

Un 80% de los españoles creen que las nuevas tecnologías mejoran su vida

Las nuevas tecnologías mejoran la vida de las personas. Esa es la conclusión a la que ha llegado un estudio sobre el comportamiento de los españoles, que desvela que el 80% de los encuestados considera que las nuevas tecnologías han contribuido a mejorar el bienestar social.

El móvil, la redes inalámbricas o la televisión digital son, sin duda, de gran ayuda.

El Estudio Sociológico sobre la Actitud y Comportamiento de los españoles hacia las Nuevas Tecnologías, realizado por TSN-Demoscopia, se basa en 1.588 entrevistas a una población repartida por todo el territorio nacional y con edades comprendidas entre los 18 y los 65 años.

Pero ¿qué significa `nuevas tecnologías´ para los españoles? La investigación revela que en un 66,4% de los casos, los encuestados identifican este vocablo con la informática, mientras que un 34,2% lo hace con la telefonía móvil. Para otros, el término está relacionado con la televisión o con Internet.

A dos de cada tres españoles, con independencia de su significado, le interesan las nuevas propuestas

tecnológicas y les dan más de un siete de utilidad en una escala del uno al diez.

El 75% de los encuestados no está de acuerdo con la frase "las nuevas tecnologías no son para la gente mayor", lo que, según sus creadores, "ha sido una de las gratas sorpresas del estudio", que revela cómo "los españoles comienzan a acercarse a la actitud de países tecnológicamente más desarrollados como Suecia o Dinamarca". Sin embargo, algunos españoles consideran todavía que estas nuevas herramientas generan incomunicación.

Según el estudio, las nuevas tecnologías interesan más a los hombres que a las mujeres (uno de cada tres casos no presentan ningún interés por ellas).

Además, atraen en mayor medida a los jóvenes de entre 18 y 24 años (73,4%) que a los mayores de entre 55 y 65 años, que se muestran interesados en un 52% de los casos.

Los españoles consideran especialmente relevante la influencia de las nuevas tecnologías en el mundo laboral (94% de los entrevistados), seguido del ocio y el entretenimiento (88,5%) y el mundo de la educación (76,5%).