

LAS PERSONAS MAYORES Y LAS REDES SOCIALES. UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

OLDER PEOPLE AND SOCIAL NETWORKS. AN ANALYSIS OF THE CURRENT SITUATION

Dr. Julio Barroso Osuna

Dra. Sonia Aguilar Gavira

Resumen

La irrupción de la Web Social, dentro de los diferentes ámbitos de nuestra sociedad, resulta un hecho evidente en el siglo XXI. Las herramientas 2.0 se han convertido en el mayor medio de comunicación, colaboración, transmisión y difusión de información, permitiéndonos interaccionar de forma activa con otros usuarios, transformándose en un espacio en el que prevalece la democratización del conocimiento y aprendizaje común de una forma rápida y cómoda. El objetivo del presente estudio es conocer la presencia de las personas mayores en las redes sociales, el uso que hacen de las mismas, así como sus principales motivaciones. Realizamos una investigación descriptiva, con una metodología mixta donde combinaremos técnicas cualitativas y cuantitativas. Los resultados nos muestran que son escasas las personas mayores que usan las herramientas sociales, siendo Facebook la red protagonista y sus principales motivaciones de uso, el mantener el contacto con sus más allegados y el entretenimiento.

Palabras Clave

Personas mayores. Redes sociales. Web 2.0. Uso. Motivación. Conocimiento.

Abstract

The emergence of the Social Web, within the different areas of our society, is an obvious fact in the XXI century. 2.0 tools have turned out to major means of communication, collaboration, transmission and dissemination of information, allowing us to interact actively with other users, creating a new space in which the democratization of knowledge and learning together in a fast and comfortable way. The aim of this study was to determine the presence of elderly people in social networks, the use they made and their main motivations. A descriptive study with a mixed methodology combines qualitative and quantitative techniques. The results show that few elderly people use social tools, being Facebook the most used resource and their main motivations to use were to keep contact with their families and to entertain themselves.

Key Words

People older. Social networks. Web 2.0. Usage. Motivation. Knowledge.

1. Introducción

En la actualidad, el progresivo envejecimiento de la población Española constituye uno de los acontecimientos sociales y demográficos más relevantes de las últimas décadas, como en casi todos los países Occidentales. El descenso de la natalidad unida a la creciente longevidad como resultado de los avances culturales, científicos y sociosanitarios, han sido el detonante de este cambio sin precedentes que se ha venido produciendo y, continuará produciéndose en años venideros, en nuestra estructura poblacional y que Wallace (2000) denomina como “seísmo demográfico”. Si nos centramos en Andalucía, es incuestionable, que su situación es muy similar a la que se está dando en el resto de España o a escala mundial. Así lo constata, el reciente estudio realizado por Abellán, Vilches y Pujol (2014) sobre los indicadores demográficos en España, donde nos muestra que se ha producido un incremento de la población de 65 años y más, con

respecto a años anteriores y siendo Andalucía una de las comunidades con mayor edad. Según datos mostrados por el Instituto de Estadística de Andalucía (2014), si se mantuvieran las tendencias demográficas actuales, España perdería un millón de habitantes en los próximos 15 años y 5,6 millones en los próximos 50 años. El porcentaje de población de 65 años o más, que actualmente se sitúa en el 18,2% de la población, pasaría a ser del 24,9% dentro de quince años (en 2029) y del 38,7% dentro de cincuenta años (en 2064). De mantenerse las tendencias demográficas actuales, la tasa de dependencia, actualmente en 52,1%, se elevaría en 2029 hasta el 59,2%.

Como bien argumenta años atrás Montero (2005) “si históricamente el siglo XIX se caracterizó por un derroche de vida (alta natalidad y alta mortalidad), el siglo XX ha supuesto el periodo de finalización de la transición demográfica, la revolución de la longevidad y el envejecimiento” (p.36).

De forma paralela, nos encontramos inmersos en una sociedad tecnológica, en la que la supervivencia supone tomar conciencia de la necesidad de adaptarse a los continuos cambios que se han ido produciendo, tanto en las formas de vida como en los nuevos procesos de comunicación y en la adquisición de información y conocimiento. Por ello, las personas mayores, un sector de la población muchas veces olvidado en nuestra sociedad, también deben beneficiarse de las ventajas que nos ofrece esta nueva sociedad 2.0 y el gran desarrollo de las herramientas de Software Social, ya que su participación en ellas permite superar ciertas discapacidades asociadas con el envejecimiento entre las que podemos encontrar el aislamiento, permitiéndoles a su vez permanecer en constante evolución con la sociedad, así como compartir intereses, preocupaciones o necesidades. Para ello, es importante que el colectivo cuente como bien exponen Vilte, Saldaño, Martín y Gaetán (2013) con “una aplicación que sea fácilmente usable por ellas. Una aplicación puede contar con un buen diseño estético, técnico y funcional, es decir, puede ser perfecta para algunos pero no para otros, como los usuarios de la tercera edad” (p.2) y una mayor oferta formativa, donde la ayuda en materia tecnológica trascienda su ámbito familiar (Proyecto Menta, 2014).

A pesar de sus beneficios, los estudios muestran que, aunque la tasa de crecimiento con respecto al uso de las redes sociales ha sido evidente en estos últimos años, el uso de Internet y de las herramientas en los mayores sigue siendo escasa, siendo ésta mayor en los hombres que en las mujeres (INE, 2013; Abellán, Vilches y Pujol, 2014)

y centrados principalmente en mantener el contacto con sus más allegados (Requena, Pastrana y Salto, 2012; Fundación Vodafone, 2013). Según estudios realizados por (Agudo, Fombona y Pascual, 2013; eEspaña, 2013; Onsti, 2013; Peral, Arenas y Ramón, 2013) su nivel de estudio es uno de los factores que repercuten considerablemente en el uso de las mismas. Por ello, consideramos relevante conocer la situación actual del colectivo objeto de nuestro estudio ante ellas, entendiendo las redes sociales como el conjunto de herramientas que permite crear un espacio dinámico, en el que se implica un grupo de personas o instituciones creando una comunidad. Su finalidad no es otra que favorecer la interacción social virtual y que dichos sujetos compartan e intercambien intereses similares o particulares y cubran sus necesidades, ya sean éstas comunicarse, relacionarse, ampliar conocimientos, compartir información y experiencias mediante texto, vídeo, audio, etc... convirtiéndose a su vez en receptores y creadores de contenidos de forma virtual, utilizando todas ellas Internet como medio de difusión. Como nos describe Bascones, (2014) se trata de herramientas que “recrea la cultura social, con nuevos modos de pensar, percibir, expresarnos y relacionarnos, nuevas y cambiantes formas de ser-en-el-mundo” (p.176).

