43% de los hogares de estas características no tiene ordenador en su casa, y algo más de la mitad sí lo tiene. Hay un 6% de estos hogares con dos ordenadores, y un 2,1% con tres. Las cifras de más ordenadores no son representativas, dado el error muestral inherente a toda encuesta.



Base = hogares con ordenador

GRÁFICO 2.6
Posesión de ordenador por tipo de vivienda

Veamos primero el hecho dicotómico de tener/no tener ordenador en la casa, cruzado por el tipo de vivienda: los datos nuevamente señalan que el apartamento, el piso pequeño, el piso grande y el chalet adosado constituyen un continuo socioeconómico, mientras que la casa unifamiliar constituye un entorno atípico de pobreza y marginación: sólo uno de cada seis de estos hogares dispone de ordenador.

La correlación entre el número de ordenadores y los ingresos mensuales en el hogar ofrece un índice $r = 0,35$, con una significatividad $s = 0,00$. Todavía, además de otros hechos culturales, la posesión del ordenador se asocia altamente a la condición socio-económica. Aunque habría que preguntarse cuántos de los hogares con rentas medio-bajas y que no disponen de ordenador, tienen no obstante, un coche con pintura metalizada y otros aditamentos que cuestan más que él. Como es bien sabido en estudios de mercado, las necesidades son socialmente creadas, y las personas compran en función de dichas necesidades. Es bien cierto que, todavía, el coche es percibido como necesidad más que el ordenador, y el coche es, además un símbolo de estatus, mientras que el ordenador no lo es tanto.

El hecho diferencial del televisor y del ordenador

Ya ha quedado claro, y la sola experiencia cotidiana lo demuestra, que una cosa es disponer de televisor o televisores en el hogar, y otra disponer de orde-

nador u ordenadores. Veamos en este breve apartado algunas comparaciones (Cuadro 2.3).

CUADRO 2.3
Parámetros estadísticos referidos a televisores y ordenadores

	Televisores	Ordenadores
Casos válidos	(1918)	(1089)
Casos no compete	(0)	(829)
Porcentaje de hogares	100,0%	56,8%
Media	1,91	1,36
Mediana	2	1
Moda	2	1
Desviación típica	0,92	1,23
Valor mínimo	1	1
Valor máximo	7	6

La penetración de ordenadores es casi la mitad de la de los televisores, y el promedio de éstos es casi vez y media más, aunque la diversidad (desviación típica) es mayor en el caso de los ordenadores que de los televisores. Naturalmente, son pocos los hogares con siete televisores, pero aún menos los hogares con seis ordenadores.

Televisores, Ordenadores y Teléfonos en el hogar

Para acabar con el apartado sobre penetración de TIC en los hogares urbanos con población adulta y joven, vamos a dar una última visión plástica de la penetración conjunta de las tres TIC básicas, cuales son los televisores, los teléfonos fijos y los ordenadores (Gráfico 2.7).

Queda, una vez más, confirmado que la existencia de estas tres tecnologías básicas no es homogénea en los hogares, y que ello no está en correlación ni con el coste ni con la antigüedad de los artefactos.

Por antigüedad, la televisión en España data de 1955, el teléfono fue patentado en 1876 y el ordenador personal en 1981. Por coste, los parámetros no son totalmente homologables, por cuanto el televisor y el ordenador suponen un coste inicial relativamente alto en la compra del aparato, con un muy bajo coste de energía en su uso, mientras que en el teléfono, el coste inicial del aparato es casi despreciable y su coste proviene de su uso. Pero es evidente que la penetración de estos ingenios en el hogar no guarda tampoco relación con su coste, ni inicial ni de uso. Hay que postular, pues, otras razones, que no son ni más ni menos que las *necesidades* sentidas por los usuarios que corresponden o se derivan de los valores prevalentes de la cultura, y en concreto de la cultura española presentes en esta sociedad (Ministerio de Industria, 1998, 1999, y Ministerio de Ciencia y Tecnología, 2000): la pasión por el audiovisual por encima de todo lo demás.

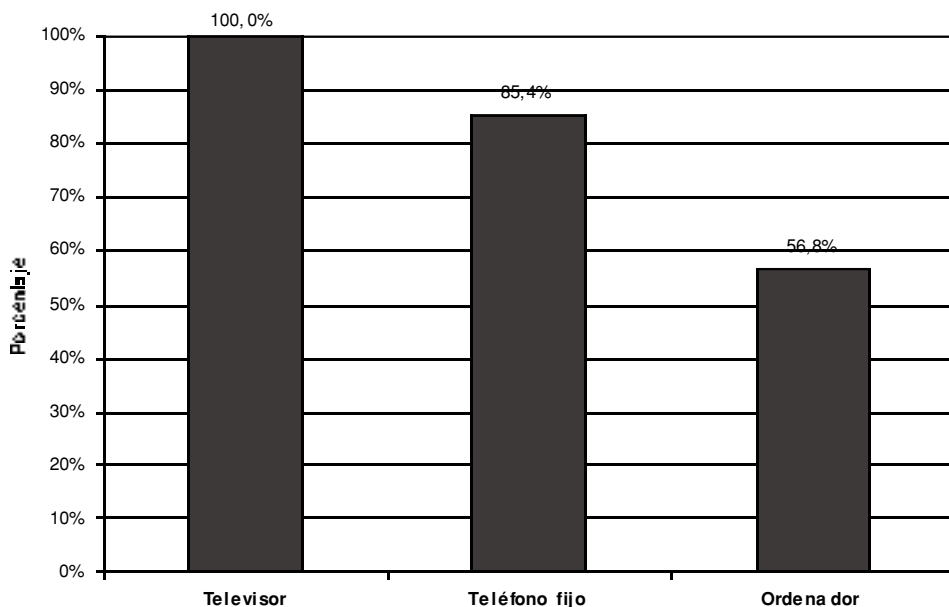


GRÁFICO 2.7
Penetración de televisores, teléfonos fijos y ordenadores en el hogar

2.2. “GEOGRAFÍA” DE LAS TIC EN LOS HOGARES ESPAÑOLES

Por Santiago Lorente

Con este sugestivo nombre de *geografía*, usado profusamente por el sociólogo inglés Roger Silverstone, se pretende analizar la *ubicación* de los dispositivos info-comunicacionales para disponer de un elemento de juicio adicional respecto a la vida diaria de los miembros del hogar en relación con los procesos de información y de comunicación mediada por las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Es decir, que el *sitio* que ocupan los artefactos explica procesos sociales al interior del hogar, e inversamente, condicionan dichos procesos.

Ubicación de los televisores

En el gráfico 2.8 se presenta la geografía o ubicación de los televisores en los hogares de la población urbana, joven y adulta encuestada.

En nueve de cada diez hogares el televisor está en el salón/comedor, y en casi tres de cada diez está también en el dormitorio principal, esto es, en el de los padres. En otra cuarta parte de los hogares encontramos televisores en otros dormitorios (hijos, abuelos, cuando los hay). En uno de cada cinco hogares, asimismo, existen televisores en un pequeño cuarto de estar adicional (generalmente una de las habita-

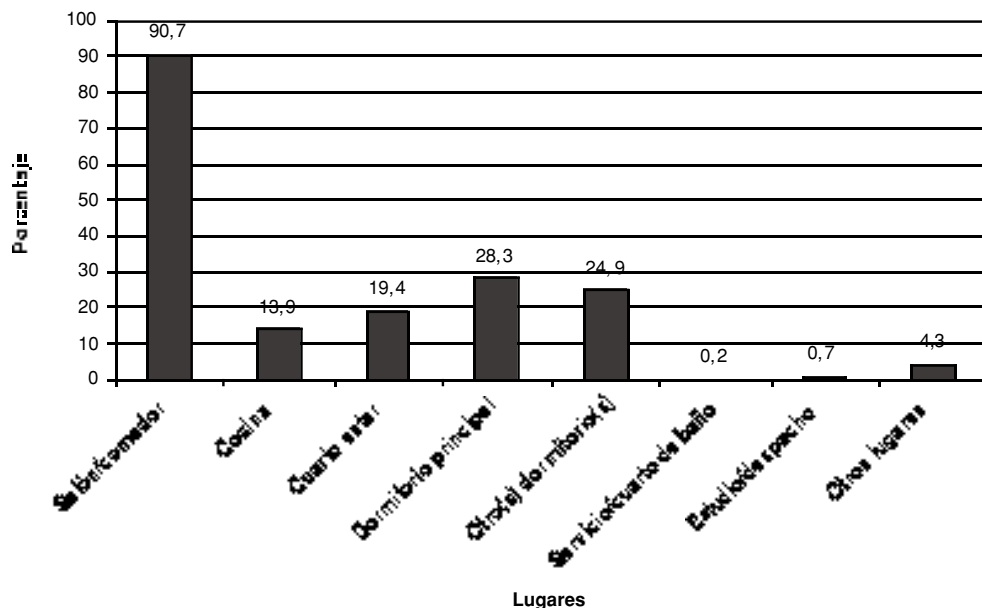


GRÁFICO 2.8
Ubicación de los televisores

ciones disponibles, al no haber hijos en muchos casos) al salón, que es una pieza que, en una parte ya significativa de las casas, se ha convertido en un auténtico *sagrario* immaculado que ha de preservarse del uso diario.

Hay variaciones, como cabría esperar, en la ubicación de los televisores en función del tipo de vivienda. Las principales diferencias se pueden ver a continuación:

CUADRO 2.4
Ubicación del televisor por tipo de vivienda

Ubicación del televisor: Se encuentra con más frecuencia en:

Salón/comedor	Piso pequeño de menos de 100 m ²
Cocina	Chalet adosado
Cuarto de estar	Apartamento pequeño
Dormitorio principal	Chalet adosado
Otros dormitorios	Piso pequeño de menos de 100 m ²
	Casa unifamiliar

Pero no hay excesivas diferencias por clase social. Véanse sólo las dos grandes diferencias:

CUADRO 2.5 Ubicación del televisor por clase social

Ubicación del televisor:	Se encuentra con más frecuencia en:
Cuarto de estar	Viejas clases medias
Otros dormitorios	Obreros no cualificados

La mayor densidad de televisores en el salón comedor en pisos pequeños se explica fácilmente por razón de espacio, y en la cocina en los chalets adosados se explica también, aunque inversamente, por razón de espacio (las cocinas suelen ser más amplias y se suele hacer la vida en ella como sustituto del salón). La mayor incidencia de televisores en el cuarto de estar en apartamentos pequeños se explica por la ausencia de un gran salón comedor, y en los chalets adosados por razón de facilidad de espacio. Ahora bien, la asociación de más número de televisores en el dormitorio principal con piso pequeño no tiene fácil explicación, pues salón siempre existe en un piso pequeño, con lo que cabe hipotetizar que se trata de hogares con gran afición a la televisión y menos a otras actividades más creativas. Más choca todavía la concomitancia de más número de televisores en otros dormitorios (léase dormitorios de hijos) en casas humildes unifamiliares. ¿Es que no hay salón en este tipo de viviendas? El dato no permite mayor explicación a partir de las variables disponibles en la encuesta.

Ubicación de los ordenadores

En el caso de los ordenadores, sin embargo, (Gráfico 2.10) la realidad es diametralmente distinta. En casi la tercera parte de los hogares los ordenadores se colocan en “otros dormitorios” (léase en cuarto de los hijos), y en un 13% en un estudio o despacho. Nótese que el resto de los porcentajes son notablemente exigüos (6% en el cuarto de estar y otro tanto en el salón, 4% en el dormitorio principal).

También, igual que en el caso de los televisores, hay diferencias en la ubicación del ordenador según el tipo de vivienda (Cuadro 2.6).

CUADRO 2.6 Ubicación del PC por tipo de vivienda

Ubicación del ordenador:	Se encuentra con más frecuencia en:
Salón/comedor	Apartamento pequeño
Cuarto de estar	Chalet adosado
Otros dormitorios	Piso pequeño de menos de 100 m ²
Estudio/despacho	Casa unifamiliar
	Piso grande de 100 m ² o más

Tampoco hay excesivas diferencias por clase social, igual que en el caso de los televisores:

CUADRO 2.7
Ubicación del PC por clase social

Ubicación del ordenador:	Se encuentra con más frecuencia en:
Otros dormitorios	Obreros cualificados Obreros no cualificados
Estudio/despacho	Clase alta, y media/alta

El que haya proporcionalmente más ordenadores en el salón comedor en los pisos pequeños es cuestión obviamente de espacio. Pero que los haya más en el cuarto de estar en los chalets adosados es, muy posiblemente, una opción por la que se quiere que el ordenador sea usado por el mayor número de personas. Y que esté en otros dormitorios (léase, de los hijos) en pisos pequeños y en casas unifamiliares, es también cuestión de espacio, pero también de clase social (obrero) como se ve en el cruce con la variable “estatus socioeconómico”. Hay que notar, por último, que la presencia de despacho o estudio es más privativo de pisos grandes, y muy posiblemente también de chalets unifamiliares, si esta categoría hubiera dispuesto de mayor número de encuestados como para poder diversificar, esto es, de clases altas y medias/altas.

Si se analiza conjuntamente la ubicación de ambos aparatos básicos TIC, se deducen notables y jugosas conclusiones sociológicas que afectan a la juventud en el contexto familiar:

El televisor se ubica, fundamentalmente, en el gran espacio público por excelencia que es el salón, mientras que el ordenador se ubica en dos espacios privados que son el cuarto de los hijos y el despacho del padre. De la ubicación puede colegirse fácilmente también, como se corroborará cuando se analice desde dónde se usan ambos dispositivos tecnológicos: el televisor es público, el ordenador es privado (Gráfico 2.11).

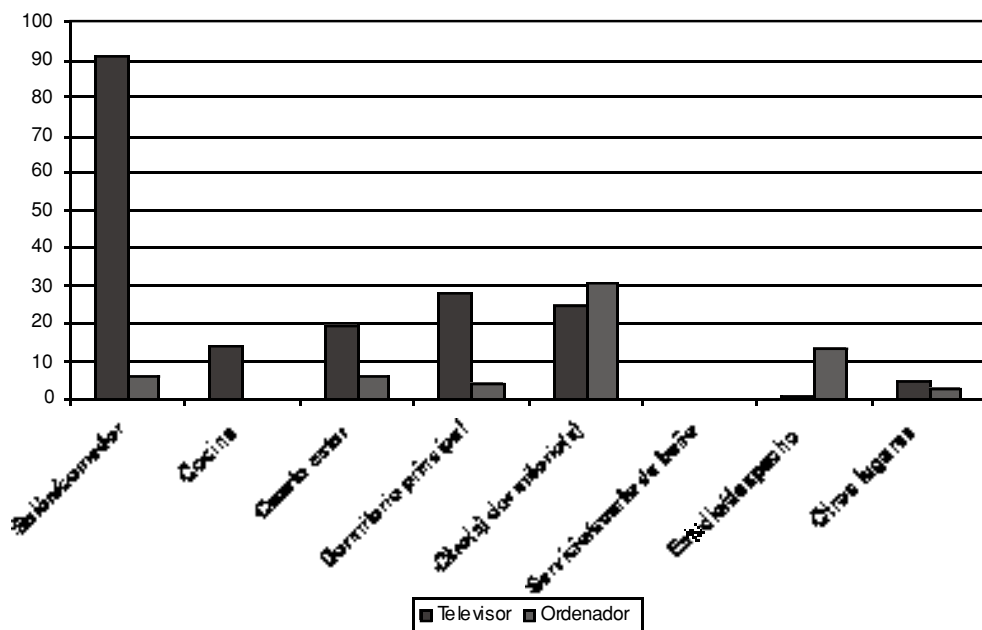
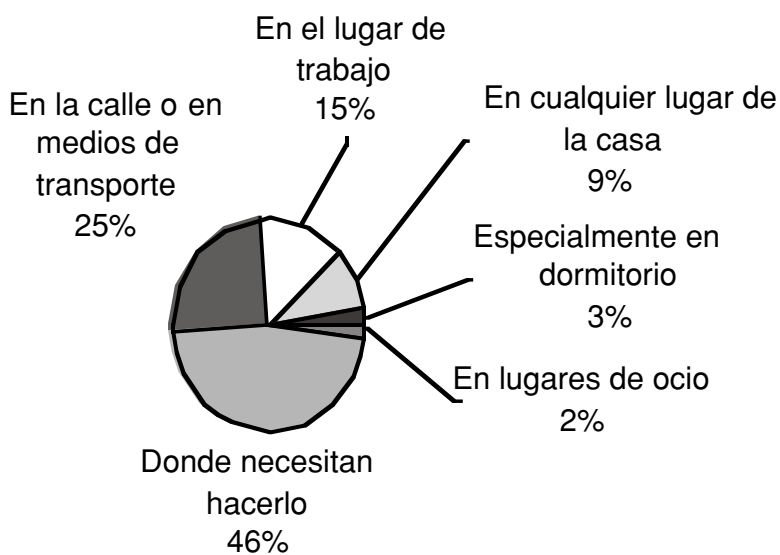


GRÁFICO 2.10
Comparación entre la ubicación del televisor y del ordenador



(N: 1562)

GRÁFICO 2.11
Lugares donde el móvil se utiliza de manera más frecuente

2.3. LUGARES DONDE SE USAN LAS TIC

Por Francisco Bernete

Una vez conocido dónde se encuentran materialmente los aparatos que sirven de instrumentos para la comunicación interpersonal y para la colectiva, nos proponemos ahora dar a conocer en qué espacios se usan con más frecuencia y desde dónde se accede a Internet y al correo electrónico

Los lugares de uso del móvil.

El carácter portátil del teléfono móvil es, por definición, su rasgo esencial. Y, aunque muchas veces se recurra a este instrumento en espacios donde existe o podría existir línea de teléfono fijo, la población entrevistada lo utiliza indistintamente dentro o fuera de tales espacios.

Casi la mitad de quienes tienen experiencia de uso del móvil declara que lo utiliza donde necesita hacerlo, sin especificar ningún lugar concreto; y otra cuarta parte se inclina por señalar “la calle o los medios de transporte” como los sitios donde lo hace de manera más frecuente.

Como era esperable, la respuesta “especialmente en mi dormitorio” es la más asociada a la edad juvenil (15 - 24 años), pero tan sólo un 3% de los entrevistados ha elegido esta opción, frente a otras alternativas. Los jóvenes (varones y mujeres) con edades entre 18 y 29 años se han inclinado más que otros grupos de edad por contestar que usan el móvil “donde necesitan hacerlo”, sin más especificaciones.

La distinción más clara entre perfiles de quienes usan más frecuentemente el móvil en uno u otro lugar, cabe establecerla en el caso de las respuestas que hacen alusión al interior de la vivienda y al lugar de trabajo:

Por una parte, los adolescentes, las mujeres que tienen entre 45 y 64 años, quienes no tienen estudios y quienes no tienen cualificación profesional responden más que el resto “en cualquier lugar de la casa”

Por otra parte, los varones que tienen entre 45 y 64 años, los casados, quienes cuentan con un nivel de educación primaria y aquellos cuyo estatus socioeconómico es de obreros cualificados responden más que el resto “en el lugar de trabajo”.

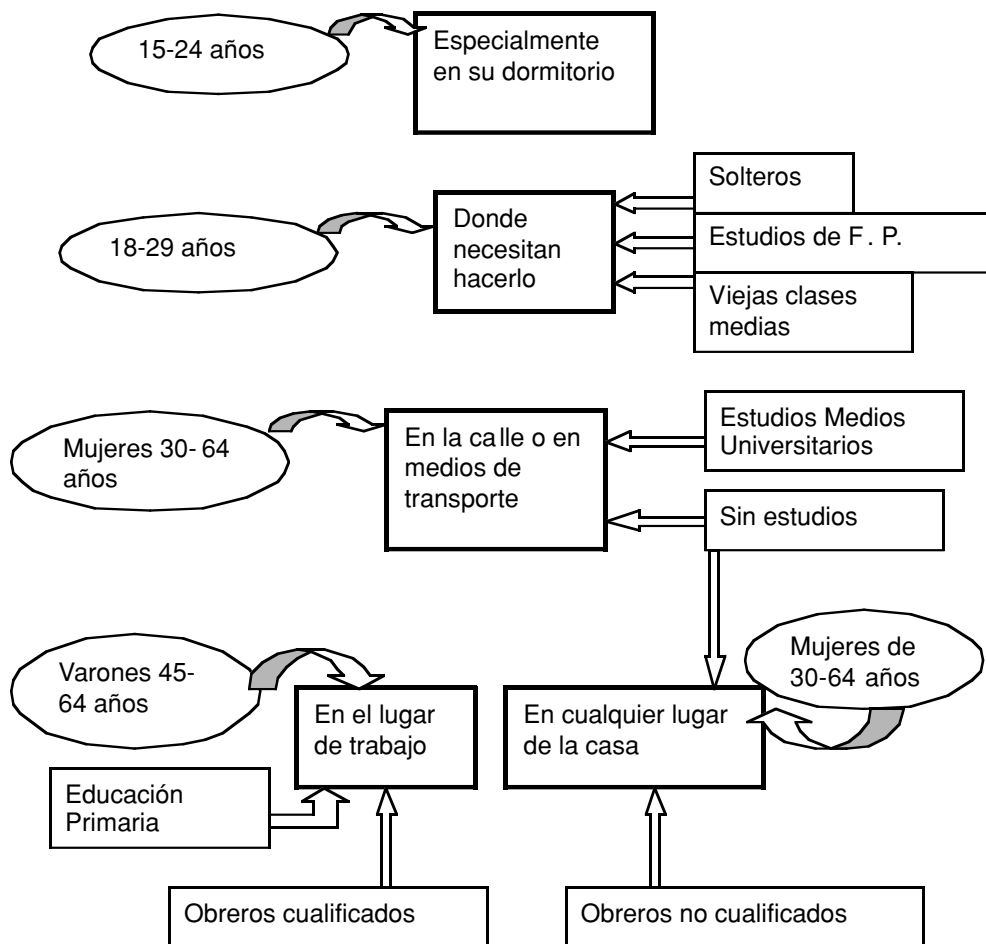


GRÁFICO 2.12
Rasgos que identifican a quienes usan el móvil en algún lugar de manera preferente

Los lugares de uso del televisor y el ordenador, en el interior de la casa

La mayoría de las familias españolas fueron instalando el televisor, como es sabido, en el mismo espacio donde se reunían para comer o/y conversar, quizás con la excepción de quienes podían disponer de casas más amplias y, por ello, con una mayor diferenciación entre los usos a que se destinaba cada lugar: cocinar, comer, conversar o ver la tele son actividades que pueden llevarse a cabo en el mismo sitio (simultánea o alternativamente) o en habitaciones distintas, si se dispone de suficiente espacio para ello.

Como se ha mostrado en un epígrafe anterior, el salón/comedor de la vivienda es el lugar preferente para la instalación de los televisores (nueve de cada diez entrevistados dicen tener alguno en este espacio), seguido a mucha distancia por los dormitorios. En cambio, para la instalación de ordenadores, los lugares elegidos mayoritariamente por las familias españolas son mayoritariamente los dormitorios, seguidos del estudio o despacho.

Sin embargo, la geografía del uso de los aparatos no es necesariamente coincidente con la de su ubicación. Baste indicar, como ejemplo, que la cocina aparece como el tercer lugar (en una proporción algo mayor que los dormitorios) donde los encuestados dicen ver la televisión más frecuentemente; y en cuanto al ordenador, hay mayores proporciones de entrevistados que dicen utilizarlo en el “salón/comedor” y en el “cuarto de estar” que en el “estudio/despacho”.

Por tanto, antes de identificar con rasgos sociodemográficos a quienes constituyen la mayoría de usuarios de ambos aparatos, anotamos este otro resultado de la investigación:

Existe una geografía de uso distinta para televisor y ordenador en el interior de las viviendas¹⁴.

CUADRO 2.8
Lugar de la casa donde se utilizan de manera más frecuente el televisor y el ordenador

	(a) TELEVISOR	(b) ORDENADOR
Salón comedor	68,8	11,2
Cuarto de estar	10,3	10,6
Cocina	5,4	-
Otros lugares	5,1	2,6
Dormitorio principal	3,9	5,3
Otros dormitorios	5,0	39,5
Estudio/despacho	0,1	9,0
N.C.	—	9,0
	(1221)	(868)

Base de la pregunta (a) ¿dónde ve la TV. de manera más frecuente?: quienes tienen más de un televisor en casa

Base de la pregunta (b) ¿dónde utiliza el ordenador de manera más frecuente?: quienes tienen ordenador en casa y lo usan.

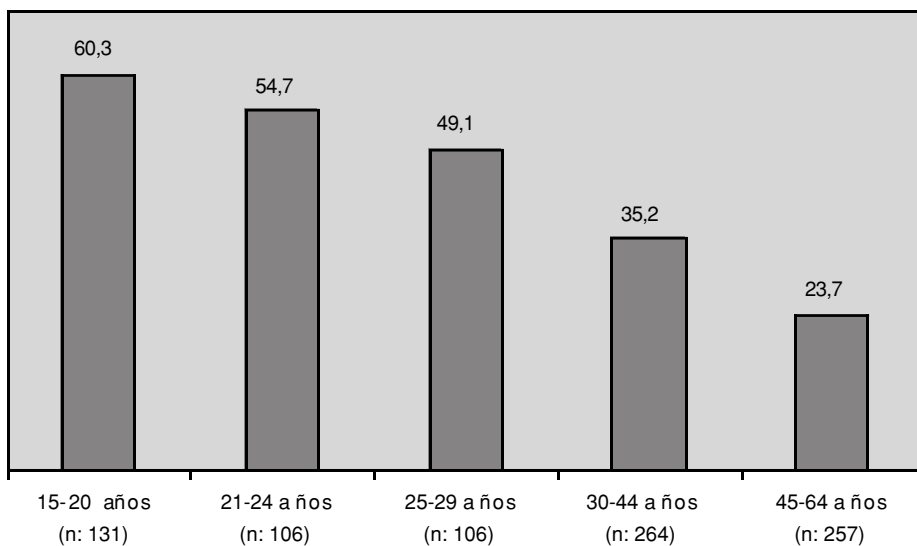
En aquellos hogares donde hay más de un aparato receptor de televisión, una parte de los ciudadanos tienen por costumbre ejercer de espectadores en habitaciones

¹⁴ Más distinta aún si se tiene en cuenta que el ordenador se utiliza mucho más que el televisor fuera de las viviendas (lugares de trabajo y de ocio).

distintas del salón/comedor y el cuarto de estar. Fenómeno que se produce aproximadamente en el 20% de nuestra muestra.

Sin embargo, para el manejo del ordenador, el fenómeno es más bien inverso: tan sólo el 21,8% de los usuarios utilizan el instrumento con más frecuencia en el salón/comedor o el cuarto de estar, mientras que el resto lo hace en otros espacios domésticos: entre ellos, los más recurridos son los dormitorios distintos del principal (o “de matrimonio”) y el estudio/despacho (lugar este último donde la contemplación del televisor es muy improbable, desde el punto de vista estadístico).

La opción de los dormitorios está directamente asociada a la juventud de los usuarios: cuanto más jóvenes son, mayor es la proporción de quienes lo utilizan en estas habitaciones, como se refleja en el gráfico 2.14



Base: Población joven y adulta urbana, que tiene ordenador en casa.

GRÁFICO 2.13 Proporción de encuestados que usan el PC en dormitorios distintos del dormitorio principal

La utilización del PC en los dormitorios, además de estar asociada a la juventud, lo está también al estado civil de solteros, y, en cambio el uso en el salón comedor lo está a la condición de casados: tal vez porque ellas se casan antes que ellos, hay más mujeres que varones de 25 a 29 años que lo utilizan en el salón comedor. En cambio, en el intervalo de edad que va de los 30 a los 44 años, son más varones que mujeres los que ocupan el salón comedor y hay más mujeres que varones instalándose en el estudio/despacho.

Cumplidos los 45, varones y mujeres parecen compartir ordenadores en el “cuarto de estar”, pero, al mismo tiempo, hay una presencia significativa de mujeres entre 45 y 64 años que hacen uso de la computadora en esos otros dormitorios, distintos del principal.

Limitándonos a los cuatro espacios domésticos que ocupan más usuarios de ordenador, cabe hacer las siguientes presentaciones gráficas:

CUADRO 2.9
Combinaciones de género y edad donde se encuentran mayores proporciones de usuarios del PC en cada espacio doméstico

	15 – 24 años	25 – 29 años	30 – 44 años	45 – 64 años
Otros dormitorios	Varones y			
Mujeres	Varones		Mujeres	
Salón comedor		Mujeres	Varones	
Estudio			Mujeres	
Cuarto de estar				Varones y Mujeres

La diferencia entre quienes acostumbran a utilizar el ordenador en su dormitorio, en habitaciones de uso común (salón, cuarto de estar) y en el estudio/despacho está lógicamente relacionada con la disponibilidad de espacios y esta última con las edades y los estatus socioeconómicos que hacen posible (o no) la emancipación residencial respecto de la familia de origen y la conformación de una nueva vivienda con lugares específicamente diseñados para trabajar con herramientas informáticas (por ejemplo, un estudio o despacho de trabajo).

Los lugares de acceso a Internet y al correo electrónico

La vivienda se ha convertido, desde hace años, en lugar preferente para la utilización de Internet y del correo electrónico: dos tercios de la población urbana, joven y adulta, así lo manifiesta.

Dado que las alternativas de respuesta, en este caso, no son excluyentes, una parte de los entrevistados señala dos o más lugares desde los cuales se conectan a Internet y usan el correo electrónico. Por este motivo, encontramos que otro 70%, aproximadamente, lo hace desde un sitio distinto de su propia casa: entre ellos, el centro de trabajo ha quedado constituido como el segundo lugar de acceso (tras la casa), y el único donde el correo electrónico se utiliza más que la navegación por la red.

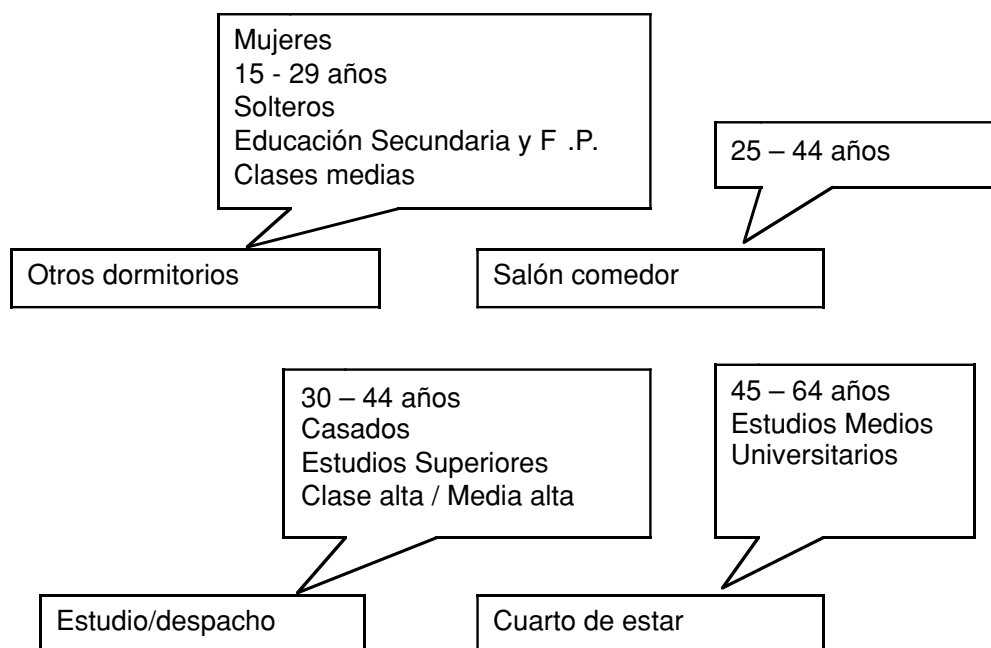


GRÁFICO 2.14
Colectivos donde se encuentran las mayores proporciones de usuarios del ordenador en cada espacio doméstico

CUADRO 2.10
Lugares desde donde se accede a internet y al correo electrónico (multirrespuesta)

	(a) INTERNET	(b) CORREO ELECTRÓNICO
Casa	67,1	65,0
Centro de trabajo	35,9	43,1
Centro de estudios	11,3	8,8
Terminal público	11,0	11,0
Casa de amigo o familiar	11,0	7,8
Otro lugar	1,3	1,4
N.C.	0,7	0,7
(n)	(765)	(691)

Base para (a): quienes saben lo que es Internet y lo utilizan

Base para (b) quienes saben lo es el correo electrónico y lo utilizan

Los porcentajes de la población urbana que accede a Internet y el correo electrónico desde casa y desde el centro de trabajo son más altos en el caso de los ciu-

dadanos mayores de 45 años, que muy raramente lo hacen desde otros lugares, tales como los centros de estudios, los terminales públicos y las casas de amigos o familiares; espacios de conexión todos ellos frecuentados más por jóvenes que por adultos.

El cuadro 2.11 muestra una topografía de los puntos de conexión a la red y sus relativas asociaciones con determinados grupos de edad. Si este articulado de asociaciones entre lugares de acceso y grupos de edad se mantuviese estable en el tiempo, podría argumentarse la existencia de un cierto peregrinaje por la ciudad, que se inicia (al menos para un grupo de jóvenes, hijos de familias con estatus socioeconómico de obreros) manejando Internet en las casas de amigos y familiares, en los terminales públicos (ahora situados en estaciones de transporte, aeropuertos, etc., pero más usados en cibercafés y salas de juegos recreativos), que continúa en los centros de estudios, pasa por los centros de trabajo y concluye en el domicilio particular:

- A) La casa de algún amigo o familiar, que ya posee la infraestructura necesaria, es un lugar de iniciación para quienes viven en hogares sin equipamiento apropiado para conectarse a Internet, o no pueden usarlo; o, por alguna razón, lo hacen de forma más grata para ellos en casa ajena, lo cual es más probable cuanto más jóvenes sean los usuarios.
- B) Los terminales públicos, situados principalmente en cibercafés y salas de juegos recreativos (ahora electrónicos, con videoconsolas y ordenadores) son lugares donde ocupan una parte de su ocio extradoméstico sectores juveniles análogos en extracción social a quienes antaño pasaban horas jugando al fútbolín, al billar o al tenis de mesa. También es más probable que acudan a estos espacios públicos los más jóvenes.
- C) En el centro de estudios es previsible que los usuarios aumenten a medida que lo hagan las inversiones en esta clase de equipamientos en escuelas, institutos y Universidades. La proporción de quienes acceden desde el centro de estudios es mayor en el caso de los jóvenes que tienen la edad con la que más frecuentemente se cursan las titulaciones universitarias (18 - 22 años, aproximadamente).
- D) El imaginario peregrinaje continuaría con el equivalente al centro de estudios para muchos adultos que se incorporan al mundo laboral: el centro de trabajo. Lugar donde, antes que en las viviendas, los ordenadores fueron instalándose para gestionar la administración de la empresa y hoy se utilizan con muchos otros fines: entre ellos, el uso del correo electrónico y, en general, el mantenimiento de la comunicación interna y externa de la organización.

El centro de trabajo es mencionado, como lugar de acceso, en una proporción superior a la media del conjunto de usuarios, por parte de quienes tienen ente 30 y 64 años. La navegación por los sitios web es más probable que la practiquen (desde el lugar de trabajo) los adultos de menor edad (30-44 años), en tanto que el correo electrónico es más probable que sea maneja-

do (desde ese mismo espacio) por quienes se encuentran entre los 45 y los 64 años.

- E) Por último, el recorrido que harían los usuarios de Internet, según fueran madurando biológicamente, tendría su meta en el propio domicilio. Desde su casa accede a Internet el 90% –y al correo electrónico, el 74%– de los usuarios que tienen entre 45 y 64 años. En el caso del e-mail, también los más jóvenes (15 – 20 años) dicen manejarlo desde casa en una proporción superior a la media del conjunto. Lo cual significa que, para una parte de las nuevas generaciones de jóvenes, es tan natural tener en el hogar familiar la conexión a la red de comunicaciones, como lo es recibir la señal televisiva, o reproducir un disco o una cinta de video.

No obstante, debe recordarse que la conversión de la vivienda en punto de acceso se ha generalizado a todos los grupos de edad. Ciertamente, a medida que se han abaratado los precios de los ordenadores personales y las tarifas de los servidores, que cumplen funciones de nudos de la red, ha ido popularizándose la conexión desde el propio domicilio, quizás por comodidad y quizás también por buscar en la red desde casa algo distinto de lo que buscan desde el centro de trabajo o de estudios.

CUADRO 2.11
Grupos de edad que accede a internet y correo electrónico en proporción superior a la media del conjunto en cada uno de los lugares

	15-17	18-20	21-24	25-29	30-44	45-64	TOTAL
Casa	@	@					I @
Centro de trabajo						I @	I @
Centro de estudios	I @	@	I @	@			
Terminal público	I @	I @	I @				
Casa de amigo o familiar	I @	I @	I @				

I = Internet; @ = correo electrónico

Además de las asociaciones señaladas con los diferentes grupos de edad, cabe destacar también ciertas vinculaciones entre los espacios de uso que se han tomado en consideración y el género de los usuarios, las distintas categorías de estatus socioeconómico o las de nivel de estudio, tal como se representa en los gráficos siguientes.

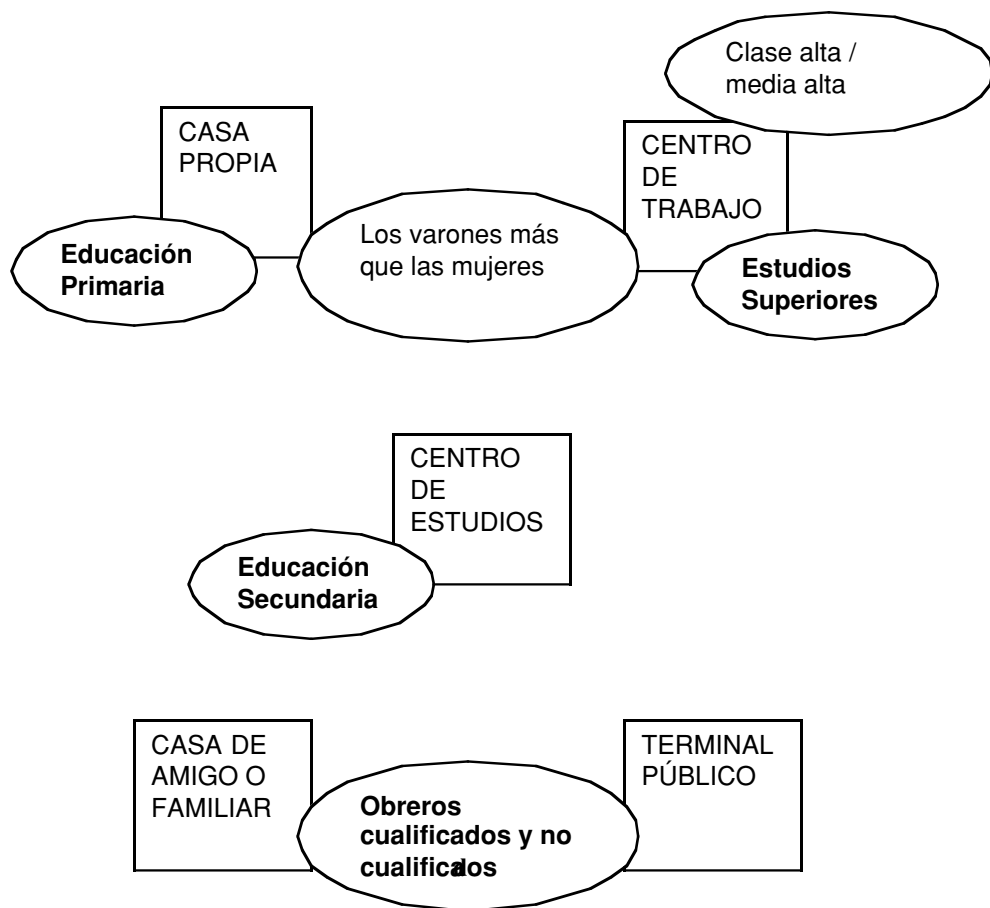


GRÁFICO 2.15
Colectivos donde se encuentran las mayores proporciones de usuarios de internet en cada lugar de acceso

CUADRO 2.12
Lugares desde donde se accede a internet, según la edad (multirrespuesta)

	15-17	18-20	21-24	25-29	30-44	45-64	TOTAL
Casa	64,2	59,4	63,6	62,8	60,1	90,3	67,1
Centro de trabajo	-	4,2	15,9	38,0	55,4	41,9	35,9
Centro de estudios	25,0	34,7	29,0	7,8	1,1	3,2	11,3
Terminal público	25,0	18,1	19,6	14,0	6,5	-	11,0
Casa de amigo o familiar	25,0	19,4	17,8	10,1	7,3	3,2	11,0
(n)	(56)	(72)	(107)	(129)	(276)	(124)	764

Base: quienes saben lo que es Internet y lo utilizan

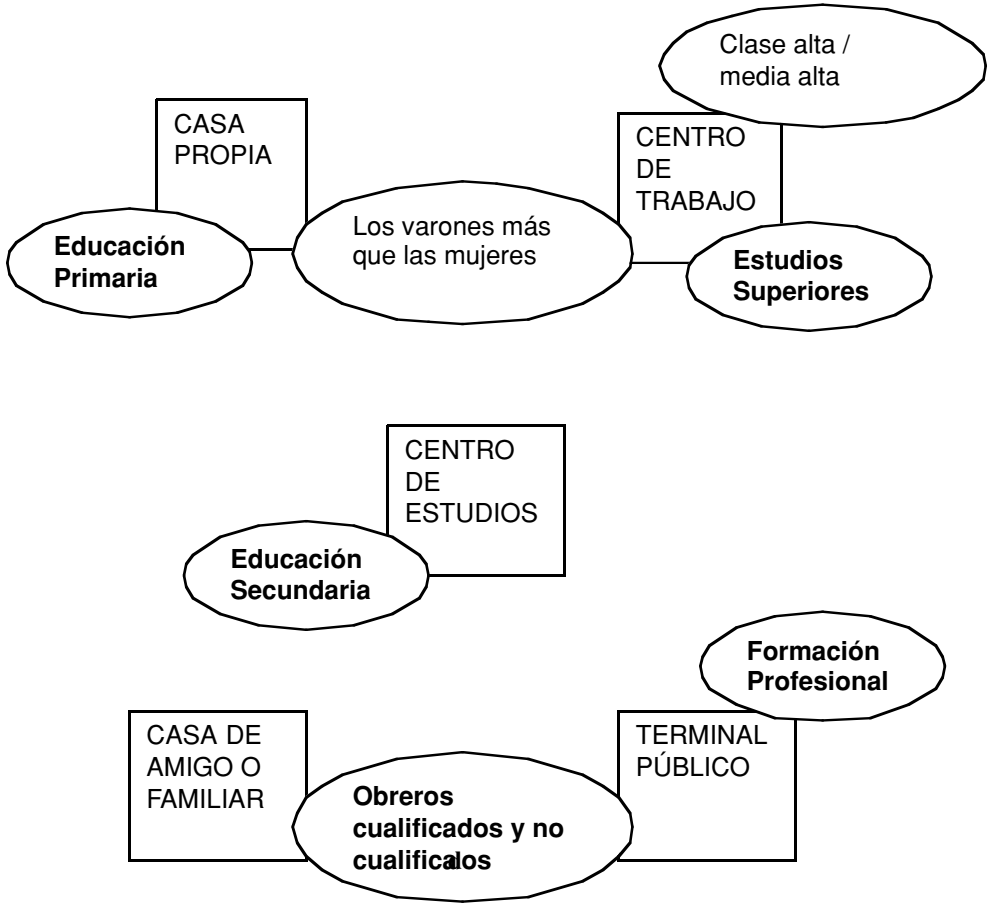


GRÁFICO 2.16
Colectivos donde se encuentran las mayores proporciones de usuarios del correo electrónico en cada lugar de acceso

CUADRO 2.13
Lugares desde donde se accede al correo electrónico según la edad (multirrespuesta)

	15-17	18-20	21-24	25-29	30-44	45-64	TOTAL
Casa	75	70,7	62,6	61,3	60,7	74,1	65,0
Centro de trabajo	-	3,5	18,7	35,2	57,7	70,7	43,1
Centro de estudios	17,5	31,0	24,2	7,6		3,5	8,8
Terminal público	22,5	10,3	18,7	17,7	8,6	-	11,0
Casa de amigo o familiar	20,0	13,8	12,1	6,7	6,0	3,5	7,8
(n)	(40)	(58)	(91)	(119)	(267)	(116)	(691)

Base: quienes saben lo es el correo electrónico y lo utilizan

CUADRO 2.14**Lugares desde donde se accede a internet, según el género (multirresposta)**

	VARONES	MUJERES	TOTAL
Casa	70,9	60,5	67,1
Centro de trabajo	38,7	31,2	35,9
Centro de estudios	9,6	14,5	11,3
Terminal público	11,1	10,9	11,0
Casa de amigo o familiar	9,2	14,1	11,0
(n)	(488)	(276)	(764)

Base: quienes saben lo que es Internet y lo utilizan

CUADRO 2.15**Lugares desde donde se accede al correo electrónico según el género (multirresposta)**

	VARONES	MUJERES	TOTAL
Casa	69,6	56,7	65,0
Centro de trabajo	46,8	36,6	43,1
Centro de estudios	7,8	10,6	8,8
Terminal público	11,0	11,0	11,0
Casa de amigo o familiar	6,6	9,8	7,8
(n)	(438)	(254)	(692)

Base: quienes saben lo es el correo electrónico y lo utilizan

CUADRO 2.16**Lugares desde donde se accede a internet, según el nivel de estudios (multirresposta)**

	Primaria	Secundaria	F.P.	Medios Univ.	Superiores	TOTAL
Casa	89,5	66,5	58,7	65,6	69,5	67,1
Centro de trabajo	–	18,9	33,9	33,8	67,5	35,9
Centro de estudios	7,9	17,3	9,9	10,6	6,0	11,3
Terminal público	7,9	15,8	13,2	8,6	6,0	11,0
Casa de amigo o familiar	10,5	13,8	18,2	11,3	2,5	11,0
(n)	(38)	(254)	(121)	(151)	(200)	(764)

Base: quienes saben lo que es Internet y lo utilizan

CUADRO 2.17
Lugares desde donde se accede al correo electrónico, según el nivel de estudios (multirrespuesta)

	Sin estudios	Primaria	Secundaria	E.P'	Medios Univ.	Superiores	TOTAL
Casa	100,0	85,0	63,9	56,9	66,4	65,5	65,0
Centro de trabajo	-	15,0	22,2	40,2	39,1	72,8	43,1
Centro de estudios	-	5,0	14,3	5,9	7,7	5,3	8,8
Terminal público	-	10,0	14,3	20,6	6,3	6,3	11,0
Casa de amigo o familiar	-	15,0	11,1	11,8	7,7	2,4	7,8
(n)	(6)	(20)	(216)	(102)	(143)	(206)	(693)

Base: quienes saben lo es el correo electrónico y lo utilizan.

CUADRO 2.18
Lugares desde donde se accede a internet, según el estatus socioeconómico (multirrespuesta)

	Clase alta/ media-alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	TOTAL
Casa	70,5	69,9	75,0	62,1	32,3	67,1
Centro de trabajo	54,9	31,8	7,1	17,0	16,1	35,9
Centro de estudios	6,8	11,6	32,0	13,1	19,4	11,3
Terminal público	6,2	7,6	14,2	22,9	16,1	11,0
Casa de amigo o familiar	7,5	7,6	7,1	20,9	29,0	11,0
(n)	(308)	(173)	(28)	(153)	(31)	(693)

Base: quienes saben lo que es Internet y lo utilizan

CUADRO 2.19
Lugares desde donde se accede al correo electrónico, según el estatus socioeconómico (multirrespuesta)

	Clase alta/ media-alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	TOTAL
Casa	65,6	59,9	65,4	66,7	43,8	65,0
Centro de trabajo	63,3	37,7	15,4	22,5	6,3	43,1
Centro de estudios	5,5	9,0	19,2	9,2	25,0	8,8
Terminal público	5,1	10,2	19,2	25,8	18,8	11,0
Casa de amigo o familiar	5,8	7,2	3,9	13,3	31,3	7,8
(n)	(311)	(167)	(26)	(120)	(16)	(640)

Base: quienes saben lo es el correo electrónico y lo utilizan

2.4. ESTRUCTURA DE LAS FAMILIAS Y CONDICIONES DE VIDA EN ENTORNOS URBANOS

Por Diego Becerril y Santiago Lorente

Esta investigación no tiene como objetivo principal la descripción de las estructuras familiares y de hogares. Ahora bien, este principio no impide que existan determinadas preguntas que son útiles para trazar rasgos básicos de estas realidades en la población seleccionada y que son las analizadas en este apartado. En concreto atenderemos el estado civil, el tipo de vivienda y la convivencia en el hogar.

Debe advertirse, en cualquier caso y para que no existan confusiones, que los datos presentados no son representativos de toda la población española sino de la población de ambos sexos entre 15 y 64 años que habita en ciudades de más de 50.000 habitantes. Por ello, estos datos no son comparables con otras fuentes estadísticas, como censos, ni con otras encuestas que abarcan la población total.

Estado civil

El estado civil, como componente de las familias y hogares, es la primera variable que interesa analizar (Cuadro 2.20):

CUADRO 2.20
Estado civil

Casado/a	48,0
Soltero/a	34,6
Viviendo en pareja	5,9
Viudo/a	2,3
Separado/a	7,8
Divorciado/a	1,4
No contesta	0,1
(n)	(1918)

En la población objeto de estudio (restringida a los parámetros antes comentados) la mayor parte está casada, representando un 48% sobre el total. A continuación se situarían las personas solteras que son un tercio de la población total. Entre los demás estados civiles, ya con porcentajes inferiores, destacan los separados/as (7%) junto a casi un 6% de personas que viven en pareja.

El estado civil, cómo es lógico, presenta diferencias significativas según la edad de la población, diferenciando los datos para jóvenes y adultos (Cuadro 2.21).

CUADRO 2.21
Estado civil, según edad

	JÓVENES	ADULTOS	TOTAL
Casado/a	11,6	64,8	48,0
Soltero/a	83,3	12,3	34,6
Viviendo en pareja	4,6	6,5	5,9
Viudo/a	–	3,3	2,3
Separado/a	0,3	11,2	7,8
Divorciado/a	–	2,0	1,4
No contesta	0,2	–	0,1
(n)	(604)	(1314)	(1918)

CC: 0,57 Nivel de significatividad: 0,00

Desde esta perspectiva, los jóvenes tienen una escasa presencia en los estados civiles de casado/a (11%), viviendo en pareja (4%) y no registran casos de viudos y divorciados. El estado civil de los jóvenes es soltero/a, con una frecuencia casi hegemónica (83%).

Para los adultos, el estar casado/a es la opción mayoritaria, con un 64%, seguido de quienes permanecen solteros (12%) y los separados (11%). Quienes viven en pareja son menos frecuentes, aunque superan a los jóvenes (6%), y sólo en los adultos se registran divorciados y viudos.

Si añadimos el género, en los jóvenes existe un porcentaje de mujeres casadas y viviendo en parejas superior respecto a los varones y, lógicamente, más varones solteros. Esto tiene sentido en referencia a la diferencia de edad en la formación de parejas. En los adultos las variaciones por género se centran en las separadas-divorciadas y las viudas, con mayor presencia femenina que masculina. Por el contrario, los varones adultos son mayoritarios en los estados civiles casado, soltero y viviendo en pareja. Estas diferencias en los adultos se debe a la mayor presencia de segundas nupcias entre la población masculina respecto a la femenina.

Tipo de vivienda

El tipo de vivienda de los entrevistados es un parámetro básico en las condiciones de los hogares. En el Cuadro 2.22 se representan los tipos de vivienda con los porcentajes registrados.

CUADRO 2.22
Tipo de vivienda

Apartamento pequeño	4,3
Piso pequeño - 100 m ²	57,8
Piso grande + 100 m ²	29,9
Chalet adosado	2,1
Casa unifamiliar	4,7
No consta	1,2
(n)	(1918)

Los pisos pequeños, de una superficie menor de 100 metros cuadrados son donde viven la mayoría de las personas (57%), destacando sobre el resto de opciones. En segundo lugar se sitúan aquellas personas que residen en un piso grande, mayor de 100 metros cuadrados, que representan un 29% del total. Para las otras categorías los porcentajes son inferiores, estando igualados quienes viven en apartamentos pequeños y casas unifamiliares (4% cada uno) y quedando en un porcentaje minoritario los chalets adosados (2%).

El tipo de vivienda u hogar está determinado por factores como la clase social del sujeto (Cuadro 2.23).

CUADRO 2.23
Tipo de vivienda según clase social

	Clase alta/ media-alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	TOTAL
Casa	65,6	59,9	65,4	66,7	43,8	65,0
Apartamento pequeño	5,6	3,7	2,1	3,5	7,2	4,5
Piso pequeño (menos 100 m ²)	49,3	54,1	56,4	64,9	55,4	57,3
Piso grande (100 m ² o más)	39,0	38,2	38,3	26,4	11,5	29,9
Chalet adosado	4,4	1,4	1,1	1,7	1,1	2,1
Casa unifamiliar	0,7	1,1	2,1	2,0	23,7	4,9
No consta	1,0	1,4	0,0	1,5	1,1	1,2
Total	(410)	(351)	(94)	(658)	(278)	(1791)

Coefficiente de contingencia: 0,39 Significatividad: 0,00

Es posible observar una correlación que indica que en las clases socialmente más favorecidas son menos frecuentes los pisos pequeños, mientras que en estas es donde mayor porcentaje se registra de pisos grandes o chalets adosados. Por el contrario, en los obreros no cualificados aparece una mayor utilización de apartamentos pequeños aunque, asimismo, registran un alto índice en las casas unifamiliares.

En general, una mayor clase social condiciona unos mejores hogares o viviendas, con excepciones puntuales, pero que resulta lógico dadas las diferencias de estatus y económicas que la adquisición de una vivienda supone.

Claro que el tipo de vivienda no es únicamente cuestión de clase social, intervienen otros factores como el estado civil de las personas.

En cuanto al estado civil (Cuadro 2.24), los apartamentos son viviendas equitativamente distribuidas en todos los estados civiles, si bien entre los casados la presencia es menor (no existiendo entre separados y viudos).

CUADRO 2.24
Tipo de vivienda según estado civil

	Casado/a	Soltero/a	Viviendo en pareja	Separado/a	Divorciado/a	Viudo/a	TOTAL
Apartamento	3,7	5,3	5,3	–	5,4	–	4,3
Piso pequeño	59,4	58,3	77,0	77,3	33,6	7,7	57,8
Piso grande	32,0	30,0	17,7	18,2	18,1	92,3	29,9
Adosado	3,1	1,8	–	–	–	–	2,1
Unifamiliar	1,1	2,1	–	4,5	43,0	–	4,7
No consta	0,7	2,6	–	–	–	–	1,2
(n)	(921)	(664)	(113)	(44)	(149)	(26)	(1918)

Coefficiente de contingencia: 0,49

Significatividad: 0,00

Para los pisos pequeños, la mayor presencia se registra entre las personas que están viviendo en pareja y quienes son separados, probablemente por el menor nivel económico que estos grupos suelen mostrar. No obstante, para casi todos los estados civiles el piso pequeño sigue siendo la vivienda más habitual.

En el piso grande los viudos/as muestran un porcentaje muy alto (92%), seguramente por vivir en ese hogar desde hace tiempo, si bien este dato hay que condicionarlo al bajo número de casos de viudos/as anotados (26). Fuera de este estado, los casados/as se imponen con un porcentaje del 32%, cercano al de los solteros (30%) pero distanciado de las personas que viven en pareja, separados/as o divorciados/as.

Donde los casados se imponen con claridad es en el chalet adosado (3%), siendo casi los únicos que los disfrutan. Sólo los solteros registran también este hogar, eso sí, en un porcentaje inferior (1,8%).

Para las casas unifamiliares nos encontramos el resultado de que son los divorciados/as quienes tienen esta vivienda en mayor porcentaje (43%), muy por encima de los otros estados civiles, situándose en segundo lugar, a una distancia relevante, los separados/as (4%). Este dato puede resultar paradójico pero se explica porque con seguridad son hogares grandes que la mujer ha conservado tras la ruptura matrimonial. Con esta hipótesis se dividieron los datos por género entre divorciados y divorciadas y, mientras entre los divorciados no se registró ni un caso, en las divorciadas el 62% vivía en una casa unifamiliar.

La convivencia en el hogar

Uno de los aspectos claves en la descripción de los hogares y familias es conocer cómo se componen los hogares donde jóvenes y adultos están conviviendo y su relación con las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. En este apartado se analizarán las características de las personas que conviven en el hogar, conociendo la relación (familiar o no) que mantienen entre ellos.

En primer lugar se preguntó por las personas que conviven con el entrevistado (Cuadro 2.25):

CUADRO 2.25
Convivencia en el hogar

Sólo familiares	87,2
Familiares y no familiares	3,4
Sólo no familiares	3,3
Vive solo/a	6,2
No contesta	-
(n)	(1918)

La mayoría de las personas (87%) conviven sólo con familiares, siendo una amplia mayoría entre la población urbana joven y adulta. Lejano de este porcentaje se encontrarían el resto de opciones. Entre ellas, sobresale el vivir solo/a con un 6%, duplicando aquellos hogares conformados por familiares y no familiares y los hogares de sólo no familiares (ambos con un 3%)¹⁵.

El tipo de personas con quien se conviva depende, sobre todo, de la edad del sujeto (Cuadro 2.26).

CUADRO 2.26
Convivencia en el hogar según edad

	JÓVENES	ADULTOS	TOTAL
Sólo familiares	82,1	89,5	87,2
Familiares y no familiares	5,8	2,3	3,4
Sólo no familiares	7,9	1,1	3,3
Vive solo/a	4,1	7,1	6,2
(n)	(604)	(1314)	(1918)

Coefficiente de contingencia: 0,20 Significatividad: 0,00

¹⁵ Los hogares unipersonales están registrando en España un aumento constante y, de hecho, en esta investigación se configuran como el segundo tipo de hogar. Esto ocurre a pesar de que en España casi el 60% de estos hogares son de personas mayores de 65 años (Censo 2001), población que queda fuera de nuestra muestra.

Los adultos son quienes en mayor porcentaje conviven sólo con familiares, una diferencia de siete puntos y superan también a los jóvenes en los hogares unipersonales (7% frente a 4% los jóvenes). Por el contrario, entre los jóvenes es más frecuente convivir con familiares y no familiares o sólo con no familiares. El Gráfico 2.16 confirma estos mismos resultados en la representación por grupos de edad.

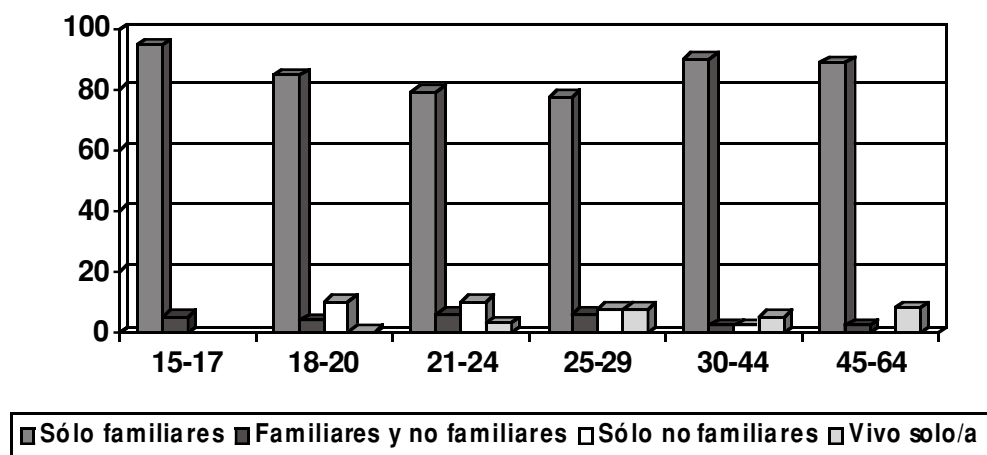


GRÁFICO 2.17
Tipo de convivencia según edad

Con independencia del tipo de convivencia, la media de personas que conviven en las familias urbanas jóvenes y adultas es de 3,4.

Los familiares

En el análisis concreto de los familiares que conviven con el sujeto (Cuadro 2.27), la categoría que destaca es la de pareja, en seis de cada diez casos.

CUADRO 2.27
Convivencia con familiares

	%	MEDIA
Nieto(s)	1,1	2,6
Hijo(s) (Propios, de su pareja o adoptados)	52,2	1,8
Pareja (De cualquier calificación legal)	59,5	–
Padre	26,6	–
Madre	29,4	–
Hermano/a(s)	23,3	1,5
Abuelo(s)	2,9	1,1
Otros (Sobrinos, primos, suegros,...)	2,4	–
No contesta	–	–
(n)	(1736)	

Junto a ella, con porcentaje parecido (52%) aparecen los hijos, con una media de 1,8 por familia. A cierta distancia, los familiares más frecuentes tras éstos son la madre (29%), el padre (26%) y los hermanos/as (23%). La media de los hermanos/as es de 1,5.

Con menor porcentaje están representados en la convivencia los abuelos/as (2,9%), con una media de un/a abuelo/a por familia y los nietos (1%), con casi tres de media. Antes incluso que los nietos es más frecuente que se conviva con otros familiares (2%) como sobrinos, primos, etc.

En definitiva, una estructura familiar contemporánea y propia de la población urbana, donde conviven un número limitado de generaciones, la familia nuclear, y donde se percibe el descenso de la natalidad respecto a décadas anteriores.

Los no familiares

Para los casos en que se convive con no familiares (Cuadro 2.28), la situación más frecuente es que se haga con amigos, si bien igualados con la convivencia de personas sin ninguna relación (ambos 17%).

CUADRO 2.28
Convivencia con no familiares

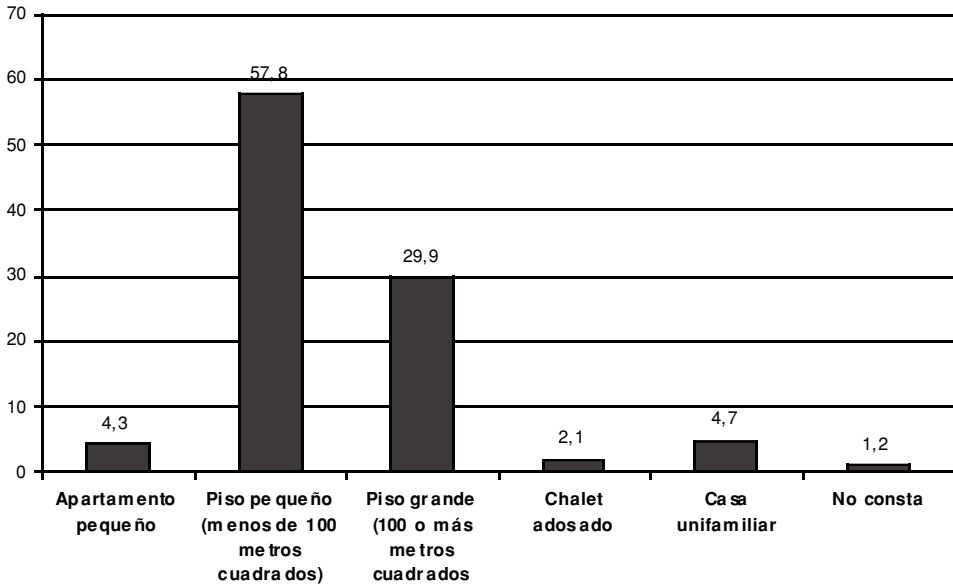
Amigos	17,9
Compañeros de trabajo	5,7
Compañeros de estudio	11,8
Otra relación, ninguna	17,8
No contesta	48,7
(n)	(128)

Tras estas opciones, las siguientes son convivir con compañeros de estudio (11%) o de trabajo (5%). No obstante, debe señalarse que prácticamente la mitad de esta submuestra (48%) no contestó a la pregunta sobre quiénes eran estos no familiares con quienes convivían.

Condiciones de vida en entornos urbanos: el tipo de vivienda

Hay que volver a recordar que, en la presente encuesta, se ha considerado únicamente a la población joven y adulta (15 a 64 años) urbana, residente en núcleos de población de 50.000 habitantes o más, y capitales de provincia. El tipo de vivienda en que vive esta población se puede ver en el gráfico 2.17.

Casi seis de cada diez hogares son pisos pequeños, con menos de 100 m², y tres de cada diez son pisos de 100 m² o más. Nótese que tanto los apartamentos pe-



Base = todos los encuestados.

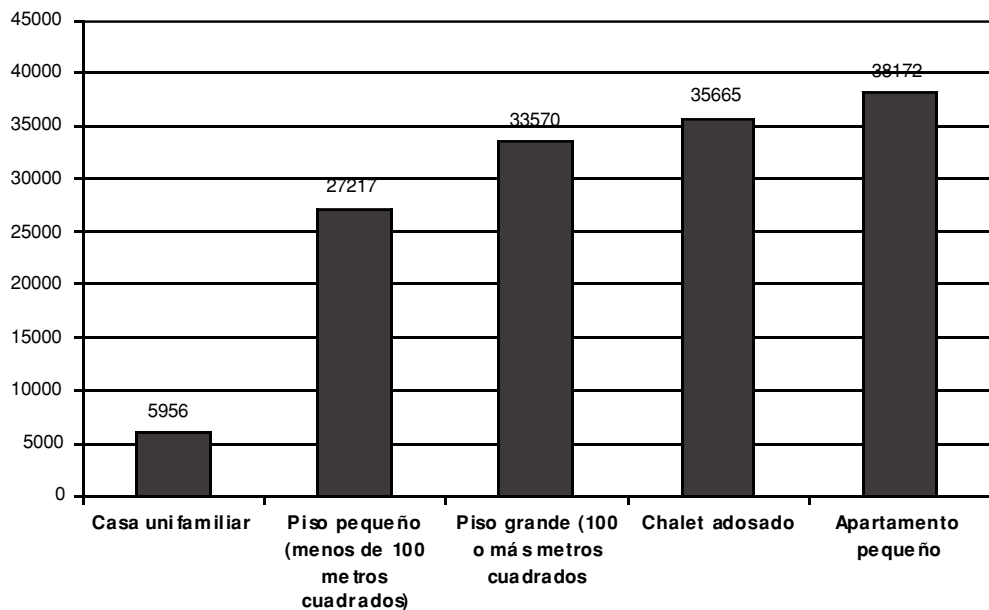
GRÁFICO 2.18
Tipo de vivienda de la población encuestada

queños como los chalets/casas unifamiliares no llegan al 5% cada uno, y los chalets adosados constituyen una exigua parte del 2%. Este 4,7% de casas unifamiliares que muestra el gráfico necesita una pequeña explicación: esta categoría abarca, confusamente¹⁶, tanto el *chalet* unifamiliar como la *casa* unifamiliar. Cada uno de ellos tiene connotaciones socio-económicas absolutamente contrapuestas en la población urbana de la que estamos tratando en el presente informe. El primero es habitado por familias de alto *standing*, mientras que el segundo lo es por poblaciones deprimidas, u obreras, de los cinturones de las ciudades.

Como se mostró en el cuadro 2.23, no hay diferencias apenas en cuanto a los apartamentos pequeños urbanos, que se dan casi por igual en todas las clases sociales. En cambio, entre los residentes en pisos pequeños, abundan proporcionalmente más la clase de obreros cualificados. Por el contrario, los pisos grandes y los cha-

¹⁶ Este indicador se recabó por observación directa del entrevistador, y el CIS mezcló erróneamente el concepto de casa unifamiliar, como expresión de vivienda de alto *standing* con la casa unifamiliar, como expresión de vivienda generalmente humilde en los barrios antiguos periféricos de las ciudades. Al no haber –insistimos, erróneamente– diferenciado a ambos colectivos, esta categoría ha resultado ser completamente híbrida comprendiendo a ambos colectivos dispares, como se verá en los datos. No obstante, al ser una categoría muy residual, tanto para chalets como para casas unifamiliares, no parece que haya distorsionado especialmente los resultados.

lets adosados tienen una mayor connotación de clase, y son más privativos de las clases más pudientes. El concepto de “chalet unifamiliar” es más bien uno de “casa unifamiliar”, más propio de barriadas populares de las grandes ciudades, con estatus socioeconómico bajo.



cc = 0,39; nivel de significatividad = 0,00.

GRÁFICO 2.19
Ingresos medios del hogar por tipo de vivienda

Respecto a los ingresos medios mensuales familiares por tipo de vivienda, el gráfico 2.18 presenta los resultados, en la que se puede ver cómo la casa familiar está muy por debajo, mientras que la escala de ingresos se produce desde el piso pequeño, al piso grande, al chalet adosado y al apartamento pequeño. Esta introducción del apartamento pequeño como el de mayores ingresos hace pensar en las nuevas modalidades relacionadas con la sociología de la familia, como es el incremento de solteros, de parejas sólo de fin de semana y de personas separadas. Serían, hipotéticamente, habitantes de alto nivel de vida viviendo en estas condiciones¹⁷.

¹⁷ Dada la dificultad de obtener datos verídicos sobre ingresos, en el presente cuestionario se optó por un indicador indirecto que, al parecer, está obteniendo buenos resultados en estudios de mercado, y que dice textualmente: «Dígame, por favor, ¿cuáles cree Ud. que son los ingresos al mes que tiene una familia como la suya, en un barrio como éste, y en una ciudad como ésta?». Parece ser que

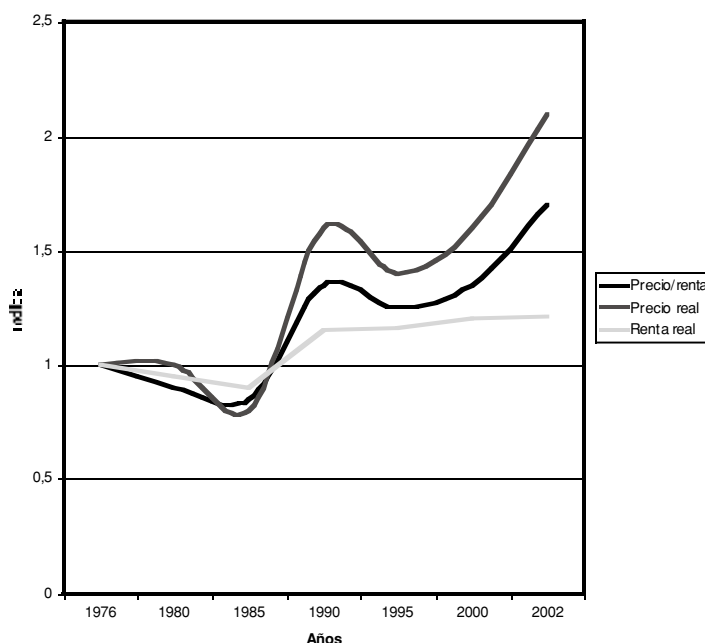
Por clase social del entrevistado, se observan algunos rasgos de interés en el cruce (Cuadro 2.29.):

CUADRO 2.29
Clase social prevalente asociada a cada tipo de vivienda

Tipo de vivienda	Clase social más prevalente
Apartamento	No hay diferencias
Piso pequeño	Obreros cualificados
Piso grandes	Clases medias: nuevas y viejas
Chalet adosado	No hay diferencias
Casa unifamiliar	No hay datos

cc= 0,39; nivel de significatividad = 0,00

Dichos rasgos tienen que ver en el caso de la dimensión de los pisos, que marca las obvias diferencias sociales que eran de esperar.



Fuente: Banco de España.

GRÁFICO 2.20
Evolución de la renta familiar y del coste de la vivienda

los encuestados proyectan inconscientemente al encuestador los propios ingresos de su hogar. Pero, hay que insistir, se trata de un indicador subjetivo y en gran medida aproximado, sin pretensiones de veracidad total.

En la línea amarilla se observa el incremento real de la renta, con índice =1 en 1976, el año posterior a la muerte de Franco. Subió ligeramente entre 1985 y 1990, pero en el resto del periodo constituye casi una curva plana. La línea roja representa el crecimiento real del precio de la vivienda, que tiene su mayor índice de subida entre 1985 y 1990, seguido por el periodo 1995-2002. Se observa, no obstante, un decrecimiento del precio de la vivienda entre 1980 y 1985, y otro entre 1990 y 1995. Pero la línea más interesante es la azul, que mide el ratio entre el precio de la vivienda y la renta de las familias. Tiene las mismas tendencias, aunque mucho más suavizadas, que la del precio real de la vivienda: dos periodos ligeros de decrecimiento, y dos periodos de claro crecimiento del ratio. Los dos primeros, 1980-1985 y 1990-1995, y los dos segundos, 1985-1990 y 1995-2002. Las tendencias, en 2003, siguen igual.

Condiciones de vida en entornos urbanos: horarios de entrada/salida del hogar

Entre las condiciones de vida en los entornos urbanos están los horarios de salida y entrada al hogar, bien por razón de trabajo (en el caso de los adultos) bien por razón de estudios (en el caso de la mayoría de los jóvenes).

La hipótesis subyacente fue puesta sobre la mesa por la socióloga italiana Leopoldina Fortunati, a lo que ella llama “hermandad virtual” (Fortunati, 2002), que consiste básicamente en que las familias tienen cada vez menos hijos en Europa, y la “parejita”, que era la pauta de procreación prevalente, ha dado lugar al “hijo único”. Este hijo tiene necesidad de comunicación con sus pares, por lo que opta por hacer un uso intenso de la comunicación interpersonal mediada por las TIC, especialmente con el teléfono móvil, y de forma muy especial en las muchas horas que pasa solo en su casa, por la ausencia de los padres que están fuera largas horas, hecho motivado tanto por los extensos horarios propiciados por la *nueva economía* liberal, como por las grandes distancias y aglomeraciones de tráfico de las grandes urbes. Hemos considerado que este aspecto es uno de los que más inciden en la relación entre TIC, familia y juventud.

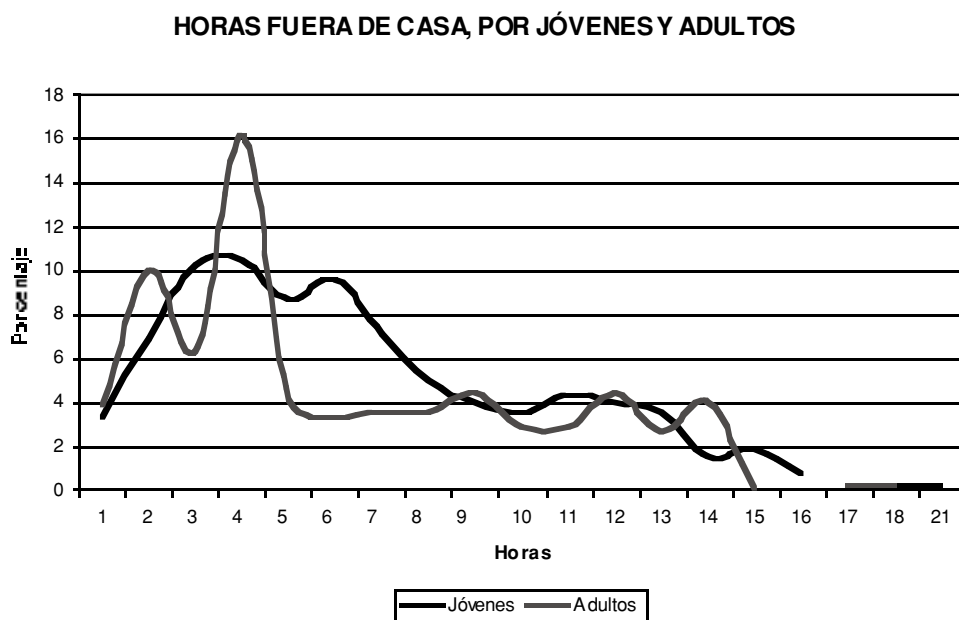
También es de enorme enjundia sociológica desvelar los horarios juveniles de salida y entrada al hogar, por cuanto ello indica pautas familiares más o menos estables en relación, nuevamente, con el fenómeno de TIC, familia y juventud.

El indicador que se les pedía contestar en el cuestionario a los encuestados era que dijeran la hora de salida y de regreso al hogar en el último día laborable, usando así la metodología de “recuerdo de la víspera”. Veamos, pues, sucesivamente, cuáles son los horarios de los adultos y cuáles los de los jóvenes.

CUADRO 2.30
Porcentaje de encuestados que salieron del hogar el último día laborable,
por edad

Han salido el día anterior	Jóvenes	Adultos
Sí	94,4	82,9
No	5,6	17,1
(n)	(604)	(1314)

Veamos las horas que las personas encuestadas pasan fuera del hogar (Gráfico 2.21):

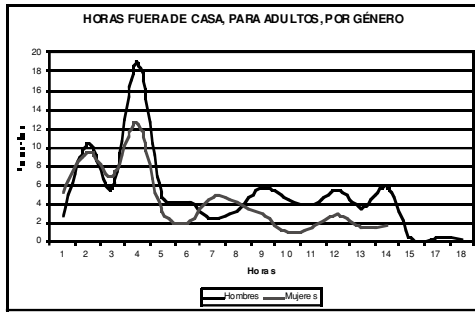


Base = los que salieron fuera de casa el último día laborable.

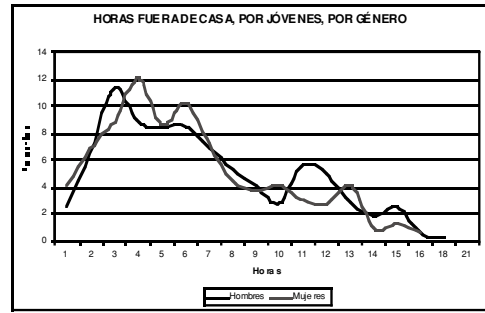
GRÁFICO 2.21
Horas fuera de casa, por jóvenes y adultos

Se observa que, por lo general, el fenómeno de salir de casa no está asociado fuertemente al horario laboral, puesto que el valor modal de 8 ó 10 horas no existe. Las pautas, a partir de las 9 horas y más de ausencia son relativamente similares entre jóvenes y adultos. Pero, por debajo de ese periodo de ausencia, los adultos están generalmente más tiempo fuera.

Entre los adultos, hay diferencias por género, pero apenas nada entre jóvenes (Gráfico 2.21).



cc = 0,31; nivel de significatividad = 0,00



cc = 0,15; nivel de significatividad = 0,78

GRÁFICO 2.22
Horas fuera de casa, por género y edad

En el caso de los adultos, se aprecia un pico para los varones en el entorno de las 4 horas, y unos niveles más altos a partir de las 8 horas fuera de casa. Pero en el caso de los jóvenes, las curvas son bastante similares. Lo que sí es interesante subrayar que tanto adultos como jóvenes están aproximadamente el mismo número de horas fuera de casa. Hay que recordar nuevamente que no parece que “horas fuera de casa” esté asociado totalmente a jornada laboral ni a jornada de estudios.

En el gráfico 2.22 se presenta el promedio de horas fuera de casa por una serie de variables: grupo de edad, tamaño del hábitat, y nivel de estudios.

HORAS FUERA DE CASA, ORDENADAS ASCENDENTEMENTE POR UNA SERIE DE VARIABLES

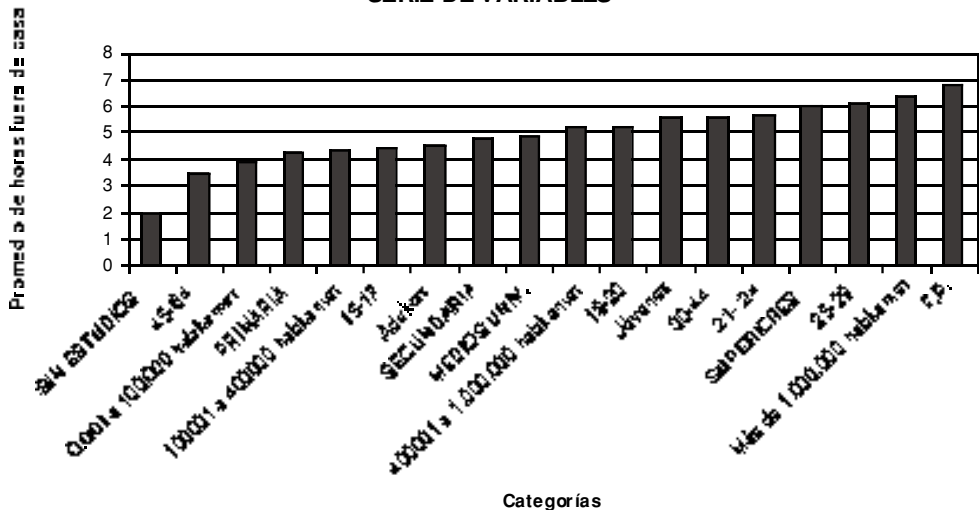


GRÁFICO 2.23

Horas fuera de casa, ordenadas ascenden-temente por una serie de variables

Se observa claramente que el perfil social de los que salen de casa, y cuántas horas salen, está fuertemente asociado a una serie de variables. Son más caseros –salen menos horas– las personas sin estudios o con estudios elementales de primaria, mayores de edad o jóvenes adolescentes, en urbes pequeñas y medio pequeñas. Y salen más horas los de estudios medios y superiores, los residentes en grandes ciudades, y los jóvenes mayores. Perfiles que son los que cabía esperar. Un 42,4% de los que salen de casa, entre los adultos, que son casi todos, está un promedio de 10,9 horas fuera de casa. Efectivamente, mucho tiempo y muchas personas.

En el gráfico 2.23 se aprecian las pautas de hora de salida por la mañana y entrada por la noche al hogar.

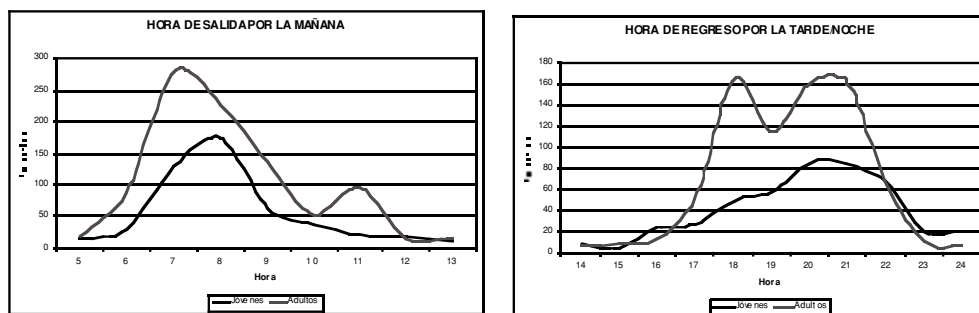


GRÁFICO 2.24
Hora de salida por la mañana y de regreso por la tarde/noche

Las pautas horarias de salida/entrada son muy distintas para adultos y jóvenes. El pico (estadísticamente, la “moda”) de salida de los adultos es las 7 de la mañana, mientras que el de los jóvenes es las 8, aunque entre los adultos se observa un segundo pico a las 11 de la mañana, que es la salida de las amas de casa para hacer la compra, como se aprecia por los datos que aquí no se representan en aras a la brevedad. El regreso también ofrece pautas diferenciadas para adultos y jóvenes. Los primeros tienen dos momentos principales de regresar: a las 6 y a las 9. Recuérdese que salieron predominantemente a las 7, luego la mayor parte pasa entre 11 y 14 horas fuera de su casa, dado que son ya pocos los que regresan a comer a mediodía en las grandes ciudades. En el caso de los jóvenes, el regreso es más progresivo hasta un pico entre las 8 y las 9, prácticamente igual que los adultos.

Comparados los datos de salida y entrada, se observa una alta correlación ($r = 0,54$; nivel de significatividad = 0,00; $n = 1911$), lo que quiere decir que para un 30% aproximadamente se asocia salir pronto y regresar pronto, y viceversa.

Siendo el momento familiar por excelencia la tarde/noche, interesa conocer el porcentaje de jóvenes, de ambos sexos, que NO llegan a casa después de las 8 de la tarde:

CUADRO 2.31

Porcentaje de jóvenes que llegan a casa después de las ocho de la tarde, por edad y género

15-17		18-20		21-24		25-29	
Chicos (36)	Chicas (27)	Chicos (44)	Chicas (43)	Chicos (67)	Chicas (55)	Chicos (92)	Chicas (77)
41,5% (15)	40,8% (11)	34,1% (15)	25,5% (11)	41,8% (28)	25,4% (14)	41,4% (38)	41,5% (32)

Si bien los números absolutos sobre los que versa la tabla son muy bajos, y por tanto contienen un nivel importante de error, con todo, la sustancial coincidencia entre ellos, tanto por tramo de edad como por diferencia de género, el cuadro apunta a un hecho social de enorme envergadura, y –que se sepa– no ha sido investigado previamente: entre el 35 y el 40 por ciento de los chicos y entre el 25 y el 40 por ciento de las chicas llegan a su casa después de las 8 de la noche, a finales de noviembre, en plena época invernal. Especialmente notorio es el caso de los más jóvenes, estudiantes del nuevo bachillerato, con edades entre 15 y 17 años: cuatro de cada diez llegan a su casa después de las 8.

La soledad de los menores

Ha quedado patente que los adultos pasan mucho, posiblemente, demasiado tiempo fuera de casa, lo que redundaría hipotéticamente en la soledad de niños y jóvenes. Veamos el caso específico de los hogares en los que hay niños de 14 años o menos en el hogar, que es una tercera parte de los hogares (n = 630). Véase quién cuida de ellos cuando regresan del colegio (Gráfico 2.25).

