

El grup de treball d'usuaris experimentats i intensius d'Internet a Catalunya

10.1. Fitxa tècnica de l'estudi: l'interès i la implicació dels enquestats respecte de la investigació	143
10.2. Perfil sociodemogràfic del grup de treball: la base del procés de transformació	147
10.3. Experiència de grup de treball: TIC, llar i fills	150
10.4. Definició de grup de treball	161

10.1. Fitxa tècnica de l'estudi: l'interès i la implicació dels enquestats respecte de la investigació

La generació de la base empírica d'aquest estudi es fonamenta en la realització d'enquestes dirigides exclusivament a usuaris d'Internet. Per això, es va utilitzar el servei Netquest¹³⁷ d'enquestes *online*, que permet la col·locació de qüestionaris en portals elegits i assegura, per tant, que els enquestats són usuaris d'Internet.

Tot i que l'enquesta no es va dirigir específicament a cap persona o entitat concreta, el seu principal objectiu és la població de Catalunya i la seva relació amb l'ús d'Internet i el consum de mitjans de comunicació *tradicionals*. Per això, es va obtenir la col·laboració generosa de tres empreses, que van permetre la distribució dels qüestionaris en quatre portals relacionats amb diferents mitjans de comunicació a Catalunya: *VilaWeb*, *El Periódico de Catalunya*, *TVC* i *3xl*.

Les taules 1 i 2 mostren la fitxa tècnica i les característiques principals de l'enquesta, que són essencials per a la posterior definició del grup de treball que en resulta, el tractament de les dades i la interpretació dels resultats.

Taula 1. Fitxa tècnica de l'enquesta (I)

Àmbit de l'enquesta: Internet		
		Temps de realització ^a
1	Portals en xarxa i naturalesa del mitjà de comunicació associat	09/01/2006 - 05/02/2006 (28 dies)
2	<i>VilaWeb</i> http://www.vilaweb.cat Servei independent de notícies en català, publicat exclusivament en format digital	03/04/2006 - 09/05/2006 (37 dies)
3	<i>El Periódico de Catalunya</i> : en català: http://www.elperiodico.cat ; en espanyol: http://www.elperiodico.com Versió digital del diari del mateix nom	18/04/2006 - 10/05/2006 (23 dies)
4	Televisió de Catalunya http://www.tv3.cat Portal de la televisió pública catalana	18/04/2006 - 10/05/2006 (23 dies)

Nota: pel que fa al procediment d'elaboració de l'enquesta i les diferències entre els diferents qüestionaris, vegeu la metodologia de la investigació.

a. El temps de realització de l'enquesta depèn exclusivament de la disponibilitat del lloc de col·locació dels qüestionaris dins de cada portal.

137. Soluciones Netquest de Investigación, SL. <<http://www.netquest.es>>. Vegeu la metodologia de la investigació.

Taula 2. Fitxa tècnica de l'enquesta (II)

	Portals en xarxa	Nombre i freqüència de respostes		Taxa d'abandonament	Temps mitjà de resposta	Taxa d'unicitat de respostes ^a	
		N	Respostes/dia	%	Minuts/segons	N	%
1	VilaWeb	344	12,29	71,09	18' 24"	276	80,23
2	El Periódico de Catalunya	45	1,22	96,98	17' 23"	37	82,22
3	Televisió de Catalunya	278	12,09	78,55	17' 48"	228	82,01
4	3xl	41	1,78	89,94	18' 16"	38	92,68
	Total	708	-	83,86	18' 06"	579	81,78

a. Donat el caràcter obert i no dirigit de l'enquesta, es va demanar als enquestats que facilitessin voluntàriament una adreça electrònica per a rebre informació sobre els resultats (vegeu la metodologia de la investigació –capítol 1–).

La fitxa tècnica de l'enquesta revela, en primer lloc, un elevat grau d'implicació dels enquestats pel que fa a la investigació, en funció de la combinació de tres factors:

- L'alta taxa d'abandonament –per sobre del 70% en tots els casos–, que acredita l'interès del 16,14% de les persones que van accedir a l'enquesta i finalment van acabar-la.
- L'elevat temps de mitjana de resposta per a una enquesta realitzada a Internet –prop de 20 minuts–, que informa de la forta voluntat de participació en l'estudi (i de la paciència i generositat) dels enquestats.
- La taxa d'unicitat de resposta, obtinguda a partir de l'incentiu de rebre informació sobre els resultats un cop hagi acabat la recerca, cosa que confirma l'alt grau d'implicació –més del 80%.