Las fortaleza de las redes sociales se resume en su capacidad de incidir en aspectos, como (Fariñas, 2011): 1) Interconectividad entre sujetos con intereses afines sin la necesidad de conocer a las personas anticipadamente y sin que suponga gasto alguno el conocerla y estar en contacto permanente; 2) Informacionalismo. Basado en la capacidad autoexpansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad; 3) Horizontalidad en la interacción, gracias a la irrupción de la tecnología a gran escala, del acceso masivo a los dispositivos de interconexión, de la espontaneidad y del empoderamiento ciudadano; 4) Conciencia de enlace, donde las personas son nodos de conciencia que pueden optar por vivir o sobrevivir. Si viven, actúan a conciencia, piensan, generan debates, opinan, disienten, aportan, coinciden, se integran conforme a propósitos deliberados. Si sólo sobreviven, son actores pasivos, replicantes, simples caminantes del camino señalado por otros, y; 5) Arraigo de justicia. Con las redes sociales online ha ocurrido un despertar de la conciencia; el ciudadano se ha auto empoderado y ese empoderamiento no es un fin en sí mismo sino más bien una herramienta para incidir. Incidir en el entorno, transmitir ideas, puntos de vista. Una herramienta para compartir. Compartir experiencias, información... crear conocimiento. En

suma, construir nuevos valores, nuevas formas de comportamiento crítico cuyo fin último es la búsqueda de la Justicia. Disponemos de una tecnología Web, en la que se desarrollan servicios y herramientas, fomentando y haciendo posible la colaboración en la producción de contenidos e intercambio rápido de información entre los sujetos conectados, mediante los recursos que ofrece la red, ya sean éstos blogs, wikis, foros, folcsonomía, gestores de marcadores sociales como delicious, depósitos de archivos multimedia como Flickr, favoreciendo un aprendizaje cooperativo entre ellos y en conjunto, la creación social del conocimiento y donde los usuarios comparten tecnología e información de forma productiva y en cualquier ámbito social y a través de Internet. De acuerdo con las palabras de García, Del Hoyo y Fernández (2014) “las redes sociales no deben entenderse como simples herramientas tecnológicas para el intercambio de mensajes, si en algún momento de su corta historia lo fueron, sino como auténticos medios para la comunicación, la interacción y la participación global” (p.36). Belanche (2006) define la web 2.0 como un lema de “ayuda colectiva”, donde la información es de todos, compartida libremente por igual, sin diferencias y en la que se reconoce el valor que cada individuo aporta al conjunto. El conocimiento deja de ser monopolio de unos pocos para convertirse en un ilimitado océano de bits que recorre todos los ordenadores del planeta y tiene como destinatario potencial y agente productivo a toda la humanidad en su conjunto (García, 2010). Ya nos afirmaba y muy acertadamente Pierre (2004) que “nadie lo sabe todo, todo el mundo sabe algo” (p.4). El autor deja explícito la transformación que se ha producido con el concepto de inteligencia colectiva, donde el conocimiento legítimo no viene exclusivamente desde “arriba”, de la universidad, la escuela, los expertos, puesto que nadie lo sabe todo y que cualquiera sabe algo y por lo tanto un modo de acumular todo ese conocimiento es mediante la colaboración de las personas a través de la tecnología. Las personas mayores también deben formar parte de esa inteligencia colectiva, puesto que son poseedores de diversidad de experiencias y conocimientos que pueden ser muy provechosas y que podrían desaprovecharse o perderse sin su participación. Esta inteligencia colectiva, dice Lévy (2004), es “una especie de sociedad anónima a la que cada accionario aporta como capital sus conocimientos, sus navegaciones, su capacidad de aprender y de enseñar” (p.67).

Se trata de una nueva forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de

información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ellas (Ruiz, 2009). Posibilita el medio para fomentar la iniciativa personal del usuario, “una condición suficiente, pero no necesaria para el ejercicio de la autonomía personal y la acción responsable del individuo” (Cabrera, 2013, p.23). Se trata de una transformación de actitud por parte de los internautas y una modificación del concepto o idea que se posee en cuanto a la organización y uso de la Web. Por lo que, no son las herramientas tecnológicas las que construyen la Web Social, sino que son las necesidades de los usuarios, conjuntamente con las acciones que llevan a cabo haciendo uso del software social, los elementos que al final configuran este modelo Web donde el productor es el público (Casacuberta, 2003, citado por Rodera, 2012) y en el que tiene un papel fundamental la motivación del propio sujeto para realizar un uso correcto de los medios. Es el aporte social como consecuencia de ese cambio de actitud hacia las tecnologías y aplicaciones y servicios Web lo que verdaderamente otorga valor a la web 2.0.

En base a estas acciones o actitudes, NV nextvision (2011) realiza una clasificación sobre los usuarios en la web 2.0: 1) Creadores. Hace alusión a aquellos internautas que crean y comparten información; 2) Críticos. Usuarios que comentan y exponen sus opiniones. 3) Coleccionistas. Los que catalogan y organizan contenidos mediante etiquetas; 4) Sociables. Participan en las redes sociales; 5) Espectadores. Son aquellos internautas que se limitan a observar lo que sucede en la red y, 6) Inactivos. Son aquellos que no tiene ningún tipo de relación con los medios sociales.

2. Método

Nuestra investigación se encuadra dentro de la investigación descriptiva y dentro del paradigma mixto, en el que utilizaremos la combinación de instrumentos cuantitativos y cualitativos para la recogida de los datos. Durante el desarrollo de éste apartado describiremos los objetivos de investigación, la población y muestra, así como la construcción y validación de los diferentes instrumentos utilizados.