Indiscutiblemente es la madre la que, en la inmensa mayoría de los casos se encarga del cuidado de los niños al regreso del colegio, en un 70% de los casos. Recuérdese que, en el conjunto de España, sólo el 38% de las mujeres trabajan fuera del hogar, lo que implica que el 62% son amas de casa. Pero es digno de subrayar que la solidaridad familiar, y el hecho de convivir tres generaciones en muchos casos (debido al incremento de la edad de la muerte así como de la esperanza de vida), hay una décima parte de los hogares en los que los abuelos asumen las riendas de tal rol en principio materno/paternal en el contexto de la familia nuclear. Existe otra décima parte de los hogares en la que el cuidado de los menores se produce de forma aleatoria, dependiendo de horarios y circunstancias. Sólo en el 5,2% de los casos el padre asume este rol. En contra del discurso habitual, sólo en el 2,2% de los casos el cuidado de los pequeños es asumido por una asistenta, cuidadora o *canguro*, y en todavía menor porcentaje por hermanos mayores. Las guarderías sólo asumen el 0,2% de este *mercado*.

Interesa ahora, visto ya el tiempo que se emplea fuera del hogar y los horarios de estar fuera de casa, ahondar en el hecho de si tener hijos o no, o de te-

QUIÉN CUIDA CON MÁS FRECUENCIA A LOS NIÑOS AL REGRESO DEL COLEGIO

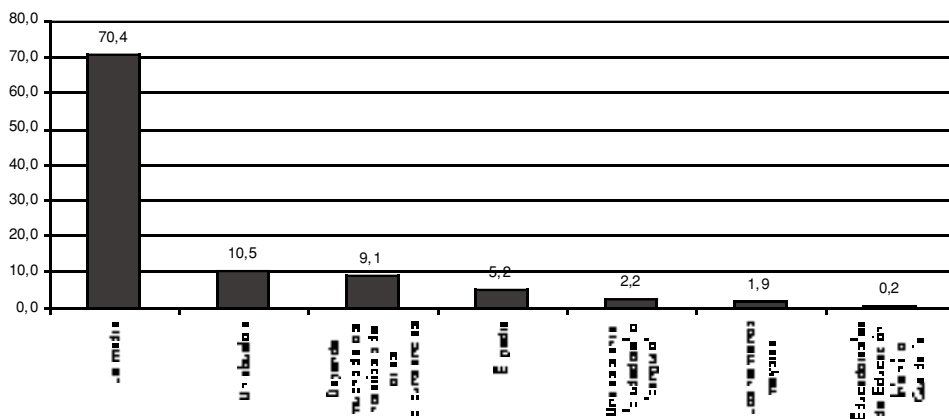


GRÁFICO 2.25
Quién cuida con más frecuencia a los niños al regreso del colegio

nerlos menores de 14 años, influye en ambas cosas: en el tiempo que se está fuera de casa y en los horarios de llegada al hogar por la tarde. El cuadro 2.32 recoge lo primero:

CUADRO 2.32
Promedio de horas fuera de la casa por situación familiar y género

Promedio de horas fuera de casa	Hombres	Mujeres	(n)
En general	6,8	5,7	1918
Viviendo con hijos	6,8	5,0	646
Viviendo con hijos < 14 años	6,7	5,5	534
Viviendo solos	7,7	7,9	92

Este interesantísimo cuadro pone de manifiesto que los que viven solos, efectivamente, están más tiempo fuera de casa que los que no viven solos. Pero el interés proviene del hecho de que tener o no tener hijos, o de tenerlos menores de 14 años, no influye para nada en los varones (padres), y muy poco en las mujeres (madres). Es más, las madres con hijos de menos de 14 años tienen un promedio de horas fuera de casa (5,5) superior al conjunto de las madres (5,0). No parece, pues, incoherente concluir que el tiempo de estar dentro y fuera de casa es una pauta de comportamiento independiente de tener o no tener hijos.

A continuación se va a analizar el horario de regreso a casa, comparando siempre el perfil general de varones y mujeres con una serie de situaciones: vivir solo, tener hijos, y tener hijos menores de 14 años, con objeto de ver si el hecho de tener

hijos afecta a los horarios de los padres. En el caso de la comparación con personas que viven solas, el gráfico ampliamente enseña que éstas tienen, por lo general, horarios de llegada más tardíos que la generalidad de varones y mujeres.

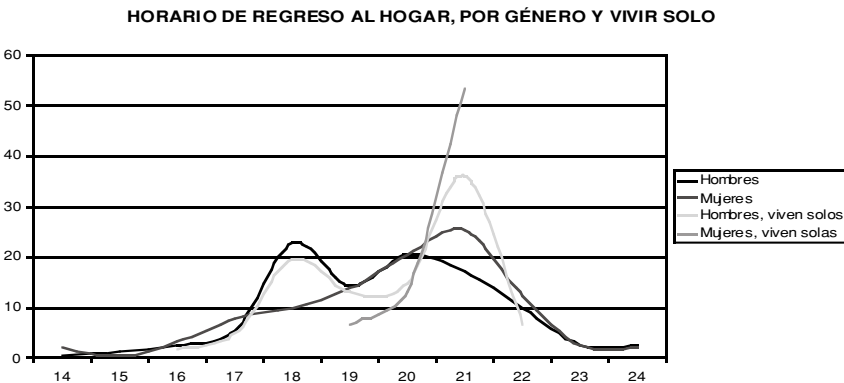
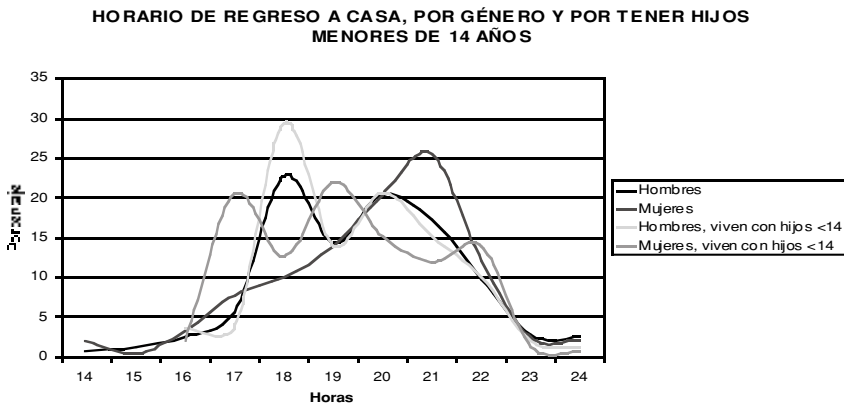
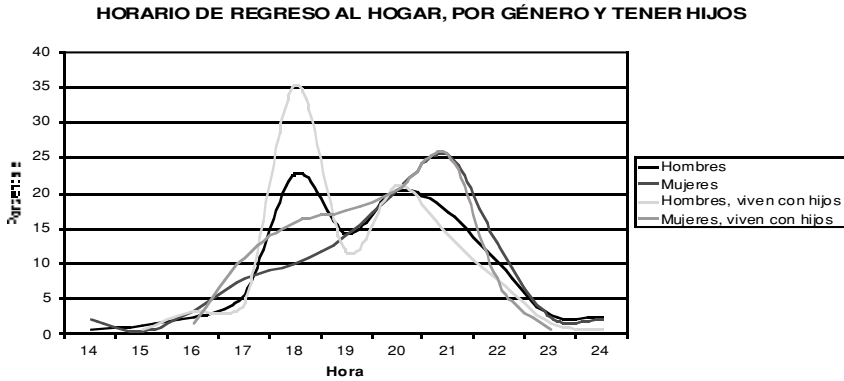


GRÁFICO 2.26
Horario de regreso al hogar, por género y tener hijos

Comparando con padres y madres, en el segundo gráfico de esta serie, se observa que quienes llegan antes son los padres y los hombres, y más tarde las mujeres madres. Curiosa paradoja. Por fin, comparando con los que tienen hijos menores de 14 años, se observa el esfuerzo de los padres varones con hijos menores de 14 años por llegar pronto –véase el pico de las 6 de la tarde, si bien en las madres se observan aleatoriedades en su comportamiento horario al darse tres picos de llegada: a las 5, a las 7 y a las 10 de la noche, siendo, como se ha visto en los tres gráficos, que un mayor porcentaje de mujeres son las que llegan más tarde siempre.

Se podrá argüir que las madres son generalmente las que van a recoger a sus hijos al colegio, en el entorno de las 5 de la tarde, y que por eso llegan más tarde al hogar. Como el trabajo de campo de la encuesta se hizo finalizando el mes de noviembre, época claramente invernal, no es esperable que las madres ocupen largos periodos al aire libre, o en parques infantiles, sin regresar con sus hijos a casa. Por ello, se ha hecho el cálculo del porcentaje de padres y madres con hijos, y con hijos menores de 14 años, que han regresado a sus hogares desde las 6 de la tarde en adelante y desde las 7 de la tarde. He aquí los resultados (Cuadro 2.33).

La tabla reafirma los anteriores datos en la mayor parte de los aspectos. Los varones que viven solos constituyen los porcentajes más altos de los que llegan después de los mencionados periodos horarios, pero no así las mujeres que viven solas. En relación con personas que tienen hijos, un porcentaje mayor de padres varones llega después de las 6, pero menor después de las 7, mientras que en el caso de las madres, las diferencias no son sustanciales –su comportamiento horario es igual teniendo que no teniendo hijos–. Resta hacer la comparación con las personas que tienen hijos menores de 14 años: los padres varones llegan después de las 6 en un porcentaje mayor que la globalidad de padres, y en porcentaje parecido después de las 7. En las madres sí se nota que baja el porcentaje en más de diez puntos (de 76,3% para las madres en general a 64,9% para las que tienen hijos pequeños). En resumen, después del prolijo análisis, se puede decir que el hecho de tener o no tener hijos, y de tenerlos menores de 14 años, no altera de forma sustancial los patrones horarios de regreso al hogar de sus padres.

Varias reflexiones sociológicas surgen del análisis sobre los horarios de salida y regreso de los padres y madres al hogar. La primera es de índole general, y se refiere a la creciente adopción de la sociedad española de la *nueva economía* o economía liberal, mostrando por ello la sociedad española claros indicios de modernidad. Mas dicha modernidad ha de ser de inmediato matizada, por cuanto la sociedad española la adopta sólo en algunos de sus parámetros más rabiosos, cuales son el trabajo duro (los *workoholics*, que dicen plásticamente en EE.UU.) y la obnubilación por el dinero, pero no en otros como son, precisamente, la prolongada duración del horario laboral especialmente en cuanto a la hora de retorno al hogar, horario que ni con mucho se asemeja a la sociedad norteamericana a la que presuntamente se pretende imitar.

En relación con la temática de este informe, que es el impacto de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en los jóvenes, dentro del contexto familiar, lo analizado aquí sobre la permanencia en el hogar y fuera de él, en la vida

CUADRO 2.33
Porcentaje de varones y mujeres que regresan al hogar después de las 6 y de las 7 de la tarde, por distintas variables

	Población General		Viven solos		Padres que viven con hijos		Padres que viven con hijos < 14 años	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Llegan después de las 6	(n=746)	(n=460)	(n=61)	(n=15)	(n=317)	(n=201)	(n=299)	(n=151)
%	89,7	86,3	93,6	73,3	91,8	86,6	92,5	77,5
(n)	(669)	(391)	(57)	(11)	(291)	(174)	(277)	(117)
Llegan después de las 7	(n=500)	(n=351)	(n=45)	(n=11)	(n=179)	(n=142)	(n=189)	(n=98)
%	67,0	76,3	73,9	73,3	56,5	70,7	63,1	64,9
(n)	(500)	(351)	(45)	(11)	(179)	(142)	(189)	(98)

diaria, lleva de inmediato a conjeturar sobre el escenario de los jóvenes, especialmente de los más jóvenes, en sus hogares, en ausencia de padres y madres en las horas vespertinas, frente a unos dispositivos info-comunicacionales que les son ofrecidos con pasmosa facilidad: el televisor, el teléfono, el teléfono móvil, el ordenador e internet. La hipótesis de la *hermandad virtual* de Fortunati se torna probablemente real: el niño y el joven buscan su comunidad de pares para comunicarse de forma mediada por la tecnología (teléfono fijo, teléfono móvil, correo electrónico), y buscan el ocio y diversión mediante la recepción de la información televisiva e informática (internet). Los padres no están físicamente en este escenario info-comunicacional. Tampoco están en el espacio cibernético al que los niños y jóvenes acuden. De ahí que, como afirma el Informe de la Fundación Santa María (2001), no hay conflictividad inter-generacional al interior de la familia simplemente porque no hay comunicación inter-generacional. Los hijos tienen su comunidad primaria primordial en sus pares, y los padres también. Y las TIC no hacen sino facilitar asombrosamente tal comunidad a los niños y jóvenes.

2.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Penetración de TIC

En cuanto a la penetración de tecnologías en los hogares españoles, debe hacerse con cierta cautela, por cuanto en el presente informe sólo se han tocado los hogares urbanos (en municipios de 50.000 o más habitantes y capitales de provincia) con población joven y adulta, habiéndose eliminado los hogares rurales y/o los que tienen personas de 65 o más años. Con todo, puede afirmarse –como es bien conocido– que, en materia de TIC, España sufre un más que notable retraso, a pesar de los esfuerzos que la Administración está haciendo. España sólo va bien en materia de audiovisual: número de televisores por hogar, vídeos y cine en casa. También va por encima de la media europea, aunque no entre el pelotón de cabeza, en materia de teléfonos móviles. Se advierte, por los datos de la encuesta, que la posesión de tecnologías no siempre sigue unas pautas relacionadas con el estatus socioeconómico, dando a entender que, en cuestión de tecnologías, lo que más explica su posesión, es *querer* tenerlas (tecnofilia) y no detestarlas (tecnofobia).

Geografía de las TIC

La geografía de las TIC en los hogares, esto es, dónde se encuentran, ha depurado algunas sorpresas. Por un lado se advierte la presencia casi ubicua del televisor, convirtiéndose ya en un signo de estatus tener muchos televisores. Por otro lado, que el dormitorio de los hijos y el despacho, cuando éste existe, son las ubicaciones preferidas del PC. Esto en cuanto a la ubicación.

Lugares donde se usan las TIC

Pero en lo que respecta al uso, el teléfono móvil es usado mayoritariamente donde se necesita, si bien se observa que, entre los más jóvenes, su dormitorio sigue siendo una de las piezas favoritas de uso, confirmando así la hipótesis de la “cultura del dormitorio”, de Leslie Haddon, dando lugar a la paradoja de que la movilidad aportada por el móvil deja de tener sentido, mientras que la privacidad del joven es la razón principal de su uso.

El salón sigue siendo el lugar favorito de ver televisión, mientras que el uso del PC coincide sustancialmente con su ubicación, si bien hay fuertes variaciones por género, edad, estatus socioeconómico y nivel de estudios.

El lugar preferido de usar internet es, a distancia, la vivienda, si bien entre jóvenes estudiantes se observan fuertes frecuencias de uso en el centro de estudios, casas de amigos y cibercafés, mientras que entre los mayores se perciben altas cotas de uso en el lugar de trabajo. Igual que se usa el teléfono fijo desde el lugar del trabajo para ahorrar costes, igual sucede con internet.

Sintéticamente, respecto al uso, se puede decir:

El lugar donde se usa teléfono móvil depende de la necesidad de entrar en contacto con alguien, lo que, por ahora, distingue a esta tecnología de todas las demás, condicionadas por la instalación de aparatos en determinados espacios, en cuya selección intervienen otros criterios (por ejemplo, estéticos) además de los funcionales.

Existe una geografía de uso distinta para el ordenador y el televisor en el interior de los hogares. Mientras el espacio para la contemplación del televisor sigue siendo, para la mayoría, el salón comedor, el manejo del ordenador es más frecuente en los dormitorios distintos del dormitorio principal y tanto más cuanto más jóvenes son los usuarios.

La vivienda ha desplazado al centro de trabajo (parece que irreversiblemente) como lugar desde donde una mayoría de los usuarios accede a Internet y al correo electrónico.

Estructura de las familias

La estructura de las familias que se analiza en este capítulo es la referida a la población en municipios de más de 50.000 habitantes y de edades comprendidas entre 15 y 64 años. Para esta población, el estado civil mayoritario es el de casado/a, seguido del de soltero/a, con una distancia relevante sobre el resto. Por grupos de edad, entre los jóvenes es mayoritario, como es lógico, el estado civil de soltero/a y entre los adultos el de casado/a, y sólo entre los adultos se registran separados, divorciados y viudos.

El tipo de vivienda donde se reside es, en seis de cada diez casos, un piso pequeño, de menos de 100 metros cuadrados. Existe un 29% que reside en pisos grandes, de más de 100 metros cuadrados, y son minoritarios quienes residen en chalet adosado o casa unifamiliar, o en apartamentos. Interpretada la vivienda desde la clase social, son las clases altas y medias altas quienes poseen con más frecuencia pisos gran-

des o chalets adosados, mientras que las clases de obreros son mayoritarias en los apartamentos y pisos pequeños

En estas viviendas, el 87% de las personas convive sólo con familiares, siendo la situación claramente hegemónica. Un 6% son hogares unipersonales, de los que más han crecido en España, y son escasos quienes conviven con familiares y no familiares, o sólo con no familiares (cada opción con un 3%). Estas dos últimas convivencias son propias de los jóvenes, mientras que los adultos están más representados por los hogares de sólo familiares o los unipersonales.

La convivencia con familiares es, sobre todo, con la pareja y los hijos, configurando la familia nuclear como realidad más extendida. Otros familiares presentes son el padre y la madre o los hermanos y, mucho menos, los abuelos y los nietos. Entre los no familiares, lo más usual es que se conviva con amigos o con personas con ninguna relación, siendo minoritaria la convivencia con compañeros de estudio o trabajo.

Condiciones de vida en entornos urbanos

En cuanto a las condiciones de vida en los entornos urbanos, se ha visto por los datos que los ingresos van siempre por debajo del coste de la vivienda, y que los ingresos están asociados a la dimensión del piso, pero no al chalet o a la casa unifamiliar.

De enorme interés ha resultado el análisis sobre las pautas de salida del hogar, y de los horarios de salida y entrada. La mayor parte de la población sale de su casa todos los días, pero las pautas horarias marcan diferencias. La mayor parte de los adultos salen más temprano que los jóvenes, aunque las amas de casa lo hacen también a media mañana. El regreso es, para los adultos, entre 11 y 14 horas después, corroborando la sospecha de que la nueva economía, lejos de aumentar los tiempos de ocio, como tantas veces se profetizó, está aumentando los de trabajo. Los adultos están fuera del hogar más tiempo que los jóvenes.

En cuanto a los jóvenes, hay que decir que cuatro de cada diez regresan a casa después de las 8 de la noche, lo cual lleva a preguntar dónde están desde las cinco que acaban, la mayor parte de ellos, su actividad escolar.

Otra novedad importante es que ya existe un 30% de casos en que quienes cuidan a sus hijos menores de 14 años, por las tardes, no son ni las madres ni los padres. Además, se ha visto por los datos que tener hijos menores de 14 años influye poco en el número de horas que padres y madres pasan fuera del hogar, e incluso se ve que las madres llegan más tarde que los padres. El porcentaje de padres que llega después de las 6 y de las 7 de la tarde es muy numeroso.

3. LOS JÓVENES Y LAS RELACIONES FAMILIARES

El presente capítulo aborda las relaciones al interior de la familia, principalmente las que tienen que ver entre adultos y jóvenes. Dos aspectos de la encuesta son tratados especialmente aquí: una, la calificación de las relaciones entre los miembros de la familia, con objeto de entender en qué contexto afectivo están las familias, y otra, las interacciones comunicativas en el interior de la familia, es decir, quién se comunica con quién usando la mediación de las tecnologías de la comunicación

Por Diego Becerril

3.0. INTRODUCCIÓN

Las relaciones sociales son un eje básico en la configuración de la vida social de una persona. Desde esta perspectiva entendemos que las TIC ocasionan un efecto significativo en este tipo de relaciones, al intervenir sobre ellas, e incluso en el entorno más amplio de la familia como institución. Las dimensiones en que las interacciones TIC-Relaciones sociales han evolucionado son múltiples, afectando a las dos partes de la ecuación¹⁸. En gran medida, ésta es un área tremendamente desconocida para las Ciencias Sociales e incluso habrá efectos, como los generados a largo plazo, de los que aún no podemos ser conscientes.

Dada la incorporación más tardía de España a las TIC en general, nuestro objetivo no será comparar relaciones sociales cara a cara con las mediadas, sino anali-

¹⁸ Si bien es cierto que ambos factores se determinan, nuestro objetivo es analizar las relaciones sociales y su existencia en relación con las TIC. No entraremos en el otro extremo de cómo las TIC han variado en su hardware y software al interactuar con la sociedad y los usuarios.

zar éstas últimas como elemento innovador¹⁹. Es preciso describir y tener un análisis de esta nueva realidad para luego examinar otras dinámicas más complejas.

Nuestro interés se centra en cómo se han configurado las relaciones sociales que no responden a un contacto directo sino que se registran a distancia, siendo las TIC quienes median entre los agentes sociales. ¿Cómo se califican, en general, las relaciones sociales del individuo? ¿Qué tipo de relaciones sociales se generan por medio de las TIC? ¿Con quien se relacionan las personas? ¿Qué caracteriza y/o determina estas relaciones sociales? Estas y otras cuestiones son las que pretendemos resolver en este capítulo.

El marco de referencia son las relaciones familiares, lo que no es óbice para que, como complemento general, sean abordadas otras relaciones sociales como la de los amigos, aunque siempre se va a primar la perspectiva de la familia.

El capítulo se estructura en dos partes diferenciadas. En primer lugar, describiremos la calificación de las relaciones sociales, factor que nos ayuda a entender las dinámicas de relación en las familias y los amigos. En segundo lugar se abordarán las relaciones mediadas, sus tipos, factores determinantes y personas concretas implicadas en ellas. Todo ello, en conjunto, nos ofrece una visión amplia de las relaciones sociales y las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

3.1. CALIFICACIÓN DE LAS RELACIONES FAMILIARES

Para comprender las relaciones que se generan por medio de las TIC, es preciso conocer cómo se describen y sienten las relaciones entre los miembros. Esto nos dará una clave importante para estructurar un marco amplio de interpretación. La calificación de las relaciones se preguntó a todos los sujetos en relación a su padre, su madre, hijos varones, hijas y amigos de confianza. Las categorías clasificatorias eran un conjunto cerrado ofrecido por el entrevistador, que mostraba una tarjeta, donde únicamente se podía elegir una definición.

Iniciaremos el análisis con la clasificación de las relaciones con el padre y la madre (Cuadro 3.1).

En la relación con los padres, en ambos casos la calificación que se registra como mayoritaria es la de afecto, sobresaliendo del resto de categorías. Es, no obstante, superior en consideración con la madre que con el padre, lo que todavía marca una diferencia en la afectividad familiar a favor de la madre, si bien no es excesiva.

Asimismo, en la madre es más frecuente que se califique la relación como de admiración y de respeto. Por el contrario, el padre representa en mayor medida una relación de autoridad, si bien el porcentaje es muy bajo (4%), no siendo el tipo de

¹⁹ No obstante, a los encuestados se les preguntó si estaban más bien de acuerdo o en desacuerdo en que el móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta. El análisis de este aspecto se encuentra en el capítulo 6, junto a otras valoraciones referidas al impacto de las TIC sobre la familia y las relaciones sociales.

CUADRO 3.1
Calificación de las relaciones con los padres

	Con su padre	Con su madre
De afecto	55,2	65,2
De admiración	6,0	7,2
De respeto	16,5	18,0
De autoridad	4,4	0,3
De control	0,4	0,3
Es más bien una rel. ausente	4,1	1,7
No procede	11,9	6,6
No sabe	0,1	-
No contesta	1,4	0,7
(n)	(1918)	(1918)

relación usual en las familias, pero, si existe, es el padre quien representa la autoridad. Junto a esto, hay que destacar que es el padre el más representado cuando la relación es más bien ausente.

La calificación de las relaciones varía según la edad de los entrevistados (Cuadro 3.2).

CUADRO 3.2
Calificación de las relaciones con los padres según edad

	Jóvenes		Adultos	
	Padre	Madre	Padre	Madre
De afecto	62,1	74,5	52,0	60,8
De admiración	7,4	8,8	5,3	6,5
De respeto	18,8	11,9	15,4	20,9
De autoridad	1,5	0,8	5,7	-
De control	1,0	1,0	0,1	-
Es más bien una rel. ausente	4,0	1,2	4,2	2,0
No procede	3,8	1,5	15,7	9,0
No sabe	0,3	-	-	-
No contesta	1,0	0,3	1,7	0,8
(n)	(605)	(605)	(1314)	(1314)

Padre: CC: 0,21 Nivel de significatividad: 0,00

Madre: CC: 0,21 Nivel de significatividad: 0,00

El porcentaje de entrevistados que califica de afecto la relación con sus padres es mayor entre los jóvenes, especialmente en consideración con la madre (74%). En la admiración son las madres algo más admiradas, con independencia de la edad. Sin embargo, es más probable que los jóvenes califiquen de respetuosas la relación con el padre que la relación con la madre, justo al contrario que los adultos donde el respeto aparece en mayor medida con la madre.

Para las relaciones de autoridad, la división por edad permite conocer que la mayor parte de las veces está referida al padre y por parte de los adultos, con un porcentaje cuatro veces superior al de los jóvenes, que apenas definen de esta forma las relaciones con los padres. Es sin duda un indicador de cambio generacional en las relaciones entre los hijos y los padres que dejan de ser autoritarias (si bien son minoritarias en su existencia también para los adultos, propias del grupo mayor, de 45 a 64 años).

Donde no existe un comportamiento diferenciado es definiendo la relación ausente: tanto jóvenes como adultos registran un porcentaje similar de relación ausente, el doble en el padre frente a la madre.

Estos serían los rasgos más significativos de las relaciones calificadas por los jóvenes y los adultos. Para el resto de variables, los jóvenes son un bloque bastante homogéneo que no va a diferenciarse por ningún otro factor, mientras que en la población total y de adultos intervienen el género, la ideología, la autovaloración religiosa, la clase social y el nivel de estudios.

El género (Cuadro 3.3), muestra el afecto como valor mayoritario pero sin estar diferenciado entre varones y mujeres. Tanto en unos como en otros la relación con la madre es más afectiva que la del padre, pero sin variación significativa de porcentajes. Esto implica que no habría especial afectividad entre géneros sino que, con independencia del género de los hijos, la madre polariza en mayor medida el afecto.

Sí hay variaciones por género en las relaciones de admiración que están más presentes en las mujeres y, sobre todo, en las mujeres respecto a la madre. Aquí sí puede hablarse de una identificación de género, caso que no ocurre en los varones donde la admiración es igual en el padre y la madre.

CUADRO 3.3
Calificación de las relaciones con los padres según género

	Jóvenes		Adultos	
	Padre	Madre	Padre	Madre
De afecto	55,2	67,1	55,4	62,8
De admiración	4,6	4,7	7,6	10,3
De respeto	20,1	18,3	12,2	17,7
De autoridad	1,4	0,4	7,9	0,2
De control	0,6	0,5	0,1	0,1
Es más bien una rel. ausente	3,3	1,7	5,0	1,7
No procede	13,1	6,3	10,5	7,1
No sabe	0,1	-	0,1	-
No contesta	1,6	1,1	1,1	0,2
(n)	(1040)	(1040)	(878)	(878)

Padre: CC: 0,20 Nivel de significatividad: 0,00

Madre: CC: 0,12 Nivel de significatividad: 0,00

Otro dato destacable se refiere al respeto. Los varones y mujeres muestran un porcentaje similar en las relaciones de respeto con la madre pero, en el padre, los varones utilizan más este calificativo que las mujeres. Esto se explica cuando al observar

la autoridad se descubre que un porcentaje destacado de mujeres (8%) definen como autoritaria la relación con su padre antes que de respeto. Hay que añadir la consideración de que son precisamente las mujeres quienes registran el mayor porcentaje de relaciones ausentes con su padre, lo que termina de configurar las diferencias advertidas frente a los varones.

Por tanto, los varones con el padre tienen una relación afectiva o de respeto mientras las mujeres tienen valores similares en afectividad pero menores en respeto, aumentando las relaciones autoritarias y ausentes. Con la madre es mayor la afectividad (algo más en los varones), pero las mujeres tienen hacia las madres mayor grado de admiración.

La ideología es otra de las variables que diferencian las calificaciones de las relaciones con el padre y la madre. En las relaciones con el padre (Gráfico 3.1) se observa que cuando son afectivas, aún siendo mayoritarias, están más presentes en las posiciones 5 a 8, lo que podemos denominar un centro-derecha, para luego disminuir en los extremos. Esta disminución es mayor en las posiciones de extrema derecha donde el afecto es superado por el respeto.

El respeto, como segundo valor, se mantiene muy estable, aumentando en la extrema derecha de forma excepcional. La admiración registra valores uniformes y sólo en el centro de la escala muestra un ligero aumento.

Por su parte, las relaciones ausentes se registran sobre todo en la extrema izquierda pero disminuyen conforme nos desplazamos a la derecha, donde llega a desaparecer como valor.

Con la madre existen tendencias propias (Gráfico 3.2). En las relaciones calificadas como de afecto se describe un crecimiento paulatino desde la extrema izquierda hacia la derecha, donde alcanza el mayor porcentaje de afecto en la posición 8, para luego presentar un brusco descenso de forma que en la extrema derecha registra el mínimo porcentaje. El afecto es superior en las posiciones de centro-derecha.

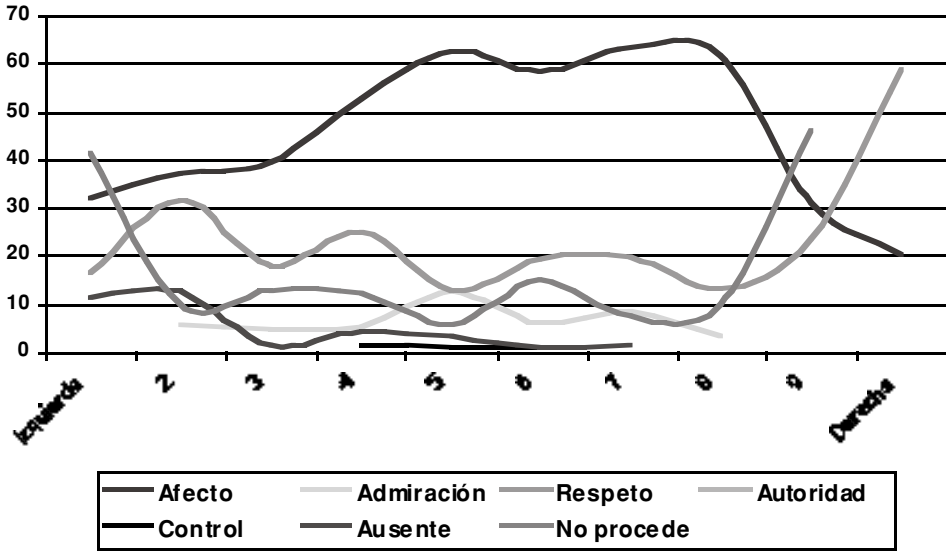
El respeto con la madre registra porcentajes significativos en el centro-izquierda pero será en la extrema derecha donde muestre los valores máximos, incluso superando la proporción de quienes la definen como de afecto.

La admiración como calificativo hacia la madre corresponde a las posiciones de centro y, en las relaciones ausentes, de nuevo son las ideologías de extrema izquierda las más representadas.

En cuanto a la autovaloración religiosa, la relación con el padre es afectiva sobre todo entre los católicos practicantes, en la admiración destacan los católicos no practicantes y en el respeto los creyentes de otra religión. Para las relaciones calificadas como de autoridad sobresale el porcentaje de los religiosamente indiferentes, al igual que destacan los ateos en las relaciones ausentes con el padre.

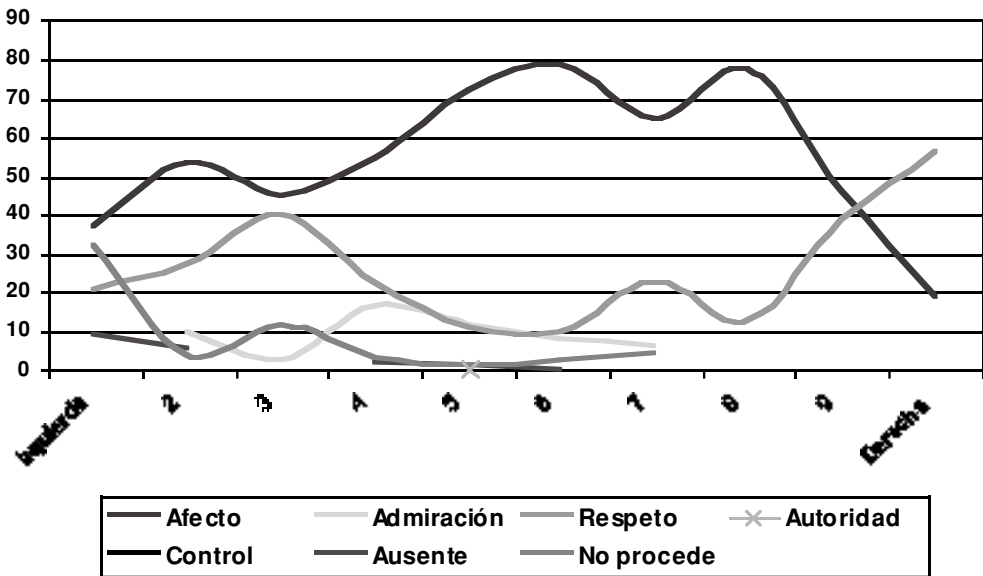
Al calificar la relación con la madre, los católicos no practicantes son quienes en mayor porcentaje la definen de afecto. Si es de admiración, los católicos practicantes son los más representados y si es de respeto los indiferentes. De nuevo los ateos destacan, casi con hegemonía, al definir las relaciones como ausentes.

Por último, la clase social discrimina significativamente la calificación de las relaciones con los padres y madres. En el padre (Cuadro 3.4), aún siendo mayorita-



CC: 0,50 Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.1
Calificación de la relación con el padre según ideología



CC: 0,42 Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.2
Calificación de la relación con la madre según ideología

rio siempre el afecto, es superior en las nuevas clases medias, seguido de las clases medias-altas y las altas.

Por el contrario, en las clases de obreros no cualificados, es donde menor porcentaje aparece de relaciones afectivas. En los obreros no cualificados se registran los valores superiores cuando se califican las relaciones como de admiración o respeto. No obstante, donde realmente existe un porcentaje muy destacado es en las relaciones de autoridad: los obreros no cualificados alcanzan un 22% de casos, muy alejados de cualquier otra clase social. De la misma forma, para el caso de relaciones más bien ausentes, los obreros no cualificados son quienes destacan por su frecuencia.

Para la relación con la madre (Cuadro 3.5), las clases medias-altas y las altas las definen con mayor porcentaje como de afecto, seguidas de las nuevas clases medias. En la calificación de admiración, serán las nuevas clases medias las más destacadas, siendo las menos los obreros cualificados, situación inversa a la mostrada con el padre.

Donde sí se coincide con el padre, es en que las relaciones con la madre son definidas como de respeto fundamentalmente por los obreros no cualificados, con un porcentaje destacado frente al resto de clases (43%). En las relaciones ausentes, los obreros no cualificados presentan el porcentaje mayoritario, aunque igualado con los obreros cualificados y las clases medias-altas y altas. La ausencia de relaciones con la madre está más simétricamente distribuida que en el caso del padre.

CUADRO 3.4
Calificación de la relación con el padre según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
De afecto	64,0	66,9	47,4	56,8	26,4	55,2
De admiración	4,2	4,5	8,4	6,5	10,8	6,0
De respeto	14,0	15,0	6,3	19,6	20,6	16,5
De autoridad	0,2	0,3	4,2	2,3	22,7	4,4
De control	0,2	0,3	-	0,5	-	0,4
Rel. ausente	2,7	2,8	1,1	3,3	9,7	4,1
No procede	12,0	7,4	32,6	10,8	9,4	11,9
No sabe	-	0,3	-	-	-	0,1
No contesta	2,7	2,5	-	0,2	0,4	1,4
(n)	(408)	(353)	(95)	(658)	(277)	(1918)

CC: 0,43 Nivel de significatividad: 0,00

CUADRO 3.5
Calificación de la relación con la madre según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
De afecto	75,6	66,6	64,5	65,3	44,8	65,2
De admiración	5,6	11,6	4,3	8,2	4,0	7,2
De respeto	11,5	13,3	9,7	17,6	43,3	18,0
De autoridad	0,2	0,3	–	0,3	0,4	0,3
De control	0,2	0,3	–	0,5	–	0,3
Rel. ausente	2,2	0,3	–	2,4	2,5	1,7
No procede	3,2	7,1	21,5	5,6	5,1	6,6
No contesta	1,5	0,6	–	0,2	–	0,7
(n)	(409)	(353)	(93)	(659)	(277)	(1918)

CC: 0,32 Nivel de significatividad: 0,00

En conclusión, la clase social marca una tendencia a la afectividad en general sobre todo en las clases medias y altas. En las clases no cualificadas el afecto disminuye y es sustituido por el respeto, la autoridad o la ausencia de relaciones.

Para el nivel de estudio las tendencias que se mostraron son simétricas a la clase social. Un nivel de estudios superior implica un aumento del porcentaje de afectividad en las relaciones. En niveles inferiores se registra, en mayor medida, las relaciones restantes.

Desde otra perspectiva, la misma calificación de las relaciones se solicitaba a los entrevistados para sus hijos e hijas²⁰. La calificación más utilizada para ambos es la de afecto, con unos porcentajes iguales en los dos casos. Fuera del afecto, el resto de categorías son muy minoritarias, destacando las relaciones de respeto, admiración y control, y siendo prácticamente inexistentes las de autoridad o las más bien ausentes.

CUADRO 3.6
Calificación de las relaciones con los hijos

	Hijos varones	Hijas
De afecto	37,4	38,5
De admiración	1,2	1,6
De respeto	1,6	1,0
De autoridad	0,7	0,1

²⁰ Lógicamente, respecto a los hijos/as el porcentaje de personas donde no procedía la respuesta era amplio.

CUADRO 3.6
Calificación de las relaciones con los hijos (continuación)

	Hijos varones	Hijas
De afecto	37,4	38,5
De control	1,6	1,0
Es más bien una rel. ausente	0,1	0,7
No procede	55,2	55,2
No sabe	-	-
No contesta	2,1	2,0
(n)	(1918)	(1918)

Ahora bien, la calificación va a depender de variables como la edad. Al dividir por edad resulta evidente que los jóvenes apenas pueden optar a esta pregunta pero, cuando lo hacen, presentan casi una hegemonía en definirlos como de afecto.

CUADRO 3.7
Calificación de las relaciones con los hijos, según edad

	Jóvenes		Adultos	
	Hijos	Hijas	Hijos	Hijas
De afecto	5,3	4,5	52,2	54,1
De admiración	-	0,2	1,8	2,2
De respeto	0,3	0,2	2,2	1,4
De autoridad	-	-	1,0	0,2
De control	-	-	2,4	1,4
Es más bien una rel. ausente	0,3	0,3	-	0,8
No procede	92,9	93,0	37,9	37,8
No sabe	0,2	0,2	-	-
No contesta	1,0	1,7	2,5	2,1
(n)	(605)	(605)	(1314)	(1314)

Hijos: CC: 0,46 Nivel de significatividad: 0,00

Hijas: CC: 0,46 Nivel de significatividad: 0,00

Para los adultos, el afecto es mayoritario, con unos porcentajes similares. No obstante, sin ser muy destacado, existe un porcentaje ligeramente superior de relaciones de afecto y admiración hacia las hijas, mientras que hacia los hijos varones son más frecuentes de respeto, autoridad y control. Pero la diferencia es estrecha y hay que adoptar el resultado con precaución.

Otra variable discriminativa es el género²¹. En general, hacia los hijos existe una relación de afecto que es superior en las mujeres que en los varones, al igual que an-

²¹ Esta variable presenta diferencias significativas para la población total y los adultos en los hijos varones, no para los jóvenes, pero en el caso de las hijas son significativas para todos los sujetos, adultos y jóvenes.

tes veíamos desde la perspectiva de los padres. Se confirma la polarización afectiva de la madre e hija, si bien no con unos porcentajes excesivamente destacados sobre los varones. Sí se observa que, en los varones, la afectividad es algo más frecuente en torno a los hijos varones, mientras que en las mujeres es al contrario, respecto a las hijas. Indicaría una preferencia afectiva directa hacia los hijos/as del mismo género, aunque no muy destacada.

CUADRO 3.8
Calificación de las relaciones con los hijos según género

	Jóvenes		Adultos	
	Hijos	Hijas	Hijos	Hijas
De afecto	36,0	33,8	39,1	44,0
De admiración	2,0	2,6	0,3	0,3
De respeto	2,0	1,1	1,1	0,9
De autoridad	1,1	–	0,3	0,3
De control	0,2	0,2	3,4	1,8
Es más bien una rel. ausente	0,2	1,3	0,1	–
No procede	56,0	58,8	54,2	50,9
No sabe	–	–	–	–
No contesta	2,6	2,2	1,4	1,7
(n)	(1040)	(1040)	(878)	(878)

Hijos: CC: 0,16 Nivel de significatividad: 0,00

Hijas: CC: 0,17 Nivel de significatividad: 0,00

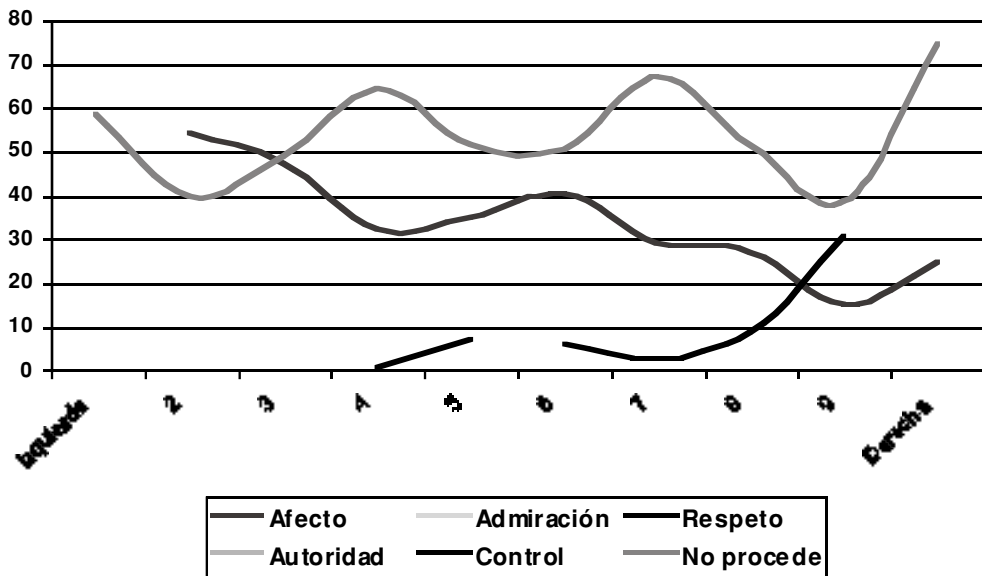
Las diferencias de género existen para las demás calificaciones. Los varones, tanto para hijos varones como hijas, tienen mayor frecuencia cuando definen las relaciones como de admiración y de respeto. En la admiración las diferencias entre varones y mujeres son más acusadas, y si los porcentajes para hijos/as son muy bajos y similares en las mujeres, en los varones parecen inclinarse hacia las hijas.

En las relaciones de respeto, los varones tienen mayor frecuencia que las mujeres, coincidiendo ambos géneros en calificar la relación con el hijo varón de respeto con mayor frecuencia que la de las hijas.

Cuando se trata de una relación de control, hay que señalar que está más presente en las mujeres y casi no existe en los varones, lo que no deja de ser un dato de la implicación frecuente de la mujer (madre) en las dinámicas cotidianas de la familia. Además, este control por parte de las mujeres es el doble en los hijos varones que en las hijas.

Por último, hay que subrayar que las relaciones ausentes aparecen en los varones respecto a sus hijos/as y, fundamentalmente, la relación ausente es del varón (padre) con sus hijas.

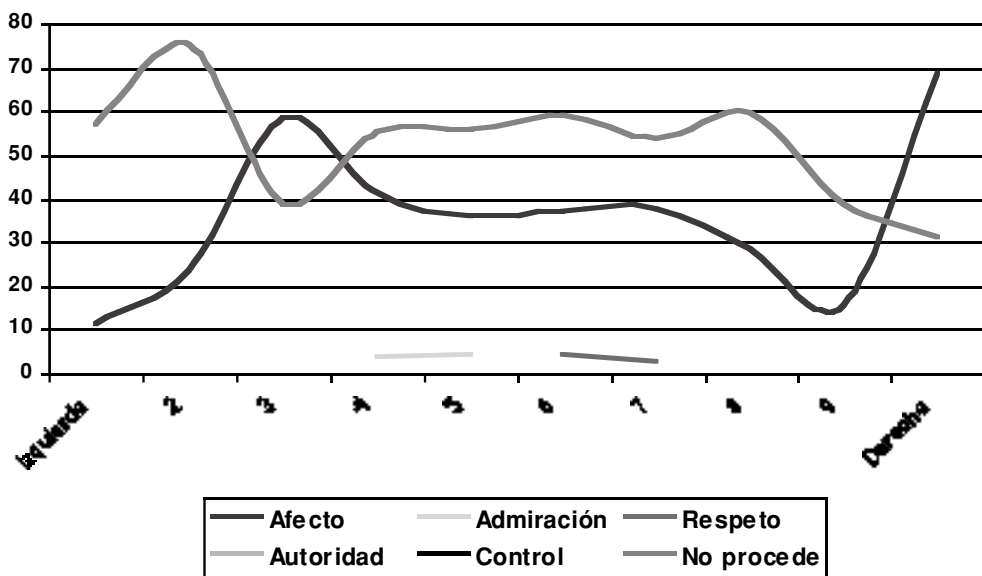
Si atendemos a la ideología, no discriminante para los jóvenes, nos encontramos con unos resultados específicos.



CC: 0,47

Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.3
Calificación de las relaciones con los hijos varones según ideología



CC: 0,50

Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.4
Calificación de las relaciones con las hijas según ideología

Para los hijos varones (Gráfico 3.8), la definición de afecto es mayoritaria pero presenta una tendencia decreciente desde las posiciones de izquierda hacia las de derecha. Esto es, el afecto hacia los hijos es superior en las ideologías de izquierda que en las de derecha. Este resultado es contrario a la perspectiva de los hijos hacia los padres, donde en la izquierda era inferior para aumentar conforme se desplazaba la ideología hacia la derecha.

Otro aspecto destacable es que la definición de respeto no aparece en las posiciones de izquierda o son prácticamente inexistentes. El respeto toma relevancia desde las puntuaciones centrales hacia la derecha, llegando en la extrema derecha a superar el afecto.

Para las relaciones con las hijas los resultados se muestran en el (Gráfico 3.9).

En las hijas, la calificación de las relaciones de afecto no registra la tendencia presente en los hijos varones. Existe, desde las posiciones de extrema izquierda, un primer aumento desde el mínimo, extrema izquierda, a la posición 3 (los hijos varones, en estas mismas posiciones, registraban los máximos). En un segundo ciclo, de la posición 3 a 9, se observa un descenso, al igual que en los hijos varones, para finalizar con un brusco aumento restringido a la posición de extrema derecha.

En cualquier caso, en las relaciones con las hijas lo más significativo es la práctica desaparición de toda definición que no sea afectiva. El respeto es utilizado con poca frecuencia y prácticamente sólo en posiciones de centro-derecha. La admiración también es minoritaria, perteneciendo más bien al centro-izquierda.

Junto a la ideología, la autovaloración religiosa va a diferenciar los resultados de las relaciones, si bien, una vez más, no para la población de jóvenes. En las relaciones calificadas como de afecto, los católicos practicantes son quienes aparecen en mayor medida, con unos porcentajes muy destacados tanto en hijos varones como hijas respecto al resto de autovaloraciones religiosas. Cuando se trata de relaciones de admiración son los católicos practicantes los más representados, siendo estos mismos los mayoritarios en las relaciones ausentes.

Para las relaciones de respeto con los hijos/as sobresalen los creyentes de otras religiones, muy por encima de las otras autovaloraciones posibles. La autoridad es propia de los que se definen como indiferentes ante la religión.

Por último, cuando las relaciones se califican de control, los católicos son mayoría. Si es control hacia los hijos varones son los católicos practicantes y si es hacia las hijas los católicos no practicantes.

Otra óptica añade la diferenciación por clase social. En consideración de las relaciones con los hijos varones (Cuadro 3.9), el afecto es la calificación mayoritaria, presentando un crecimiento desde las clases altas o medias hacia los obreros no cualificados. No obstante, esta primera apariencia es relativamente falsa. Hay que observar las diferencias de porcentaje en “no procede”, que son considerables entre clases sociales, lo que matiza esta tendencia. Si seleccionamos sólo los casos procedentes, la tendencia se invierte, siendo mayor en las clases altas y disminuyendo hacia lo obreros, hecho que sí estaría en concordancia con los resultados presentados para las relaciones de los hijos/as hacia los padres.

CUADRO 3.9
Calificación de la relación con los hijos varones según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
De afecto	35,7	33,0	36,2	34,7	51,8	37,4
De admiración	–	–	–	2,9	1,8	1,2
De respeto	0,7	1,7	3,2	1,7	2,9	1,6
De autoridad	–	0,9	–	0,9	1,4	0,7
De control	–	4,3	–	–	5,8	1,6
Rel. ausente	–	–	–	0,3	–	0,1
No procede	60,9	59,7	59,6	57,2	34,9	55,2
No contesta	2,7	0,6	1,1	2,3	1,4	2,1
(n)	(409)	(352)	(94)	(657)	(278)	(1918)

CC: 0,27 Nivel de significatividad: 0,00

CUADRO 3.10
Calificación de la relación con las hijas según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
De afecto	32,7	31,2	18,9	44,8	49,8	38,5
De admiración	–	–	–	3,8	1,8	1,6
De respeto	–	–	–	1,7	2,9	1,0
De autoridad	–	0,8	–	–	–	0,1
De control	–	–	–	0,3	5,8	1,0
Rel. Ausente	1,5	1,7	–	0,3	–	0,7
No procede	63,2	65,4	80,0	47,4	37,9	55,2
No contesta	2,7	0,8	1,1	1,7	1,8	2,0
(n)	(410)	(353)	(95)	(658)	(277)	(1918)

CC: 0,33 Nivel de significatividad: 0,00

El resto de definiciones son de menor frecuencia, destacando los obreros cualificados en las relaciones de admiración, las viejas clases medias en las de respeto y los obreros no cualificados en las de autoridad y control.

Para las relaciones con las hijas (Cuadro 3.10), los resultados indican una tendencia a que la calificación de afecto sea más frecuente en los obreros no cualificados (49%) que en las otras clases sociales. Los obreros no cualificados son quienes, asimismo, sobresalen en definir las relaciones con sus hijas como de respeto o control. Pero, como en el caso de los hijos varones, es un efecto de los “no procede”, si anulamos éstos la tendencia real es de máximo afecto en las clases altas disminuyendo hacia las restantes.

Debe señalarse, en torno a las hijas, que las relaciones ausentes son significativas y pertenecen a las clases altas o medias-altas y a las nuevas clases medias, no apareciendo ni un solo caso entre los obreros no cualificados.

Estos resultados por clase social son concordantes con los de nivel de estudios. De esta forma, en los niveles de estudios superiores con la selección de respuestas procedentes, es donde mayor porcentaje define las relaciones como de afecto, respeto, autoridad o control.

En cualquier caso, y valga esta advertencia para todo el bloque de calificación de las relaciones con hijos/as, debe recordarse el porcentaje significativo de la muestra que no responde a esta cuestión por no tener hijos, hecho que, sin duda, obliga a adoptar con cautela las conclusiones definidas.

En tercer lugar, junto a la calificación que los entrevistados realizaban de las relaciones con sus padres-madres y las de sus hijos/as, se les preguntó por cómo calificarían las relaciones que mantienen con sus amigos de confianza.

Tal y como había ocurrido para los casos anteriores, la mayoría de las personas define las relaciones con los amigos como de afecto (77%). Como dato específico, en las relaciones con amigos desaparece por completo la calificación de autoridad, nadie define de esta forma la relación con un amigo (Cuadro 3.11). Tras el afecto, con porcentajes inferiores, destaca las relaciones de respeto (9%) y las más bien ausentes, con un 5% de casos.

CUADRO 3.11
Calificación de las relaciones con los amigos de confianza según edad

	Jóvenes	Adultos	Total
De afecto	85,9	73,9	77,6
De admiración	4,0	2,7	3,1
De respeto	8,0	10,7	9,8
De control	0,2	–	0,1
Es más bien una rel. ausente	0,5	7,5	5,3
No procede	0,5	1,2	1,0
No sabe	0,7	0,8	0,7
No contesta	0,3	3,1	2,3
(n)	(601)	(1315)	(1918)

CC: 0,18 Nivel de significatividad: 0,00

El Cuadro 3.11 nos presenta la división por edad. En ella podemos observar que el afecto es una definición más propia de los jóvenes que de los adultos, si bien en ambos sigue siendo mayoritaria. De la misma forma, entre los jóvenes es más probable que la relación con los amigos sea de admiración, sobre todo hasta los 20 años.

Por el contrario, en los adultos los porcentajes son superiores a los jóvenes cuando se trata de relaciones basadas en el respeto y, sobre todo, cuando las relaciones con los amigos son más bien ausentes, que son casi en su totalidad una calificación de los adultos de entre 45 y 64 años. Por cierto que, si bien las relaciones de con-

trol son prácticamente inexistentes, cuando existen son únicamente entre la población de jóvenes, y específicamente entre los más jóvenes, de 15 a 17 años.

Según el género (Cuadro 3.12), no significativo para los jóvenes, las relaciones de afecto son similares tanto para mujeres como para varones. Las diferencias se encuentran en que los varones tienen una mayor frecuencia que las mujeres cuando califican sus relaciones con los amigos como de admiración o de respeto. Incluso, dentro del bajo porcentaje, son los varones los únicos en registrar relaciones de control.

Las mujeres destacan en su calificación de las relaciones ausentes. Mientras en los varones esto apenas ocurre (1%), en las mujeres va a representar uno de cada diez casos de relaciones con los amigos de confianza.

CUADRO 3.12
Calificación de las relaciones con los amigos de confianza según género

	Jóvenes	Adultos	Total
De afecto	78,3	76,7	77,6
De admiración	4,4	1,7	3,1
De respeto	11,8	7,5	9,8
De control	0,1	–	0,1
Es más bien una rel. ausente	1,0	10,6	5,3
No procede	1,2	0,9	1,0
No sabe	0,4	1,1	0,7
No contesta	2,9	1,5	2,3
(n)	(1041)	(878)	(1918)

CC: 0,23 Nivel de significatividad: 0,00

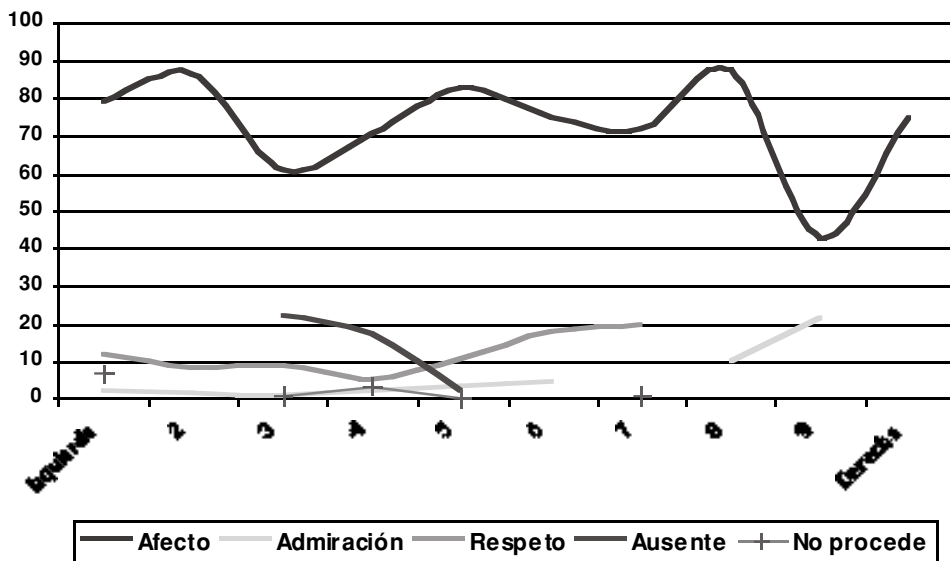
Si consideramos la ideología (Gráfico 3.5), las relaciones de afecto aparecen destacadas sin marcar una tendencia definida, sino más bien una cierta estabilidad, con excepciones en las posiciones 3 y 9.

Las que sí registran oscilaciones son las relaciones de respeto que partiendo de la extrema izquierda aumentan paulatinamente hacia el centro derecha. Esta misma tendencia es la que se registra en torno a las relaciones con los amigos definidas en términos de admiración.

En cuanto a las relaciones ausentes con los amigos están limitadas a las posiciones de centro-izquierda (3-4), donde presentan valores máximos, y centro, con valores mínimos, pero no aparecen en ningún otro punto de la escala ideológica.

Otra variable significativa es la autovaloración religiosa²². En las relaciones de afecto, aun siendo mayoritarias para todas las posiciones, es entre los ateos donde registran

²² Los jóvenes no registran diferencias significativas por ninguna variable (ni género, ni ideología, ni clase social o nivel de estudios). Tampoco, generalmente, según la autovaloración religiosa, si bien respecto a las relaciones con amigos existe una excepción y las diferencias anotadas sí son estadísticamente significativas en los jóvenes y no sólo para el total o los adultos.



CC: 0,45 Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.5
Calificación de la relación con los amigos de confianza según ideología

un mayor porcentaje, seguidos de los católicos no practicantes y los católicos practicantes. En las relaciones de admiración y de respeto sobresale el porcentaje representado por los creyentes de otra religión. Cuando la relación es ausente es, sobre todo, de las personas indiferentes ante la religión, de forma muy destacada frente al resto de posiciones. Las relaciones de control se presentan únicamente entre católicos no practicantes.

En referencia a la clase social, los resultados definen unas diferencias significativas (Cuadro 3.13). Las relaciones de afecto con los amigos, como viene siendo habitual, son más frecuentes en las clases medias y en las altas si bien es verdad que la diferencia más relevante es respecto a los obreros no cualificados que registran el mínimo, dentro de que son las relaciones mayoritarias.

En las relaciones de admiración, son las viejas clases medias quienes de manera pronunciada las califican como tal (22%), lo que condiciona que sean éstas quienes menos las definan como de respeto. Para el respeto, todas las clases, menos las viejas clases medias, registran porcentajes similares, sobresaliendo ligeramente los obreros cualificados.

Para las relaciones de control, únicamente aparecen en las clases altas o medias-altas y en las nuevas clases medias. Y en cuanto a las relaciones ausentes, están limitadas a los obreros especialmente a los no cualificados, donde representan un 28%.

CUADRO 3.13
Calificación de la relación con los amigos de confianza según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
De afecto	79,7	88,6	70,2	80,4	55,0	77,6
De admiración	3,2	1,7	22,3	2,1	2,2	3,1
De respeto	10,5	8,2	2,1	11,0	9,4	9,8
De control	0,2	0,3	–	–	–	0,1
Rel. ausente	–	–	–	3,2	28,8	5,3
No procede	2,4	–	2,1	0,5	1,4	1,0
No sabe	1,5	–	3,2	0,2	0,7	0,7
No contesta	2,4	1,1	–	2,7	2,5	2,3
(n)	(409)	(352)	(94)	(657)	(278)	(1918)

CC: 0,46 Nivel de significatividad: 0,00

3.2. LAS RELACIONES MEDIADAS POR LAS TIC

Las relaciones sociales mediadas son de muy distinta índole y pueden desarrollarse con un amplio abanico de personas. En nuestro análisis vamos a utilizar las relaciones sociales que se originan, de un lado, por el sujeto entrevistado y, de otro, por las siguientes categorías: con familiares (incluido cónyuge o pareja); con novio/a o amigos íntimos; y con conocidos en general. En lo que respecta a los medios o TIC empleados para desarrollar las relaciones consideramos tres: el teléfono fijo; el teléfono móvil; y el correo electrónico.

La primera cuestión imprescindible es conocer quien hay al otro lado de la relación, o, lo que es lo mismo, ¿con quien se comunica la persona utilizando las TIC?. La respuesta hay que matizarla en función de los medios que han sido seleccionados.

CUADRO 3.14
Relación según tipo de medio utilizado

	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrónico
Con familiares			
(Incluido cónyuge o pareja)	58,4	29,5	11,1
Con novio/a o amigos íntimos	15,2	31,0	29,1
Con conocidos, en general	13,2	13,8	32,3
Con todos por igual, indistintamente	12,6	25,7	19,7
No sabe	–	–	0,2
No contesta	0,6	0,1	7,5
(n)	(1639)	(207)	(691)

En un primer análisis general (Cuadro 3.14), cada TIC parece utilizarse claramente con un tipo de relación distinta. De esta forma, el contacto con los familiares se desarrolla mayoritariamente por medio del teléfono fijo (58%), muy por encima de otras llamadas. La distancia es menor si consideramos el teléfono móvil. Bien es verdad que el uso preferente es el de relacionarse con el novio/a o amigos íntimos (31%) si bien no es un porcentaje destacado respecto a los familiares (29%)²³. En lo referente al correo electrónico, el intercambio preferente se refiere a la establecida con los conocidos en general (32%), cercano al porcentaje de las relaciones con el novio/a o amigos íntimos (29%). Sin embargo, queda claro que el correo es muy poco utilizado para contactar con familiares (11%).

En definitiva, y desde una primera aproximación, para comunicarse con familiares se utiliza el teléfono fijo, para hacerlo con el novio/a o amigos íntimos el teléfono móvil y para comunicarse con conocidos en general el correo electrónico.

Desde otra perspectiva se han cruzado los tipos de relaciones sociales que se verifican según los tipos de TIC empleados. En el caso del Cuadro 3.15 se asocian las relaciones presentes por teléfono fijo con las generadas por teléfono móvil. De esta forma se comprueba que quienes más llaman a los familiares por teléfono fijo son, asimismo, quienes más lo hacen por el móvil. La misma concordancia aparece con los amigos, quien más los llaman por el teléfono fijo más los llaman por el móvil. Igual se verifica para los conocidos e incluso entre aquellos que llaman a todos por igual.

CUADRO 3.15
Relación por telefono fijo según relación por teléfono móvil

Teléfono fijo	Relación por teléfono móvil				TOTAL
	Familiares	Amigos	Conocidos	Todos	
Familiares	43,3	25,5	18,2	43,2	32,9
Amigos	3,3	56,9	9,1	2,7	23,6
Conocidos	20,0	5,9	36,4	-	12,1
Todos	33,3	11,8	36,4	43,2	28,6
No contesta	-	-	-	10,8	2,9
(n)	(30)	(51)	(22)	(37)	(140)

CC: 0,60 Nivel de significatividad: 0,00

Esta tendencia es significativa y aparece no sólo en el cruce entre teléfono fijo y móvil, sino en cualquier combinación incluyendo el correo electrónico como tercera TIC analizada. Por tanto, los perfiles mayoritarios en un tipo de relación social lo son con independencia de la TIC empleada. Pero, como se comprenderá, existen una serie de factores que determinan y matizan las tendencias generales.

²³ De hecho, el teléfono móvil es el medio que en mayor porcentaje se define como utilizado con todos por igual (25%).

El factor o variable que nos interesa de inmediato es la edad, que diferencia significativamente los resultados (Cuadro 3.16).

Si atendemos al teléfono fijo, en los jóvenes no es mayoritaria la relación con familiares (31%), sino que ha se ha quedado en segundo lugar frente al novio/a o los amigos íntimos (43%). Dentro de los jóvenes esta tendencia es general, si bien es verdad que entre quienes tienen de 15 a 17 años la diferencia es más marcada y, a medida que se acerca al límite de la juventud decrecen los contactos con los amigos para aumentar la de familiares (aunque siguen siempre manteniéndose por debajo). El teléfono fijo es para comunicarse con los familiares si entramos en las edades adultas. Aquí claramente el porcentaje es abrumador (69%) siendo muy pocos quienes se comunican con los amigos por el fijo (3%).

Dentro de la telefonía móvil las diferencias entre jóvenes y adultos son claras. Si a nivel general (Cuadro 3.14) la interacción con familiares o amigos íntimos era similar (29%-31%), son muy distintos los grupos de edad que componen los porcentajes (Cuadro 3.16). Los jóvenes están relacionándose con su móvil con los amigos íntimos (56%), muy por encima de los familiares (17%). Para los adultos la situación es inversa, se mantiene a gran distancia el uso del móvil para hablar con familiares (41%) con un porcentaje destacado sobre los amigos (7%). No obstante, es justo anotar que en los adultos hay un tercio de personas (35%) que hablan con todos por igual con el móvil, un uso más igualitario que en los jóvenes, donde este porcentaje se reduce al 15%.

CUADRO 3.16
Tipo de relaciones y medio según edad

	JOVENES			ADULTOS		
	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrón.	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrón.
Con familiares (Inc. Pareja)	31,8	17,0	5,5	69,5	41,1	15,4
Novio/a-Amigos íntimos	43,4	56,0	50,6	3,5	7,5	11,8
Conocidos, en general	10,5	12,0	28,2	14,2	15,9	35,9
Con todos por igual	13,6	15,0	14,3	12,2	35,5	24,1
NS/NC	0,6	–	1,3	0,6	–	12,8
(n)	(484)	(100)	(308)	(1154)	(107)	(382)
Teléfono fijo:	CC: 0,46	Nivel de significatividad: 0,00				
Teléfono móvil:	CC: 0,47	Nivel de significatividad: 0,00				
Correo electr.:	CC: 0,42	Nivel de significatividad: 0,00				

Estos datos sobre las relaciones con el móvil nos pueden indicar una desvirtualización del origen de la compra del móvil. Así, generalmente el móvil se compra a los hijos para tenerlos localizados, para hablar con ellos y que se comuniquen más con los padres. Este uso puede existir, sin duda, pero se muestra minoritario frente a la comunicación que mantienen los jóvenes entre sí, con su red de iguales. En este

sentido coincidiríamos con el cuerpo teórico y conclusiones de investigaciones previas (Haddon, 2002; Lorente, 2002).

En el uso del correo electrónico de nuevo los jóvenes se decantan por los amigos íntimos o el novio/a (50%), y otorgan algún espacio para los conocidos en general (28%) siendo muy minoritaria el contacto con familiares (5%). Para los adultos, el uso del correo electrónico está referido principalmente a los conocidos en general o, en segundo lugar, vuelve a existir un intercambio más igualitario que los jóvenes con todos por igual (24%). En cualquier caso, de los adultos hay que señalar un porcentaje relativamente elevado de personas que no contestan a esta pregunta (12%). Entiendo que hay dos posibles explicaciones a esto: bien el correo se utiliza para relaciones profesionales que no encajan en las categorías anteriores, especialmente con la de conocidos en general²⁴; o bien se intentan ocultar las relaciones generadas por correo electrónico, hecho que, de ser verdad, considero que explicaría un menor número de casos que la hipótesis anterior.

Lo cierto es que a esta altura podemos matizar las afirmaciones generales anteriores y precisar que entre los jóvenes todas las TIC se utilizan, con carácter mayoritario, para hablar con el novio/a o con los amigos íntimos (especialmente el móvil). Un contacto menor se verifica con los familiares, sobre todo en el teléfono fijo y, para los conocidos en general, se emplea más el correo electrónico. En el caso de los adultos la situación no es tan homogénea. En la telefonía fija, el peso de las relaciones con lo familiares es abrumador, y sigue siendo el superior en la móvil si bien en ésta se detecta una tendencia a un uso más igualitario frente a todas las relaciones. En el correo electrónico los adultos se relacionan fundamentalmente con conocidos en general, única categoría donde no se imponen las relaciones familiares (Gráfico 3.6).

La edad más joven de quienes se relacionan preferentemente con los amigos por medio de las TIC queda reflejada en el Cuadro 3.17. Para quienes se comunican con familiares, las edades medias oscilan entre los 32 y los 43 años, muy por encima del contacto con los amigos que tienen un margen menor, de 23 a 25 años. Y, analizado por tecnología, es evidente que el móvil es el medio utilizado por los de edad media más joven, con independencia de con quien lo hagan.

Respecto a la edad podemos profundizar en conocer la edad del interlocutor, hasta ahora no incluida, pero únicamente para los casos de relaciones con novio/a o amigos íntimos (Cuadro 3.18).

Con independencia del medio o TIC utilizada, las relaciones que se generan con los amigos íntimos son dentro de unos mismos grupos de edad. En todos los medios es mayoritaria esta respuesta, siendo el porcentaje superior en las relaciones por móvil, la TIC más utilizada para el grupo de iguales. No obstante las diferencias son casi inexistentes respecto al teléfono fijo. El correo electrónico, aun con

²⁴ Esta hipótesis se reforzaría por el hecho de que la mayoría de personas situadas en la categoría de “no contesta” son varones adultos trabajadores, por lo que puede deducirse que tiene una relación laboral por el correo electrónico que no corresponda estrictamente con conocidos en general.

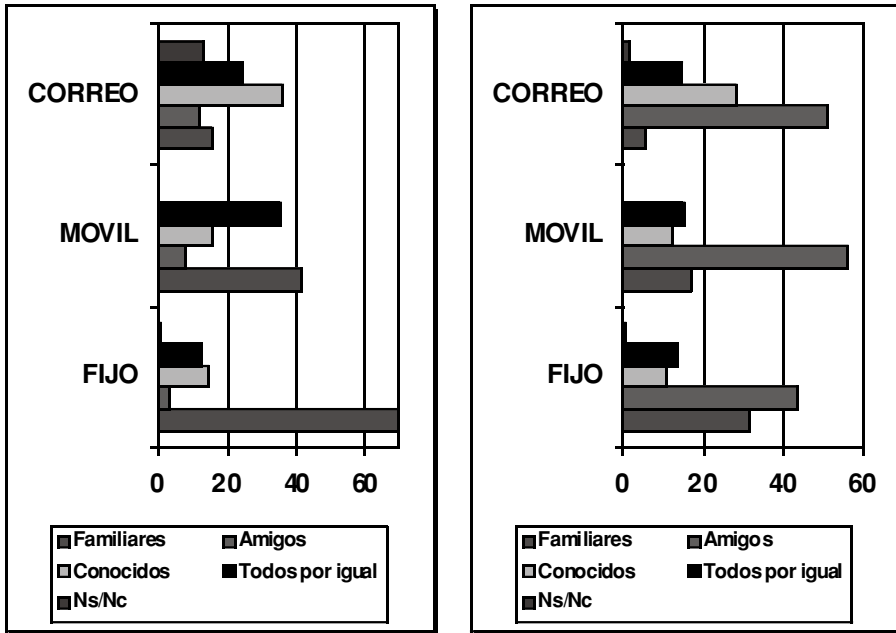


GRÁFICO 3.6
Tipo de relaciones según medio y edad adultos jóvenes

CUADRO 3.17
Edad media de las personas según relación y medio utilizado

	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrónico
Con familiares (Incluido cónyuge o pareja)	43,6	32,8	36,9
Con novio/a o amigos íntimos	23,6	23,3	25,3
Con conocidos, en general	38,3	32,0	33,5
Con todos por igual, indistintamente (n)	36,3 (1639)	35,5 (207)	37,2 (691)

CUADRO 3.18
Edad del novio/a o amigos íntimos con quien se comunica según tipo de medio utilizado

	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrónico
Aproximadamente de su misma edad	92,5	94,4	86,6
De cualquier edad	7,0	5,6	9,8
No contesta (n)	0,5 (250)	– (64)	3,6 (201)

mayoría de la misma edad, es el medio donde hay un porcentaje superior de relaciones con amigos de cualquier edad, siendo en este sentido la TIC más universal en edad.

Estos últimos resultados son tan homogéneos que no discriminan por ninguna de las variables independientes registradas en el cuestionario. La única excepción que registra diferencias significativas es el correo electrónico en su diferenciación por edad. Los jóvenes son quienes en un amplio porcentaje se relacionan con los de su misma edad (93%), siendo muy pocos quienes se relacionan con diversas edades (6%). Y, los adultos, son quienes relativamente menos se relacionan por correo con los amigos de la misma edad (63%), apareciendo un porcentaje alto de relaciones con distintas edades (24%).

En segundo lugar, al estudiar factores discriminantes, no debe pasarse por alto la importancia que el género tiene en la diferenciación de relaciones establecidas.

CUADRO 3.19
Tipo de relaciones y medio según género

	JOVENES			ADULTOS		
	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrón.	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrón.
Con familiares(Inc. Pareja)	59,9	22,8	9,8	56,6	39,8	13,4
Novio/a-Amigos íntimos	16,1	31,7	27,5	14,2	30,1	32,3
Conocidos, en general	9,3	13,8	33,0	17,8	13,3	31,1
Con todos por igual	13,8	31,7	20,1	11,3	16,9	18,9
NS/NC	0,9	–	9,6	0,1	–	4,3
(n)	(892)	(123)	(437)	(746)	(83)	(254)

Teléfono fijo: CC: 0,13 Nivel de significatividad: 0,00
 Teléfono móvil: CC: 0,20 Nivel de significatividad: 0,02
 Correo electr.: CC: 0,13 Nivel de significatividad: 0,03

En una primera aproximación según el género (Cuadro 3.19), el dato más relevante se presenta en las relaciones que las mujeres declaran por el teléfono móvil, donde casi un 40% es con familiares, siendo un porcentaje mayoritario y presentando una primicia que es inversa a la tendencia general y a la mostrada para los varones.

Respecto al correo electrónico, las mujeres se relacionan más con familiares y amigos que los varones. El uso preferente del correo electrónico para este tipo de relaciones por parte de las mujeres se ha confirmado en otras investigaciones (Boneva, Kraut y Frohlich, 2001; Pew Internet and American Life Project, 2000), donde se verifica además que las mujeres entienden este tipo de contacto como más gratificante.

En general, las mujeres tienen, para todos los medios, menores porcentajes de uso con todas las personas por igual o, lo que es lo mismo, definen en mayor proporción con quien se relacionan a través de las TIC.

Profundizando en el análisis, los resultados pueden diferenciarse por género para los jóvenes y adultos. Los jóvenes, para todos los medios considerados, siguen teniendo una relación mayoritaria con el novio/a o amigos íntimos, destacando el teléfono móvil, a esta regla no hay excepción. Sí se observa que esta tendencia es más acusada entre los varones que entre las mujeres. No obstante, hay que anotar que las diferencias por género entre jóvenes no son significativas. Esto es, no hay unas relaciones estadísticamente relevantes en las relaciones sociales que los jóvenes generan por medio de las TIC.

Los adultos (Cuadro 3.20) mantienen, tanto en varones como mujeres las pautas generales: empleo del fijo y el móvil para relaciones familiares y el correo electrónico para conocidos en general. Las diferencias por género se encuentran fundamentalmente en el teléfono móvil. Los varones, en un porcentaje mayoritario, utilizan el móvil para relacionarse con todos por igual (44%), porcentaje que incluso supera (rompiendo la tendencia general) la relación que se tiene con familiares (30%).

CUADRO 3.20
Tipo de relaciones y medio según género y edad (adultos)

	JOVENES			ADULTOS		
	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrón.	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrón.
Con familiares(Inc. Pareja)	72,5	30,6	13,0	65,8	61,8	21,2
Novio/a-Amigos íntimos	4,1	11,1	12,2	2,7	–	11,5
Conocidos, en general	8,0	13,9	35,6	22,0	20,6	36,3
Con todos por igual	14,4	44,4	24,1	9,5	17,6	23,9
NS/NC	1,1	–	15,2	–	–	7,1
(n)	(641)	(72)	(270)	(514)	(34)	(113)

Teléfono fijo:	CC: 0,21	Nivel de significatividad: 0,00
Teléfono móvil:	CC: 0,34	Nivel de significatividad: 0,00
Correo electr.:	CC: 0,14	Nivel de significatividad: 0,10

Las mujeres, sin embargo, entienden el uso de la telefonía, sea cual sea, como propicia para las relaciones con familiares y no existe una diferencia significativa entre el empleo del fijo (65%) o el móvil (61%). Este es el contraste más relevante según el género²⁵. Estos datos se explican por el conocido carácter afectivo-familiar que muestran las mujeres en general.

Por último, respecto al correo electrónico, existe una utilización amplia con conocidos en general, si bien se advierte que el porcentaje mayoritario de “no contes-

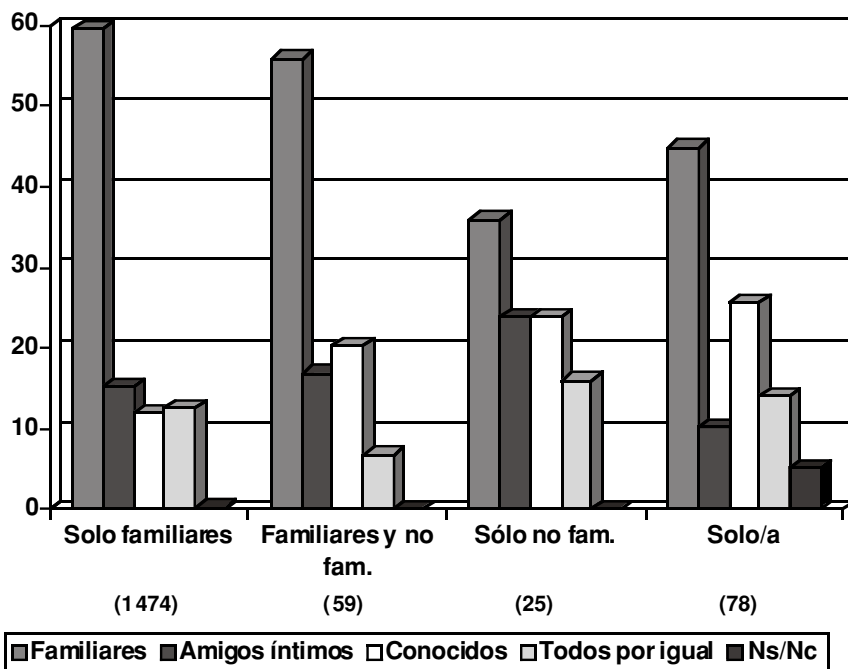
²⁵ Hay que destacar que si bien las diferencias no son significativas, entre los jóvenes sí existe una tendencia que apuntaba en esta misma dirección.

ta” se concentra en los varones adultos, el doble que en las mujeres. En cualquier caso, las diferencias respecto al uso del correo electrónico no son significativas.

Otra variable que se han considerado en el análisis como determinante del tipo de relaciones gestionadas por las TIC es el tipo de convivencia de la persona.

Para el caso del teléfono fijo (Gráfico 3.7), son las personas que conviven únicamente con familiares quienes precisamente más se comunican con los familiares, alcanzando un 59%, seguidos de quien conviven con familiares y no familiares (55%). Entre quienes conviven sólo con no familiares o solo/a, la importancia de las relaciones con familiares es mayoritaria pero de menor peso (36% y 44% respectivamente). Este dato nos puede conducir a la conclusión de que la convivencia con familiares impulsa todavía más las relaciones con familiares por medio del teléfono fijo.

Las relaciones con amigos íntimos por el fijo son más frecuentes en quienes viven sólo con no familiares, quizás como una necesidad de apoyos en las redes sociales, al igual que ocurriría para los conocidos en general (con un porcentaje similar en este tipo de convivencia). No obstante esta idea es discutible al observar que, cuando se vive solo, los familiares vuelven a ser la relación mayoritaria, los amigos íntimos son un porcentaje escaso y únicamente el contacto con conocidos en general se mantiene como en el caso anterior.



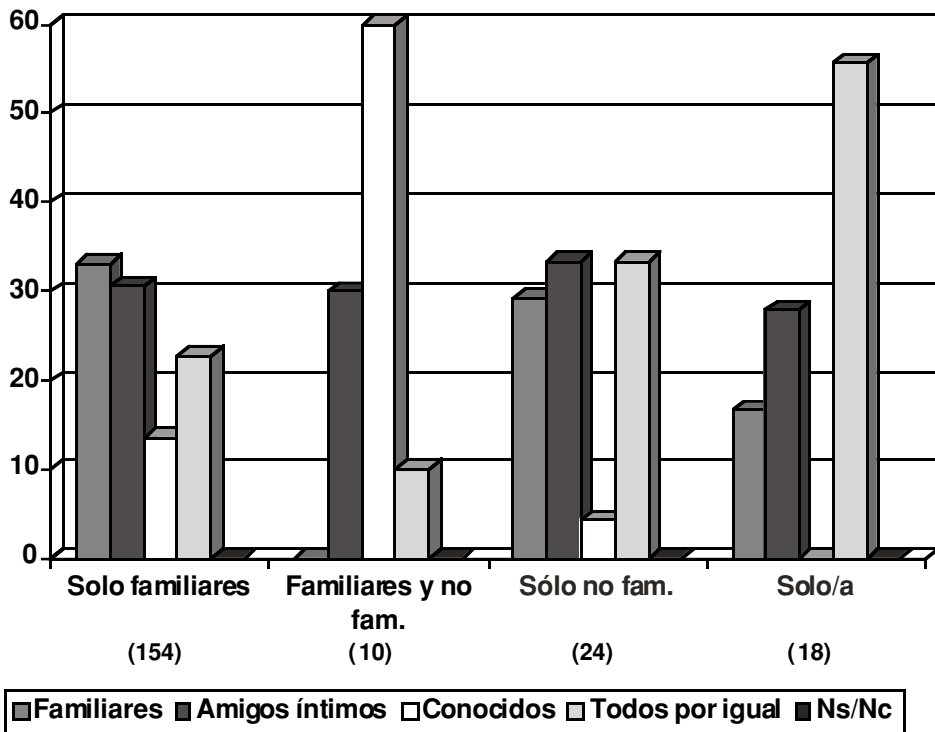
CC: 0,18 Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.7
Tipo de relación por teléfono fijo según convivencia

En realidad, los datos generales están ocultando diferencias según consideremos a la población adulta o a la joven. La población adulta es la que mayoritariamente y en todos los tipos de convivencia está relacionándose con los familiares por medio del teléfono fijo. La única convivencia donde no es mayoritaria la relación con familiares es que se conviva sólo con no familiares, hecho que invierte la pauta general.

Los jóvenes tienen unos porcentajes muy similares al relacionarse con familiares o amigos íntimos, aunque siempre se decantan del lado de los amigos con una ligera diferencia, tan leve que no es estadísticamente significativa.

El móvil representa una segunda forma de entablar relaciones según los diferentes tipos de convivencia (Gráfico 3.8). Aquí de nuevo la comunicación con familiares es la más frecuente cuando sólo se convive con familiares, si bien como único caso y con porcentajes inferiores al teléfono fijo. De hecho, ya conocíamos que el teléfono móvil no es un medio tan utilizado como el fijo para la relación con familiares.



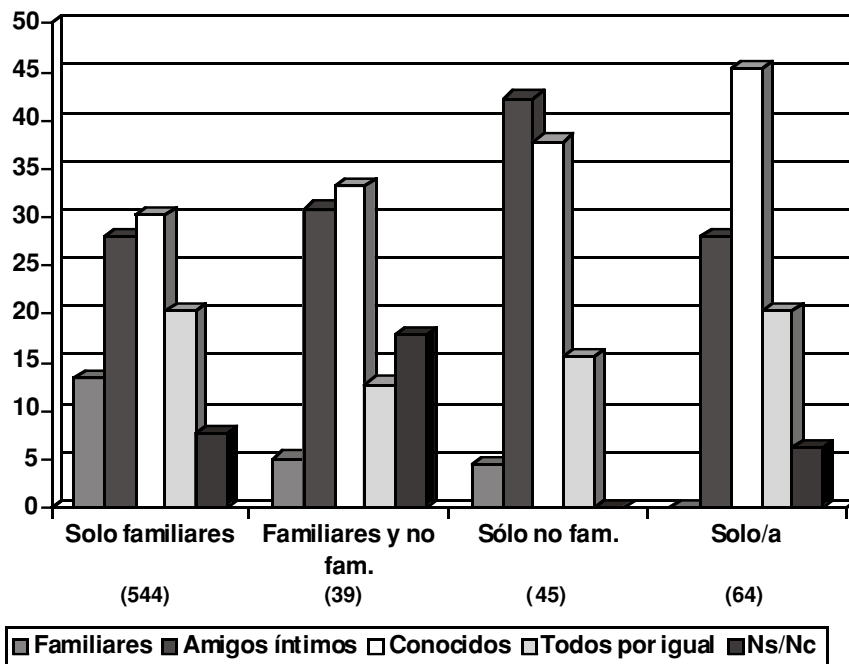
CC: 0,37 Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.8
Tipo de relación por teléfono móvil según convivencia

En caso de convivencia con familiares y no familiares, se impone de una forma clara la relación con los conocidos en general a través del móvil, relaciones que no aparecen específicamente en ningún otro tipo de convivencia. Cuando se convive sólo con no familiares, todos los tipos de relaciones están muy igualados salvo la de conocidos, que es muy inferior. Para el caso de vivir solo es precisamente donde el móvil se utiliza indistintamente para relaciones con cualquier tipo de persona.

Nos vemos obligados de nuevo a hacer referencia a las diferencias entre jóvenes y adultos respecto a estos datos. Entre los jóvenes, el teléfono móvil siempre es el medio mayoritario para relacionarse con el novio/a o con los amigos íntimos, dato que se verifica en todas las formas de convivencia con porcentajes muy destacados y sin existir diferencias significativas. En los adultos las situaciones son más variadas según el tipo de convivencia: cuando se convive sólo con familiares se habla de forma mayoritaria con familiares; si se convive con familiares y no familiares el 100% habla con conocidos (si bien los casos son escasos); y si es sólo con no familiares o solo/a el móvil se utiliza de forma indistinta para todas las relaciones.

El tercer lugar examinamos las relaciones por correo electrónico según la forma de convivencia (Gráfico 3.9). Acorde con los análisis y resultados anteriores, el correo electrónico se muestra como el medio mayoritario para entablar relaciones con



CC: 0,20 Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.9
Tipo de relación por correo electrónico según convivencia

conocidos en general, dato que se verifica en todas las formas de convivencia salvo cuando se convive sólo con no familiares. En estos hogares el correo electrónico se utiliza mayoritariamente para relacionarse con los familiares seguido, eso sí, del uso con conocidos en general.