Les diferències en el nombre de respostes i en la seva freqüència diària depenen, sense cap mena de dubte, de diversos factors relacionats amb les circumstàncies específiques de la vida dels enquestats i del moment en què es va realitzar l'enquesta, i que queden fora del control de la mecànica de l'estudi. Això no obstant, paga la pena assenyalar dos factors específics que han pogut influir en aquest resultat en la mesura que depenen del protocol de col·locació de l'enquesta en els diferents portals: la mida i el temps d'exposició dels reclams publicitaris (bàners), que van ser dissenyats per cadascuna de les empreses col·laboradores.

En aquest sentit, a *VilaWeb*, *Televisió de Catalunya* i *3xl* es van utilitzar reclams publicitaris de gran format, que van ser col·locats en llocs específics per a la publicitat en cada portal, de caràcter animat i en competició amb altres campanyes publicitàries. En els tres casos, després d'uns dies inicials de baixa freqüència d'exposició que van donar com a resultat una

acumulació de 4, 2 i 0,5 respostes per dia, respectivament, augments significatius en el temps d'exposició dels bàners van portar a l'augment de la freqüència de respostes fins a nivells de 24, 16 i 3 en el període intermedi de l'estudi, fins a l'estabilització en l'última part, a nivells de 9, 9 i 2 respostes diàries.

En el cas d'*El Periódico de Catalunya* es va utilitzar un reclam publicitari de format més petit i fix, que es va mantenir en el mateix lloc de la portada de les dues versions digitals del diari durant tot el període de realització de l'enquesta, de manera que no s'observen diferències significatives en les freqüències de resposta (0,49 i 0,73, respectivament, per a les versions en català i espanyol).

Cal destacar una diferència important pel que fa a la relació entre la dinàmica de resposta dels diferents qüestionaris i el portal utilitzat, i que pot ser rellevant en la taxa d'abandonament de cadascun dels portals. En la prova pilot –*VilaWeb*, amb la freqüència més alta de respostes–, el disseny de la part inicial de l'enquesta (característiques sociodemogràfiques) requeria un gran esforç d'escriptura per part dels enquestats, sobretot en els apartats que corresponien al lloc de naixement i de residència. Per contra, els qüestionaris definitius, col·locats en els portals d'*El Periódico de Catalunya*, *Televisió de Catalunya* i *3xl* incorporaven menús de respostes a elegir en la part inicial, cosa que facilitava el procés d'entrada a l'enquesta.

La taxa més baixa d'abandonament i la major freqüència de respostes al portal de *VilaWeb* podria ser interpretada com una indicació d'un grau més elevat d'implicació amb l'objectiu de la investigació per part dels usuaris d'aquest portal, acostumats a l'ús d'un mitjà exclusivament digital.

La segona secció (equipament) requeria la resposta obligatòria de tots els ítems i aquesta característica només es va aplicar al portal d'*El Periódico de Catalunya*, fent que la realització de la resposta fos més tediosa. Aquest fet pot servir com una explicació addicional de la taxa més alta d'abandonament i la menor freqüència de respostes en les enquestes realitzades en el portal del diari.

Per últim, la col·locació del qüestionari definitiu en les pàgines principals del portal de *Televisió de Catalunya*, davant la necessitat d'accedir, dins del mateix portal, a la pàgina de *3xl* –amb un nombre d'usuaris més baix–¹³⁸ per a realitzar l'enquesta especialment dissenyada

138. Fernández (2007).

per a aquest lloc, suggereix una primera explicació de la diferència de freqüència de respostes entre aquests dos qüestionaris. Això no obstant, es podria també aventurar un grau més baix d'interès per part d'usuaris del portal de 3x/, d'edats marcadament més baixes, en l'estudi d'unes tecnologies que tendeixen a ser constitutives en la vida de la població més jove.

10.2. Perfil sociodemogràfic del grup de treball: la base del procés de transformació

La taula 3 mostra el perfil sociodemogràfic dels enquestats en relació amb les principals variables sociodemogràfiques.

Taula 3. Perfil sociodemogràfic del grup de treball

Variable	Categories	N	%
Gènere	Homes	494	69,8
	Dones	214	30,2
	Total	708	100,0
Edat	< 18	38	5,4
	18-25	134	18,9
	26-30	140	19,8
	31-35	107	15,1
	36-40	91	12,8
	41-45	66	9,3
	46-50	62	8,8
	51-55	36	5,1
	> 55	34	4,8
	Total	708	100,0
Nivell d'estudis acabats	Sense estudis, EGB, ESO	55	8,2
	Batxillerat	140	19,8
	Formació professional	72	10,1
	Estudis universitaris (diplomatura, llicenciatura, màster, doctorat)	438	61,9
	Altres	3	0,4
	Total	708	100,0
Situació laboral	Treballen a temps complet	423	59,7
	Treballen a temps parcial	59	8,3
	Treballen per compte propi (autònom)	65	9,2
	Aturats	25	3,5
	Jubilats	18	2,6
	A casa	4	0,6
	Estudiants	114	16,1
	Total	708	100,0
Estructura familiar	Viuen amb la parella	168	23,7
	Viuen amb la parella i els fills	199	28,1
	Viuen amb pares i/o germans (sense fills)	206	29,1
	Viuen amb no familiars, contesten que "no és procedent" o no contesten la pregunta	117	16,5
	Altres	18	2,6
	Total	708	100,0