2.1. Objetivos del estudio

La investigación que presentamos tiene por objetivo conocer cuál es la situación de las personas mayores ante las redes sociales, para ello intentaremos:

- Conocer la proporción de personas mayores usuarias de las redes sociales.
- Conocer las herramientas utilizadas por el colectivo.
- Conocer las principales motivaciones de uso.
- Y conocer la secuencia de utilización o temporalización.

2.2. Participantes

La población participante en el estudio fue, por un lado, las personas mayores de las universidades de mayores, y por otro, los docentes que impartían en dichas instituciones. Haciendo referencia a los primeros y, obedeciendo a criterios del propio investigador, se utilizó el muestreo no probabilístico. El criterio establecido para la selección de la muestra fue que estuviera configurada por el alumnado matriculado en el del curso de tercero de los Programas Provinciales de las diferentes Universidades de Andalucía. El motivo que nos llevó a seleccionar al alumnado de éste curso académico y no otro, fue el hecho de que ya habían tenido un acercamiento con las nuevas tecnologías en cursos anteriores, por lo que ya poseían ciertos conocimientos informáticos y tecnológicos y, por ende, existía una mayor probabilidad de que formaran parte del mundo de las redes sociales que aquellos grupos de alumnos de los primeros cursos que recientemente comenzaban sus andaduras con las nuevas tecnologías. En total, la muestra quedó configurada por 294 alumnos/as pertenecientes a la Universidad de Sevilla, Cádiz, Málaga, Granada, Córdoba, Jaén y Almería (véase Figura nº 1). Concretamente, el 52% del alumnado oscila entre “55-65 años”, el 45% tienen entre “65-75años” y el 3% representa a las personas mayores con edades entre “75-85 años”. Se tratan de alumnos con alto nivel de alfabetización, ya que el 22,1% tiene una titulación de diplomado, el 19,4 % posee el título de Bachillerato, un 17,3% Título Profesional o Título de Técnico Superior y un 14,3% son licenciados. Sólo un 9,2 tiene una educación básica y un 0,7% no tiene ningún tipo de estudios. Además, más de la mitad, con un 61,2% estaba casado/a, seguido de aquellos que eran viudos/as con un 19,4%. Sólo un 10, 5% estaban divorciados/as y un 8,8% estaba soltero/a.

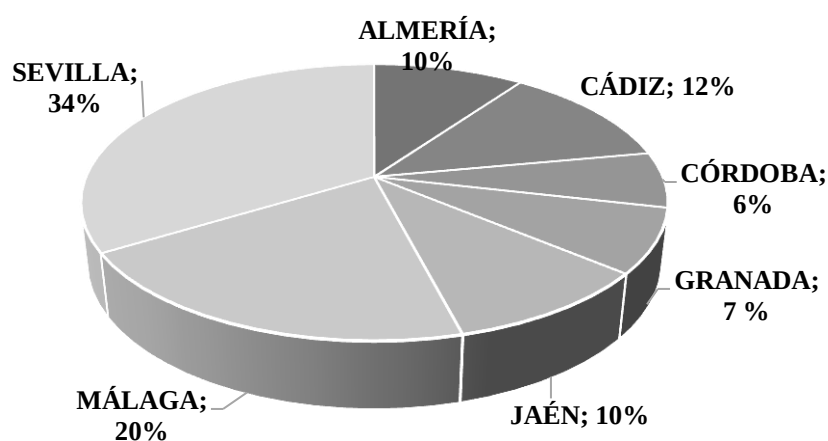
actual.

Figura nº 1. Muestra de nuestro objeto de estudio por Universidades.

Por otro lado, y en relación a la opción cualitativa, dentro del muestreo no probabilístico, concretamente, utilizaremos un muestreo intencional u opinático, los informantes claves serán aquellos profesores que impartían la asignatura de Nuevas Tecnologías en las distintas universidades andaluzas, sumando un total de 21 profesores. Dichas entrevistas nos brindará: información detallada debido a su conocimiento y experiencia en el tema a estudiar y nos permite una vez obtenidos los resultados de los cuestionarios realizados al alumnado, poder conocer, indagar, averiguar, posibles interpretaciones de dichos resultados así como reforzar o contrastar la información entre profesores y alumnado.

2.3. Instrumentos

Dado que el objeto fundamental de nuestro trabajo es describir, comprender e interpretar la situación real y actual en la que se encuentra el colectivo y ampliar el marco de conocimiento con lo que respecta al manejo de estos espacios por éste grupo poblacional. Para recabar información y poder dar respuesta a nuestro objetivo llevaremos a cabo una triangulación metodológica entre métodos, donde combinaremos métodos cualitativos y cuantitativos. Por un lado, diseñamos un cuestionario a través del cual obtendremos información directamente de los sujetos objetos de nuestro estudio. Para conocer la probabilidad de error posible en la configuración del instrumento utilizamos la validación de expertos, concretamente, mediante el método de agregados individuales.

Mediante la confección de una escala de valoración con construcción tipo Likert, los expertos realizaron una valoración general del cuestionario, calidad técnica, calidad estética del formato, validez y claridad de los ítems, etc. Asimismo, para alcanzar el grado de fiabilidad de nuestro instrumento utilizamos el Alfa de Cronbach, alcanzando una puntuación significativa de ,889. Una vez confeccionada la versión final, procedimos a la aplicación del mismo en las universidades de mayores de las comunidad autonómica andaluza, instituciones en las que contábamos con sujetos cuyas características se ajustaban a nuestro estudio y además estaba constatado que se impartían talleres y asignaturas relacionadas con las Nuevas Tecnologías, por lo que nos podía proporcionar una idea del principal uso de las mismas por el colectivo. Los datos recogidos fueron analizados estadísticamente mediante el uso del software SPSS v.20. Por otro lado, y en relación a la opción cualitativa, se elaboró una entrevista semiestructurada y en la que se tuvo en cuenta los ítems que configuraban el cuestionario, permitiéndonos con ello establecer una relación y contraste entre los datos obtenidos mediante métodos cuantitativos y cualitativos, siendo validada mediante la metodología Delphi, concretamente a dos vueltas, también conocido como «Delphi modificado». Siguiendo las aportaciones de Cabero (2014, p.119), entre los motivos que nos llevó a realizar la técnica en sólo dos vueltas, fueron: a) puede convertirse en una tarea larga y costosa si se prolonga tanto para el investigador como para el experto; b) cada fase consume un tiempo extendido, haciendo que cada vez sea más difícil mantener una tasas de respuesta aceptable; c) con dos rondas es más fácil mantener el interés; d) los expertos reaccionan ante un tema en vez de generarlo; y e) tiende no a la construcción sino a llegar acuerdos sobre la misma. Por último, los datos recabados mediante las entrevistas fueron analizados con el programa de análisis cualitativo ATLAS.ti V.6.2.