Si dividimos los jóvenes de los adultos nos encontramos con diferencias significativas de nuevo restringidas al ámbito adulto. Para los adultos el correo electrónico es, principalmente, un medio de relacionarse con los conocidos en general, sea cual sea su convivencia. En segundo lugar se sitúan las relaciones familiares (si se convive sólo con familiares); los amigos íntimos (en hogares con no familiares y familiares o sólo no familiares); y todos por igual (cuando se vive solo/a).

Otra variable que discrimina los resultados en cuanto a las relaciones sociales es la tenencia de una o varias TIC para poder relacionarse. Si comenzamos con el teléfono fijo (Cuadro 3.21), las otras TIC posibles son la tenencia de móvil o utilización de correo electrónico.

CUADRO 3.21
Relaciones con teléfono fijo según tenencia de otras TIC

	Teléfono Móvil		Correo Electrónico		Total
	Sí tiene	No tiene	Sí utiliza	No utiliza	
Con familiares	57,6	60,8	50,3	63,3	58,4
Amigos íntimos	18,3	5,2	23,0	10,5	15,2
Conocidos	10,9	20,5	12,5	13,6	13,2
Todos por igual	12,4	13,2	12,8	12,5	12,6
Ns/Nc	0,7	0,3	1,5	-	0,5
(n)	(1255)	(385)	(618)	(1020)	(1639)

Teléfono móvil: CC: 0,18

Nivel de significatividad: 0,00

Correo electr.: CC: 0,20

Nivel de significatividad: 0,00

El fijo es un medio donde va a hablarse más con los familiares si no se posee o utiliza otra TIC, mientras que en la medida que aparezca el móvil o el correo electrónico se habla menos por el fijo con los familiares. La red y contactos familiares parecen subsistir mayoritariamente por el fijo, más aún cuando no existe otro medio.

Debe destacarse, en la utilización del fijo, que las relaciones con amigos íntimos son más frecuentes en la medida que se posee un móvil o se utiliza correo electrónico. Donde, por ejemplo, únicamente un 5% de quienes no tienen móvil llaman por el fijo a amigos íntimos, siendo el 18% en los que sí tiene móvil. La explicación, con mucha probabilidad, es que la red de amigos de alguna forma “obliga” a tener móvil y, por tanto, el tener móvil implica un mayor grado de redes de amistad. Junto a esto, la propia existencia y uso de las redes de amistad fomenta y potencia la relación tanto por móvil como por fijo.

Para las relaciones por el teléfono móvil (Cuadro 3.22), los resultados son acordes con lo expuesto hasta ahora. Si se tiene móvil pero no teléfono fijo ni se utiliza el correo electrónico, las relaciones con familiares son porcentualmente superiores y mayoritarias. Pero, en la medida que sí existe teléfono fijo o correo electrónico, las relaciones que se potencian son las de amigos íntimos (especialmente cuando se tiene fijo) y los conocidos en general (sobre todo al utilizar correo electrónico). De hecho, la relación con los amigos íntimos por el teléfono móvil se convierte en la mayoritaria si existe tenencia de otras TIC.

CUADRO 3.22
Relaciones con el teléfono móvil según tenencia de otras TIC

	Teléfono Móvil		Correo Electrónico		Total
	Sí tiene	No tiene	Sí utiliza	No utiliza	
Con familiares	21,4	46,3	20,6	37,7	29,5
Amigos íntimos	36,4	19,4	33,3	28,3	31,0
Conocidos	15,7	9,0	20,6	7,5	13,8
Todos por igual	26,4	25,4	25,5	26,4	25,7
(n)	(140)	(67)	(102)	(106)	(207)

Teléfono fijo: CC: 0,26 Nivel de significatividad: 0,00

Correo electr.: CC: 0,25 Nivel de significatividad: 0,02

En tercer lugar podemos examinar las relaciones sociales por correo electrónico según tenencia de teléfono fijo o móvil (Cuadro 3.23).

CUADRO 3.23
Relaciones con correo electrónico según tenencia de otras TIC

	Teléfono Móvil		Correo Electrónico		Total
	Sí tiene	No tiene	Sí utiliza	No utiliza	
Con familiares	11,7	6,8	10,4	21,3	11,1
Amigos íntimos	27,5	42,5	29,5	23,4	29,1
Conocidos	31,6	38,4	31,7	40,4	32,3
Todos por igual	20,7	12,3	20,2	14,9	19,7
Ns/Nc	8,6	-	8,3	-	7,7
(n)	(618)	(73)	(644)	(47)	(691)

Teléfono fijo: CC: 0,15 Nivel de significatividad: 0,00

Teléfono móvil: CC: 0,12 Nivel de significatividad: 0,05

Los datos aquí son más difíciles de interpretar toda vez que, el no tener fijo condiciona un uso exterior al hogar del correo electrónico lo que puede distorsionar las interpretaciones y, respecto al móvil, las diferencias están en la línea de la no signi-

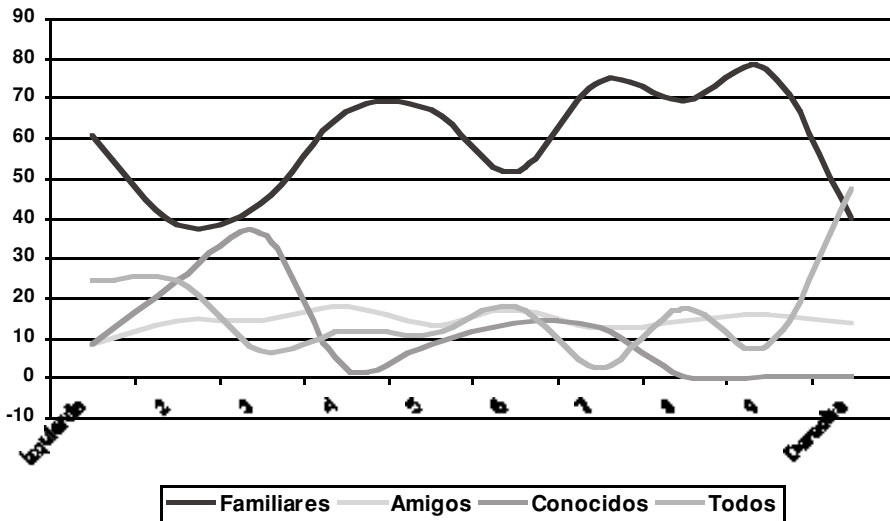
ficación. La tendencia más clara que puede identificarse es que en la medida que no se tiene teléfono fijo se potencian las relaciones con amigos íntimos y conocidos en general, mientras que con los familiares las relaciones son más escasas. Junto a esto hay que apuntar que el correo se utiliza para relacionarse con todos en mayor medida si existen otras TIC.

En definitiva, lo que la utilización de la variable “tenencia de otras TIC” nos ha desvelado es que la existencia o no de otros medios para relacionarse deja al descubierto una diferenciación básica entre las relaciones de cada TIC. Si la persona sólo cuenta con teléfono fijo, las relaciones predominantes y casi hegemónicas son con los familiares, potenciándose las relaciones con amigos por el fijo sólo en el caso de existir otras TIC, aunque con porcentajes siempre minoritarios. Por su parte, el móvil, en la medida que existe fijo y se utiliza correo electrónico se decanta como el gran medio para relacionarse con los amigos íntimos, llegando a configurarse esta relación como la mayoritaria. En cuanto al correo electrónico, se utiliza con preferencia para los conocidos en general si coexiste con otras TIC.

Los perfiles generales de relaciones sociales (fijo con familiares, móvil con amigos y correo con conocidos) aparecen con claridad si las distintas TIC se utilizan a la vez por los individuos.

Dentro del conjunto de variables independientes seleccionadas para discriminar los resultados, atendemos ahora la ideología y la autovaloración religiosa como elementos tradicionales de diferenciación social.

Para el caso del teléfono fijo (Gráfico 3.10), las relaciones con familiares son las que destacan sobre el resto, con una tendencia a existir en mayor porcentaje cuan-



CC: 0,36 Nivel de significatividad: 0,00

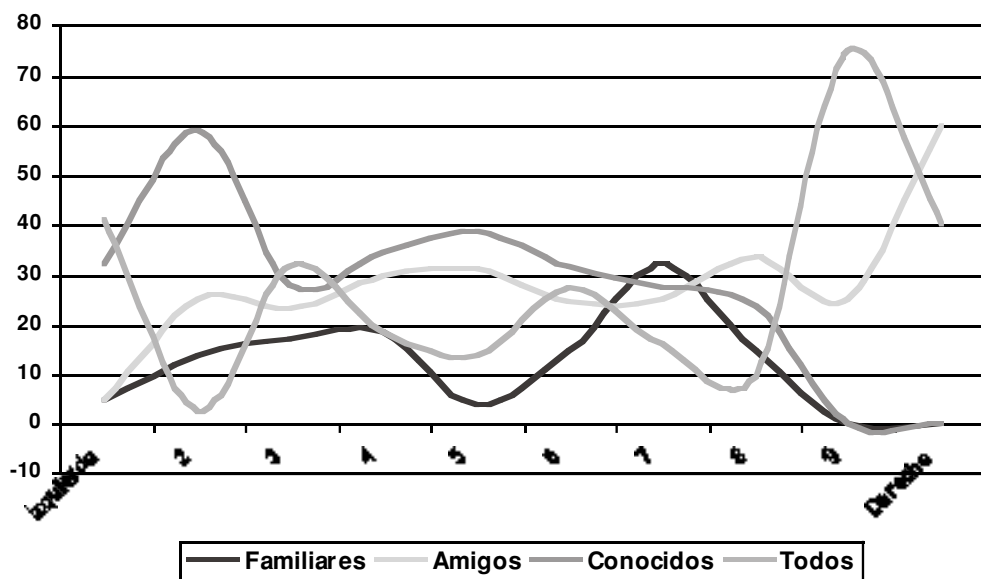
GRÁFICO 3.10
Relaciones sociales por teléfono fijo según ideología

to más cercana a la extrema derecha se ubica el individuo. Por el contrario, las relaciones con conocidos en general son mas frecuentes en posiciones de izquierda que en las de derecha, donde a partir de la posición 8 desaparecen en esta TIC.

Respecto al uso del móvil según la ideología, y pese a que las diferencias son significativas, no es posible trazar una tendencia definida. Los resultados son tan irregulares que no existen unas pautas identificadas según las diversas posiciones ideológicas, lo que indica un empleo distribuido entre todas las posiciones.

En el correo electrónico (Gráfico 3.11) podemos trazar perfiles de relaciones según la ideología de los sujetos. En este sentido, las relaciones con conocidos representan un elevado porcentaje que se va a concentrar especialmente en las posiciones de izquierda para disminuir e incluso desaparecer en posiciones de derecha. Tendencia contraria manifiestan las relaciones con amigos íntimos o con todos por igual, que son superiores en las posiciones de extrema derecha respecto al polo opuesto. La relación con familiares, que por correo electrónico siempre es débil, tiene una cierta relevancia en las posiciones intermedias de derecha, donde incluso llega a superar al resto.

En cuanto a la práctica religiosa, en el teléfono fijo aparece una fuerte inclinación hacia las relaciones familiares que es superior entre aquellos que son practicantes de alguna creencia y, especialmente, los católicos practicantes. Este dato vendría a correlacionarse con las posiciones ideológicas de derecha. En todas las opciones religiosas el fijo es el medio mayoritario para relacionarse con los familiares salvo en



CC: 0,45 Nivel de significatividad: 0,00

GRÁFICO 3.11
Relaciones sociales por correo electrónico según ideología

el caso que el sujeto se defina como indiferente, donde los conocidos en general son las relaciones más frecuentes.

En las relaciones por teléfono móvil, los católicos siguen teniendo las relaciones con familiares como las mayoritarias, siendo los únicos, sobre todo si la persona se define como católico practicante, donde éstas relaciones llegan a representar el 50% del uso del móvil. Para creyentes de otra religión o ateos, las relaciones con todos por igual son las que predominan, y en el caso de los indiferentes son las relaciones con amigos.

Para el correo electrónico se impone el uso con conocidos en general en los católicos (practicantes o no) y en los indiferentes, mientras que ateos y creyentes de otras religiones con quienes más se relacionan son con amigos íntimos.

Concluyendo, uno de los resultados claros de la ideología y práctica religiosa es que las TIC están siendo utilizadas para las relaciones familiares con más frecuencia por aquellas personas con una ideología de derecha y con una práctica religiosa, destacando los católicos practicantes. No obstante, el correo electrónico se diferencia de las telefonías convencionales en que es donde los conocidos son la relación mayoritaria, sobre todo en las posiciones de izquierda.

Antes de finalizar este apartado, insistir en que de las variables analizadas (género; tipo de convivencia; tenencia de otras TIC; ideología; y práctica religiosa), las diferencias significativas están referidas, en todos los casos, a la población total o a los adultos pero no a los jóvenes. Esto es, los jóvenes no tienen diferencias estadísticamente significativas en las relaciones que generan por medio de las TIC, son tan sólidas sus relaciones que no discriminan por ninguna de éstas variables ni otras que se testaron (como hábitat o estatus).

3.3. TIC Y RELACIONES FAMILIARES

Una vez comprendidos qué tipos de relaciones sociales aparecen según las TIC empleadas, y aquellos factores que determinan la frecuencia de estas relaciones. Es ahora el momento de profundizar en las relaciones familiares a través de las TIC. El objetivo es conocer la persona en concreto de la familia con quien se relaciona el sujeto, dividiendo entre los interlocutores familiares según la convivencia o no con ellos, y con la opción de que no se comunique con ninguna persona de la familia.

Los primeros datos nos lo ofrece el Cuadro 3.24.

De entrada, en el teléfono fijo queda patente una amplia mayoría de personas (75%) que lo utilizan para relacionarse con familiares con quienes no conviven, porcentaje también mayoritario en el teléfono móvil aunque de menor valor (52%). Asimismo, tanto en el teléfono fijo como móvil, las relaciones con familiares con quien se convive se sitúa en segundo lugar, si bien esta vez con más frecuencia en el móvil que en el fijo. Por lógica, en la telefonía fija o móvil es muy poco frecuente que la persona no se comunique con ningún familiar.

Caso distinto es el del correo electrónico donde la mayor parte de las personas se relacionan con no familiares (53%). Sin embargo, cuando hay relación con familiares

CUADRO 3.24

Persona de la familia con quien se comunica más a menudo según TIC

	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Correo electrónico
Familiar con quien convive	12,9	35,5	5,2
Familiar con quien no convive	75,9	52,8	38,7
Con ningún familiar	9,2	11,1	53,4
No sabe	0,6	0,1	1,0
No contesta	1,4	0,5	1,6
(n)	(1639)	(207)	(691)

de nuevo el contacto con no convivientes es superior (38%) al de los familiares con quien se convive (5%).

Existe una diferencia (significativa en el caso del teléfono fijo y como tendencia en las otras TIC) entre los jóvenes y los adultos. Los jóvenes, aún siendo mayoritaria la relación con familiares que no conviven, tienen más abiertas las restantes opciones y se diferencian en una mayor presencia de contactos con no familiares. Para los adultos, el porcentaje de relaciones con familiares no convivientes es tan elevado (80% por teléfono fijo) que apenas deja espacio para otras relaciones y, con respecto a los jóvenes, las relaciones no familiares se reducen a la mitad.

Familiares con quien no convive

Las relaciones con familiares con quienes no se convive son las predominantes entre las generadas por las TIC dentro de la familia. Asentada esta conclusión, desgranamos a continuación la relación de parentesco que la persona posee con este familiar con quien se relaciona más a menudo.

En primer lugar se detalla el caso del teléfono fijo (Cuadro 3.25). Si atendemos a la columna de resultados totales, la relación con la madre es la mayoritaria con un 25%, seguida de la relación con otros familiares (24%). Del resto son más frecuentes las relaciones con hermanos varones e hijas (ambos con un 12%), la hermana (9%) y, tras ella, el padre (8%) e hijos varones (5%).

CUADRO 3.25

Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por teléfono fijo según edad

	Varones	Mujeres	Total
Padre	7,7	8,7	8,4
Madre	17,3	28,1	25,3
Hermano	7,4	13,4	12,0
Hermana	9,0	9,2	9,2

CUADRO 3.25
Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia
por teléfono fijo según edad (Continuación)

	Varones	Mujeres	Total
Pareja	0,3	-	0,1
Hijos	-	7,7	5,8
Hijas	-	16,6	12,4
Otros	54,2	14,3	24,3
No contesta	4,2	2,0	2,5
(n)	(312)	(933)	(1243)

CC: 0,41 Nivel de significatividad: 0,00

Claro está que la diferenciación por grupos de edad es crucial. Los adultos, frente a los jóvenes, se van a relacionar en mayor porcentaje con la madre y los hermanos varones, lo que es lógico toda vez que al ser adulto es más probable que no se conviva con ellos. Dentro de la normalidad se encuentra el que las relaciones con hijos e hijas sean inexistentes en los jóvenes por razones obvias. Asimismo, una diferencia significativa entre los grupos de edad se encuentra en la categoría “otros” que si para los adultos es del 14% en los jóvenes alcanza el 54% (la mayoritaria). Este es un dato que no sólo aparece en el teléfono fijo sino en otras TIC, seguramente la razón es que, para los jóvenes, tiene importancia la “red de iguales familiares”, que en este caso serían los primos/as. Al no haber categoría para este parentesco se han acumulado en “otros”. Tampoco hay que olvidar el peso, quizás en ocasiones superior, que poseerá la relación con los abuelos/as, englobada en esta opción.

Para el teléfono fijo podemos diferenciar significativamente según el género de la persona (Cuadro 3.26).

CUADRO 3.26
Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia
por teléfono fijo según género

	Varones	Mujeres	Total
Padre	9,6	6,7	8,4
Madre	22,1	29,7	25,3
Hermano	14,5	8,6	12,0
Hermana	6,4	13,0	9,2
Pareja	-	0,2	0,1
Hijos	5,3	6,5	5,8
Hijas	14,2	10,1	12,4
Otros	25,6	22,5	24,3
No contesta	2,2	2,9	2,5
(n)	(718)	(525)	(1243)

CC: 0,17 Nivel de significatividad: 0,00

Desde este punto de vista, las madres siguen apareciendo como la relación predominante pero, y esto es lo destacable, más para las mujeres que para los varones. Los varones, más que las mujeres, se relacionan con el padre (si bien el padre siempre muestra unos menores niveles de relación con independencia del género). Las mismas pautas se verifican para la comunicación entre hermanos/as. Las mujeres se llaman más con sus hermanas y los varones más con sus hermanos.

Puede hablarse, a partir de estos datos de una sociabilidad de género, donde las mujeres van a relacionarse más con las mujeres y los varones más con los varones, buscando compartir y ser comprendidos mejor en sus roles y problemáticas de género.

La excepción se encontraría en los hijos/as, donde esta relación se invierte y existe una ligera mayor relación de los hijos varones con las madres y de las hijas con los padres. No obstante el bajo número en estos casos nos debe hacer prudentes en la significación de estos resultados que apuntaremos más bien como tendencia.

Hay que anotar un aspecto relevante: las diferencias de género en los familiares no convivientes con quien se relaciona el sujeto, son diferencias significativas para la población total o, en todo caso, para los adultos. Para los jóvenes no son diferencias estadísticamente significativas, ni en el uso del teléfono fijo, ni en el móvil ni en el correo electrónico. Los jóvenes, de nuevo, vuelven a presentarse como un bloque sólido donde el género no va a discriminar el contacto familiar.

Si abordamos el análisis de estas mismas relaciones por el teléfono móvil (Cuadro 3.27), la relación con la madre vuelve a ser la mayoritaria (27%), destacando del resto. Tras ella, en el teléfono móvil se evidencia la relación de iguales, en segundo lugar se sitúan las relaciones con las hermanas (22%) y con los hermanos (15%), igualados estos últimos con la relación del padre (15%). El resto de relaciones son minoritarias.

CUADRO 3.27
Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por teléfono móvil según edad

	Jóvenes	Adultos	Total
Padre	16,3	13,1	15,5
Madre	38,8	18,0	27,3
Hermano	8,2	21,3	15,2
Hermana	8,2	32,8	22,2
Pareja	2,0	–	0,9
Hijos	–	4,9	2,3
Otros	22,4	–	9,7
No contesta	4,1	9,8	6,9
(n)	(49)	(61)	(109)

CC: 0,48 Nivel de significatividad: 0,00

La primera división significativa es la referida a la edad. Esta diferenciación nos permite comprender que son los jóvenes quienes fundamentalmente se relacionan

por el móvil con los padres. La diferencia respecto a los adultos no es tanto en referencia al padre sino con la madre (38% frente a 18%). La madre aparece como la gestora de las relaciones familiares y con los jóvenes.

En cuanto a los adultos, son éstos quienes destacan claramente en las llamadas con los hermanos/as. Los adultos tienen una comunicación mucho más frecuente con ellos, algo más en el caso de las hermanas. Estos resultados están asociados con la mayor dedicación a la red familiar de los adultos, con la tendencia a los iguales del móvil y a que, en última instancia, el móvil para los jóvenes está enfocado a la relación con los amigos (no tanto los hermanos).

Para el teléfono móvil es significativo, asimismo, la diferenciación por género (Cuadro 3.28). De los datos se deducen que son las mujeres quienes en mayor medida que los varones generan las relaciones con los padres, siempre existiendo mayor presencia de la madre sobre el padre.

CUADRO 3.28
Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por teléfono móvil según género

	Varones	Mujeres	Total
Padre	13,0	17,9	15,5
Madre	25,9	28,6	27,3
Hermano	24,1	7,1	15,2
Hermana	13,0	30,4	22,2
Pareja	-	1,8	0,9
Hijos	5,6	-	2,3
Otros	7,4	10,7	9,7
No contesta	11,1	3,6	6,9
(n)	(54)	(56)	(109)

CC: 0,35 Nivel de significatividad: 0,02

En las relaciones de los hermanos, el móvil presenta la tendencia que antes habíamos identificado: los varones se comunican más con sus hermanos varones y las mujeres más con las hermanas que con los hermanos, de nuevo las relaciones familiares segmentadas por género.

Debe advertirse que en las relaciones con familiares por teléfono móvil la muestra ha disminuido de forma considerable respecto al fijo, al igual que son menores quienes aparecen en la utilización de correo electrónico con familiares. La advertencia no implica que las diferencias no sean estadísticamente significativas, que lo son, sino que intenta situar en sus justos parámetros las conclusiones que derivamos del nivel de población.

Con este marco de referencia analizamos los resultados presentes en las relaciones con familiares no convivientes por correo electrónico (Cuadro 3.29). En principio, y como ya podemos deducir de todo el análisis anterior, el correo electróni-

co es un medio muy poco utilizado para relacionarse con familiares hecho que, junto al elevado porcentaje de personas que no contesta nos hace especialmente prudentes en éste análisis.

CUADRO 3.29
Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia por correo electrónico según edad

	Jóvenes	Adultos	Total
Padre	4,8	3,7	4,4
Madre	1,9	1,8	1,9
Hermano	18,3	26,4	23,3
Hermana	14,4	23,9	20,1
Pareja	1,0	–	0,5
Hijos	–	1,2	0,8
Hijas	–	6,1	3,6
Otros	40,4	14,1	24,4
No contesta	19,2	22,7	21,1
(n)	(104)	(163)	(268)

CC: 0,32 Nivel de significatividad: 0,00

Los resultados totales de las relaciones con familiares por correo electrónico parecen centrarse en familiares “no tradicionales”, ya que la categoría de otros es la más frecuente. Cuando se concreta, son los hermanos las relaciones preponderantes, algo más los hermanos varones (23%) que las hermanas (20%). Para el resto de familiares el porcentaje de relación es mínimo.

En la división según grupo de edad comprobamos que esta relación mayoritaria con los hermanos/as es cierta para los adultos, superando en valor a cualquier categoría, lo que invierte la tendencia general de ser mayoritario “otros familiares”. Ahora bien, en los jóvenes los hermanos/as tienen una importancia relativa pues el tipo hegemónico de relación es la de otros familiares, que supone un 40% del total. Creemos que en gran medida por la relevancia de las relaciones con primos/as. La diferencia por edad estriba aquí, en la mayor dedicación de los jóvenes a otras relaciones familiares no englobadas en los familiares tipo categorizados.

Por último, las relaciones por correo electrónico difieren según el género de la persona (Cuadro 3.30). Aparece una implicación mayor de las mujeres en las relaciones con los hermanos/as, incluso aunque la relación con hermanos varones sea superior (26%) a las de hermanas (22%), algo que iría en contra de la sociabilidad de género comentada más arriba. Lo que queda claro, en cualquier caso, es que la mujer desarrolla unas mayores relaciones familiares por correo electrónico, no sólo en el caso de los hermanos sino en el de los padres, madres, pareja e hijos varones. Por otra parte, como ocurre en el teléfono fijo, existe un porcentaje significativos de varones –padres- que se comunican con sus hijas, hecho que no ocurre con hijos varones ni en las madres con estas mismas hijas.

CUADRO 3.30
Familiar con quien no convive y se comunica con más frecuencia
por correo electrónico según género

	Varones	Mujeres	Total
Padre	2,7	6,8	4,4
Madre	1,4	2,5	1,9
Hermano	20,9	26,3	23,3
Hermana	17,6	22,9	20,1
Pareja	–	0,8	0,5
Hijos	–	1,7	0,8
Hijas	6,8	–	3,6
Otros	25,0	23,7	24,4
No contesta	25,7	15,3	21,1
(n)	(148)	(118)	(268)

CC: 0,26 Nivel de significatividad: 0,01

Es curioso anotar, con todas las reservas apuntadas, que para el correo electrónico, en lo que registra de relaciones con familiares que no conviven, el padre se impone en todos los casos a la madre. Esta relación está asociada, en parte, a padres separados o divorciados que van a relacionarse con sus hijos/as por el correo electrónico, lo que le permitirá una mayor frecuencia y contacto (al menos virtual) entre ellos²⁶. No olvidemos, de todas formas, que esta idea se basa sobre porcentajes bajos y que, en la diferencia de género, sigue existiendo un amplio porcentaje de personas que se relacionan con “otros familiares” o que “no contestan”.

Como conclusión de las relaciones con familiares con quien no se convive a través de las TIC, se presenta el Gráfico 3.12. En él puede observarse la relevancia de la madre que destaca en las relaciones por fijo y móvil. El fijo es asimismo relevante para las hijas, el hermano varón, la hermana y el padre, o sea, el núcleo más íntimo de la familia, sin olvidar un alto porcentaje, que se situaría en segundo lugar, de otros familiares. Para el móvil las categorías se repiten: madre, hermana, padre y hermano varón, quedándose la categoría “otros” en quinto lugar.

En el correo electrónico las relaciones con los padres y madres son muy inferiores, destacando las generadas con los hermanos y hermanas, así como las registradas con otros familiares con quienes no se convive, las mayoritarias.

Familiares con quien convive

Para las relaciones con familiares, como hemos visto anteriormente, existe una segunda opción que sería la relación por medio de las TIC con familiares con quien

²⁶ Además, debe recordarse la mayor utilización del ordenador por parte de los varones.

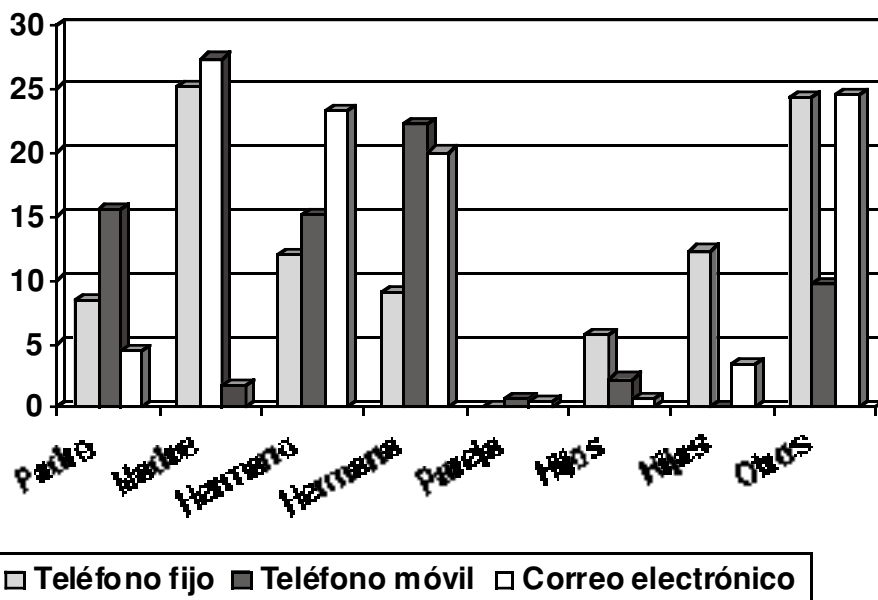


GRÁFICO 3.12

Familiar con quien no convive y se relaciona más a menudo según TIC

conviven. Esta opción es minoritaria y en el teléfono fijo significa el 12%, en el móvil el 35% y únicamente un 5% en el correo electrónico²⁷. Puede deducirse, dentro de los bajos porcentajes, que el móvil es la TIC más empleada cuando el familiar con quien se comunica más a menudo convive con la persona.

Para estos familiares se preguntó quien era la persona en concreto con la que se relacionaba. El Cuadro 3.31 presenta los resultados para el caso del teléfono fijo.

CUADRO 3.31

Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por teléfono fijo según edad

	Jóvenes	Adultos	Total
Padre	22,3	2,5	10,9
Madre	51,1	28,6	38,4
Hermano	8,5	2,5	5,1
Hermana	3,2	-	1,6
Pareja	6,4	27,7	18,4
Hijos	-	31,9	17,8

²⁷ Advertir para este apartado que, en determinados cruces de variables, el número de sujetos disminuye, lo que obliga a adoptar con precaución los resultados obtenidos.

CUADRO 3.31
Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia
por teléfono fijo según edad (Continuación)

	Jóvenes	Adultos	Total
Hijas	–	6,7	3,9
Otros	3,2	–	1,4
No contesta	5,3	–	2,4
(n)	(94)	(119)	(212)

CC: 0,55 Nivel de significatividad: 0,00

En total, en estas relaciones con familiares que conviven, por teléfono fijo vuelve a ser la madre quien capitaliza la mayor frecuencia (38%), destacando de otros familiares. Junto a este dato hay que resaltar la aparición de la pareja como persona con quien se convive y que se sitúa en segundo lugar como destino de las llamadas (18%), seguida de la relación con los hijos varones (17%). Para el resto de opciones los porcentajes son muy bajos, sobresaliendo, relativamente, la relación con el padre (10%).

Este mismo cuadro presenta los resultados de la primera diferenciación significativa que se refiere a la edad: los jóvenes y los adultos. En el caso de los jóvenes, las madres son la referencia mayoritaria con un 51%, pero son seguidas en segundo lugar por los padres (22%) que toman relevancia respecto al total. La pareja disminuye de importancia (pocos jóvenes conviven con ella) y los hijos/as no registran casos (la mayoría de jóvenes no tiene). Por el contrario, para los adultos la relación primordial con un familiar conviviente es con los hijos varones (31%), seguida de la relación con la madre (28%), que en este caso ha sido desbancada del primer puesto, y queda muy cercana a las relaciones con la pareja (27%).

Aportados los datos del teléfono fijo deben remarcarse dos aspectos. Los jóvenes que conviven con sus hermanos/as, en teoría sus más iguales, no son con quienes más se relacionan. Los adultos se relacionan con fijo mayoritariamente con los hijos varones pero mucho menos con sus hijas.

Dentro de la división por edad se ha realizado una subdivisión por género, resultando unas diferencias significativas (Cuadro 3.32). En el grupo de los jóvenes, las mujeres son quienes registran un mayor porcentaje de relaciones con la madre, frente a los jóvenes varones, al igual que son las únicas que tienen a la pareja como destino de sus llamadas por fijo. En los varones jóvenes, la madre sigue siendo la relación más frecuente pero resalta el papel significativo de las relaciones con el padre (30%) que duplica la presente en las jóvenes en general. Igualmente, los varones se relacionan más con el hermano varón (ocho veces más que las mujeres). La mayor relación del joven varón con el padre y el hermano nos conduce de nuevo a pensar en unas relaciones marcadas por la igualdad de género, con la salvedad de que son precisamente estos mismos varones jóvenes quienes más se relacionan con sus hermanas, duplicando el porcentaje de las jóvenes. Estas diferencias son estadísticamente significativas pero cuentan con una muestra reducida, lo que puede influir en este último aspecto.

CUADRO 3.32**Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por teléfono fijo según edad y género**

	Jóvenes		Adultos		Total
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	
Padre	30,2	15,7	-	5,0	10,9
Madre	46,5	54,9	15,5	41,7	38,4
Hermano	16,3	2,0	5,2	-	5,1
Hermana	4,7	2,0	-	-	1,6
Pareja	-	11,8	46,6	8,3	18,4
Hijos	-	-	32,8	31,7	17,8
Hijas	-	-	-	13,3	3,9
Otros	2,3	3,9	-	-	1,4
No contesta	-	9,8	-	-	2,4
(n)	(43)	(51)	(58)	(60)	(212)

Jóvenes: CC: 0,40 Nivel de significatividad: 0,00

Adultos: CC: 0,48 Nivel de significatividad: 0,00

Las referencias para los adultos son más claras. Las mujeres se relacionan más que los varones con la madre (41% frente a 15%), no existe relación con los hermanos/as pero sí una significativa presencia de comunicación con los hijos varones (31%) y con las hijas (13%). Por su parte, los varones adultos no registran ninguna relación con las hijas pero sí con los hermanos varones y, especialmente destacado, mayoritariamente con la pareja (46%). La relación con los hijos varones apenas difiere de la presente en las mujeres adultas (32%).

El móvil es la segunda TIC analizada en las relaciones con el familiar conviviente (Cuadro 3.33).

CUADRO 3.33**Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por teléfono móvil según edad**

	Jóvenes	Adultos	Total
Padre	19,4	10,8	15,0
Madre	38,9	16,2	27,0
Hermano	16,7	-	7,9
Hermana	8,3	-	3,5
Pareja	11,1	73,0	42,9
Otros	-	-	0,5
No contesta	5,6	-	3,2
(n)	(36)	(37)	(74)

CC: 0,55 Nivel de significatividad: 0,00

En los resultados totales queda de manifiesto que la madre (27%) no es la relación mayoritaria sino que es reemplazada por la pareja (42%), y en tercer lugar se situaría el padre (15%). Hay que señalar que las relaciones con los hijos han desaparecido al utilizar el teléfono móvil.

No obstante, la diferenciación por edad de nuevo es significativa y va a arrojar más luz. Efectivamente, a partir de distinguir jóvenes de adultos, descubrimos que, en realidad, la pareja es relevante únicamente en el caso de los adultos, donde representa un 73%, seguida de la madre (16%) y del padre (10%), no existiendo ningún otro tipo de relación por móvil en los adultos (especialmente llamativo respecto a los hijos/as).

En los jóvenes, la madre no ha abandonado su lugar destacado, siendo la relación mayoritaria (38%), seguida de la del padre (19%) y quedando con menor importancia la pareja (11%). Sí adquiere relevancia las relaciones por móvil con los hermanos (16%) y, en menor grado, con las hermanas (8%). Ahora bien, como en el caso del hijo, el móvil por los jóvenes no es utilizado prioritariamente para relacionarse con los hermanos/as sino con los padres.

Las diferencias por género, en las relaciones por teléfono móvil, no presentan diferencias estadísticamente significativas.

Por último, analizamos los datos para la utilización del correo electrónico, si bien es esta la TIC que menor muestra presenta, al ser poco frecuente relacionarse con un familiar con quien se convive por medio de correo (Cuadro 3.34).

CUADRO 3.34
Familiar con quien convive y se comunica con más frecuencia por correo electrónico según edad

	Jóvenes	Adultos	Total
Padre	15,0	-	7,5
Madre	5,0	-	3,8
Hermano	25,0	18,8	19,4
Hermana	15,0	-	8,9
Pareja	-	68,8	29,7
Hijos	-	12,5	6,2
Hijas	5,0	-	3,0
Otros	-	-	0,7
No contesta	35,0	-	20,7
(n)	(20)	(16)	(36)

CC: 0,66 Nivel de significatividad: 0,00

A nivel general, en el correo electrónico la pareja es la relación más frecuente (29%), seguida de los hermanos (19%) y hermanas (8%). En el correo los hermanos sí que tienen una significación que supera a prácticamente todos los familiares, determinado por la utilización potencial de este medio frente al resto. Para las otras categorías los porcentajes son inferiores pero debe subrayarse un dato: los varones son desti-

no prioritario de estas relaciones, asociado a un uso segmentado por género. Así, el hermano supera a la hermana, el padre a la madre (algo realmente único) y los hijos a las hijas. Esta tendencia es cierta por encima de diferenciaciones de género o edad.

Respecto a la edad sí existen diferencias significativas. Los adultos son quienes se relacionan mayoritariamente con la pareja (68%), opción no presente entre los jóvenes, para quienes la relación más usual es con los hermanos varones (25%) junto a la hermana y el padre (ambos con un 15%). En cualquier caso, junto a la disminución de la muestra, existe un porcentaje elevado de jóvenes que no contesta (35%), lo que impide unas conclusiones más firmes.

El uso del correo electrónico para este tipo de relaciones familiares no presenta diferencias significativas en cuanto al género de la persona.

Concluyendo, el Gráfico 3.13 muestra los resultados generales de los familiares con quienes conviven los entrevistados y más se relacionan según tipo de TIC. Se observa la relevancia de la madre, especialmente por el teléfono fijo y algo menos por el móvil; la pareja, sobre todo por medio del móvil; y los hermanos varones al usar el correo electrónico. Entre los menos frecuentes se sitúan la relación con las hijas y las hermanas.

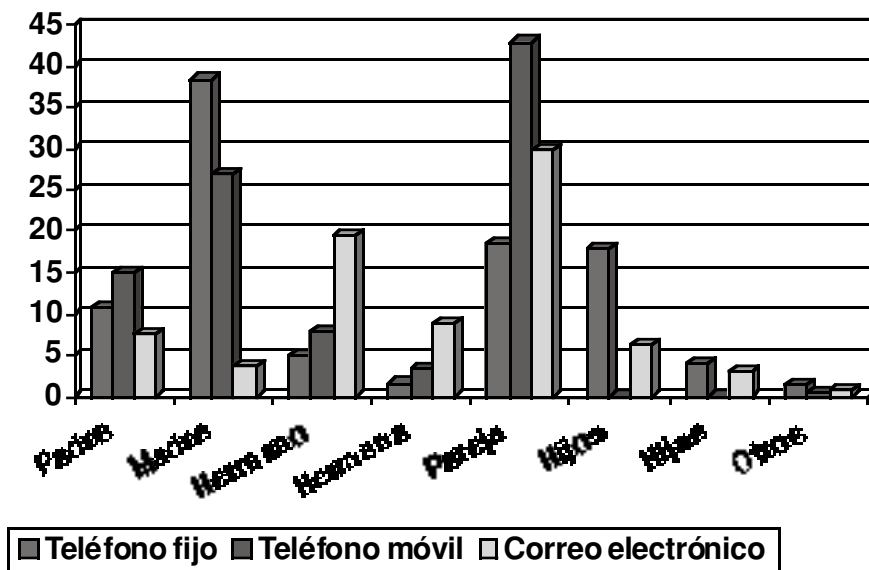


GRÁFICO 3.13
Familiar con quien convive y se comunica más a menudo según TIC

3.4. RESUMEN Y CONCLUSIONES

De la calificación de las relaciones familiares

La calificación de las relaciones con familiares oscila en torno a categorías cerradas que se presentaban. En concreto eran seis: afecto, admiración, respeto, autoridad, control o relación ausente. Con éstas se definían la relación con el padre, la madre, el hijo, la hija y los amigos de confianza.

En primer lugar, se han examinado las calificaciones del padre y de la madre. Para ambos, el concepto más utilizado ha sido el de afecto, si bien con un porcentaje del 55% para el padre y del 65% para la madre. La relación afectiva es más frecuente con la madre, al igual que hacia ella existe una mayor calificación de admiración y respeto. Para el padre, en comparación con la madre, la relación es en mayor medida de autoridad o una relación ausente.

Según los grupos de edad, los jóvenes definen las relaciones con más frecuencia que los adultos como afectivas y marcan una mayor diferencia en favor de la madre. Además, en los jóvenes se invierte la tendencia general y de los adultos, indicando un mayor respeto hacia el padre que hacia la madre. En realidad, en los jóvenes se ha impuesto el respeto sobre la autoridad, concepto que no es propio de ellos sino de los adultos en relación con sus padres. Esto indica un cambio generacional, según el cual las relaciones autoritarias con los padres son propias de las generaciones adultas pero no se encuentran presentes en los jóvenes. En cualquier caso, incluso en los adultos, la calificación de autoridad está restringida a un porcentaje limitado y siempre destacan las relaciones afectivas.

Si diferenciamos por género, varones y mujeres se inclinan por igual afectivamente hacia la madre, que polariza este aspecto en la familia. Las diferencias se centran en las relaciones de admiración, que son más propiamente de las mujeres hacia sus madres, y no tanto de los varones. Sin embargo, los varones respetan más a sus padres, mientras que las mujeres respetan más a sus madres y consideran, con mayor frecuencia, que las relaciones con el padre son autoritarias o ausentes.

La relación con el padre y la madre es afectiva sobre todo en las posiciones ideológicas de centro-derecha y, cuando es ausente aparece relativamente más asociada a entrevistados de extrema izquierda. La relación de admiración hacia el padre y la madre se asocia más a posiciones de centro y el respeto a la extrema derecha, donde supera al afecto.

En función de la clase social, las relaciones hacia los padres y madres son afectivas especialmente en las nuevas clases medias, clases altas o medias-altas, mientras que entre quienes aluden a relaciones de respeto, autoridad o ausentes hay más entrevistados con estatus de obreros no cualificados. La clase de obreros no cualificados destaca sobre todo en la autoridad referida al padre (22%) y el respeto hacia la madre (43%).

Un segundo aspecto en la calificación de las relaciones era el referente a los hijos varones e hijas. En ambos casos se impone con claridad la afectividad, siendo muy minoritaria cualquier otra opción. Los adultos muestran en mayor medida afecto y

admiración hacia las hijas, mientras que hacia los hijos varones es más común la alusión a relaciones de respeto, autoridad o control.

Pero la división por género es más específica. Las mujeres definen las relaciones con sus hijos/as de afecto en mayor medida que los varones. Además, mientras que para los varones el porcentaje de afecto es superior respecto a los hijos varones, en las mujeres es mayor hacia las hijas. Desde esta perspectiva existiría una preferencia afectiva por los hijos del mismo género. Las mujeres hacia los hijos varones registran un porcentaje destacado de relaciones de control, hecho que no existe para las hijas, ni en los varones para los hijos/as. Sí se detecta que las relaciones ausentes son, fundamentalmente, de los varones hacia sus hijas, mientras coinciden varones y mujeres en calificar las relaciones con los hijos varones de respeto con más frecuencia que las relaciones con las hijas.

La ideología indica que hacia los hijos varones las definiciones de afecto son propias de la izquierda, descendiendo hacia la derecha, justo al revés que en el afecto hacia los padres, que era propio de la derecha. Los padres que con más frecuencia califican la relación de afecto son de izquierda pero los hijos con este mismo carácter son de derecha. Por su parte, el respeto es más probable en los sujetos de derecha o extrema derecha y las relaciones de control de las posiciones de centro.

En relación a la hija, existe una preponderancia significativa de la afectividad muy distribuida por todas las categorías ideológicas lo que imposibilita otro tipo relevante de categorías según ideología.

La clase social como variable explicativa de las relaciones con los hijos/as vuelve a mostrar una mayor tendencia a definir las relaciones en términos de afecto en las clases altas y medias, siendo las clases obreras las que más acostumbran a calificarlas como relaciones de autoridad y control. Hay que indicar, que cuando los adultos califican como relaciones ausentes las que mantienen con sus hijas, suele tratarse de entrevistados con estatus socioeconómicos de clases altas o medias-altas.

En tercer y último lugar, se calificaban las relaciones con los amigos de confianza. Para éstos desaparecen por completo las relaciones de autoridad, nadie define así las relaciones con sus amigos. De nuevo la calificación mayoritaria es la de afecto, casi hegemónica, y siguen de lejos las relaciones definidas como de respeto, relaciones ausentes o de admiración.

Si diferenciamos según la edad de la persona, y con independencia del mayoritario afecto, para los jóvenes hasta los 20 años es donde más probabilidad existe de definir la relación como de admiración, al igual las relaciones de control de los amigos sólo son citadas por jóvenes de 15 a 17 años. Para los adultos los porcentajes son superiores en las relaciones de respeto y ausentes, éstas últimas más bien propias de los situados entre 45 y 64 años.

Según el género, los varones califican las relaciones con los amigos como de admiración o respeto con más frecuencia que las mujeres. Las mujeres destacan calificar las relaciones con los amigos como ausentes.

La ideología esta vez no marca diferencias en la afectividad hacia los amigos, que se mantiene relativamente estable en todas las posiciones. Las relaciones de respeto y admiración están más asociadas a posiciones de centro-derecha, y las ausen-

tes están más presentes en el centro-izquierda de la escala política.

En coherencia con análisis previos, las clases altas o medias-altas son quienes más califican las relaciones con los amigos como de afecto y los obreros no cualificados sobresalen en definirlos como ausentes.

Debe finalizarse apuntando la coherencia y solidez de los resultados y tendencias generales de los jóvenes, que no discriminan por las variables utilizadas salvo por, obviamente, la edad. En los demás factores las diferencias se generan al nivel de adultos o población total, no en los jóvenes.

De las relaciones mediadas

Las relaciones mediadas por las TIC son uno de los puntos centrales en la investigación. En primer lugar se quería conocer con qué personas se relacionan los sujetos por medio de las TIC. El análisis concluye que depende de que TIC se utilice. De esta forma, el teléfono fijo se utiliza, sobre todo, para comunicarse con familiares, el teléfono móvil para contactar con el novio/a o amigos íntimos y el correo electrónico para los conocidos en general.

Además, se ha comprobado que los usos que se realizan de las diferentes TIC para las relaciones son muy coherentes y quienes más se comunican con los familiares a través de una TIC igual hace con las restantes y así en todos los casos de las distintas opciones.

Las relaciones son también diferentes según la edad. Los jóvenes, por el teléfono fijo, móvil y correo electrónico siempre se relacionan mayoritariamente con el novio/a o los amigos íntimos, si bien es verdad que, de comunicarse con la familia lo hacen por el teléfono fijo, pero en todas las TIC se impone el contacto con los amigos. En los adultos el teléfono fijo y el móvil son utilizados con más frecuencia para hablar con familiares, y el correo electrónico se emplea para relacionarse con los conocidos en general.

Pero, por encima del medio utilizado, lo evidente es que las relaciones mediadas por las TIC son con personas de la misma edad que el sujeto, en nueve de cada diez casos. Si existe una TIC que abre relativamente la posibilidad de relación con otras edades es el correo electrónico.

El género presenta unos resultados donde destaca el que las mujeres utilizan mayoritariamente el móvil para las relaciones con familiares, tendencia contraria a los varones. En realidad, en el correo se detecta, asimismo, la mayor relación de las mujeres con los familiares. Este hecho es una tendencia específica que se ha comprobado en otras investigaciones internacionales. La división de género y edad indica que esta pauta se mantiene pero sólo para las mujeres adultas.

Considerando la forma de convivencia de la persona, aquellos que conviven sólo con familiares son quienes más se relacionan con familiares. Esto, junto a otros datos, permite concluir que la convivencia con familiares fomenta la relación y comunicación por las TIC dentro del propio entorno familiar. Siendo o no mayoría las relaciones con familiares siempre son más frecuentes al convivir con familiares.

Respecto a TIC concretas y tipo de convivencia. El registro fijo registra un monopolio en cuanto a las relaciones con familiares, con independencia de la forma de convivencia, única TIC donde siempre son mayoritarias las relaciones con familiares. En el teléfono móvil la relación con familiares es mayoritaria cuando se convive solo con no familiares. La relación con los amigos es frecuente, sobre todo si se convive sólo con no familiares, pero se utiliza mayoritariamente para todos por igual si se vive solo/a. Por correo electrónico, las personas que viven solas son quienes se comunican más con los conocidos en general y los amigos se imponen entre quienes viven sólo con no familiares, siendo siempre preponderante en todas las formas de convivencia la comunicación con amigos y conocidos.

Analizando la asociación con la ideología, en el teléfono fijo y el correo electrónico, las relaciones con familiares son más probables en posiciones de derecha, mientras que las relaciones con conocidos en general son más propias de la izquierda. En el teléfono móvil no es posible trazar tendencias en función de la ideología.

De las TIC y relaciones familiares

Por encima del análisis general que se ha planteado de las relaciones mediadas por las TIC, la investigación profundiza específicamente en las relaciones familiares que se gestionan por estos medios.

De entrada, las relaciones más frecuentes en las TIC, dentro de los familiares es con familiares con quienes no se convive, muy por encima de la relación con familiares con quienes se convive. El teléfono fijo es la TIC que mejor se ajusta a esta tendencia general y el correo electrónico es la que menos, pues con este sistema la mayoría de los contactos se establecen con no familiares. Por otra parte, la tendencia a relacionarse con familiares con quienes no se convive es más propia de los adultos, ya que los jóvenes tienen más probabilidad de relación con familiares con quienes se convive o con ningún familiar.

Los familiares con quienes no se convive y se relacionan las personas por teléfono fijo son, principalmente, la madre, las hijas o el hermano varón. Pero, si diferenciamos por género, las mujeres son quienes con más frecuencia hablan por teléfono fijo con la madre y la hermana y, los varones, relativamente más con el padre, el hermano varón y las hijas. En este sentido, aparece una asociación marcada por la igualdad de género, se comunican más los varones con varones y las mujeres con las mujeres; con la principal excepción de la madre, interlocutor mayoritario en todas las relaciones y la comunicación padre-hija.

También cuando se sirven del teléfono móvil, la madre y la hermana son, dentro de los familiares con quienes no se convive, los destinos de llamadas más frecuentes, seguidos del padre y el hermano varón. La diferenciación por edad aclara que para los jóvenes la relación más frecuente es con la madre, seguida de lejos por el padre y los hermanos/as. Entre los adultos, la mayoría se comunican por móvil con la hermana, el hermano, la madre y el padre en orden decreciente.

El análisis del género en el uso del teléfono del móvil revela el predominio de los contactos telefónicos entre personas del mismo género. Las mujeres se relacionan más con la madre y la hermana, frente a los varones que lo hacen más con los hermanos y los hijos.

En el correo electrónico, la relación con los hermanos/as es la predominante, especialmente entre los adultos, y siempre más con el hermano varón que con la hermana. Junto a esta relación hay que destacar la de otros familiares, mucho más presente entre los jóvenes. Según el género, son las mujeres quienes más se relacionan con los familiares por medio del correo electrónico, con todos más que el varón salvo, excepcionalmente, con las hijas, relación sólo presente en los varones y con otros familiares, que lo hacen con más frecuencia los varones que las mujeres.

Como segunda opción, las relaciones por medio de TIC con familiares podían ser con familiares con quienes se convivía, respuesta de menor frecuencia. En el análisis de estos familiares, el uso del teléfono fijo indica que la mayor relación es de nuevo con la madre, seguida de la pareja, los hijos varones y el padre. La madre tiene más presencia todavía entre los jóvenes, al igual que el padre y los hermanos/as. En los adultos, se registra una relevancia mayor de las relaciones con la pareja y con los hijos varones.

Dentro de las interlocuciones por el teléfono fijo, y en relación con el género, aparece una tendencia a que las mujeres hablen más con las madres, estando los varones más presentes en el resto de categorías.

Para el caso del teléfono móvil, en las interacciones con familiares con quienes se convive, la pareja se impone con fuerza, especialmente en los adultos. Para los jóvenes aún conserva la primacía la madre, junto al padre o el hermano varón. Las diferencias de género en esta cuestión no son significativas.

Hay que mencionar que el teléfono móvil no es utilizado por ningún adulto para hablar con sus hijos/as convivientes. Además, entre los jóvenes queda claro que el móvil no se utiliza para relacionarse con los hermanos sino con los padres fundamentalmente.

Con respecto al correo electrónico, la relación más frecuente se mantiene con la pareja, en los adultos, y con el hermano varón, más en los jóvenes. En los jóvenes tienen también relevancia las hermanas y el padre (de los pocos casos donde esta comunicación supera –triplica– la de la madre). En cualquier caso, en los jóvenes el hermano varón es el destino favorito de los correos electrónicos.

En definitiva, unas relaciones familiares muy cercanas al núcleo central de la familia, donde las TIC potencian y amplifican el carácter propio de las relaciones.

4. NECESIDADES Y USOS DE LAS TIC POR PARTE DE JÓVENES Y ADULTOS URBANOS

En este capítulo se abordan las necesidades que siente por las TIC los jóvenes, comparativamente con los adultos, así como el conocimiento y la utilización de las mismas.

Dentro de la utilización, tiene especial relevancia los fines que los usuarios establecen para el uso de estas tecnologías.

Dado que una de las características más presuntamente importantes de la sociedad de la información, se analiza con cierto detalle el sentimiento global o local de los actores sociales encuestados, y el uso global o local que hacen de la comunicación interpersonal mediada por la tecnología.

Por Francisco Bernete

4.0. INTRODUCCIÓN

La Sociología de la Comunicación tiene uno de sus campos más fecundos de investigación en el estudio de los usos, a la vez comunicativos y sociales, que los individuos y los colectivos (grandes o pequeños, formales o informales) hacen principalmente de los llamados “medios de comunicación” o de sus contenidos.

El objetivo de la mayor parte de los ensayos y de las investigaciones ha sido normalmente descubrir los efectos que los Medios de Comunicación de Masas (Medios de Comunicación de Masas) producen sobre los sujetos sociales; en ocasiones, distinguiendo (y en ocasiones sin distinguir) entre los efectos que debían de atribuirse al propio dispositivo tecnológico (preferentemente, la televisión) y aquellos otros de los que debía de responsabilizarse a los productores y programadores de los medios, en tanto que actúan como mediadores de nuestro conocimiento, al seleccionar la forma y el fondo de los contenidos informativos que emiten.

Ahora bien, si del lado de la producción, existen modos de usar los medios, que cabe relacionar con los objetivos de los mediadores, también del lado del consumo existen distintas maneras y posibilidades de manejar esos mismos instrumentos y servicios en la persecución de determinados fines (lúdicos, productivos, cognitivos, etc.). Por lo que no sólo es interesante saber qué hacen los medios con la gente, sino también conocer qué hace la gente con los medios.

Cuando emergen tecnologías que permiten más interacción y movilidad que los tradicionales Medios de Comunicación de Masas, es más pertinente que nunca ampliar el conocimiento sociológico acerca de los usos, los fines de tales usos, y, en general, el lugar que ocupan en la vida de los miembros de una sociedad.

Para avanzar en ese conocimiento, la Sociología de la Comunicación que ha de desarrollarse tendrá que abordar preguntas como las que se plantean en esta investigación. Por ejemplo, las siguientes:

- ¿De qué manera se toman las decisiones a propósito de las TIC en el seno de la familia (compras, controles, etc.) y con qué consecuencias (cuestiones tratadas en el capítulo anterior).
- Si se diferencian los jóvenes de los mayores, y los varones de las mujeres, en relación a sus respectivas utilizaciones (y finalidades de uso) del equipamiento disponible.
- Si los diferentes consumos de productos y servicios que llegan al hogar por vía de las TIC se corresponden con diferentes condiciones de vida.
- Si el uso de las TIC conduce a dedicar más o menos tiempo al cultivo de las relaciones familiares.
- Si aumentan o disminuyen los contactos, la cohesión familiar, etc. Como consecuencia del uso de las TIC.

El repertorio de preguntas puede seguir ampliándose. Lo importante es comprender que si la investigación sociológica va dando respuesta a cuestiones como las indicadas, habrá más posibilidades de inferir qué papel están desempeñando las TIC en la vida de los sujetos, las instituciones y las formaciones sociales. Ese objetivo general puede emprenderse comenzando por conocer de qué modo se usan las TIC. Más concretamente, en esta investigación, interesa aproximarse al conocimiento de los usos de las TIC con la premisa genérica de que algunas de las maneras de utilizarlas podrían repercutir (favorable o desfavorablemente) sobre las relaciones familiares.

Las “tecnologías para la información y la comunicación” tienen utilidades diversas: desde acceder a informaciones de acontecimientos reales, de lo que hay o sucede en el mundo, para cuya comprensión se requiere un esfuerzo (como ocurre con los contenidos de la enseñanza reglada), hasta participar en comunicaciones donde los actores intercambian información sobre su vida cotidiana, en muchas ocasiones sólo por sentirse en contacto, pasando por disfrutar de productos comunicativos que proporcionan diversión y entretenimiento sin esfuerzo alguno (como ocurre con los programas de mayor audiencia en la televisión generalista). Según el uso y consumo que se haga

de la tecnología (y según los contenidos a los que se accede), las relaciones familiares podrían verse afectadas de distinta manera.

A lo largo de este capítulo se contraponen las tecnologías de aparición y desarrollo más reciente con aquellas otras que, por haberlas incorporado antes a nuestra vida, nos resultan más “familiares”. Con esa contraposición, se pretende mostrar de qué manera los “nuevos” instrumentos técnicos van abriéndose paso no sólo allí donde no había otros, sino también en los lugares (públicos y privados, de trabajo y de ocio, de producción y de consumo) donde ya estaban instalados otros aparatos que cumplían, al menos, una parte de las funciones que cumplen los nuevos; que han generado hábitos y necesidades; y que no será fácil desplazar, salvo que en los “nuevos” se encuentren algún día todas las ventajas y ninguno de los inconvenientes de la radio, la televisión o el teléfono fijo.

Si tuviéramos que señalar un instrumento comunicativo al cual se le reconociera hasta ahora un carácter familiar, señalaríamos, sin duda, el televisor. Al menos, ese televisor que “tradicionalmente” ha sido instalado en el espacio físico donde se reúne la familia y cuya recepción implica cierta inmovilidad en torno al mismo.

Las nuevas TIC tienen rasgos comunes con la TV, pero también rasgos distintivos: entre otros, la movilidad que permiten y, con ello, la posibilidad de usarlas desde fuera de la casa o del centro de trabajo. Esa ruptura de la limitación espacial asociada al instrumento era disfrutada hace tiempo por los oyentes de los radio-transistores. Pero ahora, no sólo pueden oírse señales de radio, sino que pueden captarse expresiones escritas, sonoras, icónicas fijas y en movimiento; y, sobre todo, lo que es más indicativo del salto experimentado: pueden emitirse desde muchísimos más lugares y por parte de cualquiera que disponga de los útiles necesarios (hardware y software).

En el contexto de interactividad y receptividad muy ampliada que acaba de mencionarse, es posible observar un cierto revival de la familia nuclear y la familia extendida.

Algunas de las TIC de difusión más contemporánea, como el teléfono móvil o Internet, se están utilizando para reforzar los lazos afectivos por el envío de cartas, fotos, chistes, videos domésticos, etc. De este modo, se mantiene un hilo comunicativo con los miembros de la familia, y con los amigos, independientemente del lugar físico donde se encuentre cada uno, gracias a la telefonía móvil y los ordenadores portátiles. Las familias y los grupos de amigos son tan móviles -y no por ello más frágiles- como los instrumentos comunicativos que lleven consigo sus miembros. Aunque es posible que el uso y la disponibilidad de la tecnología incremente la necesidad subjetiva de estar conectado y de asegurar el carácter estable de la estructura grupal.

Otras posibles vías de afectación de las TIC sobre las relaciones familiares tienen que ver con el tiempo que cada miembro de la familia dedica al manejo de estas tecnologías, con lo que ello supone de opción frente a otras alternativas.

Las TIC consumen tiempo

La utilización de lo que venimos llamando TIC requiere que los actores sociales dediquen una parte de su tiempo, primero, al aprendizaje de su manejo y, después, al uso cotidiano, que, en muchos casos, se hace con fines de ocio. Esta práctica implica, necesariamente, o bien una ampliación del tiempo de ocio, con la consiguiente disminución del tiempo dedicado al trabajo, al estudio o a la interacción familiar (como sucede, p.e., en los casos de adicción a Internet); o bien una reestructuración de las actividades que se desarrollaban habitualmente en el llamado “tiempo libre”. P. e., sustituyendo tradicionales juegos de mesa por juegos de ordenador, o salidas al cine, el teatro o los conciertos musicales, por el acceso a productos similares o sucedáneos, mediante el equipamiento doméstico.

De hecho, los grupos de discusión realizados con adultos pusieron de manifiesto la existencia de quejas por parte de las mujeres casadas respecto al tiempo que sus maridos pasan con los instrumentos tecnológicos (televisor y ordenador, entre otros).

Las TIC ahorran tiempo e incomodidades

Podría llegar a medirse el tiempo que se ahorran aquellos usuarios que saben utilizarlas para las gestiones administrativas, comerciales y, en general, para toda clase de actividades laborales, si con ello se evitan largos desplazamientos.

La posibilidad de trabajar desde casa o desde un lugar próximo implica, por otra parte, la apertura de nuevas perspectivas laborales y, por ende, sociales, para aquellas personas que, por algún motivo, no podrían desplazarse o estar fuera de su domicilio durante toda una jornada. P.e., los discapacitados físicos con graves dificultades para la movilidad o quienes cuidan a niños, ancianos o enfermos.

Todos los usos que -como las compras desde casa- permiten hipotéticamente una mayor comodidad para los sujetos podrían suponer directa o indirectamente un beneficio para el conjunto de la familia; o, al menos, para alguno de sus miembros, en tanto que le permite sacar partido a su tiempo. Así fue expresado en los grupos de adultos:

—“Para nosotras también es muy cómodo en un momento dado. Y es muy difícil medirlo. A veces estás recogiendo la casa y te resulta muy cómodo si se aburre...”

—Les pones un vídeo

—O si estás tomando una copa con los amigos al niño que molesta le das la Game boy “

(G. D. Adultos Madrid)

En las páginas que siguen se analiza, desde el punto de vista sociológico, una gama de usos y fines de las TIC, haciendo hincapié en las diferencias que se observan entre las distintas categorías de edad, género, nivel de estudio y clase social. Observaciones que serán retomadas en el epígrafe de resumen y conclusiones.

4.1. LA NECESIDAD DE LAS TECNOLOGÍAS INFORMACIONALES Y COMUNICATIVAS

Por Francisco Bernete

El objeto de este epígrafe es presentar las estimaciones que hacen los sujetos entrevistados acerca del grado en que necesitan determinados instrumentos que sirven para comunicarse o para obtener información y determinados servicios utilizables por quienes disponen de Internet (correo electrónico, navegación por las web y chat).

La necesidad de los instrumentos de comunicación

Se ha pedido a los entrevistados una valoración muy general de su “necesidad” de cuatro instrumentos diferentes: el teléfono fijo, el teléfono móvil, el televisor y el ordenador personal.

Separando la proporción de encuestados que consideran cada uno de estos aparatos “muy” o “bastante” necesario, de quienes lo consideran “poco” o “nada” necesario, se obtienen los resultados siguientes:

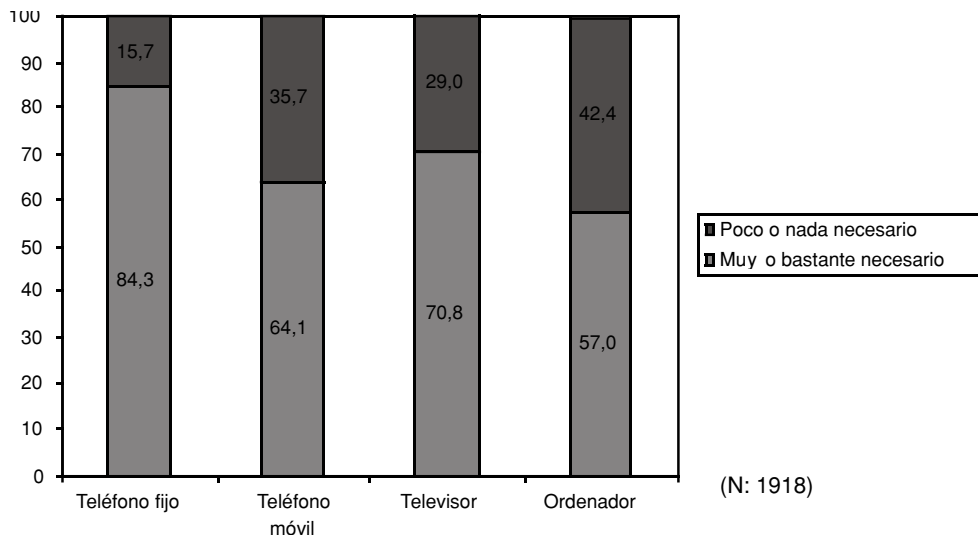


GRÁFICO 4.1
Necesidad de cada instrumento de comunicación

Estos datos indican que todavía los instrumentos que aparecieron antes, como el teléfono fijo o el televisor son considerados “muy” o “bastante” necesarios en mayor proporción que los nuevos, por el universo de nuestra encuesta (población joven y adulta que viven en las ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de

provincia), donde está más extendido el uso de las tecnologías informacionales y comunicativas. Es de suponer que la proporción de quienes reclaman como “muy” o “bastante” necesarios el teléfono fijo y el televisor fuera mayor aún si hubiésemos pedido su opinión a quienes viven en pueblos con menos de 50.000 habitantes y a quienes o bien no han cumplido los 15 años, o bien pasan de 64.

No obstante, si se piensa en el breve tiempo transcurrido desde la comercialización de las nuevas TIC, se convendrá en que su implantación ha sido rápida; y el hecho de que ya resulten necesarias para la mayor parte de la población habrá de interpretarse como un cambio social de primera magnitud.

Ahora bien, esa implantación veloz no ha llevado consigo un desbancamiento de las TIC previamente existentes, ni en su uso, ni en su valoración como algo necesario. Por ahora, sabemos que se está produciendo la coexistencia de los “viejos” y los “nuevos” instrumentos técnicos. Lo cual no significa que se produzca de igual manera en todos los hogares, ni en todos los sectores de la población. En los epígrafes que siguen, trataremos de identificar, entre qué colectivos cabe esperar que se encuentren, con mayor probabilidad, quienes consideran “muy”, “bastante”, “poco” o “nada” necesario cada uno de los instrumentos.

El Barómetro de septiembre de 2001 (CIS 2429) indagaba en la misma cuestión a una muestra representativa de toda la población española. Con los datos de ese barómetro y los de la encuesta aplicada a los jóvenes y adultos urbanos, podemos establecer las siguientes comparaciones:

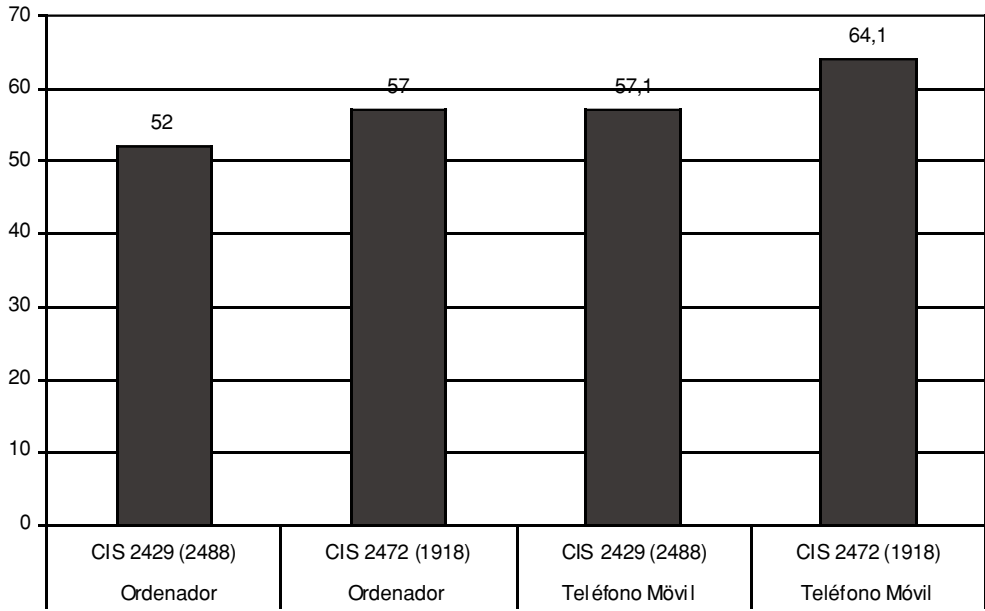
El gráfico 4.2 muestra que, entre la población joven y adulta que vive en las ciudades medias y grandes, o capitales de provincia, son relativamente más numerosos quienes creen “muy” o “bastante” necesario tanto el ordenador como el teléfono móvil, pero la diferencia no es demasiado grande. Es posible que la llamada “brecha digital” no venga marcada necesariamente por el tamaño del hábitat.

La necesidad del teléfono móvil para los jóvenes y el fijo para los mayores

Como se ha visto en el gráfico 4.1, de los cuatro instrumentos acerca de los cuales se ha pedido a los encuestados que indiquen su grado de necesidad, el teléfono fijo es el que más ciudadanos consideran necesario para ellos: un 84% ha manifestado que lo necesita mucho o bastante.

Una apreciación tan extendida dificulta el intento de señalar la existencia de variables sociodemográficas con las que la necesidad del teléfono fijo mantiene alguna asociación. Sin embargo, en este caso, los datos de la encuesta CIS 2472 permiten observar que las proporciones de quienes lo sienten “muy” o “bastante” necesario son superiores en los colectivos cuyo nivel de estudios es de Educación Primaria y en los grupos de más edad (45 - 64 años, especialmente mujeres).

Correlativamente, sólo un 15% lo concibe como aparato “poco” o “nada” necesario, pero este porcentaje se eleva en el caso de quienes tienen estudios superiores y en los sectores juveniles de la población.



Base para CIS 2429: población de 18 y más años

Base para CIS 2472: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.2 Necesidad del ordenador y el teléfono móvil para la población española

Estos datos, y su comparación con los relativos a la necesidad del teléfono móvil, permiten captar con alguna precisión el cambio sociocomunicativo que se ha producido hasta ahora y cuya evolución podrá analizarse con futuras investigaciones sociales. Por el momento, ese cambio ya puede sintetizarse de la siguiente manera:

Hay más jóvenes que mayores para los cuales es necesario el teléfono móvil, y más mayores que jóvenes para los cuales es necesario el teléfono fijo.

En efecto, entre quienes consideran el teléfono móvil muy o bastante necesario destacan los jóvenes, quienes cuentan con estudios universitarios o de Formación Profesional y quienes tienen un estatus socioeconómico alto o medio. Del lado de quienes estiman el móvil poco o nada necesario, destacan los mayores de 45 años, los ciudadanos sin estudios y aquellos que tienen un estatus socioeconómico de obreros no cualificados.

Los cuadros 4.1 y 4.2 permiten ver los rasgos que identifican a quienes tienen más y menos necesidad de uno y otro tipo de teléfono.

Si bien podemos encontrar usuarios del móvil en todos los estratos de población, la clasificación de los ciudadanos por su condición socioeconómica (utilizada por el

Instituto Nacional de Estadística) refleja que, además de los estudiantes, se han acostumbrado a llevarlo con ellos los empresarios y el personal cualificado de las organizaciones, es decir, quienes lo utilizan en su trabajo.

CUADRO 4.1

Rasgos que distinguen a quienes consideran el teléfono fijo muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario

	Muy o bastante necesario	Poco o nada necesario
EDAD	45 - 64 años	18 - 20 años
GÉNERO Y EDAD, COMBINADOS	Mujeres de 45 - 64 años	Varones de 18-29 años
NIVEL DE ESTUDIOS	Educación primaria	Estudios superiores

CUADRO 4.2

Rasgos que distinguen a quienes consideran el teléfono móvil muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario

	Muy o bastante necesario	Poco o nada necesario
EDAD	15 - 29 años	45 - 64 años
GÉNERO Y EDAD, COMBINADOS	Varones de 18 - 29 años Mujeres de 15 - 44 años	Varones de 45 - 64 años Mujeres de 45 - 64 años
ESTADO CIVIL	Solteros	Separados, divorciados, viudos
NIVEL DE ESTUDIOS	Formación profesional Estudios medios universitarios Estudios superiores	Sin estudios
CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA (del INE) + inactivos	Directores y profesionales Cuadros medios Pequeños empresarios Estudiantes	Jubilados y pensionistas
ESTATUS SOCIOECONÓMICO	Clase alta / media alta Viejas clases medias Nuevas clases medias	Obreros no cualificados
RELACIONES CON SU PADRE	De afecto	De admiración, respeto, autoridad, control o relación ausente
RELACIONES CON SU MADRE	De afecto	De admiración, respeto

Entre tanto, el teléfono fijo ya no es un elemento que se instala en la vivienda cuando puede afrontarse ese gasto, como era en otros tiempos. Ahora se coloca y se integra en la casa desde que se habita con perspectiva de permanencia. Cuando no

existe ese horizonte de residencia permanente, o no se espera mantener mucho contacto telefónico con interlocutores que disponen de teléfono fijo, entonces un móvil puede ser suficiente, más económico y más disponible en todo momento. De esta manera puede entenderse que la proporción más alta de quienes consideran el móvil muy o bastante necesario se obtenga en el colectivo de quienes viven sólo con otras personas que no son familiares (p. e. estudiantes o trabajadores inmigrantes que comparten vivienda temporalmente).

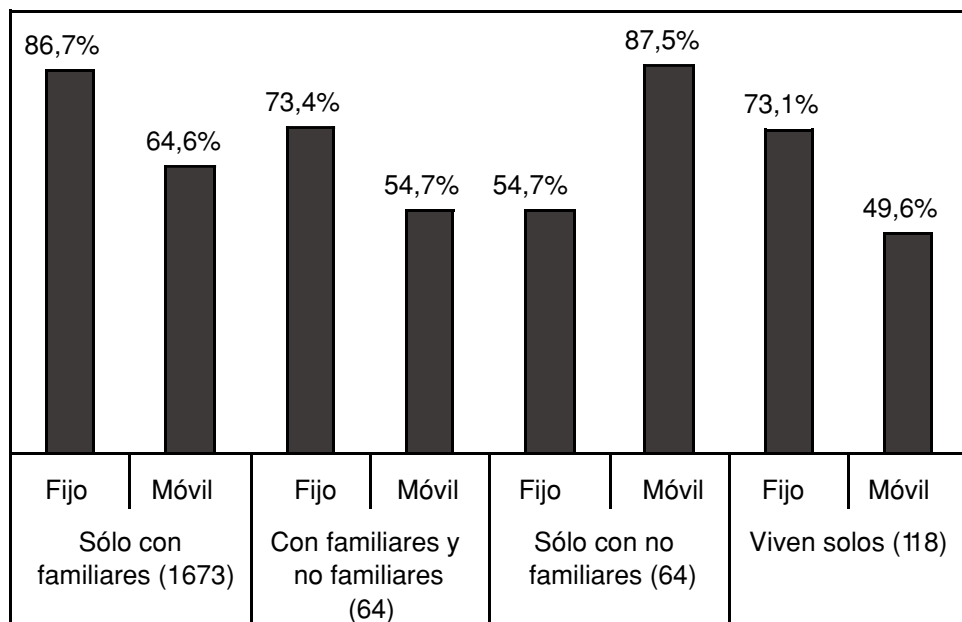


GRÁFICO 4.3
Quienes necesitan “mucho” o “bastante” cada tipo de teléfono, según con quienes viven

Por último, dependiendo de con quién hablan más a menudo por teléfono fijo, se ha comprobado que, precisamente en el conjunto de quienes tienen por interlocutor más habitual a sus novios/as o amigos íntimos, es donde aparece la proporción más alta de entrevistados que consideran el móvil muy necesario. Lo cual significa que, muy probablemente, utilizan ambos aparatos para hablar con la misma persona, si bien puede tratarse de situaciones diferentes (en casa, en la calle, con testigos, en solitario, etc.) e, incluso, que se elija algunas veces la opción más económica. En todo caso, es un indicador más de la naturalidad con la que un nuevo instrumento comunicativo ha sido incorporado por los jóvenes, sin renunciar a otro previamente existente.

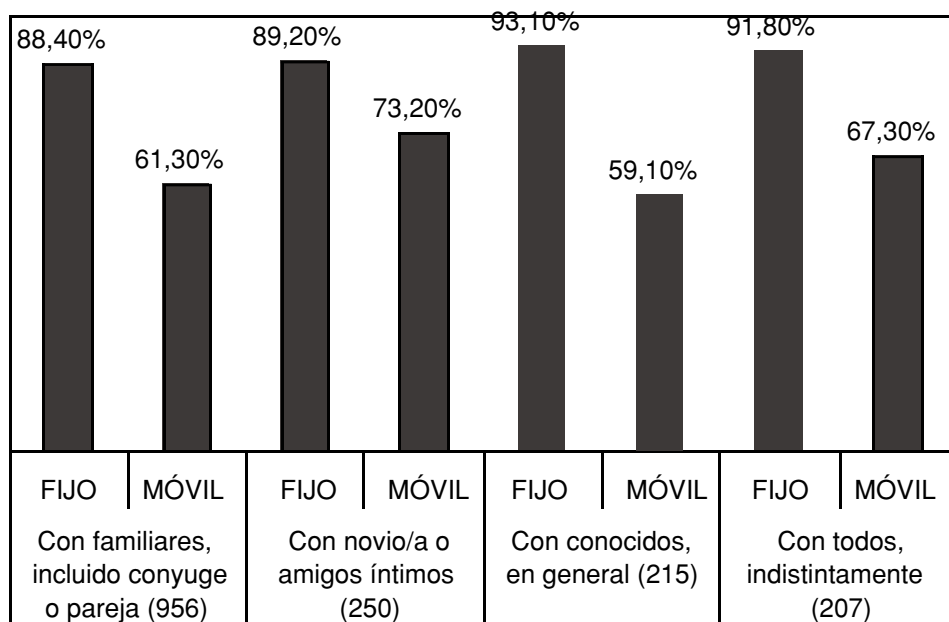


GRÁFICO 4.4

Quienes necesitan “mucho” o “bastante” cada tipo de teléfono, según con quienes hablan más a menudo por teléfono fijo

La necesidad del ordenador para los jóvenes y el televisor para los mayores

El televisor es el segundo de los instrumentos comunicativos que más entrevistados consideran necesarios. Pero, frente a los receptores de televisión, se han ido introduciendo en las viviendas, tras hacerlo en las empresas, otras máquinas que empezaron siendo sólo computadoras y que cada vez hacen más cosas.

Las pantallas del televisor y el ordenador son, en cierto modo, competidoras en la atracción de los habitantes del hogar. Ambos ocupan espacio y tiempo; a través de ellos, se generan necesidades, gratificaciones, angustias, adicciones, tranquilidad, entretenimiento, sensación de estar al tanto de lo que hay y sucede en el entorno.

Ambos instrumentos son ya familiares para la gente, en general, usados por muchos y altamente necesarios o imprescindibles para determinados sectores de la población española.

La necesidad del televisor, como decimos, está más extendida que la del ordenador, del mismo modo que la del teléfono fijo está más extendida que la del teléfono móvil. Pero en éste, como en otros fenómenos sociales, por naturaleza cambiantes, hay que matizar enseguida que así es por ahora. Existen razones para pensar que no ocurrirá de este modo por mucho tiempo:

a) en primer lugar, razones técnicas: se avanza en la convergencia de la informática y el dispositivo audiovisual, a la vez que en la convergencia entre teléfono fijo y mó-

vil y, finalmente, entre teléfonos y ordenadores, cada vez más portátiles y cada vez más receptores (y emisores) de productos audiovisuales, por no alargar aquí la lista de funciones que se prevén.

b) en segundo lugar –y ello es lo que interesa desde el punto de vista sociológico– porque el cambio lo anuncia, principalmente, la condición de jóvenes y preparados académica y profesionalmente de quienes están apartándose más del televisor y acercándose más al ordenador. Son ilustrativos, al respecto, los cuadros 4.3 y 4.4, donde se reflejan los perfiles de quienes sienten mucha, bastante, poca o ninguna necesidad de cada instrumento.

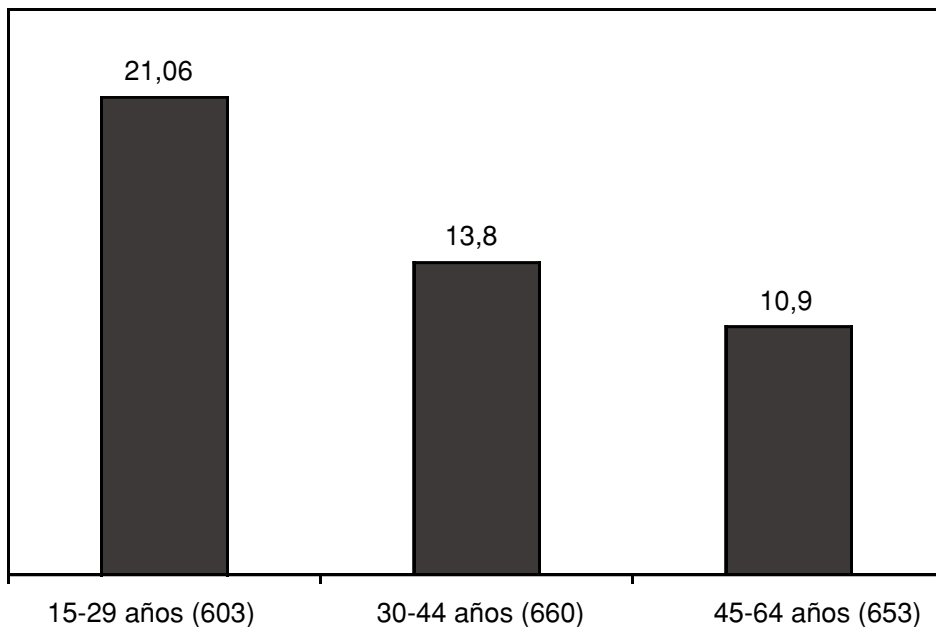


GRÁFICO 4.5
Quienes consideran “muy necesario” el ordenador, según la edad

El televisor es necesitado (mucho o bastante) por el 70,8% de la población consultada, sin diferencia significativa entre varones y mujeres; y –como sucede respecto al teléfono fijo– se encuentran más personas que lo consideran necesario entre quienes viven con familiares y quienes viven solos. Mientras tanto, el ordenador es necesitado (mucho o bastante) por el 57% (más varones que mujeres, entre ellos); y –como sucede respecto al teléfono móvil– se hallan más ciudadanos que lo tienen por necesario en el colectivo de quienes viven solo con no familiares (jóvenes o adultos jóvenes apartados de sus familias, en muchos casos, por razones de estudio o trabajo).

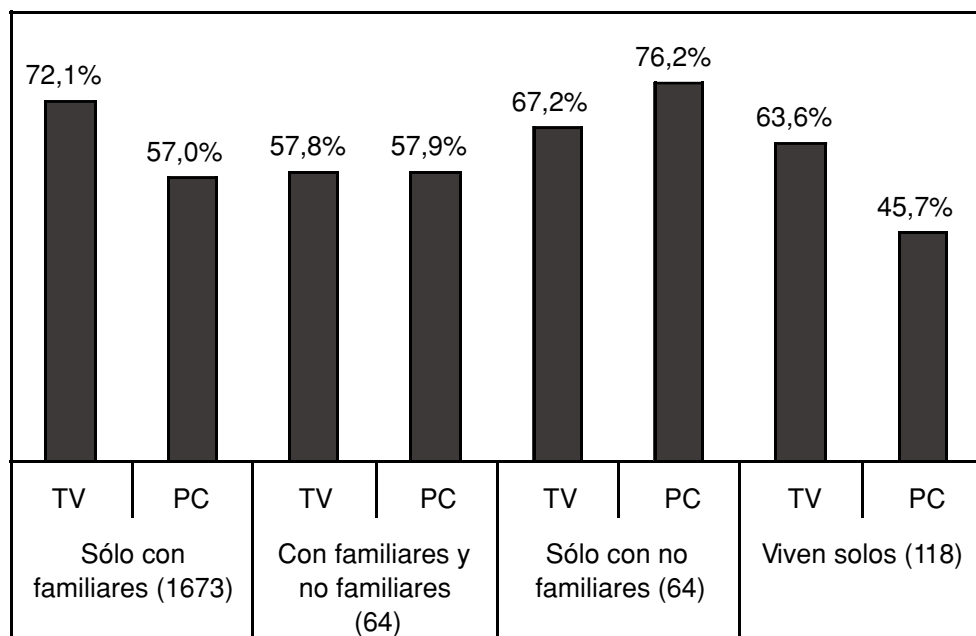


GRÁFICO 4.6
Quienes necesitan “mucho” o “bastante” el televisor y el ordenador, según con quienes viven

CUADRO 4.3
Rasgos que distinguen a quienes consideran el televisor muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario

Conjunto de población (n: 1916)	Muy o bastante necesario 70,8%	Poco o nada necesario 29,0%
GÉNERO Y EDAD COMBINADOS	Varones 45-64 años	Varones 25-29 años Mujeres 25-29 años
NIVEL DE ESTUDIOS	Sin estudios Educación primaria	Estudios medios universitarios
CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA (del INE) + inactivos	Jubilados y pensionistas Obreros cualificados Sus labores	Técnicos y cuadros medios Empleados de oficinas y servicios Pequeños empresarios
ESTATUS SOCIOECONÓMICO	Obreros no cualificados Obreros cualificados	Clase alta / media alta
ESPACIO GEOGRÁFICO CON EL QUE SE SIENTEN MÁS IDENTIFICADOS	Comunidad Autónoma	Ninguno Todos El mundo

CUADRO 4.4
Rasgos que distinguen a quienes consideran el ordenador muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario

Conjunto de población (n: 1919)	Muy o bastante necesario 57,0%	Poco o nada necesario 42,3%
GÉNERO	Varones	Mujeres
EDAD	15-24 años	45-64 años
GÉNERO Y EDAD COMBINADOS	Varones 15-24 años Varones 30-44 años Mujeres 15-29 años	Mujeres 45-64 años
ESTADO CIVIL		Separados, divorciados, viudos
NIVEL DE ESTUDIOS	Estudios medios universitarios Estudios superiores Formación Profesional	Sin estudios
CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA (del INE) + inactivos	Técnicos y cuadros medios Estudiantes Directores y profesionales Pequeños empresarios	Jubilados y pensionistas Obreros no cualificados Sus labores
ESTATUS SOCIO ECONÓMICO	Clase alta / media alta	Obreros no cualificados Viejas clases medias
ESPACIO GEOGRÁFICO CON EL QUE SE SIENTEN MÁS IDENTIFICADOS	Unión Europea El mundo Todos	Provincia Ciudad

El gráfico 4.7 ilustra de qué modo corren suertes paralelas, desde el punto de vista de quiénes son los ciudadanos que sienten más su necesidad:

- Por un lado, el televisor y el teléfono fijo.
- Por otro lado, el ordenador y el teléfono móvil.