Si tenim en compte el caràcter no dirigit de l'enquesta i, per tant, el fet que es tracta d'un procés d'autoselecció del grup de treball, convé destacar la correlació entre el perfil sociodemogràfic dels enquestats i les característiques sociodemogràfiques actuals descrites pel que fa als usuaris d'Internet a Catalunya,¹³⁹ atès que els enquestats són majoritàriament homes (69,8%), joves (un 53,8% entre 18 i 35 anys), amb un nivell educatiu alt (el 61,9% amb estudis universitaris), que pertany a la franja de població activa ocupada (77,2%, dels quals un 9,2% són autònoms), i viuen en família (80,9%).

S'observa una gran coincidència amb el perfil sociodemogràfic resultant a l'enquesta que l'Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación¹⁴⁰ dirigeix periòdicament i específicament a usuaris d'Internet al conjunt de l'Estat espanyol. Destaca el fet que el patró d'interès d'aquest tipus d'estudis és, en certa manera, un reflex de les característiques dels patrons de difusió de les TIC, en aquest cas, pràcticament iguals pel que fa al conjunt d'Espanya i a Catalunya en particular. Així, els enquestats per l'AIMC la tardor del 2006 són, també, majoritàriament homes (69,6%), joves (un 58,6% entre 20 i 34 anys), amb alt nivell educatiu (el 46,9% amb estudis universitaris), amb feina (72,4%, dels quals un 11,5% son autònoms), i viuen amb altres persones; és a dir, segurament en família (93,2%).

Per a realitzar una anàlisi exhaustiva i precisa dels resultats de l'estudi i, a causa del caràcter no representatiu de l'estudi i a l'autoselecció dels enquestats dins del grup de treball, és important establir el grau d'interdependència entre les diferents variables sociodemogràfiques.

Les dades indiquen un grau molt elevat de correlació entre totes les variables sociodemogràfiques principals que defineixen el grup de treball, amb l'excepció del gènere i de l'estructura domèstica no familiar, i, per tant, la necessitat de considerar-les conjuntament en l'anàlisi posterior.¹⁴¹

Pel que fa al gènere, convé assenyalar la relació de les dones amb una situació laboral menys estable (57,5% amb feina a temps complet o per compte propi, davant el 73,9% dels homes), tot i que és independent del nivell d'estudis acabats (61,1% amb estudis universitaris davant el 62,6% dels homes). Tot i això, el 50% de les dones que han contestat l'enquesta té 30 anys o menys, davant només el 41,4% dels homes. Tot i que no existeix una relació significativa entre l'edat i el gènere dels enquestats, no hi ha dubte que el perfil

139. Tal com s'ha descrit en la part anterior, els usuaris catalans d'Internet són principalment homes, joves, amb un alt nivell d'estudis, amb feina i que viuen en zones urbanes.

140. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2007, febrer). *Navegantes en la Red*. <<http://www.aimc.es>>.

141. Vegeu l'annex 2 al final de l'informe.

d'edat lleugerament més jove de les dones que integren el grup de treball –juntament amb la situació socioeconòmica de les dones en la societat catalana–¹⁴² influeix en el seu grau d'accés al mercat de treball.

Mitjançant la realització d'una anàlisi de correspondències múltiples,¹⁴³ s'han identificat tres grups principals de distribució sociodemogràfica dels enquestats:

- **Grup 1:** els joves, de 25 anys o menys, que viuen majoritàriament amb pares i germans en domicilis d'entre 3 a 5 persones, i són estudiants que no han acabat els estudis universitaris i/o treballen a temps parcial.
- **Grup 2:** persones d'entre 26 i 35 anys, i més grans de 60 anys, que viuen en domicilis d'entre 1 i 2 persones, però no amb pares o fills, i que majoritàriament treballen a temps complet i tenen estudis universitaris.
- **Grup 3:** persones d'entre 41 i 50 anys, que majoritàriament viuen amb la parella i els fills i treballen a temps complet.

Tot i que l'enquesta s'ha realitzat a través de quatre portals relacionats específicament a l'àmbit sociocultural de Catalunya, el seu caràcter no dirigit fa necessari determinar la procedència dels integrants del grup de treball. Així, en relació amb el lloc de naixement, 622 enquestats (87,85%) són originaris de Catalunya; 50 procedeixen d'altres àrees en què es parla el català (País Valencià i Balears: 7,06%), i només 36 són d'altres llocs (resta d'Espanya, Unió Europea i Amèrica Llatina: 5,08%). D'altra banda, 649 enquestats (91,67%) viuen a Catalunya, 38 al País Valencià o Balears (5,37%), i 21 d'altres llocs (2,96%).