3. Análisis y resultados

Como punto de partida, le preguntamos al alumnado si pertenecían a alguna Red Social. Como podemos observar en el Gráfico 1, con el mayor porcentaje, un poco más de la mitad, el 54,1 % del alumnado dicen ser usuario de algunas de ellas, frente a un 45,9 % que dicen no pertenecer a ninguna.

actual.

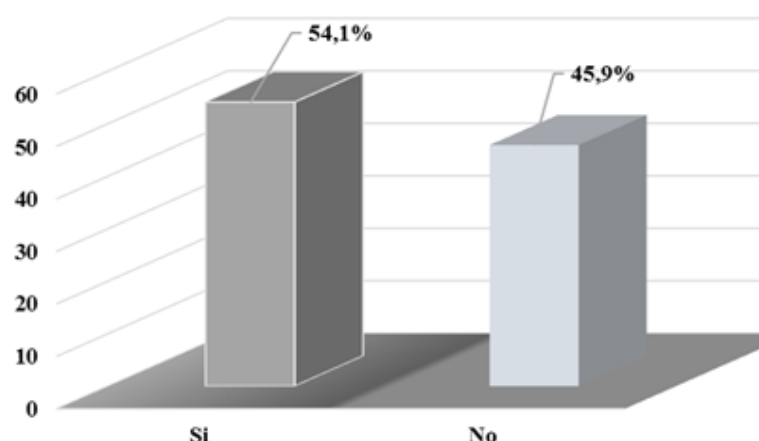


Gráfico 1. Porcentaje de frecuencia obtenida en relación las personas mayores que forman parte o no de alguna Red Social.

El motivo que el alumnado expuso como causante de formar parte o no a las redes sociales son las que mostramos seguidamente:

a) El 54,81% que afirmaban formar parte de las redes sociales, lo hacían para poder contactar con sus amigos, con sus hijos que estaban lejos, por petición de amigos y sus familiares o incluso por imposición de éstos últimos, porque es divertido, para entretenerse en sus horas libres, porque es una herramienta en plena actualidad y le permite estar conectado con el mundo y la actualidad.

b) En contraposición, el 45,9 % que manifestaban no formar parte de ellas, exponían falta de dominio, conocimiento en su uso, alta desconfianza, inseguridad, que tras escuchar ciertas noticias en los medios de comunicación se había dado de baja a su cuenta, consideraba que no la necesitaba, por su edad o simplemente porque no le gustaban.

Asimismo, se pretendía recoger información sobre las herramientas utilizadas por ese 54,1% de la muestra que afirmaban formar parte de las Redes Sociales (véase Tabla 1). Como podemos observar la herramienta de mayor uso por dicho colectivo es Facebook ($f=64$; 21,8%), seguido de Youtube ($f=53$; 18%), Messenger ($f=47$; 16%) y Windows Live ($f=24$; 8,2%). Posteriormente, y alcanzando frecuencias y valores porcentuales muy similares, encontramos el uso de Wiki ($f=19$; 6,4) y Twitter ($f=18$; 6,1), seguido del uso de Blogs y Tuenti, ambos igualmente con ($f=12$; 4,1%). De la misma forma, nos gustaría

detallar que las herramientas de menor uso bajo la opción “Nada” y “Poco” han sido Edublog (f=159; 50%) Videoblog (f=157; 53,4%) y Delicious (f=156; 53%).

REDES SOCIALES UTILIZADAS	NAD A		POCO		BASTANTE		MUCHO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Blog	128	43.5	19	6.5	7	2.4	5	1.7	159	54.1
Edublog	158	53.7	1	0.3	-	-	-	-	159	54.1
Videoblog	154	52.4	3	1	1	0.3	1	0.3	159	54.1
Wiki	134	45.6	6	2	11	3.7	8	2.7	159	54.1
Delicious	155	52.7	1	0.3	2	0.7	1	0.3	159	54.1
Facebook	35	11.9	60	20.4	39	13.3	25	8.5	159	54.1
Tuenti	140	47.6	7	2.4	8	2.7	4	1.4	159	54.1
Youtube	78	26.5	28	9.5	36	12.2	17	5.8	159	54.1
Twitter	127	43.2	14	4.8	7	2.4	11	3.7	159	54.1
Messenger	88	29.9	24	8.2	33	11.2	14	4.8	159	54.1
Windows live	126	42.9	9	3.1	14	4.8	10	3.4	159	54.1

Tabla 1. Frecuencia y porcentaje alcanzado de las Redes Sociales utilizadas.

En lo que se refiere a la frecuencia de acceso, como se puede apreciar claramente en los resultados mostrados en la Tabla 2, existe una elevada frecuencia de conexión entre las personas mayores que sí forman parte actualmente de las redes sociales. Casi la mitad del alumnado, concretamente el 22,5%, consultaban a diario la Red social a la que pertenecía. La segunda de las opciones con mayor frecuencia se obtiene en relación a aquellos/as alumnos/as que afirman utilizarla una vez por semana, con el 21,8%. Son menores, las frecuencias obtenidas bajo la opción “2 o 3 veces por semana” con un 7,1% y reducidamente los que las consultan “1 vez cada 15 días” con un 1,7% o “1 o 3 veces al mes” con tan sólo un 1%.

actual.

FRECUENCIA DE ACCESO	<i>f</i>	%
A diario	66	22.5
Dos o tres veces por semana	64	21.8
Una vez por semana	21	7.1
Al menos una vez cada quince días	5	1.7
De una a tres veces al mes	3	1
Total	159	54.1

Tabla 2. Frecuencia y porcentaje alcanzado sobre la frecuencia de acceso.