Más adelante, veremos que los perfiles de quienes los han considerado muy o bastante necesarios se corresponden con los perfiles de quienes son, efectivamente, sus usuarios y que la actual generación de jóvenes está habituada a la actual generación de tecnologías informacionales y comunicativas.

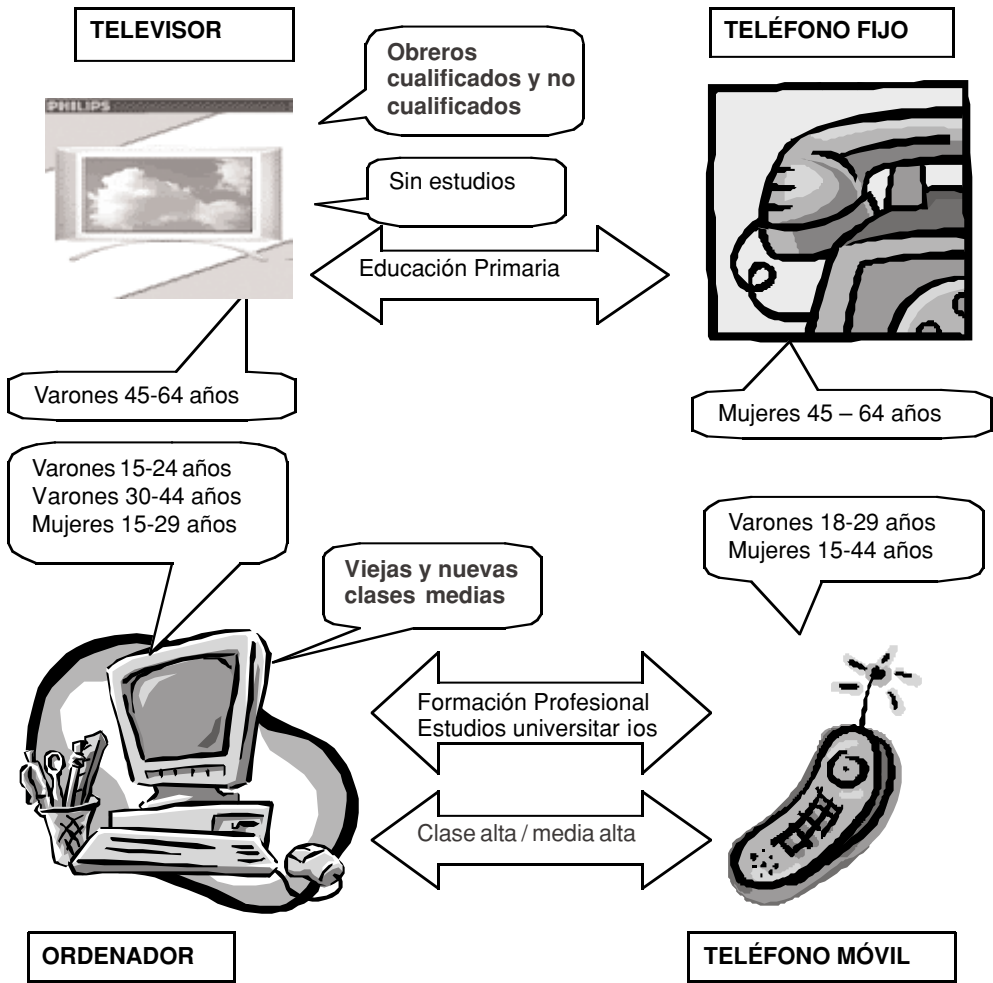
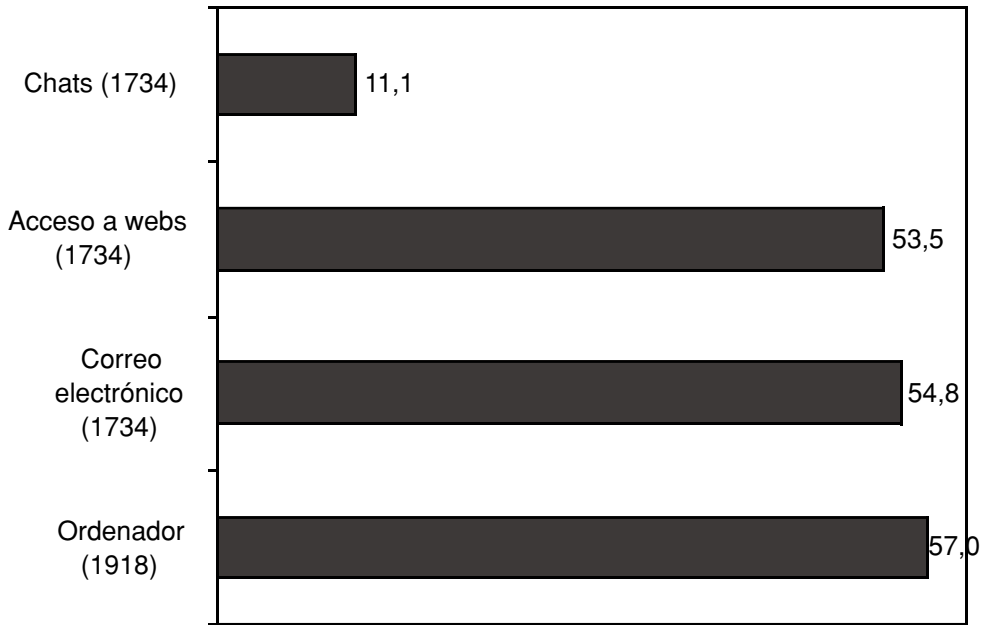


GRÁFICO 4.7

Para quién es “muy” o “bastante” necesario cada uno de los cuatro instrumentos de comunicación

La necesidad de los servicios de Internet

En el epígrafe anterior ha quedado indicado que para el 57% de los encuestados el ordenador resulta “muy” o “bastante” necesario. Pues bien, tomando como base el subconjunto de quienes saben lo que es Internet (90,4%), obtenemos las valoraciones de la necesidad de los principales servicios que presta Internet, que se reflejan en el gráfico 4.8. De este modo, es posible observar que los porcentajes de quienes estiman el correo electrónico y el acceso a páginas web como “muy o bastante” necesarios se acercan mucho al porcentaje de quienes califican con los mismos términos su aprecio por el ordenador.



Base para la pregunta relativa a la necesidad de los chats, el acceso a páginas web y el correo electrónico: quienes saben lo que es Internet.

Base para la pregunta relativa a la necesidad del ordenador: el conjunto de la muestra.

GRÁFICO 4.8
Conocedores de internet que consideran “muy” o “bastante” necesario cada servicio

De hecho, existe una alta correlación entre quienes creen necesario el ordenador y quienes creen necesarios los servicios más usados de Internet: el correo electrónico y el acceso a los sitios web. Los cuadros 4.5 y 4.6 muestran los porcentajes más altos en la diagonal formada por las celdas donde se cruzan los mismos valores de la escala “mucho”, “bastante”, “poco” y “nada”.

Junto a esa vinculación entre *necesidad del ordenador* y *necesidad de los servicios de Internet* (e-mail y web), se da también la de esta última variable con la *necesidad del teléfono móvil*: entre quienes consideran el móvil muy necesario, hay un porcentaje de personas superior a la media del conjunto, para las cuales son muy necesarios tanto el correo electrónico como la posibilidad de acceder a las páginas web.

La necesidad de ambos servicios (e-mail y web) es sentida por colectivos muy semejantes en su dimensión y en sus rasgos sociodemográficos: responden a un perfil de solteros (sin diferencias entre géneros), con estatus de clase alta o media y con estudios universitarios. Tan solo se distinguen en que los más jóvenes (15 a 17 años) forman parte de quienes consideran “muy” o “bastante” necesario el acceso a las páginas web, mientras que, en el caso del correo electrónico,

ese grado de necesidad se manifiesta a partir de los 18 años, por las mujeres, y de los 21, por los varones.

El gráfico 4.9 permite ver el incremento (hasta los 24 años, aproximadamente) del número relativo de personas que manifestaron su necesidad por cada uno de estos dos servicios y las menores proporciones de adultos que calificaron su necesidad con las mismas expresiones (“mucho” o “bastante”).

CUADRO 4.5
Relación entre la necesidad estimada del correo electrónico y la necesidad del ordenador

	PC muy necesario	PC bastante necesario	PC poco necesario	PC nada necesario	N. S.	N. C.	TOTAL
E-mail muy necesario	40,4	11,5	3,6	4,8	-	-	13,5
E-mail bastante necesario	35,1	54,1	34,5	20,4	-	-	41,3
E-mail poco necesario	14,0	18,8	28,5	13,6	20,0	-	19,3
E-mail nada necesario	9,8	13,3	26,7	50,4	80,0	-	21,2
N.S.	,4	1,4	5,2	8,4	-	-	3,1
N.C.	,4	1,0	1,6	2,4		100,0	1,6
(n)	(285)	(799)	(386)	(250)	(5)	(7)	(1732)

Coefficiente de Contingencia = 0,59; nivel de significatividad = 0,00.

Fuente: CIS 2472.

CUADRO 4.6
Relación entre la necesidad estimada del acceso a páginas web y la necesidad del ordenador

	PC muy necesario	PC bastante necesario	PC poco necesario	PC nada necesario	N. S.	N. C.	TOTAL
E-mail muy necesario	40,4	11,5	3,6	4,8	-	-	13,5
Acceso a web muy necesario	38,7	10,3	4,7	4,4	-	-	12,8
Acceso a web bastante necesario	40,1	48,5	39,5	19,9	20,0	-	40,7
Acceso a web poco necesario	9,9	22,2	31,5	13,9	-	-	20,9
Acceso a web nada necesario	10,6	14,8	19,1	51,0	80,0	-	20,4
N.S.	,4	3,3	3,6	8,4	-	-	3,6
N.C.	,4	1,0	1,6	2,4	-	100,0	1,6
(n)	(284)	(798)	(387)	(251)	(5)	(7)	(1732)

Coefficiente de Contingencia = 0,58; nivel de significatividad = 0,00.

Fuente: CIS 2472.

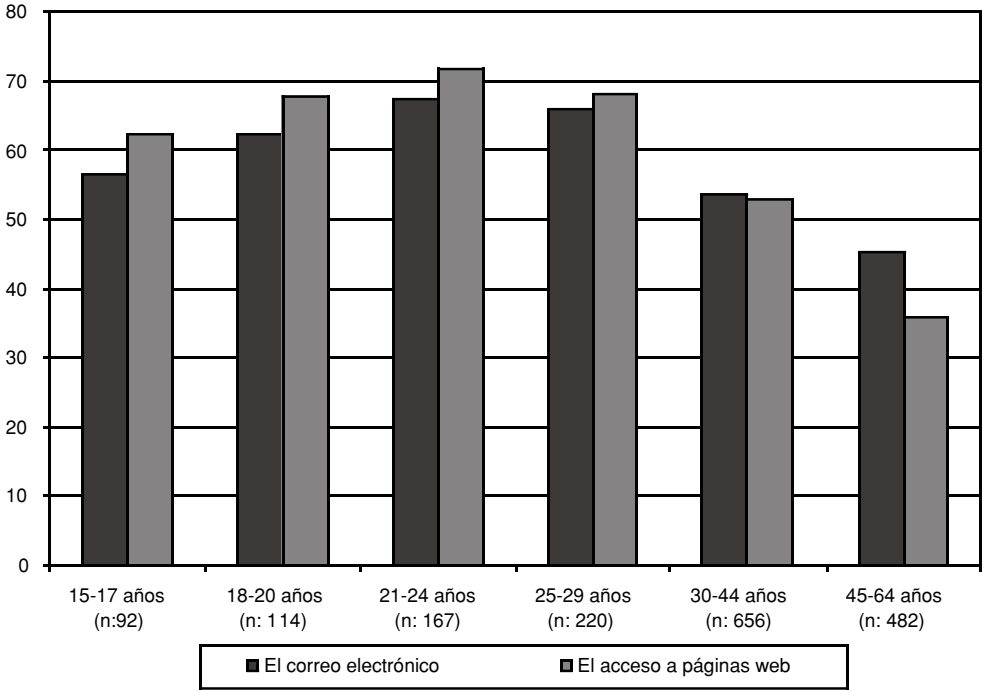


GRÁFICO 4.9
Quienes consideran “muy” o “bastante” necesario el correo electrónico y el acceso a páginas web, según las edades

CUADRO 4.7
Rasgos que distinguen a quienes consideran el correo electrónico muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario

Base: saben lo que es Internet (n: 1734)	“Muy” o “bastante” necesario 54,8%	Poco o nada necesario 40,6%
EDAD	18 – 29 años	45 – 64 años
GÉNERO Y EDAD COMBINADOS	Varones de 21 – 29 años Mujeres de 18 – 29 años	Varones de 45 – 64 años
ESTADO CIVIL	Solteros	Separados, divorciados, viudos
NIVEL DE ESTUDIOS	Estudios medios universitarios Estudios superiores	Sin estudios Educación primaria
ESTATUS SOCIOECONÓMICO	Clase alta / media alta Nuevas clases medias	Obreros no cualificados Obreros cualificados
ESPACIO GEOGRÁFICO CON EL QUE SE SIENTEN MÁS IDENTIFICADOS	Europa, el mundo, todos Comunidad Autónoma	Provincia España

CUADRO 4.7

Rasgos que distinguen a quienes consideran el correo electrónico muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario (Continuación)

Base: saben lo que es Internet (n: 1734)	“Muy” o “bastante” necesario 54,8%	Poco o nada necesario 40,6%
IDENTIFICACIÓN RELIGIOSA	Indiferentes, ateos, no creyentes, agnósticos	Católicos practicantes
CONOCIMIENTO Y USO DE INTERNET	Saben lo que es y lo utilizan	Saben lo que es, pero no lo utilizan
NECESIDAD DE TELÉFONO MÓVIL	Creen “muy necesario el teléfono móvil	Creen “nada necesario el teléfono móvil

CUADRO 4.8

Rasgos que distinguen a quienes consideran el acceso a páginas web muy o bastante necesario, frente a quienes lo consideran poco o nada necesario

Base: saben lo que es Internet (n: 1734)	“Muy” o “bastante” necesario 53,5%	Poco o nada necesario 41,3%
EDAD	15 – 29 años	45 – 64 años
GÉNERO Y EDAD COMBINADOS	Varones de 15 – 29 años Mujeres de 15 – 29 años	Varones de 45 – 64 años
ESTADO CIVIL	Solteros	Separados, divorciados, viudos
NIVEL DE ESTUDIOS	Estudios medios universitarios Estudios superiores	Sin estudios Educación primaria
ESTATUS SOCIOECONÓMICO	Clase alta / media alta Nuevas clases medias	Obreros no cualificados Obreros cualificados
ESPACIO GEOGRÁFICO CON EL QUE SE SIENTEN MÁS IDENTIFICADOS	Europa, el mundo, todos Comunidad Autónoma	Provincia España
IDENTIFICACIÓN RELIGIOSA	Indiferentes, ateos, no creyentes, agnósticos	Católicos practicantes
CONOCIMIENTO Y USO DE INTERNET	Saben lo que es y lo utilizan	Saben lo que es, pero no lo utilizan
NECESIDAD DE TELÉFONO MÓVIL	Creen “muy necesario el teléfono móvil”	Creen “nada necesario el teléfono móvil”

Son muy minoritarios los encuestados que aprecian los chats como algo “bastante necesario” para ellos (un 10% de quienes saben lo que es Internet); y mucho más minoritarios aún (un 1,1%) quienes consideran los chats como algo “muy necesario”. Estos porcentajes son más altos entre los adolescentes de la muestra: encuestados que tienen entre 15 y 17 años.

Además de la edad y su condición de estudiantes de educación secundaria, tan solo cabe añadir que se han comprobado otras asociaciones (poco sorprendentes) entre quienes estiman los chats como “muy” o “bastante necesarios” y quienes:

- utilizan Internet para chatear con amigos o conocidos
- utilizan Internet para participar en foros o chats de acceso libre.
- utilizan Internet para visitar páginas web de contenidos musicales o deportivos

El resto de la población joven y adulta, de hábitats urbanos considera los chats “poco” o “nada necesarios” Por este motivo, lo que presentamos en forma esquemática en el cuadro 4.9, no es –como en los epígrafes anteriores- el perfil distintivo de quienes valoran el servicio “muy” o “bastante necesario”, de un lado, y “poco” o “nada”, de otro lado, sino la indicación de qué rasgos poseen los colectivos entre los cuales sería más probable que apareciera la respuesta “moderada” y aquellos otros donde sería más probable encontrarse con una respuesta relativamente más “radical”, ambas en sentido negativo.

CUADRO 4.9

Rasgos que distinguen a quienes consideran los chats poco necesarios, frente a quienes los consideran nada necesarios

Base: saben lo que es Internet (n: 1734)	Poco necesario 35,1%	Nada necesario 47,2%
EDAD	15-20 años	45-64 años
GÉNERO Y EDAD COMBINADOS	Varones 15-24 años Mujeres 15-20 años	Varones 45-64 años
NIVEL DE ESTUDIOS	Estudios superiores	Sin estudios Estudios medios universitarios
ESTATUS SOCIOECONÓMICO	Clase alta / media alta	Viejas clases medias
CONOCIMIENTO Y USO DE INTERNET	Saben lo que es y lo utilizan	Saben lo que es, pero no lo utilizan
NECESIDAD DEL ORDENADOR	Consideran “muy necesario” el PC	Consideran “nada necesario” el PC

4.2. EL CONOCIMIENTO Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC

Por Francisco Bernete

En el presente epígrafe se identifica sociológicamente a quienes dicen ser, o no, usuarios del teléfono móvil, el televisor, el ordenador personal, Internet y el correo electrónico, distinguiendo en los dos últimos casos, no sólo entre usuarios y no usuarios, sino también entre quienes saben lo que es y quienes ignoran, incluso, de qué se trata cuando se les menciona Internet o el correo electrónico.

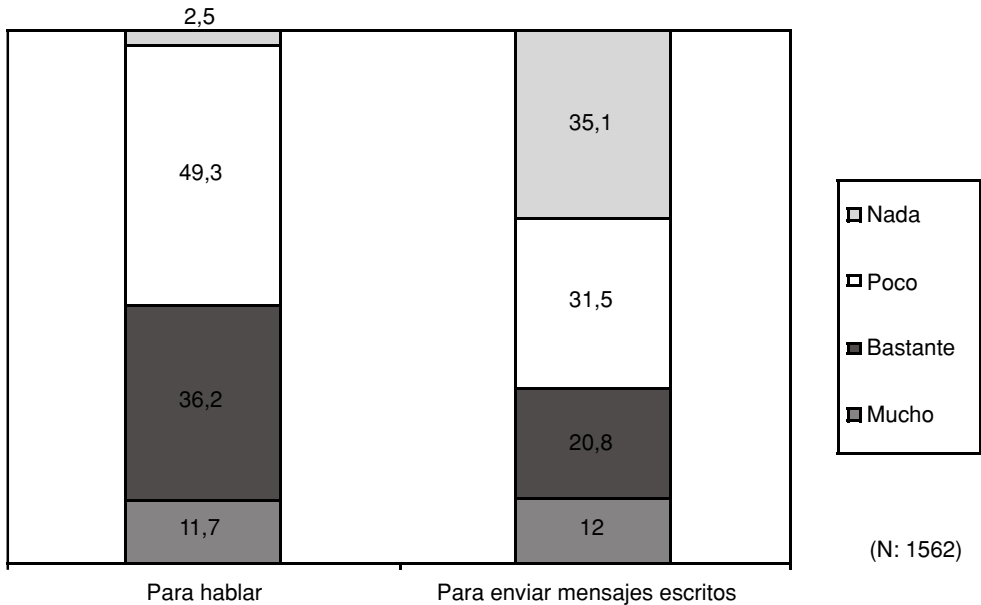
La utilización del móvil para hablar y escribir

Como es sabido, el teléfono móvil puede utilizarse de distintas maneras. Pero, básicamente, cuando se trata de comunicarse con otros y no de usarlo con otros fines (p.e. que suene a determinada hora), cabe distinguir entre el recurso a las expresiones orales o a las escritas.

Las encuestas de 2000 y 2001 habían revelado que los principales motivos para utilizar el móvil eran, por este orden: conversar con amigos y familiares y hablar por motivos de trabajo. En el barómetro de 2001 aparecía ya un 13,5% que lo usaba para enviar mensajes cortos (SMS).

La encuesta aplicada para este estudio refleja que una tercera parte de los usuarios del móvil no practica nunca el envío de mensajes escritos. No obstante, es sociológicamente relevante que sí lo haga, con mucha o bastante frecuencia, otro tercio de usuarios. Hecho que, probablemente, está relacionado con el bajo coste que tiene esta clase de interacciones.

El gráfico que sigue muestra con una escala de cuatro posiciones (mucho, bastante, poco o nada) en qué medida se recurría al móvil para hablar o para enviar mensajes escritos en diciembre de 2002.



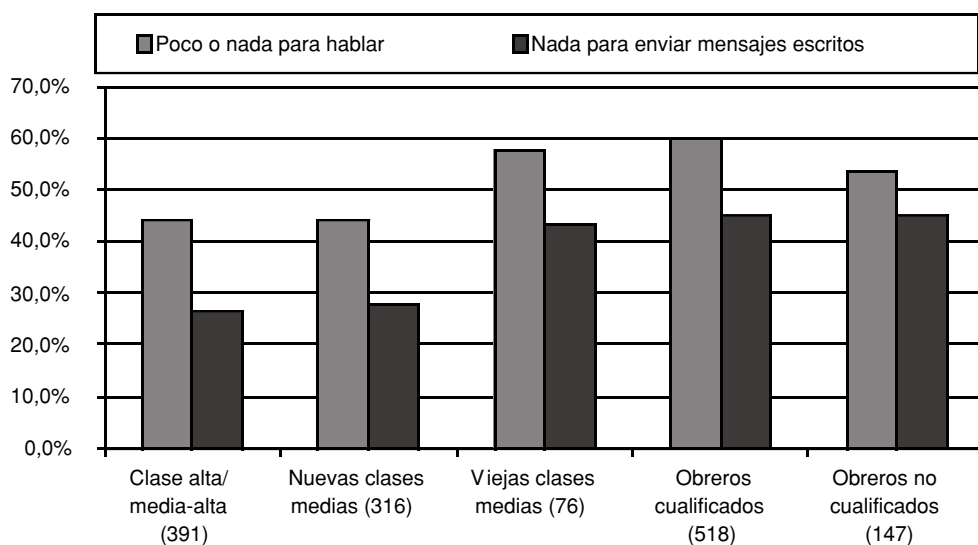
Base: Quienes tienen o han tenido teléfono móvil.

GRÁFICO 4.10
Frecuencia con la que se utiliza el móvil para hablar y para enviar mensajes escritos

Quienes aseguran estar haciendo mucho o bastante uso del móvil para hablar y también aquellos que manifiestan utilizarlo mucho o bastante para enviar mensajes escritos es más probable que se encuentren entre las personas que han cursado estudios universitarios. Tal sería el rasgo sociodemográfico que tienen en común los usuarios de una y otra modalidad. Otros rasgos compartidos, como se verá a continuación, son la clase social y la edad, si bien con las matizaciones que haremos enseguida.

A pesar del bajo coste del envío de mensajes escritos y del descenso experimentado en las tarifas de las llamadas para hablar, ambas modalidades de uso están siendo utilizadas más por los ciudadanos jóvenes y adultos que pertenecen a clases altas o en ascenso (nuevas clases medias) que por aquellos que tienen un estatus socioeconómico de obreros.

El gráfico 4.11 ilustra el clasismo que persiste en ambas formas de expresión verbal (la oral y la escrita) mediante el teléfono móvil.



Base: Quienes tienen o han tenido teléfono móvil

GRÁFICO 4.11
Usuarios del teléfono móvil que lo utilizan poco o nada para hablar y nada para enviar mensajes escritos, según la clase social

Existe una clara correlación entre las edades juveniles (15 a 29 años), y el empleo del móvil para el envío de mensajes escritos.

Además de estar más extendido entre aquellos ciudadanos que tienen un estatus socioeconómico más pudiente, el uso del móvil para hablar y para enviar men-

sajes escritos está más extendido entre los jóvenes que entre los adultos, pero conviene hacer algunas matizaciones al respecto:

- La correlación, en el caso de los mensajes escritos, es más fuerte con los más cercanos a la adolescencia (15 a 17 años) y, por ello, aparece también con quienes tienen un nivel de estudios equivalente a educación secundaria, y no tanto con quienes tienen estudios universitarios como sucede con el uso del móvil para hablar.
- En cambio, el empleo del móvil para hablar se asocia más con adultos jóvenes que con jóvenes adolescentes: los menores de 18 años se encuentran más bien entre quienes lo usan poco para hablar al igual que los mayores de 45. Los tramos de edad donde cabe encontrar los mayores contingentes de “habladores” varían en función del género: entre las mujeres, el tramo de 18 a 29 años; entre los varones, el tramo de 21 a 44.

Una representación gráfica que manifiesta estas caracterizaciones de usuarios de una y otra utilidad, se muestra a continuación:

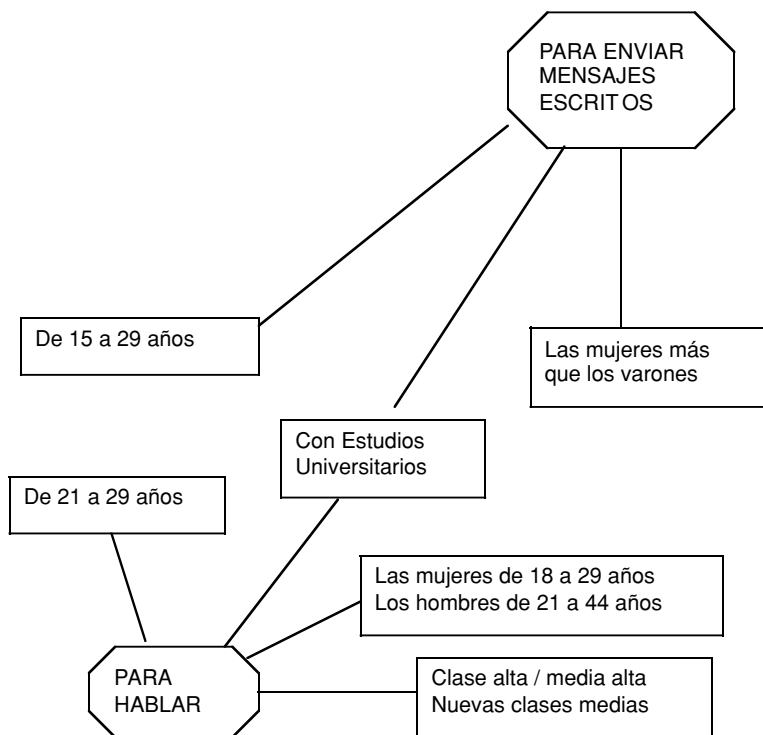


GRÁFICO 4.12

Rasgos asociados a un uso frecuente del móvil para enviar mensajes escritos y para hablar

Uso del ordenador por los jóvenes y del televisor por los mayores

Antes de ver hasta qué punto está extendido entre los jóvenes el uso de Internet y del correo electrónico, mostramos en este epígrafe la vinculación de la juventud al manejo del ordenador en tanto que los mayores permanecen mayoritariamente apegados al receptor de televisión.

Tanto en el barómetro de septiembre de 2000 como en el de septiembre de 2001 se preguntaba a una muestra de la población española mayor de edad si utilizaban personalmente un ordenador, con los resultados que se muestran en la cuadro 4.10.

CUADRO 4.10
Población que usa el ordenador personal

	septiembre 2000 (a)	septiembre 2001 (b)
Sí	30,1	34,0
No	69,9	66,0
N.C.	—	—
(n)	(2498)	(2488)

Fuentes: (a) CIS 2398. Base: población de 18 y más años, en el conjunto de España
(b) CIS 2429. Base: población de 18 y más años, en el conjunto de España

Por nuestra parte hemos indagado sobre la existencia o no de ordenadores personales en las viviendas, para formular la pregunta por su uso sólo a quienes disponen de PC en casa: han manifestado poseerlo casi seis de cada diez entrevistados. A su vez, en las casas donde se aseguró la disposición de algún ordenador (1,2 aparatos por término medio), dicen utilizarlo cuatro de cada cinco entrevistados.

En esas mismas viviendas, que cuentan con algún equipamiento informático, hay una media por casa de 2,18 personas que utilizan el ordenador.

Según los encuestados, quien lo usa con más asiduidad cuenta con una edad media de 28 años; es varón en el 72,4% de los casos y mujer en el 26,4%, pero estas proporciones varían en función del género y la edad de quienes responden la pregunta, como se ve en los cuadros 4.11 y 4.12.

Ambos cuadros muestran una curiosa tendencia en una parte de los entrevistados a presentarse como la persona de la casa que maneja con más frecuencia el ordenador, toda vez que, en cada una de las submuestras aumentan -respecto al conjunto- las proporciones de quienes responden indicando alguien del mismo género y también la edad media de las respuestas va ascendiendo a medida que se va pasando de los intervalos de edades más jóvenes a los de edades más avanzadas. Esta tendencia podría deberse, o bien a que se tiene por socialmente bien valorado el usar mucho el ordenador, o bien a que, en una parte de los hogares, hay al menos dos personas que lo utilizan con una frecuencia similar y cada una de ellas cree que lo hace más que la otra.

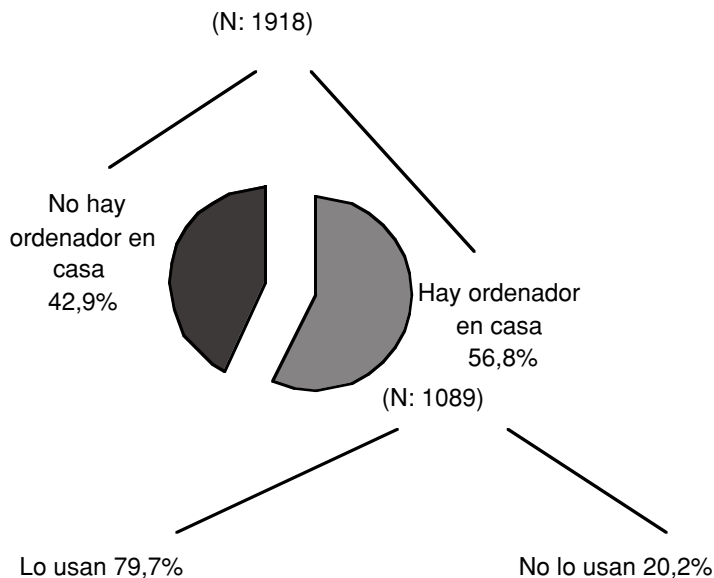


GRÁFICO 4.13
Equipamiento y uso de ordenadores en el hogar

CUADRO 4.11
Género de la persona que más usa el ordenador en la casa del entrevistado

	Según el conjunto de entrevistados	Según los varones	Según las mujeres
Varón	72,5	83,8	55,8
Mujer	26,4	14,9	43,3
(n)	(1060)	(630)	(430)

Fuente: CIS 2472 (diciembre 2002) . Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

CUADRO 4.12
Edad de la persona que más usa el ordenador en la casa del entrevistado

Edad Clasificada	Media	N	Desv. típica
15-17	22,2	63	12,2
18-20	24,4	79	13,1
21-24	26,5	114	11,0
25-29	28,6	121	9,2
30-44	29,9	362	13,4
45-64	31,7	321	19,7
Total	29,1	1061	15,2

Fuente: CIS 2472 (diciembre 2002) . Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

Los rasgos sociodemográficos de los entrevistados que utilizan el ordenador son similares, en la población estudiada, a los rasgos de quienes dicen ser espectadores de televisión durante menos tiempo.

La encuesta aplicada en la población UJA (urbana, joven y adulta) nos ha proporcionado una media de 19,9 horas semanales dedicadas a la televisión, con diferencias por géneros entre los adultos (30 – 64 años), pero apenas apreciable entre los jóvenes, como puede verse en el cuadro 4.13.

CUADRO 4.13
Horas semanales dedicadas a televisión

SEXO	GRUPOS DE EDAD	Media	(n)	Desv. Típica
Varones	Jóvenes	14,6	314	14,2
	Adultos	15,8	721	18,2
	Total	15,4	1035	17,0
Mujeres	Jóvenes	15,3	289	13,6
	Adultas	30,0	588	30,9
	Total	25,1	878	27,3
Total	Jóvenes	15,0	603	13,9
	Adultos	22,1	1310	25,7
	Total	19,9	1913	22,9

Fuente: CIS 2472 (diciembre 2002) . Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

Obsérvese que, en el caso de las mujeres, la media de horas es muy superior y también lo es la desviación típica, lo que indica, como es sabido, una mayor disparidad en este sector, probablemente relacionada con la circunstancia de tener una ocupación fuera de la casa o bien ocuparse en exclusiva de labores domésticas.

La diferencia en cuanto a tiempo dedicado a la televisión se incrementa si se compara el sector de la población sin estudios y quienes cuentan con estudios reglados, y también si se compara entre quienes tienen el estatus socioeconómico de obreros no cualificados y el resto de las categorías (desde clase alta hasta obreros cualificados). Por ejemplo, declaran dedicar a la televisión más de 28 horas semanales, el 65,4% de quienes no tienen estudios, el 53,4% de jubilados y pensionistas, el 42,8% de quienes tienen estatus de obreros no cualificados y el 41,9% de las mujeres con edades comprendidas entre los 45 y los 64 años.

El retrato robot con el que identificamos al más asiduo espectador de televisión (mujer adulta, sin estudios reglados y sin cualificación profesional) es, con ligeras variaciones, el perfil sociodemográfico de quienes no utilizan el ordenador.

CUADRO 4.14

Tiempo dedicado a la televisión, según rasgos sociodemográficos

Media de horas por semana: 19,9²⁸

	Por debajo de la media	Por encima de la media
GÉNERO	Varones	Mujeres
EDAD	15 - 29 años	45 - 64 años
GÉNERO Y EDAD	Varones 15 - 64 años Mujeres 15 - 29 años	Mujeres 45 - 64 años
NIVEL DE ESTUDIOS	Educación Primaria Educación Secundaria Estudios superiores Estudios Medios Universitarios Formación Profesional	Sin estudios
CLASE SOCIAL	Clase alta / media alta Nuevas clases medias Viejas clases medias Obreros cualificados	Obreros no cualificados

Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

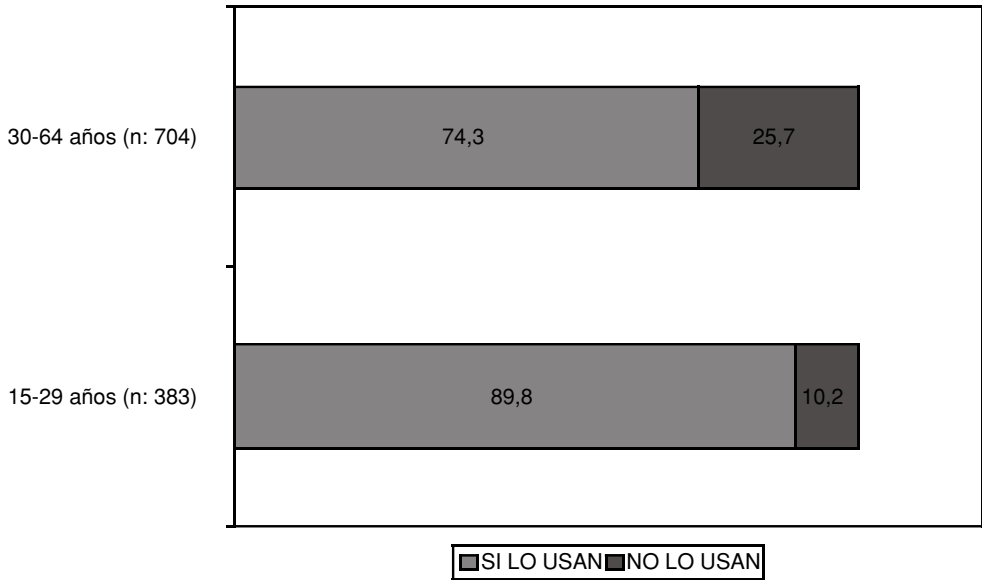
CUADRO 4.15

Uso del ordenador, según rasgos sociodemográficos

En el conjunto (n: 1089)	Lo utilizan (79,7%)	No lo utilizan (20,2%)
	Es más probable que SI lo utilicen quienes poseen los rasgos siguientes: ↓	Es más probable que NO lo utilicen quienes poseen los rasgos siguientes: ↓
GÉNERO	Varones	Mujeres
EDAD	15 - 29 años	30 - 44 años
GÉNERO Y EDAD COMBINADOS	Varones de 15 - 29 años Mujeres de 15 - 29 años	Mujeres de 30 - 64 años
NIVEL DE ESTUDIOS	Estudios superiores Estudios Medios Universitarios Formación Profesional	Educación Primaria Sin estudios
ESTATUS SOCIOECONÓMICO	Clase alta / media alta	Obreros no cualificados

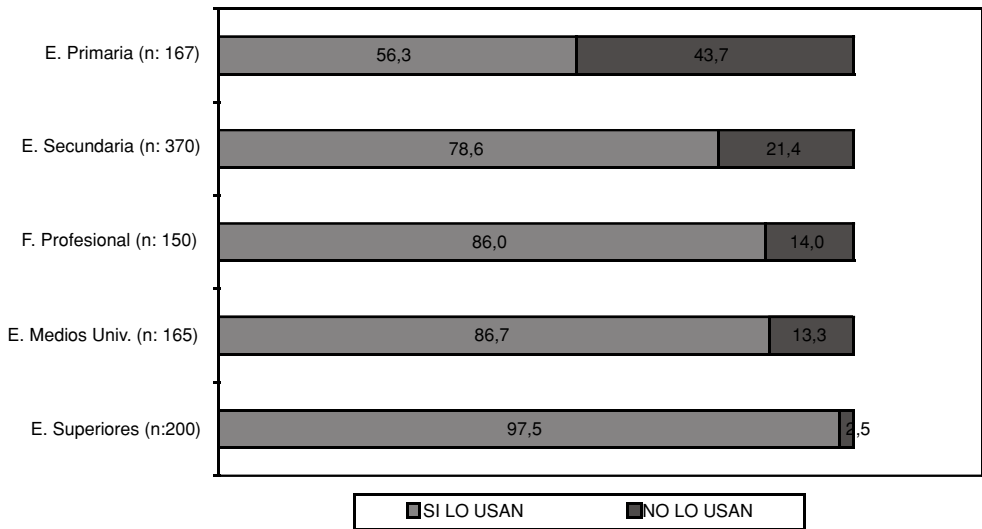
Base: Población joven y adulta urbana, que tiene ordenador en casa.

²⁸ En la población con edades comprendidas entre 15 y 64 años que vive en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.



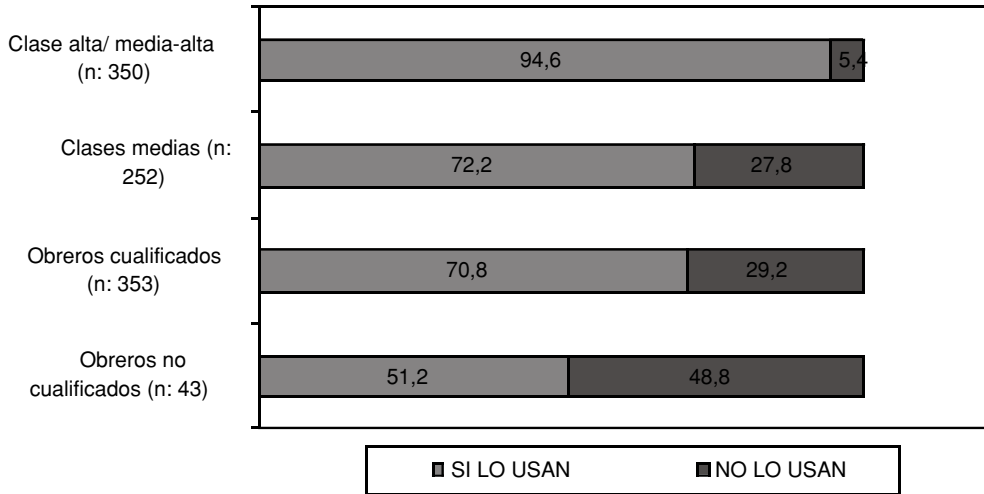
Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.14
Proporción de usuarios del ordenador, según la edad



Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.15
Proporción de usuarios del ordenador, según el nivel de estudios



Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.16
Proporción de usuarios del ordenador, según la clase social

Un análisis más profundo que el llevado a cabo hasta aquí, tendría por objetivo indagar en los diferentes grados de utilización del ordenador, para poder distinguir, como en el caso del televisor, entre usuarios más asiduos y menos asiduos; y no sólo entre quienes lo usan y quienes no lo usan.

Sin llegar a ese nivel de análisis, ha podido observarse lo siguiente:

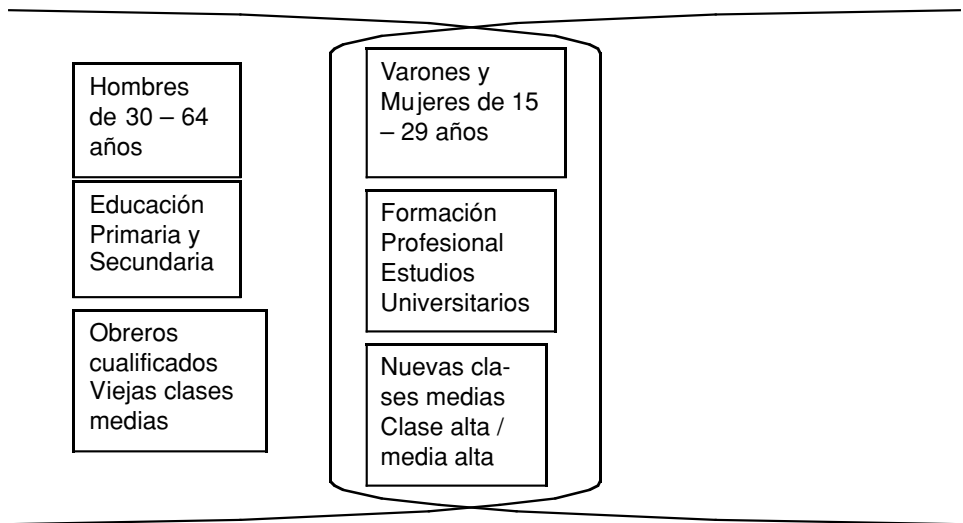
- Quienes son televidentes durante menos de 20 horas semanales, en mayor proporción que la media del conjunto, pueden hallarse en casi todas las clases sociales y niveles de estudios.
- Quienes dicen utilizar el PC se encuentran, en mayor proporción que la media del conjunto, en solo una parte de esos colectivos. Véase el gráfico 4.17.

Conocimiento y uso de Internet

El conocimiento y el uso de Internet, al igual que sucede con el manejo del ordenador y el teléfono móvil, han ido progresivamente popularizándose. En el conjunto de la población española, la proporción de usuarios de Internet se acerca al 30 % en diciembre de 2003, si bien con distintos grados de frecuencia.

Según la última oleada del EGM (abril / mayo de 2003), lo había utilizado en el último mes un 27,4% de españoles (9.652.000 individuos, aproximadamente). Este dato representa un ascenso de 1,9 puntos sobre el 25,5% que afirmaba haber hecho uso de la red en la oleada anterior (febrero / marzo de 2003).

VEN MENOS DE 20 horas semanales de TV., en proporción superior a la media	UTILIZAN EL ORDENADOR, en proporción superior a la media
----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------



VEN MÁS DE 20 horas semanales de TV., en proporción superior a la media	NO UTILIZAN EL ORDENADOR, en proporción superior a la media
--------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------

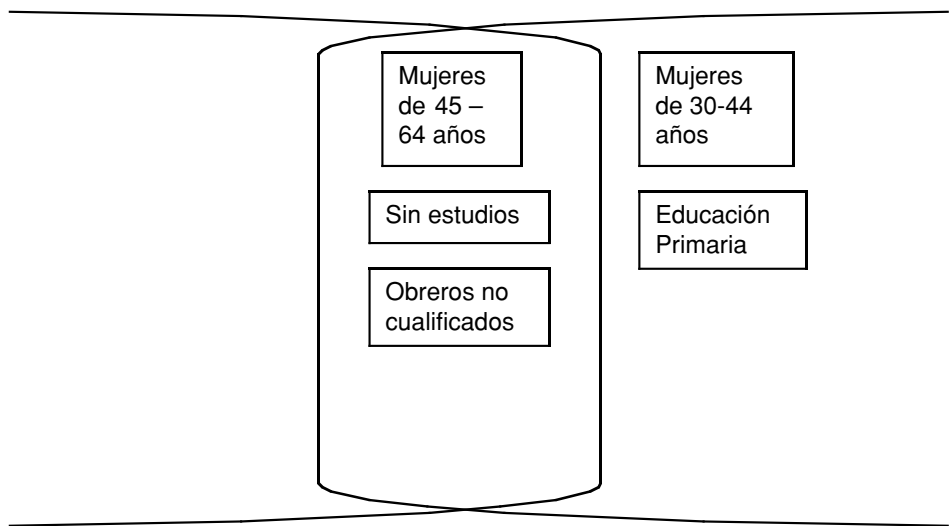


GRÁFICO 4.17
La contraposición sociodemográfica entre usuarios del ordenador y del televisor

En la cuadro 4.16, situamos, junto a los datos correspondientes a los barómetros de septiembre de 2000 y septiembre de 2001, los procedentes de la encuesta que se viene usando como base para nuestro trabajo. Debe leerse teniendo en cuenta que esta última ha sido aplicada a un universo distinto, por tamaños de habitats y tramos de edad.

CUADRO 4.16
Población española que conoce y usa Internet

	Septiembre 2000 (a)	Septiembre 2001 (b)	Diciembre 2002 (c)
Sabe lo que es y lo utiliza	17,3	23,9	39,9
Sabe lo que es, pero no lo utiliza	60,3	58,0	50,5
No lo sabe	22,1	18,1	9,6
N.C.	,3	-	-
(n)	(2498)	(2488)	(1918)

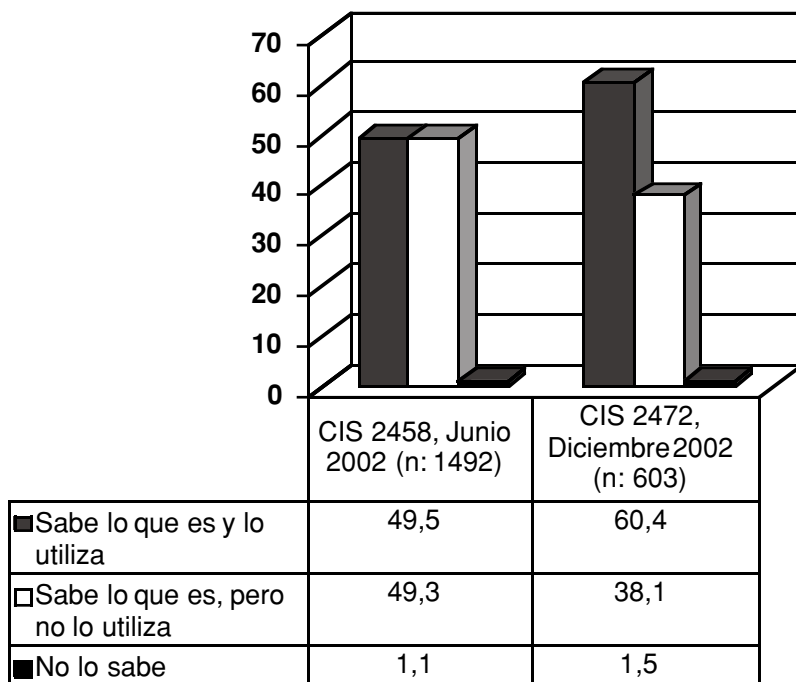
Fuentes: (a) CIS 2398. Base: población de 18 y más años, en el conjunto de España
(b) CIS 2429. Base: población de 18 y más años, en el conjunto de España
(c) CIS 2472. Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

Además de observar que el uso de Internet se encuentra más extendido entre la población urbana, joven y adulta, puede notarse también, en este mismo universo, una proporción menor de ciudadanos que aún ignoran lo que es Internet.

En el caso específico de la población joven, los datos desagregados de quienes tienen entre 15 y 29 años reflejan un mayor porcentaje de entrevistados que utilizan Internet en el conjunto de España, sin distinción de habitats (49,5%) y aún mayor, si tomamos como referencia el universo restringido de los centros urbanos con más de 50.000 habitantes y las capitales de provincia (60,4%).

El conjunto de los usuarios de Internet, como cabía esperar, se identifica mediante rasgos sociodemográficos muy parecidos al conjunto de quienes utilizan el ordenador. Ahora bien, la red de redes no es tan conocida como la máquina que sirve de herramienta para moverse por sus circuitos, ni siquiera por parte de los jóvenes y adultos que viven en habitats urbanos: de una muestra representativa de este universo, casi uno de cada diez ignora a qué hace referencia el término "Internet". El 90% restante se divide, como se muestra en el cuadro 4.17, entre un 40%, aproximadamente, que lo utiliza y otro 50% que, sabiendo lo que es, no lo usa. Por tanto, se trata de un fenómeno del que no participa la mayoría de la población, al menos, de momento.

Hasta ahora, quienes han incorporado a sus vidas los servicios de esta red de comunicaciones proceden, en mayor medida, de las clases altas y nuevas clases medias, así como de los sectores que han seguido estudiando una vez superada la fase de la Educación Secundaria.



Fuentes: (a) CIS 2458. Base: población entre 15 y 29 años, en el conjunto de España
 (b) CIS 2472. Base: población entre 15 y 29 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.18

Población juvenil que conoce y usa internet, en el conjunto de España y en las ciudades grandes

Lo utilizan, proporcionalmente, más jóvenes que adultos mayores de 30 años; y, por género, más varones que mujeres, diferencia que aumenta considerablemente cuando pasan de los 29 años.

Un retrato robot que sólo contemplase las características de género, edad, nivel de estudios y clase social, nos daría una equiparación entre los ciudadanos que no saben lo que es Internet y los que contemplan la televisión durante veinte o más horas semanales.

Por el contrario, quienes saben lo que es Internet y lo utilizan suelen tener rasgos indicativos de su mayor familiaridad, no sólo con la informática, sino también con las comunicaciones a través del móvil, es decir, de su proximidad a las tecnologías de aparición más reciente y de un cierto alejamiento del televisor, al que consideran “poco” o “nada” necesario. Véase el cuadro número 4.18.

Esa mayor familiaridad con la informática y las comunicaciones no se detecta sólo con indicadores de posesión, uso y necesidad que sienten por las TIC, sino también por el desacuerdo que expresan ante afirmaciones que serían indicativas de

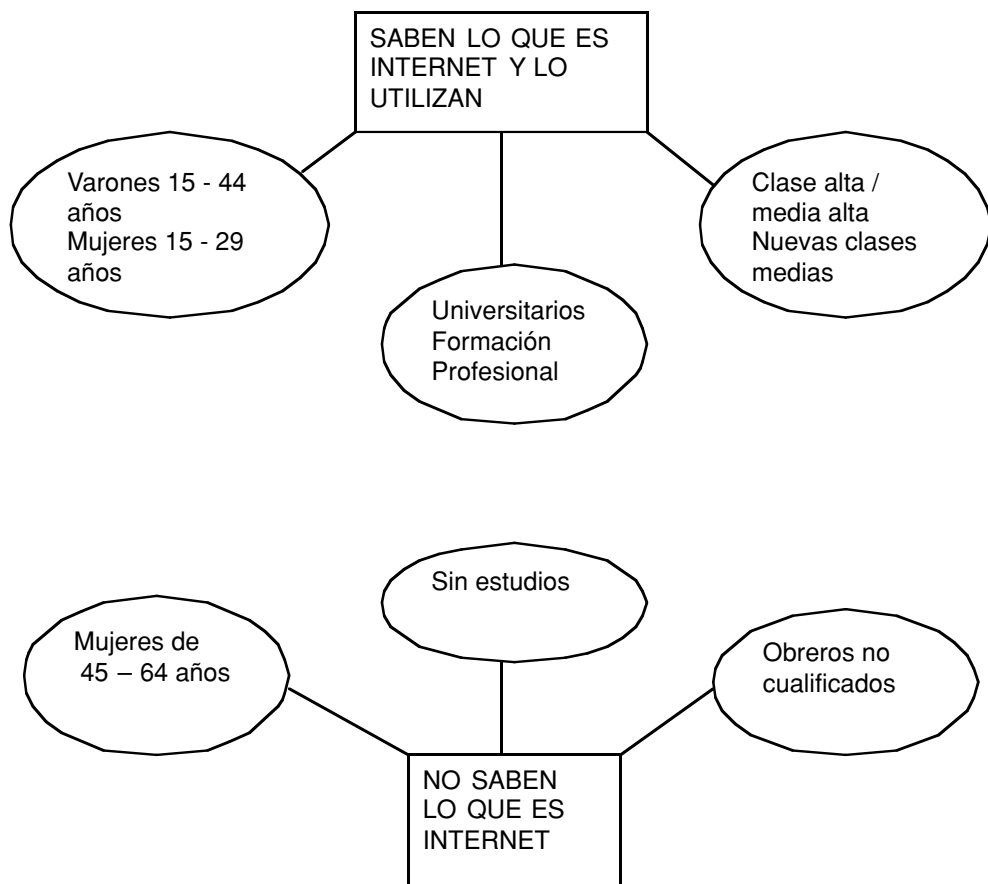


GRÁFICO 4.19

La contraposición sociodemográfica entre quienes son usuarios de internet y quienes no saben lo que es

que el uso de Internet tiene efectos indeseables (por ejemplo, adicciones o disminución de la sociabilidad y la comunicación), o indicativas de que el uso de Internet es algo propio de solitarios, con dificultades para relacionarse con los demás sin “pantallas” de por medio.

CUADRO 4.17
Conocimiento y uso de Internet según rasgos sociodemográficos

	SABEN LO QUE ES INTERNET (90,4%)		NO SABEN LO QUE ES (9,6%)
	LO UTILIZAN (39,9%)	NO LO UTILIZAN (50,5%)	
	La proporción es mayor en los colectivos	La proporción es mayor en los colectivos siguientes:	La proporción es mayor en los colectivos siguientes:
GÉNERO	Varones		Mujeres
EDAD	15 - 29 años	30 - 44 años	45 - 64 años
GÉNERO	Varones de 15 - 44 años Mujeres de 15 - 29 años	Varones de 45 - 64 años Mujeres de 30 - 44 años	Mujeres de 45 - 64 años
ESTADO CIVIL	Solteros	Casados	Separados, divorciados, viudos
NIVEL DE	Estudios superiores Estudios Medios	Educación Primaria Educación Secundaria	Sin estudios Formación Profesional
ESTATUS SOCIO-ECONOMICO	Clase alta / media alta Nuevas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados

CUADRO 4.18
Usuarios de Internet, según la posesión, uso y necesidad de las tecnologías

Es más probable que lo utilicen quienes	%	(n)
Utilizan el correo electrónico	91,0	691
En su casa utilizan Internet dos o más personas	91,0	490
Consideran "muy necesario" el correo electrónico	91,0	234
Consideran "muy necesario" el acceso a páginas web	89,2	222
Enseñan el uso del PC a otro miembro de la familia	81,4	296
Consideran "muy necesario" el PC (*)	77,4	288
Utilizan mucho el móvil para hablar	65,4	182
Utilizan mucho el móvil para enviar mensajes escritos	64,0	189
Tienen ordenador en casa	58,6	1088
Utilizan el móvil para mantener conversaciones más bien largas	57,5	207
Consideran "muy necesario" el tel. móvil (*)	52,9	361
Consideran "poco o nada necesario" el televisor	47,7	556
Tienen teléfono móvil	47,5	1481
CONJUNTO DE QUIENES SABEN LO QUE ES Y LO UTILIZAN	39,9	1918

(*) Es tanto más probable que utilicen Internet cuanto más necesario les parece.

CUADRO 4.19

Usuarios de Internet, según sus opiniones sobre Internet

Es más probable que lo utilicen quienes están en desacuerdo con las siguientes frases:	%	(n)
“Se navega con más tranquilidad estando solo”	64,6	189
“Internet resta comunicación en el interior de la familia”	64,5	501
“Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle”	61,3	398
“Internet “engancha” a los usuarios, los convierte en adictos”	61,1	434
“En los chats se supera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo”	53,1	320
CONJUNTO DE QUIENES SABEN LO QUE ES Y LO UTILIZAN	39,9	1918

Conocimiento y uso del correo electrónico

Tal como sucede con Internet en general, entre la población joven y adulta que vive en las ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia, hay una mayor proporción de personas que conocen y utilizan el correo electrónico que en el conjunto de la población española mayor de edad.

En el cuadro 4.20 situamos nuevamente los datos procedentes de la encuesta CIS 2472 (base de nuestro informe) con los correspondientes a los últimos barómetros donde se ha formulado la misma pregunta.

CUADRO 4.20

Población española que conoce y usa el correo electrónico

	Septiembre 2000 (a)	Septiembre 2001 (b)	Diciembre 2002 (c)
Sabe lo que es y lo utiliza	16,1	22,0	36,1
Sabe lo que es, pero no lo utiliza	49,9	51,3	48,0
No lo sabe	33,9	26,7	15,9
N. C.	,1		,0
(n)	(2498)	(2488)	(1918)

Fuentes: (a) CIS 2398. Base: población de 18 y más años, en el conjunto de España

(b) CIS 2429. Base: población de 18 y más años, en el conjunto de España

(c) CIS 2472. Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

Una vez más debe advertirse que los datos de la encuesta CIS 2472 tan solo son relativamente comparables con los de CIS 2398 y CIS 2429, puesto que la de diciembre de 2002 fue aplicada a un universo distinto, no sólo por dejar fuera las zonas más despobladas y a los mayores de 65 años, sino también por incluir a los jóvenes de 15, 16 y 17 años. Esas diferencias poblacionales y los 15 meses transcurridos desde la aplicación del barómetro de septiembre de 2001 hasta diciembre de 2002 habrán contribuido a que, en esta última fecha, se obtengan hasta 14 puntos más (36% frente a 22%) de entrevistados que utilizan el correo electrónico.

Cabe observar también que, tanto en la población que venimos denominando UJA (urbana, joven y adulta), como entre los mayores de edad del conjunto de España, el correo electrónico es algo más desconocido que Internet.

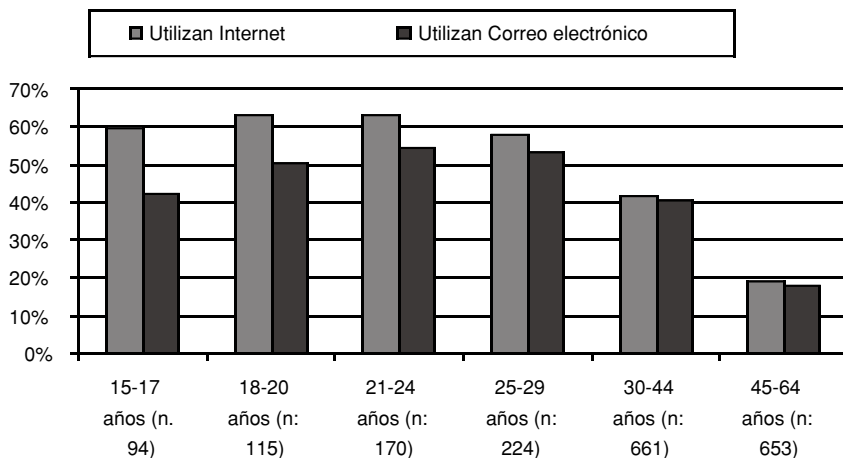
La ignorancia sobre el correo electrónico se encuentra relativamente más extendida entre los mayores de 45 años (en este caso, varones y mujeres, no sólo las últimas, como en Internet); entre quienes no tienen estudios o cuentan con un nivel de educación primaria y entre aquellos cuyo estatus socioeconómico es de “obrerros no cualificados”.

En resumen, se trata de un perfil semejante al de quienes no saben lo que es Internet, en cuanto a género, edad, nivel de estudios y clase social. Correlativamente, también se asemejan los perfiles de quienes, sabiendo lo que son (Internet y correo electrónico), los utilizan y de quienes no lo hacen.

CUADRO 4.21
Conocimiento y uso del correo electrónico, según rasgos sociodemográficos

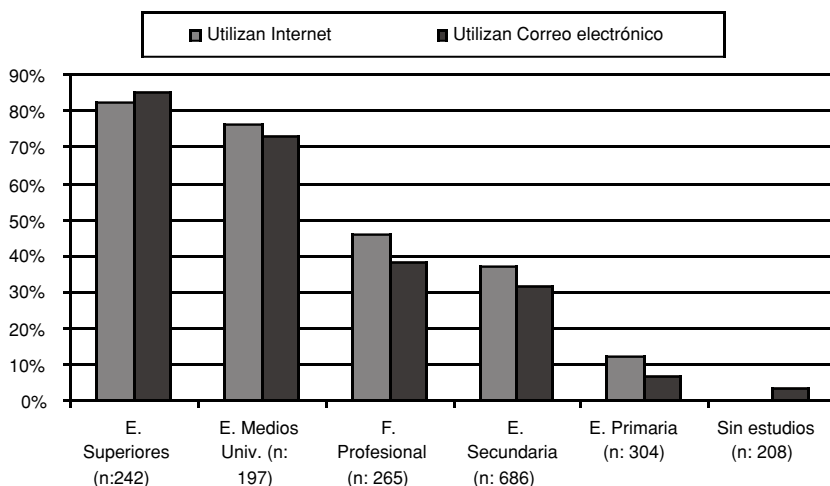
	SABEN LO QUE ES EL CORREO ELECTRÓNICO (84,1%)	NO SABEN LO QUE ES (15,9%)
	↓ Y LO UTILIZAN (36,1%)	↓ Y NO LO UTILIZAN (48,0%)
	La proporción es mayor en los colectivos siguientes:	La proporción es mayor en los colectivos siguientes:
GÉNERO	Varones ↓	Mujeres ↓
EDAD	15 – 29 años	45 – 64 años
GÉNERO Y EDAD	Varones 15 -44 años Mujeres 15 - 29 años	Mujeres 30 - 44 años Varones 45 - 64 años
COMBINADOS		
ESTADO CIVIL	Solteros	Casados
		Separado/a, Divorciado/a o Viudo/a
NIVEL DE ESTUDIOS	Estudios superiores Estudios Medios Universitarios	Educación Primaria Educación Secundaria Formación Profesional
ESTATUS SOCIO- ECONÓMICO	Clase alta / media alta Nuevas clases medias	Obreros cualificados Obreros no cualificados
IDENTIFI- CACIÓN RELIGIOSA	Indiferentes, ateos, no creyentes agnósticos Creyentes de otra religión	Católicos practicantes

Los gráficos 4.20, 4.21 y 4.22 muestran que, tanto Internet como el correo electrónico cuentan con una mayor proporción de usuarios entre los jóvenes que entre los mayores de 30 años y también mayores proporciones entre los encuestados que han cursado estudios universitarios y entre aquellos que tienen un estatus social y económicamente más elevado.



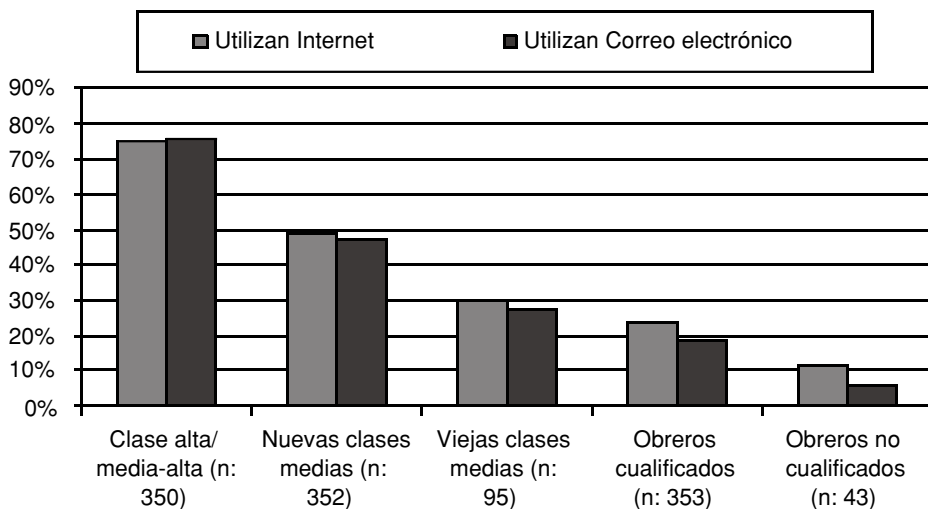
Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.20
Usuarios de internet y correo electrónico, según la edad



Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.21
Usuarios de internet y correo electrónico, según el nivel de estudios



Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia.

GRÁFICO 4.22
Usuarios de internet y correo electrónico, según la clase social

Como sucede con la identificación sociocomunicativa de los usuarios de Internet, la mayor familiaridad con el teléfono móvil, el ordenador e Internet, el poco apego al televisor y el desacuerdo con los prejuicios que pueden parecer orientados a estigmatizar Internet caracterizan a los colectivos donde se encuentran las mayores proporciones de usuarios del correo electrónico.

CUADRO 4.22
Usuarios del correo electrónico, según la posesión, uso y necesidad de las tecnologías

Es más probable que lo utilicen quienes	%	(n)
Viven en casas donde hay dos o más ordenadores	85,8	(162)
Saben lo que es Internet y lo utilizan	82,3	(764)
Viven en casas donde utilizan Internet dos o más personas	79,1	(488)
Consideran “muy o bastante necesario” el acceso a páginas web	58,4	(929)
Tienen ordenador en casa	54,5	(1088)
Consideran “muy o bastante necesario” el PC	52,6	(1094)
Consideran “poco necesarios” los chats	48,4	(609)
Consideran “muy necesario” el teléfono móvil	47,8	(360)
Consideran “poco o nada necesario” el televisor	45,9	(556)
Tienen teléfono móvil	43,5	(1481)
CONJUNTO DE QUIENES SABEN LO QUE ES Y LO UTILIZAN	36,1	(1918)

CUADRO 4.23

Usuarios del correo electrónico, según sus opiniones sobre Internet

Es más probable que lo utilicen quienes están en desacuerdo con las siguientes frases:	%	(n)
“Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle”	59,2	(397)
“Internet “engancha” a los usuarios, los convierte en adictos”	58,1	(434)
“Internet resta comunicación en el interior de la familia”	56,8	(502)
“Se navega con más tranquilidad estando solo”	54,2	(190)
CONJUNTO DE QUIENES SABEN LO QUE ES Y LO UTILIZAN	36,1	(1918)

4.3. LOS FINES DEL MANEJO DE LAS TIC

Por Francisco Bernete

Se describen en este epígrafe, algunos de los fines con los que se utilizan de manera más habitual las dos tecnologías a las que se presta mayor atención en el presente estudio: la telefonía móvil e Internet.

Usos del teléfono móvil para conversaciones y gestiones

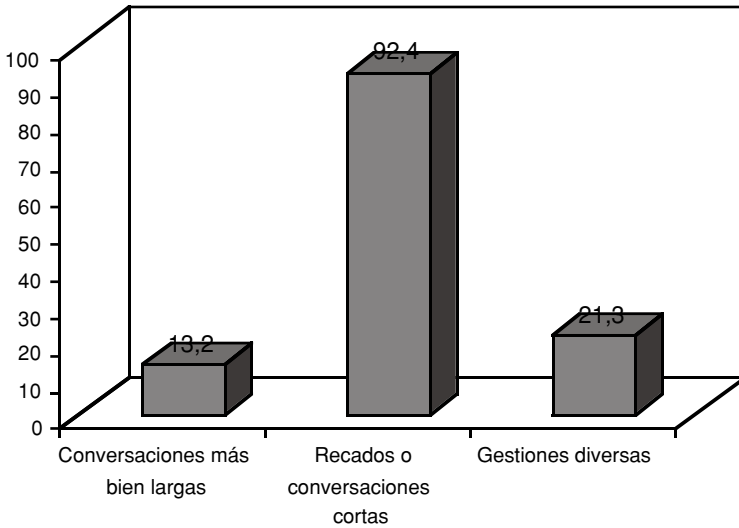
En el conjunto de las interacciones comunicativas entre usuarios, puede distinguirse entre aquellas que tienen una duración relativamente “larga” y aquellas otras, por comparación, “cortas” (que denominamos, coloquialmente, “recados”).

El gráfico que mostramos a continuación, refleja hasta qué punto son mucho más numerosos los actores de conversaciones “cortas” que los de conversaciones “largas”.

El teléfono móvil se usa muy predominantemente para recados o conversaciones cortas: así lo hace un 92,4% de quienes lo tienen o lo han tenido.

La utilización del móvil para esas comunicaciones orales de corta duración está tan generalizada que es prácticamente imposible distinguir (entre los usuarios del móvil) qué sectores de población tienen o no tienen este hábito. Cabe señalar una proporción más alta que la media del conjunto entre el colectivo de mujeres que tienen entre 45 y 64 años (lo utilizan para conversaciones cortas o recados el 97,8%).

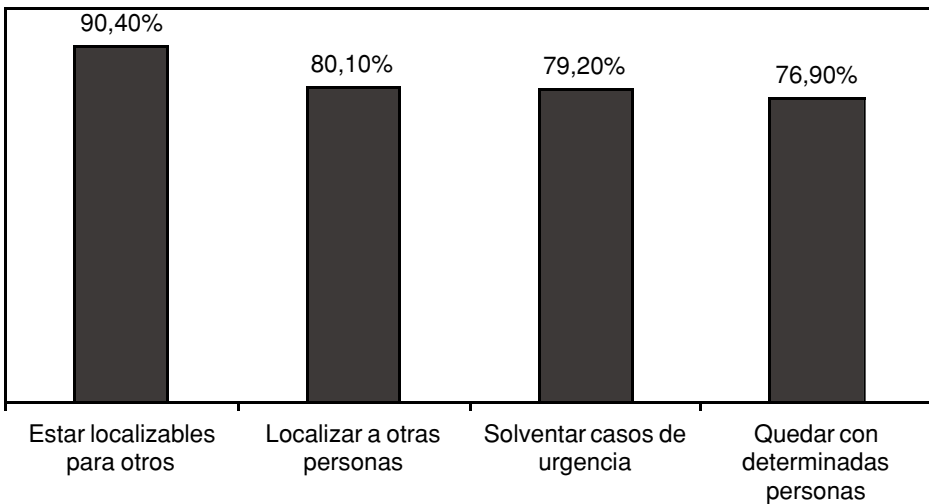
Entre los fines concretos que se dan a la utilización del móvil como instrumento para dar recados o mantener conversaciones cortas, son muy habituales los cuatro que se muestran en el gráfico 4.27: el de prestarse a ser localizado con facilidad, el de poder localizar a otros, solventar alguna emergencia si llegara el caso y ponerse de acuerdo con otras personas para reunirse en algún lugar, que ya no tiene por qué ser necesariamente un espacio físico. Puede tratarse de un acuerdo para conectarse, vía Internet, a una hora determinada, con el fin de “chatear”, jugar o, incluso, trabajar a la vez sobre un mismo documento.



(N: 1562)

Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia, que tienen o han tenido teléfono móvil.

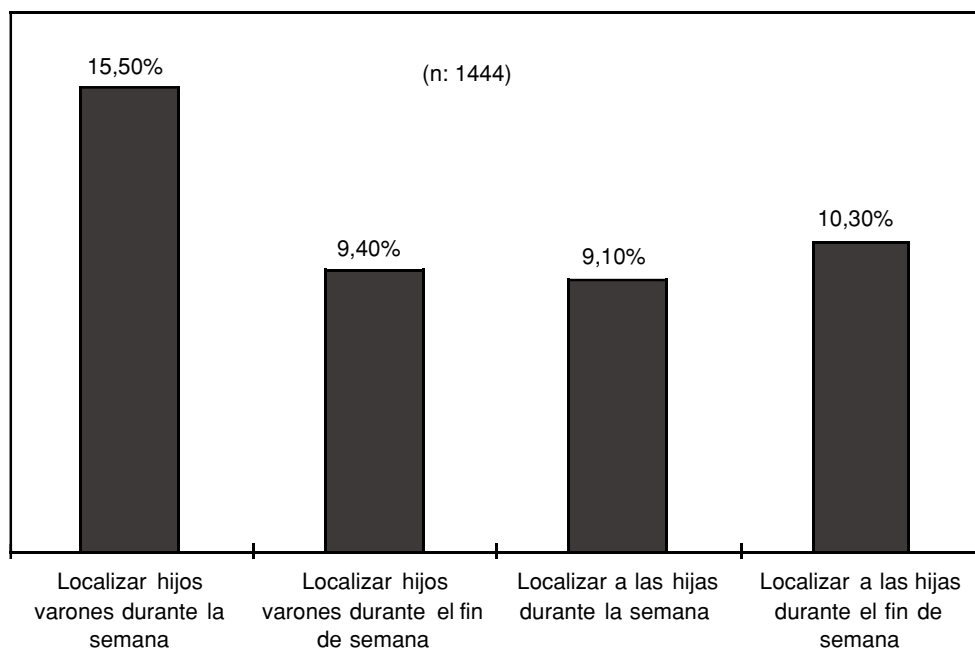
GRÁFICO 4.23
Usos del teléfono móvil



(N: 1444)

Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia que usa el teléfono móvil para conversaciones cortas.

GRÁFICO 4.24
Fines concretos de las conversaciones cortas, mediante el móvil (1)



Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia que usa el teléfono móvil para conversaciones cortas.

GRÁFICO 4.25 Fines concretos de las conversaciones cortas, mediante el móvil (2)

Un 13,2% de quienes poseen o han poseído teléfono móvil declara usarlo para mantener conversaciones más bien largas.

Si bien no se encuentran diferencias significativas en razón del género, el nivel de estudios o la clase social, la proporción de quienes afirman mantener conversaciones de larga duración mediante el móvil es significativamente más alta en determinados colectivos. El cuadro que sigue indica en qué subconjuntos sería más probable encontrar a quienes dan este uso al móvil

CUADRO 4.24 Quienes usan el móvil para mantener conversaciones largas

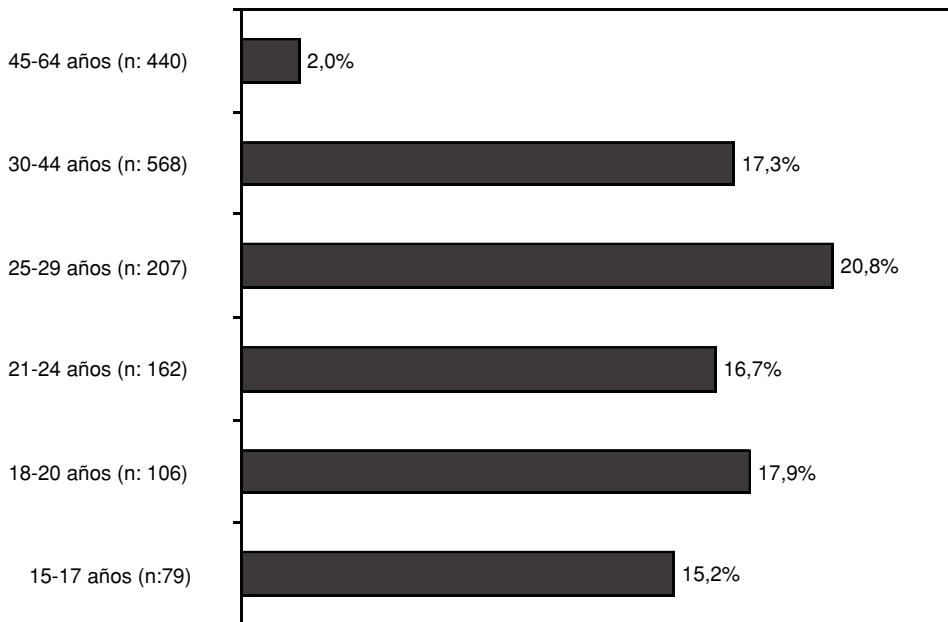
En el conjunto de quienes tienen o han tenido teléfono móvil	13,2%	(1562)
Es más probable que utilicen el móvil para conversaciones largas:	%	(n)
SEGÚN SUS RASGOS SOCIODEMOGRÁFICOS:		
Quienes tienen entre 25 y 29 años	20,8%	(207)
Varones entre 25 y 34 años	20,8%	(447)

CUADRO 4.24

Quienes usan el móvil para mantener conversaciones largas (Continuación)

En el conjunto de quienes tienen o han tenido teléfono móvil	13,2%	(1562)
Es más probable que utilicen el móvil para conversaciones largas:	%	(n)
Mujeres entre 18 y 20 años	21,2%	(52)
Solteros	20,2%	(605)
SEGÚN LA POSESIÓN Y NECESIDAD DE LOS APARATOS		
No tienen teléfono fijo en casa	27,3	(242)
Consideran el teléfono fijo “poco necesario”	24,2	(182)
Consideran el teléfono móvil “muy necesario” ^(*)	19,5	(349)
Consideran el ordenador personal “muy necesario” ^(*)	19,4	(278)
SEGÚN EL USO QUE LE DAN AL TELÉFONO MÓVIL		
Lo usan mucho para hablar ^(*)	31,1	(183)
Lo usan mucho para enviar mensajes escritos ^(*)	19,7	(188)

(*) Cuanto más necesario consideran el teléfono móvil y el ordenador, es más probable que los entrevistados usen el móvil para conversaciones largas. Y también es más probable que tengan este hábito cuanto más lo usen “para hablar” y “para enviar mensajes escritos”.



Base: población entre 15 y 64 años, en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia que usa el teléfono móvil para conversaciones largas.

GRÁFICO 4.26

Quienes usan el móvil para conversaciones largas, según los rangos de edad

El gráfico muestra que la proporción más alta de usuarios de móvil que lo utilizan para conversaciones largas se encuentra en el tramo de edad de 25 a 29 años. A uno y otro lado de este tramo (de 15 a 24 y de 30 a 44 años), la proporción es semejante (uno de cada seis, aproximadamente), pero es sensiblemente inferior entre quienes tienen entre 45 y 64 años.

El incremento de la proporción que se observa al pasar del tramo de edad “21-24 años” al tramo “25-29 años” muy probablemente tiene que ver con la incorporación al mundo laboral (especialmente, a ciertas profesiones donde se fomenta el contacto permanente) y la ganancia de poder adquisitivo al tener ingresos propios.

Uno de cada cinco encuestados, aproximadamente, utiliza el teléfono móvil para llevar a cabo gestiones diversas (administrativas, bancarias, etc.).

Los cuadros siguientes indican en qué colectivos podrían encontrarse, con mayor probabilidad las personas que lo utilizan con este fin.

CUADRO 4.25
Rasgos sociodemográficos que identifican a quienes usan y quienes no usan el teléfono móvil para gestiones diversas

	Es más probable que SI lo hagan quienes poseen los rasgos siguientes:	Es más probable que NO lo hagan quienes poseen los rasgos siguientes:
GÉNERO	Varones	Mujeres
EDAD	30 - 44 años	15 - 24 años ²⁹
GÉNERO Y EDAD COMBINADOS	Varones de 30 - 64 años	Varones y mujeres de 15 - 24 años Mujeres de 45 - 64 años
ESTADO CIVIL	Casados	Solteros
CLASE SOCIAL	Clase alta / media-alta	Obreros no cualificados o viejas clases medias

Las gestiones diversas están asociadas a un uso del móvil por motivos de trabajo, a juzgar por los rasgos sociodemográficos que identifican colectivos donde se encuentran mayores proporciones de entrevistados y también por otros rasgos como los siguientes: necesidad del móvil y el ordenador, fines u objetivos con los que usan el móvil y opiniones que mantienen acerca de las repercusiones del móvil y de Internet. Véase cuadro número 4.26.

²⁹ Es más probable que no lo usen para gestiones diversas cuanto más jóvenes sean.

CUADRO 4.26

Rasgos que caracterizan a quienes usan el teléfono móvil para llevar a cabo gestiones diversas

<i>En el conjunto de quienes tienen o han tenido teléfono móvil</i>	21,3%	(1562)
Es más probable que lo utilicen con este fin quienes:	%	(n)
SEGÚN LA POSESIÓN Y NECESIDAD DE LOS APARATOS		
Consideran el ordenador personal “bastante necesario”	30,7	(709)
Consideran el teléfono móvil “muy necesario” ³⁰	29,4	(350)
No tienen teléfono fijo en casa	26,9	(242)
SEGÚN EL USO QUE LE DAN AL TELÉFONO MÓVIL		
Usan el móvil más frecuentemente en el lugar de trabajo	61,6	(229)
Lo usan “mucho” para hablar	49,5	(182)
No lo usan para solventar casos de necesidad, urgencia o emergencia	32,2	(230)
Lo usan para localizar a los hijos varones durante la semana	31,1	(225)
Se comunican mediante el móvil con alguien que reside en otra ciudad de la misma provincia	29,7	(192)
No lo usan para quedar con determinadas personas	29,5	(278)
No lo usan para localizar a las hijas durante el fin de semana	27,3	(454)
No lo usan para localizar a las hijas durante la semana	27,2	(478)
No lo usan “nada” para enviar mensajes escritos	27,4	(548)
SEGÚN SUS OPINIONES SOBRE EL MÓVIL:		
En desacuerdo con la frase: “en el caso de las parejas separadas, el móvil permite el contacto con los hijos sin hablar con el/la excónyuge”	34,9	(258)
En desacuerdo con la frase: “el móvil permite a los jóvenes tener una intimidad o privacidad mayor en relación con sus amigos	33,9	(381)
En desacuerdo con la frase: “El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres”	27,9	(555)
SEGÚN SUS OPINIONES SOBRE INTERNET:		
De acuerdo con la frase: “Si no dispone de Internet, parece que no se es como los demás”	34,1	(457)
De acuerdo con la frase: “Internet resta comunicación en el interior de la familia”	26,3	(811)

Actividades para las que se utiliza Internet

Internet es una infraestructura tecnológica y una estructura organizativa que permite realizar muchas y diversas actividades. Todas ellas requieren un manejo de información orientado a un fin: enterarse de algo concreto o genérico (p.e., las no-

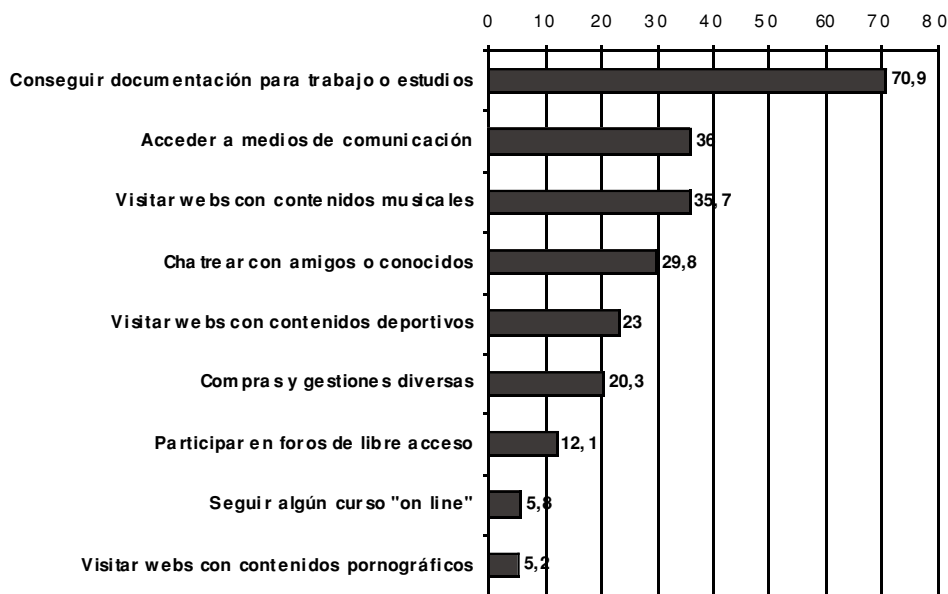
³⁰ Es más probable que lo usen para gestiones diversas cuanto más necesario consideren el teléfono móvil.

ticias de actualidad), escuchar música, ver películas de cine, conseguir aplicaciones informática, comprar o gestionar operaciones bancarias sin salir de casa o de la oficina, son acciones al alcance de los usuarios habituales.

Con la aplicación de cuestionarios en los domicilios sólo es posible conseguir cierta información a propósito de lo que hacen los encuestados sirviéndose de Internet. Como es sabido, la información que se obtiene está limitada, entre otros elementos, por el propio diseño del cuestionario (preguntas, alternativas de respuesta, orden adecuado o inadecuado, etc.) y por lo que cada entrevistado, en la situación creada con la visita del entrevistador, desea o piensa que debe manifestar. Factor especialmente relevante cuando a la persona entrevistada le parece que se le está formulando una pregunta comprometida. De ahí que, como suele decirse, no todo emerge en las encuestas. Aparecen con más facilidad las respuestas consideradas más correctas.

