

TECNOLOGÍA PARA LA TERCERA EDAD

Aunque la tecnología podría ser muy útil para las personas mayores y los minusválidos, la economía y la Sociedad se muestran reticentes a pesar de que las estadísticas indican que, dentro de 30 años, los mayores de 60 formarán el grupo de población más numeroso.

Si bien los viejos son cada vez más viejos (esto es algo conocido por todos), son también más exigentes y esto es algo que sólo se podía sospechar. Los que hoy tienen 70 años, llevan una vida bastante espartana y pasan por ser personas agradecidas, conscientes de sus deberes, fáciles de contentar e inclinadas al compromiso. Tras el cambio de siglo, en cambio, nos esperan unos ancianos totalmente diferentes: exigentes, egocéntricos, difíciles de contentar y reacios al compromiso.

Al menos, ésta es la imagen que se desprende de un estudio realizado por el **Boston Consulting Group** y cuyo tema principal es el denominado *Señor Home*. Esta expresión puede traducirse por "asilo de ancianos", pero en este caso significa fundamentalmente "hogar de viejo". Si tenemos en cuenta las necesidades actuales y las posibilidades de la tecnología moderna, en un futuro próximo el aspecto de estos hogares será muy diferente al actual.

Si hemos de creer a los especialistas, el hogar de los ancianos no tardará en convertirse en un lugar ampliamente interconectado: los aparatos de la cocina, electrodomésticos, aparatos destinados al ocio y dispositivos de comunicación se podrán accionar a distancia desde un control central y, en caso necesario, mediante la voz. La fantasía no tiene límites y una ca-

sa así podría transformarse en un traje a medida adaptado a las circunstancias y necesidades de cada individuo. Las normas se han fijado ya, integrándose campos hasta ahora separados de la Arquitectura y las Telecomunicaciones.

Existe un gran abismo entre las posibilidades técnicas y el mercado. ¿Cómo podría ser de otra forma en un mundo donde la mayoría de los consumidores no entienden las instrucciones de un aparato de video catalogado como especialmente sencillo? O, por poner un ejemplo más trivial, ¿cómo podría ser de otra forma en un mundo donde un fontanero alemán, recurriendo a todo tipo de artilugios, se embolsa 160 dólares por invertir 20 minutos de su tiempo en desatascar una tubería?

Lo decisivo es esto: para que una cosa le resulte razonable al hombre desde un punto de vista técnico, debe funcionar de forma muy sencilla y, para poder evaluar las posibilidades comerciales de una técnica, es preciso tener en cuenta los obstáculos con que ésta puede encontrarse en la vida cotidiana, incluidos los errores humanos. En otras palabras: esta revolución técnica no es cuestión de mercadotecnia sino de cambio social.

Los ejemplos resultan impresionantes y en ocasiones conmovedores,

pero muestran también, de manera elocuente, lo que nos espera; un mundo en el que los flujos de información, a modo de cordones nerviosos, atraviesan todo el organismo social.

Con las redes de banda ancha, la telefonía móvil y la videotelefonía, las modernas técnicas de telecomunicación proporcionan los medios necesarios para establecer contactos personales con todo el mundo. No hace falta decir que, a través de estas mismas redes, se pueden transmitir datos que, si bien no permiten controlar las casas y residencias desde fuera, sí hacen posible comprobar su estado.

No tiene por qué hacerse todo lo que se puede imaginar, pero quien piense en los "viejos jóvenes" de la próxima generación (y la mayoría de las personas sufren en un momento u otro de su vida alguna forma de minusvalía) deberá abandonar su hostilidad hacia la técnica.

El estudio citado ha puesto de relieve que de los once millones de ancianos que en la actualidad necesitan atención en los EE.UU., cuatro millones viven en asilos y residencias, mientras que seis millones y medio reciben asistencia en su propio domicilio según los métodos tradicionales. El medio millón restante practica nuevas formas de vida, como son el "asilo virtual" y la "vivienda asistida", es decir, reciben asistencia en su propio domicilio a través del teléfono o de servicios personalizados.

Según ciertas estimaciones estadísticas, para 2010 (fecha en que se prevé que el número de personas ne-

Hoy existe un gran abismo entre las posibilidades técnicas y el mercado

cesitadas de atención se elevará a 20 millones) la cifra de personas atendidas en las "residencias virtuales" ascenderá a unos seis millones, es decir, se habrá multiplicado por doce. Está previsto que en Europa se produzca una tendencia similar.

Estas cifras permiten pronosticar ciertas tendencias del mercado. Todos aquéllos que en el futuro deseen ser atendidos o cuidados de forma virtual tendrán que "estar conectados". No hablamos de "juguetitos"

que permiten, por ejemplo, poner en marcha la cafetera simplemente con la voz, sino de videotelefonía, vigilancia sanitaria auténtica, servicios personalizados, y todo ello durante las 24 horas del día.