Sin embargo, si analizamos la media de tiempo que las personas mayores permanecían conectadas a las herramientas que manejaban, ésta es muy reducida. Como podemos observar en los datos mostrados en la Tabla 3, la mayor frecuencia y porcentaje alcanzado se obtiene bajo el intervalo de tiempo de 10-30 minutos con 151,3%, seguido de los que se conectan de 30-60 minutos con 36,4% y no existiendo ningún alumno/a que permanezca conectado durante este intervalo a Edublog. Sólo un 9,2% se conectan de 60-90 minutos y relacionado con herramientas como Facebook y Messenger, ambas con un ($f=8$; 2,7%), Windows live ($f=5$; 1,7%), Youtube ($f=4$; 1,4%) y Twitter ($f=2$; 0,7%). Aún la frecuencia es más reducida cuando se trata de un intervalo de 90-120 minutos, alcanzando sólo ($f=7$; 2,3%) y en referencia a los Blog y Messenger, ambos con ($f=2$; 0,7%) y Facebook, Youtube y Windows live, los tres con ($f=1$; 0,3%). En último lugar, y relacionado con el mayor intervalo, es decir, más de 120 minutos, sólo un ($f=1$; 0,3%) permanece conectado durante tanto tiempo y lo hace mediante el uso de los Blog.

TIEMPO DE USO	DE 10-30 MINUTOS		DE 30-60 MINUTOS		DE 60-90 MINUTOS		DE 90-120 MINUTOS		MÁS DE 120 MINUTOS	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Blog	36	12.2	4	1.4	-	-	2	0.7	1	0.3
Edublog	28	9.5	-	-	-	-	-	-	-	-
Videoblog	26	8.8	1	0.3	-	-	-	-	-	-
Facebook	74	25.2	43	14.6	8	2.7	1	0.3	-	-
Wiki	30	10.2	8	2.7	-	-	-	-	-	-
Delicious	26	8.8	1	0.3	-	-	-	-	-	-
Tuenti	34	11.6	2	0.7	-	-	-	-	-	-

actual.

Youtube	69	23.5	12	4.1	4	1.4	1	0.3	-	-
Twitter	37	12.6	7	2.4	2	0.7	-	-	-	-
Messenger	49	16.7	22	7.5	8	2.7	2	0.7	-	-
Windows live	36	12.2	7	2.4	5	1.7	1	0.3	-	-

Tabla 3. Frecuencia y porcentaje alcanzado sobre el tiempo de uso.

En lo que se refiere a los principales motivos que impulsaban a que el colectivo diana utilizara las Redes Sociales que habían asegurado utilizar y no otras, los resultados reflejan (véase Tabla 4) que con los mayores porcentajes obtenidos, un 36,7% y 36,4% decían utilizarla porque le resultaba fácil de usar y porque la utilizaban sus amigos. Seguidamente y con un 19,1%, apuntaban que utilizaban esa herramienta en concreto porque era la que mejor sabía manejar, por lo nos deja inferir que es su desconocimiento formativo lo que le limitaba a usar dicha herramienta únicamente, impidiéndole beneficiarse de otras tantas existentes. Con los valores porcentuales más bajos, los encuestados afirman manejarla porque es rápida con un 11,9%, es la única que conozco con un 9,5% y es atractiva con un 7,8%.

MOTIVO DE USO DE LA RED	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%
La utilizan mis amigos	107	36.4	52	17.7	159	54.1
Es fácil de usar	108	36.7	51	17.3	159	54.1
Es la única que conozco	28	9.5	131	44.6	159	54.1
Es atractiva	23	7.8	136	46.3	159	54.1
Es la que mejor se manejar	56	19.1	103	35	159	54.1
Es segura	15	5.1	144	49	159	54.1
Es rápida	35	11.9	124	42.2	159	54.1

Tabla 4. Frecuencia y porcentaje alcanzado sobre el motivo de uso de las Redes Sociales utilizadas.

La Redes Sociales permiten realizar múltiples actividades o ser usadas con diferentes fines. En la Tabla 5 se puede valorar como, el uso que alude más de la mitad de sujetos participantes en el estudio, se basa en el hecho de estar en contacto con los amigos, con un 29,3%. Seguidamente, informarse sobre las noticias de actualidad con un 28,6%, la motivación de aprender algo nuevo para ellos con un 26,9% u obtener información que cuelgan los contacto y compartir/subir fotos, videos, música, etc..., con un 24,8% y un 24,1% respectivamente, son otras de las actividades realizadas con mayor frecuencia por parte de los usuarios. Son menores los porcentajes alcanzados en relación al uso de las herramientas con el fin de enviar mensajes privados con un 17,7%, publicar información en relación a estudios o temas afines con un 6,8%, para chatear con un 6.5% o enviar mensajes públicos con un 5,4%. Tan sólo un 4.4% de los usuarios las emplean para jugar, un 1% para hacer amigos nuevos o para buscar pareja con un 0,7%.

FIN CON EL QUE SE UTILIZA LA RED	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%
Para chatear	19	6.5	140	47.6	159	54.1
Para jugar	13	4.4	146	49.7	159	54.1
Aprender cosas nuevas	79	26.9	80	27.2	159	54.1
Compartir/subir fotos, vídeos, música, ...	71	24.1	88	29.9	159	54.1
Para publicar información de estudio o temas afines	20	6.8	139	47.3	159	54.1
Para obtener información que cuelgan mis contactos	73	24.8	86	29.3	159	54.1
Para buscar pareja	2	0.7	157	53.4	159	54.1
Para hacer amigos nuevos	3	1	156	53.1	159	54.1
Informarme de noticias de actualidad	84	28.6	75	25.5	159	54.1
Para estar en contacto con mis amigos	86	29.3	73	24.8	159	54.1
Enviar mensajes públicos	16	5.4	143	48.6	159	54.1
Enviar mensajes privados	52	17.7	107	36.4	159	54.1

Tabla 5. Frecuencia y porcentaje alcanzado sobre la finalidad de su uso.