Se ha pedido a los consultados que indiquen para cuál de las siguientes actividades utilizan Internet habitualmente, dándoles la posibilidad de responder afirmativamente por todas ellas. El gráfico 4.27 refleja en qué proporción lo hicieron por cada una.

Entre las seis actividades más indicadas, algunas están claramente asociadas a la condición juvenil (visitar webs con contenidos musicales y chatear con amigos y conocidos), otras son más aludidas por los adultos que por los jóvenes (acceder a me-



Base: Quienes saben lo que es Internet y lo utilizan (n: 765)

GRÁFICO 4.27
Actividades para las que se utiliza Internet

dios de comunicación y hacer compras y gestiones diversas). De igual modo, las hay muy predominantemente señaladas por los varones de la muestra (visitar webs con contenidos deportivos) y otras más apuntadas por las mujeres que por los varones (conseguir documentación para trabajo y estudios).

Una representación aproximada de las condiciones de género y edad donde se localiza la mayor proporción de entrevistados que indicaron cada uno de los hábitos se pretende ofrecer en el gráfico número 4.28.

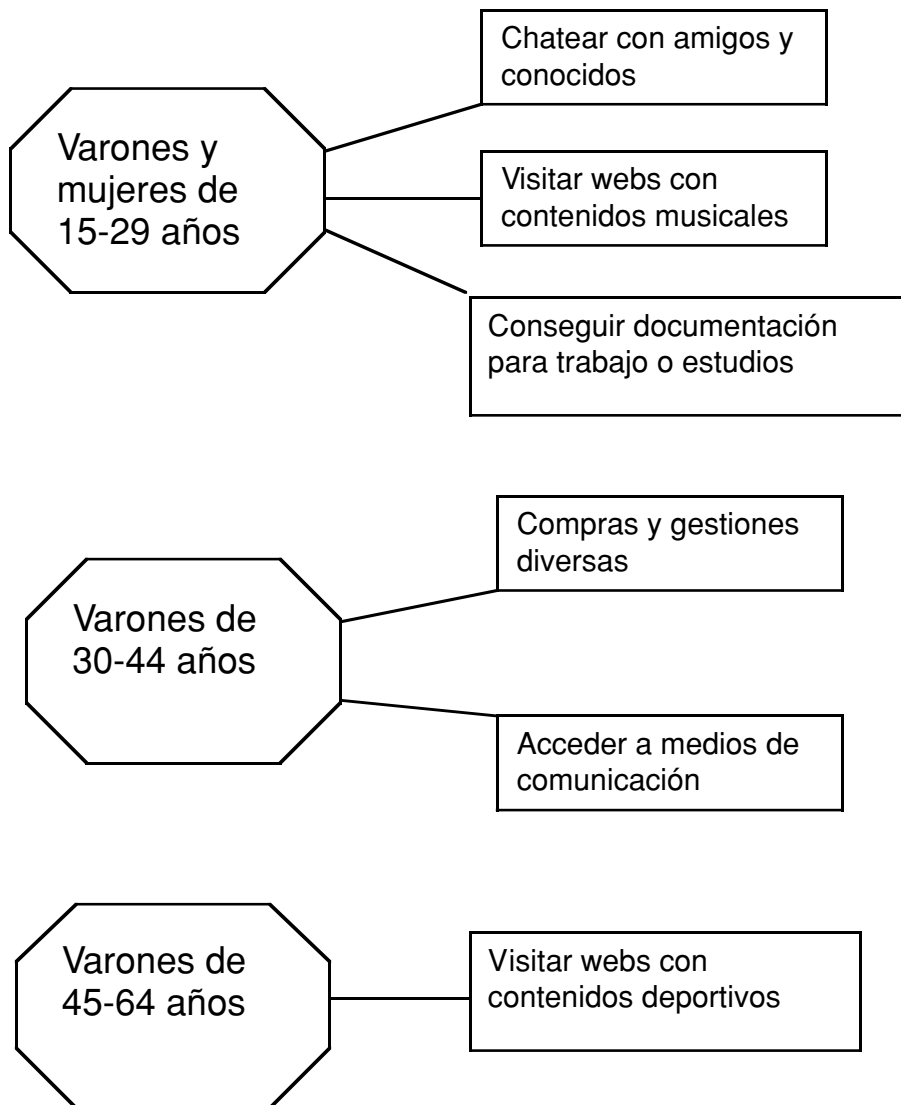


GRÁFICO 4.28
Géneros y edades asociados a cada actividad realizada por Internet

CUADRO 4.27
Actividades para las que se utiliza Internet, según la edad

	15 - 29 años	30 - 44 años	45 - 64 años	Totales
Conseguir documentación para trabajo o estudios	74,2	68,1	67,7	70,9
Acceder a medios de comunicación	28,8	46,4	33,9	36,0
Visitar webs con contenidos musicales	50,8	22,1	21,8	35,7
Chatear con amigos y conocidos	42,6	18,5	16,9	29,8
Visitar webs con contenidos deportivos	25,3	13,4	37,1	23,0
Compras y gestiones diversas	11,0	31,2	23,4	20,3
(n)	(364)	(276)	(124)	(764)

Base: Quienes saben lo que es Internet y lo utilizan (n: 765)

CUADRO 4.28
Actividades para las que se utiliza Internet, según el género

	Varones	Mujeres	Totales
Conseguir documentación para trabajo o estudios	68,9	74,6	70,9
Acceder a medios de comunicación	40,6	27,9	36,0
Visitar webs con contenidos musicales	36,3	34,8	35,7
Chatear con amigos y conocidos	31,8	26,5	29,8
Visitar webs con contenidos deportivos	31,6	8,0	23,0
Compras y gestiones diversas	24,0	13,8	20,3
(n)	(488)	(276)	(764)

Base: Quienes saben lo que es Internet y lo utilizan (n: 765)

4.4. EL SENTIDO DE LO GLOBAL Y LOCAL REFLEJADO EN EL USO DE LAS TIC

Por Santiago Lorente

Internet, para muchos, es símbolo de *globalización*, de universo mundo. Incluso la televisión y la radio. De ahí que, para finalizar el presente capítulo sobre necesidades y usos de las TIC por parte de jóvenes y adultos urbanos analicemos con cierto detenimiento la actitud ante lo global y lo local. Se ha convertido ya en lugar común, citada hasta la saciedad, la dicotomía de Castells sobre el *espacio de los flujos* y el *espacio de los lugares* (Castells, 1998), y de la mayor parte de los analistas desde James Martin, en los años 80 (Martin, 1980), que identifican, asocian o ade-

cuan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación al espacio de los flujos, a la trans-nacionalidad, a la superación de las fronteras, en definitiva, a la globalización. Félix Moral (1998) analizó este hecho en la sociedad española, llegando a la conclusión que la realidad es opuesta al discurso prevalente: la sociedad española, como cualquier otra sociedad, es fundamentalmente localista, y lo global, lo trans-nacional se queda para los grandes procesos que se han expuesto en el capítulo 1: la guerra, la economía, la banca, las grandes empresas trans-nacionales, la medicina, los grandes medios de comunicación social. Pero, como gustan decir los analistas norteamericanos, se piensa globalmente, se vive localmente. O, como dice el filósofo español José Antonio Marina, “la globalización está provocando un obsesivo afán de identidad que va a provocar muchos enfrentamientos. Nuestras cabezas se mundializan, pero nuestros corazones se localizan” (citado en www.proverbia.net).

Veamos, en primer lugar, el grado de identificación con los distintos ámbitos geográficos (Gráfico 4.29).

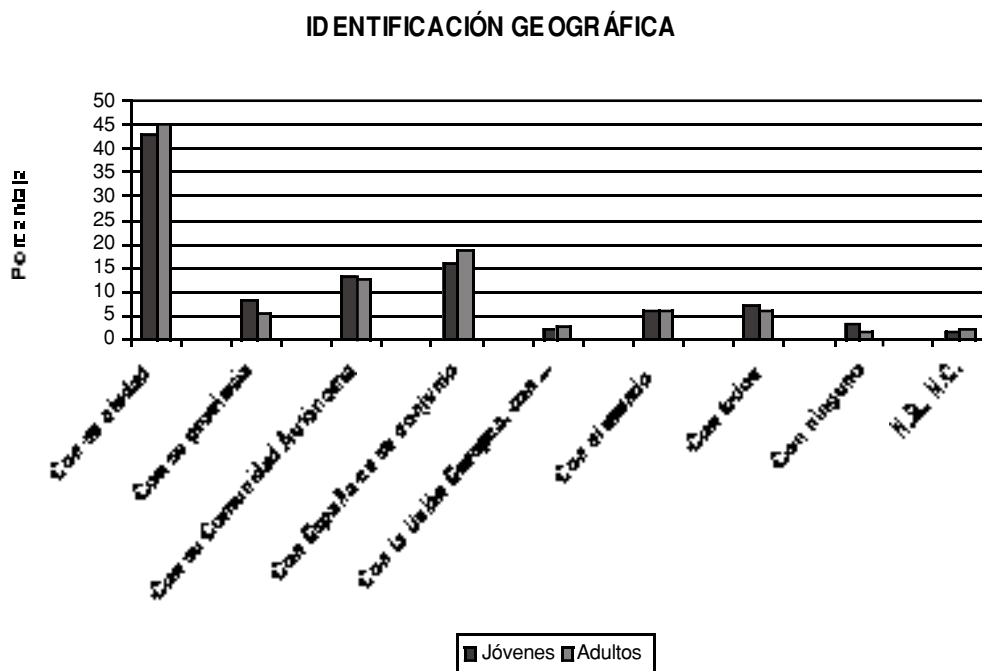


GRÁFICO 4.29
Identificación geográfica

La sociedad española es mayoritariamente *localista*, está identificada sobre todo con su ciudad, y con España en su conjunto, y menos con su provincia o con su Comunidad Autónoma, y prácticamente nada con otros países de la Unión Europea o del mundo. Todo ello, excepción hecha de Cataluña y País Vasco, como se aprecia tanto en Moral (1998) como en las correlaciones de la presente encuesta. Es curio-

so que la Unión Europea concita los menores porcentajes de toda la figura. Nótese también que apenas hay diferencias entre adultos y jóvenes, y éstos aparecen sólo levemente más universalistas. Pero, insistimos, sólo muy levemente. Estos resultados confirman plenamente los hallazgos de Moral antes citados.

Desagregando ahora estos resultados por las edades concretas de los jóvenes, se obtienen los resultados que se ven en el cuadro 4.29.

CUADRO 4.29
Identificación geográfica por edad de los jóvenes

	Ámbito	15-17	18-20	21-24	25-29
Con su ciudad	55,3	41,4	42,9	38,8	
Con su provincia	5,3	8,6	9,4	7,1	
Con su Comunidad Autónoma	11,7	11,2	13,5	14,7	
Con España en su conjunto	12,8	18,1	14,1	17,4	
(n)	94	116	170	224	

cc = 0,16; significatividad = 0,96

Como se ve, la correlación y la significatividad son exiguas, pero, con todo, se aprecian algunas *tendencias* en el caso de identificación con su ciudad (más los jóvenes que los mayores) y con España en su conjunto (más los mayores que los jóvenes).

Existen marcadas diferencias en la ubicación geográfica de los destinatarios de llamadas del teléfono fijo, del móvil y del correo electrónico. El gráfico 4.30 presenta los resultados.

UBICACIÓN DE DESTINARIOS A TRAVÉS DEL TF, TM Y CE

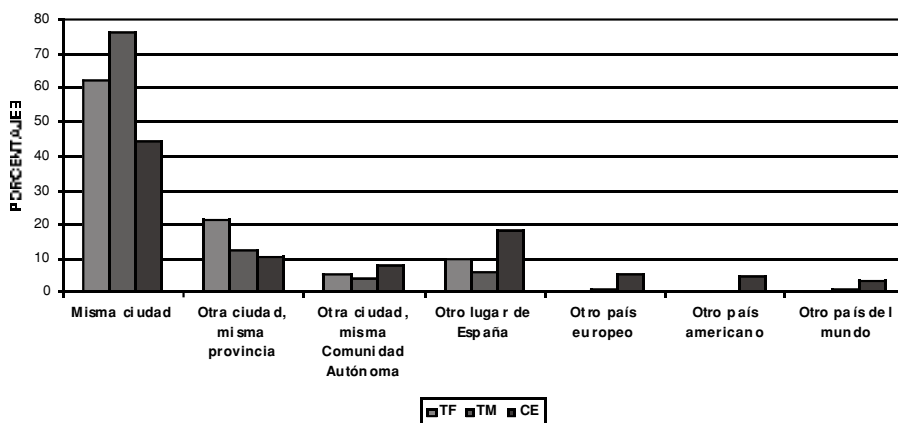


GRÁFICO 4.30
Ubicación geográfica de destinatarios de llamadas de teléfono fijo, teléfono móvil, y correo electrónico

La tendencia localista sigue siendo prevalente, aunque con matices. El dispositivo más fuertemente localista es el teléfono móvil, con el que tres cuartas partes de nuestros jóvenes se comunican con personas de su misma ciudad. Sin embargo, el correo electrónico matiza la aseveración del localismo, en el sentido de que un 18,4% de los encuestados jóvenes usan el correo electrónico para comunicarse con gente de otro lugar de España, un 7,4% con personas de otra ciudad de la misma comunidad autónoma, e incluso un 6,1% con personas de países americanos. En ninguno de los tres supuestos (teléfono fijo, teléfono móvil y correo electrónico) se dan diferencias estadísticamente significativas por tramos de edad entre los jóvenes.

Concluyendo, el correo electrónico es el dispositivo más universalista, dentro de lo poco que lo es, seguido del teléfono fijo y, por último, del teléfono móvil. Si se dan ponderaciones a los distintos ámbitos, en razón aproximada a su distancia geográfica, obtenemos los siguientes índices de globalidad:

Teléfono fijo = 0,83
Teléfono móvil = 0,76
Correo electrónico = 1,44

Si a todo ello se añade el hecho ya visto en los capítulos anteriores sobre la cercanía de las relaciones primarias, y cómo los jóvenes llaman a los jóvenes, dentro de su mismo entorno geográfico, se comprenderá que estamos ante un caso de auténtica *endogamia* favorecida y amplificadas precisamente por las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

4.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

En el resumen de este capítulo destacamos el relevo que está produciéndose en la sociedad española (si bien, basándonos en datos de la ciudadanía más urbana), en lo que se refiere a utilización de las TIC. Ponemos el énfasis en la adaptación de los jóvenes al teléfono móvil e Internet, con independencia de que les resulte necesario, o no, para trabajar (elemento más decisivo para los adultos) y nos servimos de lo expresado en los grupos de discusión para proponer el sentido que, a nuestro entender, tiene el uso de las TIC para jóvenes y adultos (con algunas diferencias entre mujeres y varones adultos). Finalmente, llamamos la atención sobre la correspondencia entre condiciones materiales de vida (estatus socioeconómico) y el manejo de información a través de las TIC.

Diferencias entre jóvenes y mayores en relación a sus respectivas utilidades (y finalidades de uso) del equipamiento disponible.

Es muy posible que los cambios tecnológicos obliguen a adaptarse a todos, y que su uso, antes o después, se extienda a todas las capas de la población (edades, clases sociales, etc.), pero los jóvenes son los más rápidos en aceptar las novedades y adaptarse a ellas, como habían señalado, antes de diseñar esta investigación, algunos autores. Entre otros, M. A. Sobrino:

“La familiarización con las tecnologías multimedia se produce con mayor celeridad cuando se trata de adolescentes o jóvenes; quienes, por otra parte, generalmente se transforman en los principales agentes de la penetración tecnológica y el cambio comunicativo en sus hogares”. (Sobrino: 1999, 62).

Entre las razones aducidas para plantear esta tesis, se encuentra la siguiente: quienes ahora son jóvenes han crecido con el mando a distancia, pasando de un programa a otro o de unos anuncios a otros, utilizando cadenas musicales o walkman, exponiéndose, en suma, a estímulos audiovisuales diversos.

Resultaba lógico esperar que, en función de sus respectivos hábitos, jóvenes y mayores se diferenciaron de la manera siguiente:

- a) Los mayores (padres y abuelos), más apegados al teléfono fijo y prestando más atención a las producciones audiovisuales de la radio o la televisión.
- b) Los jóvenes (adolescentes y jóvenes mayores de edad) sacando partido a las cualidades del teléfono móvil y siguiendo con más interés las producciones multimedia, a través del ordenador.

La encuesta aplicada ha confirmado que los jóvenes son, en ocasiones, los principales usuarios (a veces, únicos) del equipamiento en “nuevas” TIC ³¹ y, como tales, influyen en la decisión de compra y en la elección del equipo. En el capítulo que ahora resumimos, hemos aportado datos indicativos de las diferencias entre jóvenes y adultos en cuanto a posesión, uso y necesidad de las TIC consideradas en esta investigación.

Entre las manifestaciones más claras de la aceptación de las TICs y sus utilidades por parte de la juventud se encuentran las siguientes:

- a) Los jóvenes sienten la necesidad de los aparatos que les proporcionan información y comunicación.
- b) Son usuarios habituales de estas tecnologías.
- c) Crean que sus repercusiones sociales son más bien positivas, como se verá en el capítulo 6.

En las dimensiones estudiadas hasta aquí (necesidad y utilización) los jóvenes (entre 15 y 29 años) que viven en ciudades de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia, se muestran más “tecnófilos” que los adultos (entre 30 y 64 años) que habitan en el mismo universo poblacional.

Los cuadros siguientes reflejan, de modo sucinto, las diferencias entre esos dos grandes grupos (digamos “jóvenes” y “adultos”, por simplificar), en cuanto a necesidades y usos.

³¹ Que sean los principales usuarios es una de las razones por las cuales muchas personas piensan que, probablemente, sean los más influidos por las producciones que llegan a través de las TIC.

CUADRO 4.30

Diferencias entre jóvenes y adultos, según estimen su necesidad de las TIC

Entre los JÓVENES son más numerosos los que:	Entre los ADULTOS son más numerosos los que:
* consideran muy o bastante necesario el teléfono móvil, el ordenador, el correo electrónico y el acceso a páginas web.	* consideran muy o bastante necesario el teléfono fijo y el televisor.

CUADRO 4.31

Diferencias entre jóvenes y adultos, según los usos que hacen de las TIC

	Entre los JÓVENES son más numerosos los que:	Entre los ADULTOS son más numerosos los que:
TELÉFONO MÓVIL	<ul style="list-style-type: none"> * Usan “mucho” / ”bastante” el móvil para hablar. * Usan “mucho” / ”bastante” el móvil para enviar mensajes escritos. * Usan el móvil para mantener conversaciones largas. 	<ul style="list-style-type: none"> * Usan “poco” el móvil para hablar. * Usan “poco” / “nada” el móvil para enviar mensajes escritos. * Usan el móvil para gestiones diversas.
INTERNET	<ul style="list-style-type: none"> * Usan Internet para chatear con amigos y conocidos. * Usan Internet para conseguir documentación para su trabajo o estudios. * Usan Internet para visitar webs con contenidos musicales. 	<ul style="list-style-type: none"> * Usan Internet para compras y gestiones diversas. * Usan Internet para acceder a medios de comunicación. * Usan Internet para visitar webs con contenidos deportivos.

Cabe complementar las estimaciones cuantitativas que hace posible la encuesta con algunas de las expresiones obtenidas en los grupos de discusión: aquellas que ilustran el sentido que tienen el teléfono móvil e Internet para los jóvenes y los adultos.

El sentido que tiene el móvil para jóvenes y adultos

Es posible que, en una parte importante de los hogares españoles, hayan sido los jóvenes los introductores de los teléfonos móviles; pero, en otros muchos casos, quien primero ha llevado el móvil a la casa ha sido el padre, por haber comenzado a utilizarlo como herramienta que facilita o agiliza el trabajo. Ese sigue siendo su principal valor de uso para los varones adultos. Las madres suelen darle un uso más orientado a la comunicación intra-familiar, aunque sólo sea una comunicación útil para localizar y estar localizables para los hijos. En ocasiones, el móvil de la madre cumple la función de un segundo móvil para los hijos, dado que les permite tener

una comunicación más barata que si llamasen a un fijo; o incluso gratuita, como en el caso de las llamadas perdidas que la madre tiene que devolver.

“No salgo casi de casa y no lo uso, y en los viajes lo lleva mi marido. Lo tengo porque a los chicos, que todos tienen móvil, les sale más barato que llamarme al fijo” (G. D. Adultos, Madrid).

Las madres dicen hacer un uso del teléfono móvil que responde a necesidades concretas, aunque es evidente que algunas de ellas son necesidades creadas por el propio móvil.

“Porque cuando estás en la calle te resulta más práctico que buscar cabinas, por si te pasa algo en la carretera, para quedar cuando nos vamos a esquiar y cada uno está en una pista...” (G. D. Adultos, Madrid).

Elegir entre el fijo y el móvil es una opción racionalizada por los adultos en función de la comodidad y de la economía doméstica. Los mayores de 30 años (habituados al teléfono fijo, antes de que apareciera el móvil), conciben el móvil a partir de su diferencia con el fijo. Así, mientras el fijo continua siendo un medio de comunicación “para hablar”, “conversar”, el móvil es un medio para dar recados y resolver situaciones.

“Yo lo uso porque para llamar a un móvil te sale más barato desde el móvil que desde el fijo” (G. D. Adultos, Madrid).

“Cuando llamas a alguien para saber cómo está y hablar con ella lo haces por el fijo” (G. D. Adultos, Madrid).

Frente a un tipo de uso más bien práctico y racional del móvil que dicen realizar los adultos, los jóvenes se lanzan a incursionar en todas sus posibilidades y novedades, aunque siempre limitados por el costo. La elección, para ellos, no consiste en optar entre el fijo y el móvil, sino más bien entre la conversación oral o el intercambio de mensajes escritos, según pese más la economía o la necesidad de hablar.

“Escribo mensajes porque es más barato” (G. D. Jóvenes, Valencia).

“Enviando mensajes no te entiendes tanto (...) Para comunicarte con una persona lo mejor es hablando. Yo los mensajes los utilizo para cosas concretas, para decir: hola ¿cómo estás? no, porque no tiene gracia”. (G. D. Jóvenes, Barcelona).

El sentido que tiene Internet para jóvenes y adultos

Los datos de la encuesta realizada para este estudio ponen de manifiesto que las actuales generaciones de jóvenes aceptan y se apropian de la telefonía móvil, la informática y ciertas posibilidades que brinda Internet. Esa tecnofilia se expresa por

parte de los mismos sectores que dicen necesitar poco o nada la televisión y el teléfono fijo, a la vez que hacen explícito su desacuerdo con que Internet o/y el móvil tengan efectos sociales indeseables.

Ciertamente, estas tecnologías están facilitando cada vez más las comunicaciones interpersonales. Y se comprende que los jóvenes sean tan favorables a los programas informáticos, tipo Messenger, que posibilitan entrar en conversación con quien se desea, si se comparte la aplicación. En este sentido, la encuesta refleja poco uso de los chat, quizás en declive. Los comentarios recogidos en los grupos de discusión se refieren a los chat como un juego, una ficción y no como un medio para comunicarse o entablar relaciones .

“...Yo tengo familia en Colombia, desde que tenemos el messenger yo hablo casi cada semana o cada quince días con alguien de allá. Es muy cómodo...” (G. D. Jóvenes, Barcelona).

“...No es tan frío como un chat donde no conoces a nadie. Aquí es con gente que conoces. Yo tengo un amigo en el País Vasco y el messenger es la única manera que tengo de comunicarme con él, a parte de que me envía imágenes...hace cuatro años que no lo veo y así continuo teniendo contacto con él” (G. D. Jóvenes, Barcelona).

“...El MSM ha suplantado al chat. El chat es una mentira que se usa para jugar como el juego de rol, para divertirse” (G. D. Jóvenes, Valencia).

Por su parte, los adultos han encontrado en el correo electrónico un modo sencillo y económico de mantener relaciones con familiares y amigos que están fuera de la ciudad y del país.

“Hasta que no hemos tenido correo, los hermanos no nos hemos escrito. Sólo nos llamábamos de vez en cuando y ahora recibo cosas todas las semanas y estamos en contacto” (G. D. Adultos, Madrid).

Pero antes de usarlo para las relaciones personales, muchos adultos han llegado a Internet y al correo electrónico por exigencias del trabajo.

“Yo he aprendido casi por obligación por el trabajo. (...) Todavía no me encandila del todo, pero me es útil. Hay cosas que sigo haciendo en papel. Pero la posibilidad de consultar y preguntar por correo electrónico a los compañeros, eso es una maravilla y te da una dimensión estupendísima” (G. D. Adultos, Madrid).

El uso de Internet como forma de pasar el tiempo libre parece ser más propio de jóvenes que de adultos y, en ambos grupos de edad, tiene más interés lúdico para los varones que para las mujeres. Los varones jóvenes (especialmente, los interesados en la exploración tecnológica y en lograr las cosas por sí mismos) dan la sensación de obtener grandes satisfacciones y preferir su entretenimiento con Internet a otras alternativas de ocio.

“Hay muchas más cosas en Internet, está el MP3, donde tienes canciones que puedes bajarte, además “pelis” de estreno que acaban de salir en vídeo o que todavía no están en el cine” (G. D. Jóvenes, Barcelona).

En cambio, entre las mujeres jóvenes es más frecuente incorporar este dispositivo tecnológico a su vida como un elemento más de los que pueden utilizar, ya sea para comunicarse, para buscar información o para entretenerse.

*“A mí me gusta más leerme un libro que estar en Internet”
“Durante la semana hago muchas actividades y cuando llego a casa cenó y ya no me queda tiempo (...) me aburre. Me conecto al messenger y siempre está la misma gente, es super impersonal, qué quieres que les explique...”*
(G. D. Jóvenes, Barcelona).

Internet y la brecha digital

Tal como hemos señalado más arriba, los datos de la encuesta que hemos explotado indican que los jóvenes españoles están situados del lado de la tecnofilia más que del lado de la tecnofobia. En España, como en otros países del mundo, la juventud ha adoptado las TIC aparecidas y desarrolladas en los últimos años, de tal manera que, además de utilizarlas, las considera necesarias en su vida y las valora positivamente, con menos recelo que las personas mayores.

Ahora bien, junto con este hecho, se constata también que las mayores proporciones de usuarios aparecen entre quienes pertenecen a las clases sociales alta y media y entre quienes tienen estudios universitarios. Lo cual indica que la llamada “brecha digital” no es sólo una brecha generacional, aunque lo parezca cuando oímos frases como esta:

“Le dije a mi madre que estaba navegando y me preguntó si no me mareaba” (G. D. Jóvenes, Barcelona).

Junto con la brecha generacional, existe una división social que no se resolverá por sí sola con el paso del tiempo. El estatus socioeconómico es una de las variables que más discriminan tanto la posesión como el uso de las tecnologías info-comunicativas: los no conectados suelen ser los más pobres, con empleos más precarios o sin empleo, jubilados, amas de casa y, en general, personas con muy pocos estudios reglados.

Recientemente³², se ha conocido un estudio publicado por el Instituto Internet de la Universidad de Oxford, que parece destinado a tranquilizar la conciencia de los políticos británicos, temerosos de “que la riqueza crearía un abismo entre las

³² EL PAIS, 19-09-2003.

personas educadas en el uso del ordenador y el resto, privando a los pobres de una habilidad vital para obtener trabajos mejor remunerados en un mundo cada vez más técnico”. La conclusión tranquilizadora de dicho estudio es que *el dinero no es el principal factor que determina los patrones del uso de Internet en los países occidentales, sino la edad*. “Todo se relaciona con la edad y no tanto con la clase social”, en palabras atribuidas al profesor Richard Rose, director del proyecto.

Sin embargo, la experiencia del Reino Unido en cuanto a penetración y utilización de ordenadores en los hogares y los centros de enseñanza no es generalizable a otros países occidentales, que, como España, no han avanzado tanto en la misma dirección. El Foro Económico Mundial que realiza el *Informe global sobre tecnologías de la información*, sitúa a España en el puesto 29º de la clasificación general. En 2002 ocupaba el 25º, pero ha sido superada por Luxemburgo, Italia, Malaisia y Malta, que no aparecía en el estudio de 2002. Entre los indicadores que dan lugar a esta posición, se encuentran: el porcentaje de hogares con acceso a Internet, la “priorización de las TIC [tecnologías de la información y las comunicaciones] por parte del Gobierno” y el “éxito del Gobierno a la hora de promocionar las tecnologías” (en el caso de España, el fracaso en la implantación de los dos primeros planes para el desarrollo de la sociedad de la información (Info XXI y España.es).³³

CUADRO 4.32
Índice de desarrollo tecnológico

Posición 2003	Clasificación por países		Posición 2002
	Posición 2002	Posición 2003	
1 EEUU	2 ↑	16 Israel	12 ↓
2 Singapur	3 ↑	17 Taiwan	9 ↓
3 Finlandia	1 ↓	18 Hong Kong	18 =
4 Suecia	4 =	19 Francia	19 =
5 Dinamarca	8 ↑	20 Corea	14 ↓
6 Canadá	6 =	21 Austria	16 ↓
7 Suiza	13 ↓	22 Irlanda	21 ↓
8 Noruega	17 ↑	23 N. Zelanda	23 =
9 Australia	15 ↑	24 Bélgica	22 ↓
10 Islandia	5 ↓	25 Estonia	24 ↓
11 Alemania	10 ↓	26 Malaisia	32 ↑
12 Japón	20 ↑	27 Malta	—
13 Holanda	11 ↓	28 Italia	26 ↓
14 Luxemburgo	27 ↑	29 España	25 ↓
15 Reino Unido	7 ↓	30 Eslovenia	33 ↑

Fuente: Foro Económico Mundial.

³³ Información obtenida de EL PAIS.es, 9-12-2003.

Todo ello representa una poderosa razón para continuar investigando en la línea de lo que ya fue defendido por diversos autores a propósito del consumo de los Medios de Comunicación de Masas. Véase, por ejemplo, la propuesta de María Teresa Quiroz (1997, 150):

“Es por lo tanto indispensable considerar los espacios sociales y las realidades de existencia tan distintas (la vida urbana y la rural, las familias con escasos recursos, el acceso a una educación básica o a una educación superior, las familias y sus hábitos particulares de acuerdo con características étnicas regionales, de clase, etc.) a partir de los cuales los medios son consumidos. Este punto de partida permite entender el modo diferente en que los mensajes masivos se adoptan, se valoran, y se les otorgan sentido, además de las diferentes necesidades que los medios de comunicación van a cubrir.”

En general, las diferencias (en razón de factores sociológicos), que se observan en las actitudes y usos con que se acercan los jóvenes a los ya convencionales MCM, se reproducen en el uso de productos e instrumentos multimedia, caracterizados por la interactividad y la pluralidad de formas de expresión (texto, audio, vídeo). Y se manifiestan en el terreno de las opiniones, como se describe en el capítulo 6.

5. LAS TIC, LOS JÓVENES Y LAS ESTRUCTURAS DE PODER EN LAS FAMILIAS

En este capítulo se van a analizar temas de alto interés relacionadas con el poder en la familia. En primer lugar, se estudiará quiénes y cómo toman las decisiones en la familia respecto a la compra de algunas tecnologías.

El segundo apartado es de capital importancia en la cuestión de quién ostenta el poder en la familia, y tiene que ver con la transmisión de conocimientos sobre cómo usar las tecnologías. Quién enseña a quién.

Un tercer apartado aborda la existencia o no de reglas y controles en el uso de las tecnologías: quiénes y qué controlan (tiempo y tipo de uso).

La implantación de reglas y controles está relacionada con la existencia de posibles conflictos por el uso del televisor y el ordenador, que constituye el cuarto asunto abordado en este capítulo.

Por Diego Becerril

5.0. INTRODUCCIÓN

Las TIC han abierto un nuevo espacio, dentro de la familia, donde poder examinar las relaciones y estructuras de poder³⁴. El uso de las TIC en el hogar implica la elección de quien es el usuario que se impone y de quien elige cómo usar las TIC. Incluso, antes de llegar al uso concreto existe la propuesta de compra, la compra real y el pago de la factura, decisiones que implican la puesta en juego del poder.

Las dimensiones en las que se puede manifestar el poder son muy diversas: entre la pareja, de padres a hijos, entre hermanos mayores y menores, etc. Algunas formas de

³⁴ El poder lo entendemos como la habilidad de una persona para imponer su voluntad sobre otras.

poder están culturalmente admitidas, como es el caso de las decisiones que los padres adoptan sobre los hijos en materia de educación o salud, pero otras no están consensuadas socialmente, e incluso en otras el consenso no es la realidad. Para este último caso piénsese en la noción de igualdad de poder entre la pareja y la realidad mayoritaria de las familias. En el análisis no va a determinarse el estudio según una dimensión concreta sino que se estructuran en función de las TIC y los conflictos que suponen.

El varón es quien, tradicionalmente, ha tenido el poder sobre la mujer y los hijos, situación que, sin embargo, está cambiando muy rápido en las familias contemporáneas³⁵. Además de que, obviamente, el poder nunca es absoluto desde una persona hacia el resto de familiares, es dinámico y mutable. En realidad, puede afirmarse que la mujer siempre ha tenido fuentes de poder a su alcance, ejercitándolas en la medida de sus posibilidades.

En cualquier caso, el poder en la familia es, en muchas ocasiones, no tanto visible como invisible. Como forma de influencia indirecta es muy utilizado en la familia y puede ser más efectivo que el ejercicio del poder directo, que también existe. Sin necesidad de confrontaciones y con armonía, las familias tienen definidas sus estructuras de poder.

El análisis va a detenerse, en primer lugar, en comprender quien genera las primeras decisiones en torno a las TIC, esto es, quien propone su compra y quien las compra. Junto a esto, es significativo conocer quien paga la factura que generan las TIC, especialmente del teléfono móvil.

Tras este primer apartado se examina la transmisión de conocimientos como configuración de relaciones de poder basadas en el aprendizaje y enseñanza de las TIC.

Otra dimensión es el papel que en torno a las TIC tiene la implantación de reglas y controles de uso, que sería una forma clara de controlar y ejercer poder sobre otros usuarios. Poder que, no obstante, puede generar conflictos entre los miembros de la familia, realidad examinada también en este capítulo. El conflicto está centralizado en la televisión y el uso del ordenador e internet.

El último apartado está dedicado al conocimiento paterno del ciberespacio visitado por sus hijos, lo que nos ofrece un panorama del posible rol de los padres en una de las TIC con mayor perspectiva de futuro y cada vez más implantada en la vida cotidiana de los jóvenes.

5.1. LAS DECISIONES FAMILIARES: PROPUESTAS, COMPRAS Y PAGOS

Por Diego Becerril

Entre las opciones de poder en torno a las TIC, la primera y determinante es, obviamente, la decisión misma de que éstas existan en la familia o no. Este es el

³⁵ En esta línea, uno de los analistas más sobresalientes de la Sociedad de la Información, (Castells 1998:159 y ss) define la familia de la era de la información como la del fin del patriarcado.

punto central determinante del impacto de las TIC y probablemente su gestión y utilización. Las decisiones familiares que son objetivo en este apartado se refieren a la propuesta de la compra, la compra efectiva y el pago de la factura.

La TIC que más oportunidades ofrece para analizar estos procesos de poder en la familia es el teléfono móvil. Tiene además la ventaja de ser la TIC donde más implicada se encuentra la juventud y puede facilitarnos el análisis multigeneracional. Por ello, la mayor parte de este apartado se refiere al móvil, y únicamente en la propuesta de compra se ha incluido al ordenador como segunda TIC analizada.

La propuesta de compra

La propuesta de compra se refiere a la persona que en primer lugar sugirió la compra de una determinada TIC. Para el caso del móvil va a referirse al primer móvil que se tuvo. De esta forma se identifican las personas que en la familia han sido los iniciadores en las TIC, los primeros que proponen su adquisición.

El cuadro 5.1 ofrece información sobre la propuesta de compra del teléfono móvil y su desagregación según los grupos de edad.

CUADRO 5.1
Propuesta de compra del teléfono móvil según edad

	Jovenes	Adultos	Total
El/ella mismo/a	74,2	56,3	62,7
Su padre	6,8	0,2	2,6
Su madre	3,4	0,3	1,4
Padre-Madre conjuntamente	2,3	1,1	1,5
Su pareja	5,9	11,3	9,4
A medias con su pareja	0,5	5,2	3,5
Un hermano varón	0,9	0,8	0,9
Una hermana	1,1	–	0,4
Un hijo varón	–	4,5	2,9
Una hija	–	3,1	2,0
Entre dos o más hijos	0,2	–	0,1
Otros	4,1	16,4	12,4
Ns/Nc	0,4	0,4	0,3
(n)	(555)	(1009)	(1562)

CC: 0,36 Nivel de significatividad: 0,00

Atendiendo a la columna de totales, resulta evidente que quien mayoritariamente propone comprar el móvil es la propia persona (62%), de forma muy destacada respecto al resto de posibilidades. A distancia sería la propuesta por otras personas (12%), o, en tercer lugar, la pareja, con un 9%.

La diferenciación por edad nos permite comprobar que son los jóvenes quienes, en tres de cada cuatro casos, proponen ellos mismos la compra, en los adultos la proporción disminuye a un 56%. En los jóvenes tiene bastante relevancia la propuesta recibida por parte de los padres (12%), siendo el doble la presencia del padre

(6%) que la de la madre (3%), y menor la conjunta (2%). Por el contrario, es muy baja la influencia de la pareja y del resto de personas.

Para los adultos, la iniciativa propia es menor y tienen una influencia significativa las propuestas de la pareja (16%), bien sea sola (11%) o conjuntamente con ella (5%), y las recibidas de otras personas (16%), cuatro veces superior al de los jóvenes. Por otra parte, es preciso anotar la influencia de los hijos, que proponen a los padres la compra de un móvil en el 7% de las ocasiones (4% del hijo varón y 3% de la hija). Este porcentaje, sin embargo, es más bajo de lo que generalmente se supone, pues se tiende a pensar que los jóvenes son quienes inducen a los adultos a comprar móviles. Este hecho se comprueba que no es cierto y está limitado a un porcentaje minoritario.

En la propuesta de compra, el teléfono móvil lo podemos contrastar con la propuesta del ordenador (Cuadro 5.2).

CUADRO 5.2
Propuesta de compra del ordenador según edad

	Jovenes	Adultos	Total
El/ella mismo/a	41,6	37,8	39,3
Su padre	18,2	1,0	7,1
Su madre	3,9	0,6	1,7
Padre-Madre conjuntamente	7,0	6,4	6,6
Su pareja	3,9	11,8	9,0
A medias con su pareja	3,1	7,1	5,7
Un hermano varón	7,8	4,0	5,4
Una hermana	3,9	0,4	1,6
Un hijo varón	0,3	22,1	14,4
Una hija	-	4,5	2,9
Entre dos o más hijos	4,2	1,0	2,1
Otros	5,5	2,4	3,5
Ns/Nc	1,1	1,0	0,9
(n)	(385)	(706)	(1089)

CC: 0,45 Nivel de significatividad: 0,00

En el ordenador la frecuencia mayoritaria es la propuesta por la misma persona, pero con menor porcentaje que en el caso del móvil. Esto significa que la propuesta de compra del ordenador está más repartida entre los miembros de la familia. En la columna de totales, es un 39% quien lo propone el/ella mismo/a, seguido de un 14% donde ha sido el hijo varón y un 9% la pareja. La novedad en estas propuestas, frente a las del móvil, es la presencia significativa de los hijos varones.

Interesa especialmente la diferenciación por edad. En este sentido, los jóvenes son una vez más quienes más proponen la compra del ordenador (41%), pero esta vez no de una forma tan destacada respecto a los adultos (37%). Sí es relevante el

porcentaje de jóvenes que identifican a los padres con la propuesta (29%), refiriéndose al padre varón (18%) con más frecuencia que a la madre (4%) o a ambos conjuntamente (7%). Comprar un ordenador, por tanto, y reconocido por los hijos, es sugerido, en prácticamente uno de cada tres casos, por los padres a los hijos. Es un dato significativo del papel de los padres respecto a las TIC.

En los jóvenes son destacadas las propuestas realizadas por los hermanos/as (11%), con más alusiones a los hermanos varones sobre las hermanas. El varón va a tener en el ordenador un peso específico como veremos más adelante, que no lo registran las mujeres.

Los adultos no reciben propuestas significativas de los padres o de los hermanos/as pero, en cambio, tienen sus familiares específicos a la hora de proponer. Efectivamente, en los adultos es relevante la propuesta realizada por sus hijos/as (26%), que en la compra del ordenador están más presentes que en la del móvil. Y, como comentábamos, el hijo varón propone con mucha mayor frecuencia (22%) que la hija (4%) la adquisición de un ordenador. Nótese, en relación a esta relevancia masculina, que, aunque en los adultos los hermanos no proponen casi nunca, son más frecuentes los hermanos varones (4%) y casi inexistentes las hermanas (0,4%).

Asimismo, en los adultos hay otras propuestas señaladas que son las de la pareja (18%), decisiones adoptadas casi siempre por la pareja (12%) y, en menor medida, de forma conjunta (6%).

En conclusión, tal y como refleja el Gráfico 5.1, la propuesta propia de compra tanto del móvil como del ordenador registra un aumento desde comienzos de la ju-

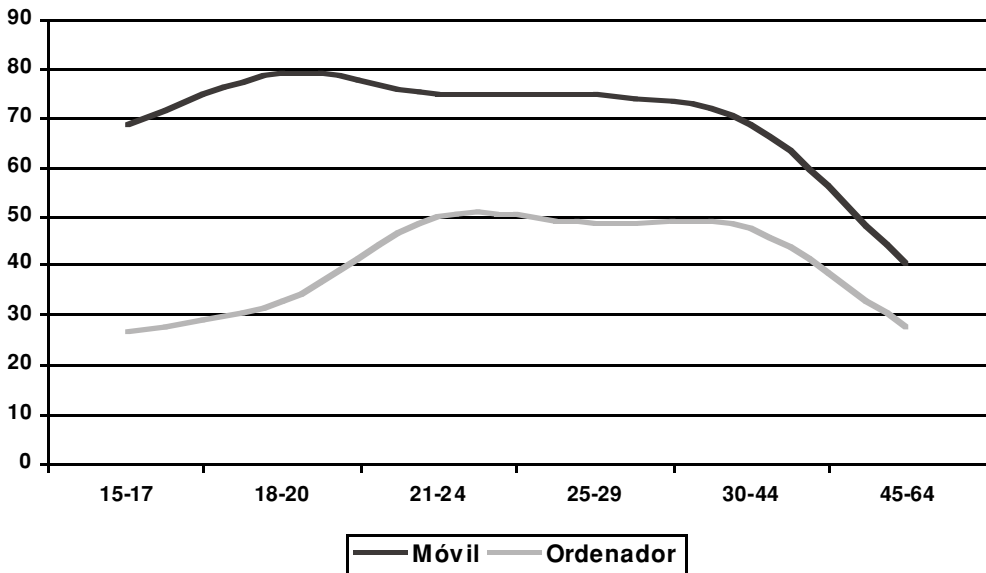


GRÁFICO 5.1
Propuesta de compra por la propia persona

ventud hasta los grupos mayores, se mantiene estable en las edades adultas y cae en las edades superiores a 45 años, donde la iniciativa es claramente de otras personas.

Ante los datos anteriores, la siguiente variable a considerar es el género. Para las propuestas de compra del móvil (Cuadro 5.3), los varones son quienes, en mayor medida que las mujeres, han sugerido ellos mismos la compra. Además, los varones han estado más influidos por la propuesta de otras personas, mientras que las mujeres, de recibir propuestas, las reciben más dentro del núcleo familiar.

El rol del varón como iniciador de la adquisición de móviles en la familia es claro. Para las mujeres, su pareja se sitúa en primer lugar dentro de las personas que proponen comprar un móvil, hecho que es cuatro veces menor a la inversa. Además, la propuesta de los hijos varones es significativa, pero no tanto para los varones mismos sino para las mujeres, donde duplica los porcentajes respecto a las hijas. De la misma forma, las propuestas de los hermanos varones siempre son superiores a las de las hermanas, y la de los padres respecto a las madres.

CUADRO 5.3
Propuesta de compra del teléfono móvil según género

	Varones	Mujeres	Total
El/ella mismo/a	74,2	56,3	62,7
El/ella mismo/a	65,3	59,5	62,7
Su padre	2,1	3,2	2,6
Su madre	1,5	1,3	1,4
Padre-Madre conjuntamente	1,8	1,2	1,5
Su pareja	4,1	16,2	9,4
A medias con su pareja	2,7	4,4	3,5
Un hermano varón	1,0	0,6	0,9
Una hermana	0,3	0,4	0,4
Un hijo varón	1,7	4,4	2,9
Una hija	1,8	2,2	2,0
Entre dos o más hijos	–	0,4	0,1
Otros	16,9	6,6	12,4
Ns/Nc	0,6	–	0,3
(n)	(874)	(686)	(1562)

CC: 0,26 Nivel de significatividad: 0,00

Y no es una tendencia restringida al caso del móvil. En las propuestas referidas al ordenador (Cuadro 5.4) los datos son similares. Los varones toman más la iniciativa de proponer la compra pero, si no la toman ellos, ha sido sugerida bien por el hijo varón (13%), el hermano varón (7%) o el padre (6%), decayendo la influencia de otros, que para el caso de los móviles era significativa.

Para las mujeres, la diferencia es que muy pocas veces son ellas mismas quienes proponen comprar un ordenador (23%), si bien sigue siendo la situación más frecuente. De ser sugerido por otro, la pareja tiene una especial relevancia, bien haya

sido por sí misma (18%) o conjuntamente (10%), seguido de la influencia ejercida por los hijos varones (15%) o el padre (8%).

CUADRO 5.4
Propuesta de compra del ordenador según género

	Varones	Mujeres	Total
El/ella mismo/a	50,8	23,1	39,3
Su padre	6,3	8,2	7,1
Su madre	1,1	2,7	1,7
Padre-Madre conjuntamente	7,1	5,8	6,6
Su pareja	2,7	17,8	9,0
A medias con su pareja	2,7	10,0	5,7
Un hermano varón	6,9	3,1	5,4
Una hermana	1,1	2,2	1,6
Un hijo varón	13,5	15,6	14,4
Una hija	1,6	4,9	2,9
Entre dos o más hijos	2,5	1,6	2,1
Otros	3,6	3,3	3,5
Ns/Nc	0,2	1,8	0,9
(n)	(636)	(450)	(1089)

CC: 0,37 Nivel de significatividad: 0,00

Por tanto, en el ordenador encontramos de nuevo una mayor presencia de los familiares en la propuesta de compra y de un lugar determinante del varón cuando se trata de comprar TIC. En todos los casos (el/ella mismo/a, padres, hijos/as, hermanos/as, pareja) la propuesta de compra es más frecuente en los varones que en las mujeres, es más una cuestión de género que de posición en la estructura familiar.

La determinación del género es significativa según la edad, aunque en la propuesta de compra del móvil los jóvenes no muestran diferencias según el género, sí aparece en los adultos. Por contra, en el ordenador, tanto unos como otros son influidos por el género. Esto significa que cuando se desea comprar un móvil las diferencias entre varones y mujeres no existen para los jóvenes pero, cuando se propone adquirir un ordenador en los jóvenes (al igual que en los adultos) existen significativas diferencias por género, siendo preponderante la iniciativa o la sugerencia del varón.

Existen otras dos variables que discriminan los resultados de propuesta de compra para las TIC: la clase social y el nivel de estudios. Son variables significativas que intervienen para la población total o para los adultos pero no para los jóvenes, donde los resultados son iguales con independencia de la clase social o nivel de estudios. Atenderemos en primer lugar a la diferenciación de la propuesta de compra del móvil según la clase social (Cuadro 5.5).

En la clase social, la propuesta propia para adquirir un móvil presenta unos porcentajes similares, si bien quienes más toman la iniciativa son las personas de clase alta o media alta con una ligera diferencia. Sin embargo, en estas clases altas la pa-

reja tiene muy poca importancia, frente a la que tiene en otras clases como las viejas clases medias o los obreros no cualificados. Si a esto le añadimos la poca determinación de los hermanos/as e hijos/as, en las clases altas parece configurarse, difuminadamente, una autodeterminación mayor en cuanto a adquirir el móvil, dejando poco margen a las propuestas de otros familiares.

En el extremo opuesto, en los obreros no cualificados la propuesta por parte de la pareja ha sido relativamente frecuente (15%) y las hijas registran, curiosamente, un alto porcentaje (10%)³⁶. Este dato es más excepcional cuando la situación en el resto de categorías es, no sólo de existencia de las propuestas del hijo varón sino de preponderancia de él frente a las hijas. No obstante, al estar el móvil como TIC muy distribuida por las clases sociales las tendencias presentan excepciones en determinados casos.

Más sólidos son los resultados por clase social en referencia a la propuesta de compra del ordenador (Cuadro 5.6). Se observa con más claridad que son en las clases altas donde mayor iniciativa propia existe a la hora de “autoproponerse” la compra de un ordenador, reduciéndose el porcentaje a medida que se desciende de clase social. Para el resto de categorías la propuesta de otros familiares es más determinante en las clases medias y bajas que en las clases altas.

CUADRO 5.5
Propuesta de compra del teléfono móvil según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
El/ella mismo/a	69,6	58,4	64,0	58,1	67,3	62,7
Su padre	2,3	2,5	6,7	2,1	2,7	2,6
Su madre	1,0	1,6	2,7	1,2	0,7	1,4
Padre y Madre	2,0	3,5	2,7	0,6	–	1,5
Su pareja	7,4	14,3	18,7	5,6	15,6	9,4
A medias con pareja	3,3	5,4	–	4,6	–	3,5
Hermano varón	0,8	–	–	1,4	0,7	0,9
Hermana	0,3	–	1,3	0,4	0,7	0,4
Hijos varón	1,0	1,9	2,7	2,9	–	2,9
Hija	1,0	1,3	–	1,5	10,2	2,0
Dos o más hijos	0,3	–	–	–	–	0,1
Otros	10,0	11,1	1,3	21,4	2,0	12,4
Ns/Nc	1,0	–	–	0,2	–	0,3
(n)	(391)	(315)	(75)	(518)	(147)	(1562)

CC: 0,34 Nivel de significatividad: 0,00

³⁶ Estos resultados se han repetido controlando el género y han mostrado la misma tendencia, por lo que no es efecto de variaciones en el género.

CUADRO 5.6
Propuesta de compra del ordenador según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
El/ella mismo/a	60,2	27,5	36,8	25,2	20,5	39,3
Su padre	5,7	8,5	18,4	5,7	11,4	7,1
Su madre	0,9	1,9	–	2,0	2,3	1,7
Padre y Madre	2,8	15,2	7,9	3,4	20,5	6,6
Su pareja	8,2	12,8	7,9	9,1	13,6	9,0
A medias con pareja	9,4	9,0	–	2,0	–	5,7
Hermano varón	2,8	3,8	2,6	9,6	6,8	5,4
Hermana	2,3	0,9	–	1,4	2,3	1,6
Hijos varón	1,7	11,4	13,2	29,7	2,3	14,4
Hija	1,4	1,9	–	4,0	15,9	2,9
Dos o más hijos	0,6	1,9	5,3	4,0	2,3	2,1
Otros	2,8	3,8	5,3	3,7	2,3	3,5
Ns/Nc	1,1	1,4	2,6	0,3	–	0,9
(n)	(352)	(211)	(38)	(353)	(44)	(1089)

CC: 0,49 Nivel de significatividad: 0,00

En el ordenador, las propuestas de la pareja tienen especial relevancia en los obreros no cualificados, donde, además, la propuesta recae en la pareja pero en ningún caso es una propuesta a medias con la pareja. Por el contrario en las clases altas o nuevas clases medias, la pareja tiene relevancia pero, en muchos casos, tomando la decisión conjuntamente con la persona.

De igual manera, los hijos tienen una influencia superior en las clases bajas: los hijos varones registrando el máximo en los obreros cualificados (29%) y, las hijas, en los obreros no cualificados (15%, siendo un caso peculiar como mencionábamos respecto al móvil).

En segundo lugar, el nivel de estudios es un factor que diferencia las propuestas de compra. En referencia al teléfono móvil (Cuadro 5.7), los niveles de estudios superiores van a significar una mayor propuesta de compra de la persona misma, en detrimento del resto. En los niveles inferiores se registra una influencia considerable de la pareja y de nuevo de la hija, o en cualquier caso de los hijos/as.

Al igual que ocurría con la clase social, respecto al ordenador las tendencias están más definidas (Cuadro 5.8). De esta forma un mayor nivel de estudios va a significar una superior independencia de la persona respecto a la propuesta de compra del ordenador, que va a ser propia en mayor frecuencia. En niveles más bajos influyen más otros familiares, especialmente los hijos varones, los hermanos varones o los padres.

CUADRO 5.7
Propuesta de compra del teléfono móvil según nivel de estudios

	Sin estudios	Primaria	Secundaria	E.P.	Medios Universitarios	Superiores
El/ella mismo/a	63,5	27,0	73,8	69,9	64,9	66,7
Su padre	–	0,8	3,4	3,9	4,7	0,4
Su madre	–	1,2	2,0	0,9	1,0	1,8
Padre y Madre	–	–	2,0	0,9	2,6	1,8
Su pareja	23,8	4,6	10,8	10,5	9,9	6,1
A medias con pareja	–	6,2	1,4	1,3	8,4	5,3
Hermano varón	–	2,5	0,5	0,4	–	1,3
Hermana	–	–	0,3	0,9	0,5	0,4
Hijos varón	–	16,6	–	–	–	1,8
Hija	6,3	7,9	–	1,7	–	1,8
Dos o más hijos	–	–	–	–	0,5	–
Otros	6,3	33,2	5,6	9,6	7,3	11,0
Ns/Nc	–	–	0,2	–	–	1,8
(n)	(639)	(241)	(592)	(229)	(191)	(228)

CC: 0,54 Nivel de significatividad: 0,00

CUADRO 5.8
Propuesta de compra del ordenador según nivel de estudios

	Sin estudios	Primaria	Secundaria	E.P.	Medios Universitarios	Superiores
El/ella mismo/a	–	4,2	36,3	44,4	48,8	69,8
Su padre	–	2,4	12,2	7,9	5,5	3,0
Su madre	–	1,2	2,7	4,0	0,6	–
Padre y Madre	14,3	4,2	6,8	4,0	15,9	2,5
Su pareja	71,4	4,2	8,4	7,3	12,2	7,0
A medias con pareja	–	1,2	5,7	3,3	6,1	11,6
Hermano varón	–	13,7	4,3	6,0	3,7	2,0
Hermana	–	0,6	1,9	3,3	2,4	0,5
Hijos varón	–	58,9	9,2	4,0	1,2	–
Hija	–	6,5	3,0	6,0	–	–
Dos o más hijos	–	–	2,7	6,0	0,6	1,5
Otros	14,3	3,0	4,6	2,6	3,0	2,0
Ns/Nc	–	–	2,2	1,3	–	–
(n)	(21)	(168)	(369)	(151)	(164)	(199)

CC: 0,64 Nivel de significatividad: 0,00

La compra

El aspecto más directamente relacionado con la propuesta de compra y resultado de ésta, es la compra de la TIC, en este caso el teléfono móvil. (Cuadro 5.9):

CUADRO 5.9
Compra y propuesta de compra del teléfono móvil

	Propuesta	Compra
El/ella mismo/a	62,7	54,8
Su padre	2,6	5,6
Su madre	1,4	2,9
Padre-Madre conjuntamente	1,5	2,9
Su pareja	9,4	8,9
A medias con su pareja	3,5	2,3
Un hermano varón	0,9	1,0
Una hermana	0,4	0,5
Un hijo varón	2,9	2,6
Una hija	2,0	2,7
Entre dos o más hijos	0,1	1,2
Otros	12,4	14,2
Ns/Nc	0,3	0,4
(n)	(1562)	(1562)

El cuadro 5.9 presenta los resultados de quien compra el móvil en comparación con quien lo había propuesto. El porcentaje mayoritario se sitúa en aquellas personas que lo han comprado ellas mismas, si bien es un porcentaje menor de quienes lo habían propuesto. Esto explica que los padres, fuera de la iniciativa o compra del mismo sujeto, sean el familiar que aumenta porcentaje entre las dos columnas y, si en la propuestas significan el 5%, en la compra superan el 11% (Gráfico 5.2).

En realidad, cuando se cruzan las dos variables, se obtiene que, salvo excepciones, los mismos sujetos que han propuesto la compra la realizan. En este sentido, el hermano varón es el único que al 100% propone y compra, los demás oscilan en torno a un 80% de correlación. El caso más bajo de coincidencia es la propuesta a medias con su pareja, donde “sólo” un 62% lo compró efectivamente a medias con su pareja pero existe un margen amplio (27%) que se lo compraron entre dos o más hijos. Junto a esto, hay que destacar que cuando la propuesta se define como conjunta del padre y de la madre, se compra conjuntamente en un 70% de ocasiones, pero en un 25% se encarga el padre de la compra. Este indicador, junto a los anteriores, de nuevo nos conduce a la conclusión de que el varón es el encargado de gestionar la compra de las TIC en mayor medida que la mujer.

Para el análisis de la compra utilizaremos las mismas variables independientes discriminantes que en la propuesta de compra, comenzando por la edad (Cuadro 5.10).

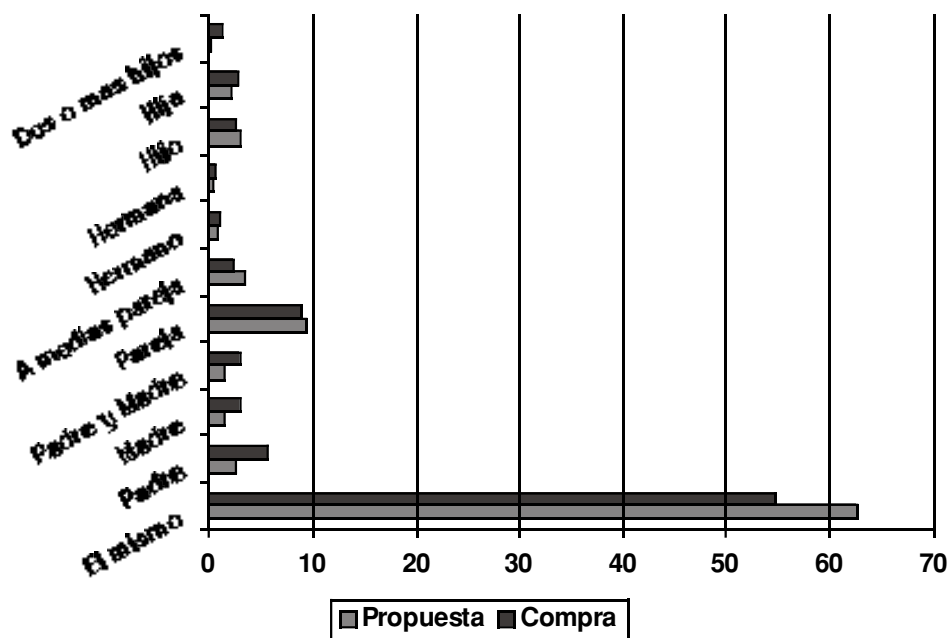


GRÁFICO 5.2
Propuesta y compra del teléfono móvil

CUADRO 5.10
Compra del teléfono móvil según edad

	Jóvenes	Adultos	Total
El/ella mismo/a	57,7	53,2	54,8
Su padre	13,2	1,5	5,6
Su madre	8,1	–	2,9
Padre–Madre conjuntamente	5,9	1,2	2,9
Su pareja	5,9	10,5	8,9
A medias con su pareja	0,4	3,5	2,3
Un hermano varón	1,3	0,8	1,0
Una hermana	1,4	–	0,5
Un hijo varón	–	4,0	2,6
Una hija	–	4,2	2,7
Entre dos o más hijos	0,4	1,7	1,2
Otros	5,4	19,1	14,2
Ns/Nc	0,4	0,4	0,4
(n)	(555)	(1006)	(1562)

CC: 0,42 Nivel de significatividad: 0,00

La compra efectiva del móvil presenta diferencias significativas por edad y con respecto a los autores de la propuesta. Así, en la compra siguen siendo los jóvenes, en mayor medida que los adultos, quienes compran ellos mismos los móviles, pero, y esto es lo importante, con una diferencia escasa. En la iniciativa propia los jóvenes se distinguen más de los adultos en la propuesta de compra que en la compra.

En cuanto a los padres, intervienen con más frecuencia como compradores de móviles para los jóvenes, respecto al que tenían como personas que proponían la compra. En sentido contrario, en la columna de los adultos los hijos/as han experimentado un crecimiento de porcentaje pero, no debido al hijo varón (que respeto a la propuesta se mantiene igual) sino a la hija, que aumenta su importancia, y la compra entre dos o más hijos, que incluso aparece como valor (pues en la propuesta de compra para adultos no aparecía).

En definitiva, descenso destacado de los jóvenes en cuanto a comprarse ellos mismos el móvil en favor del papel de los padres (especialmente del padre). Por el contrario, descenso muy moderado de la autocompra de los adultos que tiene su correspondencia con un ligero aumento de la compra que los hijos/as realizan a los adultos.

El género registra, en segundo lugar, diferencias significativas, esta vez para toda la población, los adultos y los jóvenes (Cuadro 5.11).

CUADRO 5.11
Compra del teléfono móvil según género

	Varones	Mujeres	Total
El/ella mismo/a	60,6	47,1	54,8
Su padre	5,1	6,3	5,6
Su madre	2,6	3,2	2,9
Padre–Madre conjuntamente	3,0	2,8	2,9
Su pareja	3,9	15,3	8,9
A medias con su pareja	2,7	1,9	2,3
Un hermano varón	1,1	0,7	1,0
Una hermana	0,5	0,6	0,5
Un hijo varón	1,7	3,8	2,6
Una hija	1,4	4,4	2,7
Entre dos o más hijos	–	2,9	1,2
Otros	16,7	11,2	14,2
Ns/Nc	0,7	–	0,4
(n)	(876)	(688)	(1562)

CC: 0,27 Nivel de significatividad: 0,00

Los resultados por género indican que la iniciativa propia ha disminuido en porcentaje pero, mientras en los varones apenas es un ligero descenso (un 4%), en las mujeres es el triple (12%). Pierden peso en la compra propia y, donde más, en las propuestas de compra a medias con la pareja, porcentaje que se reduce a la mitad cuando se concreta la compra. Estos descensos se corresponden con au-

mentos en otras categorías, que en las mujeres aparecen en los hijos/as. Entre ellos, los hijos varones no varían apenas y más bien descienden y, quienes adquieren significación en la compra son las hijas, multiplicando por seis su presencia respecto a la propuesta de compra. Asimismo, en las mujeres aumentan los porcentajes de compra, frente a propuesta, de la realizada por dos o más hijos y de otros familiares.

La conclusión por género sería que mientras en los varones prácticamente la distribución se mantiene igual respecto a las propuestas, en las mujeres se pierde más la iniciativa de compra a favor de otras personas, fundamentalmente las hijas y otros familiares.

La clase social y el nivel de estudios, no significativos para los jóvenes, presentan unas tendencias que son similares a las de la propuesta de compra. Una mayor clase social o nivel de estudios va a significar una superior iniciativa propia en la compra mientras que en el extremo opuesto, niveles inferiores, la compra se realiza en mayor medida por otras personas.

Pago de facturas

Con independencia de la compra, el capítulo más oneroso es el pago de la factura del teléfono móvil (Cuadro 5.12). Cuando se trata de pagar, las propias personas son quienes se hacen mayoritariamente cargo (69%), por encima incluso de los altos porcentajes de propuesta de compra o compra. Si no lo paga la propia persona, entre los demás, lo más frecuente es que sea a medias con la pareja (8%), otras personas (8%), la pareja (4%) o el padre (3%).

CUADRO 5.12
Compra, propuesta y pago del telefono móvil

	Propuesta	Compra	Pago
El/ella mismo/a	62,7	54,8	69,6
Su padre	2,6	5,6	3,6
Su madre	1,4	2,9	2,0
Padre-Madre conjuntamente	1,5	2,9	1,6
Su pareja	9,4	8,9	4,8
A medias con su pareja	3,5	2,3	8,9
Un hermano varón	0,9	1,0	
Una hermana	0,4	0,5	
Un hijo varón	2,9	2,6	
0,5			
Una hija	2,0	2,7	
Entre dos o más hijos	0,1	1,2	
Otros	12,4	14,2	8,4
Ns/Nc	0,3	0,4	0,5
(n)	(1562)	(1562)	(1562)

El Cuadro 5.12 permite comparar el pago de la factura con la propuesta de compra y la compra, si bien las categorías de respuesta no son completamente homogéneas. De este contraste deducimos, a parte del incremento del pago propio, la relevancia que adquiere el compartir gasto con la pareja, que si era algo importante en la propuesta y menos en la compra, en el pago adquiere su máximo valor destacado. Con la pareja se cuenta especialmente para compartir gastos.

Se advierte, por otra parte, que son algo más numerosos los padres que compran el móvil que los que pagan la factura, que es sufragada por el usuario real, y son menos aludidas otras personas en el pago que en la propuesta o en la compra.

Por supuesto, la edad diferencia los porcentajes de pago (Cuadro 5.13). Los jóvenes son quienes en mayor medida pagan sus propios gastos de móvil (75%), mientras que en los adultos el porcentaje es inferior a la media (66%). Esto se explica porque los adultos descargan más gasto en la pareja (18%) bien sea totalmente en la pareja (7%) o a medias con ella (11%). Además, en los adultos tiene también mucha importancia el pago por parte de otras personas (12%), que quizás puede ser su empresa de trabajo.

CUADRO 5.13
Pago del teléfono móvil según edad

	Jóvenes	Adultos	Total
Yo mismo	75,3	66,4	69,6
Mi pareja	0,9	7,0	4,8
Mi pareja y yo, conjuntamente	3,8	11,7	8,9
Mi padre	9,0	0,6	3,6
Mi madre	4,7	0,6	2,0
Mis padres conjuntamente	4,5	–	1,6
Alguno(s) de mi(s) hijo(s)	–	0,8	0,5
Otra persona	1,1	12,5	8,4
Ns/Nc	0,7	0,4	0,5
(n)	(554)	(1009)	(1562)

CC: 0,37 Nivel de significatividad: 0,00

En los jóvenes, sin embargo, el pago de la pareja o a medias con ella suma un 5% y de otra persona un 1%. No son estas las vías financieras de los jóvenes sino más bien los padres (18%), siendo sobre todo el padre (9%) y menos la madre o conjuntamente (ambos con un 4%). Pero, recordémoslo, siempre los jóvenes pagan más sus facturas de lo que lo hacen los adultos.

Cuestión complementaria es el género de quien paga el uso del móvil (Cuadro 5.14).

CUADRO 5.14
Pago del teléfono móvil según género

	Varones	Mujeres	Total
Yo mismo	71,6	67,1	69,6
Mi pareja	2,3	8,2	4,8
Mi pareja y yo, conjuntamente	7,1	11,2	8,9
Mi padre	3,4	3,8	3,6
Mi madre	1,4	2,8	2,0
Mis padres conjuntamente	1,1	2,2	1,6
Alguno(s) de mi(s) hijo(s)	0,5	0,6	0,5
Otra persona	12,1	3,8	8,4
Ns/Nc	0,6	0,4	0,5
(n)	(876)	(686)	(1562)

CC: 0,21 Nivel de significatividad: 0,00

Los varones son quienes pagan mayoritariamente el móvil, en mayor proporción que las mujeres. De no ser ellos, toma protagonismo el pago por otras personas (12%) o el pago a medias con la pareja (7%). Sin embargo, en el caso de las mujeres las referencias a la pareja son más frecuentes, pues su pareja paga el total de la factura en el 8% o comparte gastos en el 11%. Las mujeres están más cubiertas en los gastos del móvil por los padres (17%) que los varones (6%), y en muy pocos casos paga otra persona.

Estas diferencias de género posiblemente están relacionadas con el mayor acceso al mundo laboral de los varones, si bien aun controlando esta variable continúan existiendo diferencias. Lo que no explica la condición socioeconómica es, fundamentalmente, el pago por parte de la pareja que, en la mujer, sigue registrando un alto porcentaje trabajando en cualquier tipo de situación laboral. Parece que persiste más bien una cuestión cultural de carga al varón de las facturas. Sin duda, el pago de la factura está relacionado con quien ha propuesto que se compre el móvil (Cuadro 5.15).

Por lo general, el pago del móvil lo realiza la misma persona que propuso la compra, siendo mayoritaria esta situación en casi todas las propuestas. No obstante, la mayor frecuencia de pago propio no es cuando uno mismo propuso la compra del móvil sino cuando lo propone un hermano varón (92%)³⁷ o un hijo varón (90%).

La excepción principal se refiere a la propuesta a medias con la pareja, donde muy difícilmente no se paga la factura a medias con la pareja (el porcentaje mayor, 98%). Igualmente, se paga a medias en la pareja, en un porcentaje relativamente elevado (29%) si propuso la pareja³⁸.

³⁷ Por el contrario, la hermana sólo en un 66% paga su factura, repartiéndose el resto de casos entre el pago del padre o de la madre.

³⁸ Esto es más frecuente en la respuesta de los varones, es decir, en más ocasiones la mujer propone comprar un móvil que luego se paga la factura a medias con la pareja que al contrario.

Dentro de los pagos fuera del propio sujeto, destaca el pago del padre si éste propuso la compra (46%), más que el que realmente realiza el hijo (43%), y por encima del pago que hace la madre si la madre propuso comprar el móvil (22% de los casos).

En definitiva, el pago de la factura recae, como modelo mayoritario en los jóvenes, varones, sobre todo, si han sido ellos quienes han propuesto comprar el móvil.

El pago de la factura, según la clase social y el nivel de estudios, indica que el pago propio no varía prácticamente pero sí a quien se adscriben el resto de facturas. En las clases sociales o niveles de estudios bajos son pagadas por la pareja fundamentalmente, mientras que en las altas se pagan por otras personas, en principio podemos suponer que la empresa de trabajo.

CUADRO 5.15
Pago del teléfono móvil según propuesta de compra

Pago propuesta	Yo mismo	Mi pareja	Pareja (Ambos)	Padre	Madre	Padre Madre	Hijo(s)	Otra	(n)
El/ella mismo/a	84,4	4,3	3,7	3,3	2,3	1,6	–	–	(980)
Su padre	43,9	–	2,4	46,3	2,4	4,9	–	–	(41)
Su madre	63,6	–	–	4,5	22,7	9,1	–	–	(22)
Padre y madre	69,6	–	–	4,3	–	17,4	–	4,3	(23)
Pareja 49,7	19,7	29,9	0,7	–	–	–	–	(147)	
A medias con pareja	1,9	–	98,1	–	–	–	–	–	(54)
Hermano varón	92,3	–	7,7	–	–	–	–	–	(13)
Hermana	66,7	–	–	16,7	16,7	–	–	–	(6)
Hijo varón	90,9	9,1	–	–	–	–	–	–	(44)
Hija 87,1	–	–	–	–	–	12,9	–	(31)	
Dos o más hijos	100	–	–	–	–	–	–	–	(1)
Otros 25,8	–	2,1	–	1,0	0,5	2,1	67,0	(194)	

CC: 0,77 Nivel de significatividad: 0,00

5.2. LA TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS SOBRE EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS

Por Diego Becerril

La familia es una de las agencias tradicionales de socialización y de formación del individuo. Generalmente ese proceso consiste más en una transmisión de valores, normas, actitudes o comportamientos que de conocimientos formales, lo que queda relegado a las instituciones de enseñanza. Las TIC, sin embargo, han provocado unos procesos de aprendizaje que sí tienen lugar en el interior de la familia y pueden afectar, incluso, a las relaciones de autoridad, en la medida que toda transmisión de conocimientos es la asunción de un cierto grado de poder, de respeto y autoridad del enseñante frente al enseñado. Por ello, nos interesa distinguir quienes son los enseñantes y quienes los enseñados,

para analizar en qué sentidos se produce la transmisión familiar de conocimientos³⁹.

Enseñantes

Los enseñantes son todas aquellas personas que declaran haber enseñado a manejar el teléfono móvil o el ordenador a otro miembro de su propia familia. Los resultados aparecen en el Cuadro 5.16.

CUADRO 5.16
Enseñantes familiares según TIC

	Teléfono móvil	Ordenador
Sí	35,2	27,2
No	64,8	70,3
No contesta	0,1	2,5
(n)	(1562)	(1089)

En una primera aproximación, tanto para el teléfono móvil como para el ordenador, se puede afirmar que la enseñanza del manejo de TIC dentro de la familia no es mayoritaria frente a otras instancias. Para el teléfono móvil, un tercio de las personas declaran haber enseñado a otro familiar pero dos tercios nunca han enseñado. El porcentaje es incluso inferior en el ordenador, donde la proporción de enseñantes es de un 27% frente a un 70% que no ha transmitido ningún tipo de conocimientos a un familiar.

Podemos profundizar en el perfil de los enseñantes a través del análisis de las variables que los definen. Este es el caso de la diferenciación por edad (Cuadro 5.17).

CUADRO 5.17
Enseñantes familiares según TIC y edad

	Teléfono móvil		Ordenador	
	Jóvenes	Adultos	Jóvenes	Adultos
Sí	52,8	25,4	38,3	21,2
No	47,0	74,6	60,2	75,9
No contesta	0,2	–	1,6	3,0
(n)	(555)	(1088)	(384)	(704)

Móvil: CC: 0,26 Nivel de significatividad: 0,00

Ordenador: CC: 0,18 Nivel de significatividad: 0,00

³⁹ Somos conscientes que un grado de aprendizaje, también relevante, está presente fuera de la familia, en especial dentro del grupo de iguales, pero nuestro análisis desea centrarse en las dinámicas internas de la familia.

Los jóvenes son las personas que en un mayor porcentaje transmiten conocimientos sobre el manejo de las TIC dentro de la familia, siempre con más frecuencia que los adultos. Su papel de transmisores es especialmente relevante en el caso del teléfono móvil, donde el 52% ha enseñado a un familiar, mientras que en los adultos este porcentaje se reduce a la mitad (25%). Para el ordenador, la enseñanza dentro de la familia disminuye, si bien siguen siendo los jóvenes quienes enseñan más que los adultos.

Tanta es la solidez de la conclusión anterior que, en el caso del móvil, las diferencias en torno a la enseñanza de su manejo no se ven afectadas por ninguna otra variable que no sea la edad. Por el contrario, en la enseñanza del uso del ordenador existen otras variables que sí diferencian significativamente la enseñanza: el género (Cuadro 5.18) y la clase social (Cuadro 5.19)⁴⁰.

CUADRO 5.18
Enseñantes familiares de manejo del ordenador según género

	Varón	Mujer	Total
Sí	33,6	18,2	27,2
No	65,3	77,4	70,3
No contesta	1,1	4,4	2,5
(n)	(637)	(451)	(1089)

CC: 0,18 Nivel de significatividad: 0,00

Cuando se enseña a usar el ordenador, los varones son fundamentalmente quienes lo hacen, registrando un 33% de enseñantes, mientras que en el caso de las mujeres el porcentaje se reduce a la mitad (18%).

Respecto a la clase social de los enseñantes encontramos una correlación prácticamente perfecta en la que, a medida que la clase social es superior mayor es el porcentaje de enseñantes familiares⁴¹.

De esta forma, el mayor porcentaje de enseñantes se registra en la clase alta o media-alta, con un 39% para ir reduciéndose a un 27%-28% en las clases medias y presentar las frecuencias más bajas entre quienes tienen estatus de obreros cualificados (18%) y no cualificados (14%).

Como conclusión parcial puede apuntarse que la enseñanza del manejo de TIC en la familia está referida con mayor frecuencia al uso del móvil y que el perfil del enseñante es una persona joven, varón y de clase social alta o media alta.

⁴⁰ La juventud es muy homogénea en sus comportamientos respecto a la enseñanza. La variabilidad en función del género y la clase social se refieren más bien a la población adulta o total.

⁴¹ No debe confundirse esto con la tenencia o no de ordenadores ya que la pregunta es contestada sólo por quienes tienen ordenador en su hogar.

CUADRO 5.19

Enseñantes familiares de manejo del ordenador según clase social

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
El/ella mismo/a	60,2	27,5	36,8	25,2	20,5	39,3
Sí	39,3	27,7	28,2	18,6	14,0	27,2
No	60,7	63,8	69,2	79,4	83,7	70,3
No contesta	–	8,5	2,6	2,0	2,3	2,5
(n)	(351)	(213)	(39)	(354)	(43)	(1089)

CC: 0,26 Nivel de significatividad: 0,00

Constatada la proporción de enseñantes del manejo de las TIC en la familia, los datos permiten investigar una segunda generación de transmisión de conocimientos, es decir: ¿los enseñados por un familiar se convierten en enseñantes de otro familiar?

Para el caso de la enseñanza del manejo del móvil (Cuadro 5.20), son muy pocas las personas que se convierten a su vez en enseñantes para otros familiares, únicamente un 16%, cifra que contrasta con quienes no han aprendido de un familiar pero sí son enseñantes (43%). La mayoría de enseñados (83%) no son enseñantes.

CUADRO 5.20

Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del móvil

		Enseñado por un familiar		
		Sí	No	No contesta
Enseñante a un familiar	Sí	16,4	43,4	–
	No	83,6	56,6	–
	No contesta	–	–	100
	(n)	(475)	(1087)	(1)

CC: 0,71 Nivel de significatividad: 0,00

La explicación es que, con toda probabilidad, el familiar enseñante es la fuente de conocimiento a la que se remite el resto de familiares, teniendo mayor fiabilidad y conocimiento que los enseñados.

Este proceso es cierto con independencia del género de la persona pero, y esto es lo relevante, no según la edad (Cuadro 5.21). En un porcentaje bastante elevado (49%), los jóvenes sí son enseñados que se convierten en enseñantes, frecuencia que contrasta con la de los adultos (9%). Si la enseñanza proviene de un no familiar, los jóvenes tiene algo más de porcentaje de enseñantes (53%), pero son los

adultos los que registran un incremento considerable (35%), si bien siempre por debajo de la juventud. Esto es, los jóvenes son siempre referencia en la enseñanza, asumiendo el papel de enseñantes aunque en la familia hayan sido enseñados por otros familiares.

CUADRO 5.21
Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del móvil y edad. (Porcentaje que sí enseña.)

		Enseñado por un familiar		
		Sí	No	(n)
Enseñante a un familiar	Jóvenes	49,4	53,5	(293)
	Adultos	9,8	35,5	(256)

Jóvenes: CC: 0,71 Nivel de significatividad: 0,00
Adultos: CC: 0,28 Nivel de significatividad: 0,00

En la enseñanza del ordenador encontramos resultados similares (Cuadro 5.22).

CUADRO 5.22
Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del ordenador

Enseñante a un familiar		Enseñado por un familiar		
		Sí	No	No contesta
Enseñante a un familiar	Sí	12,6	35,7	–
	No	87,4	64,3	6,9
	No contesta	–	–	93,1
	(n)	(356)	(703)	(29)

CC: 0,70 Nivel de significatividad: 0,00

Es muy bajo el porcentaje de personas que siendo enseñados por un familiar en el manejo del ordenador son, asimismo, enseñantes de un familiar (12%), menos incluso que respecto al teléfono móvil. La mayor parte es sólo enseñado (87%), lo que puede deberse a la misma pauta comentada anteriormente.

Asimismo, los resultados para el ordenador no discriminan por género pero sí lo hacen en función de la edad (Cuadro 5.23). Los jóvenes son con mayor frecuencia los que muestran el doble papel de enseñados y enseñantes, con un porcentaje (31%) muy superior al de los adultos (4%).

CUADRO 5.23**Enseñanza a un familiar según aprendizaje o no de un familiar del manejo del ordenador y edad (Porcentaje que sí enseña)**

		Enseñado por un familiar		
		Sí	No	(n)
Enseñante a un familiar	Jóvenes	31,0	42,7	(148)
	Adultos	4,1	31,4	(149)

Jóvenes: CC: 0,66 Nivel de significatividad: 0,00

Adultos: CC: 0,72 Nivel de significatividad: 0,00

Es evidente que, sea cual sea la TIC que se enseña, son muy pocas las personas que habiendo aprendido de un familiar se atreven a enseñar ellos mismos a otro familiar. Únicamente en el caso de la juventud existen más procesos de transmisión pero tampoco de forma mayoritaria. Los enseñantes parecen ser las personas de referencia y permanecen en ese rol aun cuando hayan enseñado a otros familiares.

En cualquier caso, para finalizar podemos identificar quienes son los enseñantes, no tanto por las características de quienes se definen así en el cuestionario sino por la información que los enseñados nos ofrecen acerca de quien le enseñó en concreto (Cuadro 5.24).

CUADRO 5.24**Identificación de los enseñantes familiares según TIC**

	Teléfono móvil	Ordenador
Padre	3,5	7,4
Madre	3,9	2,0
Hermano	6,3	13,5
Hermana	1,8	6,8
Pareja	16,8	23,5
Hijo/s varones	39,9	33,7
Hija/s	16,4	4,1
Otros familiares	9,6	9,0
No contesta	1,9	0,1
(n)	(475)	(357)

Dentro de la familia, los enseñantes más frecuentes del manejo del teléfono móvil son los hijos varones, destacando con un 39% y muy por encima de los siguientes familiares, que serían las hijas y la pareja (ambos con un 16%). Y, en el extremo opuesto, los familiares que menos enseñan a manejar el móvil son las hermanas, los padres y las madres.

El ordenador, por su parte, sigue registrando una mayoría de enseñantes de los hijos varones (33%), si bien con un porcentaje algo menor que en el móvil. Para el ordenador tiene mayor relevancia la pareja, que registra un 23% de enseñantes y aparece también el hermano con un porcentaje destacado (13%). Por el contrario, la madre, las hijas y el padre son quienes menos conocimientos transmiten del ordenador.

Los resultados difieren según provengan de las consultas a los jóvenes o a los adultos (Cuadro 5.25), datos que son muy reveladores.

CUADRO 5.25
Identificación de los enseñantes familiares según TIC y edad

	Teléfono móvil		Ordenador	
	Jóvenes	Adultos	Jóvenes	Adultos
Padre	16,7	1,0	22,6	–
Madre	7,7	3,0	6,1	–
Hermano	29,5	1,8	35,7	3,3
Hermana	10,3	–	16,5	2,5
Pareja 16,7	16,9	5,2	32,1	–
Hijo/s varones	–	47,7	0,9	49,0
Hija/s 1,3	19,4	–	6,2	–
Otros familiares	17,9	7,8	13,0	7,0
No contesta	–	2,3	–	–
(n)	(78)	(396)	(115)	(243)

Móvil: CC: 0,56 Nivel de significatividad: 0,00
 Ordenador: CC: 0,63 Nivel de significatividad: 0,00

A partir de estos datos se deduce que, para los jóvenes, el papel del hermano varón como enseñante es el predominante (29%), hecho que no se detectaba a nivel general. Además, es importante la transmisión de conocimiento por parte de otros familiares (17%), la pareja (16%) y, lo más novedoso, existe un 16% (situándose en tercer lugar como enseñantes) de jóvenes que han aprendido el manejo del móvil de su padre, cifra que se elevaría a un 24% si añadimos las madres enseñantes. Por tanto, es cierto que los hijos enseñan a los padres pero no parece que la ecuación sea tan unidireccional sino que, asimismo, un porcentaje relativamente significativo de padres enseñan también a sus hijos el uso del móvil, uno de cada cuatro jóvenes ha aprendido de ellos.

Esto no quiere decir que la relación padres-hijos sea simétrica. Efectivamente, y si atendemos los resultados de los adultos, éstos aprenden con un porcentaje mayoritario de sus hijos/as (67%), si bien mucho más de los hijos varones (47%) que de las hijas (19%). Pero, en cualquier caso, hay siempre muchos más padres que aprenden de los hijos (67%) que hijos que aprenden de los padres (24%).

La enseñanza del ordenador en los jóvenes corre igualmente a cargo de los hermanos varones en uno de cada tres casos seguido, en segundo lugar, de quien

aprende del padre (22%), porcentaje aún mayor que en la enseñanza del móvil. Si agregamos los enseñantes hermanos/as y padre-madre, frente a un 52% de enseñantes hermanos/as obtenemos un 28% de padres/madres enseñantes. Es una ecuación descompensada pero no tanto como en ocasiones el imaginario social supone.

Los adultos son enseñados fundamentalmente por los hijos varones (49%), seguidos de la pareja (32%), presentando el resto de familiares menores frecuencias.

En definitiva, la diferenciación por edad nos muestra que para los jóvenes tienen relevancia los hermanos como fuente de aprendizaje pero que, con porcentajes significativos, aprenden de sus padres el manejo de TIC. En los adultos, los hijos son la fuente de referencia principal y, en menor proporción, la pareja.

Ahora bien, como ya se ha podido ir detectando, la enseñanza de las TIC tiene diferencias significativas según género del familiar (Cuadro 5.26)⁴².

CUADRO 5.26
Identificación de los enseñantes familiares según TIC y género

	Teléfono móvil		Ordenador	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Padre	3,4	3,7	6,7	8,0
Madre	5,6	2,1	2,6	1,2
Hermano	6,0	6,6	13,0	14,1
Hermana	1,3	2,1	3,1	11,7
Pareja 9,4	24,1	5,2	45,4	
Hijo/s varones	51,3	29,0	54,4	9,2
Hija/s 8,1	24,5	4,1	3,7	
Otros familiares	12,8	6,2	10,9	6,7
No contesta	2,1	1,7	—	—
(n)	(234)	(241)	(193)	(163)

Móvil: CC: 0,33

Nivel de significatividad: 0,00

Ordenador: CC: 0,51

Nivel de significatividad: 0,00

En la enseñanza del manejo del móvil, los varones son enseñados mayoritariamente por los hijos varones, en un 51% de los casos, lo que en un principio podría llevar a pensar en una transmisión de conocimientos marcada por la igualdad de género. Sin embargo esto no es así, existe una hegemonía del hijo varón como enseñante de las TIC, con independencia del enseñado. En las mujeres también es el hijo varón quien enseña con más frecuencia, y a ellas les enseña más su pareja que a los varones (24% frente a 9%). Pero claro, esta relación no es del todo cierta y sí existe algún indicador que permite identificar pautas de aprendizaje más inclinadas al

⁴² Esta discriminación es estadísticamente significativa en la población total y los adultos pero no en los jóvenes.

mismo sexo: las hijas enseñan tres veces más a las mujeres (24%) que a los varones (8%), al igual que las hermanas enseñan ligeramente más a las mujeres.