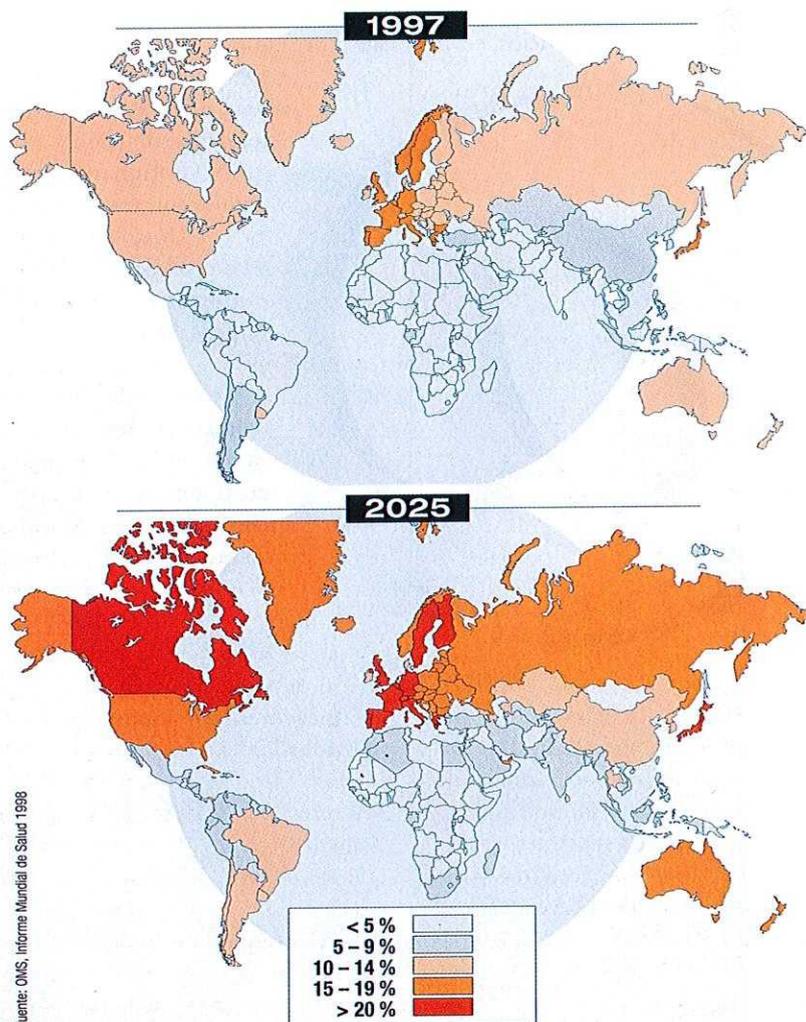
La imprescindible reducción de costes de la asistencia sanitaria acelerará aún más esta tendencia. La Telemedicina, que permite la sustitución de las visitas domiciliarias de carácter rutinario por revisiones médicas realizadas mediante videotelé-

no, no tardará en adquirir una importancia cada vez mayor como consecuencia de los agobios económicos que sufren las mutualidades médicas.

En EE.UU, la **National Association for Home Care** ha realizado una serie de estudios respecto a una serie de enfermedades, que demuestran que la asistencia sanitaria en el propio domicilio reduce enormemente los costes. El futuro ya está aquí. Los europeos seguirán estas tendencias, pero sólo en los medios de comunicación.

Los norteamericanos prefieren ir a remolque de sus deseos

PORCENTAJE DE POBLACIÓN mayor de 65 años



No es sólo cuestión de adaptarse a un "futuro multimedia e interconectado" (en este aspecto, los norteamericanos llevan una cómoda ventaja de entre 10 y 20 años) sino de la cultura del consumidor.

Mientras el mercado europeo se complace en ir a remolque de las necesidades (y no siempre de manera decidida), los norteamericanos prefieren ir a remolque de sus deseos. Del deseo, por ejemplo, de disfrutar en su casa de mayores diversiones y de unas comunicaciones con el exterior más diversificadas.

Pero las barreras más importantes a derribar son las de carácter mental. Mientras no se piense ni proyecte teniendo en cuenta las necesidades de los minusválidos, mientras los fabricantes no se esfuercen por que sus productos sean más fáciles de utilizar, mientras los diseñadores trabajen pensando más en el mercado que en el usuario, la técnica y el ser humano seguirán encontrándose muy alejados entre sí.

Un periodista científico ha acuñado la siguiente frase: "Si creas para los jóvenes, no crearás para los viejos, pero si creas para los viejos, crearás también para los jóvenes". Un buen lema. En el fondo, todos somos más o menos minusválidos. ■