Desde la opción cualitativa, los resultados nos revelan que los docentes encuentran en las redes sociales excelentes beneficios para los mayores, principalmente como *medio de comunicación*, Integración y Conocimiento. Entre las intervenciones extraídas de los textos analizados y que mostramos seguidamente, los docentes ejemplifican estos aspectos:

Al igual que otros servicios que proporciona la Web, la comunicación rápida y fluida con sus seres allegados. P 5- 5:11 [Al igual que otros servicios q..] (2:105-2:272) (Super) Codes: [Comunicación. PPC - Family: Positiva]

Puede ayudarles a mantener el contacto con otras personas, con las que quizás sería difícil relacionarse de otra manera. P17: Granada(17).pdf - 17:1 [puede ayudarles a mantener el ..] (1:158-1:278) (Super) Codes: [Comunicación. PPC - Family: Positiva]

Aunque, los docentes puntualizan que las ventajas de dicha comunicación se obtendrán siempre y cuando el adulto mayor disponga de la suficiente formación que no suponga riesgo alguno.

Siempre que se tenga cierta prudencia en qué se da a conocer y cómo, es un instrumento muy útil para su comunicación y relación con el resto de personas. P 5 - 5:2 [siempre que se tenga cierta pr..] (1:370-1:525) (Super) Codes: [Comunicación. PPC - Family: Positiva]

De sentirse integrados al tratar con las Nuevas Tecnologías, de sentirse válidos. P18 - 18:2 [de sentirse integrados al trat..] (1:527-1:608) (Super) Codes: [Integración. PPT - Family: Positiva]

Conocer nuevas cosas, por ejemplo, si no han tenido oportunidad de estudiar, pues la posibilidad de autoformarse, por ejemplo. La posibilidad de desarrollar también algo artístico, por ejemplo, la escritura, por ejemplo, los blogs, puede ser una cosa que le puede apetecer bastante ¿no?, siempre hay gente aficionada o que conoce mucho determinadas cosas, a lo mejor lo quiere compartir con el resto de la gente. P19 - 19:19 [conocer nuevas cosas, por ejem..] (4:2243-4:2663) (Super) Codes: [Conocimiento. PPN - Family: Positiva]

Los informantes exponen que la mayoría de los usuarios de la red usan las mismas sin tener conciencia de los riesgos que conlleva el hecho de no configurar adecuadamente la privacidad. Algunos docentes consideran que incluso las personas mayores pueden ser más vulnerables en este aspecto, como consecuencia de su déficit formativo:

El hecho de que toda nuestra vida esté publicada y todo el mundo tenga acceso a todo lo que uno hace y tal, eso lo veo peligrosísimo. Y fíjate lo que te digo, yo pienso que las personas mayores son incluso menos conscientes de ese peligro que las personas más jóvenes. P20 - 20:2 [el hecho de que toda nuestra vi..] (1:445-1:718) (Super) Codes: [Privacidad. PNP - Family: Negativa]

Por un lado, tenemos a los docentes que consideran que el riesgo es el mismo que para cualquier colectivo.

Creo que tiene los mismos peligros que para otras personas, que gente mal intencionada te ataque de alguna forma, o use contra ti a la información que se ponga en la red. P12 - 12:6 [Creo que tiene los mismos peli..] (2:4-2:175) (Super) Codes: [Privacidad. PNP - Family: Negativa]

En relación a su interés, cada vez es mayor el número de personas mayores que desean que las Redes Sociales deje de ser un mundo desconocido para ellos, por lo que existe una alta motivación por descubrir y formar parte de éste mundo social.

Sí, es un tema que demanda con más frecuencia (redes sociales, trabajar en la nube, etc.) P14 - 14:2 [Si, es un tema que demanda con..] (1:942-1:1030) (Super) Codes: [Alto. IAA - Family: Interés]

Por otro lado, los informantes puntualizan que dentro de este grupo de personas mayores interesados por las Redes Sociales, la fobia o temor perceptibles en ellos se convierte en uno de sus mayores inconvenientes y causas de su pasividad a la hora de experimentar con ellas.

Sí, pero les cuesta, les cuesta porque también tienen mucho miedo a romper cosas, a no hacer bien las cosas. P19 - 19:6 [sí, pero les cuesta, les cuest..] (2:1179-2:1288) (Super)
Codes: [Alto. IAA - Family: Interés]

Según la información ofrecida por el profesorado podemos deducir que son escasas las Redes Sociales que conocen y que son utilizadas por nuestros mayores. Seguidamente, mostraremos una de las intervenciones que hemos extraído:

Facebook es la única o la que más conocen. No conocen nada más, lo que le sorprende precisamente es cuando le hablas de otro tipo de aplicaciones ¿no?, de la utilidad de esas aplicaciones. P19 - 19:22 [Facebook es la única o la que ..] (5:1553-5:1744) (Super)
Codes: [Herramientas. CHH - Family: Cognitiva]

La suscripción del colectivo en las denominadas Redes Sociales tienen como fundamento el satisfacer la necesidad principal de ponerse, mantener, reforzar el contacto e intercambiar información con sus familiares.

Más que nada el poder estar en contacto con los suyos ¿no?, yo creo que ellos no están en la tónica de, quizás como la gente más joven de conocer nueva gente, de subir y ser muy famoso, que tengas mucha gente que te siga o tu seguir a gente ¿no?, ¿sabes?ajja, yo creo que ellos es más para usarlo en el entorno personal o familiar de gente ya conocida, no creo que tengan tantas ansias como la gente más joven de buscar otros tipos de relaciones nuevas ¿no?. P19 - 19:16 [más que nada el poder estar en..] (4:1310-4:1776) (Super) Codes: [Allegados. MUA - Family: Uso]

La posibilidad de estar en contacto con amigos, conocidos y familiares, y saber de ellos. P21 - 21:7 [La posibilidad de estar en con..] (1:2003-1:2090) (Super) Codes: [Allegados. MUA - Family: Uso]

Por otro lado, los docentes destacan como variable a considerar la formación recibida por el alumnado a lo largo de su vida, manifestando que son aquellos con

mayores estudios dentro de su grupo de edad, los que manifiestan un mayor interés por las Redes Sociales.