Otro dato es que, aún con porcentajes menores, los varones aprenden más de la madre que del padre y, las mujeres, son enseñadas más por el padre que por la madre. Los bajos porcentajes no permiten averiguar más y obligan a ser cautelosos con los resultados en este cruce de género. Lo que sí es cierto es que los varones aprenden con mucha más frecuencia que las mujeres de otros familiares, no identificados (12%).

Otros resultados son los que hallamos en relación al ordenador. Para esta TIC, en los varones sigue siendo cierto que el hijo varón es el familiar que más enseña (54%), pero pierde mucha importancia en el caso de las mujeres donde desciende a la cuarta posición. Efectivamente, los varones son enseñados por sus hijos, seguidos del hermano enseñante (13%) o de otros familiares (10%), adquiriendo mayor frecuencia la enseñanza del padre (6%).

Para las mujeres, el principal enseñante es la pareja (45%) o el hermano varón (14%) pero ha descendido en gran medida el papel de los hijos varones (9%), que incluso son superados en su labor docente por las hermanas (11%). Con porcentajes menores sigue la enseñanza del padre (8%) que, en cualquier caso, tanto para varones como para mujeres se convierte en enseñante con mayor frecuencia que la madre. Por último, el ser enseñado por otros familiares es infrecuente (6%) y, para las mujeres, los porcentajes menores son las hijas y las madres como enseñantes del manejo del ordenador, incluso menores que los registrados por los varones.

En general, la transmisión de conocimientos en cuanto al manejo de TIC, de teléfonos móviles y ordenadores, es una labor propiamente de los varones, especialmente los hijos, si bien, como casi toda tendencia, tiene excepciones para algunos casos.

Enseñados

Los enseñados son la otra cara de la moneda en los procesos de transmisión del conocimiento dentro de la familia. Los primeros datos sobre los familiares que aprenden el manejo de las TIC en la familia están representados en el Cuadro 5.27.

CUADRO 5.27
Enseñados familiares según TIC

	Teléfono móvil	Ordenador
Sí	30,4	32,8
No	69,6	64,6
No contesta	–	2,6
(n)	(1562)	(1089)

Destaca, en primer lugar, que entre familiares hay una proporción de aprendizaje relativamente baja. El 30% reconoce que ha sido enseñado en el manejo del teléfono móvil por un familiar y un 32% en el caso del ordenador. Son precisamente unos porcentajes muy similares a quienes se declaraban enseñantes en la familia para estas TIC (35%-27%), prueba de la solidez y coherencia de los resultados obtenidos.

Ahora bien, al igual que respecto a los enseñantes, la edad, el género y la clase social diferencian significativamente los resultados obtenidos. Si atendemos en primer lugar a la edad, debemos mencionar que discrimina en el aprendizaje del móvil pero no en el del ordenador (Cuadro 5.28). Es decir, que entre jóvenes y adultos hay desproporción de enseñados pero restringidas al aprendizaje del móvil.

CUADRO 5.28
Enseñados familiares del manejo del móvil según edad

	Jóvenes	Adultos
Sí	14,2	39,4
No	85,6	60,6
No contesta	0,2	–
(n)	(555)	(1008)

CC: 0,25 Nivel de significatividad: 0,00

Las diferencias vienen dadas en el sentido de que los jóvenes son mucho menos enseñados por un familiar (únicamente un 14%) que los adultos (prácticamente el triple, 39%). Los jóvenes son enseñados más por personas no familiares, con seguridad el grupo de iguales, que los adultos en el manejo del móvil.

Los adultos son enseñados especialmente si no han sido ellos mismos quienes propusieron la compra del móvil. Si propuso el hijo varón, el padre/madre es enseñado en un 91% de casos y, si propuso la hija, en un 87%. Es claro que la enseñanza está asociada a la introducción de TIC en la familia.

El cruce de los datos por el género sí presenta una diferenciación significativa tanto en el caso del teléfono móvil como en el ordenador y tanto para la población joven como para la adulta (Cuadro 5.29).

CUADRO 5.29
Enseñados familiares según tic y género

	Teléfono móvil		Ordenador	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Sí	26,6	35,3	30,3	36,1
No	73,4	64,7	68,6	59,2
No contesta	–	–	1,1	4,7
(n)	(875)	(686)	(637)	(451)

Móvil: CC: 0,09 Nivel de significatividad: 0,00
Ordenador: CC: 0,13 Nivel de significatividad: 0,00

En el aprendizaje del teléfono móvil, los varones presentan porcentajes más bajos de enseñados (26%) que las mujeres (35%). Esta tendencia se repite, si bien con porcentajes más cercanos en el caso del ordenador, donde un 30% de varones son enseñados frente a un 36% de mujeres.

Los resultados por género encajan con el análisis del apartado anterior donde se había detectado que la mayor parte de enseñantes son varones por lo que, desde la perspectiva contraria, resulta que en la familia la mayoría de enseñados sean mujeres.

Por último, la clase social registra variaciones significativas en el grado de enseñados existentes en el interior de la familia (Cuadro 5.30), si bien la significatividad no existe para la juventud.

CUADRO 5.30
Enseñados familiares según TIC y clase social (porcentajes afirmativos)

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total
Móvil	18,9	24,4	36,0	39,1	44,9	30,4
Ordenador	27,9	25,4	33,3	39,8	39,5	32,8

Móvil: CC: 0,20 Nivel de significatividad: 0,00
 Ordenador: CC: 0,21 Nivel de significatividad: 0,00

La clase social marca una tendencia: a medida que se asciende de clase social menor es el porcentaje de personas que son enseñados en el manejo de las TIC por un familiar. Así, para el manejo del móvil, los enseñados entre los obreros no cualificados son un 44%, en los obreros cualificados un 39%, desciende en las clases medias al 36% y 24%, presentando su valor más bajo en las clases altas, con un 18%.

Para el ordenador esta graduación no es tan perfecta pero se sigue cumpliendo que entre las clases altas y medias es donde menor porcentaje de enseñados existe y, entre los obreros, es donde se registra el superior.

En resumen, el porcentaje de enseñados se sitúa en torno al 30%, siendo algo más para el caso del ordenador que del móvil. Los enseñados son adultos, en porcentajes que triplican al de los jóvenes, y son mujeres con mayor frecuencia que varones.

Desde otra perspectiva, los enseñantes en el cuestionario concretaban quienes son los familiares enseñados, en pregunta multirrespuesta (Cuadro 5.31). Cuando se enseña a utilizar el móvil, el principal enseñado es la madre (43%), seguida a cierta distancia del padre (28%) y de la pareja (24%). Los otros familiares tienen porcentajes muy inferiores, siendo los mínimos los hijos/as.

Distinto es el caso del ordenador (Cuadro 5.31), donde los porcentajes de enseñados están muy igualmente distribuidos entre todas las categorías. Con cierta ventaja, el enseñado más frecuente es la pareja (20%), pero cercano a la hermana o el padre (ambos con 19%) o la madre (18%).

CUADRO 5.31
Identificación de los enseñados familiares según TIC

	Teléfono móvil	Ordenador
Padre	28,1	19,4
Madre	43,3	18,0
Hermano	7,0	15,5
Hermana	9,2	19,8
Pareja	24,6	20,7
Hijo/s varones	5,0	16,8
Hija/s	5,1	15,8
Otros familiares	5,4	7,6
No contesta	–	0,4
(n)	(544)	(296)

En cualquier caso, es claro, como mostrábamos en el apartado anterior, que la transmisión de conocimientos es una tarea emprendida fundamentalmente por la juventud dentro de la familia, sobre todo por los hijos varones frente al resto de familiares. La conclusión es más sólida en la enseñanza del uso del teléfono móvil, ya que para el ordenador hay otros familiares que intervienen significativamente, en especial, como enseñante, la pareja.

Todo ello nos hace concluir que los procesos de transmisión de conocimiento en torno a las TIC han invertido la tradicional estructura de poder en la familia. Son los hijos quienes enseñan a los padres a usar las TIC, hecho que les otorga poder familiar y una capacidad de dominio nueva. Esto no significa que las diferencias por género no sigan existiendo: como en otros aspectos sociales, la mujer es menos enseñante que enseñada, con las consecuencias que conlleva de pérdida de poder frente a las TIC y la familia en general.

5.3. REGLAS Y CONTROLES EN EL USO DE LAS TIC

Por Francisco Bernete

Las reglas de uso del ordenador

El manejo de ordenadores en las viviendas de las ciudades españolas está exento de reglas, por ahora, para el 80% de las personas que disponen de computadora en casa. Expresado de otro modo, en cuatro de cada cinco hogares con ordenador, éste se utiliza libremente, sin importar ni el tiempo, ni la finalidad o el empleo concreto que se le dé. Los varones ponen de manifiesto esta ausencia de reglas más que las mujeres (84,8 % frente a 72,8%).

Indican el establecimiento de reglas explícitas o implícitas, aproximadamente un 17,3% de los entrevistados que cuentan con el aparato en su hogar. En un epígrafe posterior, será oportuno comparar estos datos con los relativos a la existencia de reglas para el uso de Internet. Ahora conviene señalar una relativa mayor asociación

entre la manifestación de la existencia de reglas y el intervalo de edad de 30-44 años, quizás por la convivencia con hijos menores de edad. En cambio, quienes tienen entre 21 y 29 años (tramos de edad donde hay más usuarios) es más probable que expresen la ausencia de reglas.

CUADRO 5.32
La existencia de reglas para el uso del ordenador, según las edades de los entrevistados

	15-17	18-20	21-24	25-29	30-44	45-64	TOTAL
Existen reglas (explícitas o implícitas)	23,8	16,3	14,0	4,9	23,2	15,7	17,2
No existen reglas	76,2	81,3	86,1	92,7	74,9	79,3	80,0
N. C.		2,5	,9	2,4	1,9	5,0	2,8
(n)	(63)	(80)	(115)	(123)	(366)	(338)	(1085)

Base: quienes tienen ordenador en casa

También es más probable que manifiesten la carencia de reglas para el uso del ordenador, los consultados que viven en hogares cuyo estatus socioeconómico es, o bien de los más bajos (obreros no cualificados), o bien de los más altos (clase alta / media alta).

Responsables de la regulación

Los encuestados adultos, suelen indicar que son ellos mismos, su pareja o entre ambos quienes establecen las reglas; cuando los entrevistados son jóvenes, lo más habitual es que mencionen a sus padres, conjuntamente, o alguno de sus progenitores, particularmente, como reguladores del uso.

Existe también una proporción nada despreciable, estadísticamente hablando, que indica algún hijo o hijos (11,3%), la mayor parte de las veces varones, o algún hermano/a (3%).

Por último, en torno al 9% de quienes han manifestado la existencia de reglas, apuntan al consenso entre todos los miembros del hogar para el ordenamiento del uso.

En conjunto, los datos de esta variable permiten inferir lo siguiente:

En uno de cada cuatro hogares donde se reconocen normas para la utilización de los ordenadores, participan los jóvenes de la casa en su regulación.

Respecto a quién regula el uso del ordenador en la casa, cabe reseñar curiosas diferencias en razón del género de quien responde. Por ejemplo, las siguientes:

- Ningún hombre de la muestra ha manifestado que “su pareja” es quien establece las reglas de uso del ordenador. Las mujeres sí lo han hecho.
- Ningún hombre de la muestra ha indicado que “un hijo varón” o “una hija” es quien establece las reglas. Quienes lo han manifestado, en todos los casos, son mujeres que tienen entre 45 y 64 años.
- Hay más varones que mujeres que apuntan al consenso al señalar que las reglas se fijan “entre todos los miembros del hogar”.

Las reglas de uso de Internet

La proporción de quienes ponen de manifiesto la existencia de reglas en el hogar para el uso de Internet es ligeramente superior a la de quienes lo expresan a propósito del ordenador⁴³. Con todo, no llegan a representar una cuarta parte de los usuarios los que responden que sí se han establecido, explícita o implícitamente, unas reglas de uso de Internet en la casa donde viven.

CUADRO 5.33
Existencia de reglas para el uso del ordenador y de Internet

	(a) Ordenador	(b) Internet
Sí, existen de manera explícita	11,5	17,8
No se han establecido explícitamente, pero existen implícitamente	5,8	6,7
No existen reglas	79,9	71,8
N.S. / N.C.	2,8	3,7
(n)	(1089)	(785)

Base para (a): quienes tienen ordenador en casa

Base para (b): quienes utilizan Internet

Las reglas (explícitas o implícitas) es más probable que existan en aquellos hogares donde los entrevistados viven sólo con familiares, cuando se identifican como “católicos practicantes” y también cuando su estatus socioeconómico es de “obreros cualificados”. Es más probable que no existan donde viven solos o con otras personas que no son miembros de la familia, cuando, en materia de religión, se identifican como “indiferente, ateos o agnósticos”; y cuando su estatus es de “clase alta o media alta”.

Contenido de la regulación

¿Qué se pretende regular, en tales casos, respecto al uso de Internet?

En los hogares se regula el tiempo de uso, más que el tipo de uso.

⁴³ Las bases de quienes responden la pregunta no son equivalentes: en un caso, usuarios de Internet; en otro, los componentes de la muestra que cuentan con algún ordenador en casa.

Ese control del tiempo tiene, a su vez, dos motivaciones principalmente:

- La economía, quizás porque muchos usuarios pagan en función del tiempo que permanecen conectados a la red (ellos mismos o/y los familiares con los que conviven).
- La menor dedicación a otras cosas o personas, como consecuencia de una dedicación a Internet que el controlador o controladores de la casa pueden considerar excesiva.

También se ejerce algún control sobre la manera de utilizar la red porque se pretende evitar virus, descargas indebidas o acceso a determinadas páginas o chats.

En general, estos controles indican la preferencia por un uso prudente de la tecnología, que eluda, en lo posible, los riesgos asociados a una utilización inconveniente: el riesgo de tener que pagar un alto coste, el de una posible adicción o enganche que lleve consigo el descuido de responsabilidades, o el de sufrir percances informáticos que impiden seguir usando la máquina con normalidad.

Los controles paternos en el uso de Internet

Como se ha visto en el epígrafe anterior, tan solo una cuarta parte de quienes utilizan Internet manifiesta que en su casa existen reglas relativas a quién puede usar la red, cómo, cuándo, para qué, etc.

Los usuarios de Internet que tienen hijos e hijas menores de edad saben si ellos y ellas también usan la red y, en parte, saben qué páginas web visitan o qué otras cosas hacen en Internet (tales como jugar, chatear o intercambiar correos electrónicos), dependiendo relativamente de su interés y sus posibilidades de conocer y controlar lo que hacen los hijos e hijas.

El control de los hijos varones

Seis de cada diez usuarios de Internet con hijos menores de edad manifestó en diciembre de 2002 que sus hijos utilizaban Internet.

A juzgar por sus respuestas, los padres y madres saben que sus hijos (usuarios de Internet) visitan aquellas páginas web que la mayoría de los ciudadanos españoles considerarían social y políticamente correctas (los sitios que proporcionan información relacionada con sus estudios o con la música) y no hacen lo incorrecto (p.e., buscar contenidos pornográficos, xenófobos o justificadores de comportamientos violentos).

Ninguno de los padres y madres entrevistados manifestó tener conocimiento de que sus hijos varones fuesen visitantes de páginas de esta naturaleza: casi uno de cada siete padres dice no saber si lo hacen y el resto se muestra confiado en que tal cosa no sucede.

Cuando se les pregunta si sus hijos varones *participan en juegos en red*, es cuando encontramos el porcentaje más alto de entrevistados que dicen no saber si lo hacen o no (16,8%).

El control de las hijas

Un 15%, aproximadamente, de los usuarios de Internet, tiene hijas menores de edad, el 45,4% de las cuales también utiliza la red.

Al igual que los padres y madres de varones menores de edad (usuarios de Internet), dijeron saber qué tipo de páginas web visitan las hijas menores, con la diferencia de que, en este caso, fueron algo más numerosos los entrevistados que expresaron su desconocimiento sobre el particular, especialmente en los temas más escabrosos (pornografía, xenofobia / racismo, violencia y participación en juegos en red).

La comparación entre los cuadros 5.34 y 5.35 permite observar algunas diferencias porcentuales entre quienes responden por las conductas de sus hijos varones y quienes lo hacen por los hábitos de sus hijas. Pero es recomendable el recurso a la prudencia cuando se trata de datos relativos a submuestras tan pequeñas: 112 y 53 casos, respectivamente.

CUADRO 5.34
El control paterno de lo que hacen en internet los hijos (varones) menores de edad

		Saben que sí lo hacen	Saben que no lo hacen	N.S./N.C.
Visitar páginas web	Relativas a sus estudios	88,2	11,8	0,0
	Sobre música	79,6	19,1	1,3
	Sobre deporte, motor, aventura	22,1	66,8	11,0
	Con contenidos pornográfico	–	85,2	14,8
	Con contenidos xenófobos o racistas	–	86,4	13,6
	Que promuevan o justifiquen la violencia	–	86,4	13,6
Realizar las actividades siguientes	Enviar / recibir correo electrónico	77,2	19,1	3,7
	Participar en chats	20,1	74,0	5,9
	Participar en juegos en red	8,9	74,2	16,8

Base: Quienes tienen hijos varones menores de edad que utilizan Internet (n: 112).

CUADRO 5.35
El control paterno de lo que hacen en internet las hijas menores de edad

		Saben que sí lo hacen	Saben que no lo hacen	N.S./N.C.
Visitar páginas web	Relativas a sus estudios	71,6	17,9	10,4
	Sobre música	71,6	17,9	10,4
	Sobre deporte, motor, aventura	7,5	79,4	13,1
	Con contenidos pornográfico	–	79,1	20,9
	Con contenidos xenófobos o racistas	–	82,6	17,4
	Que promuevan o justifiquen la violencia	–	85,3	14,7
Realizar las actividades siguientes	Enviar / recibir correo electrónico	44,1	40,7	15,2
	Participar en chats	44,7	40,1	15,2
	Participar en juegos en red	14,7	70,1	15,2

Base: Quienes tienen hijas menores de edad que utilizan Internet (n: 53).

Una proporción muy pequeña de los padres y madres entrevistados (el 9% de quienes tienen hijos menores y el 5% de quienes tienen hijas menores) declaran que no les interesa saber qué cosas hacen o qué sitios visitan sus hijos/as por Internet. Lo más habitual es que quieran saberlo y no les resulte posible por alguna razón. Así lo declara el 22% de quienes tienen hijos menores y el 59% de quienes tienen hijas menores.

Una de las actividades que pueden llevar a cabo los menores de edad, a través de Internet es participar en chats, o foros, ya sea con o sin conocimiento paterno. De los pocos entrevistados que declararon saber que sus hijos/as participaban en chats, aproximadamente la mitad afirmó conocer todos o, al menos, una parte de esos chats. La otra mitad no contestó ante la pregunta *¿Conoce Ud. en qué clase de chats participa/n sus hijos/ varón/es? ¿Y sus hijas/?*, ni tampoco ante la pregunta *¿Y le interesa conocer en qué clase de chats participa/n sus hijos/ varón/es? ¿Y sus hijas/?*

El conocimiento de los padres y madres parece ser mayor respecto a quiénes son los comunicantes con los que sus hijos e hijas intercambian mensajes por correo electrónico que respecto a la clase de chats en las que participan.

Siete de cada diez entrevistados con hijos menores y dos de cada diez con hijas menores (también usuarios y usuarias de Internet) manifiesta saber con quienes mantienen correspondencia sus hijos o hijas.

En todo caso, teniendo en cuenta que sólo una parte pequeña de usuarios de Internet tiene hijos menores de edad que, a su vez, son usuarios de Internet, parece razonable concluir que estas cuestiones, relativas a lo que (des)conocen los padres y madres acerca de las web visitadas, las interacciones comunicativas y, en general, las actividades de los hijos e hijas, en tanto que internautas, habrán de tener seguimiento en la investigación social seleccionando un universo poblacional específico.

5.4. LOS CONFLICTOS POR EL USO DEL TELEVISOR Y EL ORDENADOR

Por Diego Becerril

Dentro de las estructuras de poder el conflicto se presenta como una manifestación de poder/es y del enfrentamiento entre miembros de la familia en pro de una posición de autoridad o jerarquía. Nuestro objetivo es analizar los conflictos dentro de la familia que se originan en las TIC y, en concreto, sobre el uso del ordenador y del televisor⁴⁴. Los conflictos se han categorizado según el tipo de miembros que participen, considerando cuatro posibilidades: entre los miembros de la pareja; entre el padre y los hijos; entre la madre y los hijos; y entre los hijos.

El Cuadro 5.36 nos ofrece los primeros resultados referentes al televisor.

CUADRO 5.36
Conflictos familiares en torno al televisor

	Nunca	En ocasiones	A menudo	Continuamente	No procede	Ns/Nc
Entre la pareja	56,1	18,4	3,0	2,7	13,6	6,2
Entre el padre y los hijos	39,2	19,8	5,7	2,5	26,6	6,2
Entre la madre y los hijos	49,5	18,8	3,5	2,1	18,7	6,5
Entre los hijos	29,2	18,7	5,2	4,6	34,5	7,1

Una visión general de los resultados nos permite comenzar afirmando que el nivel de conflicto en torno al televisor es bajo y que la mayoría de personas responden que el conflicto no se produce nunca o sólo en ocasiones. Si atendemos a los miembros inmersos en el conflicto, los enfrentamientos más frecuentes se registran entre los hijos, donde un 10% los vive a menudo o continuamente. Los hijos

⁴⁴ El conflicto en torno al televisor se preguntaba para aquellos televisores en espacios de uso común de los familiares; no, lógicamente, para los existentes en las habitaciones particulares.

son, y va a ser una constante, los miembros de la familia que más entran en conflicto en torno a las TIC. En el caso del televisor, el conflicto entre padre e hijos sí es cercano al anterior, pero éstos dos casos se distancian del existente entre la pareja o entre madre e hijos. En el televisor se define pues una estructura de enfrentamiento que tiene a los hijos como eje central junto al padre.

En el uso del ordenador el conflicto que aparece en la familia es todavía menor que respecto al televisor (Cuadro 5.37).

CUADRO 5.37
Conflictos familiares en torno al ordenador

	Nunca	En ocasiones	A menudo	Continuamente	No procede	Ns/Nc
Entre la pareja	56,1	18,4	3,0	2,7	13,6	6,2
Entre la pareja	82,6	2,9	0,2	1,1	10,7	2,4
Entre el padre y los hijos	69,0	7,1	0,9	0,4	20,1	2,3
Entre la madre y los hijos	76,2	5,7	0,3	0,3	15,1	2,4
Entre los hijos	52,9	9,0	3,2	1,5	29,5	3,8

Los conflictos son muy bajos entre las parejas y también en el caso de la madre y los hijos. De hecho, si bien es cierto que los enfrentamientos son menores, la estructura de conflicto en torno al ordenador es similar a la del televisor. El cambio más significativo es que en el ordenador la presencia de conflicto entre el padre y los hijos es apenas inexistente o, al menos, tan baja como la registrada entre la pareja o la madre y los hijos. En el ordenador el padre no es un competidor, es una cuestión de tensión entre los hijos. Si sumamos los conflictos que tienen lugar a menudo y continuamente, el porcentaje entre madre e hijos es del 0,6%, y de 1,3% tanto entre la pareja como entre el padre y los hijos. A juicio de los entrevistados donde hay más conflicto es entre los hijos (4,7%).

En cualquier caso, los conflictos en el uso de las TIC van a ser diferentes en función del grupo de edad al que nos estemos refiriendo, bien los jóvenes o los adultos⁴⁵. En torno al televisor (Cuadro 5.38), la estructura general de conflicto no varía, toda vez que los enfrentamientos entre hijos son los más frecuentes, seguidos de los padres con sus hijos. Esta realidad se impone por encima del grupo de edad al que pertenezca el entrevistado, lo que no significa que sea en las mismas dimensiones.

⁴⁵ Para simplificar el análisis de resultados vamos a utilizar dos indicadores de conflicto en los cruces de variables que presentamos. El primero es el de bajo conflicto, que es la suma de las respuestas “nunca” y “en ocasiones”. El segundo es “alto conflicto”, agregación de las categorías “a menudo” y “continuamente”.

CUADRO 5.38
Conflictos familiares en torno al televisor edad

	Jóvenes		Adultos	
	Bajo conflicto	Alto conflicto	Bajo conflicto	Alto conflicto
Entre pareja	77,4	6,6	73,4	5,3
Entre padre e hijos	66,9	11,1	55,6	7,0
Entre madre e hijos	75,7	7,7	65,0	4,8
Entre hijos	52,4	14,1	45,9	7,8
Pareja: CC: 0,10	Nivel de significatividad: 0,00			
Padre-Hijos: CC: 0,18	Nivel de significatividad: 0,00			
Madre-Hijos: CC: 0,17	Nivel de significatividad: 0,00			
Hijos: CC: 0,18	Nivel de significatividad: 0,00			

Para los jóvenes, entre los hijos se registra un 14% de alto conflicto, siendo el sector mayoritario. La misma circunstancia declaran los adultos pero con una incidencia mucho menor, únicamente del 7%, la mitad. Esta desproporción puede significar que los adultos no están presentes en muchos de los conflictos entre sus hijos o que, simplemente, consideran que algunos enfrentamientos no son conflictos como tal sino “cosas normales” entre hermanos, por lo que infravaloran el enfrentamiento.

En ambos, jóvenes y adultos, la segunda arena de conflictos tiene como protagonistas al padre y los hijos. En este caso, de nuevo los hijos entienden que hay un mayor porcentaje de alto conflicto (11%) que el que manifiestan los adultos (7%). Y lo mismo ocurre entre la madre y los hijos e incluso entre la pareja. Esta circunstancia de que siempre los jóvenes detecten una mayor tensión que los adultos inclina a pensar en que, de las dos hipótesis anteriores, la más convincente es que se defina de forma distinta lo que es “conflicto”, hecho que lleva a una percepción real diferenciada.

La televisión, al ser más utilizada por todos los miembros de la familia muestra esta tendencia con claridad. En el ordenador los resultados no están tan definidos (Cuadro 5.39). El nivel de conflicto en el ordenador es menor y, de nuevo, menos percibido por los adultos que por los jóvenes, salvo una excepción y un dato relevante: el conflicto entre hijos no presenta diferencias significativas (por lo que no aparece en el cuadro). Esto significa que, aquí sí y sólo aquí, la percepción del conflicto debe ser tan evidente que coinciden jóvenes y adultos en su frecuencia.

Frente a esta salvedad en el conflicto entre hijos, que sigue siendo el superior, en el resto de casos el alto nivel de conflicto está más presente entre los jóvenes. Así, los enfrentamientos entre padre e hijos son altos para un 2,7% de jóvenes en contraposición a un 0,6% de adultos, e incluso en los adultos no se registra conflicto alto entre madre e hijos, hecho que sí existe para un 1,8% de jóvenes.

En conclusión, tanto para el televisor como para el ordenador, los jóvenes detectan un mayor grado de conflicto, especialmente entre los hijos, seguido de los conflictos padre-hijos. Las TIC aparecen como un campo de batalla de poder y autoridad donde los jóvenes se emplean más que los adultos e incluso lo conciben más como

un área de conflictos donde ellos pueden desarrollar sus habilidades para posicionarse en la estructura familiar.

CUADRO 5.39
Conflictos familiares en torno al ordenador según edad

	Jóvenes		Adultos	
	Bajo conflicto	Alto conflicto	Bajo conflicto	Alto conflicto
Entre pareja	79,8	1,2	88,9	1,3
Entre padre e hijos	73,8	2,7	77,4	0,6
Entre madre e hijos	80,7	1,8	82,5	–
Pareja: CC: 0,13	Nivel de significatividad: 0,00			
Padre-Hijos: CC: 0,10	Nivel de significatividad: 0,01			
Madre-Hijos: CC: 0,12	Nivel de significatividad: 0,00			

En la comprensión de estos procesos de conflicto son significativas las diferencias según el género (Cuadro 5.40), si bien se refieren a la población total o a los adultos. En los jóvenes el género no discrimina, hecho que demuestra una vez más la solidez y cohesión de los resultados que genera la juventud.

CUADRO 5.40
Conflictos familiares en torno al televisor según género

	Varones		Mujeres	
	Bajo conflicto	Alto conflicto	Bajo conflicto	Alto conflicto
Entre pareja	79,8	1,2	88,9	1,3
Entre pareja	80,2	5,6	68,1	5,9
Entre padre e hijos	63,8	8,6	53,7	7,8
Entre madre e hijos	69,8	5,5	66,5	5,9
Entre hijos	52,4	8,7	42,8	10,9
Pareja: CC: 0,14	Nivel de significatividad: 0,00			
Padre-Hijos: CC: 0,12	Nivel de significatividad: 0,00			
Madre-Hijos: CC: 0,12	Nivel de significatividad: 0,00			
Hijos: CC: 0,13	Nivel de significatividad: 0,00			

Las diferencias por género en los conflictos por el televisor muestran que los presentes entre los hijos y el padre, y entre los propios hijos siguen siendo los mayoritarios frente a los de la madre y los hijos o entre los miembros de la pareja. La variable género descubre que los enfrentamientos entre hijos son más altos para las mujeres que para los varones, seguramente porque las madres comparten más tiem-

po con los hijos que los padres. Pero, por el contrario, los varones registran un mayor conflicto entre padre e hijos que las mujeres, donde, siguiendo con la explicación anterior, es lógico que sea así al estar implicados los padres varones.

Cuando se trata del ordenador (Cuadro 5.41), los porcentajes de conflicto son más similares entre género.

CUADRO 5.41
Conflictos familiares en torno al ordenador según género

	Varones		Mujeres	
	Bajo conflicto	Alto conflicto	Bajo conflicto	Alto conflicto
Entre pareja	87,1	1,1	83,6	1,7
Entre padre e hijos	79,7	1,4	71,6	1,2
Entre madre e hijos	83,8	0,7	79,7	0,5
Entre hijos	67,3	3,8	54,8	6,1
Pareja: CC: 0,10	Nivel de significatividad: 0,01			
Padre-Hijos: CC: 0,12	Nivel de significatividad: 0,00			
Madre-Hijos: CC: 0,11	Nivel de significatividad: 0,00			
Hijos: CC: 0,12	Nivel de significatividad: 0,00			

Si analizamos el conflicto alto, las diferencias más destacadas se producen en los enfrentamientos entre hijos. Las mujeres son quienes detectan un mayor grado de conflicto (6%) que duplica al presente entre los varones (3%), si bien, en general, el conflicto es bajo. Igualmente, en los conflictos padre-hijos es ligeramente superior el porcentaje entre varones, aunque con una diferencia escasa.

La clase social es otra variable que diferencia significativamente los resultados. El Cuadro 5.42 presenta los datos para el conflicto en torno al televisor.

CUADRO 5.42
Conflictos familiares en torno al televisor según clase social (porcentaje de bajo conflicto)

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados
Entre pareja	80,2	76,5	90,0	81,8	44,4
Entre padre e hijos	60,8	61,1	44,0	70,4	34,9
Entre madre e hijos	64,4	69,1	73,3	77,0	51,0
Entre hijos	40,0	53,4	55,1	54,9	41,2
Pareja: CC: 0,35	Nivel de significatividad: 0,00				
Padre-Hijos: CC: 0,39	Nivel de significatividad: 0,00				
Madre-Hijos: CC: 0,36	Nivel de significatividad: 0,00				
Hijos: CC: 0,35	Nivel de significatividad: 0,00				

El mayor porcentaje de bajo conflicto frente al televisor, se señala en el seno de las familias de las viejas clases medias y las de obreros cualificados. En el caso del enfrentamiento entre la pareja y entre los hijos son las viejas clases medias las que indican la existencia de escasos conflictos y, respecto a los conflictos entre la madre o el padre con los hijos son los obreros cualificados los destacados en el bajo nivel de conflicto. En el extremo opuesto, es menos probable que consideren poco abundantes los conflictos los consultados con estatus de obreros no cualificados.

Los conflictos en el ordenador registran unas tendencias similares respecto a la clase social (Cuadro 5.43).

CUADRO 5.43
Conflictos familiares en torno al ordenador según clase social
(porcentaje de bajo conflicto)

	Clase alta Media alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados
Entre pareja	80,2	76,5	90,0	81,8	44,4
Entre pareja	83,2	83,5	77,1	90,4	78,6
Entre padre e hijos	66,3	77,3	71,4	84,9	63,4
Entre madre e hijos	68,4	87,9	76,5	90,9	65,9
Entre hijos	50,7	67,4	74,3	71,0	56,1
Pareja: CC: 0,23	Nivel de significatividad: 0,00				
Padre-Hijos: CC: 0,27	Nivel de significatividad: 0,00				
Madre-Hijos: CC: 0,33	Nivel de significatividad: 0,00				
Hijos: CC: 0,24	Nivel de significatividad: 0,00				

Es la clase social de obreros cualificados quien presenta el porcentaje superior de bajo conflicto, con la única excepción del conflicto entre los hijos donde es superada por las viejas clases medias. Invirtiendo los términos, los obreros no cualificados son quienes menor grado de bajo conflicto muestran en enfrentamientos entre padre/madre e hijos, pero de nuevo son las clases altas o medias-altas las de menor bajo conflicto en el caso de los hijos, esta vez de forma más destacada que en torno al televisor.

La clase social correlaciona con las diferencias en los conflictos según el nivel de estudios. En las TIC, televisor y ordenador, los mayores grados de conflictividad surgen en los niveles de estudios bajos (primarios, secundarios), lo que evidentemente está asociado a clases sociales bajas (como a unas edades jóvenes). La excepción es que existe un alto conflicto entre los miembros de la pareja en los niveles de estudios superiores, destacando en torno al ordenador.

Asimismo, es importante destacar que, para el caso del televisor, en los conflictos entre hijos el nivel de estudios donde aparecen con más frecuencia es tanto en niveles de primaria como en superiores. Este dato coincide con la clase social donde en este ítem se presentaban unos porcentajes similares. Los extremos son más parecidos que las categorías intermedias.

No debe concluirse la influencia de la clase social y el nivel de estudios sin aclarar que las diferencias se refieren a la población total pero, en la desagregación entre jóvenes y adultos, únicamente son significativas para los adultos.

Otro de los factores claves en relación al conflicto se refiere al número de hijos. En todas las TIC presentadas, un aumento en el número de hijos significa un mayor grado de conflicto. Esta tendencia está presente en los conflictos entre padre-madre e hijos pero, especialmente, en los registrados entre hijos, que son muy sensibles al incremento de los hijos.

Todo el análisis previo se ha efectuado sobre variables que afectaban el conflicto en torno al televisor y el ordenador conjuntamente. Hay, no obstante, determinadas variables que afectan a cada TIC específicamente. Es el caso del número de televisores para el conflicto en torno a ellos (Cuadro 5.44).

CUADRO 5.44
Conflictos familiares en torno al televisor según número de televisores
(porcentaje de bajo conflicto)

	Uno	Dos	Tres	Cuatro o más
Entre pareja	65,9	80,6	73,1	77,5
Entre padre e hijos	40,6	65,6	71,0	78,7
Entre madre e hijos	49,7	73,6	84,8	86,5
Entre hijos	32,0	55,2	47,5	80,0
Pareja: CC: 0,27	Nivel de significatividad: 0,00			
Padre-Hijos: CC: 0,34	Nivel de significatividad: 0,00			
Madre-Hijos: CC: 0,36	Nivel de significatividad: 0,00			
Hijos: CC: 0,34	Nivel de significatividad: 0,00			

Como era de esperar, el mayor número de televisores es un baremo del conflicto generado. En las familias con cuatro o más televisores es donde mayor es el porcentaje de bajo conflicto para todos los casos de enfrentamientos, con la excepción de los conflictos entre la pareja. Donde no existe excepción es en la lectura inversa, esto es, ¿dónde es menor el grado de bajo conflicto?, sin ninguna duda siempre que en la familia exista un solo televisor. En estas ocasiones es, lógicamente, donde mayor conflicto existirá por su uso.

Dentro de la misma lógica, para el conflicto en torno al ordenador se han utilizado diversas variables específicas. Los resultados se cruzaron en función del número de ordenadores que hubiera en el hogar obteniendo que, si bien existe una tendencia a que un mayor número de ordenadores se corresponda con menor conflicto, las diferencias no fueron significativas salvo en el caso de los enfrentamientos entre hijos.

Otra hipótesis que se comprobó para el conflicto en el ordenador era que el número de usuarios de internet influía en el nivel de conflicto. Efectivamente, las diferencias fueron significativas y demuestran que cuanto mayor es el número de personas que utilizan internet en el hogar, superior es el nivel de conflicto con

independencia de los miembros implicados. Curiosamente, cuando esta hipótesis se traslada al número de usuarios en general de los ordenadores no se obtienen los mismo resultados, y el mayor conflicto se sitúa mayoritariamente con dos usuarios.

Por último, se consideró que la existencia o no de reglas de uso del ordenador podía estar asociada a los conflictos (Cuadro 5.45).

CUADRO 5.45
Conflictos familiares en torno al ordenador según reglas de uso
(Porcentaje de bajo conflicto)

	Existen explícitas	Existen implícitas	No existen
Entre pareja	79,0	82,3	86,8
Entre padre e hijos	77,3	83,6	75,5
Entre madre e hijos	94,1	93,4	79,4
Entre hijos	63,9	83,6	60,0
Pareja: CC: 0,20	Nivel de significatividad: 0,00		
Padre-Hijos: CC: 0,14	Nivel de significatividad: 0,01		
Madre-Hijos: CC: 0,15	Nivel de significatividad: 0,00		
Hijos: CC: 0,29	Nivel de significatividad: 0,00		

En general, cuando no existen definidas unas reglas de uso es cuando es menor el porcentaje de bajo conflicto, con lo que podemos entender que, al no existir reglas, se genera más conflicto. Existe una excepción que son los conflictos entre la pareja. En este caso cuando existen reglas explícitas de uso del ordenador es cuando mayor conflicto se genera, quizás por la imposición o modificación de estas mismas reglas que, en el caso de la pareja sería entre adultos y no entre jóvenes-adultos o jóvenes.

Los demás tipos de conflictos, donde están implicados los hijos, son menores cuando existen reglas. Hay que señalar que, además, si estas reglas son implícitas hay menor conflicto que en las explícitas, aunque no se puede descartar que quizás las implícitas se convierten en explícitas por ese mismo mayor nivel de conflicto.

La influencia significativa de las reglas de uso se genera respecto a la población total y a la población adulta. Entre los jóvenes, la existencia de reglas de uso no determina salvo en el conflicto entre hijos, el más propiamente juvenil, donde sí existen diferencias estadísticamente significativas en el sentido analizado.

5.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Por Diego Becerril y Francisco Bernete

De las decisiones familiares

Las TIC son un medio a través del cual es posible aproximarse al conocimiento de las estructuras de poder y las actuaciones que cada persona desarrolla para imponer su presencia y usos. El primer análisis aborda las decisiones familiares rela-

cionadas con las TIC, en concreto: quien propone la compra, quien las compra y quien paga las facturas.

La propuesta de compra referida al teléfono móvil indica que existe una mayoría de propuestas de las propias personas, hecho que se acentúa entre los jóvenes. Entre los adultos intervienen más otras personas, fundamentalmente la pareja, o de acuerdo con la pareja o el hijo varón. En los jóvenes, aun cuando existe más iniciativa propia, si interviene alguien son los padres o las madres, junto a la pareja. Estos resultados son importantes pues muestran que, en la propuesta de compra del móvil, los adultos y los jóvenes están más igualados de lo que muchas veces se supone, si bien es verdad que hay más iniciativa de introducción de las TIC en la familia por parte de los jóvenes. No obstante, en las influencias ganan los padres, quienes proponen compra a los jóvenes en un 12% de casos, mientras que de los hijos a los padres es del 7%.

En la propuesta de compra del ordenador, la iniciativa propia es mayoritaria pero con unos porcentajes inferiores a los del móvil, teniendo más influencia otras personas. Los jóvenes presentan de nuevo mayor iniciativa, pero con escasa diferencia respecto a los adultos, siendo relevante la propuesta del padre, el hermano varón, o el padre y la madre conjuntamente. En los adultos las propuestas que no son propias provienen del hijo varón o de la pareja. En el ordenador, todavía más que en el móvil, es significativa la propuesta que los padres y madres realizan a los jóvenes (29%), algo superior a la que los hijos indican sobre los adultos (28%).

El estudio del género indica que son los varones quienes tienen más iniciativa propia en la propuesta de compra y, de proponer otro, influyen en ellos más los padres o madres. En las mujeres la iniciativa es menor y reciben en mucho mayor porcentaje propuestas de la pareja, lo que indica la mayor persistencia del varón, seguido por el padre y los hijos, también varones.

Cruzando los resultados en función de la clase social y el nivel de estudios, la propuesta de compra es más propia en la medida que se pertenece a una clase alta o media-alta o se cuenta con un nivel superior de estudios, relación más evidente respecto al ordenador que con el móvil. En los niveles de estudios básicos y las clases obreras, aun siendo mayoría la propia, la propuesta parte con más frecuencia de otras personas, entre las que destacan la pareja y los hijos/as.

En definitiva, la propuesta de compra de las TIC parte en gran medida de la propia persona y, si no es así, recae fundamentalmente en los familiares varones. La mujer se desliga más de la introducción de las TIC en la familia, quizás porque luego las va a usar menos o no va a tener el control o conocimiento sobre ellas.

El siguiente paso sería la compra efectiva de las TIC. Para este particular, cabe concluir que no existen prácticamente diferencias entre quienes proponen y quienes compran. La variación más significativa es que los padres aumentan de porcentaje en las compras, es decir, se hacen más cargo de la compra real aun cuando la propuesta no fue suya, si bien quedan en el 11% de las compras totales. No obstante, debe anotarse otro apunte relevante y es el cambio en las propuestas conjuntas que varían en la compra. Así, las propuestas conjuntas del padre-madre o con la pareja en un alto porcentaje pasan a la compra por parte únicamente del varón (padre o pareja).

La edad influye y evidencia un descenso en la compra propia de los jóvenes. Eso no evita que los hijos intervengan más en la compra de TIC de los padres, especialmente interviene más la hija respecto a su presencia en las propuestas.

En cualquier caso la variable reveladora es el género. Las mujeres hacen la propuesta en más ocasiones que la compra. Lógicamente, el fenómeno inverso se observa en los varones que se encargan en mayor medida de adquirir las TIC, aunque sea destacable el papel de las hijas en la compra de móviles a las madres, que supera incluso el registro de los hijos varones.

De nuevo la clase social y el nivel de estudios trazan una tendencia similar en la compra a la descrita en la propuesta. A medida que aumenta el nivel educativo y la clase social, más probable es la iniciativa propia en cuanto a poseer TIC.

En tercer lugar, una vez adquirida la TIC, el móvil en este caso, aparece la temida factura. En general, la mayoría de las personas pagan sus propias facturas, incluso más entre los jóvenes que los adultos. Si no la paga el joven, la factura recae en los padres, más el padre que la madre. En los adultos, la factura no pagada por la propia persona es repartida con la pareja o pagada por otra persona, con probabilidad la empresa de trabajo.

Considerando el género, los varones pagan más sus propias facturas de móvil que las mujeres; de no hacerlos ellos recae en otras personas o a medias con la pareja. Las mujeres pagan relativamente menos sus facturas (aunque lo hacen mayoritariamente), siendo, de entre el resto, la pareja quien asume el papel predominante a la hora de pagar, bien todo o a medias. La pareja paga incluso con independencia de la situación laboral de la mujer, la explicación no es la condición socioeconómica sino una práctica social.

De la transmisión de conocimientos sobre uso de las tecnologías

Superadas las primeras decisiones familiares de las TIC, un segundo aspecto significativo es cómo se transmite el conocimiento de su uso. Este proceso es importante toda vez que supone poner en juego una enseñanza que puede marcar unas posiciones de poder del enseñante sobre el enseñado.

El análisis de los enseñantes muestra que en torno a un tercio de personas en la familia han enseñado a otros, siendo algo mayor el porcentaje del móvil (35%) que del ordenador (27%). De ellos la mayor parte son jóvenes que tienen un papel docente destacado frente a los adultos, duplicando la tasa de enseñanza y alcanzando un 52% los jóvenes que han enseñado a algún familiar a usar el teléfono móvil.

De la enseñanza del teléfono móvil no puede presentarse ninguna diferenciación por variables pues no son significativas. Para el ordenador sí diferencian resultados el género y la clase social. En el género aparece una mayor presencia de los varones como enseñantes, duplicando los porcentajes de mujeres y, según la clase social, la presencia de personas que enseñan en la familia es más frecuente cuanto superior es el nivel de clase.

Concluyendo, la transmisión de conocimientos del uso de TIC en el seno familiar es destacada y significa una preponderancia de los jóvenes y de los varones sobre los

adultos y las mujeres (en el caso del ordenador). En esta hegemonía de los jóvenes aparece una inversión de la tradicional enseñanza por parte de los adultos lo que, en última instancia, significa una inversión de las jerarquías de poder y una modificación de las estructuras familiares de autoridad.

Interesaba, por otra parte, conocer si existía una cadena de transmisión de conocimientos, de tal forma que el enseñado se convertiría, a su vez, en enseñante de otras personas. Los resultados muestran que esto ocurre en muy bajo porcentaje (12%-16%) y lo normal es que la persona que enseña en la familia sea quien enseña a todos. Con independencia de que haya enseñado a otros familiares, el enseñante se convierte en persona de referencia a la que todos los familiares se remiten, aunque haya otros que ya sepan.

No obstante, si existe algún grado de transmisión, está protagonizado por los jóvenes, con más presencia en el supuesto del teléfono móvil que en el ordenador.

Concretando quienes son estas personas que enseñan el uso de las TIC, para el teléfono móvil encontramos que son los hijos varones, seguido de la pareja y de las hijas. Para el ordenador son, principalmente, los hijos varones, y tras ellos, la pareja y los hermanos.

La diferencia por edad presenta resultados específicos. Para los jóvenes son los hermanos varones quienes enseñan con mayoría clara, seguidos del padre y la pareja. Entre los adultos, la enseñanza proviene de los hijos varones, de las hijas o la pareja.

Igualmente, el género es crucial para comprender los procesos de transmisión de conocimientos. Son los hijos varones quienes tienen la mayor presencia como enseñantes en la familia, especialmente cuando enseñan a otros varones. Las mujeres son enseñadas por el hijo varón pero con una presencia compartida respecto a la pareja y las hijas, que respecto a las mujeres tiene una relevancia significativa en la enseñanza.

Desde la perspectiva de los intercambios padres-hijos, los padres enseñan el uso del móvil a los hijos en un 24% de ocasiones y de hijos a padres en un 67%. En el ordenador el aprendizaje padres-hijos es del 28% y de hijos-padres del 55%. Son flujos descompensados pero con cierta relevancia del papel de los padres en la transmisión de conocimientos.

Las personas enseñadas representan otra perspectiva. Esta opción, la de reconocer que algún familiar le ha enseñado, es apuntada por un 30% de personas para el móvil y un 32% para el ordenador, porcentajes muy similares a quienes se declaraban enseñantes. En coherencia con el análisis previo, son más los adultos enseñados que los jóvenes y más las mujeres que los varones. Los adultos son enseñados, sobre todo, si no han sido ellos mismos quienes han propuesto la introducción de TIC en el hogar.

Asimismo, según la clase social, los enseñados son más frecuentes entre las clases de obreros y disminuyen conforme avanzamos hacia las clases media-altas o altas.

La identificación de los enseñados muestra que, en el teléfono móvil, los más enseñados son la madre, el padre y la pareja, siendo en el uso del ordenador la pareja, la hermana y el padre.

De las reglas y controles en el uso de las TIC

Los ordenadores se utilizan sin regulación alguna en cuatro de cada cinco hogares. Es decir, se usa libremente, sin restricciones de tiempo, finalidad o empleo que se le dé.

Donde se reconocen normas por las que se rigen el uso de los ordenadores, los jóvenes de la casa participan en el establecimiento de tales normas en uno de cada cuatro hogares.

El control respecto al uso de Internet está proporcionalmente algo más extendido que el control del uso del ordenador. Lo que se regula en los hogares respecto al manejo de Internet es más bien el tiempo de uso y no tanto el tipo de uso.

La mayoría de los usuarios de Internet que tienen hijos/as menores también usuarios de Internet creen saber qué páginas web visitan sus hijos e hijas menores de edad. Y también quiénes son los partenaires con los que sus hijos/as intercambian mensajes por correo electrónico; pero no así respecto a la clase de chats en las que participan.

De los conflictos familiares en torno a las TIC

Como arena de contienda, las TIC se convierten en potenciales fuentes de conflictos donde hacer patentes las estructuras de poder. Hay que decir, ante todo, que es una realidad cierta pero limitada, los conflictos no son mayoritarios en las familias españolas.

En torno al televisor el conflicto es bajo, declarando la mayoría que no existen conflictos nunca o sólo en ocasiones. Si existen conflictos, la mayor parte se producen entre los hijos o entre el padre y los hijos. Es muy poco frecuente que exista entre la madre y los hijos y, lo mínimo, entre la propia pareja.

Respecto al ordenador todavía es menor el grado de conflicto, aunque vuelve a repetirse que, de existir, es superior entre los hijos, de una forma más destacada que en el televisor.

La diferenciación por edad permite comprobar que los jóvenes siempre detectan un mayor nivel de conflicto en la familia y en torno a las TIC que los adultos, especialmente entre hijos y padre-hijos. Esto se explica por la mayor presencia de los jóvenes en los conflictos y que definen el conflicto de una forma más amplia, hecho que los adultos limitarían a las situaciones más evidentes.

De la misma manera, dividiendo según género, las mujeres adultas detectan un mayor nivel de conflictos que los varones, no existiendo diferencias significativas según género en la juventud. Este hecho puede derivarse de la presencia más permanente de las mujeres en el hogar y en su relación con los hijos/as que puede permitirle percibir más que los varones el nivel de conflicto.

A partir de la clase social y nivel de estudios, los obreros no cualificados y los niveles de estudios inferiores son los que registran un mayor índice de conflictividad.

Finalmente, hay circunstancias específicas que inciden en el conflicto según el medio. Para el televisor, un número mayor de éstos en el hogar significa un menor conflicto, hecho que no es significativo para el ordenador. Sin embargo, los enfrentamientos en el ordenador sí aumentan conforme asciende el número de usuarios de internet.

En el uso del ordenador el conflicto está asociado con la existencia y tipo de reglas de uso. Cuando no existen reglas en el uso es cuando más conflicto aparece en torno al ordenador y, si existen reglas, el conflicto es mayor si son explícitas que si son implícitas, aunque quizás se hicieron explícitas por ese mismo grado de conflicto.

En resumen, bajo conflicto en torno a las TIC, menor en referencia al ordenador que al televisor. Cuando existe conflicto es más bien entre los hijos o, en segundo lugar, del padre con los hijos. Este conflicto es más percibido por los jóvenes y las mujeres que por los adultos y los varones, y está más presente en las clases de obreros y niveles educativos bajos.

6. OPINIONES DE LOS JÓVENES SOBRE LAS REPERCUSIONES SOCIALES DE LAS TIC

Éste es el último capítulo en que se analizan los datos de la encuesta, y va a tratar dos cuestiones finales de gran relevancia como son las visiones (las opiniones) de las repercusiones sociales que tiene el teléfono móvil e Internet, que son las dos TIC que están, de momento, más en la mira de los rifles de la sociedad en general.

Por Francisco Bernete

6.0. INTRODUCCIÓN

En muchas ocasiones, las innovaciones tecnológicas se han recibido con recelo, como temiendo que nos deshumanicen. Cuando se trata, precisamente, de algo específicamente humano. El hábito adquirido nos hace ver como humano lo que nos resulta conocido, lo que no genera incertidumbre, lo que no requiere un nuevo esfuerzo de adaptación. Y como inhumano o repelente, lo que nos obliga a cambiar, lo que desafía nuestros conocimientos y comportamientos cotidianos.

El recelo, el temor, la angustia recae sobre instrumentos y técnicas de los ámbitos más variados: desde los que permiten la contracepción hasta la fecundación *in vitro*, desde la mecanización del trabajo hasta el teletrabajo, desde la imprenta hasta Internet. Siempre ha habido rechazos a la vez que aceptaciones; maldiciones y bendiciones. Siempre ha habido apocalípticos e integrados (en feliz expresión de Umberto Eco).

Aunque muchas de las predicciones hayan resultado erróneas y catastrofistas, también es justo reconocer que algunas de esas preocupaciones eran más que razonables y no siempre exageradas: es humano, como se ha dicho, innovar técnicamente, adoptar y aprovechar los nuevos instrumentos si se encuentra alguna ventaja o satisfacción con ello; pero también lo es preguntarse por las consecuencias de

su uso y anticiparlas, si es posible, por si acaso se consideran no deseables. Además, sería erróneo e ingenuo creer que nada se altera después de la implantación de una nueva tecnología, que implica una nueva manera de acceder a los datos, a la información, al conocimiento compartido por un grupo, al bagaje cultural de la humanidad, al espectáculo o al entretenimiento.

El punto de vista sociológico adoptado en la investigación, obliga a preguntarse, sobre todo, por *las transformaciones que provoca en la sociedad la renovación de las TIC*. Pues no se trata de conocer cuáles son las características técnicas de los instrumentos, ni de conocer cuáles son las posibilidades que brinda cada uno de ellos para el trabajo, el ocio o el estudio. Sino más bien de indagar sobre los cambios en las relaciones sociales que hipotéticamente pudieran considerarse asociados a la utilización de las TIC. Hasta hace poco más de una década, autores tan reconocidos como R. William, entendían que “una importante característica de nuestra sociedad es una coexistencia deseada entre la auténtica nueva tecnología y las genuinas viejas formas sociales” (Williams: 1990, 191).

En este caso concreto, nos ocupamos de un tipo de relaciones sociales: las de índole familiar, que para los jóvenes actuales revisten singular importancia. A juzgar por las investigaciones sociales llevadas a cabo en la última década (entre ellas, los Informes de Juventud de 1996 y 2000, patrocinados por el INJUVE), la mayoría de los jóvenes españoles aceptan y desean reproducir la organización familiar, porque encuentran en ella las relaciones afectivas más estables. Desde este punto de vista, puede afirmarse que las actuales generaciones juveniles son generaciones *integradas*.

Precisamente, lo que parece ser el principal problema de los jóvenes actuales es su dificultad para integrarse en el mundo de los adultos situado fuera del ámbito familiar. Después de tantos años pautando las relaciones intergeneracionales en términos de conflicto por la (supuestamente natural) “rebeldía juvenil”, ahora parece más realista reconocer que los problemas de los jóvenes con la sociedad adulta derivan más bien de la frustración que les produce no poder integrarse como quisieran.

De acuerdo con los resultados presentados en los Informes de Juventud de 1996 y 2000, parece correcto interpretar que los padres y madres actuales, además de proporcionar a sus hijos más y mejores comodidades materiales, han logrado una valoración de la familia más alta que la lograda por las precedentes generaciones de padres.

Sin embargo, el hecho de que la organización familiar sea aceptada por parte de quienes ahora son jóvenes (mucho más que por parte de quienes ahora son padres y madres, jóvenes en la época de la transición política), no significa que la familia sea una instancia enculturizadora capaz de preservar las mentalidades de los jóvenes de nefastas influencias exteriores o de canalizar su emancipación e inserción social, en tanto que adultos.

En este sentido, advertían Manuel Martín Serrano y Olivia Velarde Hermida (1996: 23), afirmando que “(los padres) no han sido capaces de ofrecerles un proyecto ni un lugar en ese mundo (el de los mayores)”. Y, más recientemente, Manuel

Escudero pidiendo que se reconozcan las dos tesis siguientes: “la generación de los jóvenes que rondan los veinte años ni ha tenido educación familiar en España ni ha tenido educación en valores cívicos”⁴⁶, lo que concierne también a las organizaciones responsables de la enseñanza reglada.

Es posible que esa laguna socializadora sea, al menos en parte, consecuencia de una disminución del peso relativo que ahora tiene la intervención de los padres y las instituciones educativas en la socialización de los hijos, en correspondencia con una mayor presencia de los *pares* (amigos, colegas) y algunos medios de comunicación (principalmente, la TV).

Si durante el siglo XX, los expertos en Psicología, Pedagogía, Sociología, Política, etc. se han esforzado en saber cuáles eran las verdaderas capacidades de las diversas fuentes informativas y relacionales en la socialización de los individuos (y especialmente, de los más jóvenes) nuevas instancias se incorporan haciendo más difícil de desentrañar el juego de influencias. Nos referimos, naturalmente, al desarrollo de producciones y actividades comunicativas que se llevan a cabo con instrumentos técnicos hasta hace poco inexistentes, pero de rápida implantación social.

Nos preocupamos por ir conociendo si esos aparatos que han acelerado y facilitado el acceso, el archivo, la elaboración de las expresiones en variados y combinados formatos (textos, imágenes, sonidos), así como la interactividad de los usuarios, además de introducir nuevas modalidades de comunicación, contribuyen a modificar las relaciones familiares de los jóvenes, a juicio de los entrevistados.

La concreción en el objeto de estudio es obligada, con fines analíticos, pero no se trata de la familia como si fuese el único vínculo que los jóvenes tienen con el exterior de sí mismos. Se abordan las relaciones familiares en el conjunto de las relaciones sociales de los jóvenes, sabiendo que este ámbito es de mayor amplitud y complejidad, pues incluye desde las interacciones, situaciones, problemas, etc. que se viven en los centros institucionales de estudio o de trabajo, hasta las que se experimentan en el seno de los grupos informales.

6.1. LAS REPERCUSIONES SOCIALES DERIVADAS DEL USO DEL MÓVIL

Algunas de las consecuencias que el manejo del teléfono móvil estaría produciendo sobre la vida de la familia y la sociedad española, a juicio de los entrevistados, se analizan en este epígrafe.

El gráfico 6.1 muestra, de forma escalonada, el grado en el que se encuentra extendido el acuerdo y el desacuerdo en torno a cada una de las ocho proposiciones ofrecidas.

⁴⁶ EL PAIS, 12-4-2002, pág. 14

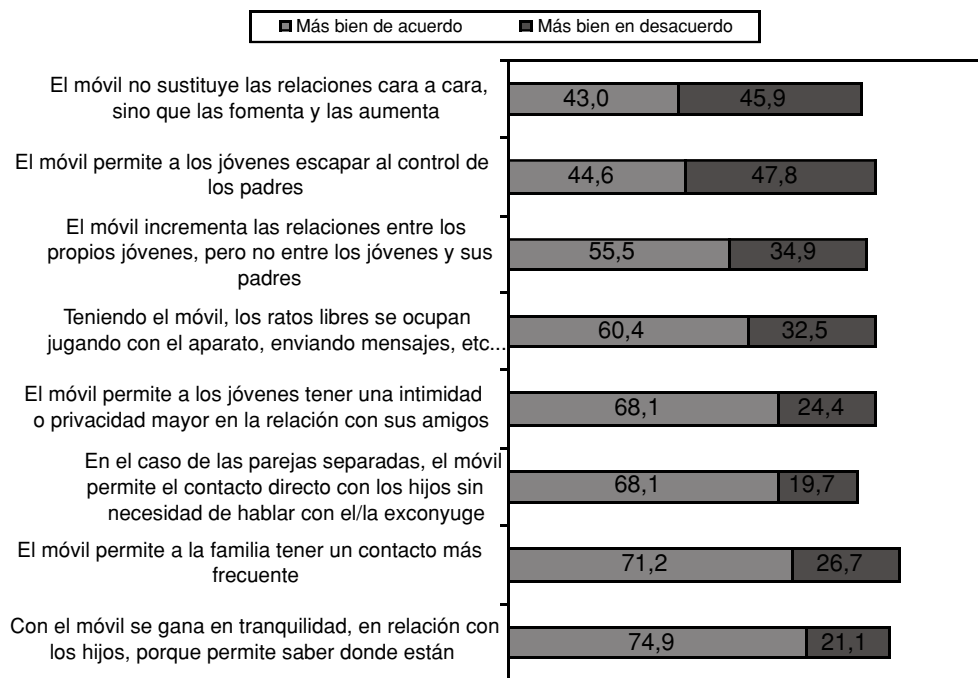


GRÁFICO 6.1
Afirmaciones acerca de las repercusiones sociales del teléfono móvil
(de menor a mayor grado de acuerdo)

Como puede observarse, algunas de estas afirmaciones se refieren específicamente a las relaciones paterno filiales; otras, al conjunto más extenso de las relaciones familiares; y, finalmente, otras reflejarían efectos en el marco más amplio aún de las acciones y relaciones sociales, en general.

Las páginas que siguen proporcionan información sobre cuáles serían los rasgos sociológicos que identifican a los colectivos donde se encuentran más ciudadanos de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las proposiciones, así como las asociaciones entre unos ítems y otros que han podido establecer mentalmente los entrevistados, según los resultados del análisis factorial incluidos al final de este epígrafe.

Ítem n.º 1. “Con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber donde están”

En los núcleos urbanos más poblados, y entre jóvenes y adultos que no han cumplido los 65 años, el consenso más alto gira en torno a la idea de tranquilidad ganada porque, gracias al móvil, se sabe donde están los hijos: tres de cada cuatro entrevistados se muestran de acuerdo con que el uso del teléfono móvil tiene este efecto positivo para las familias.

La proporción de quienes creen cierta esta afirmación es más alta entre las mujeres jóvenes que entre los varones y los adultos de ambos géneros. Lo que tal vez debe interpretarse como una indicación de que, al menos, ellas tienen la percepción de que sus padres y madres se sienten más tranquilos si pueden llamarlas y preguntarles donde se encuentran.

El análisis factorial, cuyos resultados mostramos al final de este capítulo, refleja una vinculación entre este ítem y el siguiente (*el móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente*) en las representaciones de jóvenes y adultos. Lo cual resultaba esperable, dado que ambos ítems apuntan en la misma dirección beneficiosa para la familia. Cabe entender el primero como continuación del efecto indicado en el segundo ítem en un razonamiento que fuera: puesto que hay más contacto telefónico, hay más tranquilidad.

Esta relación causal entre el incremento de los contactos y la ganancia en tranquilidad ha hecho pensar que el móvil es un instrumento al servicio del control paterno de los hijos; una correa que ya no sujeta espacialmente, sino informativamente; pues, mientras se mantenga operativo el canal, se mantiene abierta la posibilidad de dar cuenta y recibir noticias de los acontecimientos que pueden interesar a unos y otros. Por ejemplo, las interacciones entre amigos, conocidos y desconocidos a lo largo de una noche de fin de semana.

La desconfianza hacia esta supuesta o real ganancia de tranquilidad con el móvil, se halla más extendida entre las personas que definen la relación con su padre como “una relación de autoridad” y la mantenida con su madre como “una relación de respeto”, lo que parece indicar la existencia de menos confianza mutua entre padres e hijos. Así mismo, esa desconfianza se encuentra más extendida en los sectores de población sin estudios y con estatus de obreros no cualificados. Es decir, los mismos sectores que, en capítulos anteriores, hemos identificado como los menos informatizados y en los cuales, las tecnologías comunicacionales de aparición más reciente han penetrado poco.

Ítem n.º 2. “El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente”

No menos positivo que el anterior es el segundo más consensuado de los ítems que fueron propuestos para conocer las opiniones sobre los efectos derivados del uso del móvil: siete de cada diez entrevistados, aproximadamente, cree que el teléfono móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente. Entre los jóvenes, la proporción de quienes están de acuerdo se acerca al 80%. Son más descreídos los adultos, como ocurre respecto a la afirmación anterior, y lo son más las mujeres que los varones.

En las respuestas de jóvenes y adultos, este ítem aparece asociado al anterior, como partes de un solo fenómeno: la sensación de tranquilidad producida por saberse en contacto. Para los jóvenes que expresan su acuerdo con ambas ideas (aumento de los contactos con familiares y ganancia de tranquilidad) no hay un tercer elemento en esta relación, pero sí para los adultos: la idea de que “el móvil permite

a los jóvenes escapar al control de los padres”. Lo cual podría entenderse del siguiente modo: quizás para los jóvenes es suficiente el flujo informativo que permite a unos y otros estar enterados de aquello que les concierne; pero es posible que a los padres y madres les guste controlar más de lo que controlan, puesto que al no tener un contacto presencial, no saben en qué lugar están físicamente, ni qué están haciendo, sino qué les cuentan. Y ello por más que los hijos se sientan controlados a distancia.

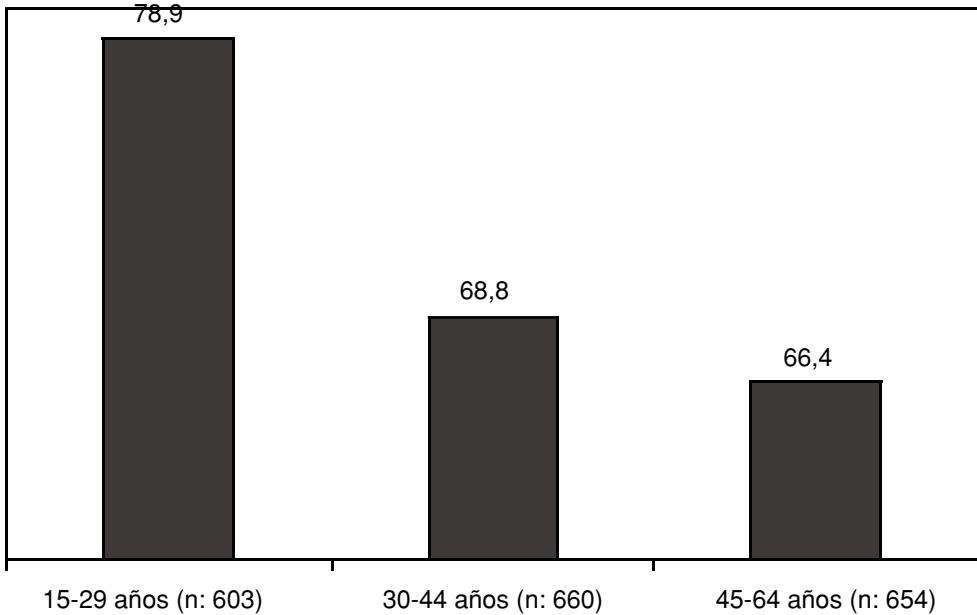


GRÁFICO 6.2
De acuerdo con la frase: “El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente”, según la edad

Además del acuerdo expresado mayoritariamente por los jóvenes, los datos de la encuesta reflejan el escepticismo de los separados, divorciados o viudos (frente a la confianza de los solteros) y de quienes viven con familiares y no familiares (frente a quienes se hallan apartados residencialmente de cualquier miembro de su familia).

Ítem n.º 3. “En el caso de las parejas separadas, el móvil permite el contacto directo con los hijos sin necesidad de hablar con el/la excónyuge”

Nuevo ítem relativo a un posible efecto sobre las relaciones paterno filiales; pero, en este caso, se trata de relaciones entre padres e hijos que, normalmente, no viven bajo el mismo techo por causa de una separación matrimonial.

También aquí, el acuerdo está más extendido que el desacuerdo (en proporciones cercanas al 70 y el 20% respectivamente). Pero, curiosamente, quienes, con más probabilidad sostienen la aseveración de que el móvil permite el contacto directo con los hijos son las mujeres jóvenes y, en general, los solteros. No lo ven así de claro quienes han pasado por la experiencia del divorcio.

Hay más escépticos entre los encuestados que no cursaron estudios reglados o sólo cursaron Educación Primaria y también entre quienes no tienen cualificación profesional, como se viene observando en los indicadores de supuestos efectos positivos de la telefonía móvil.

El análisis factorial de las respuestas ofrecidas por los jóvenes refleja una disociación entre el acuerdo en este ítem y el acuerdo con el ítem número 5 (*“Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc...”*). En cada caso, como se verá, parecen compartir la proposición los menos afectados y rechazarla los que se sienten aludidos. Entre los separados / divorciados (especialmente con bajo estatus socioeconómico y nivel de estudios muy básico) hay una proporción más alta de personas que no creen que el móvil sirva para “puentear” al excónyuge y contactar directamente con los hijos. Y en estos mismos grupos sociales es donde, con más probabilidad, ven el móvil como un juguete con el que se distraen los usuarios cuando no tienen otra cosa que hacer.

Ítem n.º 4. “El móvil permite a los jóvenes tener una intimidad o privacidad mayor en la relación con sus amigos”

También ronda el 70% la proporción de quienes creen que la telefonía móvil ayuda a estrechar lazos con las amistades porque supone un nuevo canal para la comunicación privada.

Esta opinión se encuentra mucho más extendida entre los más jóvenes, los de 15 a 20 años de edad⁴⁷ (sin distinción entre varones y mujeres), tal vez por tratarse de un periodo de la vida en el cual adquiere gran importancia la posibilidad de compartir confidencias y, en general, la fruición con los amigos.

De hecho, según el análisis factorial, esta idea estaría vinculada, en la representación de los jóvenes, a otra, según la cual *“el móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta”*. Lo cual parece indicar que en las edades citadas (15 - 20 años) es cuando se muestran más confiados en el efecto intensificador de las relaciones interpersonales que tendría el manejo del aparato.

El análisis de las respuestas proporcionadas por los adultos refleja un vínculo distinto: han unido el estrechamiento de lazos con las amistades (por parte de los jóvenes) con el uso instrumental que puede tener para quienes tienen hijos, pero ya no conviven con el otro progenitor de su(s) hijo(s), ni desean hablar con su excón-

⁴⁷ Es posible que también haya muchos adolescentes, con menos de 15 años, que lo vean de la misma manera.

yuge. Lo que cabe interpretar como una atribución de distintas utilidades para jóvenes y adultos, según lo que necesitan unos y otros.

Ítem n.º 5. “Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc.”

El teléfono móvil no es sólo un instrumento de comunicación, aunque cumpla inicial y principalmente esa función. Ha ido convirtiéndose en un aparato multiuso que incluye agenda, juegos, reloj, despertador, etc. Es habitual observar a los usuarios del móvil pulsando botones como si de una calculadora o una consola de juegos se tratara (y lo es, de hecho, en muchos casos), o como si estuvieran componiendo un mensaje escrito. Da la impresión de que se entretienen, mientras otros lo hacen rellenando un crucigrama, leyendo una revista o escuchando música con auriculares.

Según puede verse en el cuadro 6.1 junto a las mujeres de 45-64 años, se manifiestan de acuerdo con que se trata de una forma de entretenimiento en ratos libres, las más jóvenes de la muestra (mujeres de 15-17 años), pero no las inmediatamente mayores (18-24 años) ni los varones entre 21 y 29 años.

Curiosamente, en los colectivos donde hay más usuarios de teléfonos móviles (quienes tienen estudios universitarios, los de clases medias), se encuentran más personas en desacuerdo con que el móvil sea un pasatiempo, tal vez porque piensan que ellos no lo tienen para esto o no le dan este uso. Y, en cambio, entre quienes tienen un estatus de obreros no cualificados y un nivel de Educación Primaria son proporcionalmente más numerosos los que creen acertada la apreciación de que *“Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc.”*. Es posible que lo vean así, no tanto por el uso que hacen del móvil ellos mismos, sino más bien pensando en que los muy jóvenes lo utilizan, efectivamente, de esta manera.

Ítem n.º 6. “El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres”

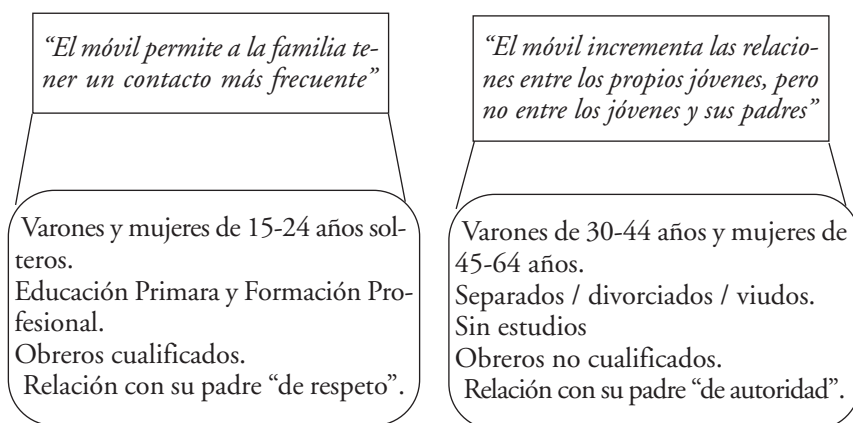
Tiene interés analizar el acuerdo con esta afirmación con el asentimiento expresado respecto al ítem 2: “El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente”.

Ambos indicadores sirven para conocer si, en opinión de los encuestados, los teléfonos móviles están afectando positiva o negativamente a la vida familiar y, más concretamente, a la cantidad de interacciones comunicativas entre los miembros de la familia, con algunas diferencias entre ellos, como las siguientes:

- En el ítem número 2, sin especificar quienes serían los interlocutores que se verían afectados por la utilización del móvil; en el número 6, haciendo referencia explícitamente a “los jóvenes y sus padres”.

- El ítem número 2 es una valoración positiva, redactada en términos de posibilidad y no de efecto; el número 6, en cambio, confronta al entrevistado con una supuesta o real consecuencia (incremento o no de relaciones) que, si bien no se refiere a una disminución de los contactos entre los jóvenes y los padres, sí señala un efecto más positivo para las relaciones entre los propios jóvenes. Más de la mitad de los encuestados considera que así está ocurriendo.

Las dos afirmaciones no son lógicamente excluyentes, pero los colectivos donde está más extendido el acuerdo con cada una de estas dos sentencias, son distintos, tal como mostramos a continuación⁴⁸:



Según el análisis factorial de las respuestas ofrecidas por los adultos, éstos habrían asociado la idea de que “El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres” con esa confianza (también expresada por los jóvenes) en que las interacciones cara a cara, lejos de estar en peligro de extinción por el auge de las conversaciones telefónicas, seguirían formando parte de los comportamientos de los jóvenes, o se estarían incrementando, gracias a que, con el móvil, se las procuran.

Ítem n.º 7. “El móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres”

Una valoración del móvil (primera de las dos respecto a las cuales hay más ciudadanos en desacuerdo que de acuerdo), que hace referencia a un efecto que los padres, normalmente, no desean y, a la vez, temen que se esté produciendo: la disminución del control sobre los hijos jóvenes.

⁴⁸ Obsérvese que, entre estos colectivos no se encuentran ni los universitarios ni los ciudadanos de clases medias y altas. Es decir, la distinción se produce en los niveles bajos de la escala socioeconómica.

En este caso, el acuerdo con la apreciación de que los jóvenes, merced al móvil, tienen una posibilidad mayor de eludir el control paterno está más extendido entre los mayores de 45 años y mucho menos entre los jóvenes que, como vimos en el ítem número 1, respaldaban mayoritariamente la idea de que *“con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber dónde están”*.

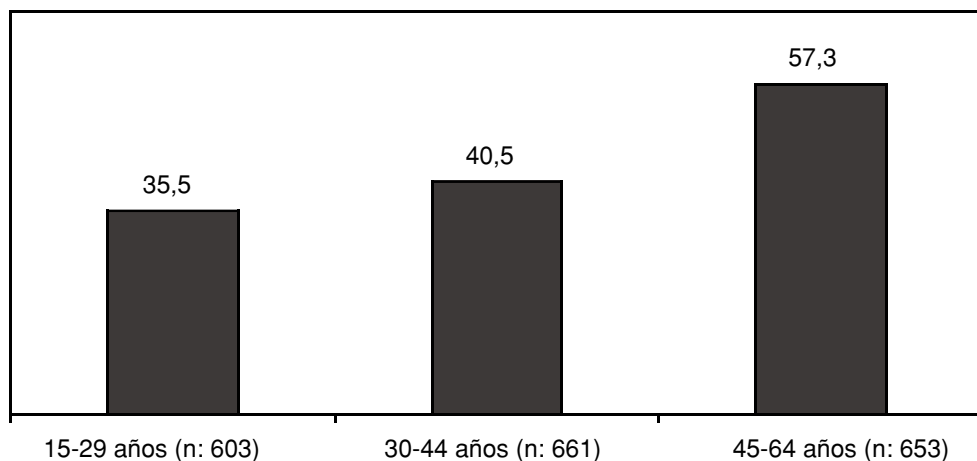
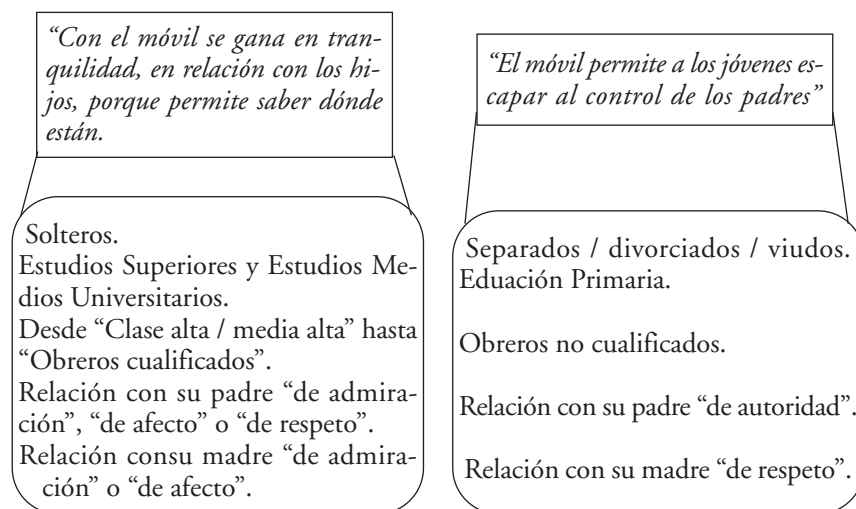


GRÁFICO 6.3
De acuerdo con la frase: “El móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres”, según la edad

La distinción entre los grupos donde se encuentran más personas que apoyan una y otra afirmación puede observarse también según los criterios de: estado civil, nivel de estudios, clase social, relación con su padre y relación con su madre.



Ítem n.º 8. “El móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta”

Por último, el ítem sobre el que hay más personas en desacuerdo, del conjunto de la muestra, se refiere a un posible efecto positivo en el orden de la comunicación, puesto que se percibe (por parte de quienes están de acuerdo) que unas interacciones comunicativas mediadas por la tecnología, tienen la virtud de generar otras donde ya no existe la mediación tecnológica

Esta sentencia es tanto más compartida cuanto más jóvenes sean quienes responden, como se muestra en el gráfico 6.4. Pero, en el conjunto del universo poblacional de esta encuesta, suscita más rechazo que aprobación. De hecho, los adultos que se muestran de acuerdo con ella, según los resultados del análisis factorial, la asocian con la idea de que “El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres”. Un indicio de que, para estos adultos, se trata más bien de un fenómeno de gregarismo juvenil. Desde este punto de vista, el teléfono móvil podría estar contemplándose como un instrumento que ahonda la brecha generacional, puesto que con él se separan más los jóvenes de los adultos en cuanto a prácticas comunicativas.

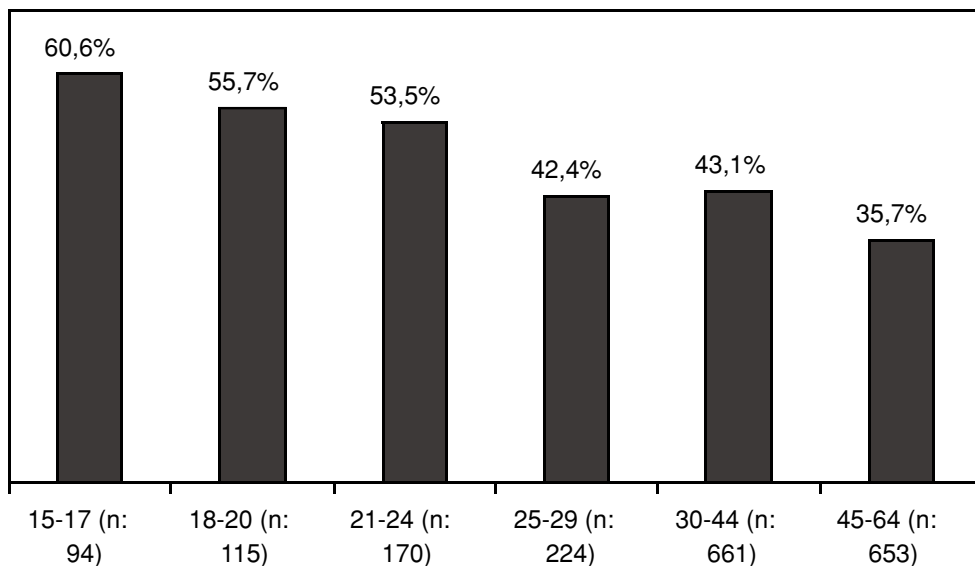


GRÁFICO 6.4

De acuerdo con la frase: “El móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta”, según la edad

CUADRO 6.1

El acuerdo y el desacuerdo con cada afirmación relativa a las repercusiones sociales del uso del móvil, según las combinaciones de género y edad

AFIRMACIONES (de mayor a menor acuerdo)	EDADES					
	15-17	18-20	21-24	25-29	30-44	45-64
<i>"Con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber donde están"</i>	Mujeres					
<i>"El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente"</i>	Varones					
	Mujeres				Mujeres	
<i>"En el caso de las parejas separadas, el móvil permite el contacto directo con los hijos sin necesidad de hablar con el/ la ex/nyuge"</i>					Varones	Varones
	Mujeres					Mujeres
<i>"El móvil permite a los jóvenes una intimidad o privacidad mayor en la relación con sus amigos"</i>	Varones					Varones
	Mujeres					
<i>"Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc."</i>			Varones			
	Mujeres	Mujeres				Mujeres
<i>"El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres"</i>			Varones		Varones	Varones
		Mujeres				Mujeres
<i>"El móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres"</i>	Varones					Varones
	Mujeres					Mujeres
<i>"El móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta"</i>	Varones					
	Mujeres					Mujeres



De acuerdo



En desacuerdo

CUADRO 6.2

Colectivos donde se encuentran proporciones superiores a la media del conjunto de entrevistados que afirman estar de acuerdo (A) o en desacuerdo (D) con las proposiciones relativas a los efectos del teléfono móvil

	Estado civil	Nivel de estudios	Clase social	Con quienes viven	Relación con su padre	Relación con su madre	Relación con sus amigos de confianza
<i>"Con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber donde están"</i>	(A) Solteros	Estudios Superiores E. Medios Universitarios	Clase alta / media alta, Nuevas y viejas clases medias, Obreros cualificados		De admira- ción De afecto, De respeto	De admira- ción De afecto	
(D)		Sin estudios	Obreros no cualificados		De autoridad	De respeto	
<i>"El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente"</i>	(A) Solteros	Educación Primaria F.P.	Obreros cualificados	Sólo con no familiares	De respeto		
(D)	Separados / Divorciados / Viudos	Sin estudios E. Medios Universitarios	Obreros no cualificados Nuevas clases medias	Familiares y no familiares	De autoridad	De respeto	
<i>"En el caso de las parejas separadas, el móvil permite el contacto directo con los hijos sin necesidad de hablar con ella excónyuge"</i>	(A) Solteros	E. Medios Universitarios, F.P., Educación Secundaria	Viejas clases medias		De admiración		
(D)	Separados/ Divorciados/ Viudos	Sin estudios Educación primaria	Obreros no cualificados		De autoridad	De respeto	

CUADRO 6.2

Colectivos donde se encuentran proporciones superiores a la media del conjunto de entrevistados que afirman estar de acuerdo (A) o en desacuerdo (D) con las proposiciones relativas a los efectos del teléfono móvil (Continuación)

	Estado civil	Nivel de estudios	Clase social	Con quienes viven	Relación con su padre	Relación con su madre	Relación con sus amigos de confianza
<i>“El móvil permite a los jóvenes una intimidad o privacidad mayor en la relación con sus amigos.”</i>	(A) Solteros	Educación Secundaria	Nuevas clases medias				
	(D)	Estudios Superiores					
<i>“Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc.”</i>	(A) Separados/ Divorciados/ Viudos	Educación primaria	Obreros no cualificados				
	(D) Solteros	E. Medios Universitarios, Estudios Superiores	Clase alta/ media alta, Nuevas y viejas clases medias				“Es más bien una relación ausente”
<i>“El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres”</i>	(A) Separados/ Divorciados/ Viudos	Sin estudios,	Obreros no cualificados		De autoridad	De respeto, de admiración	
	(D)	Estudios Medios Universitarios Educación Primaria	Nuevas clases medias		De afecto		“Es más bien una relación ausente”

CUADRO 6.2

Colectivos donde se encuentran proporciones superiores a la media del conjunto de entrevistados que afirman estar de acuerdo (A) o en desacuerdo (D) con las proposiciones relativas a los efectos del teléfono móvil (Continuación)

	Estado civil	Nivel de estudios	Clase social	Con quienes viven	Relación con su padre	Relación con su madre	Relación con sus amigos de confianza
<i>“El móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres.”</i>	(A) Separados/ Divorciados/ Viudos	Educación primaria	Obreros no cualificados	Con hijo(s)	De autoridad	De respeto	“Es más bien una relación ausente”
	(D) Solteros	Estudios Medios Universitarios Educación Secundaria	Nuevas clases medias	Con padre, con madre con hermano(s)	De respeto	De admiración	De admiración
<i>“El móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta.”</i>	(A) Solteros	Educación primaria	Obreros cualificados				
	(D) Separados/ Divorciados/ Viudos	Sin estudios, E. Medios Universitarios	Viejas clases medias				“Es más bien una relación ausente”

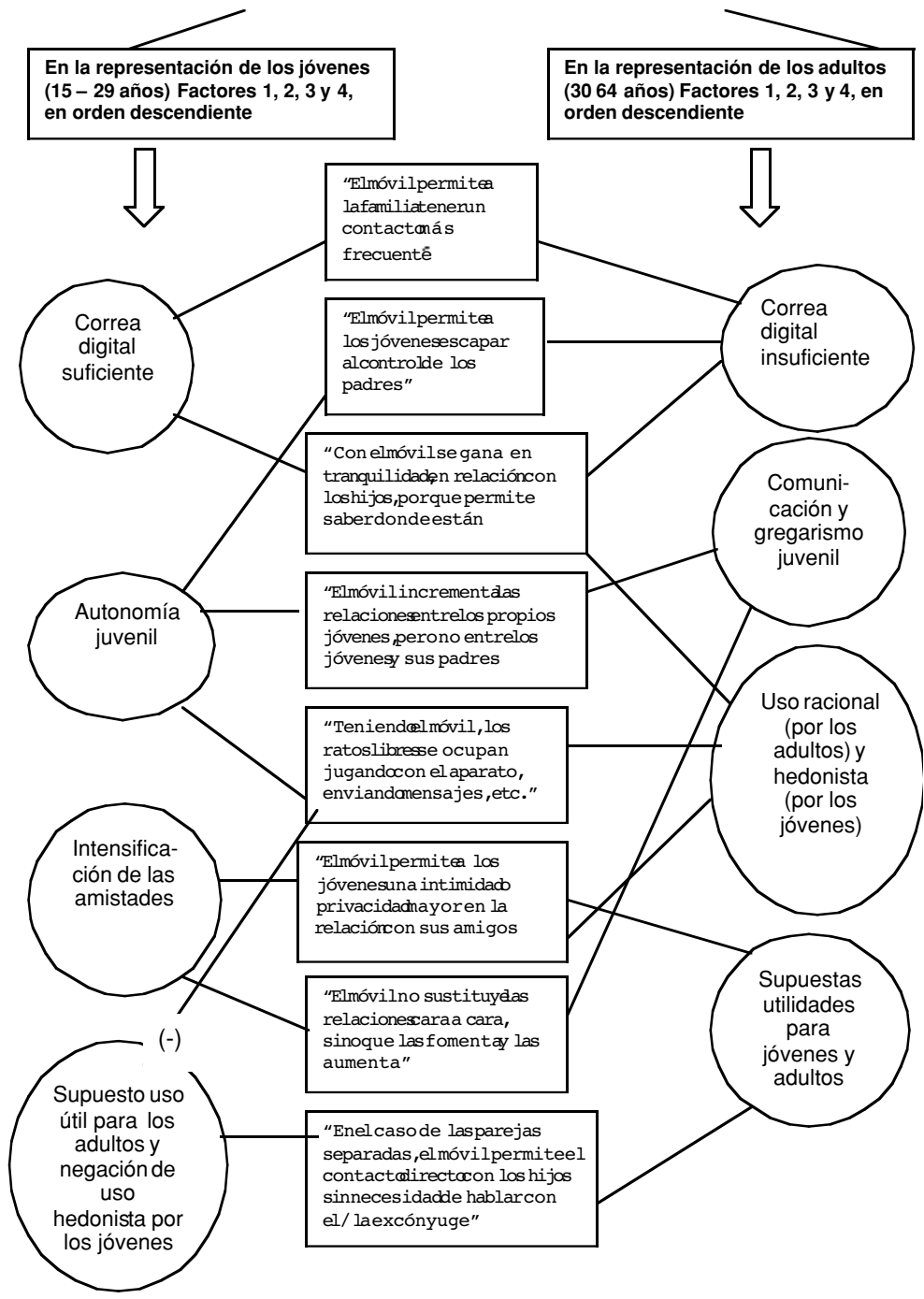
El análisis factorial de las opiniones acerca de los efectos del móvil

Como es sabido, el análisis factorial permite ver qué opiniones aparecen asociadas con otras, al haber sido manifestadas por los mismos sujetos. En este caso, aquellos que expresarían su acuerdo (o su desacuerdo) con un ítem que les fue formulado. Tales asociaciones de ideas giran en torno a elementos comunes, que en lenguaje estadístico suelen denominarse “factores” y que cabe imaginar como las ramas que agrupan dos o más de los ítems formulados.