Considerant totes aquestes dades en conjunt, el procés d'autoselecció determinat pel mecanisme de realització de les enquestes ha donat com a resultat la formació d'un grup de treball d'usuaris d'Internet, majoritàriament originaris i residents a Catalunya i altres àrees de parla catalana (> 95%). El perfil sociodemogràfic dels enquestats té l'estructura pròpia de patrons de difusió d'Internet anteriors a la tendència actual cap a la disminució de desigualtats, descrita a la part II d'aquest informe. Aquest resultat suggereix un alt nivell de familiaritat i experiència amb Internet per part dels integrants del grup de treball i, per tant, també, el seu potencial, en conjunt, com a agents actius de transformació de pràctiques relacionades amb l'ús d'Internet.

142. Instituto Nacional de Estadística. <<http://www.ine.es>>. Vegeu la primera part d'aquest informe.

143. Vegeu l'annex 3 al final de l'informe.

10.3. Experiència de grup de treball: TIC, llar i fills

Si l'objectiu principal d'aquest estudi és entendre els processos de transformació de les pràctiques d'informació i comunicació associades a l'ús d'Internet, la definició del grup de treball ha d'incloure, necessàriament, les seves principals característiques pel que fa a l'experiència. Així, d'acord amb les tendències descrites a la part II d'aquest informe, l'experiència dels enquestats s'ha definit en funció de tres aspectes principals:

- El nivell i tipus de connexió a la llar.
- L'equipament tecnològic a la llar i la seva localització.
- L'antiguitat, la freqüència, la intensitat i l'horari habitual de connexió.

10.3.1. Lloc de connexió: la llar com el centre principal d'operacions

El lloc preferent de connexió a Internet per part dels integrants del grup de treball és l'habitatge: (679 enquestats; 95,9%),¹⁴⁴ seguida pel centre de treball (518 enquestats; 73,2%), i el centre de formació (141 enquestats; 19,9%).

La majoria dels enquestats (528; 74,6%) disposen de connexió a través de banda ampla (ADSL), cosa que representa un 77,8% d'incorporació de banda ampla a la llar.

Aquestes dades situen el grup de treball a l'avantguarda en la incorporació de connexió a Internet en l'entorn domèstic a Catalunya, amb uns nivells generals de connexió a casa que són clarament inferiors (73,4%).

Convé assenyalar que el grau de connexió dels enquestats en els centres de treball i de formació també són superiors als nivells generals en el context de Catalunya (48,0% i 10,1%, respectivament).

En conjunt, aquests resultats són una indicació evident de l'alt nivell de familiaritat dels integrants del grup de treball amb Internet.

144. 29 enquestats (4,1%) no disposen de connexió a Internet a la llar. 21 d'aquests enquestats (72,4%) mencionen el cost com a barrera principal; i, en aquest mateix sentit, 13 enquestats (44,8%) citen l'àmplia disponibilitat de connexió a altres llocs.

D'altra banda, els encreuaments entre les variables sociodemogràfiques i les respostes sobre el lloc de connexió a la llar revelen:

- Una relació directa de la edat –i, per tant, del nivell d'estudis, la situació laboral i la posició dels enquestats dins de l'estructura familiar– amb el grau de connexió en el centre de treball o en el centre de formació. Així, com indica la taula 4, els més grans de 30 anys, amb feina, amb estudis universitaris i que no viuen amb els pares es connecten més en el centre de treball, i els menors de 31 anys, estudiants que no han acabat els estudis universitaris i que viuen amb els pares es connecten més en el centre de formació.
- Una relació més gran dels homes –pel que fa a les dones– amb la connexió a Internet, tant des de l'habitatge com en el centre de treball.

Taula 4. Resum de resultats de la regressió que mostra l'associació de les característiques sociodemogràfiques i el lloc de connexió

Relació de probabilitat entre la categoria indicada i la resta dels enquestats ^a				
		Lloc de connexió a Internet		
Variable	Categoria de referència	habitatge	Centre de treball	Centre de formació
Gènere	Homes Dones	+	+	
Edat	Més grans de 30 anys 30 anys o menys		+	+
Nivell educatiu	Estudis universitaris Estudis no universitaris		+	+
Situació laboral	Feina a temps complet Estudiants		+	+
Estructura familiar	No viuen amb els pares Viuen amb els pares		+	+

a. La relació de probabilitat està basada en una anàlisi de regressió logística en què s'ha utilitzat una doble prova de significació: khi-quadrat de Pearson i *odds ratio* (test de Wald). Una relació positiva indica que els enquestats que pertanyen a la categoria de referència tenen una probabilitat més gran de respondre a les preguntes corresponents que no pas la resta d'enquestats, d'acord amb cada variable sociodemogràfica.