4. Discusión y conclusiones

Si analizamos la situación actual en la que se encuentran las personas mayores, aunque es el segmento de población que más ha crecido en los últimos años alcanzando una mayor representatividad en las estadísticas realizadas, sigue siendo el que menor uso hace de la misma respecto al resto de la población. Los resultados nos confirman que el porcentaje de personas pertenecientes a este grupo poblacional que hacen uso de las redes sociales, es inapreciable con respecto al peso poblacional que tienen en nuestra sociedad. Dentro de dicho segmento poblacional, sus mayores frecuencias de pertenencia se encuentran en las edades más jóvenes, percibiéndose una disminución considerable en intervalos de edad de 75-85 años, siendo mayor la presencia de los hombres que de las mujeres. Unos datos que coincide con los ofrecidos por (INE, 2013; Abellán, Vilches y Pujol, 2014) con respecto al uso de Internet, y que reflejaba que mientras en los más jóvenes se había alcanzado un uso similar, en las personas mayores sigue existiendo una brecha de género. También se constata que la desigualdad formativa constituye un factor relevante con respecto a las diferencias de uso, incluso entre el propio colectivo. Diversos estudios (Agudo, Fombona y Pascual, 2013; eEspaña, 2013; Onsti, 2013; Peral, Arenas y Ramón, 2013), han demostrado la existencia de una asociación significativa entre el nivel de estudios y el grado de penetración y frecuencia de uso de las TIC e Internet, alcanzando un mayor porcentaje de uso y mayor disponibilidad de dichos recursos en aquellos sujetos con un nivel de estudio más alto.

Como para el resto de la población, Facebook es la red social más popular entre nuestros mayores, a pesar de que se percibe en ella ciertas limitaciones o barreras que dificulta a nuestros mayores su usabilidad, como: lo poco intuitivas que son, así como el cambio continuo de las interfaces gráficas. Unas dificultades que ya se manifestaban en la investigación realizada por Vilte, Saldaño, Martín y Gaetán (2013), donde el colectivo manifestaba igualmente el desconocimiento de la funcionalidad ofrecida por la aplicación, por ejemplo, como cargar imágenes, falta de un manual o una ayuda que les indique como

realizar una tarea o para qué sirve cada ícono. La segunda red más utilizada es Youtube, seguida de Messenger. Aunque ésta última fue en su día una gran red social en la que todos utilizábamos para comunicarnos, compartir fotos, etc., en la actualidad su declive es inminente, así lo constataba los estudios realizados por eEspaña (2013), quien afirmaba que el hecho de que las nuevas redes sociales ofrecieran este tipo de comunicación hizo que su número de usuarios se viera reducido. Sin embargo, para la mayoría de las personas mayores sigue siendo la tercera red más utilizada, mientras que para los más jóvenes ésta ha sido una de las herramientas de comunicación más remplazada en favor de las redes sociales o mensajería instantáneas como WhatsApp. Suelen ser menos frecuentes el uso de herramientas como wiki, twitter, Tuenti o blog y prácticamente inexistente el uso de marcadores sociales como Delicious. Unos datos que coinciden entre hombres y mujeres.

El estudio evidencia que la mayoría de las personas mayores que pertenecen a una red social hace un uso habitual de éstas, siendo los hombres los que se conectan mayormente a diario, mientras que la mujer suele hacerlo dos o tres veces por semana, por lo que se constata ciertas diferencias en los hábitos de consumo entre ellos. Sin embargo, la mayoría del alumnado permanece conectado un tiempo moderado, no superior a los 30 minutos. Solo un número reducido del 8,5% se conecta de 60-90 minutos y relacionado con herramientas como Facebook, Messenger, Windows live y Youtube. Si tenemos en cuenta el tiempo que le dedican, se percibe claramente que la vida online no es una de sus prioridades. Además, sus escasos conocimientos han sido adquiridos principalmente con la ayuda y orientación de los hijos u otros familiares, resultados que coinciden con el estudio realizado por Proyecto Menta (2014) donde exponían que la mayor ayuda que recibía el adulto mayor en aspectos tecnológicos provenía de sus hijos y nietos.

Los principales motivos por los que el colectivo ingresa en las redes sociales según los resultados de nuestro estudio son:

a) Mantener el contacto con amigos y familiares: bien porque se encuentren lejos geográficamente o para compartir fotos, videos o cualquier otra información de interés. Datos que coincide con los hallados por (Requena, Pastrana y Salto, 2012; Fundación Vodafone, 2013).

b) Como medio de entretenimiento: para muchos de nuestros mayores su principal motivación es la distracción, leyendo la información que se cuelga en la red sobre actualidad y la de sus contactos. Esta observación de las actualizaciones de otros usuarios, sobre todo cuando la información que se cuelga se trata de aspectos de sus vidas, es lo que Del Moral (2005) denomina como “voyeurismo”, observar al otro sin ser visto.

En menor medida hacen un uso de éstas para publicar conocimiento e información de forma dinámica con otras personas, grupos o instituciones en relación a temas o estudios afines o enviar mensajes públicos. Por lo que las actividades más asiduas por parte de nuestros mayores adquieren una actitud pasiva. Por lo que consideramos importante destacar que se ha producido un aumento en el índice de uso de las personas mayores, pero su actitud hacia las mismas no corresponde a la filosofía 2.0 “donde lo esencial no es el volumen de herramientas que se emplea, sino el buen uso que se hace de ellas, pudiendo contribuir, publicar, compartir y colaborar, y evitar ser un simple espectador pasivo” (Aguilar y Benítez, 2013, p.7). En las redes se puede vivir o sobrevivir, ya nos lo manifestaba (Fariñas, 2011). Si viven, actúan a conciencia, piensan, generan debates, opinan, disienten, aportan, coinciden, se integran conforme a propósitos deliberados. Si sólo sobreviven, como es el caso de nuestros mayores, son actores pasivos, simples caminantes del camino señalado por otros. Finalmente, son prácticamente inexistentes las personas mayores, en ambos géneros, que parece utilizarla para jugar, ampliar su círculo de amistades o buscar pareja.