El análisis de las respuestas proporcionadas por los entrevistados acerca de cómo el uso del móvil repercute en las relaciones sociales, se ha llevado a cabo separando, de un lado, la población adulta de nuestra muestra (entre 30 y 64 años) y, de otro, la población joven (entre 15 y 29 años), para poder observar en paralelo las asociaciones que podrían haber establecido los entrevistados de ambos grupos de edad. Por tanto, será más exacto decir que se han realizado dos análisis factoriales respecto a las proposiciones relativas a los efectos del teléfono móvil.

En ambos casos, se han eliminado aquellas participaciones en un factor que fueran inferiores a 0,4, por considerarlas escasamente relevantes, desde el punto de vista estadístico. Esta eliminación permite resaltar únicamente los cuatro componentes principales que refleja el análisis factorial. Como es habitual, se ha procurado dar nombre a tales componentes, buscando para ello las expresiones que mejor reflejan lo que tienen en común las proposiciones vinculadas en la representación mental de los entrevistados.

Esas denominaciones se muestran en el gráfico 6.5 a la izquierda y a la derecha (según correspondan a los jóvenes y a los adultos, respectivamente) de las frases que se propusieron a los consultados. Tras el gráfico, se presentan también los datos numéricos, tal como los arroja la “matriz de componentes rotados”, y, en cada caso, el nivel de varianza explicada por los cuatro factores más relevantes.



Jóvenes, relaciones familiares y Tecnologías de la Información y de la Comunicación

GRÁFICO 6.5
Cómo se asocian las proposiciones acerca de los efectos del teléfono móvil

CUADRO 6.3
Repercusiones del teléfono móvil: grupo de jóvenes
(Varianza total explicada: 63,15%). Matriz de componentes rotados(a)

	Componente			
	1	2	3	4
Con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber donde están	,770			
El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente	,674			
El móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres		,769		
El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres		,682		
Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc.,		547		-,429
El móvil permite a los jóvenes tener una intimidad o privacidad mayor en la relación con sus amigos			,868	
El móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta			,581	
En el caso de las parejas separadas, el móvil permite el contacto con los hijos sin hablar con el/la excónyuge				,780
Método de extracción: Análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.				
La rotación ha convergido en 6 iteraciones.				

CUADRO 6.4
Repercusiones del teléfono móvil: grupo de adultos
(Varianza total explicada: 72,19%). Matriz de componentes rotados(a, b)

	Componente			
	1	2	3	4
El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente	,785			
El móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres	,729			
Con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber dónde están	,592		,529	
El móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta		,859		
El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres		,784		
Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc.			,840	
El móvil permite a los jóvenes tener una intimidad o privacidad mayor en la relación con sus amigos			,547	,464
En el caso de las parejas separadas, el móvil permite el contacto con los hijos sin hablar con el/la excónyuge				,843
Método de extracción: Análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.				
La rotación ha convergido en 7 iteraciones.				

6.2. LAS REPERCUSIONES SOCIALES DERIVADAS DEL USO DE INTERNET

Analizadas la conformidad y la disconformidad de los jóvenes y adultos urbanos con determinadas proposiciones relativas a los efectos sociales del teléfono móvil, pasamos a describir en el presente epígrafe la aprobación que merecen siete afirmaciones indicativas de posibles consecuencias del uso de Internet. Iniciamos esta descripción representando gráficamente el grado en que se comparte el acuerdo y el desacuerdo sobre cada una de las proposiciones ofrecidas a los encuestados.

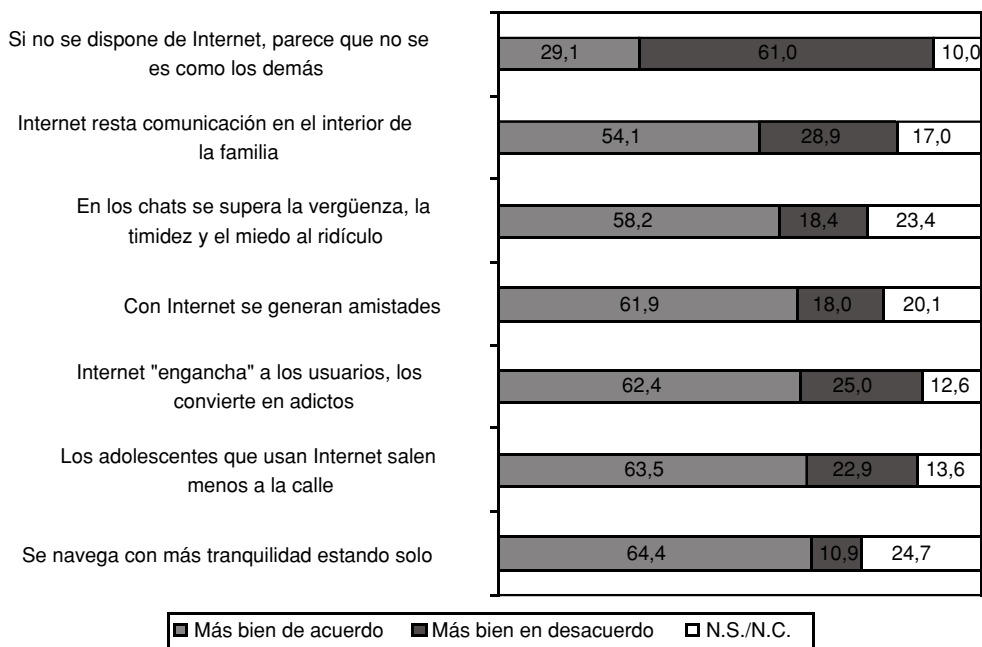


GRÁFICO 6.6
Afirmaciones acerca de las repercusiones sociales de Internet
(de menor a mayor grado de acuerdo)

Como puede verse en el gráfico 6.6, se planteó sólo una afirmación referida al modo en que repercute Internet en la comunicación intrafamiliar; otras tienen que ver con posibles retraimientos o expansiones de la vida social de los usuarios; una más, con la posibilidad de que no disponer de Internet dé lugar a una menor integración en sociedad y, finalmente, se introdujo un ítem que refleja más bien la importancia de sentirse en libertad absoluta para “moverse” tranquilamente por el mundo web.

A continuación se señalan algunos de los rasgos sociológicos, con los cuales se identifican a los colectivos donde es más probable, desde el punto de vista estadístico, encontrar ciudadanos de acuerdo o en desacuerdo con cada una de los siete ítems propuestos. También se indican cuales son las asociaciones entre unos ítems y otros que han podido establecer los consultados, a juzgar por los datos del análisis factorial que se presentan al final de este epígrafe.

Ítem n.º 1. “Se navega con más tranquilidad estando sólo”

La navegación en soledad, libre de testigos que pueden resultar incómodos y restringir nuestros movimientos internáuticos, es, lógicamente, una condición para usar la red que genera tranquilidad para el individuo, pero no una consecuencia o efecto de su utilización. Se muestra de acuerdo con esta idea dos terceras partes de la población encuestada. Incluso más entre los jóvenes, según cabe apreciar en el gráfico 6.7

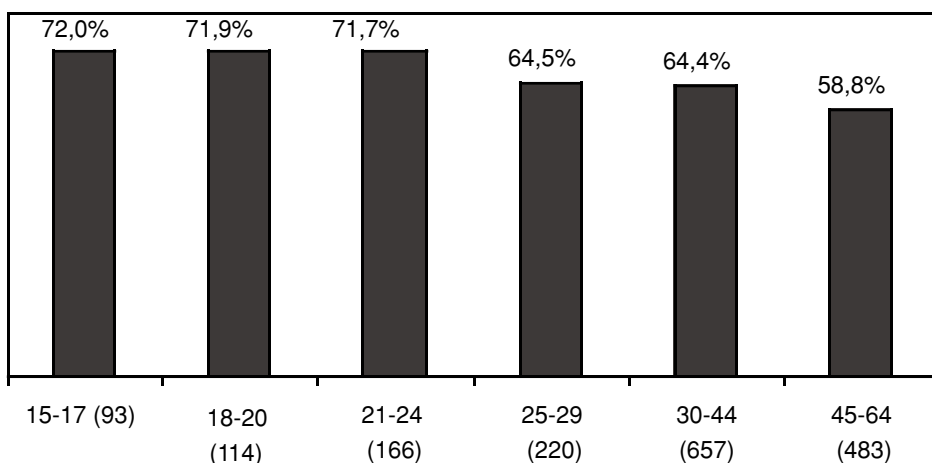


GRÁFICO 6.7

De acuerdo con la frase: “Se navega con más tranquilidad estando sólo”, según la edad

Los jóvenes que se sienten más tranquilos navegando en solitario, coinciden en gran medida con aquellos que se manifiestan de acuerdo en que “con Internet se generan amistades”, lo cual se interpreta, por nuestra parte, como indicio de que la libertad de movimientos puede estar, en algunos casos, al servicio del descubrimiento de nuevos entornos y, finalmente, de nuevas personas con las que podría llegar a entablarse amistad.

Las personas que están en desacuerdo con esta frase se encuentran con más probabilidad en el grupo de mujeres mayores de 45 años, donde también es más redu-

cido el número de usuarios de Internet. El análisis factorial de las respuestas ofrecidas por los adultos no descubre vinculación alguna entre el acuerdo con ésta y el asentimiento de alguna otra de las proposiciones presentadas a los entrevistados.

Ante la confrontación con este ítem, casi una cuarta parte de los consultados declinó dar respuesta alguna; lo cual puede ser debido, principalmente, a su escasa o nula práctica de la navegación por Internet.

Ítem n.º 2. “Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle”

El tiempo libre, como el tiempo dedicado al trabajo, al estudio o al descanso físico, puede pasarse en la vivienda o fuera de ella. Ciertamente, si Internet aumenta las posibilidades de hacer cosas en casa, es posible que muchos internautas hayan aumentado las horas que permanecen en el mismo lugar de residencia y disminuido el que pasan fuera, en la calle o en otros lugares.

Representan casi un tercio de la muestra los encuestados de acuerdo en que “los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle”, pero son los jóvenes, precisamente, los que con menos probabilidad afirmarían tal cosa. Se trata de una apreciación más extendida entre los adultos y entre quienes tienen un nivel de estudios primarios.

Según el análisis factorial, cuyos datos se presentan en el epígrafe 6.4, un segmento significativo de quienes suscriben esta frase, comparte la idea de que Internet ‘engancha’ a los usuarios. Lo cual indica que, en su opinión, no se trata sólo de quedarse manejando Internet como entretenimiento, sino de algo más grave, de una adicción en la que han caído. La asociación entre estos dos efectos (salir menos a la calle y verse ‘enganchados’), en el caso de los jóvenes, aparece unida a un tercer elemento –quizá consecuencia de los anteriores–, la menor comunicación en el interior de la familia, como corolario de esa inmersión en otro entorno (distinto del espacial) que ofrece Internet y a la cual sucumbe algún miembro del grupo.

Para aquellos adultos que comparten con algunos jóvenes la vinculación entre los dos elementos anteriores (adolescentes que salen menos – usuarios adictos), el tercer eslabón de la cadena es la posibilidad de que estar fuera de Internet sea un modo de quedar socialmente excluidos.

Ítem n.º 3. “Internet ‘engancha’ a los usuarios, los convierte en adictos”

En el contexto de las adicciones que preocupan en nuestra época, se sitúa, como es sabido, el ‘enganche’ que sufren (o disfrutan) algunos usuarios habituales de la red, los que pasan más tiempo metidos en lo que ha dado en llamarse “ciberespacio”, hasta el punto de descuidar, en ciertos casos, sus responsabilidades laborales o familiares.

Por ahora, los ‘enganchados’ de manera patológica son relativamente poco numerosos: un 6%, según el informe del psiquiatra José María Otín, presentado en el

I Congreso Nacional de Salud en el Trabajo, utiliza la red diariamente y por un tiempo “anormalmente alto”.

La idea de que Internet genera adicción (sin calificaciones de patológica) es menos compartida entre quienes cuentan con estudios universitarios, pertenecen a las clases altas o en ascenso, y, en general, entre los usuarios de la red. No obstante, en el conjunto de la población encuestada, un 62%, aproximadamente, piensa que sí ‘engancha’.

Como se ha indicado a propósito del ítem anterior, el efecto adictivo que provocaría Internet, en la representación mental de algunos jóvenes, tendría como consecuencia inmediata una disminución de interacciones comunicativas entre los miembros de la familia. También lo enlazan así una parte de los adultos consultados, uniendo, además, ambos elementos con un tercero: la impresión de que comienza a ser considerado anormal no disponer de Internet y, por tanto, la cohesión familiar no podrá reproducirse luchando contra Internet, aún cuando se crea que esta red de comunicaciones compite con los canales tradicionales.

Ítem n.º 4. “Con Internet se generan amistades”

Con los datos relativos a esta proposición, se confirma una vez más que, en general, las valoraciones que apuntan a la consecución de efectos beneficiosos son las que aparecen más asociadas a la juventud.

Cuanto más jóvenes son los entrevistados, mayor es la proporción de ellos que se muestran de acuerdo en que aumentan las posibilidades de conocer gente y hacer amigos a través de la red. En este caso, el desacuerdo ha sido expresado, en proporción más alta que la del conjunto de la muestra, por parte de los ciudadanos de clases altas y medias. Lo cual parece indicar que no son ellos precisamente los que buscan hacer amigos por Internet, sino más bien los que tienen estatus de obreros cualificados.

Entre los adultos que han mostrado su confianza en la generación de amistades a través de Internet, no se vincula esta idea con ninguna otra de las proposiciones ofrecidas en la encuesta. Sin embargo, en la representación de una parte de los jóvenes, esta confianza aparece a la vez que su preferencia por navegar estando solos. Quizá piensen que, la tranquilidad y la libertad de movimientos que proporciona la soledad, es la mejor condición para adentrarse en nuevos ‘mundos’, por más virtuales que sean, y descubrir nuevas personas.

Ítem n.º 5. “En los chats se supera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo”

Algunos servicios de Internet, como los chats o los foros de acceso libre, posibilitan la participación en conversaciones o debates de forma anónima; y el anonimato probablemente ayuda a expresarse de un modo más desinhibido. Así opina una proporción significativamente alta de adolescentes y jóvenes.

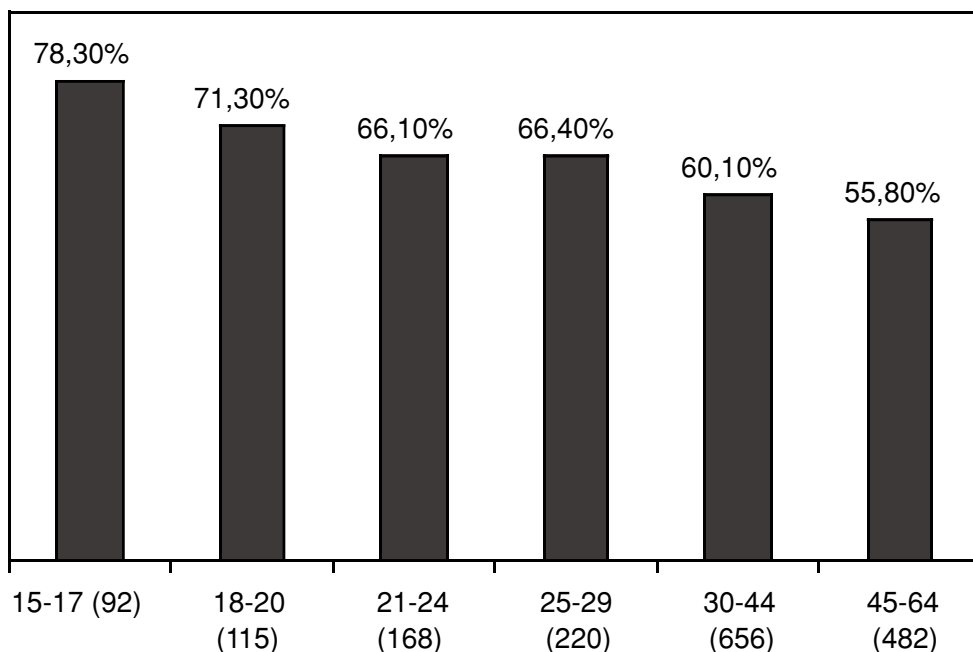


GRÁFICO 6.8
De acuerdo con la frase: “*Con Internet se generan amistades*”, según la edad

En este caso, no se registran diferencias relevantes en razón del estatus socioeconómico, pero sí en razón de la identificación religiosa y del nivel de estudios: concretamente, los grupos donde se localizan proporciones más altas que en el conjunto, de personas que comparten esta apreciación, se distinguen por haberse declarado católicos practicantes o por tener estudios universitarios (medios o superiores) lo que tal vez indica que, en estos grupos, el anonimato se valora tanto o más que en otros.

No se ha observado, a través del análisis factorial, ningún enlace entre esta impresión y alguna otra de las proposiciones ofrecidas en la encuesta. Por ello, tan solo cabe reflejarla como indicativa de que ahora se dispone de canales y modalidades comunicativas que permiten la más libre expresión, especialmente, de aquellas personas que, por alguna razón no se explayarían del mismo modo, si no estuvieran parapetadas tras el anonimato.

Ítem n.º 6. Internet resta comunicación en el interior de la familia

En las páginas anteriores, se ha señalado que una mayoría de la población urbana joven y adulta opina que “*con Internet se generan amistades*” (ítems n.º 4) y que “*en los chats se supera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo*” (ítems n.º 5). Ambas afirmaciones son indicativas de que los entrevistados encuentran cierto progre-

so en el orden de la comunicación, pues se han abierto nuevas vías y modalidades que hacen posible una expresión más espontánea que en otros ámbitos, donde la libertad está más limitada por las coerciones sociales.

Uno de esos ámbitos de libertad restringida es el grupo familiar, dado que (como ocurre en cualquier otro colectivo u organización) no todos los miembros hablan de todas las cosas con todos los demás miembros, ni lo hacen utilizando todas las expresiones y tonos posibles.

Algo más de la mitad de los encuestados cree que la comunicación en el interior de la familia podría verse resentida, a consecuencia de la dedicación que parte de sus miembros prestan al uso de Internet; y, a través de Internet, a otras personas y grupos distintos del familiar.

Esa creencia de que Internet es, al menos en parte, responsable del deterioro de la comunicación en el interior de la familia está más extendida entre quienes han experimentado la pérdida de un núcleo familiar que ayudaron a crear (divorciados, separados), en las clases económicamente más débiles y en el conjunto de quienes no son usuarios de Internet.

Ítem n.º 7. “Si no se dispone de Internet, parece que no se es como los demás”

El ítem que suscita más desacuerdo que acuerdo, entre la población urbana joven y adulta, hace referencia al riesgo de que se dificulte la integración social para quienes no estén “en la onda” info-electrónica.

Preocupa más, como es lógico, en aquellos colectivos que ya se ven, de alguna manera, en los márgenes, por nivel de estudio y estatus socioeconómico. Por el contrario, no parece preocupar mucho entre los varones y mujeres jóvenes, quizás como síntoma de que no encuentran ningún motivo para menospreciar, ni sentirse menospreciados por no disponer de Internet.

No obstante, una parte de los encuestados advierte que se están invirtiendo las tornas: aunque numéricamente los usuarios de Internet no sean mayoría en el conjunto de la sociedad española, ya se ve como normal disponer de esta red de comunicaciones y, en los hábitats urbanos, comienza a verse como relativamente distintos a quienes no disponen de ella. Poco a poco, se va señalando la carencia, en lugar de la posesión, al igual que sucede con el teléfono móvil.

Los cuadros que siguen sintetizan cuáles son los rasgos sociológicos con los que puede identificarse a los colectivos donde se encuentran más entrevistados de acuerdo o en desacuerdo con cada proposición.

En el primero de ellos –cuadro 6.5– se relacionan grupos de edad y género (como criterios combinados) con la aprobación o desaprobación de cada sentencia. Es posible observar una mayor asociación de los jóvenes con la valoraciones optimistas a propósito de los efectos de Internet (creen que con ella se generan amistades) y un distanciamiento de las proposiciones referidas a generación de hábitos asociales; al tiempo que los adultos se pronuncian, más probablemente, de acuerdo con la creencia en los efectos negativos que Internet estaría produciendo sobre la sociabilidad y la comunicación intrafamiliar.

CUADRO 6.5

El acuerdo y el desacuerdo con cada afirmación relativa a las repercusiones sociales del uso de internet, según las combinaciones de género y edad

AFIRMACIONES (de mayor a menor acuerdo)	EDADES					
	15-17	18-20	21-24	25-29	30-44	45-64
“Se navega con más tranquilidad estando sólo”	Varones					
	Mujeres					Mujeres
“Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle”	Varones					
	Mujeres				Mujeres	
“Internet ‘engancha’ a los usuarios, los convierte en adictos”	Varones			Varones	Varones	
			Mujeres		Mujeres	
“Con Internet se generan amistades”	Varones					
	Mujeres				Mujeres	
“En los chats se supera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo”	Varones					
		Mujeres			Mujeres	
“Internet resta comunicación en el interior de la familia”	Varones					Varones
	Mujeres					
“Si no se dispone de Internet, parece que no se es como los demás”	Varones					Varones
	Mujeres					



CUADRO 6.6

Colectivos donde se encuentran proporciones superiores a la media del conjunto de entrevistados que afirman estar de acuerdo (A) o en desacuerdo (D) con las proposiciones relativas a los efectos del uso de internet

	Estado civil	Nivel de estudios	Clase social	Identificación religiosa	Conocimiento uso de Internet
<i>"Se navega con más tranquilidad estando sólo"</i>	(A) Solteros (D) Separados/ divorciados/ viudos	E. Primaria		Católicos practicantes	Sabe lo que es y lo utiliza Sabe lo que es, pero no lo utiliza
<i>"Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle"</i>	(A) (D)	E. Primaria E. medios universitarios	Obreros no cualificados		Saben lo que es y lo utilizan
<i>"Internet 'engancha' a los usuarios, los convierte en adictos"</i>	(A) (D)	E. Primaria E. Secundaria E. Superiores E. Medios	Obreros cualificados Clase alta/media alta, Nuevas clases medias	Creyentes de otra religión, Católicos practicantes Indiferentes, ateos, no creyentes, agnósticos	Sabe lo que es, pero no lo utiliza Sabe lo que es y lo utiliza
<i>"Con Internet se generan amistades"</i>	(A) (D)	Solteros Separados/ divorciados/	Obreros cualificados Clase alta/media alta Nuevas y viejas clases medias	Católicos practicantes	

CUADRO 6.6

Colectivos donde se encuentran proporciones superiores a la media del conjunto de entrevistados que afirman estar de acuerdo (A) o en desacuerdo (D) con las proposiciones relativas a los efectos del uso de internet (Continuación)

	Estado civil	Nivel de estudios	Clase social	Identificación religiosa	Conocimiento uso de Internet
<i>“En los chats se supera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo”</i>	(A)	E. Medios Univ. E. Superiores		Católicos practicantes	
	(D)	E. Secundaria		Indiferentes, ateos, no creyentes agnósticos	
<i>“Internet resta comunicación en el interior de la familia”</i>	(A)	E. Primaria	Obreros cualificados y no cualificados	Católicos practicantes creyentes, agnósticos	
	(D)	Solteros	Clase alta/media alta	Indiferentes, ateos, no creyentes, agnósticos	
<i>“Si no se dispone de Internet, parece que no se es como los demás”</i>	(A)	Educación Secundaria E. Medios Universitarios Superiores	Obreros no cualificados		
	(D)	Solteros Separados/ divorciados/ viudos	Estudios Medios Universitarios, Educación Secundaria	Nuevas clases medias	

El análisis factorial de las opiniones acerca de los efectos de Internet.

El objeto del análisis, en este caso, son las respuestas que dan los entrevistados acerca de cómo Internet repercute en las relaciones con otros sujetos. Al igual que se hizo con las opiniones a propósito de los efectos sociales del móvil, se ha separado, de un lado, la población adulta de nuestra muestra (entre 30 y 64 años) y, de otro, la población joven (entre 15 y 29 años), para poder observar en paralelo las asociaciones que podrían haber establecido los entrevistados de ambos grupos de edad. Por tanto, se han realizado dos análisis factoriales respecto a las proposiciones relativas a los efectos de Internet.

También aquí, se han eliminado aquellas participaciones en un factor que fueran inferiores a 0,4, por considerarlas escasamente relevantes, desde el punto de vista estadístico; lo que permite resaltar únicamente los cuatro componentes principales que refleja el análisis factorial.

Las denominaciones de esos componentes (o “factores”) se muestran en el gráfico 6.9 a la izquierda y a la derecha (según correspondan a los jóvenes y a los adultos, respectivamente) de las frases que se propusieron a los consultados. Tras el gráfico, se presentan también los datos numéricos, tal como los arroja la “matriz de componentes rotados”, y, en cada caso, el nivel de varianza explicada por los cuatro factores más relevantes.

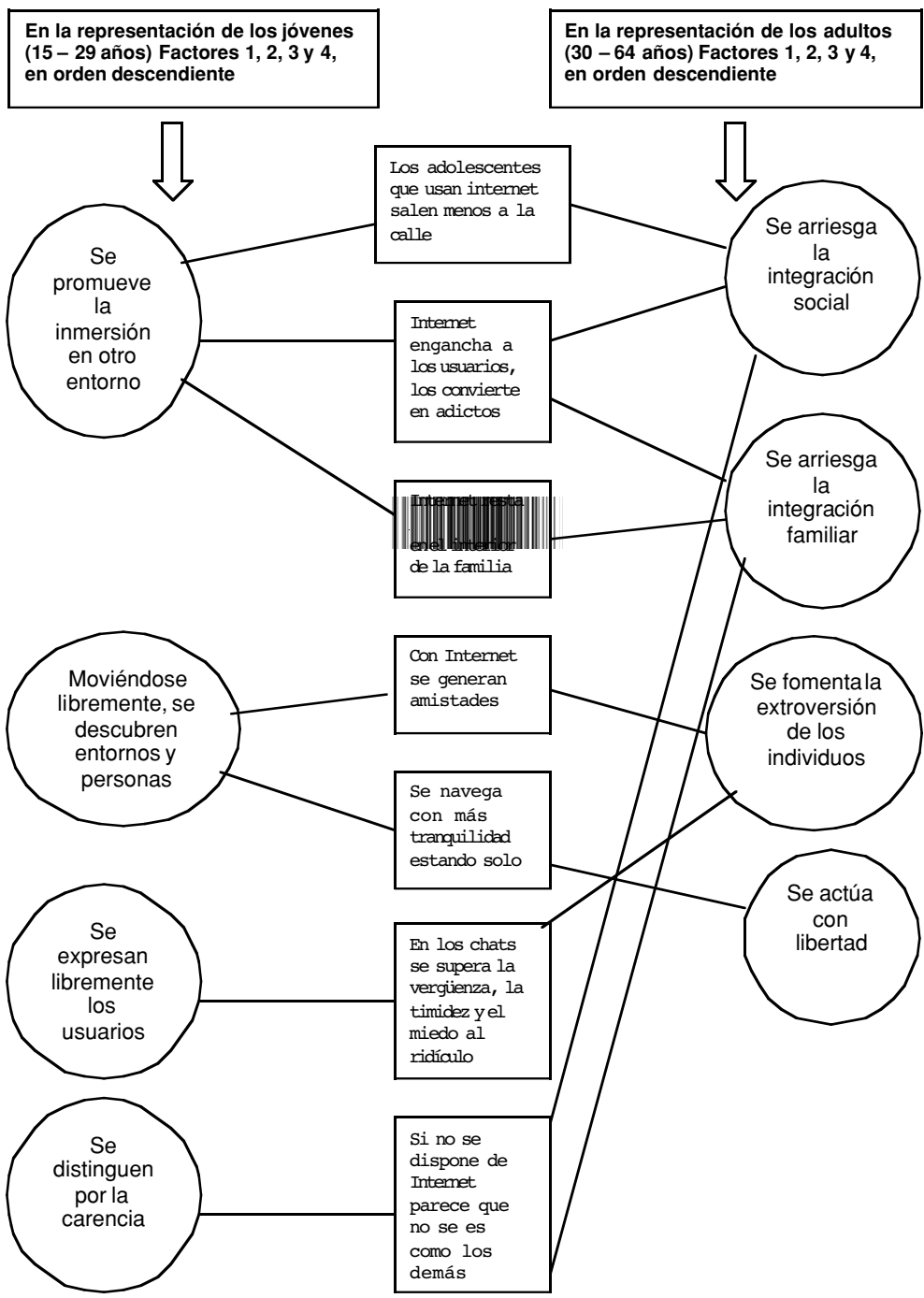
CUADRO 6.7
Repercusiones de internet: grupo de jóvenes

(Varianza total explicada: 73,12%). Matriz de componentes rotados(a)

	Componente			
	1	2	3	4
Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle	,783			
Internet “engancha” a los usuarios, los convierte en adictos	,757			
Internet resta comunicación en el interior de la familia	,655			
Con Internet se generan amistades		,906		
Se navega conmas tranquilidad estando solo		,595		
En los chats se suera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo			,924	
Si no dispone de Internet, parece que no se es como los demás				,931

Método de extracción: Análisis de compónentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

La rotación ha convergido en 6 iteraciones.



Jóvenes, relaciones familiares y Tecnologías de la Información y de la Comunicación

GRÁFICO 6.9
Cómo se asocian las proposiciones acerca de los efectos de internet

CUADRO 6.8

Repercusiones de internet: grupo de adultos

(Varianza total explicada: 91,49%). Matriz de componentes rotados (a,b)

	Componente			
	1	2	3	4
Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle	,833			
Si no dispone de Internet, parece que no se es como los demás	,688	,537		
Internet resta comunicación en el interior de la familia		,850		
Internet “engancha” a los usuarios, los convierte en adictos	,575	,704		
Se navega conmas tranquilidad estando solo		,595		
Con Internet se generan amistades			,805	
En los chats se supera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo			,787	
Se navega con más tranquilidad estando solo				,870
Método de extracción: Análisis de compónentes principales.				
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.				
La rotación ha convergido en 8 iteraciones.				

6.3. RESUMEN Y CONCLUSIONES

En el capítulo que ahora resumimos nos hemos propuesto reflejar un estado de opinión sobre (y no una comprobación de) los efectos sociales que se derivarían de haber introducido en la vida cotidiana la telefonía móvil e Internet. Ofrecemos, en primer lugar, un resumen de cómo se representan esta dimensión del fenómeno los jóvenes y, por comparación con ellos, los adultos, distinguiendo en este último caso entre varones y mujeres. En segundo lugar, ponemos el énfasis en la variabilidad que cabe observar entre las opiniones, según la clase social de los entrevistados.

La variabilidad de las opiniones, en función de la edad y el género de los consultados.

Hemos comprobado que, en lo referente a las posibles repercusiones sobre la vida familiar (cohesión / segregación, aumento / disminución de contactos, etc.) existe más preocupación por las consecuencias que podrían derivarse del uso de Internet que por aquellas que podrían derivarse del uso del móvil. Ello se debe a que en el caso del móvil, también los adultos reconocen las ventajas que la disponibilidad del aparato les proporciona para relacionarse con los hijos, entre otros fines. Lo que no es óbice para que una parte de los adultos piense que, con el móvil, los jóvenes tienen más facilidad para escapar al control de los padres.

Por su parte, los jóvenes son los menos temerosos de repercusiones negativas de índole social o intra-familiar. Lo más probable es que muchos de ellos no se hayan planteado tal cosa. Han encontrado numerosas ventajas en el hecho de ser portadores de un teléfono móvil: libertad, intimidad, ausencia de control, espontaneidad en las expresiones, flexibilidad en los planes de actuación y encuentro con otros, etc.). Sólo algunos de ellos sienten que no lo necesitan y se resisten a llevarlo consigo. Pero, en general, creen que el balance es muy favorable, no sólo en cuanto a comunicaciones con los amigos, sino también con la familia.

Las diferencias entre jóvenes y adultos, según sus opiniones sobre las repercusiones sociales del teléfono móvil pueden resumirse así:

Entre los JÓVENES son más numerosos los que:	Entre los ADULTOS son más numerosos los que:
<ul style="list-style-type: none"> * Se muestran de acuerdo con valoraciones positivas del móvil⁴⁹. * Se muestran en desacuerdo con las valoraciones controvertidas del móvil⁵⁰. 	<ul style="list-style-type: none"> * Se muestran de acuerdo con valoraciones controvertidas del móvil^{50bis}.

Algo distinto es el estado de opinión respecto a los efectos de Internet: en este caso, los jóvenes siguen apareciendo como los más confiados (por ejemplo, en que se generan amistades) y los menos temerosos (por ejemplo, respecto a posibles adicciones, solipsismos o señalamientos como distintos de quienes no disponen de la red). También es probable que se planteen poco esta clase de problemas.

Aunque la introducción de las TIC en los hogares no tenga repercusiones negativas para la cohesión familiar, los padres y madres menos preparados para el manejo de los nuevos instrumentos miran con recelo algunas prácticas comunicativas de los jóvenes, ya sea por razones económicas o de otro tipo. Quizás el uso de las TIC por parte de los jóvenes sólo vaya contra el universo adulto y abstracto de la sociedad en el sentido de que les sirven de refugio, sobre todo, para los adolescentes que busquen afectividad en sus iguales o en otros dispuestos a brindársela. Raramente, cuando la afectividad la encuentran en la familia.

⁴⁹ Las sentencias con las que se muestran de acuerdo son las siguientes: “el móvil permite a los jóvenes tener una intimidad o privacidad mayor en la relación con sus amigos”, “el móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente” y “el móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta”

⁵⁰ Concretamente, con las proposiciones siguientes: “el móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres” y “el móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres”.

^{50bis} Concretamente, con las proposiciones siguientes: “el móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres” y “el móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres”.

Puede que el uso de Internet y del móvil sea la continuación “más natural” de lo que O. Burgelin (1974, 119-133) denominaba “cultura juvenil de masas”. En todo caso, aunque así fuera, la contestación juvenil (entendida como conjunto de comportamientos que se producen de forma complementaria o alternativa a los orientados hacia la integración) no debemos pautarla en términos de “rebelión contra el modelo de sociedad”, y, menos aún, de “rebelión contra la organización familiar”, sino más bien como la búsqueda y el mantenimiento de lazos afectivos, generalmente, en los grupos de “pares”. Es decir, en lo más parecido a una familia que pueden encontrar, ya sea para complementarla, si cuentan con una familia estructurada, o para sustituirla, si carecen de ella.

Sin embargo, desde el punto de vista de los adultos, algo se mueve en su posición social y familiar y, tal vez por eso, manifiestan actitudes ambivalentes y, a veces, contradictorias: están a favor y en contra. Reconocen las ventajas, pero, a la vez, sospechan que hay algo más que ellos no están controlando. Se sienten más bien controlados, si son usuarios, y quizás mirados como marginados, si no lo son; lo que apareció expresado en un grupo de discusión con estas palabras:

“Es un doble juego. Ellos lanzan Internet para que te comuniqués y también para que de esta manera te puedan controlar. Todo tiene su pro pero también tiene su contra. Muchos satélites pero te espían” (G.D. Adultos Barcelona)

Las diferencias entre jóvenes y adultos, según sus opiniones sobre las repercusiones sociales de Internet pueden resumirse así:

Entre los JÓVENES son más numerosos los que:	Entre los ADULTOS son más numerosos los que:
<ul style="list-style-type: none"> * Se muestran de acuerdo con alguna valoración positiva de Internet⁵¹. * Se muestran en desacuerdo con valoraciones controvertidas de Internet⁵². * Se muestran de acuerdo con un indicador de preferencia por la intimidad⁵³. 	<ul style="list-style-type: none"> * Se muestran de acuerdo con alguna valoración controvertida de Internet⁵⁴.

⁵¹ Concretamente, son más los jóvenes que los adultos de acuerdo con la frase: “con Internet se generan amistades”.

⁵² Las sentencias con las que se muestran en desacuerdo son las siguientes: “Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle”, “Si no dispone de Internet, parece que no se es como los demás” y “Internet ‘engancha’ a los usuarios, los convierte en adictos”.

⁵³ Concretamente, son más los jóvenes que los adultos de acuerdo con la frase: “Se navega con más tranquilidad estando sólo”.

⁵⁴ Concretamente, son más los adultos que los jóvenes de acuerdo con la frase: “Si no dispone de Internet, parece que no se es como los demás”.

La ambivalencia de los adultos aparece también respecto al tipo de relaciones que, en su opinión, favorece o perjudica Internet. Piensan algunos adultos que, aunque la red facilite nuevas relaciones, se trata normalmente de relaciones con el exterior de la familia (en las cuales estarían más implicados los usuarios más asiduos: esto es, jóvenes y adultos varones).

“Yo creo que a nivel social son positivas pero a nivel familiar, como todo, se toma con una medida que hubiera sido necesario crear antídoto contra esto”

(G. D. Adultos Barcelona)

“...pero yo creo que a nivel de relaciones sociales entre ellos las incrementa muchísimo. No entre familia, sino entre ellos”

(G. D. Adultos Barcelona)

Las más recelosas al respecto son las mujeres, a las que suele atribuirse la función de ser quienes hacen de la familia un grupo integrado. Tesis que sostiene, por ejemplo, Livingstone (1998). Según este autor, frente a un uso de las TIC como medios de contacto con otros, que sería de orientación más bien femenina, estaría el afán de interactuar con los propios instrumentos, de orientación más bien masculina. Diferencias que se corresponderían con el distinto sentido que tiene el hogar para mujeres y varones, en tanto espacio de trabajo (para ellas) o de relajación (para ellos).

Mientras los varones se manifiestan más claramente a favor de las TIC y demuestran mayor entusiasmo, las mujeres (sobre todo amas de casa) declaran sus reservas ante los cambios tecnológicos. Asumen una postura más conservadora, refiriéndose a ellos con cautela, pero al mismo tiempo manifestando preocupación por no dar la imagen de analfabetas tecnológicas.

“Yo creo que aún todo esto nos da un poco de miedo y hemos de tirar un poco hacia atrás para no correr tanto”

(G. D. Adultos Barcelona)

“Mi bisabuela cuando cogía el teléfono miraba donde estaba la persona y con la televisión igual, se iba detrás (...) ahora soy yo la que alucino”

(G. D. Adultos Barcelona)

También son las mujeres las que advierten de posibles repercusiones en las relaciones de pareja, debido al tiempo que sus maridos (probablemente, más tecnológicos) pasan ante los aparatos (ya sea el televisor o el ordenador). En los grupos de discusión de adultos, las mujeres manifiestan expresamente “celos” del ordenador. Lo conciben como la máquina que ha venido a sustituir al televisor en la función de entretenimiento/ hipnotizador / desconector del varón; sin embargo mientras al televisor se la acusa de “robar” al varón (que llega a casa y se instala frente al televisor), con el ordenador se piensa, incluso, en términos de “engaño”. Probablemente, porque si bien el televisor permite a la mujer estar presente y “compartir pasivamente” el momento relax (sentarse a su lado) e incluso tenerle controlado (se ve lo que está viendo y se puede intervenir), el ordenador, en cambio, fuerza una separación de los cuerpos. El usuario establece una relación directa con la máquina en tanto requiere manipulación: se toca, se explora, excluyendo la intervención o participación de

un tercero. Exclusión que se produce a la vez que el usuario podría estar conectado con alguien más, que su pareja desconoce.

“Yo lo que hago es que cuando ella se duerme, me escapo al ordenador”
(G.D. Adultos Barcelona)

La propia “sensibilidad” de las máquinas hace que el ordenador requiera más cuidados /más mimos. El televisor se puede apagar en un raptó de rabia o cuando el otro no responde, el ordenador puede “sufrir graves daños”.

La variabilidad de las opiniones, en función del estatus socioeconómico de los consultados

En los capítulos anteriores, se ha mostrado que, tanto el grado en que las tecnologías de la información y la comunicación se sienten necesarias como las características de su uso, dependen del estatus socioeconómico, además de depender de la juventud o madurez biológica de los individuos. También la aprobación y la desaprobación de las afirmaciones a propósito de cómo puede estar repercutiendo el uso del móvil en las familias, aparecen asociadas a unas u otras clases sociales. Al respecto, puede resultar ilustrativo el gráfico 6.10, con el cual sintetizamos estas vinculaciones entre estatus y valoración de los efectos del móvil en las familias.

El citado gráfico permite observar que las actitudes recelosas, si no reprobatorias, en relación a la telefonía móvil hacen su aparición cuando se pasa, en la escala socioeconómica, de la categoría “obreros cualificados” a la categoría “obreros no cualificados” y que ésta última es la clase social donde menos se comparte la idea de que “con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber donde están”.

Como continuación del resumen sobre las opiniones mantenidas acerca del modo en que está afectando a la institución familiar el uso del teléfono móvil, se muestra ahora, el resultado de un análisis semejante respecto a las consecuencias derivadas del uso de Internet, cuyo dato más relevante es el siguiente:

Los asentimientos con ciertas afirmaciones preocupantes, a propósito de cómo puede estar repercutiendo Internet en las relaciones sociales y en las interacciones comunicativas de la familia, han aparecido asociados a las clases socioeconómicas más débiles y a los niveles de estudio más elementales

Aportamos, como ilustración al respecto, el gráfico 6.11, con el cual se representan estas vinculaciones entre el estatus y el nivel de estudios, como variables sociodemográficas que permiten identificar, en cierto modo, cuáles son los colectivos donde son más numerosos los ciudadanos convencidos de que Internet produce determinados efectos sociales, no muy tranquilizadores para ellos: en general, ciudadanos con Educación Primaria, obreros cualificados y no cualificados.

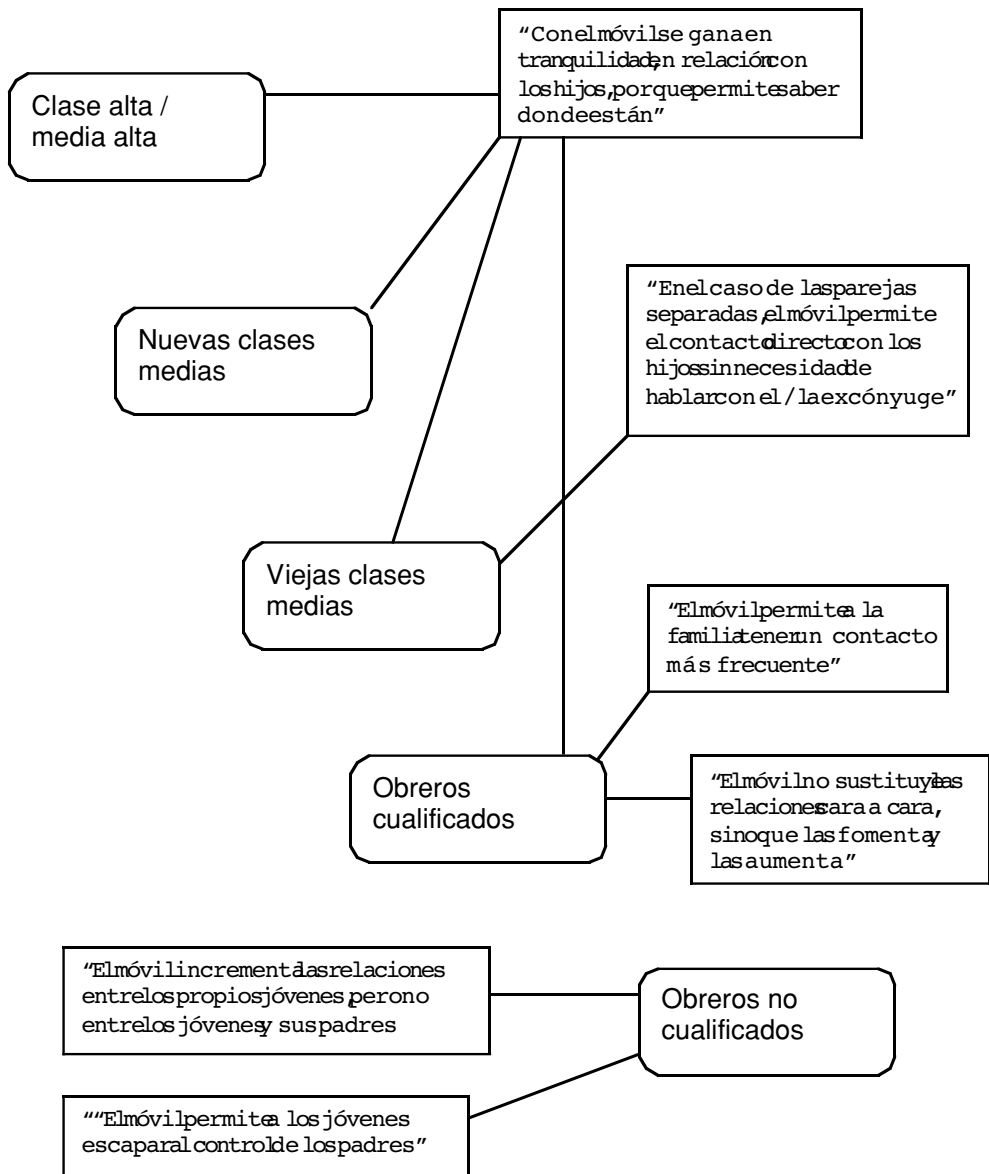


GRÁFICO 6.10
Las repercusiones del móvil en la familia, según la clase social

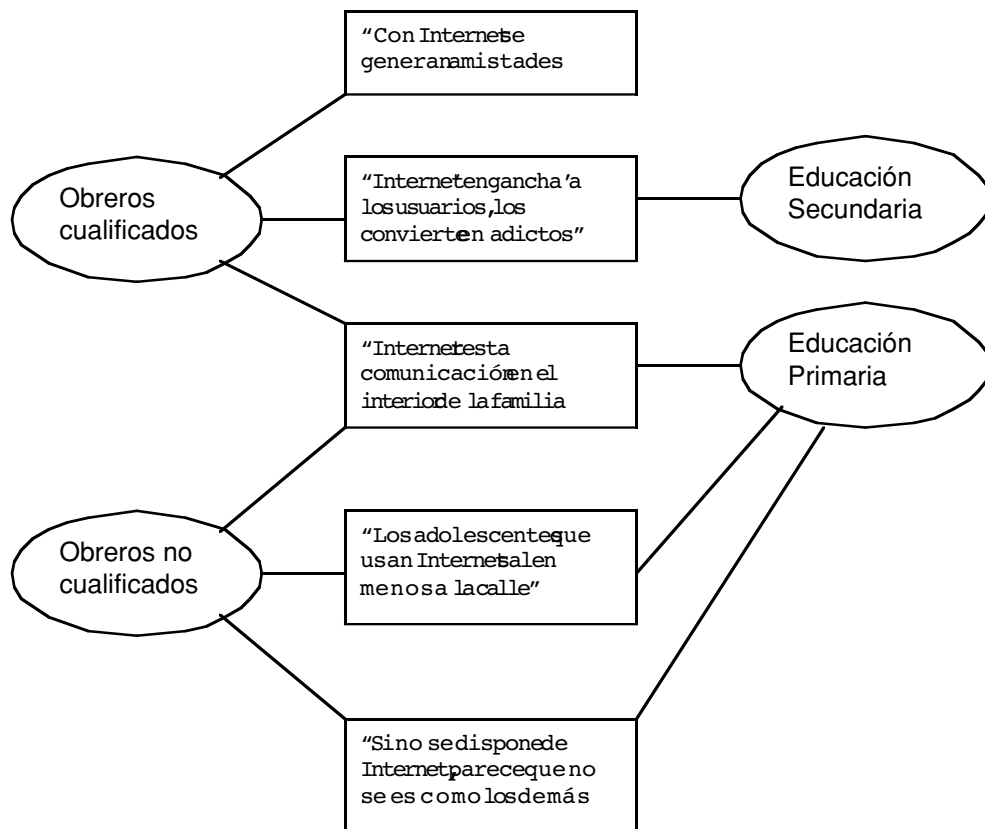


GRÁFICO 6.11

Las repercusiones de Internet en la vida social y familiar de los usuarios, según la clase social y el nivel de estudio

7. RESUMEN, CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE FUTURAS INVESTIGACIONES

Por **Santiago Lorente**
Francisco Bernete
Diego Becerril

7.0. INTRODUCCIÓN

El lector del informe, llegado a este punto, muy posiblemente sienta deseos de llegar a una síntesis de lo hasta aquí leído. Con este propósito se realiza la primera parte de este capítulo, que se hará, en honor a su contenido de *síntesis*, de forma breve y sucinta.

La segunda parte, aún más breve, contendrá unas conclusiones del estudio, mezcladas con ciertas reflexiones al socaire entre lo sociológico y lo ético.

7.1. SÍNTESIS

El ámbito de estudio ha sido, en la presente investigación, la población residente en zonas urbanas de 50.000 o más habitantes, más capitales de provincia, y con personas jóvenes (entre 14 y 29 años) y adultas (entre 30 y 64 años). Dicho *sensu contrario*, se han eliminado tanto el entorno rural como el de la población mayor y de tercera edad. En el Apéndice A1, sobre Metodología de la Investigación, se justifica ampliamente dicha opción, que tanto a priori de la investigación como a posteriori ha resultado ser correcta.

1. Conceptos para la delimitación del objeto del estudio: TIC, Sociedad de la Información, Familia y Juventud

Cabe iniciar la síntesis diciendo que las Tecnologías de la Información y de la Comunicación son el sustrato, la urdimbre de la que está hecha la Sociedad de la Información, y que dichas tecnologías, al contrario que la *técnica*, que está más cercana a la artesanía, constituyen unos bellos *modos humanos* de hacer lo que la humanidad siempre ha hecho, que es comunicarse (masivamente, de uno a muchos, e interpersonalmente) y transmitirse información. La única *novedad* de las mal llamadas *nuevas* tecnologías reside en que esto se hace usando el recurso del electrón y del fotón. La sociedad de la información, pues, constituye una legítima *matriz social* desde la que se puede realizar el análisis de la sociedad, en su conjunto, de la familia, en particular, y de la juventud en cuanto miembro primigenio de la familia, aún más en particular.

Podría decirse, haciendo una alegoría de corte médico, que la sociedad de la información constituye un ubicuo, circundante y vital *líquido amniótico* que nos rodea por doquier, nos proporciona el alimento de la información y nos mantiene comunicados con el entorno.

2. Estructura de familias y hogares

Penetración de TIC

Sin pretender aquí introducir un sesgo *masoquista* tan al uso en todos los análisis amantes de la *leyenda negra*, lo cierto y verdad es que, junto a otros elementos muy positivos de la sociedad española, como es la calidad de vida y la apertura vitalista tan acorde con el clima mediterráneo, en materia de tecnologías de la información y de la comunicación España va muy mal, y sigue yendo a peor, tal y como lo demuestran todos los análisis tanto oficiales (Informes sobre la *Métrica de la Sociedad de la Información* del extinto Ministerio de Industria y Energía y actual Ministerio de Ciencia y Tecnología) como privados (ANIEL, SEDISI, Fundación AUNA, GRETEL del COIT...) y otros muchos análisis comparativos a nivel mundial (UIT, Foro Económico Mundial, ONU...) como europeo (EURESCOM). Un matiz es importante: España va muy bien en equipamiento y uso del multimedia: número de televisores por hogar, vídeo, y cine en casa, y va muy mal en penetración de ordenadores y en usuarios de internet. Y España va aproximadamente en el entorno de la media europea en relación con la penetración del teléfono móvil.

“Geografía” de las TIC

Si llamamos a la puerta de los hogares, y entramos en ellos, nos encontramos con sorpresas. La primera es que son hogares, la mayoría, pequeños, de menos de 100

m². La segunda es que los televisores empiezan a ser cacharros ubicuos, presentes sobre todo en los salones y en las salitas de estar -esas habitaciones que cada vez más están disponibles en los hogares al no haber hijos-, pero también empiezan a serlo en las cocinas y en los dormitorios, tanto de los progenitores como de los hijos, dato muy acorde con la afición desmesurada por el multimedia de los españoles que constatábamos en el párrafo anterior. Otra sorpresa es que, en aquel tercio de hogares donde hay ordenador, y donde hay acceso a internet, aún muy minoritario, se empieza a notar también un cierto carácter *ubicuo*, en el sentido de que éste se encuentra, sobre todo, en los cuartos de los chavales y en los estudios de los padres *varones*, en los hogares de clase social donde esto se hace posible. Por tanto, el televisor y la constelación tecnológica que conlleva, además de ubicuo, es asexuado (todos lo usan, independiente de género), mientras que el ordenador tiene todavía sexo (es usado mucho más por chicos *varones* y padres *varones*).

Aunque ésta es la *geografía* predominante informo-tecnológica y comunicacional del hogar urbano español, su uso es ligeramente distinto, por cuanto el salón sigue siendo el lugar preferido con mucho para ver televisión (el dormitorio paterno es sólo para los ratos antes de dormirse, y el dormitorio de los jóvenes puede que constituya un fenómeno emergente del que haya que hablar en las conclusiones). El ordenador es todavía el *patito feo* que no es digno de ser usado en el sagrario bello del hogar, que es el salón, y cuyo uso sea netamente de carácter personal, y no social.

Lugares donde se usan las TIC

El teléfono móvil es usado mayoritariamente donde se necesita, no así el televisor, para el que el salón sigue siendo su lugar favorito. Internet es feudo muy mayoritario de la vivienda. Y el PC se usa, de forma individual, o en el cuarto de los hijos o en el despacho, cuando éste existe.

Existe, por tanto, una geografía de uso distinta para el ordenador y el televisor. El primero tiene un carácter de uso más individual y en espacios privados, mientras que el segundo lo tiene más comunitario, y en el gran espacio público que es el salón.

Estructura de las familias y condiciones de vida en entornos urbanos

Si del continente pasamos al contenido (esto es, de la casa a la familia), nos encontramos en la encuesta con un escenario positivo y aún tradicional, por cuanto, a pesar de las notorias transformaciones y *contorsiones* de la sociedad actual, lo que prevalece es masivamente hogares con familiares, y dentro de esto, con familia nuclear tradicional, y apenas un 6% de hogares unipersonales -aunque en notable aumento-. Y son familias nucleares en donde la nota prevalente es las relaciones de *afecto*, más entre padres e hijos que entre hijos, y más -¡para sorpresa de Freud!- entre padres varones e hijos varones y entre madres e hijas. Incluso cabría decir que las orientaciones socio-políticas guardan una cierta relación, en el sentido que el centro-de-

recha se asocia más a entornos familiares más cálidos, afectuosos y aglutinados que su correspondiente orientación de izquierda. Pero también hay que decir -aunque en el informe no nos haya quedado tiempo para analizarlo- que la orientación de centro-derecha es menos proclive, actitudinalmente hablando, a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, que la orientación de izquierda, y que la orientación religiosa tiene, así mismo, que ver con dichas tecnologías, en el sentido de que creyentes y practicantes son más proclives al rechazo tecnológico que los ateos y agnósticos. Todos estos datos de relación entre tecnología y orientación socio-política y religiosa son consistentes con todos los estudios empíricos.

En cuanto a las condiciones de vida en entornos urbanos, se ha confirmado que los ingresos familiares van siempre por debajo del coste de la vivienda, y que los ingresos están asociados a la dimensión del piso.

Las pautas de salida del hogar, incluidos los horarios, han producido datos de interés. La mayor parte de la población sale de su casa en días laborables. Se corrobora que, tanto adultos como jóvenes están muchas horas fuera del hogar, y ambos llegan notablemente tarde por las noches al mismo, lo cual lleva a la pregunta sobre qué hacen nuestros jóvenes hasta tan tarde.

Otra novedad es que ya un 30% de hogares en los que hay uno o varios hijos menores de 14 años tienen a alguien que no es ni la madre o el padre cuidándolos, debido a los prolongados horarios laborales.

3. Los jóvenes y las relaciones familiares

Calificación de las relaciones familiares

Las relaciones familiares se han visto afectadas por la introducción de las TIC en el hogar. De entrada, esta sería una de las afirmaciones más sólidas que pueden deducirse de todo el análisis presentado. La tecnología ha mediado en las relaciones sociales que los individuos mantienen entre sí y con su familia.

La investigación internacional que estudia esta cuestión intenta conocer hasta qué punto el uso de las TIC ha interferido en las relaciones convencionales. En las TIC más recientes, ordenador e internet, se analizan las relaciones cara a cara comparándolas con las mediadas, denominadas C.M.C. (Computer Mediated Communication). Los resultados son poco concluyentes. Para un grupo de autores el uso de internet ayuda a mantener las interacciones familiares y de amigos e incluso las extiende a otras personas, aumentando su nivel de sociabilidad (Howard, Rainie y Jones, 2001; Katz, Rice y Aspden, 2001; Wellman y Hampton, 1999). Por el contrario, para otros autores, internet deja a los individuos desconectados respecto a sus familias y amigos, creando personas solitarias (Nie y Erbring, 2000; Nie, 2001). O, como tercera opción, puede defenderse que las relaciones cara a cara no aumentan ni disminuyen con el uso de internet, sino que las TIC complementan y mantienen estas relaciones, estando su uso integrado en las prácticas de la vida cotidiana (Katz y Rice, 2002; Wellman et al., 2001).

Entre estas posiciones existe un debate presente no solo entre los especialistas sino en la propia sociedad, desconociéndose bastante las consecuencias que las TIC implican para las personas y la sociedad, las respuestas oscilan entre la tecnofilia y la tecnofobia.

Con independencia de la tecnología, lo cierto es que las relaciones familiares siguen rigiéndose por un patrón fundamental de afecto. Esta es la definición que acompaña la mayoría de respuestas siempre que se solicita calificar la comunicación con padres o con hijos. Las TIC no parecen afectar al sentido de estas relaciones sino que transmiten, potencian o agilizan el carácter o posicionamientos previos de la persona y la familia. En este sentido, la madre sigue siendo el polo afectivo por excelencia, la comunicación con ella va a estar marcada por el cariño y la admiración en mayor medida que con el padre. Este afecto es expresado con más frecuencia por los jóvenes, quienes diferencian con claridad el componente afectivo de la madre frente al instrumental del padre, como expresaría Parsons. Destaca que si bien las transformaciones en la familia han sido muy numerosas en las últimas décadas, la madre sigue teniendo preponderancia en la representación afectiva.

En los jóvenes existe otro cambio significativo: han desaparecido prácticamente las relaciones de autoridad. La autoridad es un concepto relegado a las generaciones mayores de la población respecto a sus padres, esto es, pertenecen al pasado. Entre la juventud, la interacción con el padre es calificada como de afecto y, en todo caso, es el respeto más que la autoridad el concepto utilizado.

Los jóvenes son un bloque homogéneo y sólido en sus respuestas, no existen otros factores que diferencian sus comportamientos, no como en el caso de los adultos, donde las relaciones familiares sí están influidas por variables como el género, la ideología o la clase social. Restringidas a este grupo, las relaciones de respeto presentan una identificación de género, donde los varones expresan más respeto al padre, y las mujeres respetan más a las madres. Junto a esto, las mujeres definen con más frecuencia la relación con el padre como autoritaria o ausente, lo que no existe en consideración con las madres, mientras que el sentimiento de admiración es, así mismo, más propio de las mujeres respecto a sus madres que de los varones.

La definición utilizada está determinada, por otra parte, por la ideología. De esta forma la relación con los padres es afectiva sobre todo entre personas del centro-derecha, siendo la extrema derecha donde aparece con más frecuencia la calificación el respeto. En la medida que sea una relación ausente aparece con más significación en la extrema izquierda y la admiración está más presente en las ideologías de centro.

La clase social tiene correlación con estos resultados, de tal forma que la afectividad aparece con mayor fuerza entre las clases medias y altas. En el extremo opuesto, los obreros no cualificados, son la clase donde mayor porcentaje de personas utilizan las definiciones de relaciones de autoridad, respeto o ausentes con los padres.

Ahora bien, la definición de relaciones de los hijos hacia los padres no es más que una cara de la moneda, la otra es la calificación de los padres hacia los hijos. Los padres hacia sus hijos aluden a la afectividad, el cariño es el gran concepto en referencia a los hijos, todavía más si cabe que la alusión al afecto que realizan los hijos.

La diferencia significativa por género nos hace comprender que las madres asocian con sus hijos (y especialmente con sus hijas) un mayor componente afectivo que los varones. Esta inclinación de las madres hacia las hijas parece compensarse con una mayor expresión de afectividad de los padres hacia sus hijos, en lo que sería una clara identificación de género. No obstante, la afectividad de los padres y madres hacia sus hijos está muy compensada y las diferencias son muy cortas, son, o intentan serlos, igualitarios. Esto no es, ya lo sabemos, lo que opinan los hijos de los padres, donde el afecto está inclinado hacia el lado de la madre.

Es preciso atender, en esta división por género, a las diferencias en las relaciones de control hacia los hijos. El control se dibuja como una calificación propia de las madres y no de los padres, y de las madres con doble presencia hacia los hijos varones que con las hijas. Este dato lo interpretamos como una mayor presencia de la madre en la vida cotidiana, lo que la obliga a ser quien ejerza el control sobre los hijos, si bien, por otra parte, cada vez más la mujer se incorpora al mundo laboral, por lo que la coexistencia física con los hijos/as debe igualarse a la del padre. La explicación es, quizás, una mayor dedicación de la mujer hacia los hijos, con independencia de su convivencia o permanencia con ellos, mientras que los padres asumen otros roles en la familia y no llegan a estar tan implicados.

De todas formas, hay que anotar que los jóvenes (hijos/as) no entienden la relación como de control con tanta frecuencia como los padres/madres. Esto es, si bien los padres creen que su relación es de control los hijos/as no lo perciben como tal. En los pocos casos en que los jóvenes definen la relación como de control (1%) es percibida tanto para el padre como para la madre, sin entender que la madre ejerza más control que el padre, e incluso, recordemos, los jóvenes respetan más al padre que a la madre, no registrándose diferenciación según género.

Otro dato significativo es que las relaciones ausentes son, sobre todo, de los varones con sus hijas. Este dato se explica por las rupturas matrimoniales donde el padre es quien suele perder el contacto con sus hijos al no tener la guarda y custodia y, por tanto, no residir con ellos.

De nuevo la ideología diferencia los resultados, si bien solo respecto a los hijos varones, pues en las hijas la afectividad es absolutamente predominante. Los padres que expresan más afecto con sus hijos son los de posiciones ideológicas de izquierda, siendo menor el porcentaje conforme se aproxima a la derecha. En la extrema derecha es donde aparece con más frecuencia el respeto hacia los hijos y las relaciones de control se registran especialmente en los entrevistados con ideologías de centro. En este sentido hay que subrayar que existe un cruce entre padres e hijos en su definición de relaciones afectivas: mientras los padres que más utilizan este concepto se ubican en posiciones de izquierda, los hijos con la misma calificación son de posiciones de derecha.

Cuando se analiza la clase social, los resultados de los padres coinciden con los de los hijos, mayor grado de afectividad en las clases medias y altas, mientras que quienes aluden a relaciones de control y la autoridad están más representados entre las clases obreras.

Un tercer tipo de relación, fuera de la díada padres-hijos, es la presente entre los sujetos y los amigos de confianza. En esta esfera la hegemonía corresponde al afecto, más incluso que en los casos anteriores. Son muy escasas otro tipo de definiciones entre los amigos íntimos. De existir otras, hay personas que sienten admiración por los amigos, sector conformado fundamentalmente por los jóvenes hasta los 20 años, al igual que los jóvenes de 15 a 17 años son quienes utilizan con más frecuencia el concepto de control para los amigos. Otras personas califican la relación como de respeto, experiencia propia de quienes tienen entre 45 y 64 años. En cualquier caso, hay que insistir, la afectividad es el concepto mayoritario, y resaltar que la definición que desaparece por completo entre los amigos es la de autoridad.

En resumen, las relaciones familiares de los jóvenes están marcadas por un fuerte componente afectivo, que se inclina en cierta medida hacia la madre más que hacia el padre, diferenciación que no está presente en la percepción de los padres/madres hacia sus hijos. Con los amigos el afecto es todavía mayor, con escasa presencia de otro tipo de calificaciones.

Las relaciones familiares mediadas por las TIC

Una vez trazado este panorama clasificatorio, introducimos en las relaciones sociales la mediación de las TIC y estudiamos con qué personas se comunican los individuos a través de ellas. Un primer perfil indica que cada tecnología tiene un sector comunicativo diferenciado, de tal forma que el teléfono fijo es básicamente para llamar a los familiares, el teléfono móvil se usa para el novio/a y los amigos íntimos, y el correo electrónico para los conocidos en general.

Este análisis bruto tiene sus matizaciones. En primer lugar se comprueba que los usos de las TIC son igualitarios según los distintos grupos, esto es, que quien se relaciona más con familiares más lo hace con ellos en todas las TIC, lo mismo que quien habla más con los amigos. Esto nos hace pensar que por encima de una diferenciación en el empleo de las TIC, lo que hay son distintos colectivos que usan unas TIC u otras.

Efectivamente esta idea se confirma cuando se diferencia la juventud de los adultos. Los jóvenes siempre se relacionan más con el novio/a o los amigos íntimos, en todas las TIC, con especial uso del teléfono móvil. Para los adultos las TIC son empleadas para hablar con los familiares, sobre todo por el teléfono fijo.

En estos resultados existe un fuerte comportamiento generacional, reforzado al ser la comunicación entre pares, la interacción es con personas de la misma edad, siendo el correo electrónico la única TIC que abre más la posibilidad de comunicarse con personas de distintas edades.

De este análisis podemos derivar una cierta transformación en el uso del móvil por lo jóvenes respecto a la intención inicial de compra por parte de los padres. Los padres entienden el móvil como una “correa digital” por medio de la que pueden “controlar” a sus hijos, pueden llamarlos en cualquier momento y “localizarlos” virtualmente. Este uso existe, pero para los jóvenes es minoritario respecto a la utili-

zación para interactuar con su grupo de amigos. Esta conclusión reafirma datos previos de otros análisis y sintoniza con las tendencias internacionales (Haddon, 2002; Lorente, 2002).

Los jóvenes tienen unos usos igualitarios según género pero, en los adultos, las mujeres están más volcadas en el empleo de las TIC para las relaciones familiares, dato sobresaliente en el correo electrónico. La mujer entiende las TIC, con más frecuencia que el varón, como un medio para poder contactar con los familiares. En este sentido, nuestras conclusiones verifican las de otros países, donde este comportamiento de las mujeres aparece igualmente (Boneva, Kraut y Frohlich, 2001; Pew Internet and American Life Project, 2000), y donde las mujeres sienten este tipo de contacto familiar más gratificante que otros.

TIC y relaciones familiares

Un aspecto relevante de las TIC es que fomentan las relaciones con familiares sobre todo si se convive con familiares. Cuando la convivencia de los sujetos es con familiares es cuando más se habla con ellos por medio de las TIC, convivir con familia no merma la comunicación sino que la aumenta.

Esta comunicación predominante con la familia está más presente entre los entrevistados que manifiestan posiciones ideológicas de derecha, siendo la izquierda la ideología con más representación en las relaciones con conocidos en general.

Dentro de las interacciones familiares a través de las TIC, la mayoría de ellas se realizan con familiares con quienes no se convive, con gran diferencia respecto a los familiares con quien se convive. Para el teléfono fijo, el familiar no conviviente a quien se llama más es la madre, la hija o el hermano varón, dato global que esconde una importante diferencia de género. Las mujeres son quienes contactan con más frecuencia con las madres y la hermana, mientras que los varones (tras la madre) más con el padre, el hermano varón y las hijas. Los resultados marcan una preferencia de igualdad de género, superando la hegemonía de la madre, y con la excepción de la relación establecida entre el padre y la hija, que es más llamada por el padre que por la madre.

Los jóvenes, en comparación con los adultos, llaman menos por el fijo a los familiares no convivientes y, si lo hacen, es a otros familiares, donde suponemos que pueden estar los primos o abuelos.

En el uso del móvil, la madre vuelve a ser el referente mayoritario, seguido de las hijas. En los jóvenes las llamadas más frecuentes son a los padres mientras que en los adultos son a los hermanos/as. Una vez más la división por género señala una comunicación mayor con personas del mismo género, las mujeres con la madre y la hermana, los varones con los hermanos (exceptuando la madre que es la primera referencia).

En el teléfono móvil las llamadas a hermanos/as sí tienen una especial relevancia, signo de utilización mayoritaria por los jóvenes. Un uso, no obstante, sesgado por la comunicación entre personas del mismo género.

La preponderancia de los hermanos/as adquiere la mayoría en el correo electrónico, conservando los porcentajes más altos entre personas de igual sexo. Para el correo electrónico hay que destacar la presencia fuerte de relación de padres con sus hijas. Ahora bien, entre los jóvenes, el 40% se escribe con otros familiares, que seguramente son la red de iguales familiares, los primos.

Fuera de los familiares con quienes no se convive, las TIC se utilizan, con menor frecuencia, para contactar con familiares con quienes se convive. El teléfono fijo se emplea para llamar mayoritariamente a la madre, seguida de la pareja y los hijos varones. La diferencia de edad indica que para los jóvenes las llamadas son a las madres o el padre, mientras que en los adultos el uso predominante es hacia los hijos varones, la madre y la pareja respectivamente. De los adultos destaca que llaman por fijo bastante a sus hijos varones pero cinco veces menos a sus hijas.

Añadiendo el género al uso del teléfono fijo, son los hijos varones quienes llaman el doble de veces al padre respecto a las hijas, mientras que las mujeres jóvenes llaman más a su madre y a la pareja que los varones jóvenes. En los adultos, las mujeres son quienes se encargan de llamar a las madres, el triple que los varones y son las únicas que llaman a sus hijas. No obstante, los varones adultos llaman a sus parejas ocho veces más que ellas a ellos. En las comunicaciones con los hijos varones tanto padres como madres afirman hacerlo en un porcentaje similar.

Para las relaciones por teléfono móvil la pareja se impone con claridad en el mundo de los adultos, tres de cada cuatro llamadas. Para los jóvenes los padres/madres siguen siendo los destinos mayoritarios, seis de cada diez casos, seguido de lejos por el hermano varón o la pareja. Para esta TIC las diferencias de género no son significativas.

El correo electrónico, por su parte, registra un marcado contraste por edad, donde los adultos en siete de cada diez ocasiones escriben a su pareja y, si no, los únicos destinatarios son, o bien el hermano varón, o bien los hijos varones. En los jóvenes hay mayor variedad: ni un solo caso escribe a la pareja y la imposición más fuerte es la del hermano varón, uno de cada cuatro correos, seguido del padre y la hermana.

En definitiva, lo que podemos observar es que las TIC son empleadas para relacionarse entre familiares, especialmente con aquellos con quienes no se convive. Pero, se conviva o no, la comunicación no se separa excesivamente del núcleo central de la familia. Los jóvenes tienen a sus padres, sobre todo a las madres, como referencia predominante, y los adultos en gran medida a sus hijos. Asimismo, tanto uno como otros cuentan con los hermanos/as como destino de sus llamadas o mensajes. Las TIC amplifican y potencian las relaciones ya preexistentes en la familia. La tecnología ayuda a mantener las relaciones en unas sociedades contemporáneas donde las distancias y los usos horarios no permiten, en muchas ocasiones, la coexistencia física-espacial, posibilitando la comunicación por encima de las disponibilidades. Cada grupo social ha transplantado a las TIC sus necesidades sociales y familiares, lo que deriva en distintos usos del teléfono fijo respecto al móvil o al correo electrónico, pero son eso, usos distintos de diferentes grupos, no realmente una imposición de la propia TIC. En este sentido las TIC no son ni buenas ni malas sino que responden a las relaciones propias de los jóvenes o adultos que las empleen.

Junto a esta conclusión hay que evidenciar la significativa preferencia por el mismo género, fortaleciendo la identificación de género en la familia y con la red de iguales.

En cualquier caso, los estudios sobre el impacto social de las TIC están poco desarrollados y quizás su presencia sea demasiado nueva como para adoptar conclusiones definitivas. Incluso en Estados Unidos algunos investigadores apuntan que “aún es demasiado pronto para realizar conclusiones sobre el rol social de internet a largo plazo” (Howard, Rainie y Jones, 2001:386), lo que es todavía más cierto en la realidad española. A esto se une la no homogeneidad de los efectos generados por las TIC, que en muchos casos no son las determinantes de los cambios (Anderson y Tracey, 2001; Wellman, et al., 2001).

Lo que sí parece seguro es el desarrollo creciente, hasta un determinado nivel, que registran las relaciones mediadas. Son varios los factores que conducen a esta conclusión, entre los que pueden mencionarse el reducido número de hijos y personas en el hogar, los prolongados horarios laborales, la incorporación de la mujer al trabajo, la autonomía e individualización de los miembros de la familia (Meil, 1999) o la consolidación de formas familiares como las familias compuestas y los matrimonios de fin de semana (Ruiz Becerril, 2003).

4. Necesidades y usos de las TIC por parte de jóvenes y adultos urbanos

La necesidad de las tecnologías informacionales y comunicativas

Se puede decir, en síntesis, que:

- Hay más jóvenes que mayores para los cuales es necesario el teléfono móvil y más mayores que jóvenes para los cuales es necesario el teléfono fijo.
- Internet y el teléfono móvil se han implantado velozmente; pero, no por ello, han desbancado a otras TIC, como el teléfono fijo y el televisor, en cuanto a uso y valoración como necesarios. Por ahora, coexisten en las viviendas españolas instrumentos técnicos aparecidos en momentos distintos y son concebidos como útiles para prestar diferentes servicios y proporcionar gratificaciones distintas.
- Aunque todavía hay más personas que consideran muy o bastante necesario el televisor que el ordenador, es previsible que, dentro de poco tiempo, ocurra a la inversa. Este cambio lo anuncia, como se apuntó en el capítulo 4, la condición de jóvenes y preparados académica y profesionalmente de quienes están apartándose del televisor y acercándose al ordenador.

El conocimiento y la utilización de las TIC

Resumidamente, los resultados han sido los siguientes:

- El uso del móvil para hablar y para enviar mensajes escritos está más extendido entre los ciudadanos que tienen un estatus socioeconómico más alto y entre los jóvenes más que entre los adultos.

- Los rasgos sociodemográficos de los entrevistados que utilizan el ordenador son similares, en la población estudiada, a los rasgos de quienes dicen ser espectadores de televisión durante menos tiempo. Y complementariamente, el retrato robot con el que identificamos al más asiduo espectador de televisión (mujer adulta, sin estudios reglados y sin cualificación profesional) es, con ligeras variaciones, el perfil sociodemográfico de quienes no utilizan el ordenador.
- Con rasgos sociodemográficos muy semejantes a los de quienes utilizan el ordenador se identifica al conjunto de usuarios de Internet, aunque esta red de comunicaciones no es tan conocida como el aparato del que nos servimos para adentrarnos en ella.
- Tanto Internet como el correo electrónico cuentan con una mayor proporción de usuarios entre los jóvenes que entre los mayores de 30 años y también mayores proporciones entre los encuestados que han cursado estudios universitarios y entre aquellos que tienen un estatus social y económicamente más elevado.

Los fines del manejo de las TIC

Los resultados han sido los siguientes:

- El teléfono móvil se usa muy predominantemente para dar recados o mantener conversaciones de corta duración; si bien, entre los jóvenes mayores de edad y los adultos que no llegan a 45 años ya son relativamente cuantiosos quienes lo utilizan para conversaciones largas (uno de cada seis, aproximadamente).
- El uso del móvil, tanto para conversaciones largas como para la realización de gestiones diversas tiene que ver con la obtención de ingresos propios, tras la incorporación al mundo laboral. Por ello, cuanto más corta es la edad de los jóvenes, es más improbable que usen el móvil con estos fines, que resultan más costosos.
- El uso de Internet está orientado, principalmente, a conseguir documentación para el trabajo o los estudios (citado por los jóvenes de ambos géneros más que por los adultos). Otras actividades que realizan los jóvenes por Internet, mencionadas con menor frecuencia, son la visita a webs con contenidos musicales y el chateo con amigos y conocidos.

El sentido de lo global y local reflejado en el uso de las TIC

Como era de esperar, la encuesta ha confirmado los resultados de que la comunicación mediada por las TIC se realiza sustancialmente en el contexto de la propia ciudad en que se vive, dejando rezagados los ámbitos del resto de la provincia o comunidad autónoma o de España, y por supuesto, del extranjero.

Se observa, eso sí, que el uso del correo electrónico tiene un ligero ámbito geográfico mayor que el uso del teléfono fijo y móvil. Éstos son claramente locales, mientras que el correo electrónico es algo más universal.

Pero la comunicación mediada por las TIC es claramente localista, por lo que no es totalmente cierta la profecía de McLuhan sobre la aldea global.

5. Las TIC, los jóvenes y las estructuras de poder en las familias

Las decisiones familiares: propuestas, compras y pagos

Las TIC, al penetrar en las familias y hogares, pueden constituirse como una fuente de poder y autoridad, generando una serie de estructuras que podrían afectar al sistema familiar establecido. La pregunta de partida que nos planteamos es de donde surgen las decisiones familiares que llevan a la implantación de TIC en los hogares.

En primer lugar se genera una propuesta de compra, en donde la iniciativa propia es la predominante. Para el teléfono móvil tres de cada cuatro jóvenes lo proponen ellos mismos, porcentaje que desciende en los adultos a tres de cada cinco. En los jóvenes, si no tienen ellos la iniciativa, proviene de los padres, en un porcentaje superior (12%) de la propuesta de hijos a padres (7%). Esto es importante toda vez que hay más padres que proponen a sus hijos la compra de un móvil que hijos que hacen lo mismo con sus padres. Tal resultado ajusta y matiza las creencias sociales en torno a los jóvenes como introductores de las TIC. En cualquier caso no deja de ser un porcentaje mínimo frente a la iniciativa propia de cada grupo de edad. Respecto a los adultos, si no se “autoproponen” la compra, la pareja es la promotora más significativa.

Para la adquisición del ordenador, la diferencia más importante es que la propuesta propia es menor, interviniendo más otras personas: los padres y el hermano varón en los jóvenes; y el hijo varón y la pareja en los adultos.

Claro que la diferenciación de resultados por género es la clave para comprender las propuestas de compra. Se define con claridad una mayor iniciativa de los varones al proponer la compra de TIC, que solo son influidos por los padres. Sin embargo, las mujeres proponen menos y son más influidas por la pareja.

De esta forma, el iniciador de la compra se perfila como una persona joven y varón, mientras que las mujeres adultas tienen, en mayor medida, influencia de otras personas. La iniciativa es una cuestión de género más que de posición en la estructura familiar.

El siguiente paso es la compra de las TIC. Realmente existen pocas diferencias entre quienes proponen y quienes compran. La mayoría de las compras las hace la propia persona. Sin embargo, a nivel general, desciende la iniciativa propia, aumentando la compra de los padres y se observa claramente que las propuestas en un principio conjuntas (de los padres o con la pareja), en la compra efectiva son capitalizadas por el varón, bien el padre o la pareja.

En la compra el género es una variable determinante. Son las mujeres quienes en mayor porcentaje han perdido la iniciativa respecto a la propuesta, siendo ocupada por otras personas, especialmente varones. La excepción es el papel que toma la hija en la compra de móviles a la madre, seguramente porque es la acompañante más habitual de ella en las compras.

Dos variables añaden información tanto a la propuesta como a la compra de TIC: la clase social y el nivel de estudios. En ambos procesos su determinación es igual, de tal forma que una mayor clase social o nivel de estudios significan una superior iniciativa propia y compra efectiva del sujeto. Conforme desciende el nivel existe mayor probabilidad de ser influido por otras personas en la introducción de TIC.

Por último, respecto al teléfono móvil conocemos quien se hace cargo de la factura. Una vez más es la propia persona quien lo asume mayoritariamente, pagando las facturas en mayor proporción los jóvenes que los adultos. Si no pagan los jóvenes son ayudados por los padres, y en los adultos ayuda la pareja u otras personas (seguramente la empresa de trabajo). Según género, los varones pagan en mayor porcentaje sus facturas que las mujeres, con independencia de la situación laboral de estas.

La transmisión de conocimientos sobre el uso de las tecnologías

Tiene su importancia, sin duda, la introducción de TIC en la familia, pero creemos que la clave en las estructuras de poder se dirime en quien transmite el conocimiento de su uso dentro del hogar. Quien posea la información tiene el poder, y nunca mejor aplicado que respecto a las TIC. Transmitir este conocimiento puede convertirse en fuente de poder, de respeto y autoridad del enseñante sobre el enseñado, por lo que es preciso diferenciar ambos grupos.

Los enseñantes son un tercio de los familiares, enseñando más el uso del móvil que el del ordenador. La división por edad muestra que en los jóvenes esta labor docente aumenta al 52% de casos, siendo la mitad en los adultos (25%). Tales porcentajes de aprendizaje son similares a los presentes en otras investigaciones que han analizado este aspecto. En el análisis de Fortunati y Manganelli (2002) para Italia, el 65% de jóvenes entre 15 y 18 años ha enseñado a un familiar, porcentaje que desciende al 50% entre 19 y 34 años, al 40% entre 25 y 44 y al 22% entre 45 y 64 años.

La diferencia en la transmisión del manejo es determinante pues podría repercutir en una inversión de jerarquías de autoridad dentro de la familia. Los adultos son ahora los ignorantes, los desfasados, con conocimientos antiguos y poco prácticos, que deben ser enseñados por los jóvenes. Este es un resultado que parece propio de la introducción de tecnología, más aceptada y manejada (por tanto enseñada) por los jóvenes frente a los adultos. Lo que quizás es más preocupante es la dejadez de los padres respecto a sus responsabilidades en el uso que sus hijos realizan de ciertas TIC, como internet. No es ya una cuestión de aprendizaje, es un asunto de educación y concienciación de las repercusiones sociales y familiares. En

esta línea aún queda un amplio trabajo que desarrollar y debe ser unas de las principales vías por las que avance la implantación de la sociedad de la información en las familias.