Si tenim en compte que la gran majoria dels enquestats disposen de connexió a Internet a casa, podem esperar una absència de diferències sociodemogràfiques dins del grup de treball. Això no obstant, la relació més gran dels homes amb la incorporació d'Internet en l'entorn domèstic s'explica perquè, tot i que una gran majoria dels enquestats són homes, més de la meitat dels 29 que no tenen Internet a casa són dones (15; 51,7%).

Aquestes dades, juntament amb la relació de les dones enquestades amb una situació laboral personal menys estable, confirmada també pel nivell més alt de connexió dels homes des de la feina, sembla que incideixen en la situació socioeconòmica de dependència de

les dones en la societat catalana. Una conseqüència d'aquesta situació és la diferència d'accés a Internet.

Si tenim en compte el perfil més jove de les dones integrants del grup de treball, el fet que el 93,0% de les entrevistades disposa de connexió a casa és una indicació potent de la importància de l'àmbit domèstic pel que fa a la tendència cap a la disminució de desigualtats en l'accés a Internet. En aquest sentit, les lògiques diferències sociodemogràfiques –edat, situació laboral, nivell educatiu, posició en l'estructura familiar– d'accés als centres de treball i formació, juntament amb l'absència de diferències en l'habitatge, confirmen, encara més, la dinàmica creixent de generalització d'accés a Internet per la via domèstica i familiar.

10.3.2. Entorn tecnològic i localització de l'equipament: la independència dels més joves

La presència d'equipament tecnològic "tradicional" relacionat amb les pràctiques d'informació i comunicació –telèfon fix, televisió, ràdio, estèreo– és alta a les llars dels enquestats (> 85%, en tots els casos). D'altra banda, la taula 5 mostra que els enquestats també disposen majoritàriament d'equipament TIC i digital, tant a casa, com personal i mòbil.

Les freqüències percentuals confirmen que els enquestats viuen en un entorn tecnològic amb un nivell alt d'incorporació d'equipament digital i mòbil, que gradualment va substituint els equips més *tradicionals*, com mostren els exemples relatius a la telefonia (90,4% amb telèfon fix, davant el 95,1% amb telèfon mòbil), els aparells de reproducció d'imatge (65,3% amb VHS, davant el 86,9% amb DVD), els aparells mòbils de reproducció d'àudio (37,4% i 50,1% amb *walkman* i *discman*, respectivament, davant el 60,5% amb MP3), i les càmeres fotogràfiques (62,6% amb càmeres analògiques, davant el 83,8% amb càmeres digitals).

Taula 5. Equipament tecnològic dels enquestats

Equipament	Freqüència de respostes				
	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20%-40%	0%-20%
Telèfon fix	X				
Telèfon mòbil	X				
Telèfon mòbil amb Internet			X		
Televisió	X				
VHS		X			
DVD	X				
Estèreo	X				
Ràdio	X				
<i>Walkman</i>				X	
<i>Discman</i>			X		
<i>iPod</i>					X
MP3		X			
Videojocs				X	
Ordinador	X				
Ordinador portàtil			X		
Ordinador portàtil amb Wi-Fi			X		
Llapis USB		X			
Agendes electròniques				X	
Impressora	X				
Escàner		X			
Càmera web			X		
Càmeres analògiques		X			
Càmeres digitals	X				

Els equips no mòbils es reparteixen, principalment, entre les àrees d'ús comú de l'habitatge (sala menjador), el dormitori principal i el despatx, amb una certa tendència lògica cap a la localització de l'equipament en principi més relacionat amb activitats pràctiques (feina) al despatx (impressora i escàner, lògicament associats a la presència de l'ordinador).

La taula 6 mostra també l'alt grau de localització de la connexió a Internet al dormitori, al costat del telèfon fix, la televisió, el VHS, el DVD, la ràdio i l'estèreo. Aquestes dades es corresponen amb l'increment gradual de la importància d'Internet com a mitjà de comunicació i entreteniment personalitzat.

Taula 6. Orde de localització preferent de l'equipament a la llar dels enquestats

Equipament	Localització						
	Sala menjador	Dormitori	Despatx	Habitació dels fills	Altres	No procedent	3x ^a
Telèfon	1	2	3				
Telèfon mòbil			3		2	1	1
Televisió	1	2			3		2
VHS	2	3			1		2
DVD	1	3			2		2
Estèreo	1	3		2			1
Ràdio	1	2			3		1
<i>Walkman</i>				2	3	1	1
<i>Discman</i>				2	3	1	1
<i>iPod</i>				3	2	1	1
MP3				3	2	1	1
Videojocs	1			3		2	1
Ordinador	3		1	2			
Ordinador portàtil			2		3	1	1
Connexió a Internet	2	3	1				^b
Impressora	3		1	2			1
Escàner	3		1	2			
Càmera web			2	3		1	
Càmeres analògiques		3			2	1	
Càmeres digitals		3			2	1	1
Llapis USB				3	2	1	1
Agendes electròniques				2	3	1	1

a. Orde de localització preferent de l'equipament "a la meua habitació". Les cel·les buides indiquen l'absència de resultats significatius.

b. Al qüestionari col·locat en el portal 3x^a no es va preguntar per la localització de la connexió a Internet.