Agradecimientos

Nuestro agradecimiento a todas las personas que han hecho posible que esta investigación se lleve a cabo, especialmente a los directores y profesorado de las diferentes universidades de mayores andaluzas participantes, así como a su alumnado.

Bibliografía

- Abellán, A., Vilches, J. & Pujol, R. (2014). *Un perfil de las personas mayores en España, 2014. Indicadores estadísticos básicos*. Madrid: Informes envejecimiento en red nº 6.
- Agudo, S., Fombona, J. & Pascual, M.A. (2013). El potencial de las personas mayores en conjunción con las TIC. *Revista de Educación y Desarrollo*, 27, 5-13.
- Aguilar, S. & Benítez, R. (noviembre, 2013). El adulto mayor ante las herramientas Web 2.0 o Web Social. *XXVI Seminario Interuniversitario de Pedagogía Social*, Oviedo.
- Bascones, L.M. (2014). “Compartir la vida”. En torno a la adopción de las redes sociales en Internet entre las personas con discapacidad y mayores. *Revista Española de Discapacidad*, 2 (1), 175-191.
- Belanche (2006). *Web2.0 y Educación: hacia un nuevo modelo de aula*. Recuperado de: <http://www.educacionenvalores.org/IMG/pdf/web20.pdf>
- Cabero, J. (2014). Formación del profesorado universitario en TIC. Aplicación del método Delphi para la selección de los contenidos formativos. *Educación XX1*, 17 (1), 112-132. doi: 10.5944/educxx1.17.1.10707.
- Cabrera, L.M. (2013). *Web 2.0: Wikipedia como fuente de información sobre las ciencias de la alimentación y de la nutrición* (Tesis doctoral). Alicante: Universidad de Alicante.
- Del Moral, J.A. (2005). *Redes Sociales ¿Moda o nuevo paradigma?*. Madrid: Asociación de usuarios de Internet.
- eEspaña (2013). *Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España*. Recuperado de http://www.proyectosfundacionorange.es/docs/eEspana_2013_web.pdf
- Fariñas, J.R. (2011). El Impacto de las Redes Sociales en la Propiedad Intelectual. *Propiedad Intelectual*, 14, 150-173.
- Fundación telefónica (2013). *La Sociedad de la Información en España 2012*. Ariel: Barcelona.
- García, A.A. (2010). *Wikis en tareas educativas Aplicaciones de la web 2.0 en Secundaria y Bachillerato* (Tesis doctoral). Salamanca: Universidad de Salamanca.

- García, M.C., Del Hoyo, M. & Fernández, C. (2014). Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes sociales en la participación social activa. *Comunicar*, 43 (XXII), 35-43.
- Instituto de estadística de Andalucía (2014). Proyección de la Población de España 2014–2064. Recuperado de <http://www.ine.es/prensa/np870.pdf>
- Montero, I. (2005). *El interés de las personas mayores por la educación: Qué educación. Estudio de Campo* (Tesis doctoral). Granada: Universidad de Granada.
- Nvnextvision (2011). Uso de las redes sociales en el ámbito empresarial. Recuperado de <http://www.nextvision.com/img/pdf/informe-redessociales.pdf>
- Peral, B., Arenas, J. & Ramón, M^a. A. (2013). El papel de las variables sociodemográficas en el uso de las aplicaciones basadas en internet por los mayores. *Innovar*, 23 (48), 55-65.
- Pierre, L. (2004). *Inteligencia Colectiva*. Washington, DC. Recuperado de http://api.ning.com/files/*GIUPBRojl2YJubWbjEqHJBAj2bOA7PwQNnRI1PzdlieiQGfZ55RMevaGFwj8lxxDc6Zn7y7WvYTm5th4Glj5Sip9rosCE/PLevyInteligenciaColectiva.pdf (Consulta 10-08-12).
- ONSTI (Observatorio nacional de telecomunicaciones y la SI) (2013). Informe anual la Sociedad en Red. Recuperado de http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_anual_la_sociedad_en_red_2012_edicion_2013_1.pdf
- Proyecto Menta (2014). Emprendimiento social para favorecer las TICs. entre mayores dependientes. Recuperado de <http://proyectomenta.es/blog/page/4/>
- Requena, C., Pastrana, I.M. & Salto, F. (2012). Multiplicadores de nuevas tecnologías. En Cuadernos de la cátedra telefónica, nº 1. *TIC y Envejecimiento de la Sociedad* (15-26). Universidad de León.
- Rodera, A.M. (2012). *Profesores 2.0 en la universidad del siglo XXI. Criterios para la integración educativa de la Web Social en la Universidad* (Tesis Doctoral). Recuperado de http://tesisenred.net/bitstream/handle/10803/83342/Tesis_Ana_Rodera.pdf?sequence=1

- Ruiz, F.J. (2009). Web 2.0. Un nuevo entorno de aprendizaje en la Red. *Revista Didáctica, Innovación y Multimedia*, 13. Recuperado de <http://dim.pangea.org/revistaDIM13/Articulos/pacoruiz.pdf>
- Vilte, D., Saldaño, V., Martín, A. & Gaetán, G. (2013). Evaluación del Uso de Redes Sociales en la Tercera Edad. *Congreso Nacional de Ingeniería Informática/Sistemas de Información* (En línea). Recuperado de <http://conaiisi.frc.utn.edu.ar/PDFsParaPublicar/1/schedConfs/7/142-446-1DR.pdf>.
- Wallece, P. (2000). *El seísmo demográfico*. Madrid: Siglo XXI.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Barroso Osuna, J. y Aguilar Gavira, S. (2016). Las personas mayores y las redes sociales. Un análisis de la situación actual. *Aula de Encuentro*, 18 (1), pp. 228-250.

Julio Barroso Osuna es
Profesor Titular y director del Dpto. de Didáctica y Organización Escolar
de la Universidad de Sevilla
Correo-e: jbarroso@us.es

Sonia Aguilar Gavira es
Profesora del Dpto. de Didáctica y Organización Escolar
de la Universidad de Cádiz
Correo-e: sonia.aguilar@uca.es

Enviado: 23 de diciembre de 2014

Aceptado: 20 de Mayo de 2015