Para la enseñanza del móvil, muy extendido, no hay discriminación según el género, los comportamientos son iguales en varones y mujeres. Pero, en el aprendizaje del ordenador, los varones duplican el porcentaje de mujeres enseñantes. A esto hay que añadir que, dentro de la familia, no se registra una cadena de transmisión, donde quien ha aprendido enseña a otro familiar. El enseñante es la persona de referencia y enseña a los familiares, con independencia de que haya algún enseñado entre ellos. Esto, a nivel de estructuras de poder, puede dotar de una fuente de poder inagotable al enseñante que siempre conserva su conocimiento, más aún en uso de las TIC donde la actualización y el desfase en el manejo son constantes.

Si analizamos las personas concretas que enseñan, entre los jóvenes los enseñantes son los hermanos, seguidos del padre o la pareja. Entre los adultos la docencia es impartida por los hijos y las hijas, o la pareja. Es, igualmente, una cuestión de género, pues los hijos varones son quienes registran una presencia mayoritaria en la enseñanza, especialmente cuando se trata de enseñar a otros varones. En las mujeres, la enseñanza proviene además de la pareja o de las hijas, que respecto a las madres sí adoptan un rol docente destacado.

Los jóvenes varones son el punto básico de aprendizaje en la familia, enseñando a sus padres a usar TIC y, por tanto, adoptando una posición de poder en la información y uso de las TIC. Esto no evita que existan intercambios, si el 67% de los hijos enseñan a sus padres el manejo del móvil o el 55% el del ordenador, los padres son enseñantes del móvil a sus hijos en un 24% de casos y del ordenador en un 28%. Desde luego los padres son menos enseñantes que sus hijos pero lo son en cierta medida, quizás más de lo que el imaginario social supone.

La otra cara de la moneda son los enseñados, que son fundamentalmente adultos y mujeres. De los enseñados el 43% son la madre, seguida de un 28% de padres y 24% de la pareja

En este aspecto contamos de nuevo con la investigación de Fortunati y Manganeli (2002). Sus resultados indican que el mayor porcentaje de familiar enseñado recae en la madre (36%), seguida del padre (22%), del hijo varón (21%) y la hija (18%)(2002:72). Los padres encabezan la lista de enseñados pero, en contraste con nuestro estudio, los hijos/as tienen un lugar más relevante que en España. Otra diferencia es que la enseñanza hacia la pareja se sitúa en Italia en el último lugar, superada incluso por los hermanos/as del sujeto. En Italia parece existir mayor aceptación de las TIC entre los adultos y un superior conocimiento en su manejo que implicaría una enseñanza mayor hacia los hijos y que la pareja no necesite aprender tanto como en España.

Lo evidente es que la enseñanza y la transmisión de conocimientos se encuentran en manos de los jóvenes en la familia, de los varones más que las mujeres, otorgándoles una posible posición de poder que se fundamenta en el uso real y que está relacionada con la introducción que estos mismos sectores realizan de las TIC e incluso de los conflictos que se generan en torno a ellas.

Reglas y controles en el uso de las TIC

Los ordenadores se utilizan de forma masiva sin regulación. Hay total libertad. Y en los pocos casos que no hay libertad de uso, son los jóvenes los que mayoritariamente establecen las reglas.

El caso de internet es algo distinto: hay algo más de control en su uso. Pero se regula más el tiempo de uso que el tipo de contenidos a acceder.

Los padres creen saber, o al menos así lo afirman, qué páginas visitan sus hijos menores de edad, y quiénes son los partenaires con los que sus hijos intercambian mensajes por correo electrónico, pero no así respecto a los chats.

Los conflictos por el uso del televisor y el ordenador

El conflicto, efectivamente, es otra dimensión que nos permite comprender el impacto de las TIC en la familia. Hay que decir, en general, que el conflicto es bajo y, de existir, aparece entre los hijos o entre el padre y los hijos, siendo la situación menos frecuente con la madre o entre la pareja.

La situación dibuja un conflicto protagonizado por los jóvenes y los varones, como usuarios preferentes de las TIC, y donde la mujer queda relegada a un segundo plano.

Sí es curioso anotar que los jóvenes siempre detectan un nivel de conflicto superior al que perciben los adultos, probablemente porque los jóvenes son los más implicados, a la vez que definen como conflicto mayor número de situaciones de lo que lo hacen los adultos. Entre los adultos la mujer, por su mayor dedicación a la familia, detecta en todas las ocasiones más conflicto que el varón.

Los enfrentamientos por el uso de las TIC son más probables en torno al televisor que respecto al ordenador, y más en las clases sociales de obreros que en las clases medias o altas o en niveles formativos superiores.

6. Opiniones de los jóvenes sobre las repercusiones sociales de las TIC

Las repercusiones sociales derivadas del uso del teléfono móvil

- La población española joven y adulta que vive en entornos urbanos se muestra más preocupada por las consecuencias que, sobre la vida familiar, podrían derivarse del uso de Internet que por los efectos atribuibles a la telefonía móvil.
- Las repercusiones negativas de índole social o familiar son menos temidas por los jóvenes que por los adultos, si bien estos últimos también reconocen la tranquilidad que ganan disponiendo de teléfono móvil, con el que poder contactar con los hijos, en cualquier momento.

- Las mujeres adultas (sector donde el uso de Internet está menos extendido) son las más preocupadas respecto al modo en que las TIC de aparición más reciente pueden afectar a la cohesión familiar y conyugal. Y son también las que, en consecuencia, declaran sus reservas ante los cambios tecnológicos, en tanto que los varones se manifiestan menos recelosos.
- En este mismo terreno de las inquietudes a propósito de las consecuencias que sobre las relaciones sociales, en general, y familiares, en particular, pueden tener el uso del móvil y de Internet, la brecha principal (pues no desaparecerá por sí sola, con el paso del tiempo) es la que separa a los ciudadanos de estatus socioeconómico más bajo respecto de todos los demás. Se trata de aquellos que, además de vivir de espaldas a Internet, con lo que tal condición pueda comportar en la práctica (carencia de información, pérdida de oportunidades, etc.) siente que son, o van a ser, señalados, hasta en los círculos familiares, como deficientemente integrados en sociedad, por no estar insertos en la red universal de comunicaciones.

7.2 CONCLUSIONES

Ahora, en vez de realizar la síntesis desde las variables analizadas en el cuestionario (llamadas en la jerga de los sociólogos variables *dependientes*), vamos a proceder a hacerlo desde las *independientes* o de clasificación. Y la primera que es digna de hacerlo es el género. Efectivamente, nuestra sociedad, incluso la urbana, joven y adulta, mantiene actitudes y comportamientos todavía muy distintos respecto a las TIC, aunque este aserto haya que matizarlo cuando se introduce la variable edad: son *menores* dichas diferencias en el caso de la juventud que en el caso de los adultos. Mas por menores no queremos decir *inexistentes*. A pesar de una socialización masivamente igualitaria, especialmente por parte de la institución educativa, las chicas se comportan de distinta manera frente a las tecnologías. Todos los análisis empíricos de este informe, y de cualquier investigación sobre el tema, anuncian que las chicas/mujeres abordan la tecnología más pragmáticamente como una herramienta, como un medio de contacto, y muestran comportamientos menos impulsores de acciones como tener iniciativa de comprar tecnología, de usarla..., excepto en el caso del teléfono móvil, en el que llevan la delantera en iniciativa de compra, en comprar, en usar... Los chicos/hombres, por el contrario, ven la tecnología como algo lúdico, como un objeto de diversión, que disfrutan interactuando con la herramienta, mostrando iniciativa de compra. Son ellos, especialmente los hijos varones, precisamente los que mayoritariamente enseñan a padres varones, a madres y a hermanas. El poder tecnológico está en ellos. ¿También otros poderes? En el informe se afirma que sí, y que esto constituye una novedad del cambio social que se está operando en la familia, debido a las TIC, que se está subvirtiendo la jerarquía de poder, pues ¿cómo puede un padre, y sobre todo una madre, impartir criterios en otros

ámbitos cuando el que sabe es el hijo? El informe también afirma que no se da una *cadena* de enseñante/enseñado, y éste, a su vez, enseñante que enseña a otros, sino que siempre es el foco de enseñanza el que enseña a los demás. También el informe abre una brecha de reflexión cuando dice que, en materia de tecnologías, la pareja cuanta menos que la decisión personal de compra de las mismas, sobre todo de aquellas que no son tradicionales y ubicuas como el televisor.

Para acabar con la brecha por género, hay que decir que la mujer es más relacional, con TIC o sin TIC, que la mujer sigue concibiendo más el hogar como trabajo, mientras que el hombre lo ve más como ocio, y esto tiene sus importantes repercusiones no sólo actitudinales frente a las tecnologías, sino de comportamiento (uso *versus* disfrute, herramienta *versus* juguete), por lo que la mujer/madre incluso llega a sentir *celos* por la tecnología, al ser usada y amada más profusamente por el consorte y por los hijos varones, excepto el teléfono móvil, claro está.

Además de la brecha por género, está la brecha generacional, ubicua en todo el informe. Siempre es la juventud la que más usa las TIC, como sabe cualquiera sin necesidad de hacer recurso a una investigación. Los jóvenes encuentran connatural el uso del teléfono móvil, del ordenador, del correo electrónico y del multimedia, mientras que los adultos lo hacen más con el teléfono fijo, la radio y la televisión. Los jóvenes sienten más necesidad de la tecnología, la usan más, ven más positivas sus repercusiones, tienen más iniciativa de compra (excepto en el caso del ordenador), usan más internet (más para música que para chats, para desilusión de muchos adultos que piensan lo contrario), e incursionan en la tecnología, especialmente el ordenador y el teléfono móvil, para descubrir y desentrañar de ella todas sus posibilidades. Los jóvenes, como ha quedado dicho, además, enseñan a usar la tecnología a los mayores, aunque esto último sea más el caso entre los jóvenes *varones* que entre las jóvenes, como ha quedado dicho. Los adultos, por el contrario, muestran características opuestas, y aquellos pocos que lo hacen, es más para gestiones y compras, en el caso de internet, o para deportes, en el caso de los varones en la televisión.

Hablando en términos *darwinianos*, cabría decir que los jóvenes se están adaptando muy bien a las nuevas condiciones informo-comunicacionales de entorno, y que dejará de haber brecha generacional cuando los jóvenes de hoy sean los adultos de mañana. Por tanto, es cuestión de esperar una generación. Hay que decir que esto ha sido así desde que el *homo sapiens-sapiens* se despegó de sus antecedentes eslabones evolutivos, y constituyó el binomio cerebro/mano prensil como la base de su imparable evolución (tecnológica, y por tanto, cultural, en un sentido holístico). Los jóvenes de hoy, adultos de mañana, se verán a su vez cohibidos ante nuevos recursos informo-tecnológicos que los jóvenes del futuro, hoy nonatos, manejarán con soltura. Por tanto, no cabe más hablar de esta permanente dialéctica, por conocida e inevitable.

Anteriormente hablábamos de la asociación entre la tecnología y otras variables opinativas, como la opción socio-política e incluso religiosa. El informe, además, ha mostrado a las claras que las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, excepto las masivas como el televisor y la radio, están fuertemente asociadas, en su

penetración en el hogar y en su uso, con el estatus socioeconómico de la familia, entendiendo por él la constelación de variables de clase social, estudios y renta, y especialmente las dos primeras, ya que son ellas las que cualitativamente hacen que se adopten novedades tecnológicas, y no tanto el poder adquisitivo, como lo demuestra el índice de televisores entre las clases muy deprimidas, o la compra del vehículo con más lujo, opciones adicionales y coste que el cabría esperar al correspondiente índice de renta familiar del adquirente. Aunque clase social se asocia mucho a renta, también es cierto que los estudios explican mejor las características cualitativas conducentes a un menor o mayor uso y adopción de TIC.

Entre las hipótesis más fundamentales al inicio de la investigación estuvo la de la *fisión familiar*, esto es, la capacidad de las Tecnologías, en este caso de la comunicación, por separar a los miembros de la familia. Los resultados muestran que esta hipótesis hay que descartarla fundamentalmente, si bien, con matizaciones. Por un lado, se ha visto en el informe que las TIC suponen una fuerte apoyatura a la comunicación intra-familiar, en donde la comunicación mediada por estas herramientas (sobre todo gracias al viejo y universal ya teléfono fijo) supone una adición sustancial a la comunicación cara a cara y un más que notable refuerzo a la vieja y entrañable familia extensa. Ya que el imparable fenómeno de incremento de edad de muerte (lo que erróneamente se entiende por “esperanza de vida”) produce que, simultáneamente, tengamos cada vez más a tres e incluso cuatro generaciones familiares coexistiendo, pero generalmente habitando en techos distintos, las TIC vienen a suponer un poderosísimo factor de mantenimiento de unión de la familia extensa. La familia extensa adquiere, así, una nueva modalidad: es aquella que, de forma pluri-espacial, mantiene la cohesión afectiva que antaño tenía dicha familia habitando bajo el mismo techo. La cercanía o distancia geográfica se convierten en factores irrelevantes de mantenimiento de los vínculos afectivos y emocionales. En este sentido, las TIC contribuirían a la *fusión* familiar, más que a su contraria *fisión*, y de esto poco se habla.

Pero, a la vez, se ha visto en el informe que las TIC constituyen un fenómeno comunicacional *centrífugo*, en el que se observa que los padres se comunican mucho, también, con otros familiares y conocidos (ya hemos dicho que, sobre todo, a través del teléfono fijo), mientras que los jóvenes, de manera rabiosa y obsesivamente endogámica, lo hacen con sus pares de forma casi exclusiva. *Similia similibus coniuntur*, rezaba el dicho latino, y nunca mejor dicho se puede aplicar a la comunicación juvenil mediada por el teléfono móvil y el correo electrónico. La insaciable sed de identificación personal a través de la identificación grupal, las relaciones primarias, el grupo, la comunidad, la tribu, la panda..., conceptos todos ellos clásicamente sociológicos y extra-familiares, vuelven a resucitar cuando de la juventud se trata, ahora impactada, cohesionada, unida, aglutinada gracias al teléfono móvil y al correo electrónico (no tanto a los chats, recuérdese).

Por tanto, además del efecto bipolar centrípeto/centrífugo de las TIC en la familia, hay que hablar del efecto amplificador y potenciador de las capacidades comunicativas connaturales con estas tecnologías. Es decir, cuanto más aglutinada la familia nuclear, más uso del teléfono fijo; cuanto más aglutinada la familia extensa,

más uso del teléfono fijo; cuanto más potentes los vínculos de amistad y de panda, más uso del teléfono móvil por parte de la juventud.

El último trazo sobre el que queremos decir unas breves palabras se refiere al carácter global o local de nuestra sociedad, y cuál es su comportamiento en el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Éste es un asunto, el de la globalidad, que se ha convertido en auténtico tópico de nuestra sociedad. Pues bien, el informe pone hartamente bien de manifiesto que la sociedad urbana, joven y adulta española es una centrada vitalmente en su misma localidad, que usa el teléfono móvil (sobre todo), el teléfono fijo y el correo electrónico (éste algo menos) para comunicarse localmente con personas de la misma ciudad de forma casi exclusiva. Uno se pregunta en dónde quedaron los movimientos migratorios internos españoles, sobre todo los de la última hornada de los años 40, 50 y 60 del siglo XX, y la respuesta es que España se ha despoblado tanto en las zonas deprimidas originarias de la emigración que las relaciones humanas y familiares, tanto cara a cara como mediadas por las TIC, se realizan localmente en los lugares de destino.

La baja penetración de tecnologías conducentes a incrementar el uso de la sociedad de la información en España es motivo de seria preocupación de los actuales inquilinos del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Hay que hipotetizar que la sociedad de la información tiene un obvio sustrato tecnológico, del que debería ocuparse dicho Ministerio, pero tiene unas consecuencias sociales de todo tipo, por lo que alguna responsabilidad debería recaer en el resto de la Administración del Estado. Por ejemplo, según datos que obran en poder del Ministerio de Educación, sólo la cuarta parte de los maestros actuales saben manejar el ordenador. Todo esto descansa sobre un pilar obvio: que se crea que estas Tecnologías son beneficiosas para la especie humana. Y todo apunta a pensar que, entre los actores adultos de nuestra sociedad, no siempre este axioma es cierto.

La segunda reflexión tiene que ver con las *brechas* que hemos mencionado en el apartado anterior: la socio-económica, la de género y la de edad. Empezando por la última, esta desaparecerá, en cuanto a las tecnologías actuales, en la próxima generación. Pero la dialéctica de mayor innovación y uso por parte de los jóvenes, y menor innovación y uso por parte de los adultos seguirá permanentemente, pues es consustancial con la humanidad.

La brecha socio-económica es cierta y preocupante, por cuanto las diferencias entre las capas altas y bajas siguen incrementándose en todo el mundo occidental, debido a la idiosincrasia del modelo socioeconómico prevalente. Lo cual quiere decir que, en el horizonte temporal conocido y esperado, no hay mucho que confiar en que la distribución tecnológica -lo que jurídicamente se llama *servicio universal* y su concomitante *uso universal*- de la tecnología vaya a ir a mejor. En esto hay que ser pesimistas.

La brecha de género es asimismo preocupante, además de injusta e inútil. No tanto en el ámbito de los adultos, entre los que ya nada, o casi nada cabe hacer en materia de educación orientada al uso de las TIC, sobre todo de las más difíciles como el ordenador o internet, sino en el ámbito de los jóvenes. Uno esperaría que, con una socialización tan igualitaria, que *plancha* a todos por igual, jóvenes varones

y jóvenes hembras tuvieran similares comportamientos frente a las tecnologías de la información y de la comunicación. Los tienen más similares en cuanto a opiniones, pero no en cuanto a actitudes y comportamientos. El teléfono móvil es el gran terreno de las chicas, el ordenador e internet lo es más de los chicos. Y decimos que es una brecha preocupante, además de injusta e inútil, porque ella va a seguir incidiendo en el mercado de trabajo, en la cualificación profesional, en la promoción laboral y en la remuneración diferencial de chicos y chicas hoy, varones y mujeres mañana, perpetuando así un sistema a todas luces injusto. Si esto no se empieza a remediar desde la niñez y juventud, la brecha en la sociedad adulta continuará, y sólo continuarán los llantos plañideros estériles, sin abordar la causa donde está principalmente.

En el discurso prevalente en la calle, del que es imposible evadirse por omnipresente y todopoderoso, subyace una dicotomía maniquea: lo bueno es comunicarse cara a cara, lo malo es comunicarse mediando las tecnologías. Esta dicotomía olvida y pasa por alto, como casi todos los tópicos, que la humanidad ha usado y sigue usando intermediaciones e *interfaces* no eléctricas para su comunicación (tam-tam, humo, hogueras, palomas mensajeras, telegramas, cartas, postales...). Algo de perverso tiene que haber, que no acertamos a adivinar, en comunicarse por teléfono fijo, teléfono móvil y correo electrónico, especialmente cuanto tan alto porcentaje de la población lo hace. Pero los resultados de este informe, como de cualquier investigación empírica que sobre esto se hace, demuestra que las tecnologías no sólo no constituyen una dicotomía maniquea, sino que tampoco son sustitutorias (disyuntivamente: o comunicarse cara a cara, o comunicarse mediando tecnologías), sino que *ambos* tipos de comunicación son buenos, útiles, y *complementarios*. Las tecnologías tienen un efecto amplificador y aumentativo de la comunicación cara a cara, y nunca disruptor e inhibidor de la misma. No sería poco fruto de esta investigación si se lograra hacer creer a sus lectores que esto es así.

La vieja clasificación de *tecnofilia* y *tecnofobia* subyace a toda la investigación. En el fondo, amar u odiar la tecnología está en la base de toda la explicación de las actitudes y comportamientos frente a ellas, además, lógicamente, de otras variables anunciadas, como la brecha socio-económica. La socialización diferencial por género aún está presente, por más que se insista en que la sociedad ha logrado ya, al menos en la juventud, la equiparación de géneros. No es cierto en materia de amor/odio a la tecnología, y consecuentemente del uso que se hace de ella por unos y por otras.

La familia, de extensa pasó a nuclear, y de autoritaria a democrática -se dice-. Las TIC, tal y como hemos visto, contribuyen a que esto último no sea del todo cierto, puesto que el *poder* (o lo que es lo mismo, la iniciativa, la enseñanza, el uso...) relacionado con la tecnología recae en los hijos más que en los padres, y en los hijos varones más que en las hijas. Corolario importante de ello es la dejación ética de los padres por aprender a usar el ordenador, especialmente internet, por enseñarlo a sus hijos pequeños, y por hacer un seguimiento de los espacios cibernéticos por donde sus hijos navegan. Internet es potencialmente peligrosa, podemos apostillar, porque los padres ni saben navegar, ni navegan con sus hijos. Es como dejar a los niños y adolescentes un coche para manejar sin antes enseñarles. Claro que, entonces, el coche es peligroso.

Para los que aún piensan en términos de la dicotomía maniquea antes citada, y creen que la comunicación mediada por el teléfono es mala, deberían pararse, serenarse y ponerse a reflexionar sobre el papel benefactor que esta tecnología está teniendo para el mantenimiento de la familia extensa pluri-espacial. ¿Qué papel tiene el teléfono en la noche de Navidad? ¿Qué papel en onomásticos, cumpleaños, ritos de paso (Nacimiento, Primera Comunión, Boda, Muerte) y otros grandes sucesos (acabar la carrera, enfermedad, vacaciones...)? ¿Qué papel tiene el teléfono móvil en la cohesión grupal de los jóvenes, en el seguimiento de los hijos por parte de los padres? Sin el recurso a la investigación empírica, nadie podrá dudar de la bondad axiomática de estas tecnologías para la cohesión y mantenimiento de los ligámenes afectivos de la familia.

Circunscribiéndonos al ámbito de la familia, de la madre y de la madre trabajadora, esta investigación ha puesto bien de manifiesto algunos fenómenos sociales que se escapan, y que se relacionan con las TIC. Los horarios de trabajo son excesivamente prolongados, debido a la nueva economía (se dijo en el informe que sabemos copiar mal en España los beneficios de la sociedad capitalista informacional); las distancias al trabajo excesivamente grandes, por la poca movilidad de vivienda (el 84% de las viviendas en España son en propiedad, el mayor índice, con muchísimo, de toda Europa, que hace que no haya casi movilidad de vivienda). En consecuencia, se vio en el informe que los padres pasan largas horas fuera de casa, por lo que la soledad de los hijos, niños y adolescentes, es un hecho. Soledad que las tecnologías de la información (del ocio, como la televisión) y de la comunicación (como el teléfono fijo y móvil) palian, pero no curan. No es extraño, en este contexto, que los jóvenes busquen su propio grupo, porque su primer grupo natural, la familia, no existe más que a partir de las 8 ó 9 de la noche.

Por último dos líneas sobre la *aldea global*. Los medios de comunicación, a quien debemos lo mucho y lo poco, lo bien y lo mal que estamos informados, que de todo hay en la viña del Señor, han distribuido hasta la saciedad, y hasta hacerla patrimonio de la humanidad, la frase de McLuhan en los años 60 del siglo XX. Esta y otras investigaciones, como remachadamente ponen bien de manifiesto los Barómetros del CIS, nos dice que la sociedad actual está informada de lo global, pero vive en su día a día encerrada en el cascarón de lo local, de su propia ciudad. Si algo es la sociedad de la información, es global; si algo es la sociedad de la comunicación, es local. La pena es, como se dijo en el capítulo 1, que hablamos de Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), pero no de la Sociedad de la Información y de la Comunicación (SIC). La primera es global, la segunda es claramente local

REFERENCIAS

- ANDERSON, B. y TRACEY, K. (2001): "Digital Living: The Impact (or Otherwise) of the Internet on Everyday Life", en *American Behavioral Scientist*, vol. 45, n.º 3, pp. 456-475.
- ARSUAGA, J.L. (2003) EL PAÍS, 16 diciembre, 28.
- ARSUAGA, J.L. y MARTÍNEZ (1998): La especie elegida. Madrid, Temas de hoy.
- BONEVA, B., KRAUT, R. y FROHLICH, D. (2001), "Using E-mail for personal Relationships", *American Behavioral Scientist*, vol 45, n.º 3, pp. 530-549.
- BURGELIN, O. (1974): *La comunicación de masas*. Barcelona: A.T.E.
- CASTELLS, M. (1995): *El Casino Global*. El País, Abril 18., p. 15.
- CASTELLS, M. (1998): *La era de la información: El poder de la identidad*. Madrid, Alianza.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS). Estudios n.º 2429, 2398, 2472 *, 2458
- CREMADES, J. (2001): *El paraíso digital*. Madrid, Plaza y Janes.
- ESCUADERO, M. (2002): "Políticas de la vida diaria", EL PAÍS, 12-4-2002, pág. 14.
- ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS (EGM), última Oleada 2003.
- FORTUNATI, L. y MANGANELLI, A.N. (2002), "El teléfono móvil de los jóvenes"; en *Revista de estudios de Juventud*, Madrid, Instituto de la Juventud, n.º 57, pp. 59-69.
- FUNDACIÓN SANTA MARÍA (2001). Pautas de interacción familiar en la adolescencia (13-18 años) Madrid, Fundación S.M.
- HADDON, L.G. (2002), "Juventud y móviles: el caso británico y otras cuestiones"; en *Revista de estudios de Juventud*, Madrid, Instituto de la Juventud, junio, n.º 57. pp. 115-124.
- HOWARD, P.E.N., RAINIE, L. y JONES, S. (2001): "Days Nights on the Internet", en *American Behavioral Scientist*, vol. 45, n.º 3, pp. 383-404.
- IGLESIAS DE USSEL, J. (1998): voz "Familia"; en *Diccionario de Sociología*, Madrid, Alianza.
- KATZ, J.E. y RICE, R.E. (2002), *Social Consequences of Internet Use*, MIT Press.
- KATZ, J.E., RICE, R.E y ASPDEN, P. (2001), "The internet, 1995-2000. Access, civil involvement, and social interaction", en *American Behavioral Scientist*, vol. 45, n.º 3, pp. 405-419.

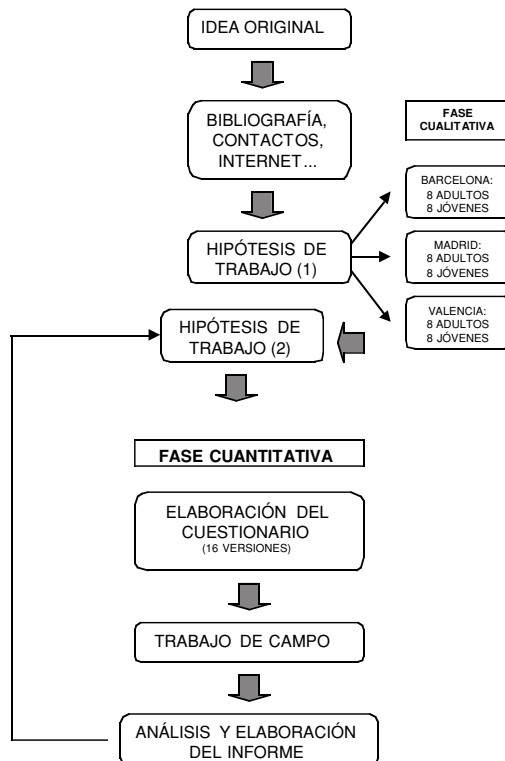
- LIVINGSTONE, S. (1998) *Making Sense of Television*. London: Routledge.
- LORENTE, S. (coord.) (1999): *Juventud y sociedad red*, número monográfico de *Revista de estudios de Juventud*, Madrid, Instituto de la Juventud, septiembre, n.º 46.
- LORENTE, S. (coord.) (2002): *Juventud y teléfonos móviles*, número monográfico de *Revista de estudios de Juventud*, Madrid, Instituto de la Juventud, junio, n.º 57.
- LORENTE, S. y VÁZQUEZ, C. (2003) Comunicación, espacio urbano y teléfono móvil. *Inguruak*, abril, 11-32.
- MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE, O. (1996): *Informe Juventud en España 1996*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE, O. (2001): *Informe Juventud en España 2000*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- MARTIN, J. (1980) *La Sociedad Interconectada*. Madrid, Tecnos.
- MÉTRICA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (2003). Ministerio de Ciencia y Tecnología. SEDISI.
- MORAL, F. (1998): *Identidad regional y nacionalismo en el Estado de las Autonomías*. Madrid. CIS, colección "Opiniones y Actitudes", n.º 18.
- NEGROPONTE, N. (1995): *El mundo digital*. Barcelona, Ediciones B.
- NIE, N.H. (2001), "Sociability, interpersonal relations, and the internet", *American Behavioral Scientist* 45(3):420-435.
- NIE, N.H. y ERBRING, L. (2000): Internet and society: A preliminary report. [Online: www.stanford.edu/group/siqss/]
- PACEY, A. (1994): *The Culture of Technology*. Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Pew Internet and American Life Project (2000), Tracking online life: How women use the internet to cultivate relationships with family and friends. [Online: www.pewinternet.org/reprts/]
- QUIROZ, M. T. (1997): "Los jóvenes, los medios masivos de comunicación y las nuevas estrategias educativas", en Cafiero, M.; Marafioti, R. y Tagliabue, N. (ed.): *@tracción mediática. El fin de siglo en la educación y la cultura*; Buenos Aires, Editorial Biblos.
- REVILLA (2001): "La construcción discursiva de la juventud: lo general y lo particular"; en *Papers*, núm. 63/64, pp. 103-122.
- RUIZ BECERRIL, D. (2003), "Cuando el trabajo separa: Los matrimonios de fin de semana", *Revista Portularia* (en prensa).
- SAGAN, K. (1982): *Cosmos*
- SOBRINO, M. (1999): "Juventud y multimedia"; en "Juventud y la Sociedad Red", número monográfico de la *Revista de estudios de Juventud*, n.º 46, septiembre 1999. Pp. 59-66.
- TERCEIRO, J.B. (1996): *Sociedad digital*. Madrid, Alianza.
- TERCEIRO, J.B. y MATÍAS, G. (2001): *Digitalismo*. Madrid, Taurus.
- WELLMAN, B. y HAMPTON, K. (1999), "Living networked on and offline", *Contemporary Sociology* 28(6): 648-654.
- WELLMAN, B. et al. (2001), "Does the internet increase, decrease, or supplement social capital?", *American Behavioral Scientist* 45(3):436-455.
- WILLIAMS, R. (1990): *Problems in materialism and Culture*, Londres, Verso.

APÉNDICES

A1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La idea original surge, como quedó dicho en la introducción, en la Jornada de Valencia: si la sociedad de la información afecta e impacta a la juventud, ¿qué papel tiene la familia en dicho impacto? ¿cómo es la familia, a su vez, impactada?

La metodología de esta investigación puede decirse que es clásica y tradicional, y ha seguido el procedimiento que se puede ver en el gráfico siguiente:



Al tratarse de la unidad binaria “juventud” y “familia”, se decide hacer la investigación tanto en una como en otra unidad, y ello constituye una novedad en las investigaciones del INJUVE. Consideramos que, al hacerlo así, se gana notablemente en profundidad en el conocimiento de la primera, por cuanto dicho conocimiento se realiza en contraste con los adultos, por cuanto, en otras investigaciones realizadas *sólo* a la juventud se desconoce cómo está ella *en relación con, y en contraste con,* los adultos.

Los grupos de discusión tuvieron lugar durante la primavera de 2002 en las tres ciudades más grandes del país: Barcelona, Madrid y Valencia. Se eligieron grupos de jóvenes y de adultos, con objeto de apreciar el contraste de opiniones, y los grupos tuvieron un tamaño de ocho individuos. Las reuniones de Barcelona fueron dirigidas y realizadas por el Prof. Jordi Busquet, las de Madrid por el Prof. Santos Carranza, y las de Valencia por el Prof. Santiago Lorente. Los grupos de discusión aportan una riqueza conceptual notabilísima, pero tienen el inconveniente de que sus resultados no se pueden inferir al universo, mientras que la encuesta adolece del gravísimo problema que sólo ofrece como resultado lo que se ha introducido en el cuestionario, como es obvio. Por ello, el maridaje de las técnicas cualitativas y cuantitativas es perfecto. Así pues, en este estudio, hemos utilizado la fase cualitativa como apoyatura para la obtención de hipótesis que se cuantifican en la fase cuantitativa.

Con la bibliografía disponible y con los resultados de los grupos de discusión se procedió a establecer el conjunto de hipótesis que dieron lugar a la realización del cuestionario, que resultó ser una tarea dura y árida donde las haya, fundamentalmente por tener que resumir tanta información y tantos aspectos de los que se disponía a partir de la bibliografía y las mencionadas reuniones de grupos de discusión. También hubo que reducir, dolorosamente, el ámbito de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación a la televisión, el teléfono fijo, el teléfono móvil, el ordenador e internet (y las actividades derivadas de ella), dejando tecnologías tan básicas, como la radio, y tan novedosas e importantes para la juventud, como los videojuegos, por falta de espacio y por ser -en el caso de los videojuegos- unas tecnologías no suficientemente asentadas como para estudiarlas. En la tarea de la confección del cuestionario trabajaron y colaboraron de forma muy eficaz el Instituto de la Juventud y el Centro de Investigaciones Sociológicas. Así, todos los datos de cuadros y gráficos se refieren a este trabajo, a no ser que se diga en contra.

El trabajo de campo lo llevó a cabo el Centro de Investigaciones Sociológicas, bajo la dirección y responsabilidad de sus técnicos. El código de conducta de las encuestas obliga a publicar la ficha técnica, que es, tal cual ha sido transmitida por el CIS, la siguiente:

Ámbito	Nacional
Universo	Población española de ambos sexos de 15 a 64 años, que habita en ciudades de más de 50.000 habitantes, además de capitales de provincia
Tamaño de la muestra	Diseñada: 2.000 entrevistas Realizada: 1.918 entrevistas
Afijación	No proporcional
Ponderación	Los coeficientes de ponderación aplicados se encuentran al final de esta ficha
Puntos de muestreo	46 municipios y 29 provincias
Procedimiento de muestreo	Polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios), y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad Se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 4 categorías:
Estratos	— De 50.000 a 100.000 — De 100.001 a 400.000 — De 400.001 a 1.000.000 — Más de 1.000.000
Aplicación del cuestionario	Mediante entrevista personal en los domicilios
Error muestral	Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas) y $P = Q$, en el caso de varianza más desfavorable (0,5 y 0,5, respectivamente), el error muestral es de $\pm 2,24\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.
Fecha de realización	Del 27 de noviembre al 2 de diciembre de 2002

Los coeficientes de ponderación por tramos de edad y tamaño de hábitat son los siguientes:

Estratos	EIDADES					
	15-17	18-19	20-24	25-29	30-44	45-64
50.000-100.000	0,2479	0,1964	0,6160	0,8243	4,2521	61,7084
100.001-400.000	0,3414	0,2870	1,0927	1,3159	5,5484	14,8125
400.001-1.000.000	0,0718	0,0548	0,2221	0,3330	1,4357	2,2444
>1.000.000	0,1479	0,1154	0,4040	0,6909	2,5501	4,1068

La razón de efectuar la encuesta sólo en zonas urbanas (excluyendo a las zonas rurales), a población joven y adulta (excluyendo a la población mayor) y ponderando a favor de las grandes núcleos de población en contra de los de menor tamaño, y a los jóvenes más que a los adultos, se debe lisa y llanamente a que el uso de

las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, como se sabe por infinidad de informes y estudios, está todavía fuertemente concentrado en estos espacios sociológicos. El uso del ordenador, de internet y del correo electrónico, por paradójico e increíble que aparezca a muchos, es aún minoritario en nuestro país, que se ubica -como varias veces se dice en el informe- a la cola de los países europeos. En el análisis de los comportamientos frente a las tecnologías aún minoritarias los autores hemos tenido serios problemas de falta de volumen muestral. Los cuantiosos recursos económicos empleados en esta encuesta hubieran quedado notablemente desperdiciados si se hubiera hecho la encuesta también en las zonas rurales, también a población mayor, y con igual peso a jóvenes y a hábitats.

El tratamiento estadístico de datos se ha hecho con el paquete *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), y se han utilizado, principalmente, los siguientes procedimientos:

- Frecuencias generales.
- Tablas de contingencia entre dos y tres variables.
- Creación de nuevas variables.
- Creación de variables multirrespuesta.
- Análisis de segmentación.
- Análisis factorial.

Para el cruce entre variables nominales se ha usado el coeficiente de contingencia, derivado de la χ^2 ; para variables ordinales, se ha usado el coeficiente *eta* (h), y para las pocas de intervalo, el coeficiente momento-producto de Pearson.

A2. TABLAS MARGINALES DE LA ENCUESTA

Pregunta 1

Para empezar, necesitamos saber qué personas viven con Ud. en esta casa.

Sólo familiares (incluido cónyuge o pareja)	87.2	→ (a Pregunta 2)
Familiares y no familiares	3.4	→ (a Pregunta 2)
Sólo no familiares	3.3	→ (a Pregunta 3)
Vivo solo/a	6.2	→ (a Pregunta 4)
N.C.	.0	→ (a Pregunta 4)
(N)	(1918)	

PREGUNTA 2: SÓLO A QUIENES VIVEN CON FAMILIARES (Pregunta 1)

(N = 1736)

Pregunta 2

¿Qué familiares viven con Ud.?

(Multirrespuesta)

		¿Cuántos?		
		Media	Desviación típica	(N)
Nieto(s)	1.1	2.57	.85	(19)
Hijo(s) (propios, de su pareja o adoptados)	52.2	1.80	.69	(901)
Pareja (de cualquier calificación letal)	59.5	–	–	–
Padre	26.6	–	–	–
Madrid	29.4	–	–	–
Hermano/a(s)	23.3	1.49	.83	(401)
Abuelo(s)	2.9	1.15	.36	(47)
Otros (sobrinos, primos, suegros...)	2.4	–	–	–
N.C.	.0	–	–	–
(N)	(1736)	–	–	–

PREGUNTA 3: SÓLO A QUIENES VIVEN CON NO FAMILIARES (Pregunta 1)

(N = 128)

Pregunta 3

¿Qué tipo de relación tiene con las personas que viven con Ud.?

(Multirrespuesta)

Amigos	17.9
Compañeros de trabajo	5.7
Compañeros de estudio	11.8
Otra relación, ninguna	17.8
N.C.	48.7
(N)	(128)

A TODOS

Pregunta 4

Voy a leerle una lista de aparatos que son de uso cada vez más frecuente en España. Dígame, por favor, independientemente de que Ud. disponga de ellos o no, ¿en qué medida le parecen necesarios en su vida cotidiana?

1. Muy necesarios
2. Bastante necesarios
3. Poco necesarios
4. Nada necesarios

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Teléfono fijo	32.8	51.5	11.3	4.4	.0	.0
Teléfono móvil	18.8	45.3	24.8	10.9	.2	.0
Televisor	18.4	52.4	26.1	2.9	.0	.1
Ordenador personal	15.1	41.9	22.0	20.4	.3	.4

Pregunta 5

Hablaremos, en primer lugar, de televisión. ¿Podría decirme cuántos aparatos de TV existen en esta casa?

Media (televisores)	1.89
Desviación típica	.88
(N)	(1918)

**PREGUNTA 6 A 9: SÓLO A QUIENES TIENEN APARATOS DE TELEVISIÓN
EN CASA (Pregunta 5)**

(N=1913)

Pregunta 6

¿Aproximadamente, y por término medio, cuántas horas semanales dedica Ud. a ver la TV?

Media (horas)	14.86
Desviación típica	11.58
(N)	(1797)

Pregunta 7

¿Podría decirme en qué lugares de la casa se encuentran colocados el o los televisores que hay?

Salón/comedor	91.0
Cocina	14.0
Cuarto de estar	19.4
Dormitorio principal	28.4
Otro(s) dormitorio(s)	24.9
Servicio/Cuarto de baño	.2
Estudio/Despacho	.7
Otros lugares (garaje, terraza, ático, buhardilla, trastero...)	4.3
N.C.	.0
(N)	(1913)

**PREGUNTA 8: SÓLO A QUIENES TIENEN MÁS DE UN TELEVISOR EN CASA
(Pregunta 5)**

(N=1221)

Pregunta 8

¿En qué lugar de la casa ve Ud. la televisión de manera más frecuente?

Salón/comedor	68.8
Cocina	5.4
Cuarto de estar	10.3
Dormitorio principal	3.9
Otro(s) dormitorio(s)	5.0
Estudio/Despacho	.1
Otros lugares (garaje, terraza, ático, buhardilla, trastero...)	5.1
N.S.	.1
N.C.	1.4
(N)	(1221)

PREGUNTA 9: SÓLO A QUIENES CONVIVEN CON FAMILIARES (Pregunta 1)

(N = 1736)

Pregunta 9

¿Hay alguna vez conflicto entre los miembros del hogar sobre la elección del canal del televisor que está en el salón, en el cuarto de estar o en la cocina?

	<i>Nunca</i>	<i>En ocasiones</i>	<i>A menudo</i>	<i>Continuamente</i>	<i>No procede</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Entre los miembros de la pareja	56.1	18.4	3.0	2.7	13.6	.0	6.2
Entre el padre y los hijos	39.2	19.8	5.7	2.5	26.6	.0	6.2
Entre la madre y los hijos	49.5	18.8	3.5	2.1	18.7	.9	6.5
Entre los hijos	29.2	18.7	5.2	4.6	34.5	.9	7.1

A TODOS

Pregunta 10

¿Hay algún teléfono fijo en esta casa?

Sí	85.4	→ (Preguntas 11 a 13)
No	14.5	→ (a Pregunta 14)
N.C.	.0	→ (a Pregunta 14)
(N)	(1918)	

PREGUNTAS 11 A 13: SÓLO A QUIENES TIENEN TELÉFONO FIJO EN CASA (Pregunta 10)

(N = 1639)

Pregunta 11

Cuando habal por el teléfono fijo de su casa, ¿con qué personas suele hacerlo más a menudo?

Con familiares (incluido cónyuge o pareja)	58.4	→ (a Pregunta 11a)
Con novio/a o amigos íntimos	15.2	
Con conocidos, en general	13.2	
Con todos por igual, indistintamente	12.6	
N.S.	.0	
N.C.	.6	
(N)	(1639)	

Pregunta 11a

¿Podría decirme si esa(s) persona(s), son aproximadamente de su misma edad o de cualquier edad?

Aproximadamente de su misma edad	92.5
De cualquier edad	7.0
N.C.	.5
(N)	(250)

Pregunta 12

Concretamente, ¿con qué persona de la familia se comunica más a menudo mediante el teléfono fijo?

Con una persona de la familia que convive en este hogar	12.9	→ (a Pregunta 12a)
Con una persona de la familia que no convive en este hogar	75.9	→ (a Pregunta 12b)
No se comunica con ninguna persona de la familiar (<i>NO LEER</i>)	9.2	
N.S.	.6	
N.C.	1.4	
(N)	(1639)	

Pregunta 12a

¿Y podrías decirme quién es?

Padre	10.9
Madre	38.4
Hermano	5.1
Hermana	1.6
Su pareja, cónyuge	18.4
Sus hijos varones	17.8
Sus hijas	3.9
Otros familiares	1.4
N.C.	2.4
(N)	(212)

**PREGUNTA 12b: SÓLO A QUIENES SE COMUNICAN MÁS A MENUDO,
MEDIANTE TELÉFONO FIJO, CON UNA PERSONA DE LA FAMILIA
QUE NO CONVIVE CON ELLOS (Pregunta 12)**

(N = 1243)

Pregunta 12b

¿Y podrías decirme quién es?

Padre	8.4
Madre	25.3
Hermano	12.0
Hermana	9.2
Su pareja, cónyuge	.1
Sus hijos varones	5.8
Sus hijas	12.4
Otros familiares	24.3
N.C.	2.5
(N)	(1243)

Pregunta 13

¿Podría decirme dónde residen las personas con las que Ud. suele hablar más a menudo mediante el teléfono fijo?

En su misma ciudad	61.9
En otra ciudad de la misma provincia	21.0
En otra ciudad de la misma Comunidad Autónoma	5.1
En otro lugar de España	9.8
En otro o en otro(s) país(es) europeo(s)	.5
En países americanos (norte y sur)	.5
En otro(s) país(es) del mundo, distinto(s) de los europeos y americanos	.4
N.S.	.0
N.C.	.8
(N)	(1639)

A TODOS

Pregunta 14

Ahora nos gustaría hablar sobre el teléfono móvil. ¿Podría decirme si tiene Ud. en la actualidad o ha tenido antes teléfono móvil?

Sí tiene	77.2	→ (Preguntas 15 a 25)
Ha tenido, pero ya no tiene	4.2	→ (Preguntas 15 a 25)
No (ni ha tenido ni tiene)	18.5	→ (a Pregunta 26)
(N)	(1918)	

**PREGUNTAS 15 A 25: SÓLO A QUIENES TIENEN O HAN TENIDO
TELÉFONO MÓVIL (Pregunta 14)**

(N = 1562)

Pregunta 15

¿Quién propuso la compra del primer teléfono móvil que tuvo?

Pregunta 15a

¿Y quién lo compró?

	<i>Quién propuso la compra</i>	<i>Quién lo compró</i>
El/ella mismo/a	62.7	54.8
Su padre	2.6	5.6
Su madre	1.4	2.9
Padre y madre conjuntamente	1.5	2.9
Su pareja	9.4	8.9
A medias con su pareja	3.5	2.3
Un hermano varón	.9	1.0
Una hermana	.4	.5
Un hijo varón	2.9	2.6
Una hija	2.0	2.7
Entre dos o más hijos	.1	1.2
Otros	12.4	14.2
N.S.	.3	.1
N.C.	.0	.3
(N)	(1562)	(1562)

Pregunta 16

¿Quién corre (o corría) con los gastos del teléfono móvil?

Yo mismo	69.6
Mi pareja	4.8
Mi pareja y yo, conjuntamente	8.9
Mi padre	3.6
Mi madre	2.0
Mis padres conjuntamente	1.6
Alguno(s) de mis(s) hijo(s)	.5
Otro persona	8.4
N.S.	.0
N.C.	.05
(N)	(1562)

Pregunta 17

¿Ha enseñado Ud. a manejar el teléfono móvil a otro miembro de su familia?

Sí	35.2	→ (a Pregunta 17a)
No	64.8	
N.C.	.1	
(N)	(1562)	

Pregunta 17a

Concretamente, ¿a cuál de ellos?

(Multirrespuesta)

A su padre	28.1
A su madre	43.3
A su hermano	7.0
A su hermana	9.2
A su pareja	24.6
A su/s hijo/s varones	5.0
A su/s hija/s	5.1
A otros familiares	5.4
N.C.	.0
(N)	(544)

Pregunta 18

¿Algún miembro de su familia le ha enseñado a Ud. a manejar el teléfono móvil?

Sí	30.4	→ (a Pregunta 18a)
No	69.6	
N.C.	.0	
(N)	(1562)	

Pregunta 18a

Concretamente, ¿cuál de ellos)

Su padre	3.5
Su madre	3.9
Su hermano	6.3
Su hermana	1.8
Su pareja	16.8
Su/s hijo/s varones	39.9
Su/s hija/s	16.4
Otros familiares	9.6
N.C.	1.9
(N)	(475)

Pregunta 19

¿En qué lugar utiliza (o utilizaba) Ud. el teléfono móvil de manera más frecuente?

Especialmente en mi dormitorio	2.7
En cualquier lugar de la casa	9.0
En el lugar de trabajo	14.6
En lugares de ocio (bares, discotecas, comercios, grandes almacenes...)	24.7
Donde necesito hacerlo	45.8
N.S.	.1
N.C.	1.4
(N)	(1562)

Pregunta 20

¿Con qué frecuencia, mucho, bastante, poco o nada utiliza (o utilizaba) el móvil para hablar? ¿Y para enviar mensajes escritos?

	<i>Mucho</i>	<i>Bastante</i>	<i>Poco</i>	<i>Nada</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Para hablar	11.7	36.2	49.3	2.5	.0	.3
Para enviar mensajes escritos	12.0	20.8	31.5	35.1	.3	.3

Pregunta 21

¿Podría decirme dónde viven las personas con las que Ud. suele (o solía) comunicarse más a menudo mediante el teléfono móvil?

En su misma ciudad	76.0
En otra ciudad de la misma provincia	12.3
En otra ciudad de la misma Comunidad Autónoma	4.0
En otro lugar de España	5.8
En otro o en otro(s) país(es) europeo(s)	.7
N.S.	.1
N.C.	.9
(N)	(1562)

Pregunta 22

¿Podría decirme qué clase de uso le da (o le daba, si ya no tiene) al teléfono móvil? Concretamente...

	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Lo usa para mantener conversaciones más bien largas	13.2	86.1	.0	.7
Lo usa para recados o conversaciones cortas	92.4	7.2	.0	.3
Lo usa para gestiones diversas (reservas, gestiones bancarias o administrativas)	21.3	76.9	1.1	.7

**PREGUNTAS 23 A 24b: SÓLO A QUIENES USAN EL TELÉFONO MÓVIL
PARA CONVERSACIONES LARGAS (Pregunta 22)**

(N = 207)

Pregunta 23

Cuando mantiene (o mantenía) conversaciones mediante el teléfono móvil, ¿con qué tipo de personas suele (o solía) hacerlo más a menudo).

Con familiares (incluido cónyuge o pareja)	29.5	
Con novio/a o amigos íntimos	31.0	→ (a Pregunta 23a)
Con conocidos, en general	13.8	
Con todos por igual, indistintamente	25.7	
N.C.	.1	
(N)	(207)	

Pregunta 23a

¿Podría decirme si esa(s) persona(s), son aproximadamente de su misma edad, o de cualquier edad?

Aproximadamente de su misma edad	94.4
De cualquier edad	5.6
(N)	(64)

Pregunta 24

Concretamente, ¿con qué persona de la familia se comunica más a menudo mediante el móvil?

Con una persona de la familia que convive en este hogar	35.5	→ (a Pregunta 24a)
Con una persona de la familia que no convive en este hogar	52.8	→ (a Pregunta 24b)
No se comunica con ninguna persona de la familia (NO LEER)	11.1	
N.S.	.1	
N.C.	.5	
(N)	(207)	

Pregunta 24a

¿Y podrías decirme quién es?

Padre	15.0
Madre	27.0
Hermano	7.9
Hermana	3.5
Su pareja, cónyuge	42.9
Otros familiares	.5
N.C.	3.2
(N)	(74)

PREGUNTA 24b: SÓLO A QUIENES SE COMUNICAN MÁS A MENUDO, MEDIANTE TELÉFONO MÓVIL, CON UNA PERSONA DE LA FAMILIA QUE NO CONVIVE CON ELLOS (Pregunta 24)

(N = 109)

Pregunta 24b)

¿Y podrías decirme quién es?

Padre	15.5
Madre	27.3
Hermano	15.2
Hermana	22.2
Su pareja, cónyuge	.9
Sus hijos varones	2.3
Otros familiares	9.7
N.C.	6.9
(N)	(109)

PREGUNTA 25: SÓLO A QUIENES USAN EL TELÉFONO MÓVIL PARA RECADOS O CONVERSACIONES CORTAS (Pregunta 22, apartado b)

(N = 1444)

Pregunta 25

Cuándo usa el móvil para dar recados o mantener conversaciones cortas, ¿lo utiliza (o utilizaba) con alguno de estos fines concretos?

	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No procede</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Para localizar a los hijos varones durante la semana	15.5	24.0	59.3	.0	1.2
Para localizar a los hijos varones durante el fin de semana	9.4	30.0	59.5	.0	1.2
Para localizar a las hijas durante la semana	9.1	33.1	56.7	.0	1.2
Para localizar a las hijas durante el fin de semana	10.3	31.4	56.8	.0	1.5
Para localizar a otras personas	80.1	15.0	3.1	.0	1.8
Para que puedan localizarme a mí	90.4	5.9	2.1	.0	1.6
Para quedar con determinadas personas	76.9	19.2	2.2	.0	1.6
Para solventar casos de necesidad, urgencia o emergencia	79.2	15.9	3.4	.2	1.4

A TODOS

Pregunta 26

¿Está Ud. más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo con las siguientes afirmaciones, respecto al teléfono móvil?

	<i>Más bien de acuerdo</i>	<i>Más bien de acuerdo</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
El móvil permite a los jóvenes tener una intimidad o privacidad mayor en la relación con sus amigos	68.1	24.4	7.3	.3
El móvil permite a la familia tener un contacto más frecuente	71.2	26.7	1.8	.3
Con el móvil se gana en tranquilidad, en relación con los hijos, porque permite saber dónde están	74.9	21.1	3.5	.5
En el caso de las parejas separadas, el móvil permite el contacto directo con los hijos sin necesidad de hablar con el/la excónyuge	68.1	19.7	11.5	.8
El móvil incrementa las relaciones entre los propios jóvenes, pero no entre los jóvenes y sus padres	55.5	34.9	9.1	.5
El móvil no sustituye las relaciones cara a cara, sino que las fomenta y las aumenta	43.0	45.9	10.1	1.0
Teniendo el móvil, los ratos libres se ocupan jugando con el aparato, enviando mensajes, etc.	60.4	32.5	5.2	2.0
El móvil permite a los jóvenes escapar al control de los padres	44.6	47.8	6.7	.9

Pregunta 27

Cambiando de tema, ¿puede decirme si hay algún ordenador en esta casa?

Sí	56.8	→ (Preguntas 27 a 35)
No	42.9	→ (a Pregunta 36)
N.C.	.3	→ (a Pregunta 36)
(N)	(1918)	

PREGUNTAS 27a A 35: SÓLO QUIENES TIENEN ORDENADOR EN SU CASA
(Pregunta 27)

(N = 1089)

Pregunta 27a

¿Cuántos ordenadores hay?

Media (ordenadores)	1.20
Desviación típica	.54
(N)	(1066)

Pregunta 28

¿Podría decirme en qué lugar o lugares de la casa se encuentra/n colocado/s el o los ordenadores que hay en este hogar?

(Multirrespuesta)

Salón/comedor	10.0
Cocina	.2
Cuarto de estar	11.1
Dormitorio principal	6.4
Otro(s) dormitorio(s)	54.7
Servicio/Cuarto de baño	.0
Estudio/Despacho	22.9
Otros lugares (garaje, terraza, ático, buhardilla, trastero...)	4.0
N.C.	.1
(N)	(1089)

Pregunta 29

¿Quién propuso la compra del ordenador?

El/ella misma	39.3
Su padre	7.1
Su madre	1.7
Padre y madre conjuntamente	6.6
Su pareja	9.0
A medias con su pareja	5.7
Un hermano varón	5.4
Una hermana	1.6
Un hijo varón	14.4
Una hija	2.9
Entre dos o más hijos	2.1
Otros	3.5
N.S.	.1
N.C.	.8
(N)	(1089)

Pregunta 30

¿Usa Ud. el ordenador personal?

Sí	79.7
No	20.2
N.C.	.0
(N)	(1089)

→ (a Pregunta 30a)

Pregunta 30a

¿En qué lugar de la casa usa Ud. de manera más frecuente, el ordenador?

Salón/comedor	11.2
Cuarto de estar	10.6
Dormitorio principal	5.3
Otro(s) dormitorio(s)	39.5
Servicio/cuarto de baño	.0
Estudio/Despacho	21.9
Otros lugares	2.6
N.C.	9.0
(N)	(868)

Pregunta 31

¿Cuántas personas usan el ordenador en esta casa?

Media (personas)	2.18	→ (a Pregunta 31a)
Desviación típica	1.07	
(N)	(1089)	

Pregunta 31a

¿Podría decirme el sexo y la edad de la persona que más usa el ordenador en esta casa?

Hombre	72.4
Mujer	26.4
N.C.	1.2
(N)	(1061)
Media (años)	28.25
Desviación típica	13.16
(N)	(1048)

Pregunta 32

¿Ha enseñado Ud. a manejar el ordenador a algún otro miembro de su familia?

Sí	27.2	→ (a Pregunta 32a)
No	70.3	
N.C.	2.5	
(N)	(1089)	

Pregunta 32a

Concretamente, ¿a cuál de ellos?

(Multirrespuesta)

A su padre	19.4
A su madre	18.0
A su hermano	15.5
A su hermana	19.8
A su pareja	20.7
A su/s hijo/s varones	16.8
A su/s hijas	15.8
A otros familiares	7.6
N.C.	.4
(N)	(296)

Pregunta 33

¿Algún miembro de su familia le ha enseñado a Ud. a manejar el ordenador?

Sí	32.8	→ (a Pregunta 33a)
No	64.6	
N.C.	2.6	
(N)	(1089)	

Pregunta 33a

Concretamente, ¿cuál de ellos?

Su padre	7.4
Su madre	2.0
Su hermano	13.5
Su hermana	6.8
Su pareja	23.5
Su/s hijo/s varones	33.7
Su/s hija/s	4.1
Otros familiares	9.0
N.C.	.1
(N)	(357)

Pregunta 34

¿En esta casa, existen de manera explícita o implícita unas reglas de uso del ordenador (quién puede usarlo, cómo, cuándo, para qué, etc.?)

Sí, existen de manera explícita	11.5	→ (a Pregunta 34a)
No se han establecido explícitamente pero existen implícitamente	5.8	→ (a Pregunta 34a)
No existen reglas	79.9	
N.S.	.0	
N.C.	2.8	
(N)	(1089)	

Pregunta 34a

¿Quién establece estas reglas?

El/ella mismo/a	19.9
Su padre	10.1
Su madre	8.6
Padre y madre conjuntamente	16.5
Su pareja	5.5
A medias con su pareja	13.0
Un hermano varón	1.7
Una hermana	1.3
Un hijo varón	7.9
Una hija	2.2
Entre dos o más hijos	1.2
Entre todos los miembros del hogar	8.9
Otros	1.4
N.C.	1.9
(N)	(188)

PREGUNTA 35: SÓLO A QUIENES CONVIVEN CON FAMILIARES, TIENEN ORDENADOR Y LO UTILIZAN (Preguntas 1, 27 y 31)

(N = 964)

Pregunta 35

¿Alguna vez hay conflicto entre los miembros del hogar por el uso de ordenador?

	<i>Nunca</i>	<i>En ocasiones</i>	<i>A menudo</i>	<i>Continuamente</i>	<i>No procede</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Entre los miembros de la pareja	82.6	2.9	.2	1.1	10.7	.0	2.4
Entre el padre y los hijos	69.0	7.1	.9	.4	20.1	.0	2.3
Entre la madre y los hijos	76.2	5.7	.3	.3	15.1	.0	2.4
Entre los hijos	52.9	9.0	3.2	1.5	29.5	.0	3.8

A TODOS

Pregunta 36

¿Sabe Ud. lo que es Internet?

Sí, lo sabe y lo utiliza	39.9
Sí, lo sabe, pero no lo utiliza	50.5
No sabe lo que es	9.6
N.C.	.0
(N)	(1918)

→ (a Pregunta 54)

→ (a Pregunta 54)

Pregunta 37

Voy a leerle una lista de servicios de Internet. Dígame, por favor, independientemente de que Ud. disponga de ellos o no, ¿en qué medida le parecen necesarios en su vida cotidiana?

	<i>Muy necesarios</i>	<i>Bastante necesario</i>	<i>Poco necesario</i>	<i>Nada necesario</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Los chats	1.1	10.0	35.1	47.2	5.0	1.6
El correo electrónico	13.5	41.3	19.4	21.2	3.1	1.6
El acceso a páginas web	12.8	40.7	20.9	20.4	3.6	1.6

PREGUNTAS 38 Y 39: SÓLO A QUIENES SABEN LO QUE ES INTERNET Y LO UTILIZAN (Pregunta 36)

(N = 765)

Pregunta 38

De los siguientes lugares que le voy a mencionar, dígame, por favor, ¿desde dónde se conecta Ud. a Internet?

(Multirrespuesta)

Casa	67.1
Trabajo	35.9
Centro de estudios	11.3
Terminal público (asociación, cibercafé)	11.0
La casa de algún amigo o familiar	11.0
Otro lugar	1.3
N.C.	.7
(N)	(765)

Pregunta 39

Dígame, por favor, ¿para cuál de las siguientes actividades utiliza Internet habitualmente?

(Multirrespuesta)

Compras y gestiones diversas	20.3
Acceder a medios de comunicación	36.0
Seguir algún curso «on line»	5.8
Conseguir documentación para su trabajo o estudios	70.9
Chatear con amigos o conocidos	29.8
Participar en foros o chats de acceso libre	12.1
Visitar páginas web con contenidos musicales	35.7
Visitar páginas web con contenidos deportivos	23.0
Visitar páginas web con contenidos pornográficos	5.2
N.C.	2.7
(N)	(765)

PREGUNTA 40: SÓLO A QUIENES ABEN LO QUE ES INTERNET (Pregunta 36)

(N = 1734)

Pregunta 40

¿Cuántas personas utilizan Internet en esta casa?

Media (personas)	.89	→ (a Pregunta 40a)
Desviación típica	1.19	
(N)	(1712)	

Pregunta 40a

¿Podría decirme el sexo y la edad de la persona que más utiliza Internet en esta casa?

Hombre	74.6
Mujer	24.6
N.C.	.9
(N)	(763)
Media (años)	28.34
Desviación típica	12.10
(N)	(757)

PREGUNTAS 41 A 42b: SÓLO A QUIENES UTILIZAN INTERNET (Pregunta 40)

(N = 785)

Pregunta 41

¿En esta casa, existen de manera explícita o implícita unas reglas de uso de Internet (quién puede usar la red, cómo, cuándo, para qué, etc.)?

Sí, existen de manera explícita	17.8	→ (a Pregunta 41a)
No se han establecido explícitamente pero existen implícitamente	6.7	→ (a Pregunta 41a)
No existen reglas; todos pueden usarlo cómo y cuándo quieran	7.18	
N.S.	.4	
N.C.	3.3	
(N)	(785)	

Pregunta 41a

¿Qué se pretende regular o controlar respecto al uso de Internet?

(Multirrespuesta)

El tiempo de uso, por razones de coste	64.6
El tiempo de uso, porque supone menor dedicación a otras cosas	59.1
El tiempo de uso, porque supone estar menos con otras personas (familiares o amigos)	11.4
El tiempo de uso, para que no ocupe el aparato una sola persona	7.7
El tiempo de uso, para evitar virus	38.5
El tipo de uso, para evitar que se dedique el ordenador a jugar de forma excesiva	20.0
El tipo de uso, para evitar descargas indebidas (programas excesivamente grandes, etc...)	5.5
El tipo de uso, para evitar el acceso a determinadas páginas o chats	7.3
N.C.	4.0
(N)	(192)

Pregunta 42

¿Tiene Ud. hijos varones menores de edad? ¿Y mujeres?

	<i>Sí</i>		<i>No</i>	<i>N.C.</i>
Varones menores de edad	23.8	→ (a Pregunta 42a)	72.5	3.7
Mujeres menores de edad	14.9	→ (a Pregunta 42b)	79.9	5.2

Pregunta 42a

¿Y sus hijos varones menores utilizan Internet?

Sí	59.9
No	40.1
(N)	(187)

PREGUNTA 42b: SÓLO A QUIENES TIENEN HIJAS MENORES DE EDAD
(Pregunta 42)

(N = 117)

Pregunta 42b

¿Y sus hijas menores utilizan Internet?

Sí	45.4
No	54.6
(N)	(117)

**PREGUNTAS 43 A 45: SÓLO A QUIENES TIENEN HIJOS VARONES
MENORES DE EDAD QUE UTILIZAN INTERNET (Pregunta 42a)**

(N = 112)

Pregunta 43

¿Sabe Ud. si sus hijos varones visitan páginas web con los siguientes contenidos, o realizan las siguientes actividades en Internet?

	<i>Sabe que sí lo hacen</i>	<i>Sabe que no lo hacen</i>	<i>N.S.</i>
Visitar páginas web	36.3	62.4	1.3
Sobre música	79.6	19.1	1.3
Sobre deporte, motor o aventura (equipos, resultados, etc.)	22,1	66.8	11.0
Relativas a sus estudios	88.2	11.8	.0
Con contenidos pornográficos	.0	85.2	14.8
Con contenidos xenófobos o racistas	.0	86.4	13.6
Que promuevan o justifiquen la violencia	.0	86.4	13.6

Pregunta 44

¿Y sabe Ud. si sus hijos menores de edad realizan las siguientes actividades en Internet?

	<i>Sabe que sí lo hacen</i>	<i>Sabe que no lo hacen</i>	<i>N.S.</i>
Participar en juegos en red	8.9	74.2	16.8
Participare en chats	20.1	74.0	5.9
Enviar/recibir correo electrónico	77.2	19.1	3.7

Pregunta 45

Y siguiendo con el tema de los hijos menores e Internet, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está Ud. más de acuerdo?

No me interesa saber qué cosas hacen o visitan en Internet	8.6
Quisiera saber lo que visitan o hacen, pero no me es posible	21.8
N.S.	9.9
N.C.	59.6
(N)	(112)

**PREGUNTAS 46 A 48: SÓLO A QUIENES TIENEN HIJAS MENORES DE EDAD
QUE UTILIZAN INTERNET (Pregunta 42b)**

(N = 53)

Pregunta 46

¿Sabe Ud. si sus hijas visitan páginas web con los siguientes contenidos, o realizan las siguientes actividades en Internet?

	<i>Sabe que sí lo hacen</i>	<i>Sabe que no lo hacen</i>	<i>N.S.</i>
Visitar páginas web	66.1	23.3	10.6
Sobre música	71.6	17.9	10.4
Sobre deporte, motor o aventura (equipos, resultados, etc.)	7.5	79.4	13.1
Relativas a sus estudios	71.6	17.9	10.4
Con contenidos pornográficos	.0	79.1	20.9
Con contenidos xenófobos o racistas	.0	82.6	17.4
Que promuevan o justifiquen la violencia	.0	85.3	14.7

Pregunta 47

¿Y sabe Ud. si sus hijas menores de edad realizan las siguientes actividades en Internet?

	<i>Sabe que sí lo hacen</i>	<i>Sabe que no lo hacen</i>	<i>N.S.</i>
Participar en juegos en red	14.7	70.1	15.2
Participar en chats	44.7	40.1	15.2
Enviar/recibir correo electrónico	44.1	40.7	15.2

Pregunta 48

Y siguiendo con el tema de las hijas menores e Internet, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones está Ud. más de acuerdo?

No me interesa saber qué cosas hacen o visitan en Internet	4.8
Quisiera saber lo que visitan o hacen, pero no me es posible	59.1
N.S.	2.7
N.C.	33.4
(N)	(53)

**PREGUNTAS 49 Y 50: SÓLO A QUIENES TIENEN HIJOS O HIJAS MENORES
QUE PARTICIPAN EN CHATS (Preguntas 44 y 47)**

(N = 43)

Pregunta 49

¿Conoce Ud. en qué clase de chats participa/n su hijo/s varón/es? ¿Y sus hija/s?

	<i>Varones menores de edad</i>	<i>Mujeres menores de edad</i>
Sí, conozco todos los chats en los que participan	19.7	49.4
Conozco una parte de los chats en los que participan	28.9	8.6
No conozco ninguno de los chats en los que participan	3.3	.0
N.C.	48.1	42.0
(N)	(43)	(43)

Pregunta 50

¿Y le interesa conocer en qué clase de chats participa/n su hijo/s varón/es? ¿Y sus hija/s?

	<i>Varones menores de edad</i>	<i>Mujeres menores de edad</i>
Sí, me interesa	35.5	54.7
No me interesa	16.4	3.3
N.C.	48.1	42.0
(N)	(43)	(43)

**PREGUNTAS 51 Y 52: SÓLO A QUIENES TIENEN HIJOS MENORES DE EDAD
QUE USAN CORREO ELECTRÓNICO (Preguntas 44 y 47)**

(N = 106)

Pregunta 51

¿Sabe Ud. con quiénes mantiene/n correspondencia por correo electrónico su/s hijo/s? ¿Y su/s hija/s?

	<i>Varones menores de edad</i>	<i>Mujeres menores de edad</i>
Sí, lo sé	71.2	21.6
Lo sé en parte pero no todo	10.5	4.3
N.C.	18.3	74.1
(N)	(106)	(106)

Pregunta 52

¿Y le interesa saber con quiénes mantiene/n correspondencia por correo electrónico su/s hijo/s? ¿Y su/s hija/s?

	<i>Varones menores de edad</i>	<i>Mujeres menores de edad</i>
Sí, me interesa	80.3	25.9
No me interesa	1.4	.0
N.C.	18.3	74.1
(N)	(106)	(106)

PREGUNTA 53: SÓLO A QUIENE SABEN LO QUE ES INTERNET (Pregunta 36)

(N = 1734)

Pregunta 53

En relación con Internet, ¿estaría Ud. más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo con cada una de estas frases?

	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>N.S.</i>	<i>N.C.</i>
Los adolescentes que usan Internet salen menos a la calle	63.5	22.9	5.8	7.8
Si no dispone de Internet, parece que no se es como los demás	29.1	61.0	2.1	7.9
En los chats se supera la vergüenza, la timidez y el miedo al ridículo	58.2	18.4	15.4	8.0
Internet «engancha» a los usuarios, los convierte en adictos	62.4	25.0	4.6	8.0
Se navega con más tranquilidad estando solo	64.4	10.9	16.2	8.5
Con Internet se generan amistades	61.9	18.0	11.7	8.4
Internet resta comunicación en el interior de la familia	54.1	28.9	8.9	8.1

A TODOS

Pregunta 54

¿Sabe Ud. lo que es el correo electrónico?

Sí, lo sabe y lo utiliza	36.1	→ (Preguntas 55 a 58)
Sí, lo sabe, pero no lo utiliza	48.0	→ (a Pregunta 59)
No sabe lo que es	15.9	→ (a Pregunta 60)
N.C.	.0	→ (a Pregunta 60)
(N)	(1918)	

**PREGUNTAS 55 A 58: SÓLO A QUIENES SABEN LO QUE ES EL CORREO
ELECTRÓNICO (Pregunta 54)**

(N = 691)

Pregunta 55

De los siguientes lugares que le voy a mencionar, dígame, por favor, ¿desde cuál de ellos utiliza el correo electrónico?

(Multirrespuesta)

Casa	65.0
Trabajo	43.1
Centro de estudios	8.8
Terminal público (asociación, cibercafé)	11.0
La casa de algún amigo o familiar	7.8
Otro lugar	1.4
N.C.	.7
(N)	(691)

Pregunta 56

Cuando usa el correo electrónico, ¿con qué personas suele comunicarse más a menudo?

Con familiares (incluido cónyuge o pareja)	11.1
Con novio/a o amigos íntimos	29.1
Con conocidos, en general	32.3
Con todos por igual, indistintamente	19.7
N.S.	.2
N.C.	7.5
(N)	(691)

→ (a Pregunta 56a)

Pregunta 56a

¿Podría decirme si esa(s) persona(s), son aproximadamente de su misma edad, o de cualquier edad?

Aproximadamente de su misma edad	86.6
De cualquier edad	9.8
N.C.	3.6
(N)	(201)

Pregunta 57

Concretamente, ¿con qué persona de la familia se comunica más a menudo mediante el correo electrónico?

Con una persona de la familia que convive en este hogar	5.2	→ (a Pregunta 57a)
Con una persona de la familia que no convive en este hogar	38.7	→ (a Pregunta 56b)
No se comunica con ninguna persona de la familia (<i>NO LEER</i>)	53.4	
N.S.	1.0	
N.C.	1.6	
(N)	(691)	

Pregunta 57a

¿Y podrías decirme quién es?

Padre	7.5
Madre	3.8
Hermano	19.4
Hermana	8.9
Su pareja, cónyuge	29.7
Sus hijos varones	6.2
Sus hijas	3.0
Otros familiares	.7
N.C.	20.7
(N)	(36)

PREGUNTA 57b: SÓLO A QUIENES SE COMUNICAN MÁS A MENUDO, MEDIANTE EL CORREO ELECTRÓNICO, CON UNA PERSONA DE LA FAMILIA QUE NO CONVIVE CON ELLOS (Pregunta 57)

(N = 268)

Pregunta 57b

¿Y podrías decirme quién es?

Padre	4.4
Madre	1.9
Hermano	23.3
Hermana	20.1
Su pareja, cónyuge	.5
Sus hijos varones	.8
Sus hijas	3.6
Otros familiares	24.4
N.C.	21.1
(N)	(268)

Pregunta 58

¿Podría decirme dónde residen las personas con las que Ud. suele comunicarse más a menudo mediante el correo electrónico?

En su misma ciudad	44.3
En otra ciudad de la misma provincia	10.2
En otra ciudad de la misma Comunidad Autónoma	7.9
En otro lugar de España	18.2
En otro o en otro(s) país(es) europeo(s)	5.5
En países americanos (norte y sur)	4.8
En otro(s) país(es) del mundo distinto(s) de los europeos y americanos	2.9
N.S.	1.0
N.C.	5.1
(N)	(691)

Pregunta 59

¿Cuántas personas utilizan correo electrónico en esta casa?

Media (personas)	1.80	→ (a Pregunta 59a)
Desviación típica	.89	
(N)	(720)	

Pregunta 59a

¿Podría decirme el sexo y la edad de la persona que más utiliza el correo electrónico en esta casa?

Hombre	63.3
Mujer	27.7
N.C.	9.0
(N)	(773)
Media (años)	29.55
Desviación típica	12.18
(N)	(705)

A TODOS

Pregunta 60

Sexo:

Hombre	54.2
Mujer	45.8
(N)	(1918)

Pregunta 61

Edad:

15-17	4.9
18-24	14.9
25-34	25.4
35-44	20.7
45-54	18.2
55-64	15.9
(N)	(1918)

Pregunta 62

¿Cuál es su estado civil?

Casado/a	48.0
Soltero/a	34.6
Viviendo en pareja	5.9
Separado/a	2.3
Divorciado/a	7.8
Viudo/a	1.4
N.C.	.1
(N)	(1918)

Pregunta 63

¿Ha ido Ud. a la escuela o cursado algún tipo de estudios?

No, es analfabeto	3.4	→ (a Pregunta 64)
No, pero sabe leer y escribir	4.3	→ (a Pregunta 64)
Sí, ha ido a la escuela	92.2	→ (a Pregunta 63a)
N.C.	.0	→ (a Pregunta 64)
(N)	(1918)	

Pregunta 63a

¿Cuáles son los estudios de *más alto nivel* oficial que Ud. ha cursado (con independencia de que los haya terminado o no)?

Estudios primarios sin finalizar	3.3
Estudios primarios	17.2
EGB o equivalente	20.9
Formación Profesional 1 y Enseñanza Técnico Profesional equivalente	6.5
Bachillerato Superior, BUP y equivalentes	17.9
Formación Profesional 2 y equivalentes	8.5
Arquitecto e Ingeniero Técnico	1.9
Diplomado de otras escuelas universitarias y equivalentes	9.0
Estudios superiores de 2 ó 3 años	.2
Arquitecto e Ingeniero superior	1.2
Licenciado	11.6
Doctorado	.9
Otros estudios no reglados	.8
N.C.	.0
(N)	(1769)

Pregunta 63 y 63a

Nivel de estudios:

Sin estudios	10.9
Primaria	15.8
Secundaria	35.8
E.P.	13.8
Medios universitarios	10.3
Superiores	12.6
Otros no reglados	.8
N.C.	.0
(N)	(1918)

Pregunta 64

¿Quién es la persona que aporta más ingresos al hogar?

El entrevistado	44.5
Otra persona	48.9
El entrevistado y otra persona casi a partes iguales (NO LEER)	6.3
N.C.	.2
(N)	(1918)

Pregunta 65

¿En cuál de las siguientes situaciones se encuentra Ud. *actualmente*?

Trabaja	59.6
Jubilado o pensionista (anteriormente ha trabajado)	7.7
Pensionista (anteriormente no ha trabajado, sus labores, etc.)	1.5
Parado y ha trabajado antes	6.8
Parado y busca su primer empleo	.8
Estudiante	11.2
Sus labores	11.9
Otra situación	.2
N.C.	.2
(N)	(1918)

Pregunta 66

¿Y cuál es/era su actual/última ocupación u oficio? Es decir, ¿en qué consiste/tía *específicamente* su trabajo?

Profesionales, técnicos y similares	18.1
Miembros del Gobierno, altos directivos, Administración Pública y empresa privada	2.6
Propietarios y gerentes de hostelería, comercio y agricultura	3.2
Cuadros medios	2.4
Capataces y personal encargado en actividades de servicios personales	4.5
Personal administrativo y similar	10.8
Comerciantes, vendedores y similares	6.2
Personal de los servicios	10.9
Trabajadores cualificados y semicualificados	30.1
Trabajadores agrícolas y no cualificados no agrícolas	6.7
Profesionales de las Fuerzas Armadas	.6
Sin información suficiente	1.6
N.C.	2.2
(N)	(1878)

Pregunta 67

¿Ud. (o el cabeza de familia) trabaja (o trabajaba) como...?

Asalariado fijo (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter fijo)	60.7	→ (a Pregunta 67a)
Asalariado eventual o interino (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter temporal o interino)	28.3	→ (a Pregunta 67a)
Empresario o profesional con asalariados	4.0	
Profesional o trabajador autónomo (sin asalariados)	5.9	
Ayuda familiar (sin remuneración reglamentada en la empresa o negocio de un familiar)	.2	
Otra situación	.1	
N.C.	.8	
(N)	(1918)	

Pregunta 67a

¿Trabaja/ba Ud. (o el cabeza de familia) en la Administración Pública, en una empresa pública, en una empresa privada, en una organización privada sin fines de lucro o en el servicio doméstico?

Administración Pública	13.1
Empresa pública	2.9
Empresa privada	82.0
Organización sin fines de lucro	.5
Servicio doméstico	1.3
N.C.	.1
(N)	(1708)

A TODOS

Pregunta 68

¿A qué actividad se dedica principalmente la empresa u organización donde Ud. (o el cabeza de familia) trabaja/ba?

Producción agrícola y ganadera, silvicultura, caza y pesca	3.7
Servicios agrícolas y ganaderos	.1
Energía, extracción y preparación de combustibles	.7
Extracción y transformación de minerales no energéticos, industria química	1.7
Metalurgia, maquinaria y material eléctrico	4.5
Material de transporte e instrumentos de precisión	3.8
Alimentos, bebidas y tabaco	2.8
Textiles, cuero, calzado y confección	1.1
Otras industrias manufactureras	2.5
Construcción	16.7
Comercio al por mayor y por menor	11.4
Restaurantes, cafés y hostelería	4.0
Reparaciones	.9
Transporte y comunicaciones	8.6
Finanzas, seguros y actividades inmobiliarias	4.8
Servicios prestados a las empresas, alquileres de bienes	3.8
Administraciones Públicas, Defensa, Seguridad Social, Diplomacia	6.1
Servicios de saneamiento de vías públicas, servicios personales y servicio doméstico	7.1
Educación, investigación, sanidad, asistencia social	11.7
Servicios recreativos y culturales	1.5
N.C.	2.7
(N)	(1918)

Preguntas 64 a 68

Condición socioeconómica del INE (+ inactivos):

Directores y profesionales	4.4
Técnicos y cuadros medios	15.0
Pequeños empresarios	1.9
Agricultores	.0
Empleados de oficinas y servicios	10.3
Obreros cualificados	17.1
Obreros no cualificados	8.7
Jubilados y pensionistas	9.2
Parados	7.7
Estudiantes	11.2
Sus labores	11.9
No clasificables	2.5
(N)	(1918)

Estatutos socioeconómico:

Clase alta/media-alta	22.8
Nuevas clases medias	19.7
Viejas clases medias	5.3
Obreros cualificados	36.7
Obreros no cualificados	15.5
(N)	(1791)

Pregunta 69

Diga, por favor, con qué entorno geográfico se siente más identificado.

Con su ciudad	44.6
Con su provincia	6.2
Con su Comunidad Autónoma	12.9
Con España en su conjunto	17.9
Con la Unión Europea, con Europa	2.7
Con el mundo	5.8
Con todos	6.2
Con ninguno	1.9
N.S.	.9
N.C.	.9
(N)	(1918)

Pregunta 70

¿Cómo calificaría Ud. sus relaciones con su padre (natural o adoptivo, aunque ya no conviva con él y/o haya fallecido) ¿Y con su madre?, y si tiene hijos, ¿con sus hijos varones? ¿Y con sus hijas? (¿Y con los amigos de confianza?)

	<i>Con su padre</i>	<i>Con su madre</i>	<i>Con sus hijos varones</i>	<i>Con sus hijas</i>	<i>Con sus amigos de confianza</i>
De afecto	55.2	65.2	37.4	38.5	77.6
De admiración	6.0	7.2	1.2	1.6	3.1
De respeto	16.5	18.0	1.6	1.0	9.8
De autoridad	4.4	.3	.7	.1	.0
De control	.4	.3	1.6	1.0	.1
Es más bien una relación ausente	4.1	1.7	.1	.7	5.3
No procede	11.9	6.6	55.2	55.2	1.0
N.S.	.1	.0	.0	.0	.7
N.C.	1.4	.7	2.1	2.0	2.3
(N)	(1918)	(1918)	(1918)	(1918)	(1918)

Pregunta 71

Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. En esta tarjeta hay una serie de casillas que van de izquierda a derecha. ¿En qué casilla se colocaría Ud.?

Izquierda (1-2)	6.1
(3-4)	23.6
(5-6)	29.7
Derecha (9-10)	1.6
N.S.	15.5
N.C.	16.2
(N)	(1918)
Media	4.60
Desviación típica	1.74
(N)	(1311)

Pregunta 72

En materia religiosa, ¿cómo se define Ud.?

Católico practicante	22.6
Católico no practicante	48.9
Creyente de otra religión	2.2
Indiferente	9.2
Ateo, no creyente, agnóstico	12.9
Otra respuesta	.6
N.S.	.3
N.C.	3.4
(N)	(1918)

Pregunta 73

Dígame, por favor, ¿cuáles cree Ud. que son los ingresos al mes que tiene una familia como la suya, en un barrio como éste y en una ciudad como ésta?

Media (euros)	1388.70
Desviación típica	695.11
(N)	(1380)

Pregunta 74

¿Podría decir a qué hora salió de casa y a qué hora regresó el último día laborable?

<i>Hora de salida por la mañana</i>	
Antes de las 6 h.	3.3
De 6 a 7 h.	27.4
De 8 a 9 h.	31.4
De 10 a 11 h.	10.8
Más tarde de las 11 h.	2.9
No procede	1.9
No salió de casa	16.0
N.C.	6.4
(N)	(1918)

<i>Hora de regreso por la mañana (No procede si no regresó para comer)</i>	
Antes de las 12 h.	5.7
De 12 a 13 h.	17.4
De 14 a 15 h.	28.5
Más tarde de las 15 h.	3.2
No procede	23.6
No salió de casa	15.0
N.C.	6.6
(N)	(1918)

<i>Hora de salida por la tarde (No procede si no regresó para comer)</i>	
Antes de las 14 h.	.8
De 14 a 15 h.	10.4
De 16 a 17 h.	22.9
De 18 a 19 h.	6.4
Más tarde de las 19 h.	1.9
No procede	26.2
No salió de casa	24.5
N.C.	6.8
(N)	(1918)

	<i>Hora de regreso por la tarde/noche</i>
Antes de las 17 h.	6.4
De 18 a 19 h.	19.7
De 20 a 21 h.	24.8
De 22 a 23 h.	8.0
Más tarde de las 23 h.	4.0
No procede	14.6
No salió de casa	15.9
N.C.	6.6
(N)	(1918)

Pregunta 75

¿Hay niños de 14 años o menos en esta casa?

Sí	32.9	→ (a Pregunta 75a)
No	66.8	
N.C.	.4	
(N)	(1918)	

Pregunta 75a

¿Quién cuida generalmente o con más frecuencia a los niños por las tardes, cuando vuelven del colegio?

La madre	70.4
El padre	5.2
Una asistenta, «cuidadora» o «canguro»	2.2
Un abuelo/a	10.5
Los hermanos mayores	1.9
Algún amigo/a vecino/a	.0
Educadores/as de Educación Infantil o Guardería	.2
Depende mucho de los horarios o de otras circunstancias	9.1
N.S.	.1
N.C.	.4
(N)	(630)

Pregunta 77

Tipo de vivienda:

Apartamento pequeño	4.3
Piso pequeño (menos de 100 metros cuadrados)	57.8
Piso grande (100 o más metros cuadrados)	29.9
Chalet adosado	2.1
Chalet unifamiliar	4.7
N.C.	1.2
(N)	(1918)

FICHA TÉCNICA

Convenio

Instituto de la Juventud.

Ámbito:

Nacional.

Universo:

Población española de ambos sexos de 15 a 65 años y más que habite en ciudades de más de 50.000 habitantes.

Tamaño de la muestra:

Diseñada: 2.000 entrevistas.

Realizada: 1.918 entrevistas.

Afijación:

No proporcional.

Ponderación:

Los coeficientes de ponderación aplicados se encuentran al final de esta ficha.

Puntos de Muestreo:

46 municipios y 29 provincias.

Procedimiento de muestreo:

Polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios), y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad.

Los estados se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 4 categorías: de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios.

Error muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error es de $\pm 2,24\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

Fecha de realización:

Del 27 de noviembre al 2 de diciembre de 2002.

Coefficientes de ponderación por tramos de edad y tamaño de hábitat

<i>ESTRATOS</i>	<i>EDADES</i>					
	<i>15-17</i>	<i>18-19</i>	<i>20-24</i>	<i>25-29</i>	<i>30-44</i>	<i>45-64</i>
50.001-100.00	0,2479	0,1964	0,6160	0,8243	4,2521	61,7084
100.001-400.000	0,3414	0,2870	1,0927	1,3159	5,5484	14,8125
400.001-1.000.000	0,0718	0,0548	0,2221	0,3330	1,4357	2,24442
> 1.000.000	0,1479	0,1154	0,4040	0,6909	2,5501	4,1068