Resulta molt important l'alt grau de localització de tot tipus d'equipament, inclosos els dispositius mòbils, al dormitori dels fills, sobretot per part de les persones que han respost l'enquesta a través del portal 3xI, en què 38 dels 41 enquestats (92,7%) viuen amb els pares. Aquestes dades són indicatives de l'elevada relació de propietat per part dels més joves en relació amb l'equipament electrònic, mòbil, informàtic i digital, amb funcions que abracen tot l'arc d'activitats: comunicació, entreteniment i usos pràctics.

Els encreuaments entre les variables sociodemogràfiques i les respostes sobre l'equipament i la seva localització a casa revelen:

- Una relació més gran dels homes que no pas les dones amb equips mòbils i digitals actualitzats –telèfon mòbil amb accés a Internet, videojocs, ordinadors portàtils, llapis USB, càmeres digitals i equips de reproducció d'àudio, inclosos l'*iPod* i MP3.
- Encara més, en el cas dels ordinadors portàtils i de les càmeres digitals, aquesta relació s'observa també quan només es consideren els enquestats menors de 31 anys i, també passa amb el llapis USB en les mostres que consideren als enquestats menors de 18 anys i entre 18 i 30 anys.
- Un vincle dels més joves amb equipament relacionat exclusivament amb el consum i l'entreteniment: videojocs amb els menors de 18 anys que viuen amb els pares; i DVD, *iPod* i MP3 amb els enquestats d'entre 18 i 30 anys; davant la correspondència més gran dels més grans de 30 anys amb equips relacionats amb funcions més pràctiques, com impressores o escàners.
- Una correlació similar a l'anterior, i que també depèn de l'edat, entre el grau de difusió de diferents equips i el nivell d'estudis: els videojocs pel que fa als enquestats amb estudis primaris; la impressora i l'escàner amb els enquestats amb estudis secundaris, i l'ordinador portàtil amb els enquestats amb estudis universitaris.
- Una relació conjunta de l'edat i la situació laboral –i, per tant, el poder adquisitiu– amb el nivell d'actualització dels equips: ordinadors portàtils per als enquestats que treballen a temps complet o per compte propi; els equips de gran capacitat d'emmagatzematge d'àudio digitals (MP3, *iPod*) per als estudiants i enquestats que treballen per compte propi; davant el VHS i el *discman* per als enquestats que treballen a temps parcial o no tenen feina.
- Un vincle més gran entre les famílies amb fills i la incorporació d'una àmplia gamma d'equipament i aplicacions relacionades amb múltiples funcions –informació, comunicació, entreteniment, treball, estudis: televisió de pagament, VHS, DVD, videojocs, ordinadors portàtils, impressores, escàners i càmeres digitals. I, per contra, una correspondència entre els enquestats que viuen en parella però no tenen fills i que, majoritàriament, tenen entre 26 i 35 anys, amb equips digitals intermedis, com el DVD i el *discman*.
- I un grau elevat de relació entre els més joves (menors de 18 anys, estudiants d'ESO i batxillerat, i que viuen amb els pares) i la localització en la seva pròpia habitació de tot tipus d'equips (televisió, VHS, DVD, videojocs, ordinador, impressora, escàner i tot un

conjunt d'aparells mòbils: telèfon mòbil, *iPod*, MP3, *walkman*, *discman*, ordinador portàtil, agenda electrònica, llapis USB i càmeres fotogràfiques analògiques i digitals).

Totes aquestes dades permeten intuir una dinàmica d'incorporació d'equipament dins del grup de treball depenent, fonamentalment, de l'estructura socioeconòmica –com mostren, inversament, els casos de les dones i dels enquestats amb feina a temps complet o per compte propi– i de la presència de fills a la llar.

Tot i que la relació dels més grans de 30 anys amb l'ús d'equipament informàtic i digital presenta un component pràctic i professional, la via d'introducció a l'ús de la tecnologia d'avantguarda pels menors de 31 anys, en gran part, estudiants que viuen amb els pares, és marcadament familiar/domèstica, i relacionada, en principi, amb el consum i l'entreteniment. Aquesta correspondència l'examinarem amb més detall amb l'anàlisi de les activitats realitzades pels enquestats a Internet.

Aquestes dades verifiquen que l'habitatge és un entorn altament tecnològic per als més joves, caracteritzat per una forta tendència cap a la personalització –en funció de la localització i associada a una forta relació de propietat– de l'ús d'equips actualitzats informàtics, mòbils i digitals en l'àmbit privat de la seva habitació.

La taula 7 resumeix les principals correlacions entre diferents categories sociodemogràfiques, el tipus d'equipament que disposen els enquestats, i la seva localització en l'entorn domèstic, sobretot a l'habitació dels fills.

Taula 7. Resum dels resultats de la regressió que mostra l'associació entre les característiques sociodemogràfiques, l'equipament i la seva localització

Relació de probabilitat entre la categoria indicada i la resta dels enquestats ^a						
Variable	Categoria de referència	Equipament				Localització
		tradicional ^b	intermedi ^c	actualizat ^d	informàtic ^e	A l'habitació dels fills
Gènere	Homes Dones		+	+	+	
Edat	Menors de 31 Entre 18 i 30 Menors de 18		+	+		+
Nivell educatiu	Estudis primaris Est. secundaris			+	+	+
Situació laboral	Treballen/estudien Aturats	+	+	+	+	
Estructura familiar	Famílies amb fills Famílies sense fills Viuen amb pares	+	+	+	+	+

a. La relació de probabilitat està basada en una anàlisi de regressió logística en què s'ha utilitzat una doble prova de significació: khi-quadrat de Pearson i *odds ratio* (test de Wald). Una relació positiva indica que els enquestats que pertanyen a la categoria de referència tenen una probabilitat més gran de respondre a les preguntes corresponents que no la resta dels enquestats, d'acord amb cada variable sociodemogràfica.

b. TV, VHS, ràdio, estèreo, *walkman*, càmeres analògiques.

c. DVD, *discman*.

d. Telèfon mòbil amb Internet, MP3, *iPod*, videojocs, càmeres digitals.

e. Ordinador, ordinador portàtil, impressora, escàner, llapis USB, agenda electrònica, càmera digital.

10.3.3. Antiguitat, freqüència, intensitat i horari de connexió: usuaris experimentats i intensius

Una majoria dels integrants del grup de treball:

- va començar a utilitzar Internet fa més de 5 anys (414; 58,5%);
- es connecta cada dia (633; 89,4%);
- dedica a Internet més de 10 hores a la setmana; és a dir, més de 86 minuts al dia (529; 74,7%). D'aquests, 224 (42,3%) dediquen a Internet més de 30 hores a la setmana (més de 257 minuts al dia), i
- utilitza Internet preferentment "a qualsevol hora" (500; 70,6%). El segon horari de preferència és entre les 20:00 i les 00:00 (*prime time*) per a 158 d'enquestats (22,3%).

Aquestes dades revelen un nivell d'experiència dels enquestats superior al que s'ha descrit al context general de Catalunya en el moment de la realització de l'estudi (2006): un 55,9% d'usuaris amb més de 5 anys d'antiguitat; un 55,1% d'usuaris que es connecta cada dia; i un 39,8% d'usuaris freqüents¹⁴⁵ que dediquen més de 5 hores setmanals (43 minuts diaris) a Internet.

145. INE (2006).

Tenint en compte aquestes dades, els encreuaments entre les variables sociodemogràfiques i les respostes sobre l'antiguitat, la freqüència i la intensitat de connexió revelen:

- Un grau més alt d'experiència dels homes amb respecte a les dones, i a partir dels 18 anys, en relació amb una antiguitat de més de 5 anys, la freqüència diària de connexió i una dedicació de més de 30 hores a la setmana.
- Una relació directa de l'edat –que té la seva correspondència amb el nivell d'estudis i la situació laboral– amb l'antiguitat d'ús, de forma que l'experiència de més de 5 anys es detecta entre els enquestats de més de 18 anys. D'altra banda, els integrants del grup de treball que tenen entre 18 i 30 anys són els usuaris més freqüents i intensius (connexió diària i dedicació de més de 30 hores setmanals).
- Pel que fa a l'estructura familiar, l'única dada significativa estableix un vincle entre els enquestats que són pares i mares de família (i viuen amb la parella i els fills), que en la seva majoria tenen entre 36 i 50 anys (71,6%), i una dedicació a Internet inferior a les 10 hores setmanals.

La taula 8 resumeix les principals correlacions entre diferents categories sociodemogràfiques i l'antiguitat, la freqüència i la intensitat de connexió a Internet.

Taula 8. Resum dels resultats de la regressió que mostra l'associació entre les característiques sociodemogràfiques, l'antiguitat, la freqüència i la intensitat de connexió a Internet

Relació de probabilitat entre la categoria indicada i la resta dels enquestats ^a				
Variable	Categoria de referència	Antiguitat (més de 5 anys)	Freqüència (connexió diària)	Intensitat (més de 30 hores/setmana)
Gènere	Homes Dones	+	+	+
Edat	Menors de 31 Entre 18 i 30 Menors de 18		+	+
Nivell educatiu	Estudis universitaris Estudis secundaris Estudis primaris	+		
Situació laboral	Treballen a temps complet Autònoms Estudiants	+		+
Estructura familiar	Pares i mares de família Famílies sense fills Viuen amb pares			-

a. La relació de probabilitat està basada en una anàlisi de regressió logística en què s'ha utilitzat una doble prova de significació: khi-quadrat de Pearson i *odds ratio* (test de Wald). Una relació positiva indica que els enquestats que pertanyen a la categoria de referència tenen una probabilitat més gran de respondre a les preguntes corresponents que no la resta dels enquestats, d'acord amb cada variable sociodemogràfica.

Aquestes dades corroboren la relació diferencial de gènere amb la tecnologia en un context de disminució de les desigualtats, pel fet que no hi ha diferències significatives entre homes i dones menors de 18 anys en la freqüència i la intensitat de connexió.

Les dades també permeten identificar als enquestats d'entre 18 i 30 anys com el grup d'usuaris més intensius, circumstància que dona una primera indicació del paper essencial dels joves en els processos de transformació de les pràctiques d'informació i comunicació mitjançades per la tecnologia. Això s'haurà de confirmar més tard mitjançant l'anàlisi de les activitats i les característiques d'ús d'Internet.

Es confirma una dinàmica d'introducció a l'ús d'Internet depenent de l'edat i de la situació socioeconòmica. Cal destacar, també, que els enquestats que treballen per compte propi són, significativament, els que presenten un grau més alt d'experiència, en termes de l'antiguitat de connexió i, sobretot, d'una intensitat d'ús superior a les 30 hores setmanals. Aquest fet suggereix una correspondència entre l'ús intensiu d'Internet i l'activitat professional gestionada de forma autònoma.

Per últim, atès que la majoria dels integrants del grup de treball viuen en família (573; 80,9%), es podia esperar una absència de diferències significatives en la relació entre l'experiència i l'estructura familiar. No obstant això, la identificació dels pares i mares com el grup d'enquestats amb un ús d'Internet menys intensiu suggereix una gestió del temps menys flexible en el context de famílies amb fills, dependents d'horaris de feina i temps familiar establert d'acord amb l'estructura social, econòmica i cultural, i amb les responsabilitats laborals, escolars i familiars corresponents.

La forta tendència detectada cap a la flexibilitat d'horari en l'ús d'Internet, unida a un cert grau d'incorporació en l'horari habitual de consum de televisió (*prime time*), permet reafirmar, dins el grup de treball, la importància de l'entorn domèstic/familiar com a escenari en què es produeix la gradual modificació de pràctiques relacionades amb un entorn creixent de presència tecnològica.

A més, les dades suggereixen que aquestes transformacions passen, essencialment, en funció de l'edat dels diferents membres de les famílies, i de la relació entre la seva situació socioeconòmica i les seves necessitats i interessos particulars pel que fa a diferents tipus d'activitats (feina, estudis, entreteniment, oci). No obstant això, aquest punt s'haurà de posar a prova en l'anàlisi que es descriurà en el següent capítol.

Algunes tendències descrites pel que fa al lloc de connexió, i la freqüència, dedicació i horari d'ús es confirmen també en els grups definits mitjançant la realització de l'anàlisi de correspondències múltiples:

Grup 1: són els enquestats que més es connecten des d'un centre de formació.

Grup 2: es connecten principalment en el centre de treball.

Grup 3: també utilitzen Internet en el centre de treball i són el grup d'enquestats que més es connecta setmanalment –en contraposició a diàriament–, i hi dediquen menys de 10 hores a la setmana a un ús que restringeixen majoritàriament entre les 20.00 i les 00.00 (*prime time*).

10.4. Definició de grup de treball

Les dades i anàlisis resumides en aquest capítol permeten definir el conjunt d'enquestats en aquesta recerca com un **grup de treball autoseleccionat d'usuaris experimentats i intensius d'Internet a Catalunya**.

Aquestes característiques distintives, juntament amb el perfil sociodemogràfic dels seus integrants i el nivell i característiques d'incorporació d'Internet a la llar –en comparació amb la situació general a Catalunya– estableixen la seva idoneïtat, que permet explorar:

- els patrons d'incorporació i ús d'Internet;
- la seva relació amb les tendències més significatives de transformació de les pràctiques d'informació i comunicació mitjançades per la tecnologia;
- el seu impacte en la gestió de les activitats quotidianes i, en concret, en el consum de mitjans de comunicació *tradicionals*; i
- la importància de la connexió en l'entorn domèstic en relació amb el paper dels joves en aquest procés de transformació.

